

วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์

Journal of Administration and Social Science Review

ISSN 2730-3187 (Print)

ISSN 2985-1939 (Online)

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

พระเมธาวิณัยรส (สุเทพ พุทธจรรยา), รศ.ดร.	นักวิชาการอิสระ
ผศ.ดร.สมบูรณ์ วัฒนะ	มหาวิทยาลัยมหิดล
ผศ.ดร.สมปอง สุวรรณภูมา	มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ
ผศ.ดร.วันชัย สุขตาม	มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
ผศ.ดร.จักรวาล สุขไมตรี	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
อาจารย์พรพิมล ศิริวัฒน์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
อาจารย์ปารมี วชิรปทุมมุตต์	โรงเรียนแม่จันวิทยาคม

เลขานุการ : นางสาวชุตินันท์ สุขไมตรี

ศิลปกรรม : นายปิยพงษ์ สันธนะกุล

วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์

เครือข่ายส่งเสริมงานวิชาการทางสังคมศาสตร์

สำนักการบริหารและสังคมศาสตร์ 157/17 หมู่ที่ 7 จ.นครปฐม

E-mail: sukmaitee1945@gmail.com

จัดพิมพ์โดย: เจ.ปรีณ เลขที่ 94 พระบรมมหาราชวัง เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร 10200

ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความ (Peer Review)

พระมหาบุญเลิศ อินทปญโญ, ศ.ดร.	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
พระครูปลัดกวีวัฒน์ (ธีรวิทย์ สุคนธรวรานนท์), ดร.	มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย
พระมหาวิโรจน์ คุดตวิโร, ผศ.ดร.	มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย
พระครูสังฆรักษ์ยศวีร์ ปมุตโต (เวชบุตร), ดร.	มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย
พระมหาชินกร สุจิตโต (ทองดี), 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	มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์
รศ.ดร.สุขพัฒน์ อนนธ์จารย์	มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย
รศ.ดร.กุลิสรา จิตรชญาวนิช	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์
รศ.ดร.อัศวิน แสงพิกุล	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
รศ.ดร.ณัฐธัญญา ณ นคร	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ผศ.ดร.ตระกูล ชำนาญ	มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย
ผศ.ดร.สุรพล พรหมกุล	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
ผศ.ดร.ประจักษ์ เฉิดโฉม	มหาวิทยาลัยทักษิณ
ผศ.ดร.ชาญชัย จิตรเหล่าอาพร	มหาวิทยาลัยสยาม
ผศ.ดร.ชุมพล รอดแจ่ม	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ผศ.ดร.ณัฐพงศ์ บุญเหลือ	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผศ.ดร.ธรา อังสกุล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
ผศ.ดร.พิมพ์พจี บรรจงปรุ	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ผศ.ดร.ภัทรพร พงศาปรมัตถ์	มหาวิทยาลัยนเรศวร
ผศ.ดร.ศุภกฤษฎี นิวัฒนาบุญกุล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
ผศ.ดร.พิมพา ธรรมสิทธิ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์
ผศ.ดร.อดิศักดิ์ โชติธรรมธรา	มหาวิทยาลัยนเรศวร
ผศ.ดร.สุนทรี โชติติลก	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผศ.ดร.วิภาดา รัตนติลก ณ ภูเก็ต	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผศ.ดร.ณัฐกาญจน์ นาคนวล	มหาวิทยาลัยมหิดล
ผศ.ดร.ชัยวัช ศรีบรรพิตักษ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
ผศ.ดร.ประสิทธิ์ รุ่งเรือง	มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
ผศ.ดร.ปาริชาติ จันทร์ศรีบุตร	มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
ผศ.ดร.พงษ์นรินทร์ ปิตจตุรัส	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
ผศ.ดร.วสันต์ กาญจนมุกดา	มหาวิทยาลัยทักษิณ
ผศ.นฤมลวรรณ สุขไมตรี	มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

ผศ.สุริวัตร จันทร์โสภา	มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย
ผศ.สีบพงษ์ พงษ์สวัสดิ์	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
อ.ดร.เฟื่องฟ้า ปัญญา	มหาวิทยาลัยนเรศวร
อ.ดร.วงศ์ชนก จำเริญสาร	มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย
อ.ดร.วิญญู กินแสน	มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย
อ.ดร.สาธิตี รักกตัญญู	มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย
อ.ดร.จันทร์สุดา ไชยประเสริฐ	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
อ.ดร.พัชรินทร์ บุรณะกร	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
อ.ดร.ดิเรก หงส์ทอง	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
อ.ดร.สุนทรีย์ ตั้งศรีวงศ์	มหาวิทยาลัยนเรศวร
อ.ดร.อุดมลักษณ์ ศรีซำชม	มหาวิทยาลัยนเรศวร
อ.ดร.อุเทน ลาพิงค์	มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย
อ.ดร.บุญธรรม ทองยา	มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย
อ.ดร.วีรณัฐ พรหมจักร	มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย
อ.ดร.เขมิกา ทองเรือง	มหาวิทยาลัยนครพนม
อ.สมศักดิ์ วานิชยาภรณ์	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
อ.สุดทัย ครูส่ง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
อ.ธนรัสมิ์ อีรธนาเกียรติ	สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
อ.สุพรรณิ บุญหนัก	มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย
อ.ศศิมาพร สร้อยกระโทก	วิทยาลัยนครราชสีมา
อ.กุลวดี คงปั่น	นักวิชาการอิสระ
อ.นุชจรี ทิยะบุญ	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
อ.ศิริพร อำไพลาภสุข	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
Totsaporn Intarabumrung	Roxbury Community College

บทบรรณาธิการ

วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์ ฉบับนี้เป็นวารสาร ปีที่ 8 ฉบับที่ 2 เดือนมีนาคม-เมษายน 2568 ที่ได้รับการรับรองคุณภาพวารสารจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai Journal Citation Index-TCI) TCI กลุ่ม 2 ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2568 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2572 และเพื่อรักษาคุณภาพของบทความให้เป็นไปตามเงื่อนไขและกติกาสากลกองบรรณาธิการได้พิจารณาบทความ โดยเสนอบทความต่อคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรอง (Peer Review) จำนวน 3 คน จากหลากหลายสถาบัน พิจารณาตรวจแก้ไขเพื่อความสมบูรณ์ของบทความก่อนการลงตีพิมพ์ และคัดเลือก กลั่นกรองบทความให้เกิดความสมบูรณ์และมีคุณภาพมากที่สุด ควรค่าแก่การตีพิมพ์เผยแพร่ รวมถึง เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดทางวิชาการ และเป็นการพัฒนาศักยภาพทางด้านการสร้างสรรค์ผลงานทางวิชาการ สำหรับเนื้อหาของวารสารฉบับนี้ ถือได้ว่ามีความโดดเด่นที่เน้นกระบวนการวิจัยที่เข้มข้น โดยภาพรวมหลักเป็นการพัฒนาจากงานวิจัยที่ศึกษาเฉพาะกรณีในแต่ละบทความได้เน้นกระบวนการวิจัยเชิงลึกในหลายรูปแบบทั้งในรูปแบบของการสอบถาม การสัมภาษณ์ เชิงลึก การสนทนากลุ่ม กอปรกับบทความส่วนใหญ่แสดงถึงการทำงานร่วมกันของผู้มีพหุปัญญาในลักษณะที่ทำงานทำให้บทความมีความละเอียด รอบคอบ ถี่ถ้วน มีการวิเคราะห์ถึงปัญหาและข้อเสนอแนะได้อย่างสมบูรณ์ น่าสนใจ

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ นิสิต นักศึกษา และผู้สนใจทั่วไปทุกท่านที่ให้ความสนใจร่วมส่งบทความเผยแพร่ ในวารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์ และขอขอบพระคุณกองบรรณาธิการ ผู้ทรงคุณวุฒิ พิจารณากลั่นกรองบทความทุกท่านมา ณ โอกาสนี้

นางสาวสุธามาศ สุขไมตรี

บรรณาธิการ

สารบัญ (Content)

	หน้า
กองบรรณาธิการ.....	(1)
คณะกรรมการกลั่นกรองบทความ.....	(2-3)
บทบรรณาธิการ.....	(4)
สารบัญ (Content).....	(5)-(8)
ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำตามแนวทฤษฎีทางสู่เป้าหมายของผู้บริหารกับการทำงาน เป็นทีมของครูโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเชียงราย เขต 3..... ชุดิมา นันทิยา, คณาเทพ จันทร์เจริญ, คำนิง ทองเกต, วีรพันธุ์ ศิริฤทธิ์	1-8
ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารด้านสร้างสรรคกับการบริหารโรงเรียนด้านวิชาการ โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัด สพป. น่าน เขต 1..... พิทยา เลิศพงษ์สุข, เชิดศักดิ์ ศุภโสภณ, คำนิง ทองเกต, วีรพันธุ์ ศิริฤทธิ์	9-16
การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และภาพลักษณ์ตราสินค้า ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดเชียงรายผ่านสื่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์..... ฉันทาภรณ์ จันทรินิยม, วรณ ศิลปะสุวรรณชัย, พัทธภรณ์ เลขยันต์, อุดมศักดิ์ ปัญญาเข้ม, วีรพันธุ์ ศิริฤทธิ์	17-26
ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารสถานศึกษากับสมรรถนะหลักของ ครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตรัง เขต 2..... พลชนัน ไชยคช, สุนทรี วรรณไพเราะ	27-38
ปัจจัยส่วนผสมการตลาดกับภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจคุณภาพการ บริการร้านบุฟเฟต์ชาบูของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย..... จิรพร วงศ์ขัติย์, ณัชพล หลังนาค, สายชล บุญรอด, กนกวรรณ พุทธหน่อแก้ว, วีรพันธุ์ ศิริฤทธิ์	39-46
ระบบดูแลช่วยเหลือผู้เรียนที่ส่งผลต่อคุณภาพของผู้เรียนการศึกษานอกระบบระดับ การศึกษาขั้นพื้นฐาน ของศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ สังกัดสำนักงานส่งเสริมการ เรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์..... สุภักขญา ทศไกร, กฤษณะ ดาราเรือง, ชรรค์ชัย อ่อนมี	47-60
ทัศนคติของบุคลากรสำนักงานเขตบางรักต่อการพัฒนาการบริหารงานบุคคล..... วรรณวิมล สำราญ, ยุวัฒน์ วุฒิเมธี	61-68
แนวทางการบริหารจัดการสถานศึกษาในยุควิถีชีวิตถัดไปของโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสุโขทัย..... กวิณพัทธ์ โยธา, ชัชภูมิ สีชมภู, หยกแก้ว กมลวรเดช	69-78

	หน้า
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานตามมาตรฐานสถานพัฒนาเด็กปฐมวัยแห่งชาติ พ.ศ. 2562 ของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย..... นฤมล อุ่นคำ, เปี่ยมพร สุทินฤกษ์, จิตติอาภา ตั้งคำวานิช, คำนิง ทองเกตุ	79-88
การศึกษาองค์ประกอบของทักษะการใช้เทคโนโลยีของครูในโรงเรียน..... ศมนวรรณ จันท, วัลนิกา ฉลากบาง, เอกลักษณ์ เพียสา	89-98
การศึกษาองค์ประกอบสมรรถนะครูปฐมวัย..... ศุภรัตน์ ชมพูพิน, วาโร เฟิงสวัสดิ์, วัลนิกา ฉลากบาง	99-106
พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อและความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการ ห้างสรรพสินค้า Bluport หัวหิน..... ธนพร มั่งน้อย, งามาจ สิงห์ลำพอง	107-118
รูปแบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก ในจังหวัดมหาสารคาม..... ชัยวัช ศิริบรรพิตักษ์, ปฎิมาศ เสริฐเลิศ, นนทภรณ์ บุญจึงเจริญรัตน์, ธนาภรณ์ ทศนภักดี	119-132
การวิเคราะห์ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการของโรงแรมที่ได้รับรอง มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในเขตภาคใต้ฝั่งทะเลอันดามัน อัศวิน แสงพิกุล, ชงศ์สุดา โตท่าโรง	133-144
การวิเคราะห์ SWOT Analysis ของการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในประเทศไทย: แนวทางสู่กล ยุทธ์การท่องเที่ยวโฮมสเตย์เชิงสร้างสรรค์..... ณัฐฤกษ์ ฤกษ์ เอกวรรณัง, มนต์ศิริะ จรุงสุทธิ, อัศวิน แสงพิกุล	145-160
ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านสะดวกซักใน เขตเทศบาลเมืองเขารูปช้าง จังหวัดสงขลา..... โชติญาณ หิตะพงศ์, ชิดชนก มากเชื้อ, จารณี เอียรเจริญ, ณภัสรวัลย์ ยินเจริญ, ประสิทธิ์ รุ่งเรือง	161-172
ปัจจัยที่ส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่เจเนอเรชั่น z เดินทางไปท่องเที่ยวตลาดน้ำในเขตภาคกลาง กรณศึกษาเยาวชนระดับปริญญาตรี..... มนต์ศิริะ จรุงสุทธิ, อัศวิน แสงพิกุล	173-184
การวิเคราะห์ความคิดเห็นนักท่องเที่ยวและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวพื้ร้อน ของจังหวัดระนอง : แนวทางสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ..... พรทิพย์ บุญเที่ยงธรรม, มนต์ศิริะ จรุงสุทธิ, ยุวรี โชคสวนทรัพย์, ศิริพร อำไพลาภสุข, ภควดี วรรณพฤกษ์	185-198

	หน้า
ความเชื่อมั่นและการบอกต่อมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ของผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร..... ทศวรรษ พรหมสุวรรณ, ธีรนนท์ บุญอยู่	199-210
ปัจจัยของภาพลักษณ์ตราสินค้าและคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการธุรกิจเสริมของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค กรณีศึกษาผู้ประกอบการในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรม จังหวัดสมุทรสาคร..... รัฐ จีระพรชัย, ธีรนนท์ บุญอยู่	211-226
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการบริษัทไทยโทรซินเทติกส์ จำกัด..... จุฑามณี วีระพลกร, ชินโสณ วิสิษฐนิธิกิจ	227-236
การพัฒนาและการประเมินความพึงพอใจของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับร้าน AK Cosplay..... สืบพงษ์ พงษ์สวัสดิ์, บุญฤทธิ์ คิดหัง, ศราวุธ พงษ์สิทธิ์, สงกรานต์ เลิศรัตน์	237-252
ผลกระทบของความภักดีในตราสินค้าและบุพปัจจัยที่ส่งผลต่อการสนับสนุนของลูกค้าสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูในกรุงเทพมหานคร..... ธัญพัฒน์ ศรีพันธ์, ประยงค์ มีใจเชื้อ, แก้วตา ผู้พัฒนพงศ์	253-266
ความต้องการจำเป็นในการพัฒนากระบวนการนิเทศภายในของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ..... อภิชาติ หัตถนิรันดร์, พรเทพ เสถียรนพแก้ว, บุญมี ก่อบุญ	267-276
การเปรียบเทียบตัวแบบการพยากรณ์สำหรับเบี้ยประกันภัยสัญญาเพิ่มเติมรายบุคคลประเภทเบี้ยประกันสุขภาพ..... ปานไพลิน เทพช่วย, วิภาดา คชาทอง, ศุภมาส อยู่อริยะ, วาสนา สุวรรณวิจิตร	277-292
ความต้องการในการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายวิชาการ วิทยาลัยศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่..... ศิริพัสตร์ ถาอ้าย	293-306
การศึกษาความต้องการจำเป็นและแนวทางการพัฒนาการบริหารงานวิชาการระดับปฐมวัยของโรงเรียนในอำเภอวัดโบสถ์..... ปิยนันท์ นิ่มเถื่อน, นิคม นาคอ้าย	307-316
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอล Desporte ของผู้บริโภคในประเทศไทย..... เพชรดาว ล้วนแก้ว, ชินโสณ วิสิษฐนิธิกิจ	317-326
ทัศนคติของประชาชนต่อการสมัครเป็นสมาชิกพรรคการเมืองในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร นิติพัฒน์ นุ่นบุญ, จิตาภา ถิรศิริกุล	327-334

	หน้า
การศึกษาปัจจัยและการพัฒนาเกณฑ์การประเมินมาตรฐานเพื่อความชัดเจนและ ความ โปร่งใสในการวัดผล..... ประจักษ์ เฉ็ดโถม, วิลาวัลย์ จันทศรี	335-346
ภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ..... มุกัดดา อัมไพ, วาโร เฟ่งสวัสดิ์, วัลนิกา ฉลากบาง	347-360
บทบาทของผู้นำองค์กรในการพัฒนากลยุทธ์การเตรียมความพร้อมสำหรับการเกษียณอายุ หลังสถานการณ์ COVID-19..... วชรวรรณ ปิยะรัตนมงคล	361-372
บ่มเพาะและพัฒนาศักยภาพวิศวกรสังคมของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา..... ปาริชาติ จันทศรีบุตร, จิรภา คงเขียว, จิราภรณ์ กวดขัน, พิชญ์พีไล ขุนพรรณราย, สกรรจ์ รอดคล้าย	373-386
ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารออมสินในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ภณธร วีระพงษ์, ศุภสันต์ ปรีดาวิภาต, ภัครภัสสร ลิ้มประนะ, อุษณีย์ มหากิจศิริ	387-398
ปัจจัยของอัตราส่วนกำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม และอัตราผลตอบแทน จากส่วนของผู้ถือหุ้นส่งผลกระทบต่อคุณภาพกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาด หลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กรณีศึกษากลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจบริการ..... สุชาร์ตน์ บุญอยู่, กนกอร บุญมาเกิด	399-410
ภาคผนวก..... หลักเกณฑ์การเสนอบทความและคำแนะนำสำหรับผู้นิพนธ์	411-416

ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำตามแนวทฤษฎีทางสู่เป้าหมายของผู้บริหารกับการทำงาน
เป็นทีมของครูโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเชียงราย เขต 3
The Relationship between Path-Goal Theory of Leadership of School
Administrators and Teamwork of Teachers Under Chiang Rai Primary
Education Service Area Office 3

ชุตินัน นันทิยา¹ คทาเทพ จันทรเจริญ² คำนึ่ง ทองเกต³ วีรพันธุ์ ศิริฤทธิ์⁴

Chutima Nuntiya, Katatap Chancharoen, Kamnueng Thonggate Weeraphan Siririth

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาภาวะผู้นำตามแนวทฤษฎีทางสู่เป้าหมายของผู้บริหาร 2) ศึกษาการทำงานเป็นทีมของครู และ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำตามแนวทฤษฎีทางสู่เป้าหมายของผู้บริหารกับการทำงานเป็นทีมของครู งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริหารและครูโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเชียงราย เขต 3 จำนวน 327 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลวิจัยพบว่า

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริหารและครูโรงเรียนประถมศึกษา จำนวน 327 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ($\bar{X} = 65.1$) มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ($\bar{X} = 35.8$) จบการศึกษาระดับปริญญาโท ($\bar{X} = 51.4$) ส่วนใหญ่เป็นบุคลากรครู ($\bar{X} = 68.5$) และมีระยะเวลาในการทำงานน้อยกว่า 5 ปี ($\bar{X} = 35.5$)

2. ผลการวิเคราะห์ภาวะผู้นำตามแนวทฤษฎีทางสู่เป้าหมายของผู้บริหารโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเชียงราย เขต 3 ในภาพรวม อยู่ในระดับสูง

3. ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยการทำงานเป็นทีมของครูโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเชียงราย เขต 3 ในภาพรวม อยู่ระดับสูงที่สุด

4. ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) พบว่าภาวะผู้นำตามแนวทฤษฎีทางสู่เป้าหมายของผู้บริหารสถานศึกษากับการทำงานเป็นทีมของครูโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเชียงราย เขต 3 โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกอยู่ในระดับสูง ($r=0.566$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

คำสำคัญ (Keywords) : ภาวะผู้นำตามแนวทฤษฎีทางสู่เป้าหมาย; การทำงานเป็นทีม

Received: 2024-11-18 Revised: 2024-11-26 Accepted: 2024-11-30

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

² อาจารย์ประจำ วิทยาลัยเชียงราย Lecturer of Chiangrai College. E-mail: katatap@crc.ac.th

³ อาจารย์ประจำ วิทยาลัยเชียงราย Lecturer of Chiangrai College. E-mail: kamnuengt1965@gmail.com

⁴ อาจารย์ประจำ วิทยาลัยเชียงราย Lecturer of Chiangrai College. Corresponding author E-mail: dr.w.siririth@gmail.com

Abstract

The purposes of this research were 1) to study the path-goal theory of leadership of the school administrators, 2) to study teamwork of teachers, and 3) to study the relationship between the path-goal theory of leadership of the school administrators and teamwork of teachers. This was a quantitative research study. The target group consisted of 327 school administrators and teachers under Chiang Rai Primary Education Service Area Office 3. The research instruments were questionnaires, percentage, mean, standard deviation and Pearson Product Moment. Also, the correlation coefficient analysis was used.

The results were as below

1. The sample group was mainly female, between 41-50 years old, with the master's degree, position of teachers and less than 5 years of work experience.
2. The overall path-goal theory of leadership of the school administrators under Chiang Rai Primary Education Service Area Office 3 was at a high level.
3. The overall teamwork of teachers under Chiang Rai Primary Education Service Area Office 3 was at the highest level.
4. The result of comparison of the relationship between the path-goal theory of leadership of the school administrators and teamwork of teachers under Chiang Rai Primary Education Service Area Office 3 was at the positive level with the statistical significance at .01.

Keywords: path-goal theory of leadership; teamwork

บทนำ (Introduction)

การศึกษาเป็นกระบวนการและรากฐานสำคัญ ที่จะสร้างความเจริญก้าวหน้าของสังคมได้ และยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาประเทศ เนื่องจากการพัฒนาประเทศจำเป็นต้องอาศัยประชากร ที่มีคุณภาพเป็นสำคัญ หากประชากรได้รับการศึกษาอย่างทั่วถึงประเทศก็จะประสบความสำเร็จได้ การศึกษาจึงเป็นกระบวนการสำคัญในการทำให้ประชากรพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนเอง สามารถดำเนินชีวิตได้ในสังคมอย่างมีความสุข และสามารถพัฒนาประเทศไปได้ หากสถานศึกษาขาดคุณภาพจะทำให้คุณภาพของประชากรตกต่ำได้ ดังนั้นผู้บริหารจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการพัฒนาคุณภาพของเยาวชน ให้เป็นคนดี มีความรู้ความสามารถดำรงชีวิตอย่างมีความสุขและคุณภาพ และเป็นบุคคลสำคัญในการพัฒนาประเทศ

ดังนั้น คุณภาพสถานศึกษาจึงขึ้นอยู่กับกระบวนการบริหารของผู้บริหารซึ่งผู้บริหารจะต้องใช้ความรู้ความสามารถในการเป็นผู้นำ เป็นหัวหน้าการบริหารงาน ควบคุมดูแลการปฏิบัติงาน ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของสถานศึกษานั้น นอกจากนี้จะต้องเป็นผู้ที่คอยชี้แนะจูงใจประสานงานให้ผู้ใต้บังคับบัญชาเกิดความเข้าใจและปฏิบัติงานตามแผนงานได้อย่างเต็มความสามารถ มีหน้าที่ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดสัมพันธภาพที่ดีและเป็นผู้ดำเนินการแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม ตลอดจนประพฤติปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดี สามารถนำบุคลากร อื่น ๆ ให้ปฏิบัติงานได้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพและ

ประสิทธิผล (กรณิการ์ ก่องแสน, 2561: 1) ผู้บริหารต้องแสดงบทบาทความเป็นผู้นำและทำงานร่วมกับบุคลากร โดยให้บุคลากรมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจ มีความพอใจและมีความสุขในการทำงาน การบริหารโรงเรียนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นกับลักษณะภาวะผู้นำของผู้บริหาร ภาวะผู้นำของผู้บริหารเป็นทักษะที่จำเป็นในการบริหารงาน ผู้นำจึงมีบทบาทในการเป็นผู้รับ ผู้ประสานงาน สนับสนุนอำนวยความสะดวก เพื่อให้ครูและบุคลากรได้ใช้ความสามารถของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพอย่างสูงสุด

การทำงานเป็นทีมเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จในการบริหารงานของผู้บริหาร อีกทั้งยังมีปัจจัยแวดล้อมอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อการทำงานเป็นทีม ถึงแม้ว่าในการบริหารงานของผู้บริหารในหลาย ๆ ครั้ง ที่ไม่สามารถดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายได้นั้น ส่วนใหญ่จะเกิดมาจากบุคลากรในองค์กรไม่ร่วมมือช่วยเหลือกันในการทำงาน ซึ่งการทำงานโดยบุคคลเพียงคนเดียวจึงยากที่จะปฏิบัติให้สำเร็จได้ (เยาวภา อาทิตยตั้ง, 2559: 170) ซึ่งในการปฏิบัติงานแต่ละงานจะอาศัยผู้ใดผู้หนึ่งไม่ได้เพราะทุกคนย่อมมีขีดจำกัดของความสามารถจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะร่วมมือกันเพื่อที่จะได้นำความรู้ความสามารถของแต่ละคนมาช่วยทำงานให้ประสบความสำเร็จและก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั้งต่อผู้ปฏิบัติงานเองและองค์กรที่เขาปฏิบัติงานอยู่ด้วย

จากเหตุการณ์ข้างต้นจึงนำมาสู่ปัญหาการวิจัยเกี่ยวกับภาวะผู้นำของผู้บริหารเพื่อส่งเสริมให้เกิดการทำงานเป็นทีมเนื่องจากการทำงานของครูอย่างเดียวยังไม่พอกับการเปลี่ยนแปลงในยุคปัจจุบัน เพราะทุกวันนี้ไม่ว่าจะอยู่ในปฏิบัติหน้าที่ใดก็มีส่วนในการส่งเสริมการทำงานให้เป็นที่ โดยเฉพาะผู้ปฏิบัติงานเองมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งการที่จะปฏิบัติงานให้บรรลุผลที่ตั้งไว้ ครูและบุคลากรทุกคน โดยที่สมาชิกในองค์กรต้องอาศัยความร่วมมือกันในการทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรที่ตั้งไว้ร่วมกันภายใต้การบริหารงานของผู้บริหารสถานศึกษาซึ่งต้องอาศัยการทำงานให้เป็นที่เพื่อให้ได้งานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลพร้อมทั้งเกิดประโยชน์สูงสุดให้กับองค์กรรวมไปถึงนักเรียนอีกด้วย

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาระดับภาวะผู้นำตามแนวทฤษฎีทางสู่เป้าหมายของผู้บริหารโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเชียงราย เขต 3
2. เพื่อศึกษาระดับการทำงานเป็นทีมของครูโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเชียงราย เขต 3
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำตามแนวทฤษฎีทางสู่เป้าหมายของผู้บริหารกับการทำงานเป็นทีมของครูโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเชียงราย เขต 3

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาภาวะผู้นำตามแนวทฤษฎีทางสู่เป้าหมายของผู้บริหารสถานศึกษาจำนวน 4 ด้าน ตามแนวคิดของ (House, 1971) และศึกษาการทำงานเป็นทีมของครู จำนวน 6 ด้าน คือ 1) ผู้นำแบบชี้แนะหรือสั่งการ 2) ผู้นำแบบสนับสนุน 3) ผู้นำแบบมีส่วนร่วม และ 4) ผู้นำแบบมุ่งความสำเร็จ

1.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มเป้าหมาย

ประชากรในการวิจัยคือ ผู้บริหารกับครูโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเชียงราย เขต 3 จำนวน 139 โรงเรียน โดยมีผู้บริหาร จำนวน 139 คน กับครู 1,869 คน รวมทั้งหมด 2,008 คน ในปีการศึกษา 2563 กลุ่มเป้าหมายงานวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารกับครูโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเชียงรายเขต 3 ทั้งสิ้น 103 โรงเรียน โดยมีผู้บริหารกับครูจำนวน 327 คน โดยใช้สูตรคำนวณของ (Krejcie & Morgan, 1970) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เลือกเฉพาะผู้บริหารโรงเรียนกับบุคลากรครูเท่านั้น

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

โรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเชียงรายเขต 3 จำนวน 103 โรงเรียน

1.4 ขอบเขตระยะเวลา

ระยะเวลาในการศึกษาระหว่าง สิงหาคม 2566-กรกฎาคม 2567

1.5 ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ภาวะผู้นำตามแนวทฤษฎีทางสู่เป้าหมายของผู้บริหารสถานศึกษาจำนวน 4 ด้าน คือ 1) ผู้นำแบบสั่งการ 2) ผู้นำแบบสนับสนุน 3) ผู้นำแบบมีส่วนร่วม และ 4) ผู้นำแบบมุ่งผลสำเร็จ ตัวแปรตาม ได้แก่ การทำงานเป็นทีมของครู จำนวน 6 ด้าน คือ 1) การมีปฏิสัมพันธ์ 2) สื่อสารอย่างเปิดเผย 3) มีส่วนร่วม 4) มีเป้าหมายร่วมกัน 5) ความไว้วางใจซึ่งกันและกัน และ 6) ยอมรับนับถือ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

คือ แบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยได้ออกแบบขึ้นเองจากการศึกษาเอกสาร รวมไปถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริหารและบุคลากรครู

ส่วนที่ 2 ภาวะผู้นำตามแนวทฤษฎีทางสู่เป้าหมายของผู้บริหารสถานศึกษา 4 ด้าน

ส่วนที่ 3 การทำงานเป็นทีมของครู 6 ด้าน

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ผู้วิจัยได้ทำหนังสือถึงบัณฑิตวิทยาลัย วิทยาลัยเชียงราย เพื่อทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ไปยังโรงเรียนประถมศึกษาเชียงราย เขต 3 ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถาม

3.2 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้ผ่านการพัฒนาและปรับปรุงแล้วไปดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการจัดทำแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ โดยทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามการวิจัยไปยังโรงเรียนกลุ่มตัวอย่าง พร้อมแนบที่อยู่ URL และ QR Code เพื่อเป็นช่องทางสำหรับการตอบแบบสอบถามออนไลน์

3.3 ผู้วิจัยตรวจสอบความเรียบร้อยและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม แล้วนำมาข้อมูลแปลผลตามวิธีการทางสถิติ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 แปลผลข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้สถิติพื้นฐาน คือ การแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ

4.2 ศึกษาภาวะผู้นำตามแนวทฤษฎีทางสู่เป้าหมายของผู้บริหาร และการทำงานเป็นทีมของครู แปลผลข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนาได้แก่ ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.3 ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำของผู้บริหารกับการทำงานเป็นทีมของครู แปลผลข้อมูลโดยหาค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัย (Research Results)

1. สำหรับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริหารและครูโรงเรียนประถมศึกษา จำนวน 327 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ($\bar{X} = 65.1$) มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ($\bar{X} = 35.8$) จบการศึกษาปริญญาโท ($\bar{X} = 51.4$) ส่วนใหญ่เป็นบุคลากรครู ($\bar{X} = 68.5$) และระยะเวลาในการทำงานน้อยกว่า 5 ปี ($\bar{X} = 35.5$)

ตารางที่ 1 คะแนนค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของภาวะผู้นำตามแนวทฤษฎีทางสู่เป้าหมายของผู้บริหารในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเชียงราย เขต 3

ภาวะผู้นำตามแนวทฤษฎีทางสู่เป้าหมาย	N=327		
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	Level
1. ผู้นำแบบชี้แนะหรือสั่งการ	4.01	.478	สูง
2. ผู้นำแบบสนับสนุน	4.52	.498	สูงที่สุด
3. ผู้นำแบบมีส่วนร่วม	4.47	.527	สูง
4. ผู้นำแบบมุ่งความสำเร็จ	4.39	.469	สูง
ภาพรวม	4.28	.413	สูง

2. ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการทำงานเป็นทีมของครูโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเชียงรายเขต 3 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 คะแนนค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการทำงานเป็นทีมของครูในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเชียงราย เขต 3

การทำงานเป็นทีมของครูในโรงเรียน	N=327		
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	Level
1. มีปฏิสัมพันธ์	4.58	.470	สูงที่สุด
2. สื่อสารอย่างเปิดเผย	4.52	.474	สูงที่สุด
3. มีส่วนร่วม	4.52	.464	สูงที่สุด
4. มีเป้าหมายเดียวกัน	4.52	.502	สูงที่สุด
5. ความไว้วางใจซึ่งกันและกัน	4.50	.512	สูง
6. ยอมรับนับถือ	4.56	.468	สูงที่สุด

ภาพรวม	4.54	.425	สูงที่สุด

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ระหว่างภาวะผู้นำตามแนวทฤษฎีทางสู่เป้าหมายของผู้บริหาร กับการทำงานเป็นทีมของครูโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเชียงราย เขต 3

	ภาวะผู้นำตามแนวทฤษฎีทางสู่เป้าหมายของผู้บริหาร		
	r	p-value	แปลผล
การทำงานเป็นทีมของครู	0.556**	0.01	มีความสัมพันธ์เชิงบวก

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

1. การศึกษาภาวะผู้นำตามแนวทางสู่เป้าหมายของโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเชียงรายเขต 3 พบว่า ภาวะผู้นำตามแนวทางสู่เป้าหมายในภาพรวมอยู่ในระดับสูง ทั้งนี้ อาจเนื่องจาก ความเป็นกันเองและเข้าถึงได้ง่ายของผู้บริหารสถานศึกษาทำให้ครูและบุคลากรกล้าที่จะเข้าพบเพื่อปรึกษาหารือในเรื่องงานและเรื่องส่วนตัว ซึ่งผู้บริหารสถานศึกษาได้แสดงความเมตตารับรู้ถึงปัญหาและแสดงความเห็นอกเห็นใจรวมทั้งให้คำแนะนำและช่วยเหลือครูและบุคลากร ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ กวิสรา ชูทอง (2560: 78) ที่ศึกษาภาวะผู้นำของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 7 จังหวัดปราจีนบุรี พบว่า ระหว่างภาวะผู้นำแบบสนับสนุนอยู่ในระดับสูงเช่นเดียวกัน

2. การทำงานเป็นทีมของครูโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเชียงราย เขต 3 พบว่า การทำงานเป็นทีมภาพรวมอยู่ในระดับสูง ทั้งนี้ อาจเนื่องจาก ผู้บริหารกลุ่มโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเชียงราย เขต 3 ได้ส่งเสริมให้บุคลากรครูในสถานศึกษาทำงานช่วยเหลือกันเป็นทีม ซึ่งถือเป็นวัฒนธรรมองค์กรที่ดี อีกทั้งบุคลากรครูให้ความสำคัญต่อการทำงานเป็นทีม เพื่อให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องร่วมกันคิด ร่วมทำ เช่น เมื่อมีกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทำทั้งในสถานศึกษาและนอกสถานศึกษา บุคลากรครูทุกคนจะมีส่วนร่วมในการทำงานในกิจกรรมนั้นๆ โดยจะมีการแต่งตั้งครูให้ทำหน้าที่ของกิจกรรมนั้น ๆ ซึ่งจะทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพ และประสบผลสำเร็จในที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ เยาวภา อาทิตยตั้ง (2559: 167-168) ที่วิจัยเรื่อง “การทำงานเป็นทีมของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 27” และพบว่า การทำงานเป็นทีมของครูภาพรวมอยู่ในระดับสูง

3. ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำตามแนวทางสู่เป้าหมายกับการทำงานเป็นทีมของครู พบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ทั้งนี้ อาจเนื่องจาก ผู้บริหารสถานศึกษาให้ความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพของสถานศึกษาให้มีมาตรฐานตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดไว้ รวมไปถึงตอบสนองความต้องการของชุมชนและท้องถิ่น ซึ่งผู้บริหารนั้นมีส่วนอย่างมากในการกระตุ้นการทำงานของบุคลากรครู เพื่อให้บุคลากรนั้นทำงานร่วมมือกัน มีการติดต่อสื่อสารกันในการทำงานอย่างเปิดเผย อีกทั้งผู้บริหารยังสร้างแรงบันดาลใจให้กับบุคลากรครูให้ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายอย่างมีประสิทธิภาพและประสบผลสำเร็จในที่สุด อาจกล่าวได้ว่า ภาวะผู้นำตามแนวทางสู่เป้าหมายของผู้บริหารนั้นอาจจะส่งผลทั้งด้านการพัฒนาส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนและพัฒนาโรงเรียน ความสามารถของนักเรียน ยังสามารถแก้ปัญหาการทำงานเป็นทีมภายในสถานศึกษาได้ สอดคล้องกับผลวิจัยของ ยุทธศักดิ์ อินทฤาฎ สวัสดิ์วงศ์ชัย (2566) ที่ได้กล่าวถึงความสำคัญของการทำงานเป็นทีมว่า “การทำงานเป็นทีมนี้ทำให้เกิดความสำเร็จในการปฏิบัติงานของทีม เกิดปฏิสัมพันธ์ของสมาชิกในทีมร่วมกัน มีศักยภาพและความพร้อมในการทำงานเป็นทีม มีการส่งเสริมด้านความรู้ความสามารถและศักยภาพสมาชิกในทีม ลดการทำงานที่ซ้ำซาก เพิ่มความร่วมมือ มีความคิดเชิงนวัตกรรมใหม่ ๆ มีการตัดสินใจร่วมกัน มีแรงจูงใจแก่ผู้ร่วมงาน มีการปรับปรุงคุณภาพของผลิตผลและมีความคล่องตัว

ในการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป มีความสัมพันธ์และการสื่อสารระหว่างบุคคลและระหว่างหน่วยงาน และเพิ่มมาตรฐานการปฏิบัติงานให้ประสิทธิภาพและประสิทธิผล”

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี วิจัยที่เกี่ยวข้อง และผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้องค์ความรู้จากการวิจัยดังนี้

1. ภาวะผู้นำของผู้บริหารตามแนวทางสู่เป้าหมายนั้นขึ้นอยู่กับสถานการณ์ว่าจะใช้แบบใด การใช้ภาวะผู้นำแบบชี้แนะหรือสั่งการนั้นมีระดับที่ต่ำสุดไม่เหมาะกับการใช้กับบุคลากรที่มีความสามารถ
2. การทำงานเป็นทีมของครูด้านการมีปฏิสัมพันธ์อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือด้านการยอมรับนับถือ ด้านการสื่อสารอย่างเปิดเผย ด้านการมีส่วนร่วม ด้านการมีเป้าหมายเดียวกัน และด้านความไว้วางใจซึ่งกันและกัน
3. ภาวะผู้นำตามแนวทางสู่เป้าหมายกับการทำงานเป็นทีมของครู มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูง

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้
 - 1.1 การศึกษาภาวะผู้นำตามแนวทางสู่เป้าหมายของผู้บริหารในภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับมาก โดยภาวะผู้นำแบบชี้แนะมีค่าต่ำสุด ดังนั้น ผู้บริหารสถานศึกษาควรให้ครูได้มีส่วนร่วมในการวางแผนปฏิบัติงาน รวมไปถึงชี้แจงรายละเอียดของงานที่ได้รับมอบหมายโดยละเอียด
 - 1.2 การทำงานเป็นทีมของครู ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก แต่ด้านไว้วางใจซึ่งกันและกัน มีค่าต่ำสุด ดังนั้น ควรเสริมสร้างความสัมพันธ์ของครู และควรจัดกิจกรรมที่เสริมสร้างความไว้วางใจซึ่งกันและกัน จะทำให้การทำงานเป็นทีมของครูดีขึ้น อีกทั้งยังทำให้บรรลุเป้าหมายของสถานศึกษาได้
 - 1.3 ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำตามแนวทางสู่เป้าหมายกับการทำงานเป็นทีมของครู มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ ผู้บริหารสถานศึกษาควรหลีกเลี่ยงใช้ภาวะผู้นำแบบชี้แนะหรือสั่งการ เนื่องจาก มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางและระดับต่ำกับการทำงานเป็นทีมของครู ผู้บริหารสถานศึกษาจึงควรเลือกใช้ภาวะผู้นำแบบอื่น ๆ ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ เพื่อให้ได้ประสิทธิผลของโรงเรียน
2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป
 - 2.1 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบภาวะผู้นำตามแนวทางสู่เป้าหมายของผู้บริหารกับการทำงานเป็นทีมของครูกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาอื่น ๆ
 - 2.2 ควรขยายกลุ่มประชากรไปในกลุ่มที่กว้างขึ้นเช่น โรงเรียนประถมศึกษาในจังหวัดเชียงราย
 - 2.3 ควรศึกษารูปแบบภาวะผู้นำแบบอื่น ๆ ของผู้บริหารสถานศึกษาเพื่อการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง (References)

- กรรณิการ ก่องแสน (2561). การศึกษาภาวะผู้นำของผู้บริหารวิทยาลัยอาชีวศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญา ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการอาชีวศึกษา. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- กวิสรา ชูทอง (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสถานการณ์ของผู้บริหารสถานศึกษากับประสิทธิผลของ โรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่มัธยมศึกษาเขต7 จังหวัดปราจีนบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญา การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ยุทธศักดิ์ อินทฤาฎ์ สวัสดิ์วงศ์ชัย. (2566). การพัฒนารูปแบบการทำงานเป็นทีมที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโรงเรียน มัธยมศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์ปริญญา ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและพัฒนการศึกษา. มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- เยาวภา อาทิตยตั้ง. (2559). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงกับการทำงานเป็นทีมของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต27. วารสารบัณฑิตศึกษา. 13(60): 170.
- House, R.J. (1971). A path goal theory of leader effectiveness. **Administrative Science Quarterly**. 16(3): 321-339.
- Krejcie, R.V.,&Morgan, D.W. (1970). Determining sample size for research activities. **Educational and Psychological Measurement**. 30(3): 607-610. Retrieved November 15, 2023, from <https://doi.org/10.1177/001316447003000308>

ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้บริหารด้านสร้างสรรค์กับการบริหารโรงเรียนด้านวิชาการ
โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัด สพป. น่าน เขต 1

The relationship between creative leadership and academic service
in education opportunity expansion schools under the office of nan primary
Educational Service Area 1

พิทยา เลิศพงษ์สุข¹ เชิดศักดิ์ ศุภโสภณ² คำนึง ทองเกต³ วีรพันธุ์ ศิริฤทธิ์⁴

Pittaya lerdongsuk, Cherdsak Supasophon, Kamnueng Thonggate, Weeraphan Siririth

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อศึกษา 1) ระดับภาวะผู้บริหารด้านสร้างสรรค์กับการบริหารโรงเรียนด้านวิชาการ และ 2) ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้บริหารด้านสร้างสรรค์กับการบริหารโรงเรียนด้านวิชาการ โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัด สพป. น่าน เขต 1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ บุคลากรโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัด สพป. น่าน เขต 1 จำนวน 226 คน ด้วยการสุ่มกลุ่มตัวอย่างอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ด้วยสถิติ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับภาวะผู้บริหารด้านสร้างสรรค์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55, มีค่า SD เท่ากับ 0.54) และ ระดับการบริหารโรงเรียนด้านวิชาการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63, มีค่า SD เท่ากับ 0.52) และ 2) ภาวะผู้บริหารด้านสร้างสรรค์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการบริหารโรงเรียนด้านวิชาการ โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัด สพป. น่าน เขต 1 ในระดับมาก ($r_{xy} = 0.957$, $P < .01$)

คำสำคัญ (Keywords) : ภาวะผู้บริหารด้านสร้างสรรค์; การบริหารโรงเรียนด้านวิชาการ

Abstract

The objectives of this Quantitative research were to study: 1) the creative leadership of school administrators and the academic service of the school administrators, and 2) the relationship between the creative leadership and the academic service of the school administrators at the educational opportunity expansion schools under Nan Primary Educational Service Area Office 1. A research sample consisted of 226 teachers by simple random sampling. The instrument used was a questionnaire. Statistical instrument used in data analysis included Pearson's Product Moment Correlation.

Received: 2024-11-18 Revised: 2024-11-28 Accepted: 2024-11-30

¹ สาขาบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย วิทยาลัยเชียงราย Master of Educational Administration, Graduate School, Chiangrai College. E-mail pittaya197@gmail.com

² อาจารย์ประจำ วิทยาลัยเชียงราย Lecturer of Chiangrai College. E-mail: CherdsakSu @ gmail.com

³ อาจารย์ประจำ วิทยาลัยเชียงราย Lecturer of Chiangrai College. E-mail: kamnuengt1965@gmail.com

⁴ อาจารย์ประจำ วิทยาลัยเชียงราย Lecturer of Chiangrai College. Corresponding author E-mail: Dr.W.siririth @ gmail.com

The results of the research showed that 1) the overall level of the creative leadership of school administrators was at the highest, with an average of mean = 4.55 and standard deviation = 0.54, and the overall level of the academic service of the school administrators was at the highest, with an average of mean = 4.63 and standard deviation = 0.52; and 2) there was a significant positive correlation between the creative leadership and the academic service of the school administrators in the educational opportunity expansion schools under Nan Primary Educational Service Area Office 1, with the high positive with the statistic significant ($r_{xy} = 0.957$, $P < .01$).

Keywords: creative leadership; academic administration

บทนำ (Introduction)

ภาวะผู้บริหรด้านสร้างสรรค์กับการบริหารโรงเรียนด้านวิชาการเป็นเรื่องที่สำคัญในการพัฒนาคุณภาพการศึกษาในด้านต่างๆ ผู้บริหารที่ใช้งานในการบริหารโรงเรียนด้านวิชาการจะสามารถผลักดันให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมในกระบวนการเรียนการสอน มีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้เพิ่มประสิทธิภาพในการเรียนรู้ มีการสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ที่เปิดโอกาสให้ นักเรียนได้แสดงออกทางความคิดสร้างสรรค์และการทำงานร่วมกัน มีการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเพื่อหา วิธีการใหม่ ๆ ที่จะช่วยแก้ไข้ปัญหาการเรียนการสอน นอกจากนี้การใช้ภาวะผู้บริหรยังสามารถช่วยพัฒนาความร่วมมือระหว่างครูและบุคลากรทางการศึกษา ให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการเรียนการสอน ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพ การศึกษาในระยะยาว และอาจรวมถึงการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง ด้านทรัพยากรที่เพียงพอ การ ฝึกอบรมที่เหมาะสมสำหรับบุคลากร การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างสถานศึกษา ชุมชน และองค์กร ต่าง ๆ นอกจากนี้ การสร้างแรงจูงใจและการยอมรับในด้านการสร้างสรรค์ของบุคลากรยังเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วย กระตุ้นให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมทางการศึกษา ภาวะผู้บริหรด้านสร้างสรรค์ เป็นการตอบสนองต่อบุคคลทางด้านความคิด จินตนาการ และการสร้างสรรค์ เพื่อให้บุคคลในโรงเรียนมองภาพไปในทิศทางเดียวกัน (บงกช วิจบ, 2560: 10) และโรงเรียนในสังกัด สพป. น่าน เขต 1 พบว่า สภาพการบริหารโรงเรียน ยังขาดการวิจัยในการพัฒนาการเรียนการสอน หลักสูตรและแผนการจัดการเรียนรู้ยังไม่สอดคล้องกับบริบทของโรงเรียน สื่อและแหล่งเรียนรู้มีจำนวนจำกัดที่อาจส่งผลให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนอยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำ (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา น่าน เขต 1, 2563: 1-2)

การจัดการศึกษานี้งานวิชาการเป็นหัวใจสำคัญ เพราะเป็นการสร้างให้ผู้เรียนมีคุณภาพ มีความรู้ มีจริยธรรม และมีคุณสมบัติที่ต้องการ ดังนั้นงานวิชาการจึงเป็นตัวบ่งชี้คุณภาพและความสำเร็จของโรงเรียนที่สามารถพิจารณาผลผลิตเชิงคุณภาพได้ ด้วยเหตุนี้ผู้บริหารจะได้เห็นความสำคัญของการบริหารโรงเรียนด้านวิชาการ ที่ผู้บริหารควรมีบทบาทสำคัญในการบริหารโรงเรียนด้านวิชาการและด้านการจัดการเรียนการสอน (ประภัสสร ทวีการ, 2565: 2) ซึ่งเป็นงานที่สำคัญของผู้บริหารมากที่สุด เป็นหัวใจหลักของการบริหาร ที่ผู้บริหารต้องมีความรู้ความสามารถ และมีภาวะผู้บริหรด้านการสร้างสรรค์ เพื่อเป็นรากฐานในการพัฒนาสถานศึกษา ทำให้การบริหารโรงเรียนด้านวิชาการประสบความสำเร็จ และบรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมาย เกิดคุณภาพแก่ผู้เรียน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้บริหรด้าน

สร้างสรรค์กับการบริหารโรงเรียนด้านวิชาการ เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนพัฒนาภาวะผู้นำให้สอดคล้องกับสภาพการเปลี่ยนแปลงในการบริหารจัดการสถานศึกษามีคุณภาพและประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาระดับภาวะผู้บริหารด้านสร้างสรรค์กับการบริหารโรงเรียนด้านวิชาการ โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัด สพป. น่าน เขต 1
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้บริหารด้านสร้างสรรค์กับการบริหารโรงเรียนด้านวิชาการ โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัด สพป. น่าน เขต 1

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยได้ศึกษาและใช้แนวคิดภาวะผู้บริหารด้านสร้างสรรค์ ตามแนวคิดของ สุภาพร โสภณ (2563: 4) จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ 1) ความยืดหยุ่น 2) จินตนาการ และ 3) วิสัยทัศน์ และการบริหารโรงเรียนด้านวิชาการ จากการสังเคราะห์องค์ประกอบด้วยผู้วิจัย จำนวน 6 ด้าน คือ 1) ด้านการพัฒนาหลักสูตรสถานศึกษา 2) ด้านการจัดกระบวนการเรียนรู้ 3) ด้านการพัฒนาสื่อและเทคโนโลยีทางการศึกษา 4) ด้านการวัดผลและประเมินการเรียนรู้ 5) ด้านการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ และ 6) ด้านการนิเทศการศึกษา

1.2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ บุคลากรโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัด สพป. น่าน เขต 1 จำนวน 38 โรงเรียน จำนวนรวมทั้งสิ้น 542 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ บุคลากรโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัด สพป. น่าน เขต 1 และกำหนดกลุ่มตัวอย่างด้วยตารางสำเร็จของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie และMorgan, 1970: 607-610) ด้วยการสุ่มอย่างง่าย ได้จำนวนรวมทั้งสิ้น 226 คน

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยใช้พื้นที่ในการวิจัย คือ โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัด สพป. น่าน เขต 1

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการระหว่าง 15 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2567 ถึง 15 มิถุนายน พ.ศ. 2567

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยที่ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตรวจสอบความเที่ยงเชิงเนื้อหา จำนวน 5 ท่าน และแบบสอบถามได้นำไปทดลองกับบุคลากรของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัด สพป น่าน เขต 2 จำนวน 30 ฉบับ เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นด้วยค่า สัมประสิทธิ์แอลฟา แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น มี 3 ตอน คือ ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามสภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถาม ภาวะผู้บริหารด้านสร้างสรรค์ มีลักษณะเป็นแบบประเมินค่า 5 ระดับ และตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถาม การบริหารโรงเรียนด้านวิชาการ มีลักษณะเป็นแบบประเมินค่า 5 ระดับ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยขอจดหมายจากบัณฑิตวิทยาลัย เพื่อขอรับรองการทำวิจัย และขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลถึงผู้บริหารโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัด สพพ. น่าน เขต 1 เพื่อเก็บข้อมูลด้วยการส่งแบบสอบถามไปทาง ไปรษณีย์ จำนวน 226 ฉบับ และได้มีการสอดซองติดดวงตราไปรษณียากร เพื่อให้ผู้สอบแบบสอบถาม สร้างส่งกลับถึงผู้วิจัยได้อย่างสะดวก เมื่อได้แบบสอบถามมาแล้ว ผู้วิจัยมาตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลในแบบสอบถาม และจะได้นำไปกรอกในโปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สถิติวิเคราะห์ คือ ความถี่และร้อยละ

4.2 การวิเคราะห์ภาวะผู้บริหารด้านสร้างสรรค์กับการบริหารโรงเรียนด้านวิชาการ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ คือ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

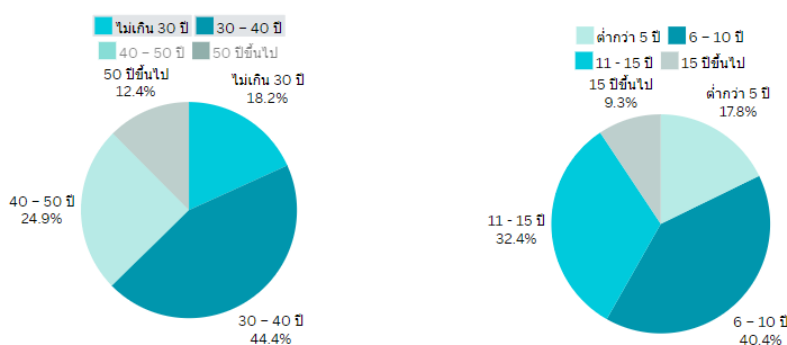
4.3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้บริหารด้านสร้างสรรค์กับการบริหารโรงเรียนด้านวิชาการ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation)

ผลการวิจัย (Research Results)

จากผลการวิจัย สรุปได้ดังนี้

1. พบว่าสถานภาพโดยรวมของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอายุ 30-40 ปี จำนวน 100 คน (ร้อยละ 44.4) รองลงมา คือ อายุ 40-50 ปี จำนวน 56 คน (ร้อยละ 24.9) อายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 41 คน (ร้อยละ 18.2) และ อายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 28 คน (ร้อยละ 12.4) ตามลำดับ ส่วนประสบการณ์ในการทำงานส่วนใหญ่ มีประสบการณ์ในการทำงาน 6-10 ปี จำนวน 91 คน (ร้อยละ 40.4) รองลงมา คือ ประสบการณ์ในการทำงาน 11-15 ปี จำนวน 73 คน (ร้อยละ 32.4) ประสบการณ์ในการทำงานต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 40 คน (ร้อยละ 17.8) และประสบการณ์ในการทำงาน 15 ปีขึ้นไป จำนวน 21 คน (ร้อยละ 9.3) ดังภาพที่ 1

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 226 คน



ภาพที่ 1 สถานภาพทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

2. ระดับภาวะผู้บริหารด้านสร้างสรรค์ โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัด สพป. น่าน เขต 1 เมื่อพิจารณาในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.55 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.54) และเมื่อพิจารณารายด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ด้านจินตนาการ (ค่าเฉลี่ย 4.59 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.59) รองลงมา คือ ด้านวิสัยทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 4.56 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.49) และด้านที่ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านความยืดหยุ่น (ค่าเฉลี่ย 4.52 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.58) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับภาวะผู้บริหารด้านสร้างสรรค์ โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัด สพป. น่าน เขต 1 โดยรวม

ภาวะผู้บริหารด้านสร้างสรรค์		(n = 226)		ระดับ	อันดับ
		$\bar{X}$	S.D.		
1	ด้านความยืดหยุ่น (X_1)	4.52	0.58	มากที่สุด	3
2	ด้านวิสัยทัศน์ (X_2)	4.56	0.49	มากที่สุด	2
3	ด้านจินตนาการ (X_3)	4.59	0.59	มากที่สุด	1
รวม		4.55	0.54	มากที่สุด	

3. ระดับการบริหารโรงเรียนด้านวิชาการ โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัด สพป. น่าน เขต 1 โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.63 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52) และเมื่อพิจารณารายด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยสามอันดับ คือ ด้านการพัฒนาหลักสูตรสถานศึกษา (ค่าเฉลี่ย 4.67 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.55) รองลงมา คือ ด้านการพัฒนาสื่อและเทคโนโลยีทางการศึกษา (ค่าเฉลี่ย 4.66 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.56) และ ด้านการการวัดผลและประเมินการเรียนรู้ (ค่าเฉลี่ย 4.65 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.53) และด้านที่ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการนิเทศการศึกษา (ค่าเฉลี่ย 4.59 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.55) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับการบริหารโรงเรียนด้านวิชาการ โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัด สพป. น่าน เขต 1 โดยรวม

การบริหารโรงเรียนด้านวิชาการ		(n = 226)		ระดับ	อันดับ
		$\bar{X}$	S.D.		
1	ด้านการพัฒนาหลักสูตรสถานศึกษา (y_1)	4.67	0.55	มากที่สุด	1
2	ด้านการจัดกระบวนการเรียนรู้ (y_2)	4.63	0.53	มากที่สุด	4
3	ด้านการพัฒนาสื่อและเทคโนโลยีทางการศึกษา (y_3)	4.66	0.56	มากที่สุด	2
4	ด้านการวัดผลและประเมินการเรียนรู้ (y_4)	4.65	0.53	มากที่สุด	3
5	ด้านการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ (y_5)	4.57	0.54	มากที่สุด	6
6	ด้านการนิเทศการศึกษา (y_6)	4.59	0.55	มากที่สุด	5
รวม		4.63	0.52	มากที่สุด	

4. ภาวะผู้บริหารด้านสร้างสรรค์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการบริหารโรงเรียนด้านวิชาการ โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัด สพป. น่าน เขต 1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r_{xy} = 0.957$, $P < .01$) ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้บริหารด้านสร้างสรรค์กับการบริหารโรงเรียนด้านวิชาการ

ภาวะผู้บริหาร ด้านสร้างสรรค์	โรงเรียนด้าน วิชาการ	การบริหาร						รวม (Y _{total})
		Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄	Y ₅	Y ₆	
X ₁		.883**	.945**	.886**	.923**	.950**	.945**	.957**
X ₂		.788**	.877**	.777**	.793**	.852**	.864**	.857**
X ₃		.902**	.942**	.956**	.879**	.918**	.939**	.959**
รวม (X _{total})		.889**	.953**	.906**	.896**	.938**	.948**	.957**

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

ผู้วิจัยนำเสนอการอภิปรายเป็นประเด็นดังนี้

1. ระดับภาวะผู้บริหารด้านสร้างสรรค์ พบว่า โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้บริหารและครูร่วมมือกันทั้งสองฝ่าย ร่วมคิดร่วมทำ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ เพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียน ส่งเสริมให้ครูจัดทำหลักสูตรให้มีความเหมาะสมกับสภาพสถานการณ์ปัจจุบัน ส่งเสริมให้ครูมีส่วนร่วมในการวัดผลและประเมินผลตามสภาพจริงและการใช้การวิจัยในการจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษา ส่งเสริมครูให้ใช้กระบวนการเรียนรู้กระตุ้นผู้เรียนให้แสวงหาความรู้ด้วยตนเอง ผู้บริหารจัดหาสื่อเทคโนโลยีมาใช้พัฒนากระบวนการเรียนการสอนให้มีคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บงกช วิจิตร (2560: 84) และ วสันต์ ชวกิจไพบูลย์ (2565: 105) พบว่า มีภาวะผู้บริหารด้านสร้างสรรค์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

2. ระดับการบริหารโรงเรียนด้านวิชาการ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้บริหารส่งเสริมให้บุคลากรในโรงเรียนพัฒนานำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในอนาคตอย่างมีคุณภาพและสร้างสรรค์ มีเหตุมีผล วิเคราะห์สถานการณ์ที่เกิดขึ้นได้ ใช้วิธีการที่หลากหลายในการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วสันต์ ชวกิจไพบูลย์ (2565: 105) พบว่า มีการบริหารโรงเรียนด้านวิชาการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

3. ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้บริหารด้านสร้างสรรค์กับการบริหารโรงเรียนด้านวิชาการ พบว่า โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์ทางบวก อยู่ในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ภาวะผู้บริหารด้านการสร้างสรรค์ ซึ่งมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อการบริหารโรงเรียนด้านวิชาการ ที่พัฒนาการศึกษาให้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลง รวมทั้งด้านการพัฒนาหลักสูตร ด้านการจัดกระบวนการเรียนรู้ ด้านการพัฒนาสื่อและเทคโนโลยีทางการศึกษา ด้านการวัดผลและประเมินการเรียนรู้ ด้านการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ และ ด้านการนิเทศการศึกษา เป็นการยกระดับผู้เรียนให้มีคุณภาพตามเป้าหมายที่กำหนด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วสันต์ ชวกิจไพบูลย์ (2565: 105) พบว่า มีภาวะผู้บริหารด้านการสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการบริหารโรงเรียนด้านวิชาการ

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

1. ภาวะผู้บริหารด้านสร้างสรรค์ โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัด สพป. น่าน เขต 1 มีค่าเฉลี่ยมากทุกด้าน เรียงจากมากไปหาน้อย คือ ด้านจินตนาการ ด้านวิสัยทัศน์ และด้านความยืดหยุ่นตามลำดับ
2. การบริหารโรงเรียนด้านวิชาการ โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัด สพป. น่าน เขต 1 มีค่าเฉลี่ยมากทุกด้าน เรียงจากมากไปหาน้อย คือ ด้านการพัฒนาหลักสูตร ด้านการพัฒนาสื่อและเทคโนโลยีทางการศึกษา ด้านการวัดผลและประเมินผลการเรียนรู้ ด้านการจัดกระบวนการเรียนรู้ ด้านการนิเทศศึกษา ด้านการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ ตามลำดับ
3. ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้บริหารด้านสร้างสรรค์กับการบริหารโรงเรียนด้านวิชาการ โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัด สพป. น่าน เขต 1 โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์ทางบวก อยู่ในระดับสูง และมีความสัมพันธ์กันรายด้าน เรียงจากมากไปหาน้อย คือ ด้านจินตนาการ ด้านความยืดหยุ่น และด้านวิสัยทัศน์ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้
 - 1.1. ผู้บริหารจากเขตพื้นที่ควรสนับสนุนและส่งเสริมให้มีการพัฒนาในด้านมีความยืดหยุ่น เพื่อให้ผู้บริหารมีความยืดหยุ่น ไม่ยึดติดการทำงานแบบเดิม สร้างบรรยากาศการทำงานที่ดี มีการเปลี่ยนแปลงแก้ไข กฎ ระเบียบ วิธีการทำงานที่เหมาะสมกับบริบทของโรงเรียนได้อย่างเหมาะสม
 - 1.2. ผู้บริหารจากเขตพื้นที่ควรสนับสนุนและส่งเสริมการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ เพื่อให้ผู้บริหารและครูร่วมกันแก้ไขปัญหาในการพัฒนาคุณภาพของผู้เรียนให้เป็นไปตามเป้าหมายของหลักสูตร
2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป
 - 2.1. ควรศึกษาภาวะผู้บริหารด้านสร้างสรรค์ที่ส่งผลกับการบริหารโรงเรียนด้านวิชาการ สังกัด สพป. น่าน เขต 1
 - 2.2. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำแบบอื่นกับการบริหารสถานศึกษา สังกัดสำนัก สพป. น่าน เขต 1 เช่น ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม หรือ ภาวะผู้นำแบบมีส่วนร่วม เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง (References)

- บงกช วิจบ. (2560). ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารโรงเรียนมัธยมศึกษาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7. วิทยานิพนธ์ การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ประภัสสร ทวีการ. (2565). การพัฒนาการบริหารงานวิชาการตามหลักไตรสิกขาในยุคฐานวิถีชีวิตใหม่ของโรงเรียนกลุ่มเครือข่ายส่งเสริมประสิทธิภาพการจัดการศึกษา จังหวัดปทุมธานี. วิทยานิพนธ์ ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพุทธบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- วสันต์ ชวกิจไพบูลย์. (2565). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์กับการดำเนินงานวิชาการของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยนาท. วิทยานิพนธ์ ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.

- สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 1. (2563). **แผนการบริหารจัดการโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา พ.ศ.2563-2565**. น่าน: สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 1.
- สุภาพร โสภณ. (2563). **ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรสมรรถนะสูงของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 21**. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- Krejcie, R. V. และ Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. **Educational and Psychological Measurement**. 30(3): 607-610.

การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และภาพลักษณ์ตราสินค้า ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
ผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดเชียงรายผ่านสื่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
Online Social Media Marketing and Brand Image Affecting the Decision to
Choose Community Products of Chiang Rai through Online Media

ฉันทาภรณ์ จันศรีนิยม¹ วรณ ศิลปสุวรรณชัย² พัชราภรณ์ เลขยันต์³ อุดมศักดิ์ ปัญญาเข้ม⁴ วีรพันธ์ ศรีฤทธิ์⁵
Chantaporn Junsriniyom, warun sinlapasuwanchai, Pacharaporn Lekyan,
Udomsak PanyaKhem, Weeraphan Siririth

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษา 1) ระดับการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ภาพลักษณ์ตราสินค้า และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน และ 2) การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และภาพลักษณ์ตราสินค้า ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดเชียงรายผ่านสื่อออนไลน์ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ด้วยการสุ่มอย่างง่าย แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการวิจัย ประกอบด้วย การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ภาพลักษณ์ตราสินค้า และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดเชียงรายผ่านสื่อออนไลน์ วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.479) ภาพลักษณ์ตราสินค้า โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.530) และ การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.441) และ 2) การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (X_1) และภาพลักษณ์ตราสินค้า (X_2) มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดเชียงรายผ่านสื่อออนไลน์ ($\hat{Y}_{tot}$) ที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ เท่ากับ 0.792 และมีประสิทธิภาพในการทำนายร้อยละ 62.5 มีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ เท่ากับ 0.130 ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสามารถเขียนเป็น สมการวิเคราะห์การถดถอย ได้ดังนี้

$$\hat{Y}_{tot} = 1.083 + 0.320 (X_1) + 0.425 (X_2)$$

คำสำคัญ (Keywords) : การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์; ภาพลักษณ์ตราสินค้า; ผลิตภัณฑ์ชุมชน

Abstract

This research aimed to study: 1) the level of online social media marketing, brand image and the decision to choose community products; and 2) online social media marketing and brand image affecting the decision to choose the community products of Chiang Rai

Received: 2024-11-18 Revised: 2024-11-30 Accepted: 2024-12-01

¹ อาจารย์ประจำ วิทยาลัยเชียงราย Lecturer of Chiangrai College. E-mail: Chantaporn.Junsriniyom@crc.ac.th

² อาจารย์ประจำ วิทยาลัยเชียงราย Lecturer of Chiangrai College. E-mail: warun.sinlapasuwanchai@crc.ac.th

³ อาจารย์ประจำ วิทยาลัยเชียงราย Lecturer of Chiangrai College. E-mail: Pacharaporn.Lekyan@crc.ac.th

⁴ อาจารย์ประจำ วิทยาลัยเชียงราย Lecturer of Chiangrai College. E-mail: Udomsak.PanyaKhem@crc.ac.th

⁵ อาจารย์ประจำ วิทยาลัยเชียงราย Lecturer of Chiangrai College. Corresponding author. E-mail: dr.w.siririth@gmail.com

through online media. The study used a quantitative research approach. The sample size consisted of 400 people. The instruments were the questionnaires, online social media marketing, brand image and the decision to choose the community products of Chiang Rai through the online media. The statistical tools used in data analysis were percentage, mean, standard deviation and multiple regressions of Stepwise regression method.

The results showed that 1) the online social media marketing, as a whole and an individual, was at a high level (mean = 4.479); the level of Brand Image, as a whole and an individual, was at the highest level (mean = 4.530); and the decision to choose the community products, as a whole and an individual, was at a high level (mean = 4.441); as well as, 2) for the online social media marketing (X_1) and brand image (X_2), all factors were affecting the decision to choose the community products of Chiang Rai through the online media in overall ($\hat{Y}_{tot}$). The correlation coefficient was equal to 0.792. Effectiveness in the prediction was 62.5 %, and the standard deviation of the prediction was 0.130. Its statistical significance was at .01 level. It was written as the following equation regression analysis was below.

$$\hat{Y}_{tot} = 1.083 + 0.320 (X_1) + 0.425 (X_2)$$

Keywords: online social media marketing; brand image; community products

บทนำ (Introduction)

ผลิตภัณฑ์ชุมชน (Community Product) เป็นผลผลิตจากคนในชุมชนรวมตัวกันผลิตขึ้นจากทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น ให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น และสอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น ตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือ โอท็อป (One Tambon One Product : OPTP) ในช่วงเวลาที่ประเทศเผชิญปัญหาทางเศรษฐกิจ ซึ่งมีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาสนับสนุนทางวิชาการ เทคโนโลยี และช่องทางการตลาด เพื่อให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็ง ผลิตภัณฑ์ชุมชนยังเป็นที่รู้จักกันเฉพาะคนในชุมชนเท่านั้น มีการซื้อขายอยู่วงแคบจำกัด คนภายนอกที่ต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน ต้องเดินทางไปซื้อเองที่ชุมชน ทำให้ต้องเสียเวลาและเสียค่าใช้จ่ายอย่างมาก และลูกค้าส่วนใหญ่เป็นคนในชุมชนกันเอง คนภายนอกที่จะมาซื้อจะเป็นนักท่องเที่ยวตามเทศกาลหรือฤดูกาล (วรรณา โชคบรรดาลสุข และสุตารัตน์ เทียนน้อย, 2562: 83) ผลิตภัณฑ์ชุมชน ยังประสบกับปัญหาด้วยข้อจำกัดคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ รูปแบบผลิตภัณฑ์ ยังขาดความทันสมัย บรรจุกฎที่ไม่โดดเด่นไม่สวยไม่เหมาะสมตามความต้องการของตลาด

ตราสินค้า (Brand) มีบทบาทและความสำคัญอย่างยิ่งต่อการวางแผนการตลาด เพราะตราสินค้าจะใช้เป็นกลยุทธ์หนึ่งเพื่อให้ผลิตภัณฑ์นั้นอยู่เหนือคู่แข่ง ทำให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจและรู้สึกว่าคุณภาพสินค้าจะมีคุณค่าและคุณภาพดีกว่าสินค้าที่ไม่มีตราสินค้า ตราสินค้าที่มีความแข็งแกร่งจะมีมูลค่ามหาศาล เมื่อซื้อขายกันโดยภาพลักษณ์ตราสินค้าเป็นการรับรู้ของผู้บริโภคที่จะเกิดขึ้นมากจากการเชื่อมโยงสิ่งต่างๆ เข้ากับตัวตราสินค้าที่มีอยู่ในความทรงจำของผู้บริโภค (Keller, 1993: 5 อ้างถึงใน อ้างถึงใน ศรีลักษณ์ กิจโสภา, 2565: 3) ซึ่งตราสินค้าที่มีภาพลักษณ์ที่ดีสามารถนำไปสู่การเกิดคุณค่าตราสินค้า เพราะภาพลักษณ์ตราสินค้าที่ดี ทำให้ผู้บริโภคเกิดความชื่นชอบ และแตกต่างจากตราสินค้าคู่แข่ง การสร้างความภักดีในตราสินค้า ที่เน้นการพัฒนาองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ ในด้าน คุณภาพ เอกลักษณ์ รูปแบบ บรรจุกฎ ชื่อ ตราสินค้า รวมไปถึง

การสร้างคุณค่าตราสินค้าเพื่อให้เข้าใจถึงพฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด (ธฤชิตา ไทยถาวร และศุภสิทธิ์ เลิศบัวสิน, 2562: 104)

ภาพลักษณ์ตราสินค้าเกิดจากการเชื่อมโยงสิ่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับตราสินค้าที่มีอยู่ในความทรงจำของผู้บริโภค เมื่อผู้บริโภคมีการเชื่อมโยงสิ่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับตราสินค้า จะทำให้ผู้บริโภคเกิดภาพลักษณ์และเข้าใจในสินค้าและบริการดีขึ้น สามารถแยกความแตกต่างได้ ซึ่งนำไปสู่การเกิดพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อตราสินค้าได้ ดังนั้นการศึกษาภาพลักษณ์ตราสินค้าหรือการวัดภาพลักษณ์ตราสินค้า จึงสามารถวัดได้จากการเชื่อมโยงสิ่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับตราสินค้าที่มีอยู่ในความทรงจำของผู้บริโภคให้เกิดภาพลักษณ์ขึ้นมา (Keller, 2009: 141 อ้างถึงใน รัชดา กาญจนศิริธำรง, 2561: 14) คือ 1) ตามคุณลักษณะของสินค้า (Attributes) 2) ตามคุณประโยชน์ของสินค้า (Benefits) และ 3) ตามทัศนคติที่มีต่อตราสินค้า (Brand Attitude)

ปัจจุบันทำการตลาดแบบเดิม (ออฟไลน์) อาจจะไม่ตอบสนองต่อผู้บริโภค และไม่เพียงพอ ควรดำเนินการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อโปรโมทสินค้า หรือสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภค ซึ่งอาจเรียกอีกชื่อว่า การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) (ณชัยศักดิ์ จุณณะปิยะ, 2566: 73) เครื่องมือสื่อสารการตลาดมีการปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์เพื่อให้มีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบันทำให้ แนวคิดทางการตลาดยุคใหม่เปลี่ยนมุมมอง และให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงผู้บริโภคเป็นสำคัญ และสร้างช่องทางการสื่อสารใหม่ๆ กับการสร้างคุณค่าตราผลิตภัณฑ์เพื่อใช้เป็นเครื่องมือทางการสื่อสารการตลาด จึงจะเห็นได้ว่า การตลาดผ่านสื่อออนไลน์เข้ามามีบทบาทสำคัญอย่างมาก ซึ่งสามารถประยุกต์มาใช้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนในแต่ละท้องถิ่นได้อย่างดี ที่ผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้นๆ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และเป็นจุดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์นั้นๆ (ณัฐวัฒน์ คณารักษ์สมบัติ และอุทัย ยะรี, 2566: 205-214)

การสร้างเครื่องมือทางการตลาด ซึ่งมีการใช้สื่อออนไลน์เพื่อสร้างมูลค่าและส่งต่อแพร่กระจายข้อมูลทางด้านการตลาด ซึ่งการติดต่อสื่อสารและการสร้างตราสินค้าให้บรรลุเป้าหมายตามความต้องการของธุรกิจหรือองค์กรนั้น เป้าหมายสำคัญทางการตลาดเพื่อเผยแพร่ข้อมูลเนื้อหาสู่ผู้บริโภค และเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการที่ได้หลากหลายรูปแบบของ การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่ง Balakrishnan et., al. (2014: 180 อ้างถึงใน ศิริลักษณ์ กิจโสภา, 2565: 11) ได้กล่าวว่า การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ 1) การสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Word of Mouth) 2) ชุมชนออนไลน์ (Online Community) และ 3) การโฆษณาออนไลน์ (Online Advertisement)

เชียงรายเป็นเมืองทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และประเพณีที่สืบทอดต่อกันอย่างยาวนานและมีความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่น รวมถึงภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น มีงานผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนต่าง ๆ ที่ได้รับความนิยมและมีชื่อเสียงที่สามารถสร้างรายได้อย่างต่อเนื่อง ปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้สินค้าขายได้มากขึ้น ก็คือ การส่งเสริมการขาย การสร้างตราสินค้า (Brand) ให้มีอัตลักษณ์ (Identity) และสร้างความน่าจดจำของสินค้า การทำให้บรรจุภัณฑ์ของสินค้าดูดี สามารถช่วยให้อุดขายเพิ่มสูงขึ้น อาจกล่าวได้ว่าการพัฒนาตราสินค้า อัตลักษณ์ และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ถือเป็นกระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าที่สำคัญกระบวนการหนึ่งที่ถูกนำมาใช้อย่างเห็นได้ทั่วไปในประเทศที่พัฒนาแล้ว (มานิชย์ นวลสระ และคณะ, 2564: 119-134)

จากความเป็นมา พบว่าหากผู้ประกอบการที่ต้องการขายผลิตภัณฑ์ชุมชน ถ้าได้ทราบถึง ภาพลักษณ์ตราสินค้า และการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ จะทำให้เพิ่มการแข่งขันผลิตภัณฑ์ชุมชนใหม่ๆ เกิดขึ้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจและต้องการที่จะศึกษา เรื่อง “การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และภาพลักษณ์ตราสินค้า ที่มี

ผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดเชียงรายผ่านสื่อออนไลน์” โดยผู้วิจัยมีความคาดหวังว่า ผลการวิจัยนี้ จะสามารถเป็นข้อมูลอ้างอิงให้กับผู้ประกอบการขายผลิตภัณฑ์ชุมชน และวางแผนทางการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาระดับการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ภาพลักษณ์ตราสินค้า และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน
2. เพื่อศึกษาการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และภาพลักษณ์ตราสินค้า ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดเชียงรายผ่านสื่อออนไลน์

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

งานวิจัยเรื่อง การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และภาพลักษณ์ตราสินค้า ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดเชียงรายผ่านสื่อออนไลน์ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีดำเนินการวิจัย ตามรายละเอียดดังนี้

1.ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และภาพลักษณ์ตราสินค้า ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดเชียงรายผ่านสื่อออนไลน์ ประกอบด้วยขอบเขตเนื้อหา ดังนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษา การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ตามแนวคิดของ Balakrishnan (Balakrishnan et., al, 2014: 180) ประกอบด้วย การสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-WOM) ชุมชนออนไลน์ (Online Community) และการโฆษณาออนไลน์ (Online Advertisement) และแนวคิดของภาพลักษณ์ตราสินค้า ตามแนวคิดของ Keller (Keller , 2009: 142) ประกอบด้วย คุณลักษณะของสินค้า (Attributes) คุณประโยชน์ของสินค้า (Benefits) และทัศนคติที่มีต่อตราสินค้า (Brand Attitude) และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดเชียงรายผ่านทางสื่อออนไลน์ ตามแนวคิด ของ Kotler, P. Keller, K.L. (2016: 195) ประกอบด้วย การรับรู้ถึงความต้องการด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

1.2 ขอบเขตด้านประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการวิจัย คือ กลุ่มคนที่เคยตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดเชียงรายผ่านสื่อออนไลน์ ที่มีอายุระหว่าง ตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป

กลุ่มตัวอย่างของการวิจัย ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนของกลุ่มคนที่เคยตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดเชียงรายผ่านสื่อออนไลน์ ที่มีอายุระหว่าง ตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน โดยใช้สูตรของ Cochran, W.G. 1977: 180 (ธำนิษฐ์ ศิลป์จารุ, 2555: 46) ที่มีอายุระหว่าง ตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยใช้พื้นที่ในการวิจัย คือ ร้านผลิตภัณฑ์ชุมชน อำเภอแม่สาย อำเภอแม่จัน และอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการระหว่าง เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2567 ถึง เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2567

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือสร้างขึ้นจากแนวคิดและทฤษฎี ที่แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง ตอนที่ 2 แบบสอบถาม เกี่ยวกับ ภาพลักษณ์ตราสินค้า จำนวน 15 ข้อ และการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 15 ข้อ และตอนที่ 3 แบบสอบถาม เกี่ยวกับ การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดเชียงรายผ่านทางสื่อออนไลน์ จำนวน 15 ข้อ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้ Google form สำหรับเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน มีอายุมากกว่า 18 ปีขึ้นไป ที่เคยตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดเชียงรายผ่านทางสื่อออนไลน์

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วยข้อความคำถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท) ความถี่ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน (ครั้ง) ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ (บาท) ความถี่ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน (ครั้ง) ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน (บาท) วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.2 การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ภาพลักษณ์ตราสินค้า และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดเชียงรายผ่านทางสื่อออนไลน์ ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์โดย การหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.3 การวิเคราะห์การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และภาพลักษณ์ตราสินค้า ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดเชียงรายผ่านทางสื่อออนไลน์ วิเคราะห์ โดยใช้สถิติการถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัย (Research Results)

จากผลการวิจัย เรื่อง การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และภาพลักษณ์ตราสินค้า ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดเชียงรายผ่านทางสื่อออนไลน์สรุปได้ ดังนี้

1. สถานภาพและข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 88.2) อาชีพเป็นพนักงานเอกชน (ร้อยละ 72.8) อายุระหว่าง 20-30 ปี (ร้อยละ 62.5) จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 68.4) รายได้เฉลี่ยเดือนละ 15,000-20,000 บาท (ร้อยละ 85.4) ความถี่ในการใช้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนประมาณ 1 ครั้ง/เดือน (ร้อยละ 70.2) และค่าใช้จ่ายในการใช้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนในแต่ละครั้ง ไม่เกิน 500 บาท/ครั้ง (ร้อยละ 72.5)

2. ระดับการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดเชียงราย โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.479$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ การสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ($\bar{X} = 4.521$) รองลงมา การโฆษณาออนไลน์ ($\bar{X} = 4.491$) และชุมชนออนไลน์ ($\bar{X} = 4.424$) ตามลำดับ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดเชียงราย

การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
1. การสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-WOM)	4.521	0.421	มากที่สุด
2. ชุมชนออนไลน์ (Online Community)	4.424	0.398	มาก

การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
3. การโฆษณาออนไลน์ (Online Advertisement)	4.491	0.384	มาก
รวม	4.479	0.253	มาก

3. ระดับภาพลักษณ์ตราสินค้า ของผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดเชียงราย โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.530$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ คุณลักษณะของสินค้า ($\bar{X} = 4.543$) รองลงมา คุณประโยชน์ของสินค้า ($\bar{X} = 4.538$) และทัศนคติที่มีต่อตราสินค้า ($\bar{X} = 4.509$) ตามลำดับ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับภาพลักษณ์ตราสินค้า ของผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดเชียงราย

ภาพลักษณ์ตราสินค้า	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
1. คุณลักษณะของสินค้า (Attributes)	4.543	0.380	มากที่สุด
2. คุณประโยชน์ของสินค้า (Benefits)	4.538	0.429	มากที่สุด
3. ทัศนคติที่มีต่อตราสินค้า (Brand Attitude)	4.509	0.291	มากที่สุด
รวม	4.530	0.250	มากที่สุด

4. ระดับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.441$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ พฤติกรรมภายหลังการซื้อ ($\bar{X} = 4.503$) รองลงมา การตัดสินใจซื้อ ($\bar{X} = 4.483$) การค้นหาข้อมูล ($\bar{X} = 4.446$) การรับรู้ถึงความต้องการ ($\bar{X} = 4.404$) และการประเมินทางเลือก ($\bar{X} = 4.362$) ตามลำดับ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน

การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
1. การรับรู้ถึงความต้องการ	4.404	0.262	มาก
2. การค้นหาข้อมูล	4.446	0.304	มาก
3. การประเมินทางเลือก	4.362	0.322	มาก
4. การตัดสินใจซื้อ	4.483	0.215	มาก
5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ	4.508	0.242	มากที่สุด
โดยภาพรวม	4.441	0.201	มาก

5) การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (X_1) และภาพลักษณ์ตราสินค้า(X_2) มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดเชียงรายผ่านสื่อออนไลน์ สามารถพยากรณ์ได้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ เท่ากับ 0.792 และมีประสิทธิภาพในการทำนายร้อยละ 62.5 มีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์เท่ากับ ± 0.130 ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อพยากรณ์ การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ภาพลักษณ์ตราสินค้า และ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดเชียงรายผ่านสื่อออนไลน์

ตัวแปร	b	SE _b	β	t	p-value	Tolerance	VIF
การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (X ₁)	0.320	0.027	.403	11.855	.000	.812	1.232
ภาพลักษณ์ตราสินค้า (X ₂)	0.425	0.027	0.528	15.525	.000	.812	1.232

ค่าคงที่ 1.083 ; Std.E = ±0.130 ; R = 0.792 ; R² = 0.627 Adj R² = 0.625;
F = 140.544 ; Durbin-Watson = 1.148

ซึ่งจะได้สมการถดถอยในรูปคะแนนดิบคือ

$$\hat{Y}_{tot} = 1.083 + 0.320 (X_1) + 0.425 (X_2)$$

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

ผู้วิจัยนำเสนอการอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ระดับการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดเชียงรายผ่านสื่อออนไลน์ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เป็นเพราะผู้บริโภคได้เห็นการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ พร้อมพิจารณา กับคนที่เคยใช้มาก่อนมารีวิวให้เห็นผลของผลิตภัณฑ์ผ่านกลุ่มออนไลน์ ที่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชีสา โชติลดาศิติกา (2559: 38-40) และ นัทรุทธัย ต้นสุหัช (2566: 39-51) พบว่า การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า

2. ระดับภาพลักษณ์ตราสินค้า ของผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดเชียงรายผ่านสื่อออนไลน์ โดย ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องจากผู้บริโภคมีความสนใจในลักษณะของ ผลิตภัณฑ์ และได้มีการศึกษาถึงประโยชน์ของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ มาก่อนแล้วจึงค่อยตัดสินใจเลือกซื้อ ซึ่งเป็น ภาพลักษณ์ตราสินค้าที่เห็นได้จากการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชดา กาญจนศิริธำรง (2561: 61-62) พบว่า ภาพลักษณ์ตราสินค้ามีผลกับการตัดสินใจเลือกซื้อ

3. ระดับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดเชียงรายผ่านสื่อออนไลน์ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับมาก เป็นเพราะในปัจจุบันผลิตภัณฑ์ชุมชนมีช่องทางการตลาดออนไลน์ที่หลากหลาย มีการโฆษณา สรรพคุณของผลิตภัณฑ์ ทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสที่ตัดสินใจเลือกซื้อ และพิจารณาได้อย่างรอบคอบเพื่อที่จะ ตัดสินใจสั่งซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นัทรุทธัย ต้นสุหัช (2566: 39-51) พบว่า การตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์ชุมชน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

4. ภาพลักษณ์ตราสินค้า และการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ ชุมชนของจังหวัดเชียงรายผ่านสื่อออนไลน์ เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์จะพบว่า ภาพลักษณ์ตราสินค้า (X₁) และการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (X₂) สามารถพยากรณ์ได้อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ .01 และมีประสิทธิภาพในการทำนายร้อยละ 62.5 เป็นเช่นนี้อาจเนื่องจาก ผู้บริโภคได้เล็งเห็นถึง ลักษณะเฉพาะและประโยชน์ของสินค้า ผ่านช่องทางออนไลน์ในรูปแบบต่าง ๆ และมีผู้บริโภคได้รีวิวผลิตภัณฑ์ ชุมชนถึงคุณภาพสินค้าอย่างมากก่อนที่จะตัดสินใจสั่งซื้อ ประกอบกับราคา และการโปรโมชันที่ผ่านการ โฆษณาออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรทิพย์ โอวาท และสุมาลี สว่าง (2564: 1024-1036) พบว่า ภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพร สอดคล้องกับงานวิจัยของ นัทรุทธัย ต้นสุหัช (2566: 39-51) พบว่า การตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน สอดคล้องกับ

งานวิจัยของ นภสร พุดระกุล สุทธิภัทร อัครวิชัยโรจน์ (2567: 13-22) พบว่า การตลาดออนไลน์และภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี วิจัยที่เกี่ยวข้อง และผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้องค์ความรู้ จากการวิจัยดังนี้

1. การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดเชียงรายผ่านสื่อออนไลน์ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ การสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ รองลงมา การโฆษณาออนไลน์ และชุมชนออนไลน์ ตามลำดับ
2. ภาพลักษณ์ตราสินค้า ของผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดเชียงรายผ่านสื่อออนไลน์ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ คุณลักษณะของสินค้า รองลงมา คุณประโยชน์ของสินค้า และทัศนคติที่มีต่อตราสินค้า ตามลำดับ
3. การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดเชียงรายผ่านสื่อออนไลน์ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ พฤติกรรมภายหลังการซื้อ รองลงมา การตัดสินใจซื้อ การค้นหาข้อมูล การรับรู้ถึงความต้องการ และการประเมินทางเลือก ตามลำดับ
4. การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และภาพลักษณ์ตราสินค้า ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดเชียงรายผ่านสื่อมีประสิทธิภาพในการทำนายร้อยละ 62.5

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้
ผลิตภัณฑ์ชุมชน ควรเน้นภาพลักษณ์ตรงสินค้า โดยเฉพาะทัศนคติต่อสินค้า และประโยชน์ของสินค้า เพื่อเป็นการโฆษณาผลิตภัณฑ์ให้ผู้บริโภคได้เลือกตัดสินใจในการสั่งซื้อสินค้า และ ควรเน้นการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทางที่หลากหลาย เช่น ดิจิตอล เฟซบุ๊ก และมีการไลฟ์สดในช่วงเวลาที่เหมาะสม เพื่อการตัดสินใจสั่งซื้อของ
2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป
 - 2.1 ควรศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ชุมชน หรือการตลาดออนไลน์
 - 2.2 ควรศึกษาองค์ประกอบปัจจัยเชิงลึกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน

เอกสารอ้างอิง (References)

- ชีสา โชติลดาศิตติกา. (2559). ปัจจัยด้านทัศนคติและการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแบบเฉพาะบุคคลผ่านช่องทางออนไลน์. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณชัยศักดิ์ จุณณะปิยะ. (2566). การตลาดสื่อสังคมออนไลน์. วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ. วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. 11(1): 64-76.
- ณัฐวัฒน์ คณารักษ์สมบัติ และอุทัย ยะรี. (2566). การสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อบรรลุนโยบายผู้ประกอบการในยุค New Normal. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี. 14(1): 205-214.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2555). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: แอคทีฟพริ้น.
- ธฤติดา ไทยถาวร และศุภสิทธิ์ เลิศบัวสิน. (2562). องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์และคุณค่าตราสินค้าที่มีผลต่อความภักดีในตราสินค้าของผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าในเขตพื้นที่จังหวัดชลบุรี. วารสารปัญญาภิวัฒน์ 11(1): 102-112.
- นภสร พุทธะกุล สุทธิภัทร อัครวิชัยโรจน์. (2567). การตลาดออนไลน์ ภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อการกระบวนกรตัดสินใจซื้อน้ำหอมแบรนด์ไทยผ่านทางแพลตฟอร์มออนไลน์. วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์. 7(1): 13-22.
- นัทธ์หทัย ต้นสุหัช. (2566). ปัจจัยการสื่อสารการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนตำบลม่อนปิ่น อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี. 5(2): 39-51.
- พรทิพย์ โอวาท และสุมาลี สว่าง. (2564). ปัจจัยภาพลักษณ์ตราสินค้าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรในจังหวัดปทุมธานี. ในการประชุมนำเสนอผลงานบัณฑิตศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 16 ปีการศึกษา 2564 (หน้า1024-1036). ปทุมธานี: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต.
- มานิชย์ นวลสระ น้ำเพชร เตปินสาย และชัชชญา ชุตินัฐภูวดล. (2564). แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และตราสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานระดับสากล จังหวัดเชียงราย. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี. 15(1): 119-134.
- รัชดา กาญจนศิริธำรง. (2561). ภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือเอไอเอสของกลุ่มวัยรุ่นในจังหวัดสงขลา. สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- วรรณา โชคบรรดาลสุข และสุดาร์ตน์ เทียนน้อย. (2562). พฤติกรรมของลูกค้านในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนผ่านสื่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. 7(2): 81-95.
- ศิริลักษณ์ กิจโสภา. (2565). บทบาทการตลาดสื่อออนไลน์ และประสบการณ์ตราสินค้าที่ส่งผลต่อความภักดีในตราสินค้าผ่านความผูกพันของลูกค้าและคุณค่าตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เบหมี/กล้วยเดี่ยวกิ่งสำเร็จรูป วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- Balakrishnan, B. K., Dahnil, M. I., & Yi, W. J. (2014). The impact of social media marketing medium toward purchase intention and brand loyalty among generation Y. **Procedia-Social and Behavioral Sciences**. 148: 177-185.
- Cochran, W.G. (1977). **Sampling techniques**. 3rd ed. New York: John Wiley & Sons.
- Keller, K. (1993). Conceptualizing, measuring and managing customer-based equity. **Journal of Marketing**. 57(1): 1-22.
- Keller, K. (2009). Building strong brands in a modern marketing communications environment. **Journal of Marketing Communications** 15 (2-3): 139-155.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2016). **Marketing management**. 15th ed. New York: Pearson Education Inc.

ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารสถานศึกษากับสมรรถนะหลักของครู
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตรัง เขต 2

The Relationship between Visionary Leadership of School Administrators
and the Core Competency of Teachers under Trang Primary Educational
Service Area Office 2

พชชนัน ไชยคช¹ สุนทรี วรรณไพเราะ²
Photchanan Chaikhot, Suntaree Wannapairo

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารสถานศึกษา 2) ศึกษาสมรรถนะหลักของครู และ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารสถานศึกษากับสมรรถนะหลักของครู โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตรัง เขต 2 ปีการศึกษา 2567 จำนวน 302 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารสถานศึกษา และแบบสอบถามสมรรถนะหลักของครู สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารสถานศึกษา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) สมรรถนะหลักของครู โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และ 3) ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารสถานศึกษากับสมรรถนะหลักของครู โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูง ($r = .752^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ (Keywords) : ภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์; สมรรถนะหลักของครู;
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตรัง เขต 2

Abstract

This research study aimed to: 1) investigate the visionary leadership of school administrators, 2) study the core competencies of teachers, and 3) study the relationship between the visionary leadership of school administrators and the core competencies of teachers. This was a quantitative research approach. The sample group consisted of 302 teachers from the Trang Primary Education Service Area Office 2 in the 2024 academic year. Research tools were the visionary leadership questionnaire for the school administrators, and the research of the core competencies questionnaire for teachers. The statistical instruments used for data analysis were

Received: 2024-11-19 Revised: 2024-12-01 Accepted: 2024-12-03

¹ นิสิตสาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ Graduate Student of Educational Administration, Faculty of Education, Thaksin University, Thailand. E-mail: photchanan6652@gmail.com

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ Lecturer of Educational Administration, Faculty of Education, Thaksin University, Thailand. E-mail: suntaree@tsu.ac.th

frequency, percentage, mean, standard deviation, and correlation coefficient.

Research findings revealed that: 1) the visionary leadership of the school administrators, overall, was at a high level. 2) The core competencies of teachers, overall, were at a high level. Also, 3) the Relationship between the visionary leadership of the school administrators and the core competency of the teachers was highly positive ($r = 0.752^{**}$), and was statistically significant at the 0.01 level.

Keywords: visionary leadership; core competency of teachers;

Trang Primary Educational Service Area Office 2

บทนำ (Introduction)

การศึกษาเป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาบุคคล สังคม และชาติ โดยมีบทบาทหลักในการพัฒนากำลังคนให้มีคุณภาพ ทั้งในด้านความรู้ ทักษะ และคุณธรรม เพื่อให้สามารถดำรงชีวิตร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงในศตวรรษที่ 21 ซึ่งการศึกษาช่วยให้คนมีความรู้และทักษะ พร้อมทั้งสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันระดับโลก ประเทศไทยได้ตระหนักถึงความสำคัญในการพัฒนาศักยภาพของประชาชนเพื่อให้มีทักษะและความรู้ที่เหมาะสมกับการพัฒนาประเทศ และสามารถแข่งขันในสังคมโลกได้อย่างยั่งยืน (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2560: 16) ซึ่งสอดคล้องกับพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ในมาตรา 6 ที่ระบุว่า การจัดการศึกษาจะต้องเป็นไปเพื่อพัฒนาคนไทยให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งร่างกาย จิตใจ สติปัญญา และความรู้ รวมถึงการเสริมสร้างคุณธรรม จริยธรรม และวัฒนธรรมในการดำรงชีวิตเพื่อให้สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข และมาตรา 22 ที่ระบุไว้อย่างชัดเจนว่าที่ว่า ผู้เรียนทุกคนมีความสามารถในการเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้ โดยเน้นให้ผู้เรียนเป็นศูนย์กลางการจัดการศึกษาจึงต้องส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาตนเองได้ตามธรรมชาติอย่างเต็มศักยภาพ (พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542, 2542: 3-6) ดังนั้น ผู้บริหารสถานศึกษาในฐานะที่เป็นผู้นำในการบริหารสถานศึกษาจึงต้องมีวิสัยทัศน์ในการบริหารจัดการคุณภาพ การศึกษาเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานสูงสุดขององค์กร (กุลชลี จงเจริญ, 2556: 25)

ภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนองค์กรให้ประสบความสำเร็จ โดยผู้นำยุคใหม่ต้องมีความสามารถในการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงให้เหมาะสมกับสถานการณ์ทั้งในปัจจุบันและอนาคต ผู้นำวิสัยทัศน์จะต้องมองเห็นปัญหาขององค์กรและเตรียมพร้อมที่จะปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น เพื่อให้สามารถนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จได้ ด้วยการสร้างความร่วมมือจากบุคลากรในองค์กร การทำงานร่วมกันในทิศทางเดียวกันจะช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งและเพิ่มขีดความสามารถในการรับมือกับความท้าทายใหม่ๆ และทำให้การเปลี่ยนแปลงนั้นเกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ (รักเกียรติ หงษ์ทอง และธนพงษ์ อุดมทรัพย์, 2559: 73) โดยภารกิจที่สำคัญของผู้บริหารที่จะต้องดำเนินการให้เห็นผลทั้งในด้านรูปธรรมและนามธรรม คือ การสร้างสมรรถนะในการปฏิบัติงานให้เกิดขึ้นกับครูในสถานศึกษา เพราะการที่ครูมีความสามารถและทักษะที่ดีในการปฏิบัติหน้าที่จะช่วยทำให้การบริหารจัดการงานหลักในสถานศึกษามีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น นั่นคือ ครูที่มีสมรรถนะจะสามารถทำหน้าที่ได้อย่างเต็มที่ ส่งผลให้การดำเนินงานในสถานศึกษาประสบความสำเร็จและมีคุณภาพตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ (อรภาญจน์ ฉะยิงกลาง, 2562: 4) จะเห็นได้ว่าสมรรถนะในการปฏิบัติงานของครูมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาโรงเรียนเพราะเป็น

คุณสมบัติที่ครูทุกคนในโรงเรียนจำเป็นต้องมีเพื่อผลักดันให้ประสิทธิภาพของโรงเรียนบรรลุตามเป้าประสงค์ที่วางไว้ อีกทั้งยังสามารถส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนให้มีระดับที่สูงขึ้น โดยในการพัฒนาประสิทธิภาพและประสิทธิผลของสถานศึกษานั้นจะต้องอาศัยผู้บริหารที่สร้างแรงบันดาลใจให้กับครูซึ่งผู้บริหารจะต้องเปิดโอกาสให้ครูได้พัฒนาสมรรถนะหลักในการทำงานและร่วมกันแก้ไขปัญหาต่างๆ ของโรงเรียนให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น (เกียรติสุดา ศรีลาชัย, 2560: 88) ดังนั้น ผู้บริหารโรงเรียนจึงเป็นบุคคลที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของโรงเรียน เป็นผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการนำโรงเรียนไปสู่เป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในทุกๆ ด้าน (ศุภวัฒน์ แยมจรัส, 2564: 223)

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตรัง เขต 2 เป็นหน่วยงานที่มีภารกิจในการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐาน ได้มีการกำหนดทิศทางการพัฒนาคุณภาพการศึกษา ภายใต้วิสัยทัศน์ที่ว่า “สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตรัง เขต 2 เป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูง มุ่งพัฒนาคุณภาพนักเรียน สู่สังคมอนาคตอย่างยั่งยืน” ทั้งนี้ยังมีเป้าประสงค์ คือ มุ่งพัฒนาผู้บริหาร ครู และบุคลากรทางการศึกษาให้เป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้ที่สามารถปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี พร้อมทั้งมีสมรรถนะ ความรู้ ความเชี่ยวชาญ จรรยาบรรณและมาตรฐานวิชาชีพ รวมถึงจิตวิญญาณความเป็นครู ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นว่าครู ผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรทางการศึกษา มีแนวทางการในการทำงานตามภารกิจและหน้าที่ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน สามารถร่วมกันพัฒนาคุณภาพการศึกษาให้ผู้เรียนได้รับการศึกษาที่มีคุณภาพตามมาตรฐาน (กลุ่มนโยบายและแผน สพป.ตรัง เขต 2, 2566: 65-80)

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารสถานศึกษากับสมรรถนะหลักของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตรัง เขต 2 ซึ่งผลการศึกษาค้นคว้าจะเป็นแนวทางในการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการสถานศึกษาของผู้บริหารเพื่อยกระดับคุณภาพการจัดการศึกษาต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารสถานศึกษา
2. เพื่อศึกษาสมรรถนะหลักของครู
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารสถานศึกษากับสมรรถนะหลักของ

ครู

สมมติฐานการวิจัย (Research Hypothesis)

ภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารสถานศึกษามีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับสมรรถนะหลักของครู

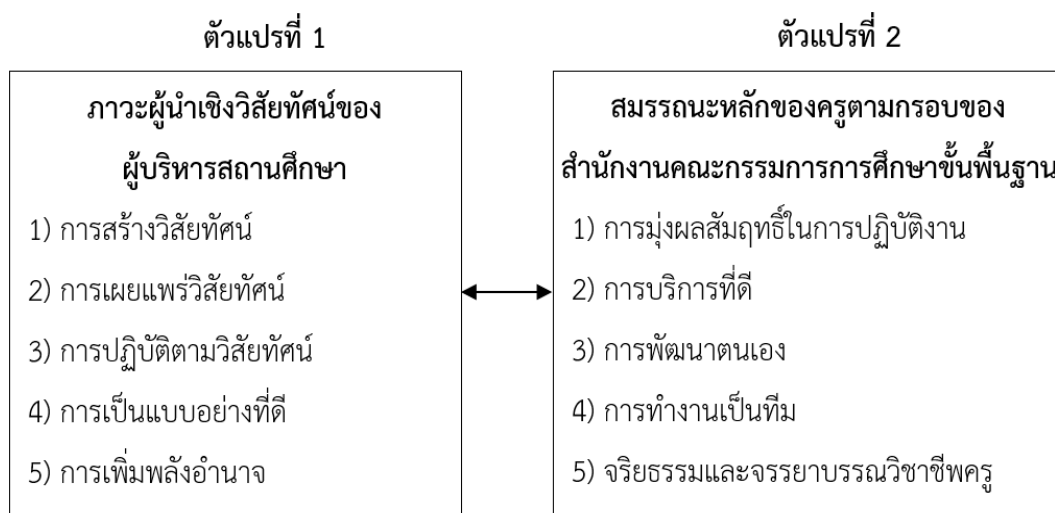
วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยได้สังเคราะห์องค์ประกอบของภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารสถานศึกษา ได้ 5 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) การสร้างวิสัยทัศน์ 2) การเผยแพร่วิสัยทัศน์ 3) การปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ 4) การเป็น

แบบอย่างที่ดี และ 5) การเพิ่มพลังอำนาจ โดยใช้เกณฑ์ในการพิจารณาองค์ประกอบที่มีความสอดคล้องและครอบคลุมกับแนวคิดและมีความถี่ร้อยละ 50 เพื่อกำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ทั้งนี้ได้ศึกษาองค์ประกอบสมรรถนะหลักของครูตามกรอบแนวคิดของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (2553: 2-7) มี 5 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) การมุ่งผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงาน 2) การบริการที่ดี 3) การพัฒนาตนเอง 4) การทำงานเป็นทีม และ 5) จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพครู ดังภาพประกอบ 1



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย (ที่มา: ผู้วิจัย)

1.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตรัง เขต 2 จำนวน 1,350 คน
กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตรัง เขต 2 ปีการศึกษา 2567 จำนวน 302 คน กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยเทียบจากตารางสำเร็จรูปของ (Krejcie and Morgan, 1970: 607–610) และสุ่มแบบแบ่งชั้นตามขนาดของสถานศึกษา จากนั้นสุ่มอย่างง่ายโดยวิธีการจับสลาก

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

โรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตรัง เขต 2 จำนวน 134 โรงเรียน

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ดำเนินการการวิจัยในปีการศึกษา 2567 ระหว่างเดือน พฤษภาคม-กันยายน พ.ศ. 2567

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 การวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามสภาพภาพของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบสำรวจรายการ จำนวน 5 ข้อ
จำแนกตามเพศ อายุ วุฒิการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน และขนาดของสถานศึกษา

ตอนที่ 2 แบบสอบถามระดับภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารสถานศึกษา มีลักษณะเป็นแบบสอบถาม แบบมาตราส่วนประมาณค่าชนิด 5 ระดับ จำนวน 28 ข้อ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามสมรรถนะหลักของครู มีลักษณะเป็นแบบสอบถาม แบบมาตราส่วนประมาณค่าชนิด 5 ระดับ จำนวน 27 ข้อ

2.2 นำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้จากการไปทดลองใช้มาหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตามวิธีของ (Cronbach, 1990) ซึ่งแบบสอบถามเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารสถานศึกษามีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .958 และแบบสอบถามเกี่ยวกับสมรรถนะหลักของครูมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .929

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

3.1 ขออนหนังสือรับรองและแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยทักษิณ ถึงผู้อำนวยการสถานศึกษา เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

3.2 นำหนังสือแนะนำตัวผู้วิจัย ถึงผู้อำนวยการโรงเรียน เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3 ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเอง และผ่านระบบ Google form จำนวนแบบสอบถามที่จัดส่งไปจำนวน 302 ฉบับ ได้รับคืนจำนวน 286 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 94.70

3.4 เมื่อรับแบบสอบถามคืน ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบความถูกต้อง สมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามเพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปตามขั้นตอน ดังนี้

4.1 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามเพศ อายุ วุฒิการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน และขนาดสถานศึกษา โดยการคำนวณหาค่าความถี่ ค่าเฉลี่ยและค่าร้อยละ

4.2 วิเคราะห์ระดับภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารสถานศึกษา โดยหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

4.3 วิเคราะห์ระดับสมรรถนะหลักของครู โดยหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

4.4 วิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารสถานศึกษากับสมรรถนะหลักของครู โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

ผลการวิจัย (Research Results)

1. ภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารสถานศึกษา พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก พิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการเป็นแบบอย่างที่ดี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ การเพิ่มพลังอำนาจ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ การเผยแพร่วิสัยทัศน์

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารสถานศึกษา โดยรวมและรายด้าน

ภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารสถานศึกษา	n = 286		ระดับ
	$\bar{X}$	S.D.	
1) การสร้างวิสัยทัศน์	4.4790	0.4237	มาก
2) การเผยแพร่วิสัยทัศน์	4.4248	0.4930	มาก
3) การปฏิบัติตามวิสัยทัศน์	4.4493	0.4686	มาก

ภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารสถานศึกษา	n = 286		ระดับ
	$\bar{X}$	S.D.	
4) การเป็นแบบอย่างที่ดี	4.4918	0.4450	มาก
5) การเพิ่มพลังอำนาจ	4.4802	0.4580	มาก
รวม	4.4650	0.4066	มาก

2. สมรรถนะหลักของครู พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านจริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพครู มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงาน และค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการบริการที่ดี

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) สมรรถนะหลักของครู โดยรวมและรายด้าน

สมรรถนะหลักของครู	n = 286		ระดับ
	$\bar{X}$	S.D.	
1) การมุ่งผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงาน	4.5007	0.4134	มาก
2) การบริการที่ดี	4.3765	0.3920	มาก
3) การพัฒนาตนเอง	4.4951	0.4051	มาก
4) การทำงานเป็นทีม	4.4662	0.3890	มาก
5) จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพครู	4.5483	0.3668	มากที่สุด
รวม	4.4773	0.3350	มาก

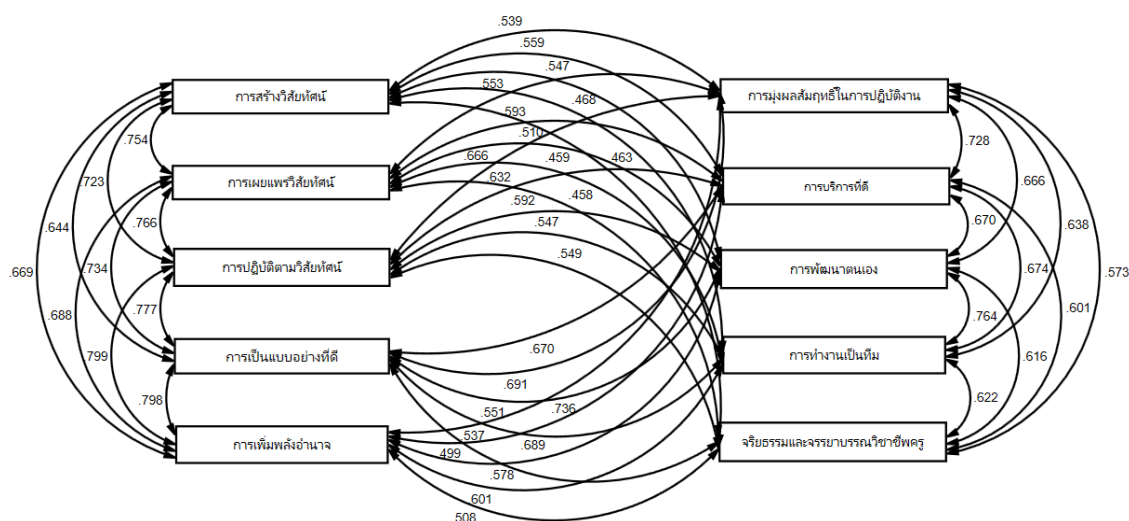
3. ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารสถานศึกษากับสมรรถนะหลักของครู พบว่า โดยรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ระหว่างภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารสถานศึกษากับสมรรถนะหลักของครู โดยรวมและรายด้าน

ภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ของ ผู้บริหารสถานศึกษา (x)	สมรรถนะหลักของครู (n=286)					
	การมุ่งผลสัมฤทธิ์ใน การปฏิบัติงาน (Y_1)	การบริการที่ดี (Y_2)	การพัฒนาตนเอง (Y_3)	การทำงานเป็นทีม (Y_4)	จริยธรรมและจรรยาบรรณ วิชาชีพครู (Y_5)	รวม
การสร้างวิสัยทัศน์ (x_1)	.539**	.559**	.547**	.468**	.463**	.606**
การเผยแพร่วิสัยทัศน์ (x_2)	.553**	.593**	.510**	.459**	.458**	.605**
การปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ (x_3)	.666**	.632**	.592**	.547**	.549**	.703**
การเป็นแบบอย่างที่ดี (x_4)	.691**	.670**	.551**	.537**	.499**	.695**

ภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ของ ผู้บริหารสถานศึกษา (x)	สมรรถนะหลักของครู (n=286)					
	การมุ่งผลสัมฤทธิ์ใน การปฏิบัติงาน (Y ₁)	การบริการที่ดี (Y ₂)	การพัฒนาตนเอง (Y ₃)	การทำงานเป็นทีม (Y ₄)	จริยธรรมและจรรยาบรรณ วิชาชีพครู (Y ₅)	รวม
การเพิ่มพลังอำนาจ (x ₅)	.736**	.689**	.578**	.601**	.508**	.733**
รวม	.717**	.708**	.625**	.588**	.558**	.752**

** ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01



ภาพประกอบ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารสถานศึกษากับสมรรถนะหลักของครู

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

1. ภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารสถานศึกษา พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ การเป็นแบบอย่างที่ดี การเพิ่มพลังอำนาจ การสร้างวิสัยทัศน์ การปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ และการเผยแพร่วิสัยทัศน์ ตามลำดับ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า สิ่งสำคัญประการแรกที่ผู้นำจะต้องมี คือ วิสัยทัศน์ โดยผู้บริหารสถานศึกษาจะต้องมีการสร้างทิศทางที่ชัดเจนที่สามารถมองเห็นภาพรวมในอนาคตและนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ผ่านการเผยแพร่วิสัยทัศน์ เช่น การประชุม การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและการทำกิจกรรมร่วมกัน ผู้บริหารควรมีการเสริมสร้างพลังอำนาจให้กับครูและบุคลากรโดยการมอบความรับผิดชอบและโอกาสในการตัดสินใจเพื่อร่วมกันขับเคลื่อนวิสัยทัศน์ของโรงเรียน โดยวิสัยทัศน์นี้จะเป็แนวทางในการวางแผนและดำเนินการต่างๆ เพื่อให้โรงเรียนมีคุณภาพและตอบสนองต่อความต้องการของนักเรียนและชุมชน นอกจากนี้ ผู้บริหารจะต้องเป็นแบบอย่างที่ดีในด้านการทำงาน การแสดงออกถึงจริยธรรม ความซื่อสัตย์ ความรับผิดชอบ และการเคารพในค่านิยมขององค์กร โดยการปฏิบัติอย่างมีคุณธรรมและมุ่งมั่นในการพัฒนาโรงเรียนจะช่วยสร้าง

แรงบันดาลใจให้ครูและบุคลากรในโรงเรียนปฏิบัติตามและเชื่อมั่นในการทำงานร่วมกันเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ตามที่กำหนดไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทักษิณ มวลมนตรี (2564: 149) ที่พบว่า ผู้บริหารสถานศึกษามีวิสัยทัศน์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปริญญา สมตัว และสุมิตรา ยาประดิษฐ์ (2566: 154) ที่พบว่า วิสัยทัศน์ของผู้บริหาร โดยรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก

2. สมรรถนะหลักของครู พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพครู และด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ การมุ่งผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงาน การพัฒนาตนเอง การทำงานเป็นทีม และการบริการที่ดี ทั้งนี้เป็นเพราะครูมีคุณสมบัติตามมาตรฐานและจรรยาบรรณวิชาชีพครู เป็นผู้มีความรู้ความเข้าใจบทบาทหน้าที่ของการเป็นครูที่ดี และมีประสิทธิภาพตามสมรรถนะหลักครู สอดคล้องกับ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (2553: 2-7) ที่มีสาระสำคัญว่า สมรรถนะหลักเป็นสมรรถนะที่ครูทุกคนต้องมีเพราะเป็นพื้นฐานที่สำคัญส่งผลให้การปฏิบัติงานในหน้าที่ของครูและบุคลากรทางการศึกษาประสบความสำเร็จ โดยครูนั้นต้องมีความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงานในหน้าที่ราชการให้มีคุณภาพและประสิทธิผล ประพฤติปฏิบัติตนให้ถูกต้องตามหลักคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพครูเพื่อสร้างความศรัทธาในวิชาชีพครู และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วินัย นาคำ (2560: 68) ที่พบว่า สมรรถนะหลักของครูตามเกณฑ์ตัวบ่งชี้สมรรถนะครูไทย โดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก

3. ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารสถานศึกษากับสมรรถนะหลักของครู พบว่า โดยรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยการเพิ่มพลังอำนาจมีความสัมพันธ์กับสมรรถนะหลักของครู มากที่สุด รองลงมาคือ การปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ การเป็นแบบอย่างที่ดี การสร้างวิสัยทัศน์ และการเผยแพร่วิสัยทัศน์ ตามลำดับ ทั้งนี้เป็นเพราะภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษามีความสำคัญต่อการพัฒนาสถานศึกษา เมื่อผู้บริหารมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนและมีทิศทางที่มั่นคง จะสามารถสร้างแรงบันดาลใจและกระตุ้นให้ครูทุกคนทำงานอย่างมุ่งมั่นและมีประสิทธิภาพ โดยการเพิ่มพลังอำนาจให้แก่ครูในการตัดสินใจและดำเนินการต่างๆ หรือ กิจกรรมการศึกษ้อื่นๆ เช่น การมอบความไว้วางใจให้ครูมีอิสระในการออกแบบการสอนและการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง จะช่วยเพิ่มแรงจูงใจให้ครูมีความรับผิดชอบในงานที่ทำและมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาการปฏิบัติงานให้มีผลสัมฤทธิ์ที่ดี ผู้บริหารจะต้องสนับสนุนให้ครูได้เรียนรู้และเติบโตในวิชาชีพเพื่อให้ครูมีความมุ่งมั่นในการทำงาน และนำไปสู่ผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงานที่ดีขึ้น ดังนั้น การมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนและการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพการศึกษาอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรกาญจน์ เฉียงกลาง (2562: 106) ที่พบว่า ภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับสมรรถนะการปฏิบัติงานของครูอยู่ในระดับสูง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัตนา คนไว (2565: 122) ที่พบว่า ภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารสถานศึกษาความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูงกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของครูในโรงเรียน

หากพิจารณาเป็นรายด้านสามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

3.1 ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงาน พบว่า โดยรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกอยู่ในระดับสูง ทั้งนี้เป็นเพราะผู้บริหารมีการกำหนดทิศทางและสร้างแรงบันดาลใจให้ครูและบุคลากรมีการพัฒนาการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง ส่งผลให้บุคลากรในสถานศึกษามีความมุ่งมั่นในการทำงาน เมื่อครูและบุคลากรเข้าใจและเชื่อมั่นในวิสัยทัศน์ของผู้บริหารก็จะมีแรงกระตุ้นในการพัฒนาตนเองและการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการที่ผู้บริหารส่งเสริมความมุ่งมั่นและการร่วมมือในองค์กรจะทำให้การดำเนินงานต่างๆ ใน

โรงเรียนมีทิศทางที่ชัดเจน และบรรลุผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาได้ตามที่ตั้งไว้ นอกจากนี้ การที่ผู้บริหารมีวิสัยทัศน์ที่ดีและสามารถสื่อสารให้ครูและบุคลากรเข้าใจ ก็จะช่วยให้ทุกคนทำงานไปในทิศทางเดียวกัน ส่งผลให้การพัฒนาการศึกษาในโรงเรียนเกิดผลสัมฤทธิ์ที่มีประสิทธิภาพและมีคุณภาพตามเป้าหมายที่ต้องการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เกียรติสุตา ศรีลาชัย (2560: 91) ที่พบว่า ภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษากับสมรรถนะหลักในการปฏิบัติงานของครู ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับค่อนข้างสูง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฎฐกิตติ์ บุญเก่ง (2565: 125) ที่พบว่า ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์ทางบวกอยู่ในระดับสูง

3.2 ด้านการบริการที่ดี พบว่า โดยรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เป็นเพราะผู้บริหารมีการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการให้บริการอย่างเต็มใจและมีคุณภาพ ครูจึงได้รับการกระตุ้นและสนับสนุนให้มีการให้บริการในการทำกิจกรรมต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่และเห็นอกเห็นใจผู้มารับบริการ ทั้งนักเรียน ผู้ปกครองและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ด้วยการพัฒนาและฝึกอบรมที่สอดคล้องกับความต้องการของแต่ละบุคคลเพื่อให้ครูสามารถเข้าใจและตอบสนองความต้องการได้อย่างเหมาะสม โดยการที่ครูมีทัศนคติที่ดีในการให้บริการจะช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับนักเรียนและผู้ปกครอง ส่งผลให้การจัดการเรียนการสอนและกิจกรรมต่างๆ มีประสิทธิภาพและเป็นที่ยอมรับในชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิษญา สุมณฑา (2565: 78) ที่พบว่า ทักษะภาวะผู้นำในศตวรรษที่ 21 ส่งผลต่อสมรรถนะหลักในการปฏิบัติงานของครู ด้านการบริการที่ดี มีความสัมพันธ์ทางบวกอยู่ในระดับปานกลาง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วราภรณ์ ศรีสมพงษ์ (2565: 75) ที่พบว่า ด้านการบริการที่ดี มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง

3.3 ด้านการพัฒนาตนเอง พบว่า โดยรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เป็นเพราะผู้บริหารมีการส่งเสริม สนับสนุน และสร้างแรงบันดาลใจให้ครูได้ศึกษาค้นคว้าหาความรู้และแสวงหาโอกาสในการพัฒนาตนเองผ่านช่องทางที่หลากหลาย เช่น การอบรมสัมมนา การเรียนรู้ร่วมกับเพื่อนครู หรือการใช้เทคโนโลยี เพื่อช่วยให้ครูมุ่งมั่นในการพัฒนาความรู้และทักษะใหม่ๆ ซึ่งการสนับสนุนนี้ทำให้ครูสามารถปรับตัวและนำแนวทางใหม่ๆ มาปรับใช้ในการสอน ส่งผลต่อการยกระดับคุณภาพการศึกษาของนักเรียนและการพัฒนาวิชาชีพครูให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติศักดิ์ ชัยสุพรรณ (2565: 150) ที่พบว่า ด้านการพัฒนาตนเอง โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุธิกานต์ บริเอก (2564: 299) ที่พบว่า ด้านการพัฒนาตนเอง โดยรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกระดับปานกลาง

3.4 ด้านการทำงานเป็นทีม พบว่า โดยรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เป็นเพราะผู้บริหารมีการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการทำงานร่วมกัน โดยผู้บริหารจะส่งเสริมให้ครูร่วมมือในการวางแผนจัดกิจกรรมต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพ มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์ในทีมงาน ซึ่งช่วยพัฒนาการสอนและการแก้ปัญหาในห้องเรียนให้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ การสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีในทีมจะช่วยเสริมสร้างความสามัคคีและบรรยากาศการทำงานที่เอื้อต่อการพัฒนาคุณภาพการศึกษาส่งผลให้ครูมีความมุ่งมั่นในการทำงานร่วมกันและมีการพัฒนาวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับงานวิจัยของ พุทธพงศ์ หลักคำ และ นิตยา วรรณกิตร์ (2560: 139) ที่พบว่า โดยรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกระดับปานกลาง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกียรติสุตา ศรีลาชัย (2560: 91) ที่พบว่า ด้านการทำงานเป็นทีม มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง

3.5 ด้านจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพครู พบว่า โดยรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เป็นเพราะผู้บริหารมีการสร้างบรรยากาศที่สนับสนุนการปฏิบัติตามจริยธรรมและจรรยาบรรณ

วิชาชีพครู กระตุ้นให้ครูมีความเสียสละและอุทิศตนเพื่อประโยชน์ของวิชาชีพและสังคม โดยการเป็นผู้นำที่ยึดมั่นในหลักจริยธรรมจะทำให้ครูเห็นถึงความสำคัญของการทำงานด้วยความซื่อสัตย์และมีความรับผิดชอบ ส่งผลให้ครูพัฒนาวิชาชีพและทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรวิชาชีพ สามารถช่วยยกระดับคุณภาพการศึกษาในโรงเรียนให้มีความยั่งยืน สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิษญา สุมนธา (2565: 78) ที่พบว่า ด้านจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพครู มีความสัมพันธ์ทางบวกอยู่ในระดับปานกลาง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติศักดิ์ ชัยสุพรรณ (2565: 152) ที่พบว่า ด้านจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพครู โดยรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

การศึกษาในครั้งนี้ได้ค้นพบว่า วิสัยทัศน์ของผู้บริหารสถานศึกษามีส่วนสำคัญต่อการพัฒนาสมรรถนะหลักของครู โดยการที่ผู้บริหารมีภาวะผู้นำที่แข็งแกร่งและมีวิสัยทัศน์ชัดเจน จะช่วยส่งเสริมให้ครูมีความมุ่งมั่นในการพัฒนาตนเองและปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ ผลการวิจัยได้ชี้ให้เห็นว่า เมื่อผู้บริหารมีภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์อยู่ในระดับสูงก็จะส่งผลให้สมรรถนะหลักของครูในด้านต่างๆ เช่น การพัฒนาตนเอง การมุ่งผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงาน การทำงานเป็นทีม จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพครู และการให้บริการที่ดี มีระดับสูงขึ้นด้วย ดังนั้น การพัฒนาภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยเสริมสร้างความสำเร็จในการพัฒนาคุณภาพการศึกษาของโรงเรียน และทำให้ครูสามารถพัฒนาความสามารถและทักษะในการทำงานได้อย่างเต็มที่ ส่งผลให้การจัดการศึกษามีคุณภาพและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ภาวะผู้นำที่ผู้บริหารควรให้ความสำคัญมากที่สุด คือ การเผยแพร่วิสัยทัศน์ โดยผู้บริหารควรใช้วิธีการที่เหมาะสมในการโน้มน้าวและจูงใจครูและบุคลากรเพื่อให้ยอมรับวิสัยทัศน์ของสถานศึกษา ซึ่งการสื่อสารวิสัยทัศน์อย่างชัดเจนจะช่วยทำให้ครูและบุคลากรมีความมุ่งมั่นและร่วมมือกันในการดำเนินงานตามวิสัยทัศน์ของสถานศึกษาและพัฒนาสถานศึกษาให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลตามเป้าหมายของสถานศึกษา

1.2 สมรรถนะหลักของครูที่ผู้บริหารควรให้ความสำคัญมากที่สุด คือ การบริการที่ดี โดยผู้บริหารควรมีการส่งเสริมให้ครูได้ปรับปรุงและพัฒนากระบวนการให้บริการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพของการบริการอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ครูเกิดความพึงพอใจในการทำงาน และสามารถทำงานได้อย่างเต็มศักยภาพ

1.3 ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารสถานศึกษาโดยรวมมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เมื่อภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารสถานศึกษาสูงก็จะส่งผลให้สมรรถนะหลักครูสูงเช่นเดียวกัน ดังนั้น ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการเพิ่มพลังอำนาจ โดยการส่งเสริมและสนับสนุนให้ครูมีอิสระในการปฏิบัติหน้าที่ตามความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ของตนเองอย่างเหมาะสมเพื่อให้ครูสามารถแสดงศักยภาพของตนได้อย่างเต็มที่ โดยไม่ถูกจำกัดด้วยกรอบหรือข้อบังคับที่ไม่จำเป็น ซึ่งการให้ความไว้วางใจและอำนาจในการตัดสินใจจะทำให้ครูรู้สึกมีความรับผิดชอบและกระตือรือร้นในการพัฒนางาน และมีความเชื่อมั่นว่าสามารถทำงานให้บรรลุตามเป้าหมายของสถานศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารสถานศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาประสิทธิภาพของผู้บริหารสถานศึกษา

2.2 ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อสมรรถนะหลักของครูเพื่อให้ผู้บริหารใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมสนับสนุน และพัฒนาสมรรถนะหลักครูให้เกิดประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายในการพัฒนาวิชาชีพของครู

2.3 ควรมีการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารสถานศึกษากับสมรรถนะหลักของครูจากกลุ่มตัวอย่างเขตพื้นที่การศึกษาอื่น ๆ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาภาวะผู้นำในโอกาสต่อไป

เอกสารอ้างอิง (References)

- กลุ่มนโยบายและแผน สพป.ตรัง เขต 2. (2566). แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567. ตรัง: สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตรัง เขต 2.
- กิตติศักดิ์ ชัยสุพรรณ. (2565). ปัจจัยทางการบริหารที่ส่งผลต่อสมรรถนะหลักของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร เขต 1. วิทยานิพนธ์ ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- กุลชลี จงเจริญ. (2556). หน่วยที่ 2 ภาวะผู้นำและการบริหารการเปลี่ยนแปลงการประมวลสาระชุดวิชาการพัฒนาทักษะและประสบการณ์วิชาชีพสำหรับผู้นำทางการศึกษา หน่วยที่ 1-5. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://readonline.ebookstou.org/flipbook/19333/mobile/index.html#p=1> สืบค้นเมื่อ 12 มิ.ย. 2567.
- เกียรติสุดา ศรีลาชัย. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนกับสมรรถนะหลักในการปฏิบัติงานของครูกลุ่มโรงเรียนศรีราชา 1 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชลบุรี เขต 3. วิทยานิพนธ์ การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ณัฐกิตติ์ บุญเก่ง. (2565). ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษากับสมรรถนะครูในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปัตตานี เขต 2. วิทยานิพนธ์ ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.
- ทักษิณ มวลมนตรี. (2564). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารโรงเรียนและแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์ ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- ปริญญ์ สมตัว และสมิตรา ยาประดิษฐ์ (2566). วิสัยทัศน์ของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรปราการ เขต 1. วารสารสมาคมพัฒนาวิชาชีพการบริหารการศึกษาแห่งประเทศไทย (สพบท.). 5(4): 148-162.
- พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542. (2542, 19 สิงหาคม). ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 116 ตอนที่ 74 ก.
- พิชญา สมณฑา. (2565). ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารที่ส่งผลต่อสมรรถนะหลักของครูในโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 1. วิทยานิพนธ์ ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

- พุทธพงศ์ หล้าคำ. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษากับการทำงานเป็นทีมของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2. **วารสารวิชาการธรรมทรรศน์**. 17(3): 139-144.
- รักเกียรติ หงษ์ทอง และธนพงษ์ อุดมทรัพย์. (2559). ภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ในบริบทการนำการเปลี่ยนแปลง. **วารสารมนุษยสังคมปริทัศน์**. 18(2): 73-87.
- รัตนา คนไฉ. (2565). ภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของครูในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสมุทรสาคร. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาการศึกษา. มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- วรารณ ศรีสมพงษ์. (2565). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษากับสมรรถนะในการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนในอำเภอเมืองจันทบุรี สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาจันทบุรี ตราด. วิทยานิพนธ์ การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วินัย นาคำ. (2560). สมรรถนะหลักของครูตามเกณฑ์ตัวบ่งชี้สมรรถนะครูไทยสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานของโรงเรียนศรีมหาโพธิ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ศุภวัฒน์ แยมจรัส และคณะ. (2564). รูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์สำหรับหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ในสถานศึกษาสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสุราษฎร์ธานี ชุมพร ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี. **วารสารรัชต์ภาคย์**. 15(42): 220-235.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2553). **คู่มือประเมินสมรรถนะครู (ฉบับปรับปรุง)**. กรุงเทพฯ: กระทรวงศึกษาธิการ.
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2560). **แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579**. กรุงเทพฯ: พริกหวานกราฟฟิค.
- สุธิกานต์ บริเอก. (2564). ภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของครูผู้สอนในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 22. วิทยานิพนธ์ ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- อรกาญจน์ ฉะยิงกลาง. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารสถานศึกษากับสมรรถนะการปฏิบัติงานของครูในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบุรีรัมย์เขต 3. วิทยานิพนธ์ ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- Cronbach, L. J. (1990). **Essentials of psychological testing**. (5th ed.). New York: Harper Collins Publishers.
- Krejcie, R.V., & D.W. Morgan. (1970). Determining sample size for Research activities. **Educational and Psychological Measurement**. 30(3): 607-610.

ปัจจัยส่วนผสมการตลาดกับภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจคุณภาพการ
บริการร้านบุฟเฟต์ชาบูของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
Factors of Marketing Mixed and Brand Image Influencing on the Customer
Satisfaction Service Quality at Shabu Buffet Restaurant in Muang District,
Chiang Rai

จีรพร วงศ์ขัติย์¹ ณัฏพล หลั่งนาค² สายชล บุญรอด³ กนกวรรณ พุทธหน่อแก้ว⁴ วีรพันธุ์ ศิริฤทธิ์⁵
Jeeraporn Wongkhut, Natchpol Lungnak, Saichon Bunrod, Kanokwan Puttanorkaew,
Weeraphan Siririth

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับปัจจัยส่วนผสมการตลาด ภาพลักษณ์ตราสินค้า และความพึงพอใจคุณภาพการบริการ และ 2) ปัจจัยส่วนผสมการตลาดกับภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจคุณภาพการบริการร้านบุฟเฟต์ชาบูของผู้บริโภค เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยการสุ่มอย่างง่าย กลุ่มตัวอย่าง 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัย คือ ปัจจัยส่วนผสมการตลาด ภาพลักษณ์ตราสินค้า และความพึงพอใจคุณภาพการบริการร้านบุฟเฟต์ชาบู เก็บข้อมูลผ่าน Google Form วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ คือ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ร้อยละ และการถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับปัจจัยส่วนผสมการตลาด โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.424) ระดับภาพลักษณ์ตราสินค้า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.430) และ ระดับความพึงพอใจคุณภาพการบริการร้านบุฟเฟต์ชาบู โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.432) และ 2) ปัจจัยส่วนผสมการตลาด (X_1) กับภาพลักษณ์ตราสินค้า (X_2) มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจคุณภาพการบริการร้านบุฟเฟต์ชาบูของผู้บริโภค ($\hat{Y}_{tot}$) มีประสิทธิภาพการทำนาย ร้อยละ 78.4 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ = .886 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และความคลาดเคลื่อน = 0.106 ซึ่งสามารถเขียนเป็น สมการวิเคราะห์การถดถอย ได้ดังนี้

$$\hat{Y}_{tot} = .524 + .807 (X_1) + .077 (X_2)$$

คำสำคัญ (Keywords) : ปัจจัยส่วนผสมการตลาด; ภาพลักษณ์ตราสินค้า; คุณภาพการบริการ

Received: 2024-11-20 Revised: 2024-12-03 Accepted: 2024-12-04

¹ อาจารย์ประจำ วิทยาลัยเชียงราย Lecturer of Chiangrai College. E-mail: jeerat20@hotmail.co.th

² อาจารย์ประจำ วิทยาลัยเชียงราย Lecturer of Chiangrai College. E-mail:
natchapollungnak@hotmail.com

³ อาจารย์ประจำ วิทยาลัยเชียงราย Lecturer of Chiangrai College. E-mail: Saichon.Bunrod@crc.ac.th

⁴ อาจารย์ประจำ วิทยาลัยเชียงราย Lecturer of Chiangrai College. E-mail:
Kanokwan.puttanorkaew@crc.ac.th

⁵ อาจารย์ประจำ วิทยาลัยเชียงราย Lecturer of Chiangrai College. Corresponding author. E-mail:
dr.w.siririth@gmail.com

Abstract

This objective research aimed to study: 1) the level of factors of marketing mixed, brand image and the customer satisfaction service quality; and 2) factors of marketing mixed and brand image influencing on the customer satisfaction service quality at Shabu Buffet Restaurant. The study employed a quantitative research approach. The sample group consisted of 400 people. The instruments were the questionnaires, factors of marketing mixed, brand image and the customer satisfaction service quality at Shabu Buffet Restaurant. Data were collected through Google form. The statistical tools used in data analysis were mean, standard deviation, percentage and multiple regressions.

The results showed that 1) the level of factors of marketing mixed, as a whole and an individual, were at a high level (mean = 4.424); the level of brand image, as a whole and an individual, were at a high level (mean = 4.430); and the customer satisfaction service quality at Shabu Buffet Restaurant, as a whole and an individual, was at a high level (mean = 4.432). Also, 2) all factors of marketing mixed (X_1) and brand image (X_2) were influencing on the customer satisfaction service quality at Shabu Buffet Restaurant in overall ($\hat{Y}_{tot}$). Effectiveness in the prediction was 78.4 %. The correlation coefficient was equal to .886. Its statistical significance was at .01 level and the standard deviation of the prediction was 0.106. It was written as the following equation regression analysis was below.

$$\hat{Y}_{tot} = .524 + .807 (X_1) + .077 (X_2)$$

Keywords: factors of marketing mixed; brand image; service quality

บทนำ (Introduction)

ธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ชาบูมีหลากหลายรูปแบบ โดยชาบูนั้นเป็นอาหารหม้อไฟชนิดหนึ่ง คล้ายกับสุกี้ก็มีส่วนผสมหลากหลายชนิด เช่น ผัก เนื้อสัตว์หั่นบาง ๆ ปลาดิบ และอาหารทะเล จึงทำให้มีรสชาติและเป็นที่นิยมในประเทศไทย อาจเนื่องมาจากเป็นอาหารที่ปรุงสุกสดใหม่ และสามารถรับประทานได้ทันที วิธีการปรุงอาหารชาบูมีความพิถีพิถัน และคุณภาพอาหารมีความสดใหม่ รสชาติถูกปากคนไทยหลาย ๆ คน ปัจจุบันร้านอาหารประเภทชาบูได้เปิดดำเนินการเป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดการแข่งขันในธุรกิจ โดยแต่ละแบรนด์ก็พยายามสร้างความแตกต่างและจุดเด่นที่เป็นตัวของตัวเอง และทำให้ผู้บริโภคมาใช้บริการและกลับมาใช้บริการใหม่อีกครั้ง (วีรสิทธิ์ จันทนา และชุติมา เกศดาอยู่รัตน์, 2566: 63-64)

ส่วนผสมการตลาดยุคใหม่ 4E มีการพัฒนากลยุทธ์ให้ครอบคลุมและเหมาะสมกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป โดยใช้แนวคิดของ Brian Fetherstonhaugh (วีรพร สุวนันท์รัตน์ และบุญญาดา นาสุมบูรณ์, 2565: 287) ที่ประกอบด้วย การสร้างประสบการณ์ (Experience) การสร้างคุณค่า (Exchange) การเข้าถึงผู้บริโภค (Everywhere) และการสร้างความสัมพันธ์ (Evangelism) ใช้เป็นแนวทางดำเนินการทางธุรกิจได้

ธุรกิจร้านบุฟเฟ่ต์ชาบู มีรูปแบบของร้านบุฟเฟ่ต์ชาบูที่หลากหลาย เหตุนี้จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษา ปัจจัยส่วนผสมการตลาด กับภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจคุณภาพการบริการร้านบุฟเฟ่ต์ชาบูของผู้บริโภค โดยจะทำการศึกษาปัจจัยส่วนผสมการตลาดกับภาพลักษณ์ตราสินค้าเพื่อให้ผู้ที่

สนใจประกอบธุรกิจร้านบุฟเฟต์ชาบู ได้ทราบถึงปัจจัยในส่วนต่างๆ และภาพลักษณ์ตราสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยส่วนผสมการตลาด ภาพลักษณ์ตราสินค้า และ ความพึงพอใจคุณภาพการบริการร้านบุฟเฟต์ชาบูของผู้บริโภค
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนผสมการตลาดกับภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจคุณภาพการบริการร้านบุฟเฟต์ชาบูของผู้บริโภค

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยได้ศึกษา แนวคิด ปัจจัยส่วนผสมการตลาด ใช้แนวคิดของ Brian Fetherstonhaugh (Brian Fetherstonhaugh, 2009) ประกอบด้วย 4 ปัจจัย คือ การสร้างประสบการณ์ (Experience) การสร้างคุณค่า (Exchange) การเข้าถึงผู้บริโภค (Everywhere) และการสร้างความสัมพันธ์ (Evangelism) ภาพลักษณ์ตราสินค้า ภาพลักษณ์ตราสินค้า ใช้แนวคิดของ Keller (Keller, 2009: 142) ประกอบด้วย คุณลักษณะของสินค้า (Attributes) คุณประโยชน์ของสินค้า (Benefits) และ ทศนคติที่มีต่อตราสินค้า (Brand Attitude) และความพึงพอใจคุณภาพการบริการร้านบุฟเฟต์ชาบูของผู้บริโภค

1.2 ขอบเขตด้านประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการวิจัย คือ คนที่อยู่ในเขตเมืองเชียงราย มีอายุมากกว่าหรือเท่ากับ 18 ปีขึ้นไปที่เคยใช้บริการร้านบุฟเฟต์ชาบู

กลุ่มตัวอย่างของการวิจัย คือ คนที่อยู่ในเขตเมืองเชียงราย มีอายุมากกว่าหรือเท่ากับ 18 ปีขึ้นไปที่เคยใช้บริการร้านบุฟเฟต์ชาบู จำนวน 400 คน คำนวณจากสูตรของ Cochran, W.G. 1977: 180 (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555: 46)

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยใช้พื้นที่ในการวิจัย คือ ร้านบุฟเฟต์ชาบู เขตเมืองเชียงราย จำนวน 14 ร้าน

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการระหว่าง เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2567 ถึง เดือนกันยายน พ.ศ. 2567

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นเป็นเครื่องมือวิจัย ที่ผ่านผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน โดยแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน คือ ตอนที่ 1 check list ของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 Rating Scales ของปัจจัยส่วนผสมการตลาด กับภาพลักษณ์ตราสินค้า จำนวน 35 ข้อ และตอนที่ 3 Rating Scales ของความพึงพอใจคุณภาพการบริการร้านบุฟเฟต์ชาบูของผู้บริโภค จำนวน 15 ข้อ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลการวิจัยด้วยตนเองผ่าน Google Form กับกลุ่มตัวอย่าง ที่เคยใช้บริการร้านบุฟเฟต์ชาบู เขตเมืองเชียงราย และตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล ได้จำนวน 400 ชุด เพื่อไปวิเคราะห์ข้อมูล

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 วิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง เช่น เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท) ความถี่ในการบริโภคบุฟเฟต์ชาบู (ครั้ง) ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการบริโภคบุฟเฟต์ชาบู (บาท) วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ และร้อยละ

4.2 วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนผสมการตลาด, ภาพลักษณ์ตราสินค้า และความพึงพอใจคุณภาพการบริการร้านบุฟเฟต์ชาบูของผู้บริโภค ด้วย ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนผสมการตลาดกับภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจคุณภาพการบริการร้านบุฟเฟต์ชาบูของผู้บริโภค ใช้สถิติการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

ผลการวิจัย (Research Results)

จากผลการวิจัย สรุปได้ดังนี้

1. สถานภาพและข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 84.5) มีอายุระหว่าง 18-21 ปี (ร้อยละ 72.4) ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา (ร้อยละ 65.6) ความถี่ในการบริโภคบุฟเฟต์ชาบู ประมาณ 2 ครั้ง/เดือน (ร้อยละ 78.5) และค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการบริโภคบุฟเฟต์ชาบู ในแต่ละครั้ง 200-300 บาท/ครั้ง (ร้อยละ 84.2)

2. ระดับปัจจัยส่วนผสมการตลาด โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.424$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ การสร้างความสัมพันธ์ (Evangelism) ($\bar{X} = 4.483$) รองลงมา การสร้างคุณค่า (Exchange) ($\bar{X} = 4.446$) และการสร้างประสบการณ์ (Experience) ($\bar{X} = 4.404$) ตามลำดับ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การเข้าถึงผู้บริโภค (Everywhere) ($\bar{X} = 4.362$) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยส่วนผสมการตลาด

ปัจจัยส่วนผสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
1. การสร้างประสบการณ์ (Experience)	4.404	.262	มาก
2. การสร้างคุณค่า (Exchange)	4.446	.304	มาก
3. การเข้าถึงผู้บริโภค (Everywhere)	4.362	.322	มาก
4. การสร้างความสัมพันธ์ (Evangelism)	4.483	.215	มาก
รวม	4.424	.231	มาก

3. ระดับภาพลักษณ์ตราสินค้า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.430$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ทศนคติที่มีต่อตราสินค้า (Brand Attitude) ($\bar{X} = 4.543$) รองลงมา คุณลักษณะของสินค้า (Attributes) ($\bar{X} = 4.500$) และคุณประโยชน์ของสินค้า (Benefits) ($\bar{X} = 4.245$) ตามลำดับ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับภาพลักษณ์ตราสินค้า

ภาพลักษณ์ตราสินค้า	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
1. คุณลักษณะของสินค้า (Attributes)	4.500	.425	มากที่สุด
2. คุณประโยชน์ของสินค้า (Benefits)	4.245	.474	มาก
3. ทศณคติที่มีต่อตราสินค้า (Brand Attitude)	4.543	.380	มากที่สุด
โดยภาพรวม	4.430	.253	มาก

4. ระดับความพึงพอใจคุณภาพการบริการร้านบุฟเฟต์ชาบูของผู้บริโภค โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.432$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) ($\bar{X} = 4.530$) รองลงมา การตอบสนองลูกค้า (Responsive) ($\bar{X} = 4.452$) การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Empathy) ($\bar{X} = 4.441$) และความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ($\bar{X} = 4.424$) ตามลำดับ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ($\bar{X} = 4.314$) ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจคุณภาพการบริการร้านบุฟเฟต์ชาบูของผู้บริโภค

ความพึงพอใจคุณภาพการบริการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)	4.424	.398	มาก
2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability)	4.314	.438	มาก
3. การตอบสนองลูกค้า (Responsive)	4.452	.222	มาก
4. การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance)	4.530	.250	มากที่สุด
5. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Empathy)	4.441	.201	มาก
โดยภาพรวม	4.432	.226	มาก

5. ปัจจัยส่วนผสมการตลาด (X_1) กับภาพลักษณ์ตราสินค้า (X_2) มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจคุณภาพการบริการร้านบุฟเฟต์ชาบูของผู้บริโภค มีประสิทธิภาพในการทำนายร้อยละ 78.4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ = .886 ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน เท่ากับ ± 0.106 ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ปัจจัยส่วนผสมการตลาดและภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจคุณภาพการบริการร้านบุฟเฟต์ชาบูของผู้บริโภค

ตัวแปร	b	SE _b	β	t	p-value	Tolerance	VIF
ปัจจัยส่วนผสมการตลาด 4Es (X_1)	.807	.031	.826	26.149	.000	.543	1.842
ภาพลักษณ์ตราสินค้า (X_2)	.077	.028	.086	2.720	.007	.543	1.842

ค่าคงที่ .524 ; Std.E = ± 0.106 ; R = .886 ; $R^2 = .785$ Adj $R^2 = .784$;

Durbin-Watson = 1.586

ซึ่งจะได้สมการถดถอยในรูปคะแนนดิบคือ

$$\hat{Y}_{tot} = .524 + .807 (X_1) + .077 (X_2)$$

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

ผู้วิจัยนำเสนอการอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ระดับปัจจัยส่วนผสมการตลาด โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องจากผู้บริโภคอาจเกิดความคุ้นชินกับร้านที่ใกล้ที่พัก หรือการลองเข้าร้านที่มียอดการรีวิวคุณภาพของสินค้าสูง ๆ เพื่อให้เกิดความมั่นใจที่จะเข้าไปใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อารินันท์ วิจารณ์พันธุ์ (2564: 71-73) พบว่า ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดมีผลต่อการบริโภคบุฟเฟต์ปิ้งย่าง และสอดคล้องกับ ปรางพลอย ภาโนมัย (2565: 39-41) พบว่า ปัจจัยทางการตลาด 4E มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ และสอดคล้องกับ อุมารวรรณ วาทกิจ (2566: 31) พบว่า ส่วนผสมทางการตลาด 4Es มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านสื่อออนไลน์

2. ระดับภาพลักษณ์ตราสินค้า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องจากผู้บริโภคมีการค้นหาร้านผ่านช่องทางออนไลน์ และสื่อออนไลน์ ทำให้เห็นถึงคุณภาพของสินค้า และความนิยมของผู้บริโภคของร้านนั้นๆ ทำให้เกิดภาพลักษณ์ของร้าน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มั่นสมนต์ กล้าแดง (2561: 98) พบว่า ภาพลักษณ์ตราสินค้าของร้านชาบูชิ คุณสมบัติ คุณค่า วัฒนธรรม บุคลิกภาพ และผู้ใช้บริการมีผลต่อความภักดีในตราสินค้าของร้านชาบูชิบุฟเฟต์

3. ระดับความพึงพอใจคุณภาพการบริการร้านบุฟเฟต์ชาบูของผู้บริโภค โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องจากผู้บริโภคมีการตรวจสอบคุณภาพของการบริการร้านโดยดูจาก การรีวิวของผู้บริโภคก่อนหน้านี้ที่ไปใช้บริการในช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ ของร้าน ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดของ Millet (2012: 397-400 อ้างถึงใน ฤทัยธิ์ ทองกรบุญวัฒน์, 2561: 37) ที่กล่าวว่า ผู้ให้บริการควรมีการใส่ใจในคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค และ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐกานต์ เตียววัฒนานนท์ (2561: 34) พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการทำให้เกิดการใช้บริการซ้ำของผู้บริโภคร้านอาหารประเภทชาบู

4. ปัจจัยส่วนผสมการตลาด 4Es กับภาพลักษณ์ตราสินค้ามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจคุณภาพการบริการร้านบุฟเฟต์ชาบูของผู้บริโภค ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องจากผู้บริโภคมีการตรวจสอบคุณภาพ ราคา และการให้บริการของร้านผ่านช่องทางออนไลน์ ประกอบกับ ชื่อเสียงของร้าน และยอดรีวิวคุณภาพของผู้บริโภคก่อนหน้านี้ เพื่อช่วยในการตัดสินใจเข้ารับบริการที่ร้าน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฤทัยธิ์ ทองกรบุญวัฒน์ (2561: 189-198) พบว่า ส่วนผสมการตลาดกับ คุณค่าตราสินค้ามีผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพการบริการร้านอาหารบุฟเฟต์ประเภทชาบู

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี วิจัยที่เกี่ยวข้อง และผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้องค์ความรู้ จากการวิจัย ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนผสมการตลาด โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ การสร้างความสัมพันธ์ (Evangelism) รองลงมา การสร้างคุณค่า (Exchange) การสร้างประสบการณ์ (Experience) และ การเข้าถึงผู้บริโภค (Everywhere) ตามลำดับ

2. ภาพลักษณ์ตราสินค้า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือทัศนคติที่มีต่อตราสินค้า (Brand Attitude) รองลงมา คุณลักษณะของสินค้า (Attributes) และคุณประโยชน์ของสินค้า (Benefits) ตามลำดับ

3. ความพึงพอใจคุณภาพการบริการร้านบุฟเฟต์ชาบูของผู้บริโภค โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) รองลงมา การตอบสนองลูกค้า (Responsive) การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Empathy) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) และ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ตามลำดับ

4. ปัจจัยส่วนผสมการตลาด และภาพลักษณ์ตราสินค้า มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจคุณภาพการบริการร้านบุฟเฟต์ชาบูของผู้บริโภค เขตเมืองเชียงราย มีประสิทธิภาพในการทำนายร้อยละ 78.4

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

ร้านบุฟเฟต์ชาบู ควรเน้นปัจจัยส่วนผสมการตลาด โดยเฉพาะการเข้าการเข้าถึงของผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกคุณภาพ ปริมาณ ราคา และคุณภาพได้ และควรเน้นภาพลักษณ์ตราสินค้า โดยเฉพาะประโยชน์ของการบริโภคสินค้า อาจจะมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ภายในร้าน หรือการโฆษณาจัดช่วงโปรโมชั่นต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภคพึงพอใจในคุณภาพของร้านต่อไป

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจคุณภาพการบริการร้านบุฟเฟต์ชาบู เพื่อมีผู้บริโภคที่มาใช้บริการซ้ำหลาย ๆ ครั้ง

2.2 ควรศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของคุณภาพการบริการร้านบุฟเฟต์ชาบู

เอกสารอ้างอิง (References)

- ณัฐกานต์ เตียววัฒนานนท์. (2561). การรับรู้คุณค่าตราสินค้า ความไว้วางใจ และคุณภาพการบริการ ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคร้านอาหารประเภทชาบูในเขตกรุงเทพมหานคร การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2555). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: แอคทีฟพรีน.
- ปรางพลอย ภาโนมัย. (2565). ปัจจัยทางการตลาด 4E ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ บริษัททำความสะอาดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพ. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- มนัสมนต์ กล้าแดง. (2561). ภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีผลต่อความภักดีของผู้บริโภคร้านอาหารชาบูบุฟเฟต์ในเขตกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษา ร้านชาบูบุฟเฟต์ 2 ร้าน ที่ถือครองส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุด. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการตลาด. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

- วีรพร สุวรรณรัตน์ และบุญญาดา นาสมบุญ. (2565). ปัจจัยส่วนผสมการตลาด 4Ps และ 4Es ที่ส่งผลต่อการใช้บริการร้านกาแฟคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee) อย่างต่อเนื่อง. **วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ**. 5(2): 285-299.
- วีรสิทธิ์ จันทนา และชุติมา เกศดาญรัตน์. (2566). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4Es ที่ส่งผลให้ผู้บริโภคสั่งอาหารประเภทชาบูผ่านโมบายแอปพลิเคชัน Food Delivery. **วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิต**. 1(2): 60-85.
- อารีนันท์ วีรญาณพันธุ์. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการรับประทานบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่างของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในสถานการณ์โควิด 19. การศึกษารายบุคคลหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการตลาดดิจิทัล. วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- อุมาวรรณ วาทกิจ. (2566). ส่วนประสมทางการตลาด 4Es ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคของผู้บริโภคผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์. **วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ** 13(1): 31-45.
- ฤทัยritti ทองกรบุญวัฒน์. (2561). คุณค่าตราสินค้า และส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ และความภักดีในตราสินค้าของร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ประเภทชาบู ในห้องสรรพสินค้าเซ็นทรัล เขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด. คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Brain Fetherstonhaugh. (2009). The 4Ps are Out, the 4Es Are in Retrieved April, 19 2009, from http://www.ogilvy.com/On-Our-Minds/Articles/the_4E_are_in.aspx.
- Cochran, W.G. (1977). **Sampling techniques**. 3rd ed. New York: John Wiley & Sons.
- Keller, K. (2009). Building strong brands in a modern marketing communications environment. **Journal of Marketing Communications**. 15 (2-3): 139-155.
- Millet. (2012). **Management in the Public Service. The quest for effective performance**. New York: McGraw-Hill Book.

ระบบดูแลช่วยเหลือผู้เรียนที่ส่งผลต่อคุณภาพของผู้เรียนการศึกษานอกระบบ
ระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน ของศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ
สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์

Student care and support system that affects the quality of students in non-
formal education at the basic education level of the educational
institution, Under the jurisdiction of the Phetchabun
Office of Learning Encouragement

สุภัคชญา ทศไกร¹ กฤษณะ ดาราเรือง² ขรรค์ชัย อ่อนมี³
Supakchaya Todsarai, Kritsana Dararuang, Khanchi Onmee

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาาระดับระบบดูแลช่วยเหลือผู้เรียนและคุณภาพของผู้เรียนการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน ศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์ 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระบบดูแลช่วยเหลือผู้เรียนกับคุณภาพของผู้เรียนการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานของศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์ และ 3) สร้างสมการพยากรณ์การดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือผู้เรียนที่สามารถทำนายคุณภาพของผู้เรียนการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานของศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือ ครูผู้สอนในศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้จังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 255 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระบบดูแลช่วยเหลือผู้เรียน และคุณภาพของผู้เรียนการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานของศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) ระบบดูแลช่วยเหลือผู้เรียนมีความสัมพันธ์กับคุณภาพของผู้เรียนโดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระหว่าง .674 - .768 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ 3) ระบบดูแลช่วยเหลือผู้เรียน ด้านการส่งเสริมและพัฒนาผู้เรียน ด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหา สามารถทำนายคุณภาพของผู้เรียน ได้ร้อยละ 65.70 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

Received: 2024-11-22 Revised: 2024-12-04 Accepted: 2024-12-05

¹ นักศึกษาหลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา Master of Education program students Department of Educational Administration, Chao Phraya University. E-mail: s658031408@cpu.ac.th

² อาจารย์ประจำคณะบริหารและการจัดการ มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา Lecturer in the Faculty of Administration and Management Chao Phraya University. E-mail: Kritsana_cpu@hotmail.com

³ อาจารย์ประจำคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา Lecturer in the Faculty of Humanities and Social Sciences Chao Phraya University E-mail: khanchai@hotmail.com

$$\hat{Y} = 0.983 + .276 (X_4) + .332 (X_3)$$

$$\hat{Z} = .328(z_4) + .350(z_3)$$

คำสำคัญ (Keywords) : ระบบดูแลช่วยเหลือผู้เรียน; คุณภาพผู้เรียน; การศึกษานอกระบบ

Abstract

The purposes of this study were: 1) to study the level of the student support system and quality of students in non-formal education at the basic education level of district learning encouragement under Phetchabun Provincial Office of Learning Encouragement; 2) to study the relationship between the student support system and quality of students in non-formal education at the basic education level of district learning encouragement under Phetchabun Provincial Office of Learning Encouragement; and 3) to create an equation for predicting the operation of the student support system predicting the quality of students in non-formal education at the basic education level of district learning encouragement under Phetchabun Provincial Office of Learning Encouragement. It was a quantitative research approach. A sample consisted of 255 teachers in non-formal education at the basic education level of district learning encouragement under Phetchabun Provincial Office of Learning Encouragement. The research instrument was a five-rating-scale. The statistic was analyzed using frequency, percentage, mean, standard deviation, Pearson correlation coefficient and analysis of multiple regression equations.

The results of the study were as the following. 1) The overall student support system and quality of students in non-formal education at the basic education level of the district learning encouragement under Phetchabun Provincial Office of Learning Encouragement was at a high level. 2) The student support system was related to the quality of students in non-formal education at the basic education level of the district learning encouragement under Phetchabun Provincial Office of Learning Encouragement, with a correlation coefficient between .674 - .768 with statistical significance at the .01 level. Aso, 3) the student support system, promotion and development of students, prevention and problem solving were able to predict the quality of students in non-formal education at the basic education level of the district learning encouragement under Phetchabun Provincial Office of Learning Encouragement with the 65.70%, statistical significance at the .01 level.

$$\hat{Y} = 0.983 + .276 (X_4) + .332 (X_3)$$

$$\hat{Z} = .328(z_4) + .350(z_3)$$

Keywords: student support system; quality of students; non-formal education

บทนำ (Introduction)

ในปัจจุบันการศึกษาไทยมีปัญหา เพราะสังคมไทยมีความเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็วทั้งด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรม โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตของเด็กและเยาวชนมากขึ้น อันเป็นผลมาจากความเจริญก้าวหน้าของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ มากมาย เช่น การคมนาคม อุตสาหกรรม การแพทย์ การศึกษาและสถานภาพทางเศรษฐกิจ แต่ในขณะเดียวกัน มนุษย์ต้องใช้ชีวิตอยู่ยากและซับซ้อนมากขึ้นจนเกิดปัญหาตามมา เช่น การดำเนินชีวิตที่เร่งรีบ จราจรติดขัด สิ่งแวดล้อมที่เป็นพิษ เกิดอาชญากรรมเพิ่มมากขึ้น โรคที่เกิดจากความเครียดเพราะค่าครองชีพสูงจนส่งผลให้พ่อแม่ต้องทำงาน เพื่อให้มีรายได้ให้เพียงพอกับรายจ่ายในครอบครัวทำให้ไม่มีเวลาอบรมสั่งสอนเด็ก ตลอดจนปล่อยปละละเลยให้เด็กอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ไม่เหมาะสมทำให้เด็กและเยาวชนในวัยเรียนมีพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ เช่น หนีเรียน ดิตยาเสพติด เที่ยวกลางคืน ขาดคุณธรรมจริยธรรมส่งผลให้ได้รับค่านิยมที่ผิดทำให้ขาดการควบคุมตนเองจนกลายเป็นเด็กก้าวร้าวซึ่งนับวันปัญหาของเด็กและเยาวชนยิ่งทวีความรุนแรง และขยายวงกว้างมากขึ้นจนทำให้เกิดปัญหาสังคมต่าง ๆ ตามมา (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2546 อ้างถึงใน ศิวา ขุนชำนาญ, 2564 : 1) ซึ่งสังคมไทยปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีปัจจัยหลายด้านที่ทำให้เด็กนักเรียนมีปัญหา ซึ่งตัวนักเรียน ครู ผู้ปกครองชุมชน และสังคม จะต้องช่วยกันแก้ไขปัญหาดังกล่าวอย่างเร่งด่วนและสถานศึกษาต้องพัฒนานักเรียนทุกคนให้มีคุณภาพ ตามศักยภาพโดยใช้ระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียนในสถานศึกษา (มธุริน แผลงจันทิก, 2554 : 9)

จากรายงานผลการจัดการศึกษาของสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์ที่ผ่านมาพบว่าคุณภาพของผู้เรียนการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์ เช่น นักศึกษามีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่ต่ำ ขาดคุณธรรมจริยธรรม ไม่สามารถใช้ชีวิตร่วมกับผู้อื่นได้ ขาดทักษะการคิด วิเคราะห์ ด้านการอ่านไม่สามารถอ่านหรือทำความเข้าใจ ไม่สามารถตีความสรุปเรื่องที่อ่านได้ รวมถึงความสามารถในการคิดเชิงนวัตกรรม และทักษะในการออกแบบผลงานนวัตกรรมได้ และยังขาดทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเรียนรู้ ทำให้นักศึกษาบางส่วนต้องออกกลางคัน หรือเรียนไม่จบตามหลักสูตร (สำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์, 2566: 22)

ระบบการดูแลช่วยเหลือผู้เรียนเป็นกระบวนการหนึ่งในการบริหารจัดการศึกษาของสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์ที่จะดำเนินงานดูแลช่วยเหลือนักเรียนที่มีขั้นตอน วิธีการและเครื่องมือการทำงานที่ชัดเจน มีประสิทธิภาพและเพื่อให้สถานศึกษา คณะกรรมการสถานศึกษา ผู้ปกครองชุมชน องค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีการทำงานร่วมกันโดยผ่านกระบวนการทำงานที่ชัดเจนมีร่องรอยหลักฐาน การปฏิบัติงานสามารถตรวจสอบและประเมินผลได้และเพื่อเป็นแนวทางในการดูแลช่วยเหลือผู้เรียนในการพัฒนาคุณภาพการศึกษาเพื่อป้องกันและแก้ปัญหาและส่งเสริมพัฒนาผู้เรียนอย่างเป็นระบบ และเป็นแนวทางในการดำเนินงานเพื่อขับเคลื่อนระบบช่วยเหลือผู้เรียนให้กับสถานศึกษาในสังกัดทั้ง 11 แห่ง รวมทั้งการสนับสนุนส่งเสริมจากสถานศึกษา ระบบดูแลช่วยเหลือผู้เรียนของสถานศึกษา หมายรวมถึงการส่งเสริมการป้องกัน และการแก้ปัญหา โดยมีวิธีการและเครื่องมือสำหรับ ครูแนะแนวและบุคลากรที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ในการดำเนินงานพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ และมีคุณภาพตามมาตรฐานการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ (สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยจังหวัดเพชรบูรณ์, 2565: 2)

จากเหตุผลและสภาพปัญหาดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาระบบดูแลช่วยเหลือผู้เรียนของสถานศึกษาที่ส่งผลต่อคุณภาพของผู้เรียนการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานของศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอในสังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์ ว่ามีความสัมพันธ์และส่งผลต่อคุณภาพของผู้เรียนการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานหรือไม่ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพของผู้เรียนการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานของศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ ในสังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาระบบดูแลช่วยเหลือผู้เรียนของศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์
2. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพของผู้เรียนการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานของ ศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระบบดูแลช่วยเหลือผู้เรียนกับคุณภาพของ ผู้เรียนการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานของศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์
4. เพื่อสร้างสมการพยากรณ์การดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือผู้เรียนที่สามารถทำนายคุณภาพของผู้เรียนการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานของศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์

สมมติฐานการวิจัย (Research Hypothesis)

1. ระบบดูแลช่วยเหลือผู้เรียน สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์ อยู่ในระดับมากเมื่อเทียบกับเกณฑ์
2. คุณภาพของผู้เรียนการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานของศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์ อยู่ในระดับมากเมื่อเทียบกับเกณฑ์
3. ระบบดูแลช่วยเหลือผู้เรียนกับคุณภาพของผู้เรียนการศึกษานอกระบบระดับ การศึกษาขั้นพื้นฐานของศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
4. ระบบดูแลช่วยเหลือผู้เรียนอย่างน้อยหนึ่งตัวแปรสามารถพยากรณ์คุณภาพ ของผู้เรียนการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานของศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การวิจัยเรื่อง ระบบดูแลช่วยเหลือผู้เรียนที่ส่งผลต่อคุณภาพของผู้เรียนการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานของศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนวิธีการวิจัยไว้ดังนี้

1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

1) ระบบดูแลช่วยเหลือผู้เรียน

2) คุณภาพของผู้เรียนการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน

1.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ครูผู้สอนในศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 268 คน

กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ครูผู้สอนในศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 255 คน ได้มาโดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากตารางการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 255 คน และทำการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ ทั้ง 11 อำเภอในจังหวัดเพชรบูรณ์

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

งานวิจัยนี้เริ่มทำการศึกษาดังแต่เดือนมีนาคม-พฤศจิกายน พ.ศ. 2567

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยศึกษาค้นคว้าปรับปรุง และดัดแปลงจากหนังสือ เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิด และทฤษฎีของระบบดูแลช่วยเหลือผู้เรียนและคุณภาพของผู้เรียนการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน ประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบ ตรวจสอบรายการ (Check List) เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามที่เกี่ยวกับระบบดูแลช่วยเหลือผู้เรียนของศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้จังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ของลิเคิร์ท (Likert's 5 Rating Scale)

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพของผู้เรียนการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานของศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ของลิเคิร์ท (Likert's 5 Rating Scale)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

3.1 ประสานงานกับสำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยแล้วจัดส่งแบบสอบถามไปยังสถานศึกษาที่ได้กำหนดให้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา

3.2 นำแบบสอบถาม และหนังสือขอความอนุเคราะห์ ไปยังสถานศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถาม และจัดส่งคืนกลับมาหรือผู้วิจัยไปรับด้วยตนเอง

3.3 ตรวจสอบจำนวน และความถูกต้องของแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมา และเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ที่สุดเพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูล

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ใช้สถิติค่าความถี่ และค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระบบดูแลช่วยเหลือผู้เรียน วิเคราะห์โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตอนที่ 3 เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพของผู้เรียน วิเคราะห์โดยใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระบบดูแลช่วยเหลือผู้เรียนกับคุณภาพของผู้เรียน โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อสร้างสมการพยากรณ์คุณภาพของผู้เรียน การศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานของศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยใช้วิธีการ Multiple Regression Analysis

ผลการวิจัย (Research Results)

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 74.90 เมื่อจำแนกตามอายุส่วนใหญ่ อายุ 31 – 40 ปี จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 43.90 เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาส่วนใหญ่ศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 97.60 และเมื่อจำแนกตามประสบการณ์การทำงานส่วนใหญ่เป็นผู้มีประสบการณ์การทำงานอยู่ในกลุ่ม 5 – 15 ปี จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 50.60

2. การวิเคราะห์ข้อมูลระบบการดูแลช่วยเหลือผู้เรียนของศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระบบดูแลช่วยเหลือผู้เรียนของศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์ ในภาพรวมและรายด้าน

การดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือผู้เรียน	$\bar{X}$	SD	แปลผล
1. ด้านการรู้จักผู้เรียนเป็นรายบุคคล	4.44	0.48	มาก
2. ด้านการคัดกรองผู้เรียน	4.39	0.51	มาก
3. ด้านการส่งเสริมพัฒนาผู้เรียน	4.43	0.46	มาก
4. ด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหา	4.36	0.52	มาก
5. ด้านการส่งต่อ	4.30	0.55	มาก
6. ด้านสารสนเทศ	4.37	0.53	มาก
รวม	4.38	0.47	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ครูผู้สอนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบการดูแลช่วยเหลือผู้เรียนของศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การรู้จักผู้เรียน

เป็นรายบุคคล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 รองลงมา คือ ด้านการส่งเสริมพัฒนาผู้เรียน มีค่าเท่ากับ 4.43 และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการส่งต่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30

3. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพของผู้เรียนการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน ของศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน คุณภาพของผู้เรียนการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานของศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์ ในภาพรวมและรายด้าน

คุณภาพของผู้เรียนการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน	$\bar{X}$	SD	แปลผล
1. ด้านผู้เรียนการศึกษาระดับขั้นพื้นฐานมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่ดีสอดคล้องกับหลักสูตรสถานศึกษา	4.36	0.57	มาก
2. ด้านผู้เรียนการศึกษาระดับขั้นพื้นฐานมีคุณธรรมจริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะที่ดีตามที่สถานศึกษากำหนด	4.46	0.45	มาก
3. ด้านผู้เรียนการศึกษาระดับขั้นพื้นฐานมีความสามารถในการคิดวิเคราะห์คิดอย่างมีวิจารณญาณ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกับผู้อื่น	4.41	0.51	มาก
4. ด้านผู้เรียนการศึกษาระดับขั้นพื้นฐานมีความสามารถในการสร้างสรรค์งานชิ้นงาน หรือนวัตกรรม	4.32	0.54	มาก
5. ด้านผู้เรียนการศึกษาระดับขั้นพื้นฐานมีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล	4.43	0.45	มาก
6. ด้านผู้เรียนการศึกษาระดับขั้นพื้นฐานมีสุขภาพทางกาย และสุนทรียภาพ	4.46	0.45	มาก
7. ด้านผู้เรียนการศึกษาระดับขั้นพื้นฐานมีความสามารถในการอ่าน การเขียน	4.42	0.48	มาก
8. ด้านผู้จบการศึกษาระดับขั้นพื้นฐานนำความรู้ ทักษะพื้นฐานที่ได้รับไปใช้หรือประยุกต์ใช้	4.45	0.52	มาก
รวม	4.41	0.44	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า คุณภาพของผู้เรียนการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานของศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านผู้เรียนการศึกษาระดับขั้นพื้นฐานมีคุณธรรมจริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะที่ดีตามที่สถานศึกษากำหนด และด้านผู้เรียนการศึกษาระดับขั้นพื้นฐานมีสุขภาพทางกาย และสุนทรียภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 รองลงมา คือ ด้านผู้จบการศึกษาระดับขั้นพื้นฐานนำความรู้ ทักษะพื้นฐานที่ได้รับไปใช้หรือประยุกต์ใช้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านผู้เรียนการศึกษาระดับขั้นพื้นฐานมีความสามารถในการสร้างสรรค์งาน ชิ้นงาน หรือนวัตกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32

4. การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความสัมพันธ์ระหว่างระบบดูแลช่วยเหลือผู้เรียนกับคุณภาพของผู้เรียนการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานของศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์

ตารางที่ 3 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างระบบดูแลช่วยเหลือผู้เรียนกับคุณภาพของผู้เรียนการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานของศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์ ในภาพรวม

ระบบดูแลช่วยเหลือผู้เรียน	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	Y
X ₁	1						
X ₂	.837**	1					
X ₃	.743**	.796**	1				
X ₄	.742**	.848**	.811**	1			
X ₅	.694**	.827**	.769**	.828**	1		
X ₆	.735**	.844**	.813**	.844**	.799**	1	
Y _{tot}	.674**	.729**	.765**	.768**	.706**	.711**	1

**p< .01

จากตารางที่ 3 พบว่า ระบบดูแลช่วยเหลือผู้เรียนสังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์ ทุกรายด้านซึ่งประกอบด้วย ด้านการรู้จักผู้เรียนเป็นรายบุคคล (X₁) ด้านการคัดกรองผู้เรียน (X₂) ด้านการส่งเสริมและพัฒนาผู้เรียน (X₃) ด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหา (X₄) ด้านการส่งต่อ (X₅) และด้านสารสนเทศ (X₆) มีความสัมพันธ์กับคุณภาพของผู้เรียนการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานของศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์ ในภาพรวม (Y_{tot}) ทางบวกอยู่ในระดับปานกลางถึงระดับสูง (r = .674 - .768) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

5. การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อสร้างสมการพยากรณ์ระหว่างระบบดูแลช่วยเหลือผู้เรียนที่สามารถทำนายคุณภาพของผู้เรียนการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานของศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อสร้างสมการพยากรณ์ระหว่างระบบดูแลช่วยเหลือผู้เรียนที่สามารถทำนายคุณภาพของผู้เรียนการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานของศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์ ในภาพรวม (Y_{tot})

ตัวแปรอิสระ (ตัวพยากรณ์)	B	Beta	t	p	Collinearity Statistics	
					Tolerance	VIF
Constant (β_0)	0.983		5.877**	.000		
การส่งเสริมและพัฒนาผู้เรียน (X ₃)	.332	.350	4.762**	.000	.257	3.893
การป้องกันและแก้ไขปัญหา (X ₄)	.276	.328	3.827**	.000	.189	5.299
การรู้จักผู้เรียนเป็นรายบุคคล (X ₁)	.084	.091	1.291	.198	.281	3.558
การส่งต่อ (X ₅)	.062	.078	1.041	.299	.245	4.084
การคัดกรองผู้เรียน (X ₂)	.045	.052	.532	.595	.146	6.829
สารสนเทศ (X ₆)	-.019	-.023	-.280	.780	.205	4.886

Constant (β_0)=0.983 R=.810 R square=.657 Adjusted R square=.649 Durbin Watson = 2.224
F = 79.105**

**p< .01

จากตารางที่ 4 พบว่า การดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือผู้เรียน 2 ด้าน ได้แก่ การส่งเสริมและพัฒนาผู้เรียน (X₃) การป้องกันและแก้ไขปัญหา (X₄) สามารถร่วมกันทำนายคุณภาพของผู้เรียนการศึกษานอก

ระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานของศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์ ในภาพรวม (Y_{tot}) โดยมีค่าอำนาจในการพยากรณ์เท่ากับร้อยละ 65.7 ($R^2 = .657$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่า Tolerance อยู่ระหว่าง .189 - .257 ค่า VIF อยู่ระหว่าง 3.893 - 5.299 และค่า Durbin Watson 2.224 ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่เชื่อถือได้ ซึ่งสามารถนำมาสร้างสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐานได้ ดังนี้

$$\hat{Y} = 0.983 + .276 (X_4) + .332 (X_3)$$

$$\hat{Z} = .328(z_4) + .350(z_3)$$

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

จากการสรุปผลการวิจัย ระบบดูแลช่วยเหลือผู้เรียนที่ส่งผลต่อคุณภาพของผู้เรียนการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานของศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์ สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. ระดับการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือผู้เรียน ของศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การรู้จักผู้เรียนเป็นรายบุคคล รองลงมา คือ ด้านการส่งเสริมพัฒนาผู้เรียน และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการส่งต่อ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะครูผู้สอน สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์ ให้ความสำคัญกับการจัดการระบบการดูแลช่วยเหลือผู้เรียนเป็นอย่างมาก ซึ่งอาจเนื่องมาจากการดำเนินงานระบบการดูแลช่วยเหลือผู้เรียนจัดการเก็บข้อมูลของผู้เรียนที่เป็นปัจจุบันด้านการรู้จักผู้เรียนเป็นรายบุคคลอย่างเป็นขั้นตอน มีการใช้แบบประเมิน (Strengths and Difficulties Questionnaire : SDQ) ร่วมกับการเยี่ยมบ้านผู้เรียน มีการออกเยี่ยมบ้านผู้เรียนครบทุกคนเพื่อให้ครูได้รู้จักผู้เรียนทุกคน ด้านการคัดกรองผู้เรียน มีการพิจารณาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้เรียน เพื่อการจัดกลุ่มผู้เรียนเป็นกลุ่มปกติ กลุ่มเสี่ยง/กลุ่มมีปัญหา และกลุ่มพิเศษ การจัดกลุ่มผู้เรียนนี้ มีประโยชน์ต่อครูในการหาวิธีการเพื่อดูแลช่วยเหลือผู้เรียนได้อย่างถูกต้อง โดยเฉพาะการแก้ไขปัญหาให้ตรงกับปัญหาของผู้เรียนยิ่งขึ้น ด้านการส่งเสริมและพัฒนาผู้เรียน ศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ จัดกิจกรรมสนับสนุนให้ผู้เรียนทุกกลุ่ม ได้พัฒนาเต็มศักยภาพ เกิดความภาคภูมิใจในตนเองในด้านต่าง ๆ มีการจัดทำโครงการ กิจกรรมเสริมสร้างทักษะการดำรงชีวิตและ กิจกรรมพัฒนาผู้เรียน ด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหา มีครูแนะแนวหรือครู บริการให้คำปรึกษาแนะนำเบื้องต้น แก่ผู้เรียน และจัดกิจกรรม เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาผู้เรียน และด้านการส่งต่อ กรณีที่มีบางปัญหามีความยากต่อการช่วยเหลือ ครูส่งต่อไปยังครูที่สามารถให้การช่วยเหลือผู้เรียนได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะปัญหา เช่น ส่งต่อครูแนะแนว หรือช่วยเหลือแล้ว ผู้เรียนมีพฤติกรรมไม่ดีขึ้นก็มีขั้นตอนส่งต่อไปยังผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และด้านสารสนเทศ มีการจัดทำข้อมูลสารสนเทศ เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลพื้นฐานของผู้เรียน เพื่อใช้ดูแลช่วยเหลือป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้เรียน ให้อยู่ในรูปสารสนเทศที่เป็นประโยชน์สูงสุดและการจัดเก็บรักษาอย่างเป็นระบบ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปราณี เตยอ่อน (2560: 37) พบว่า การดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนของโรงเรียนวัดเจ็ดริ้ว (สาครกิจโกศล) โดยภาพรวมและรายด้านทั้ง 5 ด้าน อยู่ในระดับมาก เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ การส่งเสริมและพัฒนาผู้เรียน การป้องกันและการแก้ไขปัญหาให้นักเรียนการเรียนรู้จักนักเรียนเป็นรายบุคคล การคัดกรองนักเรียนและการส่งต่อ

2. ระดับคุณภาพของผู้เรียนการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานของศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านผู้เรียนการศึกษาระดับขั้นพื้นฐานมีคุณธรรมจริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะที่ดีตามที่สถานศึกษากำหนด และด้านผู้เรียนการศึกษาระดับขั้นพื้นฐานมีสุขภาพทางกาย และสุนทรียภาพ รองลงมา คือ ด้านผู้จบการศึกษาระดับขั้นพื้นฐานนำความรู้ ทักษะพื้นฐานที่ได้รับไปใช้หรือประยุกต์ใช้ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านผู้เรียนการศึกษาระดับขั้นพื้นฐานมีความสามารถในการสร้างสรรค์งาน ชิ้นงาน หรือนวัตกรรม ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากครูผู้สอน สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์ มีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ตามที่ระบุไว้ในแผนการจัดการศึกษาเฉพาะบุคคล ที่สอดคล้องกับหลักสูตรของสถานศึกษา ที่เน้นให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ผ่านกระบวนการคิดและปฏิบัติจริง เชื่อมโยงกับชีวิตประจำวัน มีจิตอาสา เคารพในกฎกติกาเป็นหลักประชาธิปไตย ภูมิใจในท้องถิ่นเห็นคุณค่าของความเป็นไทย มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ วัฒนธรรม ประเพณีไทย รวมทั้งภูมิปัญญาไทย โดยผู้เรียนได้รับการฝึกให้มีทักษะ และการแสดงความคิดเห็นตามศักยภาพ มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์ ไตร่ตรองอย่างรอบคอบ โดยใช้ข้อมูลและเหตุผลประกอบการตัดสินใจ แก้ไขปัญหาได้อย่างถูกต้อง สมเหตุสมผล และสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกับผู้อื่นได้ การจัดทำโครงการ ชิ้นงาน สิ่งประดิษฐ์ งานสร้างสรรค์ หรือสิ่งใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นและใช้ประโยชน์ได้จริง โดยเป็นผลมาจากการส่งเสริม สนับสนุนของสถานศึกษา มีการใช้เทคโนโลยี สิ่งอำนวยความสะดวก สื่อ บริการ และความช่วยเหลืออื่นใดทางการศึกษา เทคโนโลยีสารสนเทศ และแหล่งเรียนรู้ที่เอื้อต่อการเรียนรู้ รวมทั้งภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยนำมาใช้ในการจัดการเรียนรู้ และสร้างโอกาสให้ผู้เรียนได้แสวงหาความรู้ตามศักยภาพของผู้เรียนจากสื่อที่หลากหลาย มีสมรรถภาพทางกายตามเกณฑ์มาตรฐาน และทักษะพื้นฐานที่ได้รับไปใช้หรือประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิต การประกอบอาชีพ หรือเพื่อการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น ซึ่งเป็นไปตามการจัดการเรียนรู้ตามมาตรฐานการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน เพื่อการประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษา พ.ศ. 2562 มาตรฐานที่ 1 คุณภาพของผู้เรียนการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ เอื้อพร อ่อนน้อม (2557: 237) พบว่า คุณภาพผู้เรียนระดับประถมศึกษาของโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก

3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระบบดูแลช่วยเหลือผู้เรียนของศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์ทุกรายด้านมีความสัมพันธ์กับคุณภาพของผู้เรียนการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานของศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์ อยู่ในระดับปานกลาง ถึงระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยด้านที่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพของผู้เรียนการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานของศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอสูงสุดคือ ด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหา มีความสัมพันธ์กับคุณภาพของผู้เรียนการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานของศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ด้านการส่งเสริมและพัฒนาผู้เรียน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ การดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือผู้เรียนของศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ มีวางแผน แก้ไข ส่งเสริม สนับสนุน และดำเนินการตามขั้นตอนที่ชัดเจน ส่งผลให้ผู้เรียนมีคุณภาพตามมาตรฐานการศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย ผู้เรียนมีคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะที่ดีตามที่สถานศึกษากำหนด มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์คิดอย่างมีวิจารณญาณ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกับผู้อื่น มีความสามารถในการสร้างสรรค์งาน ชิ้นงาน หรือนวัตกรรม มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล มีสุข

ภาวะทางกาย และสุนทรียภาพ มีความสามารถในการอ่าน การเขียน และสามารถนำความรู้ ทักษะพื้นฐานที่ได้รับไปใช้หรือประยุกต์ใช้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ยิ่งมกล นาเคเวช (2553: 1) พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนกับคุณภาพนักเรียนในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเพชรบุรี เขต 1 โดยภาพรวมและรายด้านมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ .01

4. ผลการสร้างการพยากรณ์การดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือผู้เรียนที่สามารถทำนายคุณภาพของผู้เรียนการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานของศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า มีตัวแปรด้านการส่งเสริมและพัฒนาผู้เรียน ด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหา สามารถร่วมกันทำนายคุณภาพของผู้เรียนการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานของศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งตัวแปรทั้ง 2 ตัวแปร สามารถร่วมกันพยากรณ์การผันแปรของระดับคุณภาพของผู้เรียนการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานของศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์ ได้ร้อยละ 65.7 ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ จัดกิจกรรมการเรียนการสอนตามหลักสูตรการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 ซึ่งมีหลักการคือ เป็นหลักสูตรที่มีโครงสร้างยืดหยุ่นด้านสาระการเรียนรู้ เวลาเรียน และการจัดการเรียนรู้โดยเน้นการบูรณาการเนื้อหาให้สอดคล้องกับวิถีชีวิต ความแตกต่างระหว่างบุคคล และชุมชน สังคม ศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอจึงได้ดำเนินการวางแผน กิจกรรม โครงการ ที่ส่งเสริมและพัฒนาผู้เรียน โดยให้ผู้เรียนและภาคีเครือข่ายมีส่วนร่วม มีกิจกรรมที่หลากหลายตามความสนใจของผู้เรียน เช่น กิจกรรมลูกเสือ กีฬา ฯลฯ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น และเสริมสร้างทักษะการใช้ชีวิตร่วมกันกับผู้อื่น สถานศึกษามีการสร้างขวัญและกำลังใจให้กับผู้เรียน โดยการสนับสนุน ชมเชย และยกย่องผู้เรียนที่ทำคุณงามความดี รวมถึงช่วยเหลือผู้เรียนกลุ่มเสี่ยงหรือกลุ่มมีปัญหา กลับมามีพฤติกรรมที่ดีขึ้นตามที่สถานศึกษากำหนด มีการรายงานและประเมินผลด้านการส่งเสริมและพัฒนาผู้เรียนเพื่อนำไปสู่การพัฒนาการส่งเสริมและพัฒนาผู้เรียน นอกจากนี้ศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ ยังมีการป้องกันและแก้ไขปัญหาของผู้เรียนเป็นรายบุคคล ช่วยเหลือดูแลผู้เรียนกลุ่มเสี่ยงและกลุ่มมีปัญหาอย่างใกล้ชิด และมีการประสานงานร่วมมือกับผู้ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการสื่อสารกับผู้ปกครอง เพื่อเป็นการป้องกันและแก้ไขปัญหาให้กับผู้เรียนได้อย่างถูกต้องเหมาะสมให้การดูแลใส่ใจอย่างใกล้ชิดและหาวิธีการช่วยเหลือให้ผู้เรียนเป็นบุคคลที่มีคุณภาพของสังคม สอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทรัตน์ เกื้อหนุน (2553: 3) พบว่า การดำเนินงานตามระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนของสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของนักเรียน คือ การส่งต่อ การส่งเสริมนักเรียน การคัดกรองและการรู้จักนักเรียนเป็นรายบุคคล ซึ่งมีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.448 ประสิทธิภาพในการทำนาย ร้อยละ 20.10 โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

จากการวิจัยในครั้งนี้ทำให้เกิดองค์ความรู้ ดังนี้

1. ระบบดูแลช่วยเหลือผู้เรียน เป็นกระบวนการดำเนินดูแลช่วยเหลือผู้เรียนอย่างมีขั้นตอน วิธีการและเครื่องมือ การทำงานที่ชัดเจน
2. ครูและบุคลากรที่เกี่ยวข้องมีทักษะความรู้ความสามารถในการดำเนินงานตามระบบดูแลช่วยเหลือผู้เรียนส่งผลให้คุณภาพของผู้เรียนเป็นไปตามที่เกณฑ์ที่สถานศึกษากำหนด

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ ควรส่งเสริม สนับสนุน ให้ความสำคัญในการดำเนินงาน ในด้านการส่งเสริมและพัฒนาผู้เรียน ในด้านต่างๆ เช่น การจัดการเรียนรู้ กิจกรรมพัฒนาผู้เรียน กิจกรรม ฝึกอบรม สัมมนา ฯลฯ รวมถึงการใช้เครื่องมือ สื่อ เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับผู้เรียน เพื่อพัฒนาให้ผู้เรียนเป็น บุคคลที่มีคุณภาพของสังคมและอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข

1.2 ศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ ควรให้ความสำคัญในการป้องกันและแก้ไขปัญหา เพื่อให้ผู้เรียนมีคุณภาพตามมาตรฐาน โดยจัดอบรมให้ความรู้ครูในการแนะแนวและให้คำปรึกษาแนะนำ การเสริมแรงและให้กำลังใจ รวมถึงกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน ด้านกีฬา ดนตรี คุณธรรมจริยธรรม ลูกเสือ ฯลฯ ตามความสนใจของผู้เรียน

1.3 ศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ ควรส่งเสริม สนับสนุน พัฒนาครูให้มีความรู้ มีศักยภาพ มีคุณลักษณะของครูมืออาชีพเพื่อส่งเสริมและพัฒนาระบบดูแลช่วยเหลือผู้เรียนต่อไป

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานระบบการดูแลช่วยเหลือผู้เรียน เพื่อส่งเสริมคุณภาพผู้เรียน

2.2 ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับระบบดูแลช่วยเหลือผู้เรียนที่ส่งผลในระดับภาค และระดับประเทศ

2.3 ควรมีการศึกษาแนวทาง ปัญหา อุปสรรคในการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือผู้เรียนเพื่อ พัฒนาการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง (References)

- นันทรัตน์ เกื้อหนุน. (2553). การดำเนินงานตามระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนของสถานศึกษาที่ส่งผลต่อ คุณภาพชีวิตของนักเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประจวบคีรีขันธ์ เขต 1. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราช ภัฏเพชรบุรี.
- ปราณี เตยอ่อน (2560). การดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนของโรงเรียนวัดเจ็ดริ้ว (สาครกิจโกศล). วารสารการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร. 7(2): 37-44.
- มธุริน แผลงจันทิก. (2554). การศึกษาปัญหาการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนของโรงเรียนใน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครราชสีมา เขต 5. วิทยานิพนธ์ครุศาสตร มหา บัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ.
- ยิ่งมล นาคะเวช. (2553). ความสัมพันธ์ระหว่างการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนกับคุณภาพ นักเรียนในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเพชรบุรี เขต 1. วิทยานิพนธ์ครุศาสตร มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.
- ศิวา ขุนชำนาญ. (2564). การบริหารจัดการระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียนของโรงเรียนสังกัดสำนักงาน เขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสงขลา เขต 1. สารนิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการ บริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2546). คู่มือการปฏิบัติงานสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา. กรุงเทพฯ: องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์.

- สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยจังหวัดเพชรบูรณ์. (2565). **คู่มือระบบช่วยเหลือผู้เรียนของสถานศึกษา**. เพชรบูรณ์: สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ.
- สำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์ (2566). **รายงานผลการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566**. เพชรบูรณ์: สำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดเพชรบูรณ์.
- เอื้อพร อ่อนน้อม. (2557). การจัดระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียนที่ส่งผลต่อคุณภาพผู้เรียนระดับประถมศึกษาของโรงเรียนเอกชนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาชลบุรี. **วารสารศรีนครินทร์วิโรฒวิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)**. 6(11): 237-247.
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. **Educational and Psychological Measurement**. 30(3): pp. 607-610.



ทัศนคติของบุคลากรสำนักงานเขตบางรักต่อการพัฒนาการบริหารงานบุคคล
A Study of the Attitudes of Individuals towards the Development of Human
Resource Management of Bang Rak District Office

วรรณวิมล สำราญ¹ ยูวัฒน์ วุฒิเมธี²

Wanwimon Samran, Yuwat Vuthimedhi

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาทัศนคติของบุคลากรสำนักงานเขตบางรักต่อการพัฒนาการบริหารงานบุคคล 2) เพื่อเปรียบเทียบทัศนคติของบุคลากรสำนักงานเขตบางรักต่อการพัฒนาการบริหารงานบุคคลจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสนับสนุนองค์กรกับปัจจัยจูงใจและทัศนคติของบุคลากรสำนักงานเขตบางรักต่อการพัฒนาการบริหารงานบุคคล การศึกษาเป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างบุคลากรสำนักงานเขตบางรัก สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test One-way ANOVA และ สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลการศึกษาพบว่า 1) ระดับทัศนคติโดยรวมของการพัฒนาด้านทัศนคติของบุคลากรสำนักงานเขตบางรักต่อการพัฒนาการบริหารงานบุคคลอยู่ในระดับสูง 2) ทัศนคติของบุคลากรสำนักงานเขตบางรักต่อการพัฒนาการบริหารงานบุคคลจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุราชการ และ รายได้ ที่แตกต่างกันมีทัศนคติของบุคลากรสำนักงานเขตบางรักต่อการพัฒนาการบริหารงานบุคคลที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 3) ปัจจัยจูงใจมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของบุคลากรสำนักงานเขตบางรักต่อการพัฒนาการบริหารงานบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ (Keywords) : ทัศนคติ; แรงจูงใจ; การบริหารงานบุคคล

Abstract

The research objectives were: 1) to study the attitude of Bang Rak District Office personnel towards human resource management development; 2) to compare demographic factors and the attitude of Bang Rak District Office personnel towards human resource management development; and 3) to study the relation between motivation factors and the attitude of Bang Rak District Office personnel towards human resource management development. The research employed a quantitative research methodology and collected data from Bang Rak District Office personnel, using a questionnaire. The statistics instruments

Received: 2024-11-21 Revised: 2024-12-04 Accepted: 2024-12-05

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการปกครอง บัณฑิตวิทยาลัย สาขารัฐศาสตรมหาวิทยาลัยสยาม Master of Political Program in Government Graduate School of Siam University. E-mail: aiecartoon2527@gmail.com

² บัณฑิตวิทยาลัย สาขารัฐศาสตรมหาวิทยาลัยสยาม Graduate School of Political Science, Siam University. E-mail: somkid@hotmail.com

were percentage, mean, S.D., t-test, One-way ANOVA, and Pearson's Moment Product Correlation.

The results were as the following. 1) Overall, the attitude of Bang Rak District Office personnel towards human resource management development was at the high level. 2) The different demographic factors such as years of working, income level had different attitude of Bang Rak District Office personnel towards human resource management development at the statistical significance level of 0.05. Also, 3) motivation factors had a relationship with the attitude of Bang Rak District Office personnel towards human resource management development at the statistical significance level of 0.05.

Keywords: attitude; motivation; personnel management

บทนำ (Introduction)

กรุงเทพมหานครเป็นหน่วยงานราชการบริหารส่วนท้องถิ่น โดยได้รับการกระจายอำนาจจากรัฐบาล ทำหน้าที่บริหารและบริการประชาชนภายในเขตพื้นที่การปกครองของกรุงเทพมหานคร ซึ่งส่วนกลางมอบอำนาจหน้าที่ในการจัดทำบริการสาธารณะ เพื่อให้การดำเนินการกำกับดูแลและสนับสนุนการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ของรัฐให้เป็นไปอย่างคล่องตัวและมีประสิทธิภาพ สถาบันพระปกเกล้า (2547)

นอกจากนี้ กรุงเทพมหานครยังมีหน้าที่ที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ การพัฒนาศักยภาพของนักทรัพยากรบุคคลของกรุงเทพมหานครให้มีความโดดเด่น มีความเป็นผู้นำ สามารถทำงานได้ดี และสามารถดำเนินการตามหลักธรรมาภิบาล มีการพัฒนารูปแบบการเรียนรู้ การเพิ่มทักษะ ให้กับบุคคลของกรุงเทพมหานครได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ รวมถึงการพัฒนาศักยภาพของพื้นที่ตามแนวนโยบายของภาครัฐ ทั้งด้านโครงสร้างพื้นฐาน การส่งเสริมคุณภาพชีวิต การจัดระเบียบชุมชน สังคม การรักษาความสงบเรียบร้อย และด้านอื่น ๆ ให้กับประชาชน และเพื่อให้การดำเนินการของหน่วยงานเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล การเตรียมความพร้อมในการบริหารจัดการโครงสร้างการบริหารงานบุคลากรภายในองค์กรจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะผลักดันและขับเคลื่อนการส่งเสริมและพัฒนาชุมชนให้มีประสิทธิภาพอย่างถาวร

ผู้วิจัยจึงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาให้บุคลากรมีความรู้ความสามารถในการทำงานเพื่อเป็นแรงขับเคลื่อนให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์และเจตนารมณ์ขององค์กร โดยการบริหารงานบุคคลจะมีประสิทธิภาพได้นั้น ผู้บริหารจะต้องได้รับการยอมรับจากบุคลากรในองค์กร มีการวางแผนอัตรากำลัง และกำหนดอายุราชการที่เหมาะสมตามความสามารถของบุคลากร มีการสรรหาและการบรรจุแต่งตั้งและการประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างเป็นธรรม โดยการให้ความสำคัญกับบุคลากร เสริมสร้างการให้ความสำคัญในงานและประสบการณ์ในการทำงาน บุคลากรมีการเรียนรู้และปรับตัวเมื่อเกิดอุปสรรค สามารถรองรับแรงกดดันจากปัจจัยภายนอก ตลอดจนการส่งเสริมการอบรม ทั้งในเรื่องมาตรฐานคุณภาพ มาตรฐานทางวิชาชีพ และการพัฒนาคุณภาพตามมาตรฐานที่รัฐบาลกำหนด การติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานอันเป็นปัจจัยของความสำเร็จ ดังนั้น การบริหารงานบุคคลที่ยังไม่ประสบความสำเร็จจึงอาจมีสาเหตุมาจากการไม่มีทีมงานที่มีประสิทธิภาพเพียงพอ ซึ่งเมื่องานมีการถ่วงมากขึ้น ความอ่อนแอเหนื่อยล้าย่อมเข้ามาทำลายประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานให้ลดลง หรือการทำงานไม่มีประสิทธิภาพเลย การสร้างแรงจูงใจให้ปฏิบัติงานจึงอาจเป็นอีกวิธี

หนึ่งในการแก้ปัญหาที่ทำให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพ มากขึ้นได้ แต่อย่างไรก็ตาม การที่จะทราบว่าแรงจูงใจใดที่จะมีผลต่อการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพของบุคลากรย่อมต้องศึกษาถึงทัศนคติของบุคลากรในแรงจูงใจนั้น ๆ เสียก่อนว่ามีผลเป็นอย่างไรบ้าง เพื่อจะได้มีการพัฒนาได้อย่างถูกต้อง

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น การศึกษาทัศนคติของบุคลากรของสำนักงานเขตบางรักต่อการพัฒนาการบริหารงานบุคคลจึงเป็นเรื่องที่ควรให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพื่อจะทำให้สำนักงานเขตบางรักทราบถึงแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในปัจจุบัน เพื่อจะนำข้อมูลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการบริหารงานบุคคลของสำนักงานเขตบางรัก เพื่อเพิ่มแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรให้สูงขึ้น อันจะทำให้บุคลากรมีความมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถและมีประสิทธิภาพ เพื่อให้สำนักงานเขตบางรักประสบความสำเร็จบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาทัศนคติของบุคลากรสำนักงานเขตบางรักต่อการพัฒนาการบริหารงานบุคคล
2. เพื่อเปรียบเทียบทัศนคติของบุคลากรสำนักงานเขตบางรักต่อการพัฒนาการบริหารงานบุคคล จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสนับสนุนองค์กรกับปัจจัยจูงใจและทัศนคติของบุคลากรสำนักงานเขตบางรักต่อการพัฒนาการบริหารงานบุคคล

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การวิจัยเรื่อง ทัศนคติของบุคลากรสำนักงานเขตบางรักต่อการพัฒนาการบริหารงานบุคคล เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัย ตามรายละเอียด ดังนี้

1. ขอบเขตของการวิจัย
 - 1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา
 วิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา การพัฒนาการบริหารงานบุคคลของสำนักงานเขตบางรัก โดยมีปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ อายุราชการ รายได้ต่อเดือน และการสนับสนุนองค์กรกับปัจจัยจูงใจ เพื่อเสริมสร้างการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น
 - 1.2 ขอบเขตด้านประชากร กลุ่มตัวอย่าง
 ประชากรของการวิจัย คือ ประชากรของสำนักงานเขตบางรัก ประกอบด้วยข้าราชการสายงานผู้ปฏิบัติงาน และลูกจ้างสำนักงานเขตบางรัก จำนวน 535 คน
 กลุ่มตัวอย่างการวิจัย คือ บุคลากรสำนักงานเขตบางรัก แขวงสีพระยา เขตบางรัก จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 535 คน และทำการคำนวณหาขนาดตัวอย่าง (Sample Size) โดยวิธีแทนค่าตามสูตรของ ทาโร่ ยามะเน่ (Taro Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่นำมาใช้ในการวิจัยเท่ากับ 229 คน
 - 1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่
 ผู้วิจัยใช้พื้นที่ในการวิจัยครั้งนี้เป็นพื้นที่ที่อยู่ในความรับผิดชอบของสำนักงานเขตบางรัก
 - 1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา
 การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการระหว่าง เดือนมกราคม-มิถุนายน 2567

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดลักษณะของเครื่องมือในการวิจัยและการสร้างเครื่องมือในการวิจัย ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของบุคลากร สำนักงานเขตบางรัก ซึ่งเป็น ตัวแปร เพศ อายุ อายุราชการ และรายได้ ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิดแบบตรวจสอบ (Check lists) จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการสนับสนุนองค์กรกับปัจจัยเชิงใจ ได้แก่ 1. การสนับสนุนงบประมาณ วัสดุ อุปกรณ์ สำหรับการปฏิบัติงานของหน่วยงาน 2. มีนโยบาย มาตรการสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงานให้กับบุคลากร 3. การจัดสวัสดิการเพื่อช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกแก่บุคลากรในการปฏิบัติงาน และ 4. การจัดกิจกรรมเสริมสร้างความสัมพันธ์ของบุคลากรในหน่วยงานตามเทศกาลต่าง ๆ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติของบุคลากรสำนักงานเขตบางรักต่อการพัฒนาการบริหารงานบุคคล จำนวน 3 ด้าน คือ ด้านการบริหารจัดการด้านทรัพยากรบุคคล ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนในการปฏิบัติงาน ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน

ผู้วิจัยศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้ แบบสอบถาม โดยศึกษาแนวทางการพัฒนาด้านการบริหารงานบุคคลของสำนักงานเขตบางรัก ผู้วิจัยได้ดำเนินการ ค้นคว้าตามรายละเอียดวิธีการดำเนินการ ได้แก่ 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 2. วิธีการที่ใช้ในการวิจัย 3. การสร้างและการพัฒนาวิธีวิจัย 4. วิธีการเก็บข้อมูล และ 5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวม ข้อมูลมีขั้นตอน ดังนี้

3.1 สำรวจเอกสาร (Documentary survey) ได้แก่ การรวบรวมข้อมูลจากแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัย หนังสือ ตำรา บทความ และเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อการสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย

3.2 ทำการเก็บข้อมูลภาคสนาม (Field survey) ได้แก่ การรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire)

3.3 เมื่อได้ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ในการตอบแบบสอบถาม เพื่อดำเนินการตามขั้นตอนของการวิจัย

3.4 นำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามมาวิเคราะห์ด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

จากข้อมูลที่ได้โดยการเก็บแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์เพื่อได้ข้อมูลที่ตอบสนองความมุ่งหมายของการวิจัย ดังนี้

4.1 การอธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจากแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบรายการตรวจสอบ (Check lists) ใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าสถิติร้อยละ (percentage)

4.2 การคำนวณหาข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้วิธีหาค่าเฉลี่ย (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)

4.3 การทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างด้วยการทดสอบค่าที (t-test) การ

วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) กรณีพบค่าความแตกต่างเป็นรายกลุ่มจะวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายกลุ่มเป็นรายคู่อีกครั้งด้วยวิธีของ Fisher's Least Significance Difference: LSD

4.4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Moment Product Correlation Coefficient) ใช้ทดสอบความสัมพันธ์ความพึงพอใจและแรงจูงใจกับการสนับสนุนองค์กรกับปัจจัยจูงใจ

ผลการวิจัย (Research Results)

จากผลการวิจัย ทักษะของบุคลากรสำนักงานเขตบางรักต่อการพัฒนาการบริหารงานบุคคลมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 คือ เพื่อศึกษาทัศนคติของบุคลากรสำนักงานเขตบางรักต่อการพัฒนาการบริหารงานบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติของบุคลากรสำนักงานเขตบางรักต่อการพัฒนาการบริหารงานบุคคล ด้านการบริหารจัดการด้านทรัพยากรบุคคลโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.0313 เมื่อพิจารณาจำแนกตามรายด้านรายข้อส่วนใหญ่เห็นว่า บุคลากรของสำนักงานเขตบางรักต้องการสัมพันธภาพกับบุคลากรในหน่วยงาน/การได้รับการยอมรับจากผู้ร่วมงาน ($\bar{X} = 4.08$, S.D.= 0.564) รองลงมาได้แก่ องค์กรให้ความสำคัญ ในการสร้างการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการทำงานเป็นทีม ($\bar{X} = 4.05$, S.D.= 0.590), บุคลากรในองค์กร มีโอกาสเสนอแนะข้อคิดเห็นในการกำหนดนโยบาย การวางแผนการปฏิบัติงาน ($\bar{X} = 4.05$, S.D.= 0.583) มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้ปฏิบัติงานและผู้บังคับบัญชา ($\bar{X} = 4.01$, S.D.= 0.635) มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและให้ข้อเสนอแนะในการปฏิบัติงานกับเพื่อนร่วมงาน ($\bar{X} = 4.01$, S.D.= 0.592) เปิดโอกาสให้บุคลากรเสนอข้อมูลและข้อคิดเห็นต่อผู้บริหารในการพัฒนาและปรับปรุงการบริหารงานของ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในความสำเร็จขององค์กร ($\bar{X} = 3.99$, S.D.= 0.588)

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 คือ เพื่อเปรียบเทียบทัศนคติของบุคลากรสำนักงานเขตบางรักต่อการพัฒนาการบริหารงานบุคคล จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า

ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ ที่แตกต่างกัน มีทัศนคติของบุคลากรสำนักงานเขตบางรักต่อการพัฒนาการบริหารงานบุคคล ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.261 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ ที่แตกต่างกัน มีทัศนคติของบุคลากรสำนักงานเขตบางรักต่อการพัฒนาการบริหารงานบุคคล แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.102 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุราชการ ที่แตกต่างกัน มีทัศนคติของบุคลากรสำนักงานเขตบางรักต่อการพัฒนาการบริหารงานบุคคล ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.000 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านรายได้ ที่แตกต่างกัน มีทัศนคติของบุคลากรสำนักงานเขตบางรักต่อการพัฒนาการบริหารงานบุคคล แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.000 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

การสนับสนุนองค์กรกับปัจจัยจูงใจมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของบุคลากรสำนักงานเขตบางรักต่อการพัฒนาการบริหารงานบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.000 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 3 คือ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสนับสนุนองค์กรกับปัจจัยจูงใจและทัศนคติของบุคลากรสำนักงานเขตบางรักต่อการพัฒนาการบริหารงานบุคคล พบว่า

ตัวแปร	ทัศนคติของบุคลากรสำนักงานเขตบางรัก ต่อการพัฒนาการบริหารงานบุคคล
การสนับสนุนองค์กรกับปัจจัยจูงใจ	.451**
Sig.	.000
N.	229

จากตาราง ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การสนับสนุนองค์กรกับปัจจัยจูงใจมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของบุคลากรสำนักงานเขตบางรักต่อการพัฒนาการบริหารงานบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 : ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ ที่แตกต่างกัน มีทัศนคติของบุคลากรสำนักงานเขตบางรักต่อการพัฒนาการบริหารงานบุคคล ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.261 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 : ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ ที่แตกต่างกัน มีทัศนคติของบุคลากรสำนักงานเขตบางรักต่อการพัฒนาการบริหารงานบุคคล แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.102 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3 : ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุราชการ ที่แตกต่างกัน มีทัศนคติของบุคลากรสำนักงานเขตบางรักต่อการพัฒนาการบริหารงานบุคคล ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.000 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 4 : ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านรายได้ ที่แตกต่างกัน มีทัศนคติของบุคลากรสำนักงานเขตบางรักต่อการพัฒนาการบริหารงานบุคคล แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.000 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 5 : การสนับสนุนองค์กรกับปัจจัยจูงใจมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของบุคลากรสำนักงานเขตบางรักต่อการพัฒนาการบริหารงานบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.000 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

จากการศึกษาทัศนคติของบุคลากรสำนักงานเขตบางรักต่อการพัฒนาการบริหารงานบุคคล สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ได้ ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาทัศนคติของบุคลากรสำนักงานเขตบางรักต่อการพัฒนาการบริหารงานบุคคล พบว่า ความคิดเห็นต่อการสนับสนุนองค์กรกับปัจจัยจูงใจ พบว่า บุคลากรส่วนใหญ่มีความคิดเห็นที่มีต่อการสนับสนุนองค์กรกับปัจจัยจูงใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องของ สิริวัฒน์ พลสา (2563) ที่พบว่าการสนับสนุนและสร้างแรงจูงใจขององค์กร การมีส่วนร่วมในการพัฒนางานบุคคลเช่นกัน โดยลำดับแรกเป็นด้านกระบวนการและขั้นตอนในการปฏิบัติงาน ลำดับที่สอง ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านทรัพยากรบุคคล ด้านการสนับสนุนและสร้างแรงจูงใจขององค์กรและด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อเปรียบเทียบทัศนคติของบุคลากรสำนักงานเขตบางรักต่อการพัฒนาการบริหารงานบุคคล จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล สามารถอธิบายได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุราชการที่แตกต่างกัน มีทัศนคติของบุคลากรสำนักงานเขตบางรักต่อการพัฒนาการบริหารงานบุคคลแตกต่างกันซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social Categories Theory) ของ DeFleur, 1966 อ้างใน จเรศักดิ์ ชูรักษ์ (2550) ที่ได้กล่าวว่า บุคคลที่มีลักษณะทางสังคม ได้แก่ เพศ การศึกษา รายได้ อาชีพ ศาสนาฯ มักมีความสนใจ ความคิดเห็น ทัศนคติ ตลอดจนพฤติกรรมในการสื่อสารในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสนับสนุนองค์กรกับปัจจัยจูงใจและทัศนคติของบุคลากรสำนักงานเขตบางรักต่อการพัฒนาการบริหารงานบุคคล พบว่า การสนับสนุนองค์กรกับปัจจัยจูงใจมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของบุคลากรสำนักงานเขตบางรักต่อการพัฒนาการบริหารงานบุคคล สอดคล้องกับงานวิจัยชนาทิพย์ พลเสน (2554) พบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานในด้านโอกาสก้าวหน้าในอนาคตมีความสัมพันธ์ต่อการ

ส่วนบุคลากรของสำนักงานเขตบางรัก กรุงเทพมหานคร ที่มีอายุราชการและรายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน จะมีการสนับสนุนและสร้างแรงจูงใจขององค์กรและทัศนคติของบุคลากรสำนักงานเขตบางรักต่อการพัฒนาการบริหารงานบุคคลแตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับการสนับสนุนและสร้างแรงจูงใจขององค์กรกับทัศนคติของบุคลากรสำนักงานเขตบางรักต่อการพัฒนาการบริหารงานบุคคล โดยไม่สอดคล้องกับการวิจัยของธัญญ์ณัช รุ่งโรจน์สุวรรณ (2553) พบว่า ลักษณะส่วนบุคคลของพนักงาน บริษัท อมรินทร์บุ๊ค เซ็นเตอร์ จำกัด ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตำแหน่ง และประสบการณ์การทำงานที่แตกต่างกันจะมีประสิทธิภาพการทำงานไม่แตกต่างกัน พบว่าบุคลากรที่อยู่ในช่วงอายุราชการมากขึ้นก็จะมีรายได้ต่อเดือนมากขึ้น ซึ่งค่าตอบแทนจะทำให้เกิดผลกระทบในการโยกย้ายการปฏิบัติราชการ โดยหากได้ค่าตอบแทนที่เหมาะสมจะทำให้องค์กรสามารถควบคุมการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งการมีทัศนคติที่ดีของบุคลากรจะทำให้การบริหารงานบุคคลพัฒนาไปได้อย่างมีประสิทธิภาพเช่นกัน

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

1. การศึกษาทัศนคติของบุคลากรของสำนักงานเขตบางรักต่อการพัฒนาการบริหารงานบุคคลการสนับสนุนงบประมาณ วัสดุ อุปกรณ์ มีมาตรการสร้างขวัญและกำลังใจ การจัดสวัสดิการเพื่อช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกแก่บุคคลในการปฏิบัติงาน เป็นเรื่องที่สำคัญ เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานมากขึ้น

2. มีแนวทางการพัฒนาการบริหารงานบุคคลของสำนักงานเขตบางรัก เปิดโอกาสให้เสนอแนะข้อคิดเห็น มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันระหว่างผู้ปฏิบัติงานและผู้บังคับบัญชา และสร้างการมีส่วนร่วมทำให้บุคลากรมีความมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ มีประสิทธิภาพ และประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ควรต้องมีการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของข้าราชการและพนักงานจ้างทุกระดับในการกำหนดแนวทางการพัฒนาด้านการบริหารงานบุคคลของสำนักงานเขตบางรัก

1.2 ควรต้องมีการสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพบุคลากรในการศึกษา ระเบียบ และกฎหมาย ที่เกี่ยวกับการบริหารงานบุคคลของกรุงเทพมหานคร เพื่อใช้ในการปฏิบัติงานและพัฒนาองค์กร

1.3 ควรต้องเพิ่มศักยภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรโดยการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการปฏิบัติงานให้มากขึ้น และนำมาเป็นข้อมูลในการพัฒนาการบริหารงานบุคคลของสำนักงานเขตบางรัก

1.4 ผู้บังคับบัญชาควรต้องให้คำแนะนำ คำปรึกษา คำชี้แจง และข้อแก้ไขปัญหายุ่งยากเกี่ยวกับงานที่ต้องรับผิดชอบแก่บุคลากรสำนักงานเขตบางรักให้มากและชัดเจนยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยเรื่อง “ทัศนคติของบุคลากรสำนักงานเขตบางรักต่อการพัฒนาการบริหารงานบุคคล” นี้ เป็นเพียงการศึกษาในประเด็นการพัฒนาการบริหารงานบุคคลเท่านั้น ยังมีประเด็นที่ควรศึกษาอีกหลายประเด็น ดังนี้

2.1 การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการพัฒนาการบริหารงานบุคคลของสำนักงานเขตบางรัก

2.2 การศึกษาเรื่องการบริหารงานบุคคลของสำนักงานเขตอื่น ๆ เพื่อที่จะได้ทราบว่าพื้นที่ต่างกัน ปัญหาการมีส่วนร่วมแตกต่างกันมากน้อยเพียงใด

2.3 การศึกษาเรื่องการบริหารงานบุคคลต่อยอดการศึกษารั้วนี้เพื่อนำข้อเสนอแนะที่เป็นแนวทางการแก้ไข ปรับปรุง และพัฒนาการบริหารงานบุคคลของสำนักงานเขตบางรักต่อไปในอนาคต

เอกสารอ้างอิง (References)

จเรศักดิ์ ชูรักษ์. (2550). การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมทางเลือกใช้ยางรถยนต์ประหยัดน้ำมันของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต หลักสูตรวารสารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ชนาทิพย์ พลเสน. (2554). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการในโรงงานอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ กรณีศึกษาบริษัท เคแอลเค อินดัสตรี จำกัด. วารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม. 10(3): 324-336.

ธัญญ์ณัช รุ่งโรจน์สุวรรณ. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท อมรินทร์ บิ๊คเซ็นเตอร์ จำกัด. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยบูรพา.

สถาบันพระปกเกล้า. (2547). อำนาจหน้าที่ของกรุงเทพมหานคร. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.http://wiki.kpi.ac.th/index.php?title=กรุงเทพมหานคร> สืบค้นเมื่อ 18 พฤศจิกายน 2567.

สิริวัฒน์ พลหา. (2563). แนวทางการพัฒนาด้านการบริหารงานบุคคลของเทศบาลตำบลสวนหลวง จังหวัดสมุทรสาคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต หลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการบริหารและการจัดการรัฐกิจ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.

Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (2nd ed.). New York, NY: Harper & Row.

**แนวทางการบริหารจัดการสถานศึกษาในยุควิถีชีวิตถัดไปของโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัด
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสุโขทัย**
**Guidelines for Educational Management in the Next Era of Life at the Small
Schools Under The Sukhothai Secondary Educational Service Area Office**

กวินพัทธ์ โยธา¹ ชัชภุมิ สีชมภู² หยกแก้ว กมลวรรณเดช³
Kawinphat Yotha, Chatphum Sichomphoo, Yokkeaw Kamonworadej

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการบริหารจัดการสถานศึกษาในยุควิถีชีวิตถัดไปของโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสุโขทัย 2. เพื่อศึกษาแนวทางการบริหารจัดการสถานศึกษาในยุควิถีชีวิตถัดไปของโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสุโขทัย เป็นการศึกษาแบบผสมผสาน (Mixed method) ประชากรที่ใช้ในงานวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 5 คน และครูผู้สอน จำนวน 62 คน รวมทั้งสิ้น 67 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม แบบบันทึกการสัมภาษณ์ แบบสอบถามประเมินความเหมาะสม การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์และตอบแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการหาค่าความเที่ยงของเนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1. สภาพปัญหาการบริหารจัดการสถานศึกษาในยุควิถีชีวิตถัดไป ของโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสุโขทัย โดยรวมและรายด้านมีสภาพปัญหาการบริหารสถานศึกษาอยู่ในระดับปานกลาง 2. ผลการศึกษาแนวทางการบริหารจัดการสถานศึกษาในยุควิถีชีวิตถัดไปของโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสุโขทัย พบว่า ด้านการจัดการทรัพยากร มีการบริหารจัดการทรัพยากรในยุควิถีชีวิตถัดไปต้องผสมผสานการวางแผนชัดเจน การใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ด้านการบริหารงานวิชาการ การใช้เทคโนโลยีในการสื่อสาร การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการสื่อสารและติดตามผล ด้านการสร้างเครือข่าย สถานศึกษาเปิดโอกาสให้บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการศึกษามีส่วนร่วมในการจัดการสถานศึกษา โดยมีส่วนร่วมกันวางแผน ส่งเสริมการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ของโรงเรียน

คำสำคัญ (Keywords) : แนวทางการบริหารจัดการสถานศึกษา; ยุควิถีชีวิตถัดไป; โรงเรียนขนาดเล็ก

Abstract

This research aimed to study: 1. the management problems at the small schools in the next era of life in Sukhothai Secondary Educational Service Area Office, and 2. the management guidelines at the small schools in the next era of life in Sukhothai Secondary

Received: 2024-11-26 Revised: 2024-12-07 Accepted: 2024-12-09

¹ สาขาวิชาการบริหารการศึกษา ครุศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ Educational Administration Master of Education, Uttaradit Rajabhat University. E-mail: Kawinphat.101@gmail.com

² อาจารย์ประจำ บัณฑิตวิทยาลัย คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ Lecturer, Graduate School Faculty of Education Uttaradit Rajabhat University, Thailand. E-mail: Chatphum.Sri@live.ur.ac.th

³ อาจารย์ประจำ บัณฑิตวิทยาลัย คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ Educational Administration Master of Education, Uttaradit Rajabhat University. E-mail: yokkeaw.kam@yahoo.com

Educational Service Area Office. This research was a mixed methods research approach. The population used in the research consisted of 5 school administrators and 62 teachers, totally 67 people. The research instruments were questionnaires, interview records, and appropriateness assessment questionnaires. Data collection was done by interviewing and answering questionnaires. The statistical instruments used for data analysis were percentage, mean, standard deviation, and content validity.

The research results showed the following. 1. The management problems at the small schools in the next era of life in Sukhothai Secondary Educational Service Area Office as a whole and in each aspect had a moderate level of the school management problems. 2. The results of the study on the management guidelines at the small schools in the next era of life in Sukhothai Secondary Educational Service Area Office found that in terms of resource management, resource management in the next era had to integrate clear planning, use of technology to increase efficiency, in terms of academic administration, use of technology in communication. The application of technology in communication and monitoring, in terms of networking, allowed educational institutions to provide opportunities for people involved in education to participate in school management, planning and promoting various aspects of school operations.

Keywords: Internal educational supervision; Experimental use results; small schools

บทนำ (Introduction)

สถานการณ์ของโลกในศตวรรษที่ 21 มีการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลกระทบต่อพลเมืองโลกในหลายมิติ มีทั้งความผันผวนทางเศรษฐกิจ การเข้าสู่สังคมสูงวัยของประชากรโลก การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่รวดเร็ว การแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศที่ก่อให้เกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติ และการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อที่มีชื่อว่า “โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโรคโควิด-19 (Coronavirus Disease 2019 (COVID-19)” สำหรับประเทศไทยในปีพุทธศักราช 2563 พบผู้ป่วย และผู้เสียชีวิตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีโอกาสขยายวงกว้างขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานศึกษามีแนวโน้มที่จะเกิดการแพร่ระบาด เนื่องจากมีกลุ่มคนที่อยู่รวมกันเป็นจำนวนมาก องค์การยูเนสโก ได้มีการรายงานว่ามีจำนวนเด็ก เยาวชน และผู้ใหญ่ที่ไม่สามารถเข้าเรียนในโรงเรียน และมหาวิทยาลัย เนื่องจากปัญหาการแพร่ระบาดของ COVID-19 ทำให้รัฐบาลประเทศต่าง ๆ กว่า 119 ประเทศ ได้ประกาศปิดสถานศึกษา เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคไปทั่วโลก สำหรับประเทศไทย คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบให้เลื่อนวันเปิดเทอมภาคเรียนที่ 1 ไปเป็นวันที่ 1 กรกฎาคม 2563 ประเทศไทยจึงมีโอกาสมหาชนบทเรียนจากต่างประเทศ เพื่อเตรียมตัวให้พร้อมในการจัดการเรียนการสอนรูปแบบใหม่ที่สอดคล้องกับมาตรการป้องกันการระบาด พร้อมกับเตรียมมาตรการต่าง ๆ เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้เรียนได้รับผลกระทบจากรูปแบบการเรียนที่เปลี่ยนไป

การจัดการการศึกษาในช่วงเวลาที่เปลี่ยนแปลง เช่น ในช่วง COVID-19 ไม่ใช่แค่การแก้ไขปัญหาทันที แต่ยังรวมถึงการหาวิธีที่จะทำให้การสอนและการเรียนรู้ดีขึ้นด้วย ในประเทศไทย การเปลี่ยนแปลงวิธีการเรียนรู้ของเรานั้นหมายถึงการเปลี่ยนแปลงวิธีการเรียนรู้ของเราเพื่อให้เหมาะสมกับสิ่งที่เกิดขึ้นในห้องเรียน ครู

ควรเน้นวิธีการสอนใหม่ๆ ที่ช่วยให้นักเรียนได้รับทักษะที่สำคัญสำหรับโรงเรียน งาน และชีวิต นอกจากนี้ ยังมีความสำคัญที่ครอบครัวและชุมชนจะต้องมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ บทเรียนควรได้รับการออกแบบให้ตรงกับความต้องการของนักเรียน และเราควรหาวิธีที่ดีกว่าในการตรวจสอบว่านักเรียนเรียนรู้ได้ดีเพียงใดเพื่อช่วยให้พวกเขาเติบโต สถานการณ์ COVID-19 แสดงให้เราเห็นว่าการเรียนรู้ทักษะที่สำคัญสำหรับโลกในปัจจุบันมีความสำคัญ ทักษะเหล่านี้ช่วยให้นักเรียนปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลง เข้าใจและใส่ใจผู้อื่น มองตนเองและผู้อื่นเป็นพลเมืองที่มีความรับผิดชอบ แก้ปัญหา และเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ (สมพร ปานดำ, 2565: 009-022) แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการศึกษาที่สอดคล้องกับความปกติใหม่ องค์การยูเนสโก ได้ออกมาแนะนำแก่โรงเรียน คือการรับฟังเสียงของครูในการกำหนดนโยบายและแผนการ ผู้บริหาร ครู พ่อแม่ ชุมชน รวมถึงนักเรียน ควรมีการพูดคุยกัน การสร้างสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยสำหรับทุกคนในโรงเรียน การให้ความสำคัญกับสภาพจิตใจ สังคม การสนับสนุน และได้รับทรัพยากรที่เพียงพอในการจัดการเรียนรู้ในห้องเรียน การจัดให้มีครูเพียงพอ และให้ครูได้ทำงานในสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม (ทัฬหวิชญ์ ลีศิริรัตน์สกุล, 2564) นอกจากนี้ กระทรวงศึกษาธิการมีแนวนโยบายการบริหารจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานวิถีนใหม่ เพื่อพัฒนาการศึกษาทั้งด้าน โอกาส คุณภาพ ประสิทธิภาพ และความปลอดภัย ได้แก่ ด้านโอกาส เพิ่มโอกาสทางการศึกษาของประชากรวัยเรียน การเข้าถึงการศึกษาอย่างเท่าเทียม และเสมอภาค ด้านคุณภาพ เพิ่มคุณภาพทางการศึกษา มีระบบสารสนเทศที่ทันสมัย มีนวัตกรรมการบริหารจัดการ มีหลักสูตรที่ตอบสนองความต้องการ เสริมทักษะการเรียนรู้ เครือข่ายการมีส่วนร่วม และผู้เรียนมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ด้านประสิทธิภาพ เพิ่มประสิทธิภาพของระบบการบริหาร และการจัดการศึกษาที่เน้นการกระจายอำนาจ การมีส่วนร่วม โปร่งใส และความรับผิดชอบต่อด้านความปลอดภัย มีแนวนโยบายด้านความปลอดภัยขององค์กร บุคลากร และผู้เรียน ได้แก่ ความตระหนัก ด้านความปลอดภัย องค์กรปลอดภัยด้วย หลักธรรมาภิบาล ผู้เรียนปลอดภัยจากภัยคุกคามทุกรูปแบบ มีทักษะการป้องกันตัวเอง และมีภาคีเครือข่ายร่วมสร้างความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ (อัมพร พินะสา, 2563) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบริหารโรงเรียนมัธยมศึกษาขนาดเล็ก ที่มีนักเรียนต่ำกว่า 500 คน ซึ่งเกือบทั้งหมดอยู่ในชนบททางไกลความเจริญ แต่ละโรงเรียนก็มีปัญหาให้ผู้บริหาร และบุคลากรต้องขบคิด ค้นคว้า เพื่อหาทางอยู่รอด เนื่องจากการขาดงบประมาณ กำลังคน วัสดุอุปกรณ์และความพร้อมในหลายด้าน ทำให้ไม่สามารถแข่งขันกับโรงเรียนขนาดใหญ่ของรัฐ และเอกชนได้ (อิทธิพล พลเยี่ยมหาญ, 2562)

จากการสำรวจสภาพปัญหาในการบริหารจัดการสถานศึกษา โรงเรียนขนาดเล็ก จำนวน 3 แห่ง พบอุปสรรคในการบริหารจัดการสถานศึกษา คือ ความพร้อมด้านอุปกรณ์ในการใช้เรียนออนไลน์ นักเรียนเข้าเรียนเพียง 60-70% ครูมีภาระสอนหนัก โรงเรียนขาดงบประมาณในการจัดหาอุปกรณ์ สนับสนุน สื่อที่ใช้สอนออนไลน์ นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ต่ำ นักเรียนไม่สามารถเข้าเรียนออนไลน์ได้ การประสานงานติดต่อเครือข่าย ผู้ปกครองเป็นไปได้ยากลำบาก ครูต้องเสียสละทรัพยากรส่วนตัวในการจัดหาอุปกรณ์ในการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์ และเมื่อพิจารณาจากผลการประเมินแผนพัฒนาการศึกษาของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา มัธยมศึกษาสุโขทัย ปี 2564 ผ่านมา พบว่า การบริหารการจัดการศึกษา และการจัดการเรียนการสอนช่วงนี้จะพบปัญหาเรื่องการจัดสรรงบประมาณในการสนับสนุนด้านการศึกษา มีงบประมาณสนับสนุนไม่เพียงพอ และไม่ต่อเนื่อง โดยเฉพาะสถานศึกษาขนาดเล็ก มีครูผู้สอน ไม่ตรง และไม่เพียงพอตามสาขาวิชาเอกที่สถานศึกษาต้องการ ผลสัมฤทธิ์ภาพรวมทางการเรียนของนักเรียนต่ำกว่าเป้าหมายที่กำหนด ครูขาดความเชี่ยวชาญในการจัดการเรียนการสอนให้ผู้เรียนเป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้ คิดริเริ่ม สร้างสรรค์เป็นนวัตกรรม

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่ายังไม่มีการศึกษาเรื่องแนวทางการบริหารจัดการสถานศึกษาในยุคชีวิตวิถีถัดไป (Next Normal) ของโรงเรียนขนาดเล็กอย่างกว้างขวาง และแพร่หลายนัก ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาแนวทางการบริหารจัดการสถานศึกษาในยุคชีวิตวิถีถัดไป (Next Normal) ของโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสุโขทัย เพื่อนำไปสู่การประมวลข้อมูลสารสนเทศ เชื่อมโยง เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการบริหารจัดการสถานศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการบริหารจัดการสถานศึกษาในยุคชีวิตวิถีถัดไปของโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสุโขทัย
2. เพื่อศึกษาแนวทางการบริหารจัดการสถานศึกษาในยุคชีวิตวิถีถัดไปของโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสุโขทัย

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การวิจัยเรื่อง แนวทางการบริหารจัดการสถานศึกษาในยุคชีวิตวิถีถัดไปของโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสุโขทัย เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Method)

1. ขอบเขตการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาแนวทางการบริหารจัดการสถานศึกษาในยุคชีวิตวิถีถัดไปของโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสุโขทัย ผู้วิจัยได้สังเคราะห์องค์ประกอบการบริหารจัดการสถานศึกษา จากเอกสาร ตำรา บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และแนวคิดของจักรพันธ์ ภาชนะ (2558: 122-134), ธนฤต สิริธราษ (2558: 71-80), ภัทรนิษฐ์ แดงสี (2562: 6035-6053), มาลัย วงศ์ฤทัยวัฒนา (2562: 22-30), พัทธภรณ์ ดวงชื่น (2563: 783-795), ภูษิมา ภิญโญสินวัฒน์ (2563), เจริญ ภูวิจิตร (2564), ณัฐพัชร์ บุญเกตุ (2565: 69-80) ได้ขอบเขตเนื้อหาแนวทางการบริหารจัดการสถานศึกษาในยุคชีวิตวิถีถัดไปของโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสุโขทัย ประกอบด้วย 3 ด้าน ดังนี้

1. ด้านการจัดการทรัพยากร
2. ด้านการบริหารงานวิชาการ
3. ด้านการสร้างเครือข่าย

1.2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษา และครูผู้สอนในโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสุโขทัย ปีการศึกษา 2566 จำนวน 5 แห่ง มีผู้บริหารสถานศึกษาจำนวน 5 คน และครูผู้สอน จำนวน 62 คน รวมทั้งสิ้น 67 คน

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ โรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสุโขทัย จำนวน 5 โรงเรียน และสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสุโขทัย

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการศึกษาในระยะปีการศึกษา 2565 – 2566 ตั้งแต่ เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2565 ถึง เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2566

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ประกอบด้วย 3 เครื่องมือ ได้แก่

2.1 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัญหาการบริหารจัดการสถานศึกษาในยุควิถีชีวิตถัดไป

2.2 แบบบันทึกการสัมภาษณ์ แนวทางการบริหารจัดการสถานศึกษาในยุควิถีชีวิตถัดไปของโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสุโขทัย

2.3 ประเมินความเหมาะสมของแนวทางการบริหารจัดการสถานศึกษาในยุควิถีชีวิตถัดไปของโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสุโขทัย

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

แบบสอบถามสภาพปัญหา

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1 ติดต่อขอหนังสือจากบัณฑิตมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัราชภัฏอุดรดิตถ์ เพื่อขอความอนุเคราะห์ไปยังผู้อำนวยการสถานศึกษาโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสุโขทัย ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่จัดทำขึ้นไปดำเนินการเก็บข้อมูลผู้บริหารสถานศึกษา และครูโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสุโขทัย ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

3.3 ผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถาม แล้วนำมาวิเคราะห์สภาพปัญหาการบริหารจัดการสถานศึกษาในยุควิถีชีวิตถัดไป (Next Normal) ของโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสุโขทัย

แบบบันทึกการสัมภาษณ์

เก็บรวบรวมข้อมูลประเด็นในการสัมภาษณ์ มีขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้

3.4 ติดต่อขอหนังสือจากบัณฑิตมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัราชภัฏอุดรดิตถ์ เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.5 ผู้วิจัยนำแบบบันทึกการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เก็บข้อมูลจากผู้ทรงคุณวุฒิ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง

3.6 ผู้วิจัยรวบรวมแบบบันทึกการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง แล้วนำมาวิเคราะห์ผลเกี่ยวกับแนวทางการบริหารจัดการสถานศึกษาในยุควิถีชีวิตถัดไปของโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสุโขทัย

ประเมินความเหมาะสมของแนวทางการบริหารจัดการสถานศึกษาในยุควิถีชีวิตถัดไปของโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสุโขทัย มีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

3.7 ติดต่อขอหนังสือจากบัณฑิตมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ เพื่อขอความอนุเคราะห์ไปยังผู้อำนวยการสถานศึกษาโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสุโขทัย ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.8 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่จัดทำขึ้นไปดำเนินการเก็บข้อมูลผู้บริหารสถานศึกษา และครูโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสุโขทัย ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

3.9 ผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถาม แล้วนำมาวิเคราะห์ประเมินความเหมาะสมของแนวทางการบริหารจัดการสถานศึกษาในยุควิถีชีวิตถัดไปของโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสุโขทัยมาวิเคราะห์

4.การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัย ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

4.1 วิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐาน โดยการคำนวณหาร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.2 วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่ม (group Interview) โดยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)

ผลการวิจัย (Research Results)

1. ผลการศึกษาเกี่ยวกับสภาพปัญหาการบริหารจัดการสถานศึกษายุควิถีชีวิตถัดไป ของโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสุโขทัย ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ผลโดยแสดงคะแนนเฉลี่ยโดยรวม รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 1

ข้อ	การบริหารจัดการสถานศึกษายุควิถีชีวิตถัดไป ของโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษามัธยมศึกษาสุโขทัย	สภาพการบริหารจัดการเรียนรู้			
		n = 63		ระดับ	อันดับที่
		μ	σ		
1	ด้านการจัดการทรัพยากร	3.01	1.55	ปานกลาง	3
2	ด้านการบริหารงานวิชาการ	3.11	1.58	ปานกลาง	1
3	ด้านการสร้างเครือข่าย	3.05	1.61	ปานกลาง	2

จากตารางที่ 1 พบว่าสภาพปัญหาการบริหารจัดการสถานศึกษายุควิถีชีวิตถัดไป ของโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสุโขทัย โดยรวม และรายด้านมีสภาพปัญหาการบริหารจัดการสถานศึกษาอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการบริหารงานวิชาการมีสภาพปัญหาการบริหารจัดการสถานศึกษาปานกลาง ($\mu = 3.11$, $\sigma = 1.58$) รองลงมาได้แก่ ด้านการสร้างเครือข่าย ($\mu = 3.05$, $\sigma = 1.61$) และด้านการจัดการทรัพยากรมีสภาพปัญหาการบริหารจัดการสถานศึกษาต่ำที่สุด ($\mu = 3.01$, $\sigma = 1.55$) ตามลำดับ

2. ผลการศึกษาแนวทางการบริหารจัดการสถานศึกษาในยุควิถีชีวิตถัดไป ของโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสุโขทัย

ผลการสัมภาษณ์แนวทางการบริหารจัดการสถานศึกษาในยุควิถีชีวิตถัดไป ของโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสุโขทัย พบว่า ด้านการจัดการทรัพยากร ผู้บริหารสถานศึกษา มีการบริหารจัดการทรัพยากรในยุควิถีชีวิตถัดไปต้องผสมผสานการวางแผนชัดเจน การใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่ม

ประสิทธิภาพ และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือเพื่อให้ทรัพยากรเพียงพอ ด้านการบริหารงานวิชาการ การใช้เทคโนโลยีในการสื่อสาร การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการสื่อสารและติดตามผลทำให้การพัฒนาการศึกษาเป็นไปอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ ด้านการสร้างเครือข่าย สถานศึกษาเปิดโอกาสให้บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการศึกษามีส่วนร่วมในการจัดการสถานศึกษา โดยมีส่วนร่วมกันวางแผน ส่งเสริมการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ของโรงเรียน และร่วมติดตามผลการดำเนินงานของสถานศึกษาให้เป็นไปตามกฎระเบียบ ประกาศ คำสั่ง และความต้องการของท้องถิ่นเพื่อพัฒนาสถานศึกษาให้ไปสู่เป้าหมาย

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

1. ผลการศึกษาเกี่ยวกับสภาพปัญหาการบริหารจัดการสถานศึกษาในยุควิถีชีวิตถัดไป ของโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสุโขทัย พบว่า สภาพปัญหาการบริหารจัดการสถานศึกษาในยุควิถีชีวิตถัดไป ของโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสุโขทัย โดยรวม และรายด้าน มีสภาพปัญหาการบริหารสถานศึกษาอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้ เพราะระยะห่างทางสังคมที่เกิดขึ้นจากการเรียนการสอนในรูปแบบวิถีชีวิตใหม่ยังทำให้การพัฒนาทักษะทางสังคมและทักษะข้ามวัฒนธรรม (Social and Cross-Cultural Skills) ของนักศึกษาทำได้ยากลำบากกว่าเดิม ถึงแม้ว่าจะมีการพูดคุยทำงานร่วมกันผ่านทางโปรแกรมออนไลน์ต่างๆ ก็ตาม แต่เพียงเท่านั้นไม่สามารถเพียงพอได้ อีกทั้งนักศึกษายังต้องการประสบการณ์ชีวิตในฐานะในนักศึกษาปริญญาตรี สอดคล้องกับงานวิจัยของ เสถียร พูลผล และปฏิพล อรรถนพ บริบูรณ์ (2563) พบว่าการเรียนออนไลน์ ทำให้การปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนนักศึกษาขาดหายไป และอยากให้มีการปรับการเรียนการสอนเป็นรูปแบบผสมผสานการเรียนในชั้นเรียนควบคู่กันกับการเรียนออนไลน์

2. ผลการศึกษาแนวทางการบริหารจัดการสถานศึกษาในยุควิถีชีวิตถัดไปของโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสุโขทัย พบว่า ด้านการจัดการทรัพยากร ผู้บริหารสถานศึกษา มีการบริหารจัดการทรัพยากรในยุควิถีชีวิตถัดไปต้องผสมผสานการวางแผนชัดเจน การใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือเพื่อให้ทรัพยากรเพียงพอ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิลาศ เรียงแหลม (2561: 706-720) ที่เกิดกระบวนการในการสร้างช่องทางให้เกิดการถ่ายทอดความรู้ซึ่งกันและกันภายในระหว่างบุคลากร ควบคู่ไปกับการรับความรู้จากภายนอก ซึ่งก่อให้เกิดโอกาสในการหาแนวปฏิบัติที่ดีที่สุด เพื่อนำไปสู่การพัฒนาและสร้างเป็นฐานความรู้ที่เข้มแข็งขององค์กรต่อไป ด้านการบริหารงานวิชาการ การใช้เทคโนโลยีในการสื่อสาร การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการสื่อสารและติดตามผลทำให้การพัฒนาการศึกษาเป็นไปอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิญา รัตนโกเมศ (2551:180-191) ผลการวิจัยพบว่า สภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 3 ทั้งด้าน การวางแผนเกี่ยวกับงานวิชาการการดำเนินงานเกี่ยวกับการเรียนการสอนการบริหารเกี่ยวกับการเรียนการสอนและการวัดและประเมินผลมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทั้งโดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ด้านการสร้างเครือข่ายสถานศึกษาเปิดโอกาสให้บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการศึกษามีส่วนร่วมในการจัดการสถานศึกษา โดยมีส่วนร่วมกันวางแผน ส่งเสริมการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ของโรงเรียน และร่วมติดตามผลการดำเนินงานของสถานศึกษาให้เป็นไปตามกฎระเบียบ ประกาศ คำสั่ง และความต้องการของท้องถิ่นเพื่อพัฒนาสถานศึกษาให้ไปสู่เป้าหมาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ นพพล บุญพงษ์ (2560) พบว่าวิธีการทำงานร่วมกันแบบนี้ดีจริงๆ และได้ผลดี

เพราะมีส่วนสำคัญ 6 ส่วน บทบาทและความรับผิดชอบของบุคลากรในเครือข่าย ซึ่งมีความสำคัญต่อการจัดการเครือข่ายนั้น อธิบายไว้ใน 12 ส่วน งานของพวกเขประกอบด้วย 4 ส่วนหลัก ได้แก่ การจัดการกิจกรรมของโรงเรียน การจัดการเงิน การดูแลเจ้าหน้าที่ และการจัดการทั่วไป ซึ่งเป็นไปตามกฎที่กระทรวงศึกษาธิการกำหนดไว้เกี่ยวกับวิธีการจัดการโรงเรียน โดยอ้างอิงจากกฎหมายที่ตราขึ้นเมื่อนานมาแล้ว เครือข่ายโรงเรียนมีเป้าหมายที่แตกต่างกันอธิบายไว้ใน 5 ส่วน นอกจากนี้ยังมีวิธีการจัดระเบียบเฉพาะซึ่งอธิบายไว้ใน 10 ส่วน มี 12 ส่วนที่อธิบายว่าทุกคนในเครือข่ายควรทำอะไร คณะกรรมการที่ช่วยดำเนินการเครือข่ายมี 12 ส่วนที่อธิบายงานของเครือข่าย คณะกรรมการที่ทำหน้าที่จัดการทุกอย่างมี 9 ส่วนที่อธิบายงานของเครือข่าย นอกจากนี้ยังมี 9 ส่วนที่พูดถึงวิธีการจัดหาทรัพยากรที่พวกเขาต้องการรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการได้ออกกฎหมายใหม่ กฎนี้ระบุว่าผู้รับผิดชอบกระทรวงศึกษาธิการสามารถมอบอำนาจบางส่วนให้แก่กลุ่มการศึกษาท้องถิ่น สำนักงาน หรือโรงเรียน เพื่อให้กลุ่มเหล่านี้สามารถตัดสินใจได้ดีขึ้นตามความต้องการของโรงเรียนแต่ละแห่ง

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

จากการวิจัยในครั้งนี้ทำให้ทราบแนวทางการบริหารจัดการสถานศึกษาในยุควิถีชีวิตถัดไปของโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสุโขทัย ผลการวิจัยจะเป็นองค์ความรู้ให้กับผู้บริหาร ครูผู้สอนและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการนำไปเป็นแนวทางในการจัดการเรียนการสอนในยุควิถีชีวิตถัดไป เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของตัวผู้เรียนและสถานศึกษาในช่วงสถานการณ์โควิด-19ให้ดียิ่งขึ้น และผลการวิจัยในครั้งนี้เป็นข้อมูลให้กับผู้บริหารหรือหน่วยงานทางการศึกษา สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประกอบการวางแผน ส่งเสริมและพัฒนาสถานศึกษาให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ผู้บริหาร คณะครูทราบถึงปัญหาการบริหารจัดการสถานศึกษาในยุควิถีชีวิตถัดไป ผู้บริหารควรมีการส่งเสริมให้บุคลากรคิดนอกกรอบ เปิดโลกทัศน์ใหม่ๆ ในการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัล

1.2 ผู้บริหารสถานศึกษาควรมีการดำเนินการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีในการจัดการเรียนการสอนของครู เพื่อสามารถนำไปใช้ประโยชน์กับผู้เรียนได้

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการวิจัยเรื่อง แนวทางการบริหารจัดการสถานศึกษาในยุควิถีชีวิตถัดไป ของโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา สุโขทัย ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพร้อมด้วย เพราะยังมีงานวิจัยน้อยชิ้นที่ศึกษาในเรื่องนี้ ซึ่งผู้วิจัยมองว่าบริบทของครูกับผู้บริหารสถานศึกษาในระดับประถมศึกษา อาจมีข้อจำกัดหรือรูปแบบการจัดการเรียนการสอนที่แตกต่างไปจากงานวิจัย ชิ้นนี้และยังไม่เคยถูกค้นพบมาก่อน

เอกสารอ้างอิง (References)

จักรพันธ์ ภาชนะ. (2558). อนาคตภาพการบริหารจัดการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ระดับมัธยมศึกษาในทศวรรษหน้า (พ.ศ. 2558-2567). วารสารการพยาบาล การสาธารณสุขและการศึกษา. 17(2):122-134.

- เจริญ ภูวจิตร. (2564). แนวทางการพัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษาในยุค Next Normal. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.nidtep.go.th/2017/publish/doc/20220308-4.pdf>. สืบค้นเมื่อ 12 กรกฎาคม 2565.
- ณัฐพัชร์ บุญเกตุ. (2565). การบริหารการจัดการเรียนรู้ในยุคฐานวิถีชีวิตใหม่ของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัยเขต 2. *Journal of Roi Kaensarn Academi*. 6(8):69-80.
- ท้าววิชัย ฐิติรัตน์สกุล. (2564). ทิศทางการปรับตัวของการศึกษาในยุค New Normal. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.ets.kmutt.ac.th/post/new-normal-in-thai-education>. สืบค้นเมื่อ 12 กรกฎาคม 2565.
- ธนกฤต สิทธิราชและคณะ. (2558). อนาคตภาพการจัดการมัธยมศึกษาของประเทศไทยในสองทศวรรษหน้า. *วารสารศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยนเรศวร*. 17(3): 71-81.
- นพปฎล บุญพงษ์. (2560). การนำเสนอรูปแบบการบริหารเครือข่ายสถานศึกษาของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- พัชรภรณ์ ดวงชื่น. (2563). การบริหารจัดการศึกษารับมือความปกติใหม่หลังวิกฤตโควิด-19. *วารสารศิลปการจัดการ*. 4(3):783-795.
- ภัทรนิษฐ์ แดงสี. (2562). อนาคตภาพการจัดการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ในทศวรรษหน้า. *วารสารมหาวิทยาลัยนเรศวร*. 6(10): 6034-6053.
- ภูษิมา ภิญโญสินวัฒน์. (2563). จัดการเรียนการสอนอย่างไรในสถานการณ์โควิด-19: จากบทเรียนต่างประเทศสู่การจัดการเรียนรู้ของไทย. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://tdri.or.th/2020/05/examples-of-teaching-and-learning-in-covid-19-pandemic/>. สืบค้นเมื่อ 12 กรกฎาคม 2565.
- มาลัย วงศ์อุทัยวัฒนา. (2562). แนวทางการบริหารโรงเรียนขนาดเล็กยุคดิจิทัลสู่ความเป็นเลิศของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยนาท. *วารสารวิจัยและพัฒนาวิทยาลัยอรรถกถาในพระบรมราชูปถัมภ์*. 14(1):22-30.
- วิลาศ เรียงแหลม. (2561). รูปแบบการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงยุทธศาสตร์ของกองทัพเรือ. *วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*. 10(3): 706-720.
- สมพร ปานดำ. (2565). การจัดการอาชีวศึกษาที่ตอบสนองกับการเปลี่ยนแปลงของโลกอนาคต. *วารสารวิชาการสถาบันการอาชีวศึกษาภาคใต้*. 6(1):009-022.
- เสถียร พูลผล และปฏิพล อรรถนพบริบูรณ์. (2563). การสำรวจความคิดเห็นของนักศึกษาเภสัชศาสตร์ที่มีต่อการเรียนการสอนออนไลน์ในช่วงโควิด 19 เพื่อออกแบบแนวทางการจัดการเรียนรู้รูปแบบใหม่ของคณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม. *การประชุมวิชาการครั้งที่ 15*. (30 กรกฎาคม 2563). 120-130.สมาคมเครือข่ายการพัฒนาวิชาชีพอาจารย์และองค์กรระดับอุดมศึกษาแห่งประเทศไทย (ควอท.). กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม.

- อภิญา รัตนโกเมศ. (2561). การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาอุดรธานี เขต 3. **วารสารศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยขอนแก่น**. 32(4):180-191.
- อัมพร พิมพิสา. (2563). แนวนโยบายด้านความปลอดภัยขององค์กร บุคลากร และผู้เรียน. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.obec.go.th/amo-team/>. สืบค้นเมื่อ 12 กรกฎาคม 2565.
- อิทธิพล พลเยี่ยมหาญ. (2562). การพัฒนารูปแบบการบริหารโรงเรียนมัธยมศึกษาขนาดเล็กที่มีประสิทธิภาพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาการศึกษา. มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานตามมาตรฐานสถานพัฒนาเด็กปฐมวัยแห่งชาติ พ.ศ. 2562
ของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย

Factors Affecting the Implementation by the National Standard for Early
Childhood Development 2019 at the Child Development Centers under Local
Administrative Organization in Mueang Chiang Rai, Chiang Rai District

นฤมล อุ้นคำ¹ เปี่ยมพร สุทินฤกษ์² ธิตติอาภา ตังค้วานิซ³ คำนิง ทองเกต⁴

Narumon Unkham, Piamporn Sutinrerk, Thitiarpha Tangkawanich, Kamnueng Thonggate

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานตามมาตรฐานสถานพัฒนาเด็กปฐมวัยแห่งชาติ พ.ศ.2562 2) ระดับการดำเนินงานตามมาตรฐานสถานพัฒนาเด็กปฐมวัยแห่งชาติ พ.ศ. 2562 และ 3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานตามมาตรฐานสถานพัฒนาเด็กปฐมวัยแห่งชาติ พ.ศ. 2562 โดยเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้อำนวยการกองการศึกษาหรือรักษาราชการแทน นักวิชาการศึกษา และครู จำนวน 136 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานตามมาตรฐานสถานพัฒนาเด็กปฐมวัยแห่งชาติ พ.ศ.2562 โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.39) 2) ระดับการดำเนินงานตามมาตรฐานสถานพัฒนาเด็กปฐมวัยแห่งชาติ พ.ศ.2562 โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = .43) และ 3) ปัจจัยด้านคุณภาพของครูผู้ดูแลเด็ก ($\beta = 0.318$) และด้านการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ($\beta = 0.342$) ส่งผลต่อการดำเนินงานตามมาตรฐานสถานพัฒนาเด็กปฐมวัยแห่งชาติ พ.ศ.2562 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตัวแปรทั้ง 2 ตัว ร่วมกันทำนายการดำเนินงานตามมาตรฐานสถานพัฒนาเด็กปฐมวัยแห่งชาติ พ.ศ.2562 ได้ร้อยละ 43.50

คำสำคัญ (Keywords) : ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงาน; มาตรฐานสถานพัฒนาเด็กปฐมวัย; ศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก

Received: 2024-11-24 Revised: 2024-12-08 Accepted: 2024-12-09

¹ นักศึกษา หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยเชียงราย Student Master of Education Program in Educational Administration Graduate School, Chiangrai Collage. E-mail: immiko.imm@gmail.com

² อาจารย์ที่ปรึกษา วิทยาลัยเชียงราย Thesis Advisor Chiangrai Collage. E-mail: lovelyaiw.4962@gmail.com

³ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม วิทยาลัยเชียงราย Co-Thesis Advisor Chiangrai Collage. E-mail: thitiarpha.tangkawanich@crc.ac.th.

⁴ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม วิทยาลัยเชียงราย Co-Thesis Advisor Chiangrai Collage. E-mail: kamnuengt1965@gmail.com

Abstract

This research aimed to study: 1) the level of factors. 2) the level of implementation by the national standard for early childhood development 2019. and 3) the factors affecting the implementation of the national standard for early childhood development 2019. It was a quantitative research approach. A sample consisted of 136 directors of the education division/acting, educators, and teachers. A questionnaire was used as a research tool. Statistical instruments for the data analysis were: mean, standard deviation, and multiple regression analysis.

The results of the research found that 1) the level of factor was high ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.39). 2) The implementation by the national standard for early childhood development 2019 was at high level ($\bar{X} = 4.25$, SD. = .43). 3) The factor in the quality of teachers was at a high level ($\beta = 0.318$) and the management child development center was at a high level ($\beta = 0.342$). Significantly affecting the implementation of the national standard for the early childhood development 2019 at the .05 level, these two variables together predicted 43.50 %.

Keywords: factors affecting the implementation;

the national standard for early childhood development;

child development centers

บทนำ (Introduction)

ช่วงปฐมวัยถือเป็นระยะสำคัญในชีวิตมนุษย์ที่มีการเจริญเติบโตและพัฒนาการทั้งทางด้านร่างกาย อารมณ์ และสติปัญญาอย่างรวดเร็ว อีกทั้งยังเป็นช่วงที่มีการวางรากฐานเพื่อการพัฒนาของบุคคลในระยะยาว ทำให้เด็กในวัยนี้มีบทบาทสำคัญต่ออนาคตของประเทศ การที่เด็กได้รับการดูแลที่เหมาะสมตั้งแต่ช่วงปฐมวัย จะส่งผลให้พวกเขาเติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่มีคุณภาพ และกลายเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าในการพัฒนาประเทศชาติ ให้ก้าวหน้า การลงทุนพัฒนาเด็กปฐมวัยจึงเป็นการลงทุนที่มีความมั่นคงและคุ้มค่า เพราะเด็ก เยาวชน และผู้ใหญ่ที่มีสุขภาพกายและใจที่ดีจะสามารถเรียนรู้และทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพในสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว อย่างไรก็ตามคุณภาพชีวิตของเด็กปฐมวัยในประเทศไทยยังคงมีปัจจัยที่จำเป็นต้องได้รับการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น ด้วยเหตุนี้ ทั้งภาครัฐและภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ซึ่งรวมถึงครอบครัว ชุมชน และองค์กรต่างๆ จึงต้องตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาเด็กปฐมวัย และร่วมมือกันสร้างสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยและเหมาะสมต่อการเติบโตของเด็ก เพื่อให้พวกเขาได้มีโอกาสพัฒนาศักยภาพอย่างเต็มที่และมีรากฐานที่แข็งแกร่งสำหรับชีวิตในอนาคต (คณะกรรมการพัฒนาเด็กปฐมวัยแห่งชาติ, 2562: 1)

กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น ได้ให้ความสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาศักยภาพของเด็กและเยาวชน โดยเฉพาะในวัยเยาว์ซึ่งเป็นช่วงเวลาสำคัญในการวางรากฐานเพื่อการพัฒนาเป็นผู้ใหญ่ที่มีคุณภาพ และเป็นกำลังหลักในการพัฒนาประเทศในอนาคต การขับเคลื่อนให้ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กภายใต้สังกัดกรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่นนำมาตราฐานสถานพัฒนาเด็กปฐมวัยแห่งชาติมาใช้ในการบริหารจัดการและจัดการเรียนการสอน มีเป้าประสงค์เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์และการเรียนรู้ให้เด็กเติบโตอย่างมีคุณภาพและมีพัฒนาการที่

สอดคล้องกับช่วงวัย แนวทางดังกล่าวมีความสอดคล้องกับเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 ที่มุ่งเน้นการพัฒนาเด็กปฐมวัยและการสร้างความเท่าเทียมในการเข้าถึงบริการ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อดูแลพัฒนาการของเด็กก่อนวัยเรียนให้สมบูรณ์ครบทุกด้าน ทั้งร่างกาย จิตใจ อารมณ์ สังคม และสติปัญญา (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2564: ค)

การบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กให้บรรลุผลสัมฤทธิ์ตามมาตรฐานที่วางไว้นั้น จำเป็นต้องอาศัยองค์ประกอบสำคัญหลายด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งหน่วยงานท้องถิ่นที่มีบทบาทในการส่งเสริมการศึกษาในชุมชน ผ่านการจัดสรรทรัพยากรทั้งด้านอุปกรณ์ บุคลากร และงบประมาณตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด อีกทั้งมีความจำเป็นในการวางแผนและจัดทำโครงการเพื่อขอรับการสนับสนุนงบประมาณด้านการศึกษาและการเรียนรู้ เพื่อให้สถานศึกษามีทรัพยากรที่เพียงพอทั้งในด้านงบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ และบุคลากรทางการศึกษา นอกจากนี้ ควรให้การสนับสนุนผู้ประกอบการในการดูแลและส่งเสริมการศึกษาของบุตรหลาน โดยการสร้างเครือข่ายการศึกษาท้องถิ่นที่เชื่อมโยงผู้ประกอบการและคณะที่ปรึกษา พร้อมทั้งเพิ่มพูนบทบาทของคณะกรรมการสถานศึกษาในพื้นที่ รวมถึงการจัดสรรบุคลากรสนับสนุนให้เพียงพอและเหมาะสม เพื่อลดภาระงานที่ไม่จำเป็นของครูและบุคลากรทางการศึกษา ส่งผลให้สามารถทุ่มเทกับการพัฒนาการศึกษาได้อย่างเต็มที่และต่อเนื่อง (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2564: 25-28)

จากรายงานการนิเทศติดตามประเมินผลตามมาตรฐานสถานพัฒนาเด็กปฐมวัยแห่งชาติ ในปีการศึกษา 2564 สำหรับศูนย์พัฒนาเด็กเล็กในสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ทั้ง 54 แห่ง พบว่า มีศูนย์ที่ผ่านการประเมินในระดับดีมาก 28 แห่ง ระดับดี 22 แห่ง และระดับที่ต้องปรับปรุง 4 แห่ง ผลการประเมินระดับคุณภาพดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ยังมีตัวชี้วัดบางประการที่ไม่สอดคล้องกับมาตรฐานและจำเป็นต้องได้รับการพัฒนา ซึ่งสะท้อนถึงข้อจำกัดในการบริหารจัดการภายในศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก อันเป็นผลมาจากปัจจัยที่เชื่อมโยงกับการบริหารงานในระดับองค์กร ด้วยเหตุนี้ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในฐานะหน่วยงานต้นสังกัด จึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการยกระดับและพัฒนาการดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายตามมาตรฐานสถานพัฒนาเด็กปฐมวัยแห่งชาติ พ.ศ. 2562 ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผู้วิจัยในฐานะบุคลากรทางการศึกษา มีความสนใจในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานตามมาตรฐานสถานพัฒนาเด็กปฐมวัยแห่งชาติ พ.ศ. 2562 ของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กในสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย โดยมุ่งหวังที่จะนำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้เป็นกรอบแนวคิดในการพัฒนาคุณภาพการศึกษาระดับปฐมวัย และยกระดับมาตรฐานและคุณภาพของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กในสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้เกิดความยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานตามมาตรฐานสถานพัฒนาเด็กปฐมวัยแห่งชาติ พ.ศ.2562
2. เพื่อศึกษาระดับการดำเนินงานตามมาตรฐานสถานพัฒนาเด็กปฐมวัยแห่งชาติ พ.ศ. 2562
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานตามมาตรฐานสถานพัฒนาเด็กปฐมวัยแห่งชาติ พ.ศ.2562

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา จากการทบทวนวรรณกรรมและสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานตามมาตรฐานสถานพัฒนาเด็กปฐมวัยแห่งชาติ พ.ศ. 2562 จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านคุณภาพของครูผู้ดูแลเด็ก 2) ด้านภาวะผู้นำของผู้บริหารศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก 3) ด้านสภาพแวดล้อมของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก 4) ด้านการจัดการโครงสร้างศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก และ 5) ด้านการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก และในส่วนของงานดำเนินงานตามมาตรฐานสถานพัฒนาเด็กปฐมวัยแห่งชาติ พ.ศ. 2562 มี 3 มาตรฐาน ได้แก่ 1) มาตรฐานด้านที่ 1 ด้านการบริหารจัดการสถานพัฒนาเด็กปฐมวัย 2) มาตรฐานด้านที่ 2 ด้านครู/ผู้ดูแลเด็กให้การดูแล และจัดประสบการณ์การเรียนรู้และการเล่นเพื่อพัฒนาเด็กปฐมวัย และ 3) มาตรฐานด้านที่ 3 ด้านคุณภาพของเด็ก

1.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้อำนวยการกองการศึกษาหรือรักษาราชการแทน นักวิชาการศึกษา และครูศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย จำนวน 201 คน กลุ่มตัวอย่างได้จากการเปิดตารางของ Krejcie and Morgan (1970 : 607-610) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 136 คน

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ กองการศึกษาฯ และศูนย์พัฒนาเด็กเล็กในสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลาในการศึกษา เดือนสิงหาคม-เดือนกันยายน พ.ศ. 2567

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาสร้างเป็นแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน ได้แก่ ตำแหน่งในการปฏิบัติงาน อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงาน

ตอนที่ 2 และตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานตามมาตรฐานสถานพัฒนาเด็กปฐมวัยแห่งชาติ พ.ศ. 2562 และคำถามเกี่ยวกับการดำเนินงานตามมาตรฐานสถานพัฒนาเด็กปฐมวัยแห่งชาติ พ.ศ. 2562 โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert Scale) อาศัยเกณฑ์การประเมิน (บุญชม ศรีสะอาด, 2560: 121)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ นำหนังสือความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามจากบัณฑิตวิทยาลัยเชียงราย ไปยังองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งมีการขอความร่วมมือจากผู้อำนวยการกองการศึกษา/รักษาราชการแทน นักวิชาการศึกษา และครู กรอกแบบสอบถามจำนวน 136 ชุด และได้รับกลับคืนครบตามจำนวน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปโดยการแจกแจงความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และสถิติวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้นตอน (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย (Research Results)

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานตามมาตรฐานสถานพัฒนาเด็กปฐมวัยแห่งชาติ พ.ศ. 2562 ของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นครู จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 85.30 อยู่ในกลุ่มอายุ 40-49 ปี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 41.18 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่เป็นปริญญาตรี จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 59.56 และประสบการณ์ในการทำงานส่วนใหญ่ 10 ปีขึ้นไป จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 67.60

1. ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานตามมาตรฐานสถานพัฒนาเด็กปฐมวัยแห่งชาติ พ.ศ. 2562 โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.39) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ด้านสภาพแวดล้อมของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.43) และด้านที่มีคะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ด้านการจัดโครงสร้างศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.47) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับของปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานตามมาตรฐานสถานพัฒนาเด็กปฐมวัยแห่งชาติ พ.ศ.2562 (N = 136 คน)

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
1. ด้านคุณภาพของครูผู้ดูแลเด็ก	4.32	0.60	มาก
2. ด้านภาวะผู้นำของผู้บริหารศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก	4.35	0.54	มาก
3. ด้านสภาพแวดล้อมของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก	4.37	0.43	มาก
4. ด้านการจัดโครงสร้างศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก	4.30	0.47	มาก
5. ด้านการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก	4.31	0.48	มาก
รวม	4.33	0.39	มาก

2. ระดับการดำเนินงานตามมาตรฐานสถานพัฒนาเด็กปฐมวัยแห่งชาติ พ.ศ.2562 เมื่อพิจารณาในภาพรวม ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.43) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงตามลำดับจากค่าเฉลี่ยสูงสุดไปยังน้อยสุด คือ ด้านครู/ผู้ดูแลเด็ก ให้การดูแล และจัดประสบการณ์การเรียนรู้และการเล่นเพื่อพัฒนาเด็กปฐมวัย ($\bar{X} = 4.22$, S.D. = 0.48) ด้านคุณภาพของเด็กปฐมวัย ($\bar{X} = 4.22$, S.D. = 0.48) และด้านการบริหารจัดการสถานพัฒนาเด็กปฐมวัย ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.50) ตามลำดับ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับของการดำเนินงานตามมาตรฐานสถานพัฒนาเด็กปฐมวัยแห่งชาติ พ.ศ.2562 (N = 136 คน)

การดำเนินงานตามมาตรฐาน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
1. ด้านการบริหารจัดการสถานพัฒนาเด็กปฐมวัย	4.17	0.50	มาก
2. ด้านครู/ผู้ดูแลเด็ก ให้การดูแลและจัดประสบการณ์การเรียนรู้และการเล่นเพื่อพัฒนาเด็กปฐมวัย	4.22	0.48	มาก
3. ด้านคุณภาพของเด็กปฐมวัย	4.22	0.48	มาก
รวม	4.25	0.43	มาก

3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานตามมาตรฐานสถานพัฒนาเด็กปฐมวัยแห่งชาติ พ.ศ.2562 ได้แก่ ด้านคุณภาพของครูผู้ดูแลเด็ก ($\beta = 0.318$) และด้านการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ($\beta = 0.342$) ทั้ง 2 ด้าน มีอำนาจในการพยากรณ์การดำเนินงานตามมาตรฐานสถานพัฒนาเด็กปฐมวัยแห่งชาติ พ.ศ.2562 ร้อยละ 43.50 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานตามมาตรฐานสถานพัฒนาเด็กปฐมวัยแห่งชาติ พ.ศ.2562 (N = 136 คน)

ตัวแปร	b	S.E.b	β	t	Sig	Tolerance	VIF
(Constant)	2.591	.224					
X ₁ ด้านคุณภาพของครูผู้ดูแลเด็ก	.318	.047	.450	6.702	<.001	.943	1.061
X ₅ ด้านการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก	.342	.059	.387	5.766	<.001	.943	1.061

R = 0.660, R² = .435, Adj. R² = .427, S.E._{est} = .32288, F = 51.248

Y = การดำเนินงานตามมาตรฐานสถานพัฒนาเด็กปฐมวัยแห่งชาติ พ.ศ.2562

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

1. การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานตามมาตรฐานสถานพัฒนาเด็กปฐมวัยแห่งชาติ พ.ศ. 2562 พิจารณาในภาพรวมมีระดับค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.39) โดยปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กมีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.43) สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากศูนย์พัฒนาเด็กเล็กได้จัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ ตระหนักถึงความสำคัญของช่วงปฐมวัย ซึ่งเป็นช่วงที่เด็กมีพัฒนาการด้านสมอง การเรียนรู้ และทักษะพื้นฐานอย่างรวดเร็ว มีการจัดสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม สะอาด สวยงาม ปลอดภัย และการตกแต่งด้วยสีสรรที่ส่งเสริมจินตนาการ ช่วยสร้างบรรยากาศที่ดึงดูดความสนใจของเด็ก ทำให้พวกเขามีแรงจูงใจในการเรียนรู้มากขึ้น พร้อมทั้งจัดหาวัสดุ อุปกรณ์ เทคโนโลยี และสื่อการเรียนรู้ที่ทันสมัยอย่างเพียงพอ ช่วยกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์และพัฒนาทักษะที่หลากหลายให้กับเด็ก นอกจากนี้ผู้บริหารและครูได้สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน และมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างศูนย์พัฒนาเด็กเล็กด้วยกัน แต่ละศูนย์ฯ มีการกำหนดนโยบายและเป้าหมายการดำเนินงานที่ชัดเจน รวมถึงการมอบหมายงานให้บุคลากรตามความเชี่ยวชาญและความเหมาะสม ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของปรมินทร์ ใจห้าว (2560: 107-108) และวี ศรีปริชยากร กับ ขวัญใจ จริยาทัศน์กร (2561: 99) ที่พบว่าปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน

2. ผลการศึกษาการดำเนินงานตามมาตรฐานสถานพัฒนาเด็กปฐมวัยแห่งชาติ พ.ศ.2562 พบว่าในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.43) โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านครู/ผู้ดูแลเด็ก ให้การดูแลและจัดประสบการณ์การเรียนรู้และการเล่นเพื่อพัฒนาเด็กปฐมวัย ($\bar{X} = 4.22$, S.D. = 0.48) ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากครูและผู้ดูแลเด็กมีบทบาทสำคัญในกระบวนการพัฒนาเด็กปฐมวัย โดยครูไม่ได้ทำหน้าที่เพียงแค่การถ่ายทอดความรู้เท่านั้น แต่ยังเป็นผู้จัดการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมและประสบการณ์ที่ส่งเสริมพัฒนาการทุกด้านของเด็ก ได้จัดทำแผนการเรียนรู้ตามหลักสูตรปฐมวัย โดยจัดสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่หลากหลายและเหมาะสม มุ่งส่งเสริมพัฒนาการเด็กทุกด้านผ่านการเล่นและประสบการณ์ตรง มีการติดตามพัฒนาการ

รายบุคคลเพื่อปรับกิจกรรมให้เหมาะสม ดูแลด้านโภชนาการและสุขอนามัย รวมถึงการตรวจสุขภาพร่างกาย ฟัน และสายตาเพื่อป้องกันโรคและการบาดเจ็บ นอกจากนี้ยังจัดกิจกรรมพัฒนาทักษะทางภาษาที่หลากหลาย ฝึกการฟัง พูด สนทนา และปลูกฝังนิสัยรักการอ่าน ครูวางตัวเป็นแบบอย่างที่ดีทั้งด้านการพูดและการอ่าน สร้างประสบการณ์เรียนรู้เกี่ยวกับตนเองและสิ่งแวดล้อม จัดกิจกรรมสร้างสรรค์ที่สนุกสนาน เช่น ศิลปะและดนตรี พร้อมทั้งร่วมมือกับผู้ปกครองในการเตรียมความพร้อมเด็กก่อนเข้าศูนย์พัฒนาเด็กเล็กในบรรยากาศที่เป็นมิตร สร้างความต่อเนื่องในการพัฒนาทักษะและพฤติกรรมของเด็ก ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของภัทรกร โนสี (2565: 73) ที่พบว่าด้านครู/ผู้ดูแลเด็กในการดูแลและจัดประสบการณ์การเรียนรู้และการเล่น เพื่อพัฒนาเด็กปฐมวัยอยู่ในระดับมาก และงานวิจัยของกมลวรรณ เอื้องเพ็ชร (2566: 115) ที่พบว่าด้านคุณภาพของเด็กปฐมวัยอยู่ในระดับมากเช่นกัน

3. การศึกษาพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานตามมาตรฐานสถานพัฒนาเด็กปฐมวัยแห่งชาติ พ.ศ.2562 ประกอบด้วย 2 ด้านหลัก ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ($\beta = 0.342$) ซึ่งมีผลเนื่องจากศูนย์พัฒนาเด็กเล็กมีการจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปีที่มีมุ่งพัฒนาคุณภาพเด็ก ช่วยกำหนดทิศทางการดำเนินงานและสร้างเป้าหมายร่วมสำหรับบุคลากร มีงบประมาณที่เพียงพอ นำระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการจัดเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อติดตามความก้าวหน้า และการสื่อสารกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีส่วนร่วมในการบริหาร การตัดสินใจ หรือเสนอแนะ ช่วยเพิ่มความไว้วางใจและสร้างความร่วมมือที่เข้มแข็ง รวมถึงมีการติดตามประเมินผลการบริหารจัดการอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง ช่วยให้สามารถปรับปรุงแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้อย่างรวดเร็ว ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของสุชนิษฐา ภักดีโชติขวลิต (2566: 386) ที่พบว่าการบริหารจัดการสถานพัฒนาเด็กปฐมวัยส่งผลกระทบต่อบรรยากาศองค์กรสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตจังหวัดนครปฐม ในส่วนของปัจจัยด้านคุณภาพของครูผู้ดูแลเด็ก ($\beta = 0.318$) มีผลเนื่องจากครูผู้ดูแลเด็กมีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย ได้รับการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง สามารถจัดประสบการณ์การเรียนรู้ที่เหมาะสมกับพัฒนาการของเด็ก และสามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการปฏิบัติงาน อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษานี้ขัดแย้งกับงานวิจัยของกมลวรรณ เอื้องเพ็ชร (2566: 120) ที่พบว่าด้านคุณภาพของครูผู้ดูแลเด็กไม่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดสุโขทัย

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

สามารถสรุปองค์ความรู้ได้ ดังนี้

1. สภาพแวดล้อมที่เหมาะสมในศูนย์พัฒนาเด็กเล็กช่วยสนับสนุนการดำเนินงานที่มีคุณภาพ การสร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมในศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ไม่เพียงแต่ช่วยเสริมสร้างพัฒนาการของเด็กปฐมวัย แต่ยังเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการภายในศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก และส่งเสริมความร่วมมือกับชุมชน
2. บทบาทของครูและผู้ดูแลเด็กมีความสำคัญต่อการพัฒนาเด็กปฐมวัย ครูผู้ดูแลเด็กที่มีความเชี่ยวชาญและมีความรับผิดชอบสูงเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่มีคุณภาพ โดยเน้นการส่งเสริมพัฒนาการที่สมดุลในทุกด้าน
3. การบริหารจัดการที่ดีเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก การบริหารจัดการที่เป็นระบบ โปร่งใส และมีการติดตามผลอย่างต่อเนื่อง เป็นรากฐานสำคัญในการยกระดับมาตรฐานของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก

4. ด้านคุณภาพของครูผู้ดูแลเด็กมีผลต่อการดำเนินงาน การพัฒนาคุณภาพครูอย่างต่อเนื่องช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน แต่ต้องพิจารณาปัจจัยอื่น ๆ เช่น โครงสร้างการบริหารจัดการและบริบทในพื้นที่ร่วมด้วย

องค์ความรู้จากการวิจัยช่วยชี้ให้เห็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการดำเนินงานตามมาตรฐานสถานพัฒนาเด็กปฐมวัย เมื่อปรับใช้ข้อมูลเหล่านี้อย่างเหมาะสม จะช่วยยกระดับคุณภาพของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กให้มีประสิทธิภาพ ส่งเสริมพัฒนาการเด็กปฐมวัยอย่างสมดุลและยั่งยืน พร้อมตอบสนองความต้องการของชุมชนและสังคมได้อย่างมีคุณภาพ

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestion)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญและส่งเสริมการนำปัจจัยทั้ง 2 ด้านไปประยุกต์ใช้อย่างเป็นรูปธรรม เพื่อรองรับการประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษาและหน่วยงานต้นสังกัด รวมถึงการประกันคุณภาพภายนอกจากสำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา (องค์การมหาชน)

1.2 ผู้บริหารศูนย์พัฒนาเด็กเล็กควรเน้นการสร้างความร่วมมือจากทุกภาคส่วนผ่านการสื่อสารและการจัดการเชิงรุก ดังนี้

1.2.1 จัดประชุมร่วมกับทุกภาคส่วนเพื่อสร้างความเข้าใจถึงความสำคัญของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก และชี้ให้เห็นว่าการสนับสนุนจากแต่ละฝ่ายส่งผลโดยตรงต่อการพัฒนาเด็ก

1.2.2 จัดตั้งทีมผู้เชี่ยวชาญในการประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้ปกครอง องค์กรพัฒนาเอกชน และหน่วยงานภาครัฐอื่นๆ เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือ

1.2.3 ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานร่วมกับทุกภาคส่วนอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งแก้ไขปัญหาระหว่างการประสานงานอย่างทันที่ เพื่อให้ทุกฝ่ายเห็นคุณค่าและเป้าหมายร่วมกัน อันจะนำไปสู่การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืน

1.3 นำผลการวิจัยครั้งนี้ไปใช้เป็นข้อมูลสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการพัฒนาปัจจัยต่างๆ ตามมาตรฐานสถานพัฒนาเด็กปฐมวัยแห่งชาติ พ.ศ. 2562 เพื่อให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องตระหนักและสนับสนุนการดำเนินงานให้เป็นไปตามมาตรฐานอย่างมีประสิทธิภาพ

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงลึกเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นชุมชน ผู้ปกครอง และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปสู่การพัฒนาแนวทางส่งเสริมความร่วมมือในระดับท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพ

2.2 ควรทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับสภาพการจัดการระบบข้อมูลในสถานพัฒนาเด็กปฐมวัยในปัจจุบัน เพื่อวิเคราะห์จุดแข็งและข้อจำกัดของระบบที่ใช้งานอยู่ อันจะนำไปสู่การพัฒนาแนวทางการบริหารจัดการข้อมูลอย่างเป็นระบบและสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาเด็กได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.3 ควรขยายขอบเขตการศึกษาวิจัยไปยังกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างอื่นๆ เพิ่มเติม อาทิ ผู้ปกครอง คณะกรรมการสถานศึกษา และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

เอกสารอ้างอิง

- กมลวรรณ เอื่องเพ็ชร. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารศูนย์พัฒนาเด็กเล็กตามมาตรฐานสถานพัฒนาเด็กปฐมวัยแห่งชาติ พ.ศ.2562 สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดสุโขทัย. หลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์.
- คณะกรรมการพัฒนาเด็กปฐมวัยแห่งชาติ. (2562). มาตรฐานสถานพัฒนาเด็กปฐมวัยแห่งชาติ. กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ปรมินทร์ ใจห้าว. (2560). แนวทางการพัฒนาศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก สังกัดเทศบาลเมืองในจังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ภัทรกร โนสี. (2565). ปัจจัยการบริหารศูนย์พัฒนาเด็กเล็กที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานตามมาตรฐานสถานพัฒนาเด็กปฐมวัยแห่งชาติ สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อ.แม่ฟ้าหลวง จ.เชียงราย. วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์. 5(6): 67-82.
- รวี ศิริปริชยากร และขวัญใจ จริยาทัศน์กร (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพัฒนาการของเด็กปฐมวัยในศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก จังหวัดนครนายก ตามการปฏิบัติที่เหมาะสมกับพัฒนาการ. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยสวนดุสิต. 14(1): 91-109.
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2564). แผนพัฒนาเด็กปฐมวัย พุทธศักราช 2564-2570. กรุงเทพฯ: พรักหวานกราฟฟิค.
- สุนิษฐา ภัคดีโชติขวลิต. (2566). การบริหารมาตรฐานสถานพัฒนาเด็กปฐมวัยที่ส่งผลต่อบรรยากาศองค์กร สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตจังหวัดนครปฐม. วารสารบัณฑิตศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาภูมิราชวิทยาลัย. 21(1): 380-390.
- Krejcie,R.V., & D.W.Morgan. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*. 30(3): 607-610.



การศึกษาองค์ประกอบของทักษะการใช้เทคโนโลยีของครูในโรงเรียน

The Study of Components of Teachers' Technology Skill Implementation at the Schools

ศมนวรรณ จันโท¹ วณิกา ฉลากบาง² เอกลักษณ์ เพียสา³
Samonwun Juntho, Wannika Chalakbang, Akkaluck Pheasa

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาองค์ประกอบทักษะการใช้เทคโนโลยีของครูในโรงเรียน เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีรูปแบบการวิจัยคือการศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยจำนวน 10 แหล่ง แล้วนำมาสังเคราะห์องค์ประกอบ และประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบทักษะการใช้เทคโนโลยีของครูในโรงเรียน วิธีการดำเนินการวิจัยแบ่งเป็น 2 ขั้นตอน ได้แก่ 1) สังเคราะห์องค์ประกอบของทักษะการใช้เทคโนโลยีของครูในโรงเรียน จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จำนวน 10 แหล่ง โดยเลือกองค์ประกอบที่มีความถี่ที่ 5 หรือร้อยละ 50 และ 2) ประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบของทักษะการใช้เทคโนโลยีของครูในโรงเรียน โดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน เครื่องมือ ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสังเคราะห์เอกสารและแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบของทักษะการใช้เทคโนโลยีของครูในโรงเรียน ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ 1) การใช้งานอินเทอร์เน็ตและโปรแกรมบนเครือข่าย 2) การใช้งานคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์เชื่อมต่อ 3) การใช้มีเดียสร้างสื่อ 4) การใช้งานดิจิทัลเพื่อความมั่นคงปลอดภัย โดยองค์ประกอบทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมากที่สุด

คำสำคัญ (Keywords): ทักษะการใช้เทคโนโลยี; การประเมินความต้องการจำเป็น; ครู

Abstract

The objective of this research article aimed to study the components of technology skill implementation of the school teachers. It was a qualitative study, with the research design involving the review of 10 document sources of research, followed by the synthesis of the components and the evaluation of their appropriateness for the school teachers. The research

Received: 2024-11-25 Revised: 2024-12-08 Accepted: 2024-12-09

¹ นักศึกษาหลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร Student Master of Education Program, Department of Education Administration and Development, Sakon Nakhon Rajabhat University. E-mail: Samonwun.ju66@snru.ac.th

² อาจารย์ที่ปรึกษา สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร Advisor Department of Education Administration and Development, Sakon Nakhon Rajabhat University. E-mail: Wannika.chlk@gmail.com

³ อาจารย์ที่ปรึกษา สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร Advisor Department of Education Administration and Development, Sakon Nakhon Rajabhat University. E-mail: akkaluckpheasa@gmail.com

process was divided into two steps: 1) synthesizing the components of technology skills for the school teachers from 10 relevant sources of documents and research, selecting components with a frequency of 5 or 50 percent; 2) evaluating the appropriateness of the identified components of technology skills for the school teachers by 5 experts. The research instruments used included a document synthesis form and a 5-point Likert scale questionnaire. The data analysis methods included frequency, percentage, mean, and standard deviation.

The research findings revealed that the components of technology skill implementation of the school teachers included 1) using the internet and network programs, 2) using computers and connected devices, 3) using media to create instructional materials, and 4) using digital tools for security and safety.

Keywords: technology skills; needs assessment; teacher

บทนำ (Introduction)

ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศ มีบทบาทต่อการศึกษามาก โดยเฉพาะเทคโนโลยีทางด้านคอมพิวเตอร์ และการสื่อสารโทรคมนาคมมีบทบาทที่สำคัญต่อการพัฒนาการศึกษา เทคโนโลยีที่เข้ามามีส่วนช่วยในเรื่องการเรียนรู้ รัฐบาลมุ่งหวังที่จะพัฒนาคนให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์แบบในศตวรรษที่ 21 โดยตระหนักในประเด็นที่ว่า การพัฒนาคนควรเริ่มที่พัฒนาทางการศึกษา และเทคโนโลยีที่เข้ามาช่วยให้การสื่อสารระหว่างบุคคล จำเป็นต้องสื่อสารระหว่างผู้สอนกับผู้เรียน ผู้เรียนกับผู้เรียน โดยอาศัยเทคโนโลยีการสื่อสารระหว่างบุคคล เช่น การใช้โทรศัพท์ โทรสาร เทลคอนเฟอเรนซ์ และไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการเรียนการสอน โดยผู้สอนต้องบูรณาการให้ผู้เรียนมีความรู้คุณธรรม และการดำรงชีวิตในสังคม มีความสามารถที่จะใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมอย่างมีคุณภาพและมีประสิทธิภาพ โดยได้กำหนดให้ผู้เรียนมีสิทธิ์ได้รับการพัฒนาขีดความสามารถในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษาในโอกาสแรกที่ได้ เพื่อให้มีความรู้และทักษะเพียงพอที่จะใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษาในการแสวงหาความรู้ด้วยตนเองได้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2553 (2553) สอดรับกับแผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579 ที่กำหนดวิสัยทัศน์ให้คนไทยทุกคนได้รับการศึกษาและเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างมีคุณภาพดำรงชีวิตอย่างเป็นสุข สอดคล้องกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและการเปลี่ยนแปลงของโลกศตวรรษที่ 21 (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2560: ออนไลน์)

ทักษะการใช้เทคโนโลยีของครูจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก ผู้วิจัยจึงสนใจทำวิจัยเรื่องการประเมินความต้องการจำเป็นในการพัฒนาทักษะการใช้เทคโนโลยีของครูในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร เขต 2 ผลการวิจัยจะทำให้ได้แนวทางการพัฒนาทักษะการใช้เทคโนโลยีของครูและเป็นข้อมูลสำคัญในการเตรียมครูให้พร้อมที่จะนำเทคโนโลยีมาใช้ในการสอนอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์สูงสุดสำหรับการเรียนการสอนในยุคปัจจุบัน

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

เพื่อศึกษาองค์ประกอบของทักษะการใช้เทคโนโลยีของครูในโรงเรียน

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (แบบการวิจัยเอกสาร) โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยโดยการศึกษาเอกสารและงานวิจัย เพื่อศึกษาองค์ประกอบทักษะการใช้เทคโนโลยีของครูในโรงเรียน โดยมีขั้นตอนวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยได้สังเคราะห์องค์ประกอบทักษะการใช้เทคโนโลยีของครูในโรงเรียน โดยศึกษา เอกสาร แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทักษะการใช้เทคโนโลยีของครูในโรงเรียน จากแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการสังเคราะห์ จำนวน 10 แหล่ง เพื่อนำมาสังเคราะห์องค์ประกอบทักษะการใช้เทคโนโลยีของครูในโรงเรียน ซึ่งมี 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การใช้งานอินเทอร์เน็ตและโปรแกรมบนเครือข่าย 2) การใช้งานคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์เชื่อมต่อ 3) การใช้มีเดียสร้างสื่อ 4) การใช้งานดิจิทัลเพื่อความมั่นคงปลอดภัย

1.2 ขอบเขตด้านผู้ทรงคุณวุฒิ

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 10 คน โดยการเลือกแบบเจาะจง โดยแบ่งเป็นผู้ประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบ โดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน และผู้ประเมินความเหมาะสมองค์ประกอบที่สังเคราะห์ได้ จำนวน 5 คน โดยมีคุณสมบัติดังนี้

1) อาจารย์ในระดับอุดมศึกษาที่มีตำแหน่งทางวิชาการไม่ต่ำกว่าผู้ช่วยศาสตราจารย์ วุฒิ การศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาวิชาที่เกี่ยวข้องหรือสัมพันธ์กับการศึกษา ประสบการณ์การทำงานไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 1 คน

2) ผู้บริหารโรงเรียน วิทยฐานะชำนาญการพิเศษ คุณวุฒิระดับปริญญาโท สาขาวิชาเกี่ยวข้องหรือสัมพันธ์กับการศึกษา ประสบการณ์การทำงานไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 2 คน

3) ครู วิทยฐานะชำนาญการพิเศษ คุณวุฒิระดับปริญญาโท สาขาวิชาเกี่ยวข้องหรือสัมพันธ์กับการศึกษา ประสบการณ์การทำงานไม่น้อยกว่า 10 ปี จำนวน 2 คน

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการในพื้นที่มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานีและสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 2

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

มกราคม 2567-มิถุนายน 2567

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ขั้นที่ 1 แบบสังเคราะห์องค์ประกอบทักษะการใช้เทคโนโลยีของครูในโรงเรียนตรวจสอบความเหมาะสมโดยคณะกรรมการวิทยานิพนธ์

ขั้นที่ 2 แบบประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบทักษะการใช้เทคโนโลยีของครูในโรงเรียน มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสังเคราะห์เอกสาร และแบบสอบถาม ชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ การใช้เครื่องมือการวิจัยแยกเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 สังเคราะห์องค์ประกอบทักษะการใช้เทคโนโลยีของครูในโรงเรียนโดยศึกษาเอกสาร แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จำนวน 10 แหล่ง

ขั้นตอนที่ 2 ประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบทักษะการใช้เทคโนโลยีของครูในโรงเรียน โดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสังเคราะห์เอกสารและแบบสอบถามชนิด มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ขั้นที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ยของร้อยละ โดยเลือกองค์ประกอบที่มีความถี่ที่ 5 หรือ ร้อยละ 50 ขึ้นไป และขั้นที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำค่าเฉลี่ยไปแปล ความหมายโดยเทียบกับเกณฑ์การประเมิน โดยเลือกองค์ประกอบที่มีความเหมาะสมมาก หรือมีค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.51 ขึ้นไปเพื่อให้ได้องค์ประกอบทักษะการใช้เทคโนโลยีของครูในโรงเรียน (บุญชม ศรีสะอาด, 2553: 21)

ผลการวิจัย (Research Results)

1. ผลการสังเคราะห์องค์ประกอบทักษะการใช้เทคโนโลยีของครูในโรงเรียนตามที่ได้ศึกษาจาก เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของนักวิชาการและนักวิจัย ได้องค์ประกอบทักษะการใช้เทคโนโลยีของครู ทั้งสิ้น 4 องค์ประกอบ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตาราง 1 แสดงผลการสังเคราะห์องค์ประกอบทักษะการใช้เทคโนโลยีของครูในโรงเรียน

แหล่งข้อมูล	1. สำนักงานข้าราชการพลเรือน (2560)	2. สุกัญญา แซ่มะขอย (2562)	3. นริภานต์ ทักมาน (2564)	4. รัตนาวิ เต็มตรง (2565)	5. อำนาจ ไชยสมบัติ (2565)	6. นวรัตน์วดี อินทร์วัฒนะและคณะ (2566)	7. สมเกียรติ ดาสา (2566)	8. อมรรัตน์ ดอนพิลา (2566)	9. Pheeraphan et al (2017)	10. Phra (2018)	ความถี่	ร้อยละ	องค์ประกอบที่คัดสรร
ทักษะการใช้เทคโนโลยีของครู													
1. การใช้งานคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์เชื่อมต่อ											6	60	✓
การใช้งานคอมพิวเตอร์	✓		✓		✓								
ทักษะการใช้งานคอมพิวเตอร์				✓									
การใช้งานคอมพิวเตอร์พื้นฐานและอุปกรณ์								✓					
จำเป็น รวมทั้งแก้ไขปัญหาเบื้องต้นและการ													
บำรุงรักษา													
ทักษะการใช้งานคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์							✓						
เชื่อมต่อต่าง ๆ													
2. การใช้งานอินเทอร์เน็ตและโปรแกรมบน											8	80	✓
เครือข่าย													
การใช้งานอินเทอร์เน็ต	✓		✓		✓								

[illegible]

การสร้างนวัตกรรม		✓								✓			
การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารใน การประเมินกระบวนการเรียนการสอนและใช้ผล การประเมินในการปรับปรุงและออกแบบ กิจกรรมการเรียนรู้									✓				
การประยุกต์ใช้งานเทคโนโลยีในการพัฒนา ผู้เรียนให้มีทักษะการคิดขั้นสูงและมีความคิด สร้างสรรค์									✓				
12. ทักษะการใช้โปรแกรมทำงานให้เกิด ประสิทธิภาพ								✓			1	10	
13. การสื่อสาร										✓	1	10	
14. การจัดการข้อมูลและสารสนเทศ											2	20	
การจัดการข้อมูลและสารสนเทศ									✓				
การจัดเก็บข้อมูล										✓			
15. ด้านการพัฒนาการใช้เทคโนโลยี				✓							1	10	
16. ด้านการนำเทคโนโลยีไปใช้				✓							1	10	
17. ด้านการประเมินผลการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล				✓							1	10	
18. การใช้งานอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์		✓					✓				2	20	
19. การเผยแพร่สารสนเทศ							✓				1	10	
	9	3	9	4	5	9	5	6	10	4			

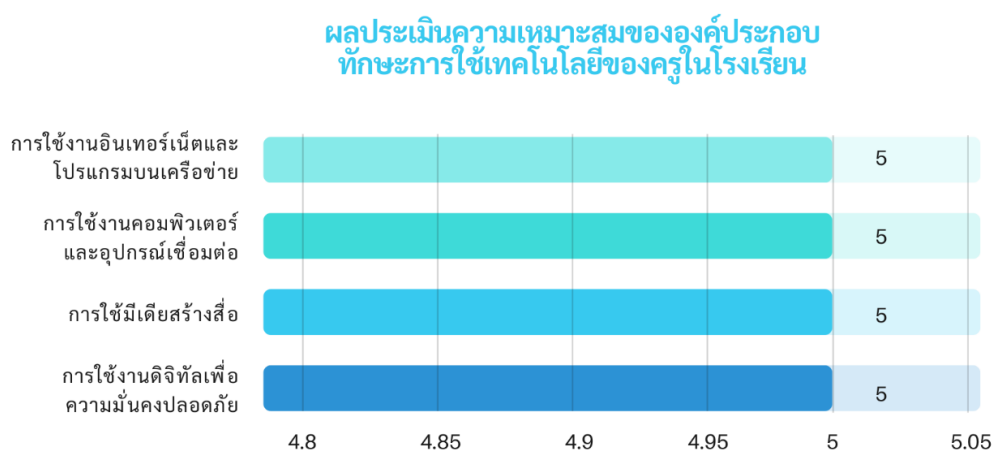
จากตาราง 1 การสังเคราะห์องค์ประกอบความต้องการจำเป็นในการพัฒนาทักษะการใช้เทคโนโลยีของครูในโรงเรียน ผู้วิจัยได้รวมองค์ประกอบที่มีลักษณะสอดคล้องกันเข้าเป็นองค์ประกอบเดียวกันได้จำนวน 10 องค์ประกอบ จากนั้นผู้วิจัยใช้เกณฑ์ความถี่ตั้งแต่ 5 ขึ้นไป หรือตั้งแต่ร้อยละ 50 ของความถี่ทั้งหมด และได้คัดสรรองค์ประกอบความต้องการจำเป็นในการพัฒนาทักษะการใช้เทคโนโลยีของครู จำนวน 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การใช้งานอินเทอร์เน็ตและโปรแกรมบนเครือข่าย 2) การใช้งานคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์เชื่อมต่อ 3) การพิมพ์เอกสาร 4) การใช้งานดิจิทัลเพื่อความมั่นคงปลอดภัย

2. ผลการประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบทักษะการใช้เทคโนโลยีของครูมีรายละเอียดดังที่ปรากฏในตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงผลการประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบทักษะการใช้เทคโนโลยีของครู เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดมีรายละเอียดดังที่ปรากฏในตารางที่ 2 ดังนี้

องค์ประกอบ	การตรวจสอบวัดระดับความเหมาะสม จากผู้ทรงคุณวุฒิ (N=5)		
	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
การใช้งานอินเทอร์เน็ตและโปรแกรมบนเครือข่าย	5.00	0.00	มากที่สุด
การใช้งานคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์เชื่อมต่อ	5.00	0.00	มากที่สุด
การใช้มีเดียสร้างสื่อ	5.00	0.00	มากที่สุด
การใช้งานดิจิทัลเพื่อความมั่นคงปลอดภัย	5.00	0.00	มากที่สุด
เฉลี่ยรวม	5.00	0.00	มากที่สุด

จากตาราง 2 ผลการประเมินความเหมาะสมทักษะการใช้เทคโนโลยีของครูในโรงเรียน โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คนพบว่า ผลการประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบพบว่าทั้ง 4 องค์ประกอบอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายองค์ประกอบพบว่า การใช้งานอินเทอร์เน็ตและโปรแกรมบนเครือข่ายมีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด การใช้งานคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์เชื่อมต่อมีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด การใช้มีเดียสร้างสื่อ มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด การใช้งานดิจิทัลเพื่อความมั่นคงปลอดภัย มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด มีรายละเอียดดังที่แสดงในแผนภูมิที่ 1 ดังนี้



แผนภูมิที่ 1 ผลประเมินความเหมาะสมทักษะการใช้เทคโนโลยีของครูในโรงเรียน

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

จากการศึกษาองค์ประกอบทักษะการใช้เทคโนโลยีของครูในโรงเรียน พบว่า มีองค์ประกอบอยู่ 4 องค์ประกอบด้วยกัน ดังนี้ 1) การใช้งานอินเทอร์เน็ตและโปรแกรมบนเครือข่าย 2) การใช้งานคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์เชื่อมต่อ 3) การใช้มีเดียสร้างสื่อ 4) การใช้งานดิจิทัลเพื่อความมั่นคงปลอดภัยซึ่งได้จากการสังเคราะห์เอกสารและผู้ทรงคุณวุฒิประเมินองค์ประกอบที่สังเคราะห์ได้มีความเหมาะสม ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่า ทักษะการใช้เทคโนโลยีของครูในโรงเรียน มีความสำคัญที่มีส่วนช่วยในการไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาครูในการนำเทคโนโลยีมาเป็นเครื่องมือที่ช่วยครูในการสอน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสอนให้เกิดผลดียิ่งขึ้น ซึ่งแสดงว่าทั้ง 4 องค์ประกอบ เป็นทักษะที่สำคัญในการพัฒนาทักษะการใช้เทคโนโลยีของครูในโรงเรียน ให้ประสบผลสำเร็จ สอดคล้องกับทฤษฎีของไพฑูริย์ จันท์ชุม (2558: 14) กล่าวว่า เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารมีความสำคัญต่อการจัดการศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปฏิรูปการศึกษาที่เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเข้ามามีบทบาทสำคัญทั้งในด้านการปฏิรูปการบริหารจัดการที่มีการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ การปฏิรูปการเรียนรู้ที่ต้องจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาปัญญา ไม่ใช่การเรียนรู้เพื่อจำข้อมูล ทักษะทางด้าน ICT จึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการขยายขีดความสามารถในการ เรียนรู้ต่อไป นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ เอกราช เครือศรี (2558: 22) กล่าวว่า เทคโนโลยีสารสนเทศมีความจำเป็น และเป็นเครื่องมือสำคัญในการดำเนินงานขององค์กรในปัจจุบันเป็นอย่างมาก เทคโนโลยีสารสนเทศจะช่วยประมวลผลข้อมูลที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันให้กลายเป็น สารสนเทศที่ถูกต้องและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ตามต้องการได้ ช่วยในการจัดระบบ ข่าวสารในแต่ละวันให้ถูกต้อง ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตสารสนเทศ ดังนั้น องค์ประกอบของทักษะการใช้เทคโนโลยีของครูในโรงเรียนทั้ง 4 องค์ประกอบจึงเป็นองค์ประกอบหรือองค์คุณที่สำคัญในการที่จะนำไปใช้เพื่อการหาความต้องการจำเป็นและแนวทางการพัฒนาต่อไป

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

1. ทำให้ได้องค์ประกอบทักษะการใช้เทคโนโลยีของครูในโรงเรียน จำนวน 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การใช้งานอินเทอร์เน็ตและโปรแกรมบนเครือข่าย 2) การใช้งานคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์เชื่อมต่อ 3) การใช้มีเดียสร้างสื่อ 4) การใช้งานดิจิทัลเพื่อความมั่นคงปลอดภัย
2. ทำให้ทราบถึงความเหมาะสมขององค์ประกอบทักษะการใช้เทคโนโลยีของครูในโรงเรียน

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้
จากการศึกษาทักษะการใช้เทคโนโลยีของครูในโรงเรียน ซึ่งเป็นทักษะสำคัญของครูให้มีประสิทธิภาพ เพื่อจะได้นำองค์ประกอบทักษะดังกล่าวนี้ ไปใช้ในการหาความต้องการจำเป็นในการพัฒนาทักษะการใช้เทคโนโลยีของครูในโรงเรียนต่อไป
2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป
ควรวิจัยเกี่ยวกับการประเมินความต้องการจำเป็นในการพัฒนาทักษะการใช้เทคโนโลยีของครูในโรงเรียนต่อไป และศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อทักษะการใช้เทคโนโลยีของครูในโรงเรียน ต่อไป

เอกสารอ้างอิง (References)

บุญชม ศรีสะอาด. (2553). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

- นริกันต์ ทำมาน สุมาลี ศรีพุทธรินทร์ และ จารุวรรณ เขียวน้ำชุม. (2564). สภาพปัจจุบันสภาพที่พึงประสงค์ และแนวทางพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษา นครพนม เขต 1. *วารสารรัชต์ภาคย์*. 15(42): 189-203.
- ไพฑูรย์ จันทร์ชุม. (2558). การศึกษาสภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารงานในโรงเรียนระดับ ประถมศึกษาอำเภอพนม สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 2. *วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา*. มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- รัตนวดี เทียงตรง. (2565). การศึกษาการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการจัดการเรียนรู้ของครูในสถานศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2. *วารสารศูนย์พัฒนาการเรียนรู้สมัยใหม่*. 7(8): 404-418.
- นรรัตน์วดี ชินอัครวัฒน์. (2565). การศึกษาความต้องการจำเป็นของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงสำหรับผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา ภาคตะวันออกเฉยงเหนือ. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการจัดการเทคโนโลยีอีสเทิร์น*. 17(2): 224-235.
- สมเกียรติ ดาสา. (2566). รูปแบบการบริหารจัดการการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศโรงเรียน ในศตวรรษที่ 21 สังกัดกรุงเทพมหานคร. *วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา*. มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ.
- พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2553. (2553). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 127 ตอนที่ 45 ลงวันที่ 22 กรกฎาคม 2553.
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2560). *แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2560-2579*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.onec.go.th/index.php/page/view/Outstand/2532> สืบค้นเมื่อ 13 มกราคม 2567.
- สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. (2560). *Digital literacy คืออะไร*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.ocsc.go.th/DLProject/mean-dlp> สืบค้นเมื่อ 13 มกราคม 2567.
- สุกัญญา แซ่มซ้อย. (2562). *การบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อมรรัตน์ ดอนพิลา (2566). *ความต้องการจำเป็นและแนวทางการพัฒนาทักษะดิจิทัลของครูในศตวรรษที่ 21 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษามุกดาหาร*. *วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา*. มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- เอกราช เครือศรี. (2558). *การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารงานของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 32*. *วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา*. มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- อำนาจ ไชยสงค์ ทศนา ประสานตรี และ สุมาลี ศรีพุทธรินทร์.(2565). ทักษะดิจิทัลของครูที่ส่งผลต่อการ บริหารจัดการชั้นเรียนในศตวรรษที่ 21 ของสถานศึกษาสังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา มัธยมศึกษา นครพนม. *วารสารครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*. 19(1): 163-174.
- Pheeraphan et al. (2017). Development of guidelines for promoting and improving information and communications technology competencies for Thai teachers in the 21st century (Research Report). *The Thailand Research Fund National Research Council of Thailand*. Bangkok, Thailand.

Phra, K. (2018). **Information Technology. Principles, Practices, Opportunities.** (3rd ed.).
Upper Saddle River, NJ: Pearson.

การศึกษาองค์ประกอบสมรรถนะครูปฐมวัย

A Study of the Components of the Competency of Early Childhood Teachers

ศุภรัตน์ ชมภูพิน¹ วาโร เฟ่งสวัสดิ์² วลัณิกา ฉลากบาง³

Supharat Chompoopuen, Waro Phengsawat, Wannika Chalabang

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาองค์ประกอบสมรรถนะครูปฐมวัย โดยมีรูปแบบการวิจัยคือการศึกษเอกสารและงานวิจัย จำนวน 10 แหล่ง นำมาสังเคราะห์องค์ประกอบและประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบสมรรถนะครูปฐมวัย กระบวนการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน โดยขั้นตอนที่ 1 สังเคราะห์องค์ประกอบสมรรถนะครูปฐมวัยโดยศึกษาเอกสารแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จำนวน 10 แหล่ง และขั้นตอนที่ 2 ประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบของสมรรถนะครูปฐมวัย โดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสังเคราะห์เอกสารและแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยที่พบว่า องค์ประกอบสมรรถนะครูปฐมวัย มี 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) คุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพ 2) การบริหารจัดการชั้นเรียน 3) การบริหารหลักสูตรและการจัดการเรียนรู้ และ 4) การพัฒนาตนเอง ซึ่งทุกองค์ประกอบมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ (Keywords) : สมรรถนะครูปฐมวัย; การประเมินความต้องการจำเป็น

Abstract

This research aimed to study the components of early childhood teacher competency. The research method was to study 10 documents, to synthesize the components, and to evaluate their appropriateness. The research process was divided into two steps: component synthesis of early childhood teacher competency by studying 10 documents, theories, and related research studies; and evaluation of their appropriateness by five experts. The research instruments were document synthesis form, and a 5-level rating scale questionnaire. The statistical tools used for data analysis were frequency, percentage, mean, and standard deviation. The research results showed that there were four components of early childhood teacher competency: 1) morality, ethics, and professional ethics; 2)

Received: 2024-11-25 Revised: 2024-12-16 Accepted: 2024-12-18

¹ นักศึกษาหลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร Student Master of Education Program, Department of Education Administration and Development, Sakon Nakhon Rajabhat University. E-mail: Supharat.ch66@snru.ac.th

² อาจารย์ที่ปรึกษาสาขาวิชาการบริหารและพัฒนาการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร Advisor Department of Education Administration and Development, Sakon Nakhon Rajabhat University. E-mail: waro.p@snru.ac.th

³ อาจารย์ที่ปรึกษาสาขาวิชาการบริหารและพัฒนาการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร Advisor Department of Education Administration and Development, Sakon Nakhon Rajabhat University. E-mail: Wannika.chlk@gmail.com

classroom management; 3) curriculum administration and learning management; and 4) self-development. All components were at the most appropriate level.

Keywords: early childhood teacher competency; needs assessment

บทนำ (Introduction)

ครูเป็นบุคคลสำคัญในกระบวนการปฏิรูปการศึกษาเพราะเป็นด้านหน้าและกลไกสำคัญในการพัฒนาคุณภาพผู้เรียน จากสภาพสังคมที่มีความเปลี่ยนแปลง ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยีและข้อมูลข่าวสารที่ส่งถึงกันอย่างรวดเร็วส่งผลต่อระบบการศึกษาอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ การพัฒนาครูให้เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถระดับสูง จะสามารถทำให้การพัฒนาผู้เรียนมีผู้มีความพร้อมสามารถเผชิญกับสถานการณ์ต่างๆ ได้ทั้งในปัจจุบันและอนาคต (ณัฐภัสสร ชื่นสุขสมหวัง, 2556)

ในสภาพการณ์ทางการจัดการศึกษาที่ผ่านมาพบว่าการพัฒนาสมรรถนะวิชาชีพครูยังเป็นสิ่งที่ครูต้องมีการพัฒนาค่อนข้างมากกล่าวกันว่าพัฒนาครูนั้นนอกจากจะพิจารณาบริบทสังคม ที่เปลี่ยนแปลงแล้ว จะต้องมีการพัฒนาสมรรถนะครูด้วย สภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วในปัจจุบันทำให้ครูจำเป็นต้องพัฒนาตนเองให้สมรรถนะที่สูงขึ้น แต่การพัฒนาครูที่ผ่านมาประเทศไทยยังประสบปัญหาในด้านการพัฒนาที่มีประสิทธิภาพเพราะงบประมาณจำกัด ไม่ตรงกับความต้องการครู และขาดการติดตามประเมินผลการพัฒนา และยังพบว่าการพัฒนาครูในปัจจุบันยังไม่มีเอกภาพด้านนโยบายและมาตรฐานที่ชัดเจน แม้ว่าหน่วยงานต่างๆ จะจัดโครงการพัฒนาครูเป็นจำนวนมาก แต่ก็ยังซ้ำซ้อน ไม่เป็นระบบ ขาดประสิทธิภาพและขาดความต่อเนื่อง พบว่าส่วนใหญ่ หน่วยงานกลางเป็นผู้จัดวิธีการส่วนใหญ่ใช้การอบรมบรรยาย ประชุมกลุ่มย่อย และสรุปความคิดเห็นต่อที่ประชุมใหญ่ มีผู้เข้าร่วมประชุมจำนวนมาก และที่สำคัญคือ ครูต้องละทิ้งการสอนเข้ามารับการอบรมและยังมีค่าใช้จ่ายสูงและยังไม่สามารถติดตามการพัฒนาได้อย่างต่อเนื่อง ทำให้ไม่เห็นผลการนำความรู้ที่ได้รับจากการอบรมไปปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรมและไม่สามารถแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้ตรงประเด็น (ทัศนีย์ บุญทา, 2564: 4)

สำหรับการปฏิบัติหน้าที่ในสถานศึกษาที่เปิดสอนในระดับต่าง ๆ นับว่า ครูปฐมวัยเป็นบุคคลที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะเป็นผู้ที่ใกล้ชิดและมีบทบาทในการจัดการเรียนรู้เพื่อวาง พื้นฐานในการพัฒนาเด็กในด้านต่าง ๆ หากครูปฐมวัยมีคุณภาพจะส่งผลให้คุณภาพการเรียนรู้ของเด็ก ดีตามไปด้วย ดังนั้นครูปฐมวัยจึงจะต้องสามารถจัดการเรียนรู้ได้อย่างเหมาะสมโดยเปลี่ยนแปลงบทบาทจากผู้ถ่ายทอดความรู้สู่เด็กเป็นผู้จัดประสบการณ์ให้เด็กได้มีพัฒนาการอย่างรอบด้าน อย่างไรก็ตาม จากสภาพปัญหาของครูไทยในยุคปัจจุบันที่สังคมมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จะให้เห็นว่าครูทำงานได้ยากขึ้น ยิ่งในอนาคตด้วยแล้ว ยิ่งทำงานได้ยากมากยิ่งขึ้นไปอีก (สำนักงานเลขาธิการคุรุสภา, 2562: 12)

นอกจากการให้ความสำคัญในการกำหนดสมรรถนะของครูในประเทศไทยแล้วในต่างประเทศเช่น องค์การด้านการพัฒนาครูปฐมวัย รัฐเวอร์จิเนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา (Office of Early Childhood Development Virginia Department of Social Services, 2008) ยังได้กำหนดสมรรถนะครูปฐมวัย เพื่อส่งเสริมให้ครูปฐมวัยมีการเรียนรู้ตลอดชีวิตและปรับปรุงคุณภาพการสอนอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่งผล ต่อการเรียนรู้ และสัมฤทธิ์ผลของเด็ก โดยแบ่งสมรรถนะทางวิชาชีพครูปฐมวัยเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านจัดการศึกษาอย่างมีคุณภาพ (Commitment to Quality) หมายถึง ความเข้าใจและความสามารถในการปฏิบัติงานตามคุณภาพ และที่กำหนด 2) ด้านการพัฒนาวิชาชีพ (Professional Development) หมายถึง ความมุ่งมั่นในการพัฒนา

ความรู้ด้านวิชาชีพ รวมถึงการพัฒนาทักษะที่จำเป็นในการประกอบวิชาชีพ 3) ด้านการสนับสนุน (Advocacy) หมายถึง การส่งเสริมและให้ความรู้ด้านสมรรถนะครูการศึกษาปฐมวัยแก่ชุมชน 4) ด้านคุณธรรมจริยธรรม (Ethics) หมายถึง การประพฤติปฏิบัติที่ดีต่อเพื่อนร่วมวิชาชีพ ผู้ปกครอง และชุมชน เพื่อเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับเด็ก (Office of Early Childhood Development Virginia Department of Social Services. 2008: 104)

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวจะเห็นได้ว่า การพัฒนาสมรรถนะครูปฐมวัยจะเสริมสร้างขีดความสามารถและเพิ่มประสิทธิภาพในการพัฒนาบุคลากรตั้งแต่ระดับเริ่มต้นการศึกษาของผู้เรียนให้เกิดประสิทธิผลมากขึ้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความต้องการจำเป็นในการพัฒนาสมรรถนะครูปฐมวัย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร เขต 3 โดยมุ่งหวังให้ทราบองค์ประกอบการพัฒนาสมรรถนะครูปฐมวัย เพื่อให้ข้อค้นพบจากการวิจัยนำไปสู่แนวทางในการพัฒนาสมรรถนะครูปฐมวัย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร เขต 3 ซึ่งจะเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะทำให้มีครูปฐมวัยที่มีสมรรถนะอย่างมีประสิทธิภาพ ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดความมุ่งหมายของการวิจัยไว้ คือ เพื่อศึกษาองค์ประกอบของสมรรถนะครูปฐมวัย

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (แบบการวิจัยเอกสาร) โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยโดยการศึกษาดูเอกสารและงานวิจัย เพื่อศึกษาองค์ประกอบสมรรถนะครูปฐมวัย โดยมีขั้นตอนวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยได้สังเคราะห์องค์ประกอบสมรรถนะครูปฐมวัย โดยศึกษา เอกสาร แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสมรรถนะครูปฐมวัย จากแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการสังเคราะห์ จำนวน 10 แหล่ง เพื่อนำมาสังเคราะห์องค์ประกอบสมรรถนะครูปฐมวัย ซึ่งมี 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) คุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพ 2) การบริหารจัดการชั้นเรียน 3) การบริหารหลักสูตรและการจัดการเรียนรู้ 4) การพัฒนาตนเอง

1.2 ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 10 คน โดยการเลือกแบบเจาะจง โดยแบ่งเป็นผู้ประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบ โดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน และผู้ประเมินความเหมาะสมองค์ประกอบที่สังเคราะห์ได้ จำนวน 5 คน โดยมีคุณสมบัติ ดังนี้

1) อาจารย์ผู้สอนในระดับมหาวิทยาลัยที่มีตำแหน่งทางวิชาการไม่ต่ำกว่าผู้ช่วยศาสตราจารย์ มีวุฒิการศึกษาปริญญาเอกทางด้านบริหารการศึกษาและมีประสบการณ์ทำงานไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 1 คน

2) ผู้บริหารโรงเรียนที่มีวิทยฐานะชำนาญการพิเศษ มีวุฒิการศึกษาปริญญาโทด้านบริหารการศึกษา และมีประสบการณ์ทำงานไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 2 คน

3) ครูปฐมวัยที่มีวิทยฐานะชำนาญการพิเศษมีวุฒิการศึกษาปริญญาโทด้านการศึกษาและมีประสบการณ์ทำงานไม่น้อยกว่า 10 ปี จำนวน 2 คน

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการในพื้นที่ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร และสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร เขต 3

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม 2567-มิถุนายน 2567

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ขั้นที่ 1 แบบสังเกตร่องรอยองค์ประกอบสมรรถนะครูปฐมวัยตรวจสอบความเหมาะสมโดยคณะกรรมการวิทยานิพนธ์

ขั้นที่ 2 แบบประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบสมรรถนะครูปฐมวัย มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสังเกตร่องรอยเอกสาร และแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ การใช้เครื่องมือการวิจัยแยกเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 สังเกตร่องรอยองค์ประกอบสมรรถนะครูปฐมวัย โดยศึกษาเอกสารแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จำนวน 10 แหล่ง

ขั้นตอนที่ 2 ประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบสมรรถนะครูปฐมวัย โดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสังเกตร่องรอยเอกสารและแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ขั้นที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ยของร้อยละ โดยเลือกองค์ประกอบที่มีความถี่ที่ 4 หรือร้อยละ 40 ขึ้นไป และขั้นที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำค่าเฉลี่ยไปแปลความหมายโดยเทียบกับเกณฑ์การประเมิน โดยเลือกองค์ประกอบที่มีความเหมาะสมมาก หรือมีค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.51 ขึ้นไปเพื่อให้ได้องค์ประกอบสมรรถนะครูปฐมวัย (บุญชม ศรีสะอาด, 2553: 21)

ผลการวิจัย (Research Results)

1. ผลการสังเกตร่องรอยองค์ประกอบสมรรถนะครูปฐมวัย ตามที่ได้ศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของนักวิชาการและนักวิจัย ได้องค์ประกอบสมรรถนะครูปฐมวัย ทั้งสิ้น 4 องค์ประกอบ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงผลการสังเคราะห์องค์ประกอบสมรรถนะครูปฐมวัย

นักรักศึกษาคนที่	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
แหล่งข้อมูล													
สมรรถนะ ครูปฐมวัย	คุณลักษณะ คุณธรรม (2556)	ความรู้ วิชาชีพ (2559)	ความรู้ เทคนิค (2561)	ความรู้ เทคนิค (2562)	ความรู้ เทคนิค (2563)	ความรู้ เทคนิค (2562)	ความรู้ เทคนิค (2564)	ความรู้ เทคนิค (2565)	ความรู้ เทคนิค (2565)	ความรู้ เทคนิค (2566)			
จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพครู	✓	✓	✓	✓				✓	✓		7	70	✓
ด้านการบริหารจัดการชั้นเรียน					✓		✓	✓	✓	✓	5	50	✓
ด้านการพัฒนาตนเอง	✓	✓			✓	✓					4	40	✓
ด้านการบริหารหลักสูตรและการจัดการเรียนรู้					✓			✓	✓	✓	4	40	✓
รวม	2	2	1	1	3	2	1	3	3	2	20		

จากตารางที่ 1 การสังเคราะห์องค์ประกอบความต้องการจำเป็นในการพัฒนาสมรรถนะครูปฐมวัยผู้วิจัยได้รวมองค์ประกอบที่มีลักษณะสอดคล้องกันเข้าเป็นองค์ประกอบเดียวกันได้จำนวน 10 องค์ประกอบ จากนั้นผู้วิจัยใช้เกณฑ์ความถี่ตั้งแต่ 4 ขึ้นไป หรือตั้งแต่ร้อยละ 40 ของความถี่ทั้งหมด และได้คัดสรรองค์ประกอบความต้องการจำเป็นในการพัฒนาสมรรถนะครูปฐมวัย จำนวน 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) คุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพ 2) การบริหารจัดการชั้นเรียน 3) การบริหารหลักสูตรและการจัดการเรียนรู้ และ 4) การพัฒนาตนเอง

2. ผลการประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบสมรรถนะครูปฐมวัย มีรายละเอียดดังที่ปรากฏในตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงผลการประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบสมรรถนะครูปฐมวัยเรียงจากลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดมีรายละเอียดดังที่ปรากฏในตารางที่ 2 ดังนี้

องค์ประกอบ	การตรวจสอบวัดระดับความเหมาะสม จากผู้ทรงคุณวุฒิ (N=5)		
	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
คุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพ	5.00	0.00	มากที่สุด
การบริหารจัดการชั้นเรียน	5.00	0.00	มากที่สุด
การบริหารหลักสูตรและการจัดการเรียนรู้	5.00	0.00	มากที่สุด

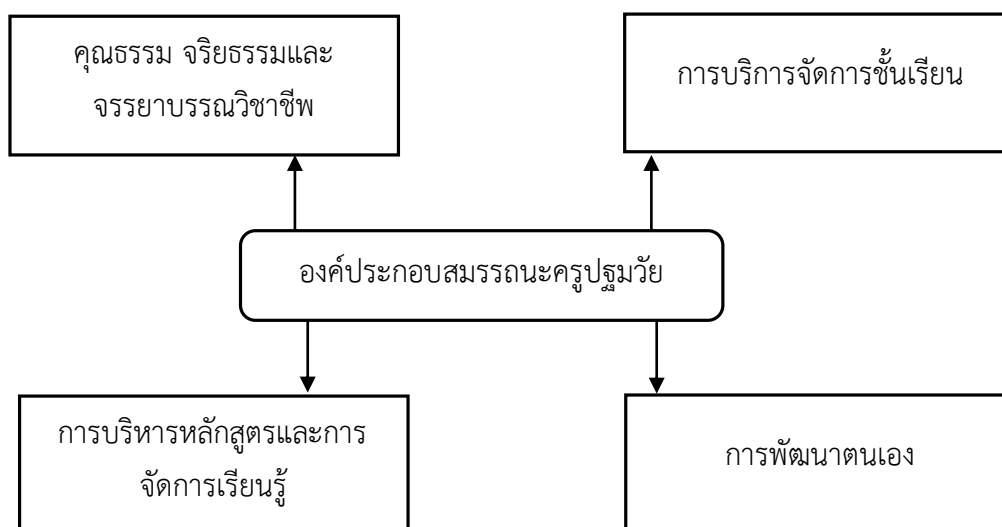
การพัฒนาตนเอง	5.00	0.00	มากที่สุด
เฉลี่ยรวม	5.00	0.00	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 ผลการประเมินความเหมาะสมสมรรถนะครูปฐมวัยโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน พบว่า ผลการประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบพบว่าทั้ง 4 องค์ประกอบ อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายองค์ประกอบพบว่า คุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพ มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด การบริการจัดการชั้นเรียน มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด การบริหารหลักสูตรและการจัดการเรียนรู้มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด และการพัฒนาตนเองมีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

จากการศึกษาองค์ประกอบสมรรถนะครูปฐมวัย พบว่า มีองค์ประกอบอยู่ 4 องค์ประกอบด้วยกัน ดังนี้ 1) คุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพ 2) การบริการจัดการชั้นเรียน 3) การบริหารหลักสูตรและการจัดการเรียนรู้ 4) การพัฒนาตนเอง ซึ่งได้จากการสังเคราะห์เอกสารและผู้ทรงคุณวุฒิประเมินองค์ประกอบที่สังเคราะห์ได้มีความเหมาะสม ทั้งนี้ เพราะสมรรถนะครูปฐมวัย มีความสำคัญที่มีส่วนช่วยในการพัฒนาสมรรถนะในด้านต่าง ๆ ของผู้บริหารในการแก้ปัญหาในสถานศึกษาและประสบความสำเร็จในการบริหาร ส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการบริหารสถานศึกษาเป็นอย่างดีซึ่งแสดงว่าทั้ง 4 องค์ประกอบ เป็นสมรรถนะที่สำคัญในการพัฒนาสมรรถนะปฐมวัยที่ส่งเสริมให้ประสบผลสำเร็จ สอดคล้องกับแนวคิดของ สายรุ้ง เหล็กแปง (2561) ที่กล่าวว่า “สมรรถนะครูปฐมวัย หมายถึง พฤติกรรมที่แฝงอยู่ในตัวบุคคลที่แสดงออกมาจากความรู้ ทักษะ ความสามารถ และคุณลักษณะอื่น ๆ ในการปฏิบัติงานทำให้ผลงานประสบความสำเร็จมีประสิทธิภาพได้ตามมาตรฐานที่กำหนด ประกอบไปด้วยสมรรถนะหลักและสมรรถนะประจำสายงานของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน พ.ศ. 2553”

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)



ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้
จากการศึกษาสมรรถนะครูปฐมวัย ซึ่งเป็นสมรรถนะสำคัญของครูปฐมวัยให้มีประสิทธิภาพ เพื่อจะได้นำองค์ประกอบสมรรถนะดังกล่าวนี้ ไปใช้ในการหาความต้องการจำเป็นในการพัฒนาสมรรถนะครูปฐมวัยต่อไป
2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป
ควรวิจัยเกี่ยวกับการประเมินความต้องการจำเป็นในการพัฒนาสมรรถนะครูปฐมวัยต่อไป และศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อสมรรถนะครูปฐมวัย ต่อไป

เอกสารอ้างอิง (References)

- กุลชาติ พันธวรกุล และเมษา นวลศรี. (2562). เด็กปฐมวัยกับการเป็นพลเมืองดิจิทัล : โอกาสหรือความเสี่ยง. **วารสารครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย**. 47(2): 1-23.
- ณัฐภัตสร ชื่นสุขสมหวัง. (2556). การประเมินความต้องการจำเป็นเพื่อพัฒนาสมรรถนะทางวิชาชีพของครูปฐมวัย. วิทยานิพนธ์ปริญญาบัณฑิต หลักสูตรปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษาปฐมวัย. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทัศนีย์ บุญทา. (2564). แนวทางพัฒนาสมรรถนะ (Competency) ครูปฐมวัย สังกัดเทศบาลตำบลบ้านดู่ อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย. **วารสารครุศาสตร์วิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย**. 6(2): 65-84.
- ธันท์ยา พิลางาม. (2565). แนวทางการพัฒนาสมรรถนะครูประถมวัยของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดหนองคาย. **Journal of Modern Learning Development**. 7(10): 61-78.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2553). **การวิจัยเบื้องต้น**. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ปณิตตา อินทรักษา. (2562). การจัดการเรียนรู้ด้วย Active Learning เพื่อการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์. **วารสารครุศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี**. 1(1): 35-43.
- ปรียาภรณ์ หนองบัว ประภาพร บุญรอด และทรงเดช สอนใจ. (2565/11/16). แนวทางการพัฒนาสมรรถนะครูปฐมวัย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุรินทร์ เขต 3. **วารสาร มจร.อุบลปริทรรศน์**. 7(3): 797-810.
- รวี ศิริปริชากร. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาการของเด็กปฐมวัยในศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก จังหวัดนครนายก ตามการปฏิบัติที่เหมาะสมกับพัฒนาการ. **รายงานการวิจัย**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.
- สำนักงานเลขาธิการสภา. (2562). **กรอบสมรรถนะครูเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ซีทีซีเอฟ)**. กรุงเทพฯ: บริษัทออนป้า จำกัด.
- สายรุ้ง เหล็กแปง. (2561). การศึกษาสมรรถนะครูปฐมวัยของสถานศึกษาในสังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 4 วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต หลักสูตรปริญญาการศึกษา มหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยพะเยา.

- สิริรัศมี พรหมทะสาร. (2566). การนำเสนอสมรรถนะของครูปฐมวัยในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก. หลักสูตรปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- อนุศรา อุดทะ และจิตติมา วรรณศรี. (2563). รูปแบบการพัฒนาสมรรถนะของครูปฐมวัย สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น. วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร. 22(4): 305-316.

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการ
ห้างสรรพสินค้า Bluport หัวหิน
Media Exposure Behavior and Satisfaction with Public Relations Media of
Bluport Hua Hin Shopping Mall Customers

ธนพร มั่งน้อย¹ องอาจ สิงห์ลำพอง²
Tanaporn Mungnoi, Ongart Singlumphong

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้า Bluport หัวหิน 2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้า Bluport หัวหิน 3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้า Bluport หัวหิน การวิจัยนี้ใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณผ่านการสำรวจ (Survey Research) โดยเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์ในช่วงเดือนมิถุนายนถึงกรกฎาคม พ.ศ. 2567 ซึ่งได้กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบ 160 คน ข้อมูลที่ได้ถูกวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติการทดสอบความสัมพันธ์

ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการมักเน้นที่ความชอบในเนื้อหาของสื่อที่ช่วยเสริมสร้างความรู้เกี่ยวกับห้างสรรพสินค้า ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจสูงต่อสื่อประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะการใช้ข่าวสารเพื่อรับทราบกิจกรรมต่างๆ ของห้าง การเปิดรับสื่อและความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กัน โดยผู้ใช้บริการที่เปิดรับสื่อมากขึ้นมีความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์สูงขึ้น สรุปได้ว่า การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีคุณภาพและตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการจะช่วยเพิ่มความพึงพอใจได้อย่างเห็นได้ชัด

คำสำคัญ (Keywords): พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ; ความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์

Abstract

This research aimed to study: 1.the behavior of receiving public relations media of Bluport Hua Hin Department Store customers; 2.the satisfaction of public relations media of Bluport Hua Hin Department Store customers; and 3.the behavior of receiving media and satisfaction of public relations media of Bluport Hua Hin Department Store customers. This research used a quantitative research method through a survey (Survey Research) by collecting data via an online questionnaire during June to July 2024, with a sample of 160 respondents. The data were analyzed using descriptive statistics and correlation tests. The results of the study showed that the behavior of receiving public relations media of service customers often

Received: 2024-11-16 Revised: 2024-12-20 Accepted: 2024-12-21

¹ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ Faculty of Communication Arts, Bangkok University. E-mail: tanaporn.mung@bumail.net

² คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ Faculty of Communication Arts, Bangkok University. E-mail: ongart.s@bu.ac.th

focused on the content of the media enriching knowledge about the department store. Service customers had a high level of satisfaction with public relations media, especially using the news to inform about various activities of the department store. Media exposure and satisfaction were correlated. The more media the service customers obtained; the more satisfied they were with the public relationship. In conclusion, the development of quality public relations media meeting the needs of service users will significantly increase satisfaction.

Keywords: media exposure behavior; satisfaction with public relations media

บทนำ (Introduction)

ห้างสรรพสินค้าในยุคปัจจุบันไม่ได้เป็นเพียงแค่สถานที่สำหรับการจับจ่ายใช้สอยเท่านั้น แต่ยังเป็นศูนย์รวมกิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการในหลายมิติ เช่น การพักผ่อน ความบันเทิง และการเข้าสังคม โดยเฉพาะในพื้นที่ที่เป็นเมืองท่องเที่ยวอย่างหัวหิน ที่มีนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศเข้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ห้างสรรพสินค้า Bluport หัวหิน ซึ่งเป็นหนึ่งในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่และทันสมัยที่สุดในหัวหิน จึงจำเป็นต้องมีกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความหลากหลายทั้งในด้านอายุ วัฒนธรรม และไลฟ์สไตล์ (ธนวุฒิ นัยโกวิท, 2561: 176) การเข้าใจพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการปรับปรุงกลยุทธ์การสื่อสารของห้าง เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ การสื่อสารถือเป็นกระบวนการสำคัญในการถ่ายทอดสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารผ่านช่องทางต่าง ๆ ซึ่งรวมถึงการพูดและการเขียน โดยการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบันส่งผลให้การสื่อสารมีความหลากหลายรูปแบบ เช่น การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารกลุ่มใหญ่ การสื่อสารภายในองค์กร และการสื่อสารมวลชน (พิชญา สกุลวิทย์ และคณะ, 2564: 132)

ห้างสรรพสินค้า Bluport หัวหิน เปิดให้บริการตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 และออกแบบมาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงไลฟ์สไตล์ โดยผสมผสานการช้อปปิ้ง ความบันเทิง และบริการต่าง ๆ ในบรรยากาศที่ได้แรงบันดาลใจจาก รีสอร์ท ชายทะเล ซึ่งสอดคล้องกับความเป็นเมืองท่องเที่ยวตากอากาศของหัวหิน Bluport มีร้านค้าปลีกแบรนด์ดังทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงโซนความบันเทิง เช่น โรงภาพยนตร์ ศูนย์อาหาร และกิจกรรมสำหรับครอบครัว การออกแบบเน้นความหรูหราและทันสมัยเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้บริการทั้งคนในพื้นที่และนักท่องเที่ยว (บริษัท หัวหินแอสเสท จำกัด, ม.ป.ป.)

ในปัจจุบัน ฝ่ายประชาสัมพันธ์ของห้าง Bluport หัวหิน มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลสินค้าและบริการต่าง ๆ ตลอดจนกิจกรรมทางการตลาดและข่าวโปรโมชั่น โดยใช้ช่องทางสื่อสารที่หลากหลาย เช่น Facebook และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น การนำเสนอข้อมูลข่าวสารในรูปแบบใหม่ ๆ เช่น การรีวิวสินค้าและการถ่ายทอดกิจกรรมพิเศษผ่านเพชบุ๊กไลฟ์ยังช่วยให้เข้าถึงผู้ใช้บริการได้มากยิ่งขึ้น (วชิ กลมเกลี้ยง, 2566)

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้า Bluport หัวหิน
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้า Bluport หัวหิน

3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้า Bluport หัวหิน

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การวิจัยในครั้งนี้มีลักษณะเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถวิเคราะห์และสรุปผลได้อย่างชัดเจน ซึ่งการวิจัยเชิงปริมาณจะใช้เครื่องมือและวิธีการที่เหมาะสมในการเก็บข้อมูล เช่น แบบสอบถาม หรือการสำรวจ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถนำไปสู่การวิเคราะห์เชิงสถิติ นอกจากนี้ยังมีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม เพื่อให้ผลการวิจัยมีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ในทางปฏิบัติ

ในการดำเนินการวิจัย จะมีการตั้งสมมติฐานเพื่อทดสอบความสัมพันธ์หรือความแตกต่างระหว่างตัวแปรต่าง ๆ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลที่หลากหลาย เช่น การวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) การทดสอบความสัมพันธ์ (Correlation) และการวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อสรุปที่มีความแม่นยำและสามารถนำไปใช้ในการพัฒนางานหรือการตัดสินใจในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีวิธีการศึกษา ดังนี้

1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยนี้มุ่งเน้นไปที่พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้า Bluport หัวหิน โดยจะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ เช่น เพศ อายุ อาชีพ และสถานภาพสมรส ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ในด้านต่าง ๆ ได้แก่

- 1) ด้านเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์
- 2) ด้านช่องทางการสื่อสาร
- 3) ด้านความถี่ในการเปิดรับสื่อ
- 4) ด้านความพึงพอใจในเนื้อหาของสื่อ
- 5) ด้านการรับรู้ประโยชน์ของสื่อ
- 6) ด้านการมีส่วนร่วมของ

1.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษานี้ไม่ทราบจำนวนกลุ่มประชากรที่แท้จริง จึงเลือกใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดช่วงระยะเวลาในการเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 1 มีนาคม 2567 ถึง 31 พฤษภาคม 2567 ซึ่งได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 160 คน

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

การเก็บข้อมูลจะถูกจำกัดอยู่ในพื้นที่ของห้างสรรพสินค้า Bluport หัวหิน ซึ่งจะเป็นสถานที่ที่มีผู้ให้บริการหลากหลายทั้งในและต่างประเทศ โดยการสำรวจจะเน้นไปที่ผู้ให้บริการภายในห้างที่สามารถเข้าถึงได้ในพื้นที่ดังกล่าว เช่น การสัมภาษณ์ผ่านแบบสอบถามออนไลน์ หรือการเก็บข้อมูลในพื้นที่ของห้างสรรพสินค้า

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ตั้งแต่เดือน มีนาคม 2567-กรกฎาคม 2567

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามออนไลน์ เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งประกอบด้วยคำถามใน 3 ส่วนหลัก ได้แก่ 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ 3. ความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้า Bluport หัวหิน แบบสอบถามนี้ได้รับการออกแบบโดยใช้ มาตราส่วน Likert เพื่อให้ผู้ตอบสามารถให้คะแนนตามระดับความเห็นได้จาก 5 ระดับ (เช่น เห็นด้วยมาก เห็นด้วย เฉยๆ ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง) ซึ่งจะช่วยให้การวิเคราะห์ข้อมูลมีความละเอียดและสะท้อนความคิดเห็นของผู้ตอบได้ชัดเจน เพื่อประเมินคุณภาพของเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบ ความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้ ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha ซึ่งผลการทดสอบพบว่าแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นมากกว่า 0.70 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้ตามมาตรฐานทั่วไป การตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นนี้ช่วยให้มั่นใจได้ว่าแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยมีความสอดคล้องและน่าเชื่อถือในการเก็บข้อมูล และสามารถใช้ในการวิเคราะห์และสรุปผลได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ เครื่องมือการเก็บข้อมูลยังได้รับการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยใช้ดัชนี IOC (Index of Item-Objective Congruence) เพื่อให้แน่ใจว่าแต่ละคำถามในแบบสอบถามสามารถวัดคุณลักษณะที่ต้องการศึกษาได้อย่างตรงประเด็น การทดสอบนี้ช่วยให้แน่ใจว่าเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีความแม่นยำและสามารถให้ข้อมูลที่ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย การใช้เครื่องมือที่มีความเชื่อมั่นและเที่ยงตรงนี้จะช่วยให้ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยมีคุณภาพสูงและสามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์อย่างมีประสิทธิภาพ

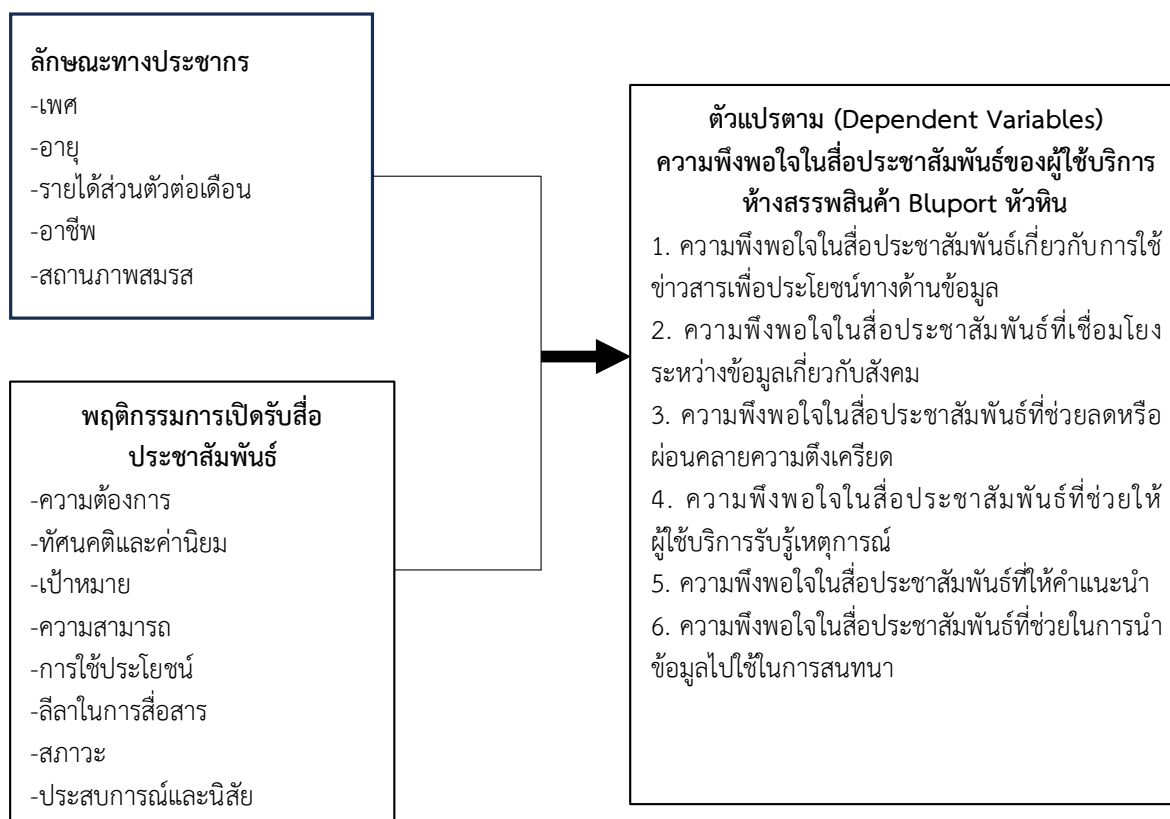
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจะใช้วิธีการสำรวจออนไลน์ผ่าน Google Form โดยจะส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างที่ได้เลือกไว้

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการทดสอบสมมติฐานใช้วิธีการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดการวิจัย

(ที่มา : ผู้เขียน, 2567)

ผลการวิจัย (Research Result)

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์การวิจัย

ข้อที่ 1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้า Bluport หัวหิน ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้า Bluport หัวหิน อยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X}$ = 3.97, S.D. = 0.979) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อันดับ 1 ด้านทัศนคติและคำนึงซึ่งส่วนใหญ่สนใจข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่ทำให้รู้สึกทันสมัยอยู่ในระดับสูงสุด โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.01, S.D. = 1.042) รองลงมาอันดับ 2 ได้แก่ ด้านความสามารถซึ่งส่วนใหญ่สนใจกิจกรรมที่สามารถนำไปสนทนาได้ โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.01, S.D. = 1.009) และอันดับสุดท้ายด้านสภาวะ โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 3.94, S.D. = 1.009) ตามลำดับ ซึ่งสะท้อนถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่เน้นการได้รับข้อมูลที่มีคุณค่าทางสังคมและเป็นประโยชน์ต่อการสร้างความเชื่อมโยงระหว่างผู้ใช้บริการ การเปิดรับสื่อประเภทนี้ไม่เพียงแต่ช่วยให้ผู้ใช้บริการได้รับข้อมูลที่ทันสมัยและเกี่ยวข้องกับความสะดวกส่วนตัว แต่ยังช่วยสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน ซึ่งส่งผลให้ประสบการณ์การช้อปปิ้งที่ห้างสรรพสินค้า Bluport มีความน่าสนใจและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ดังตารางที่

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรม的开รับสื่อประชาสัมพันธ์ทางสรรพสินค้า Bluport หัวหิน โดยภาพรวม

พฤติกรรม的开รับสื่อประชาสัมพันธ์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ความต้องการ	3.97	1.039	มาก
ทัศนคติและค่านิยม	4.01	1.042	มาก
เป้าหมาย	3.95	1.040	มาก
ความสามารถ	4.01	1.009	มาก
การใช้ประโยชน์	3.96	1.050	มาก
ลีลาในการสื่อสาร	3.99	1.087	มาก
สภาวะ	3.94	1.009	มาก
ประสบการณ์และนิสัย	3.95	1.055	มาก
รวม	3.97	0.979	มาก

ผลการสำรวจพฤติกรรม的开รับสื่อประชาสัมพันธ์ทางสรรพสินค้า Bluport หัวหิน โดยภาพรวมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรม的开รับสื่อประชาสัมพันธ์ในทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.97 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเฉลี่ย 0.979 ซึ่งแสดงถึงความพึงพอใจและการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในระดับสูงจากกลุ่มตัวอย่างในหลายมิติ เช่น ความต้องการ ทัศนคติ เป้าหมาย ความสามารถ การใช้ประโยชน์ ลีลาในการสื่อสาร สภาวะ และประสบการณ์

ข้อที่ 2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการทางสรรพสินค้า Bluport หัวหิน

ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการทางสรรพสินค้า Bluport หัวหินอยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X}$ = 3.98, S.D. = 0.979) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อันดับ 1 ด้านการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูลอยู่ในระดับสูงสุด โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.01, S.D. = 0.967) รองลงมา อันดับ 2 ได้แก่ ด้านการใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 3.99, S.D. = 1.051) และอันดับสุดท้ายด้านการใช้สารเพื่อตอบสนองประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียด โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 3.94, S.D. = 1.001) ตามลำดับ ซึ่งบ่งชี้ว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในสื่อที่ช่วยในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือการปฏิบัติตามระเบียบต่าง ๆ ของห้าง สื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้รับความพึงพอใจสูงนั้น มีส่วนสำคัญในการเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้บริการในการเลือกซื้อสินค้าหรือเลือกใช้บริการที่ห้างสรรพสินค้า นอกจากนี้ยังช่วยในการสร้างความชัดเจนเกี่ยวกับกฎระเบียบภายในห้าง ซึ่งสามารถทำให้การเดินทางมาที่ห้างมีความสะดวกและปลอดภัยมากยิ่งขึ้น ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ทางสรรพสินค้า Bluport หัวหิน โดยภาพรวม

ความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์	($\bar{X}$)	(S.D.)	ระดับ
การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูล	4.01	0.967	มาก
การใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม	3.99	1.051	มาก

ความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์	($\bar{x}$)	(S.D.)	ระดับ
การใช้สารเพื่อตอบสนองประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียด	3.94	1.001	มาก
รวม	3.98	0.979	มาก

ข้อที่ 3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์กับความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้า Bluport หัวหิน

ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้า Bluport หัวหิน จะเห็นได้ว่าการเปิดรับสื่อที่หลากหลายและทันสมัยช่วยเพิ่มความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยเฉพาะการมีปฏิสัมพันธ์ในกิจกรรมต่าง ๆ และการได้รับข้อมูลที่กระตุ้นการตัดสินใจซื้อสินค้า ข้อมูลที่ผู้บริการได้รับจากสื่อประชาสัมพันธ์ไม่เพียงแต่ช่วยให้พวกเขามีข้อมูลในการตัดสินใจ แต่ยังช่วยเพิ่มความสะดวกสบายและมีส่วนช่วยในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับห้างสรรพสินค้า การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีคุณภาพและทันสมัยนั้น จึงส่งผลต่อการเพิ่มความพึงพอใจและการมีส่วนร่วมของผู้ใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยที่กล่าวถึงการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวระหว่างผู้บริการและองค์กร ดังตารางที่ 3,4 และ 5

ตารางที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้ใช้บริการ ห้างสรรพสินค้า โดยรวม

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้ใช้บริการ ห้างสรรพสินค้า โดยรวม (n = 160)	ความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ห้างสรรพสินค้า Bluport หัวหิน ด้านการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูล	
	R	P-Value
	0.950	0.000*

*P<0.05

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า การเปิดรับสื่อของผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้า Bluport หัวหิน มีความสัมพันธ์สูง (R = 0.950) กับความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูล โดยผลลัพธ์มีนัยสำคัญทางสถิติ (P-Value = 0.000) ซึ่งแสดงว่า การใช้ข่าวสารเพื่อให้ข้อมูลมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ตารางที่ 4 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้ใช้บริการ ห้างสรรพสินค้า โดยรวม

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้ใช้บริการ ห้างสรรพสินค้า โดยรวม (n = 160)	ความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ห้างสรรพสินค้า Bluport หัวหิน ด้านการใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม	
	R	P-Value
	0.948	0.000*

*P<0.05

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า การเปิดรับสื่อของผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้า Bluport หัวหิน มีความสัมพันธ์สูง (R = 0.948) กับความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้ข่าวสารในการเชื่อมโยงข้อมูลเกี่ยวกับสังคม โดยผลลัพธ์มีนัยสำคัญทางสถิติ (P-Value = 0.000) ซึ่งแสดงว่า การใช้ข่าวสารเชื่อมโยงข้อมูลสังคมมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ตารางที่ 5 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้ใช้บริการ ห้างสรรพสินค้า โดยรวม

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้ใช้บริการ ห้างสรรพสินค้า โดยรวม (n = 160)	ความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ห้างสรรพสินค้าBluport หัวหิน ด้านการใช้สารเพื่อตอบสนองประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียด	
	R	P-Value
	0.977	0.000*

*P<0.05

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่ามีความสัมพันธ์สูง (R = 0.977) ระหว่างการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของห้างสรรพสินค้า Bluport หัวหิน ด้านการใช้สารเพื่อตอบสนองประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยผลลัพธ์มีนัยสำคัญทางสถิติ (P-Value = 0.000) แสดงว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

การอภิปรายผลการวิจัยในประเด็นนี้จะนำวัตถุประสงค์ของการวิจัยมาเป็นตัวตั้งและสรุปผลการวิจัยที่สำคัญ พร้อมทั้งวิเคราะห์ความสอดคล้องกับงานวิจัยอื่น ๆ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้า Bluport หัวหิน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้า Bluport หัวหินให้ความสำคัญกับข้อมูลที่สามารถเสริมสร้างประสบการณ์การช้อปปิ้งและเพิ่มการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น โดยเฉพาะข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่ทำให้รู้สึกทันสมัยและข้อมูลกิจกรรมที่สามารถนำไปสนทนาได้ ซึ่งสะท้อนถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่เน้นการได้รับข้อมูลที่มีคุณค่าทางสังคมและเป็นประโยชน์ต่อการสร้างความเชื่อมโยงระหว่างผู้ใช้บริการ การวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ (พิจิตร มงคลศรีพิพัฒน์, 2559: 37) ที่กล่าวถึงสื่อประชาสัมพันธ์ส่งผลทางบวกกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ไม่ว่าจะเป็นความทันสมัยของเนื้อหา ความถูกต้องของเนื้อหา ปริมาณของเนื้อหา ความสะดวกในการค้นหา ผู้ดูแลมีการโต้ตอบสื่อสาร รูปแบบการนำเสนอที่มีความแปลกใหม่ รวมถึงการมีกิจกรรมส่งเสริมการขายต่าง ๆ ที่ให้ข้อมูลเชิงรุกและทันสมัยเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการในปัจจุบัน

2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้า Bluport หัวหิน ผลการวิจัยพบว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ในระดับสูง ซึ่งสะท้อนถึงความสำคัญของการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ผลการวิจัยยังพบว่า ข้อมูลเกี่ยวกับโปรโมชั่นและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติตามกฎของห้างได้รับคะแนนสูง ซึ่งบ่งชี้ว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการได้รับข้อมูลที่ช่วยในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือการปฏิบัติตามระเบียบต่าง ๆ ข้อมูลเหล่านี้สอดคล้องกับการศึกษาของ (รุ่งนภา จีเว, 2561: 59) ที่พบว่า ความชัดเจนในการสื่อสารข้อมูลช่วยเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้ใช้บริการ ข้อมูลการสื่อสารไม่ซับซ้อนเข้าถึงได้ง่าย ทันสมัย มีความน่าสนใจให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ นอกจากนี้งานวิจัยนี้ยังสนับสนุนการใช้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโปรโมชั่นและกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วมของผู้ใช้บริการ

3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้า Bluport หัวหิน ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับสื่อที่หลากหลายและทันสมัยช่วยเพิ่มความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ซึ่งสัมพันธ์กับการมีปฏิสัมพันธ์ในกิจกรรมต่าง ๆ และการได้รับข้อมูลที่กระตุ้นการ

ตัดสินใจซื้อสินค้า ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ (พิจิตรา มงคลศรีพิพัฒน์, 2559: 37) การนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์นั้นต้องสามารถตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของผู้รับสื่อ ซึ่งรูปแบบการนำเสนอ ต้องมีความแปลกใหม่ ทันสมัย นำเสนอในรูปแบบที่หลากหลาย รวมถึงห้างสรรพสินค้า Bluport หัวหิน ควรมีกิจกรรมส่งเสริมการขายในช่วงต่าง ๆ เพื่อสร้างการรับรู้และความสัมพันธ์กับลูกค้า ดังนั้น การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยในการส่งข้อมูล แต่ยังมีบทบาทสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวระหว่างผู้ใช้บริการและองค์กร

ข้อเสนอแนะในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ จากผลการวิจัยที่พบว่าข้อมูลบางประเภท เช่น ข้อมูลที่สามารถนำไปสนทนาได้ ได้รับคะแนนต่ำสุด สะท้อนให้เห็นถึงพื้นที่ในการปรับปรุงการสื่อสารให้มีคุณภาพและน่าสนใจยิ่งขึ้น การใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลและโซเชียลมีเดียเพื่อเพิ่มการมีส่วนร่วมจากผู้ใช้บริการจะเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการปรับตัวให้เข้ากับความต้องการของผู้ใช้บริการในยุคดิจิทัล โดยสามารถเสริมสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าและตอบโต้ความคาดหวังในอนาคตสู่การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีคุณภาพและหลากหลายรูปแบบ พร้อมการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับผู้ใช้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการที่หลากหลายและเปลี่ยนแปลงไปตามความคาดหวังของผู้ใช้บริการในปัจจุบันและอนาคต

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

การศึกษานี้เกี่ยวกับพฤติกรรม的开รับสื่อและความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้า Bluport หัวหิน ได้ให้ข้อค้นพบที่มีความสำคัญ ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลเชิงลึกในการปรับปรุงกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และการสื่อสารในอนาคต โดยได้องค์ความรู้ที่สำคัญ ดังนี้

1. ความสำคัญของข้อมูลทันสมัยและกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับข้อมูลที่ทันสมัยและเกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มผู้ที่ต้องการข้อมูลใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ ซึ่งทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกทันสมัยและมีความสนใจที่จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ที่ห้างสรรพสินค้าเสนอ

2. บทบาทของข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ในการสนทนา

ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ที่สามารถนำไปสนทนาได้ เป็นอีกหนึ่งจุดที่สำคัญที่ช่วยกระตุ้นการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและการสร้างการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่ห้างจัดขึ้น ซึ่งสะท้อนถึงความสำคัญของการใช้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์และสามารถเชื่อมโยงกับผู้ใช้บริการในรูปแบบทางสังคม

3. ข้อมูลโปรโมชั่นมีบทบาทในการกระตุ้นการตัดสินใจซื้อสินค้า

การศึกษพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในข้อมูลโปรโมชั่น โดยข้อมูลเหล่านี้ช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนลดหรือโปรโมชั่นเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยกระตุ้นความสนใจและการซื้อสินค้า

4. ความสำคัญของข้อมูลเกี่ยวกับการปฏิบัติตามกฎของห้าง

ผลการวิจัยยังพบว่า ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติตามกฎระเบียบต่าง ๆ ของห้าง ได้รับความพึงพอใจสูง เพราะผู้ใช้บริการต้องการข้อมูลที่ช่วยสร้างความมั่นใจและลดความไม่แน่ใจในการใช้บริการ ซึ่งการสื่อสารที่ชัดเจนและโปร่งใสช่วยสร้างความเชื่อมั่นในการใช้บริการของห้าง

5. ความท้าทายในการปรับปรุงข้อมูลที่มีคุณภาพ

ข้อมูลที่มีคุณภาพที่สามารถนำไปสนทนาได้นั้น ได้รับคะแนนต่ำสุดในกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งบ่งชี้ว่า แม้จะมีข้อมูลมากมาย แต่การปรับปรุงเนื้อหาของข้อมูลให้มีคุณภาพและน่าสนใจยิ่งขึ้นยังคงเป็นจุดที่ควรได้รับการพัฒนาเพื่อเพิ่มความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

จากผลการศึกษาพฤติกรรม的开รับสื่อและความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการห้างสรรพสินค้า Bluport หัวหิน มีข้อเสนอแนะแบ่งเป็นสองส่วนหลัก คือ การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์และการวิจัยในอนาคต

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ภาพประกอบในสื่อประชาสัมพันธ์ต้องน่าสนใจการใช้ภาพที่ดึงดูดจะช่วยให้สื่อประชาสัมพันธ์มีความน่าสนใจและมีผลต่อการเปิดรับจากผู้ใช้บริการมากขึ้น

1.2 ใช้สื่อโปรโมทโปรโมชันสินค้าประจำผู้ใช้บริการมักใช้สื่อในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับโปรโมชัน ดังนั้นการโปรโมทสินค้าประจำผ่านสื่อจะเพิ่มความสนใจและการมีส่วนร่วม

1.3 ปรับเนื้อหาตามกลุ่มเป้าหมายการสื่อสารควรตรงกับความต้องการและความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย เช่น กิจกรรมพิเศษที่ตอบสนองความสนใจของผู้ใช้บริการแต่ละกลุ่ม

1.4 เนื้อหาสื่อประชาสัมพันธ์ต้องดึงดูดและเชื่อถือได้การใช้เนื้อหาที่มีความน่าสนใจและสร้างความน่าเชื่อถือ เช่น ภาพลักษณ์ที่โดดเด่น จะช่วยเพิ่มความมั่นใจและความพึงพอใจจากผู้ใช้บริการ

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพใหม่ควรปรับวิธีสัมภาษณ์เชิงลึกให้แตกต่างจากรูปแบบเดิมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายและเจาะลึกถึงปัจจัยสำคัญ ช่วยเพิ่มความแม่นยำในการวิเคราะห์

2.2 เก็บข้อมูลหลากหลายวิธีควรใช้วิธีการเก็บข้อมูลหลายรูปแบบ เช่น การสัมภาษณ์ การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม และขยายระยะเวลาเก็บข้อมูล เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่หลากหลายและข้อมูลที่แม่นยำยิ่งขึ้น

2.3 ขยายพื้นที่การศึกษาควรขยายการศึกษาไปยังจังหวัดอื่น ๆ นอกเหนือจากอำเภอหัวหิน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายและสามารถเปรียบเทียบผลการศึกษได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง (References)

- ธนวุฒิ นัยโกวิท. (2561). **หลักการวางแผนโครงการประชาสัมพันธ์: แนวคิดและแนวทางปฏิบัติ**. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- บริษัท หัวหินแอสเสท จำกัด. (ม.ป.ป.). **เกี่ยวกับห้างสรรพสินค้าบลูพอร์ต หัวหิน รีสอร์ทมอลล์**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://bluportthuahin.com/th/about-us/> สืบค้นเมื่อ 6 ธันวาคม 2567.
- พิจิตรา มงคลศรีพิพัฒน์. (2559). **พฤติกรรม的开รับ และความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์โครงการเที่ยวไทยเท่ กับพฤติกรรม的开ตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย**. การค้นคว้าอิสระ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต. คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- พิชญา สุกุลวิทย์, อังคณา อ่อนธานี และจักรกฤษณ์ จันทะคุณ. (2564). การออกแบบการสื่อสารในรูปแบบวิถีใหม่. วารสารวิชาการคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. 12(3): 127-138.
- รุ่งนภา จีเว. (2561). ความคาดหวัง การเปิดรับสื่อ และความพึงพอใจต่อสื่อภายในองค์กรของบุคลากรมูลนิธิพระมหาไถ่เพื่อการพัฒนาคนพิการ. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วจี กลมเกลี้ยง. (2566). Interview: เปิดแผนธุรกิจห้างดัง Blueport Huahin ปี 2566 และแผนงานปีหน้า 2567 เมื่อสถานการณ์พันวิฤติโควิด ประเทศไทยเปิดรับนักท่องเที่ยวเต็มกำลัง. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.adslthailand.com/post/15873> สืบค้นเมื่อ 6 ธันวาคม 2567.



รูปแบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก ในจังหวัดมหาสารคาม

Human Resource Management in Small-Scale Hotel Businesses in Maha Sarakham Province

ชัยวัช ศิริบวรพิทักษ์¹ ปัทมาศ เสริฐเลิศ² นนทภรณ์ บุญจึงเจริญรัตน์³ ธนาภรณ์ ทัดสนภักดิ์⁴
Chaithawat Siribowonphitak, Patimas Sertlers, Nonthaporn Boonjungcharoenrat,
Thanaporn Thatsanaphak

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยเรื่องรูปแบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก ในจังหวัดมหาสารคาม มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษารูปแบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดมหาสารคาม 2) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดมหาสารคาม และ 3) เพื่อเสนอแนะแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดมหาสารคาม โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยสัมภาษณ์เชิงลึกโดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างและวิเคราะห์ข้อมูล โดยการเตรียมข้อมูลถอดเทปสัมภาษณ์แปลงไฟล์เสียงเป็นข้อความ การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลการตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) และการตรวจสอบความถูกต้อง (Validity)

ผลการศึกษาพบว่า 1) โรงแรมขนาดเล็กส่วนใหญ่มีขนาดไม่เกิน 60 ห้อง ดำเนินกิจการแบบครอบครัว มีพนักงาน 10-30 คน และมีกลุ่มลูกค้าหลักเป็นนักธุรกิจ นักศึกษาและผู้ปกครอง 2) รูปแบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ยังคงเน้นการสรรหาบุคลากรในท้องถิ่น การคัดเลือกโดยเจ้าของ/ผู้จัดการและการฝึกอบรมแบบ on-the-job training ปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบการบริหาร ได้แก่ โครงสร้างองค์กร งบประมาณ วัฒนธรรมองค์กร สภาพเศรษฐกิจ การแข่งขันและลักษณะตลาดแรงงาน 3) ข้อเสนอแนะคือการพัฒนากระบวนการบริหารทรัพยากรมนุษย์ให้เป็นมาตรฐาน โดยเริ่มจากการปรับปรุงโครงสร้างองค์กร ระบบการสรรหา คัดเลือกและพัฒนาบุคลากร รวมถึงการสร้างเครือข่ายกับสถาบันการศึกษา

คำสำคัญ (Keywords) : การบริหารทรัพยากรมนุษย์; โรงแรมขนาดเล็ก; มหาสารคาม

Received: 2024-11-29 Revised: 2025-02-18 Accepted: 2025-02-19

¹ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม; Bachelor of Business Administration, Program in Tourism and Hotel, Faculty of Management Science, Rajabhat Maha Sarakham University, Maha Sarakham. E-mail: Siribowonphitak@gmail.com.

² หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม; Bachelor of Business Administration, Program in Tourism and Hotel, Faculty of Management Science, Rajabhat Maha Sarakham University, Maha Sarakham. E-mail: Patimas.pu@gmail.com.

³ หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม; Bachelor of Arts Program, Program in Communication Arts, Faculty of Management Science, Rajabhat Maha Sarakham University, Maha Sarakham. E-mail: Patimas.pu@gmail.com.

⁴ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจดิจิทัล คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม; Bachelor of Business Administration, Program in Digital Business, Faculty of Management Science, Rajabhat Maha Sarakham University, Maha Sarakham. E-mail: 2555thanaporn@gmail.com.

Abstract

The objectives of this research were: 1.to study the human resource management models of small hotel businesses in Maha Sarakham Province. 2. to analyze the factors affecting their human resource management; and 3. to propose guidelines for improving and developing their human resource management there. A qualitative research methodology was employed; the study conducted in-depth interviews with hotel executives. Data collection involved the in-depth interviews, using a semi-structured interview format. Data analysis comprised of several steps: data preparation, transcription of interview recordings and conversion of audio files into text, data validation, Verification of data accuracy. Reliability Check: Ensuring the consistency of data interpretation. and validity check (confirming the authenticity and relevance of the data within the research context).

The findings showed the following. 1) Most small hotels in the province were family-run businesses with no more than 60 rooms and 10-30 employees, catering primarily to business travelers, students, and their parents. 2) HRM practices in these hotels typically emphasized on the local recruitment, owner/manager-led selection processes, and on-the-job training. Factors influencing these practices included organizational structure, budget constraints, organizational culture, economic conditions, competition, and the characteristics of the local labor market. 3) The study recommended the development of standardized HRM systems, with organizational restructuring and the formalization of recruitment, selection, and training processes. Collaboration with local educational institutions was also proposed to enhance HRM effectiveness.

Keywords: Human resource management; Small hotels; Maha Sarakham province

บทนำ (Introduction)

การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในยุคปัจจุบันมีความท้าทายและซับซ้อนมากขึ้นกว่าเดิม เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี สังคม เศรษฐกิจและการแข่งขันที่รุนแรง องค์กรจึงต้องปรับตัวและพัฒนาระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ให้ทันสมัย เพื่อดึงดูด รักษาและพัฒนาบุคลากรที่มีคุณภาพ ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรสู่ความสำเร็จ แนวโน้มและประเด็นสำคัญในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ยุคใหม่ คือ การใช้เทคโนโลยีในการบริหารจัดการ (Noe et al., 2017: 25-39) เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีบทบาทสำคัญในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ เช่น ระบบ HRIS การวิเคราะห์ข้อมูลบุคลากร การสรรหาบุคลากรผ่านช่องทางออนไลน์ การเรียนรู้ผ่านระบบ e-learning เป็นต้น ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุนและเพิ่มความสะดวกสบายในการทำงาน (สุภาพร ดีสวัสดิ์, 2565: 22-38)

การให้ความสำคัญกับประสบการณ์ของพนักงานโดยองค์กรยุคใหม่ให้ความสำคัญกับการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับพนักงาน (Employee Experience) (Deloitte, 2017) ครอบคลุมตั้งแต่การสรรหา Onboarding การพัฒนา การประเมินผล จนถึงการลาออก เพื่อสร้างความผูกพันเพิ่มแรงจูงใจและรักษาพนักงานที่มีคุณค่าไว้กับองค์กร การพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง (Bersin, 2014) การเรียนรู้และพัฒนาเป็น

สิ่งจำเป็นสำหรับพนักงานในยุคปัจจุบัน องค์กรต้องส่งเสริมให้พนักงานพัฒนาทักษะใหม่ๆ เรียนรู้อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กร การสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่แข็งแกร่ง (Schein, 2010) วัฒนธรรมองค์กรที่ดีมีส่วนสำคัญในการดึงดูดและรักษาพนักงาน โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่องค์กรควรสร้างวัฒนธรรมที่ส่งเสริมความร่วมมือ ความคิดสร้างสรรค์ ความหลากหลาย และความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว การบริหารความหลากหลาย (SHRM, 2021) องค์กรยุคใหม่ต้องบริหารจัดการความหลากหลายของพนักงาน ทั้งในด้านเชื้อชาติ เพศ อายุ ความเชื่อ วัฒนธรรม และภูมิหลัง เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่เท่าเทียมเป็นธรรมและเปิดกว้างสำหรับทุกคน

ตัวอย่างการนำแนวคิดไปประยุกต์ใช้ คือ บริษัท Google ขึ้นชื่อเรื่องการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นความคิดสร้างสรรค์ สนับสนุนให้พนักงานมีความสุขในการทำงาน มีสวัสดิการที่ดีและให้ความสำคัญกับการพัฒนาตนเอง (จตุรงค์ นภธร, 2565) ส่งผลให้ Google เป็นองค์กรในฝันของคนรุ่นใหม่จำนวนมาก รวมทั้งบริษัท Microsoft นำเทคโนโลยี AI มาใช้ในการสรรหาบุคลากร ช่วยวิเคราะห์ข้อมูล คัดกรองผู้สมัคร และจับคู่ผู้สมัครกับตำแหน่งงานที่เหมาะสม เพิ่มประสิทธิภาพและลดเวลาในการสรรหาและบริษัท Netflix ให้ความสำคัญในการทำงานไม่มีนโยบายการลา พนักงานสามารถจัดการเวลาทำงานได้เอง ส่งเสริมความรับผิดชอบและความไว้วางใจ ซึ่งสอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่ (อนุวัฒน์ กระสังข์, 2560)

อุตสาหกรรมโรงแรมเป็นธุรกิจบริการที่มีการแข่งขันสูงและต้องพึ่งพาบุคลากรในการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า ดังนั้นการบริหารทรัพยากรมนุษย์จึงเป็นสิ่งสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจโรงแรมในปัจจุบัน (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2566: 89-106) โดยมีแนวโน้มและประเด็นที่น่าสนใจดังนี้ การดึงดูดและรักษาพนักงานที่มีความสามารถ ประกอบด้วยการแข่งขันเพื่อแย่งชิงบุคลากร (Enz, 2010) อุตสาหกรรมโรงแรมทั่วโลกกำลังเผชิญกับปัญหาการขาดแคลนแรงงาน ธุรกิจโรงแรมจึงต้องแข่งขันกันเพื่อดึงดูดและรักษาพนักงานที่มีความสามารถ โดยเฉพาะพนักงานที่มีทักษะ ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญ (Moscardo, 2019) ธุรกิจโรงแรมต้องสร้างภาพลักษณ์ที่ดี เพื่อดึงดูดคนรุ่นใหม่ให้สนใจทำงานในอุตสาหกรรมโรงแรม โดยเน้นการสื่อสาร วัฒนธรรมองค์กร สวัสดิการและโอกาสในการเติบโตและการให้ความสำคัญกับความผูกพันของพนักงาน (Kusluvan et al., 2010: 171-214) การสร้างความผูกพันความรู้สึกเป็นเจ้าของและความภาคภูมิใจในการทำงาน เป็นกลยุทธ์สำคัญในการรักษาพนักงานลดอัตราการลาออกและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน (ธีรวัฒน์ จันท์แก้ว, 2565: 45-58)

การพัฒนาศักยภาพของพนักงานประกอบไปด้วยการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะ (Baum, 2007: 1383-1399) ธุรกิจโรงแรมต้องลงทุนในการฝึกอบรม เพื่อพัฒนาทักษะของพนักงานให้ทันสมัย ตอบสนองความต้องการของลูกค้าและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันโดยเฉพาะทักษะด้านเทคโนโลยี การสื่อสาร และการบริการการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Hinkin & Tracey, 2010: 4-18; Tracey & Hinkin, 2008) การให้โอกาสในการเลื่อนตำแหน่ง การมอบหมายงานที่ท้าทายและการสนับสนุนให้พนักงานพัฒนาตนเอง เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสร้างแรงจูงใจและรักษาพนักงานที่มีคุณภาพ รวมทั้งการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดีวัฒนธรรมองค์กรที่เป็นมิตร (Kim et al., 2011: 903-911) ธุรกิจโรงแรมควรสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมความร่วมมือและการสนับสนุนซึ่งกันและกันเพื่อสร้างบรรยากาศการทำงานที่อบอุ่น มีความสุขและมีประสิทธิภาพ ความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว (Deery & Jago, 2015: 453-472) ธุรกิจโรงแรมควรให้ความสำคัญกับความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัวของพนักงาน เช่น การจัดตารางการทำงานที่ยืดหยุ่น การสนับสนุนกิจกรรมสันทนาการและการให้วันหยุดที่เพียงพอความปลอดภัยและ

สุขภาพในการทำงาน (Salgado & Mosqueda, 2018) ธุรกิจโรงแรมต้องดูแลความปลอดภัยและสุขภาพของพนักงาน ป้องกันอุบัติเหตุและโรคร้ายไข้เจ็บเพื่อสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยและส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีของพนักงาน (มนัสนันท์ พงศ์ศักดิ์มงคล, 2566: 78-95)

ปัจจุบันมีการใช้เทคโนโลยีในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ เช่น ระบบ HRIS (Jones et al., 2016) ธุรกิจโรงแรมนำระบบ HRIS มาใช้ในการจัดการข้อมูลพนักงาน การสรรหา การฝึกอบรม การประเมินผลและการจ่ายเงินเดือน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุนและเพิ่มความถูกต้องในการทำงาน การวิเคราะห์ข้อมูล (Marler & Boudreau, 2017: 3-26) ธุรกิจโรงแรมใช้ Data Analytics เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลพนักงาน เช่น อัตราการลาออก ประสิทธิภาพการทำงาน และความพึงพอใจ เพื่อนำข้อมูลเชิงลึกมาใช้ในการตัดสินใจ และพัฒนาระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ มีการใช้ Social Media (Jiang et al., 2012: 1264-1294) ธุรกิจโรงแรมใช้ Social Media ในการสรรหาบุคลากร สื่อสารกับพนักงานและสร้าง Employer Branding เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและดึงดูดคนรุ่นใหม่

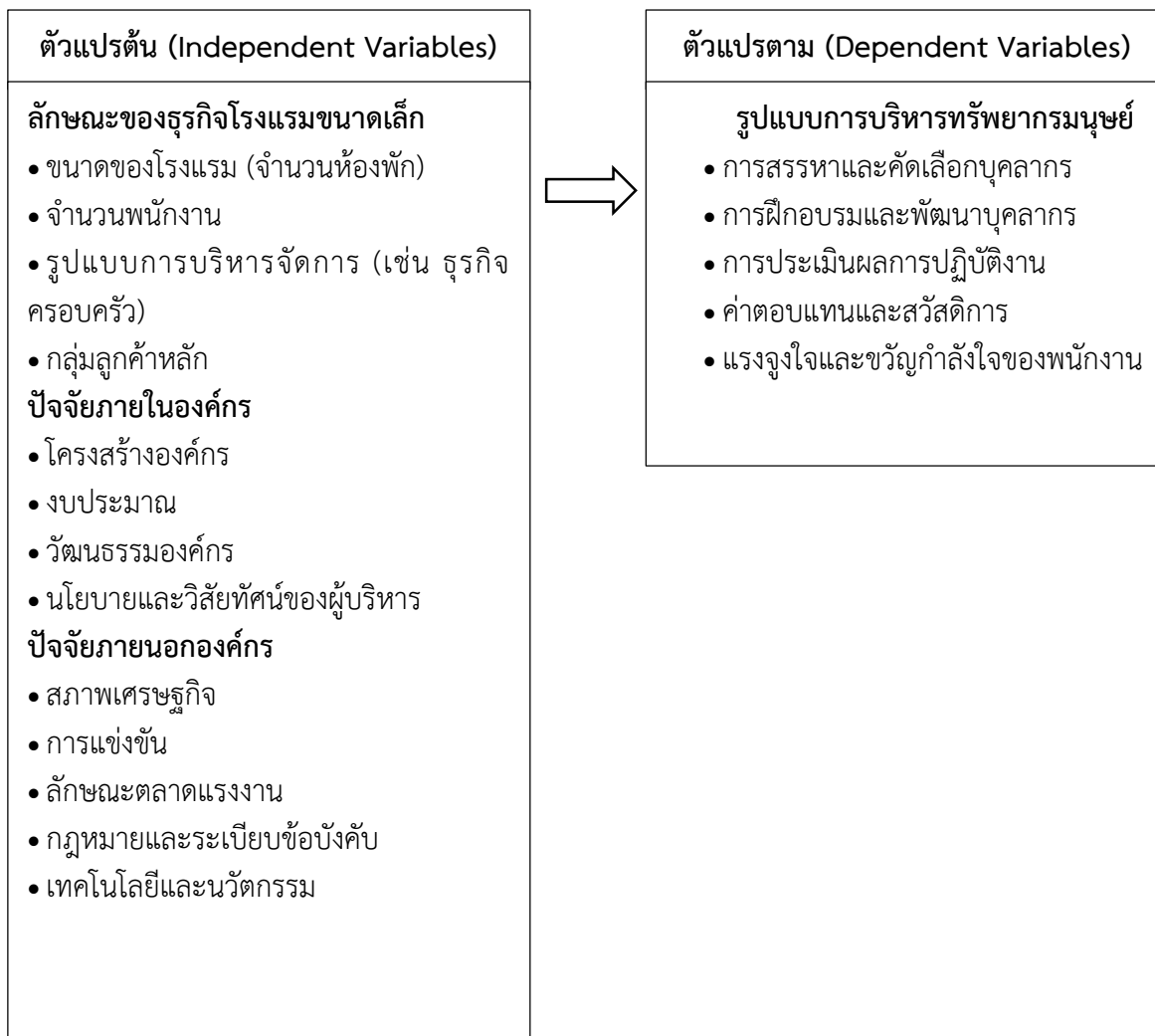
สำหรับธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดมหาสารคามเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามโรงแรมเหล่านี้มักประสบปัญหาในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานคุณภาพการบริการและขีดความสามารถในการแข่งขัน (สุทธิรักษ์ อุฒิพรหม, 2559: 123-135) ปัญหาดังกล่าวเกิดจากปัจจัยหลายประการ เช่น ลักษณะการเป็นธุรกิจครอบครัว ทรัพยากรที่จำกัด การขาดความรู้ความเข้าใจด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ รวมถึงสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น ฤดูกาลท่องเที่ยวและการแข่งขันที่รุนแรง เป็นต้น (วิโรจน์ ศรีสุรภานนท์, 2562: 456-478)

อาจกล่าวได้ว่าธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดมหาสารคามส่วนใหญ่มักใช้การบอกต่อและสื่อสังคมออนไลน์ในการสรรหาบุคลากรโดยเน้นผู้สมัครที่มีทัศนคติที่ดีและทำงานเป็นทีมได้ การฝึกอบรมจะเน้นการฝึกอบรมในงานเนื่องจากมีข้อจำกัดด้านงบประมาณส่วนการประเมินผลการปฏิบัติงานมักเป็นแบบไม่เป็นทางการ โดยอาศัยการสังเกตจากผู้บังคับบัญชา ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการเป็นไปตามกฎหมายแรงงานและมีสวัสดิการพื้นฐาน เช่น ประกันสังคมและชดเชยนิฟอร์ม แรงจูงใจหลักคือการสร้างบรรยากาศการทำงานแบบครอบครัวและให้โอกาสในการเติบโตในหน้าที่การงาน อย่างไรก็ตามรูปแบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงแรมขนาดเล็ก ยังคงเป็นแบบดั้งเดิมซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการพัฒนาศักยภาพของพนักงานและความสามารถในการแข่งขัน ดังนั้นจึงควรมีการปรับปรุงระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ โดยอาจนำเทคโนโลยีมาใช้และส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการพัฒนาองค์กรมากขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษารูปแบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดมหาสารคาม
2. เพื่อวิเคราะห์ ปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดมหาสารคาม
3. เพื่อเสนอแนะ แนวทางในการปรับปรุงและพัฒนา รูปแบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดมหาสารคาม

กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)



วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methodology)

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งมุ่งเน้นการสำรวจปรากฏการณ์ต่างๆ ในบริบทจริง โดยกระบวนการวิจัยประกอบด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากภาคสนามการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา การจัดกลุ่มข้อมูลและการตีความข้อมูล เพื่อเชื่อมโยงและสังเคราะห์หาค่าความรู้นำไปสู่ข้อสรุปที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยทั้งนี้ กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพดังกล่าวดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา ประกอบไปด้วย การสรรหาและคัดเลือก การฝึกอบรมและพัฒนา การประเมินผลการปฏิบัติงาน ค่าตอบแทนและสวัสดิการและแรงจูงใจ

1.2 ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบไปด้วยเจ้าของ/ผู้บริหารโรงแรมขนาดเล็กในเขตเทศบาลเมืองมหาสารคาม จำนวน 10 แห่ง พนักงานโรงแรมขนาดเล็ก จำนวน 10 คนและผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ จำนวน 3 คน

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ คือ โรงแรมขนาดเล็กในเขตเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา คือ ช่วงเดือนมกราคม-สิงหาคม พ.ศ. 2567

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้บริหาร โรงแรมขนาดเล็กในเขตเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม โดยจะมีการบันทึกเสียง และ/หรือภาพ ขณะสัมภาษณ์ ซึ่งจะมีการขอความยินยอมและขออนุญาตในการบันทึกเสียงและภาพเพื่อกับเป็นหลักฐานการทำงานและจะไม่มีเผยแพร่เสียงและภาพสู่สาธารณะ นอกจากนี้ยังใช้วิธีการสังเกต (Observation) และการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร (Documentary research)

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ 1) การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสัมภาษณ์เชิงลึกมักให้ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) ที่ลึกซึ้งและมีรายละเอียดสูง วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้ การถอดเทปสัมภาษณ์ (Transcription) ถอดเทปสัมภาษณ์เป็นข้อความเพื่อให้ง่ายต่อการวิเคราะห์ การอ่านและทำความเข้าใจข้อมูล อ่านข้อมูลทั้งหมดเพื่อทำความเข้าใจบริบทและเนื้อหาที่สัมภาษณ์ การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) วิเคราะห์เนื้อหาในแต่ละหมวดหมู่เพื่อหาความสัมพันธ์ แนวโน้ม หรือรูปแบบที่เกิดขึ้นและการสรุปและตีความ (Interpretation) สรุปผลการวิเคราะห์และตีความข้อมูลเพื่อตอบคำถามวิจัย 2) การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสังเกต (Observation) การสังเกตให้ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม บรรยากาศและกระบวนการทำงานในธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้การบันทึกข้อมูล บันทึกข้อมูลจากการสังเกตเป็นรายละเอียด เช่น พฤติกรรมของพนักงาน การปฏิสัมพันธ์ระหว่างพนักงานและลูกค้าสภาพแวดล้อมการทำงาน การจัดหมวดหมู่ข้อมูลจัดกลุ่มข้อมูลที่สังเกตได้เป็นหมวดหมู่ เช่น พฤติกรรมเชิงบวก ปัญหาที่พบและกระบวนการทำงาน และการสรุปผลสรุปผลการสังเกตและเชื่อมโยงกับหัวข้อวิจัย 3) การวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Research) การวิเคราะห์เอกสารให้ข้อมูลเกี่ยวกับนโยบาย กระบวนการและแนวปฏิบัติในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจโรงแรม วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้ การรวบรวมเอกสารรวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้อง เช่น นโยบายบริษัท คู่มือพนักงาน รายงานประจำปี การอ่านและทำความเข้าใจอ่านเอกสารทั้งหมดเพื่อทำความเข้าใจเนื้อหาและบริบท การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) วิเคราะห์เนื้อหาในเอกสารเพื่อหาความสัมพันธ์หรือแนวโน้ม และการสรุปผลสรุปผลการวิเคราะห์และเชื่อมโยงกับคำถามวิจัย

ผลการวิจัย (Research Results)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษารูปแบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดมหาสารคาม ค้นพบดังนี้

1) ลักษณะทั่วไปของโรงแรมขนาดเล็กใน จังหวัดมหาสารคามส่วนใหญ่เป็นโรงแรมที่มีห้องพักไม่เกิน 60 ห้องมีพนักงานประมาณ 10-30 คน เป็นธุรกิจที่บริหารงานแบบครอบครัว กลุ่มลูกค้าหลักคือนักธุรกิจ นักศึกษาและผู้ปกครองเนื่องจากเป็นเมืองการศึกษา

2) รูปแบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์

2.1) การสรรหาและคัดเลือกใช้การประกาศรับสมัครผ่านช่องทางออนไลน์และป้ายประกาศในห้องถิ่นเน้นรับพนักงานในพื้นที่เป็นหลักเพื่อลดปัญหาการลาออกมีการสัมภาษณ์โดยเจ้าของหรือผู้จัดการโรงแรมโดยตรง

2.2) การพัฒนาบุคลากรมีการฝึกอบรมแบบ on-the-job training เป็นหลักโดยพนักงานรุ่นพี่สอนงานพนักงานใหม่รวมทั้งส่งพนักงานเข้าร่วมอบรมกับสมาคมโรงแรมหรือหน่วยงานภาครัฐเป็นครั้งคราว

2.3) การจ่ายค่าตอบแทนและสวัสดิการ เงินเดือนตามอัตราค่าแรงขั้นต่ำของจังหวัดมีค่าล่วงเวลาและเงินพิเศษจากการให้บริการ (Service Charge) บางแห่งหรือให้เป็นเบี้ยขยันแทน มีสวัสดิการพื้นฐาน เช่น ประกันสังคม อาหาร ชุดยูนิฟอร์ม เป็นต้น

3) ความท้าทายในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คือการรักษาพนักงานให้ทำงานระยะยาว มีแผนการพัฒนาทักษะการบริการให้ได้มาตรฐาน มีงบประมาณจำกัดในการพัฒนาบุคลากร รวมทั้งประสบปัญหาการแข่งขันด้านค่าตอบแทนกับธุรกิจอื่นๆ

4) แนวทางการพัฒนา เริ่มต้นด้วยการสร้างความผูกพันกับองค์กรผ่านการดูแลแบบครอบครัวมีการเพิ่มโอกาสการเติบโตในสายงาน รวมถึงพัฒนาระบบการประเมินผลงานที่เป็นธรรมและสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในพื้นที่

5) จุดแข็งของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คือความใกล้ชิดระหว่างผู้บริหารและพนักงานมีความยืดหยุ่นในการบริหารจัดการรวมทั้งการตัดสินใจที่รวดเร็วและต้นทุนการบริหารจัดการต่ำ

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดมหาสารคาม ซึ่งส่วนใหญ่เป็นโรงแรมขนาดเล็กไม่เกิน 60 ห้อง มีจำนวนพนักงาน 10-30 คน และดำเนินกิจการแบบครอบครัวโดยมีกลุ่มลูกค้าหลักเป็นนักเรียน นักศึกษาและผู้ปกครอง มักประสบปัญหาและข้อจำกัดด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์แม้ว่าจะมีจุดแข็งในด้านความยืดหยุ่น ความใกล้ชิดและต้นทุนต่ำก็ตาม จากการวิเคราะห์พบว่ารูปแบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงแรมเหล่านี้ยังคงเน้นการสรรหาบุคลากรในห้องถิ่นโดยอาศัยช่องทางออนไลน์และป้ายประกาศ กระบวนการคัดเลือกมักดำเนินการโดยเจ้าของหรือผู้จัดการ ส่วนการพัฒนาบุคลากรจะเน้นการฝึกอบรมแบบ on-the-job training โดยพนักงานรุ่นพี่จะเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้และทักษะรวมถึงการส่งพนักงานเข้ารับการอบรมจากหน่วยงานภายนอกเป็นครั้งคราว ในด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการโรงแรมขนาดเล็กมักจ่ายเงินเดือนตามอัตราค่าแรงขั้นต่ำ พร้อมค่าล่วงเวลา เงินพิเศษและสวัสดิการพื้นฐาน อย่างไรก็ตามโรงแรมเหล่านี้ยังคงเผชิญกับความท้าทายในการรักษาพนักงาน การพัฒนาทักษะ งบประมาณที่จำกัดและการแข่งขันด้านค่าตอบแทน ดังนั้นแนวทางการพัฒนาที่สำคัญ คือ การสร้างความผูกพันเพิ่มโอกาสความก้าวหน้า พัฒนาระบบประเมินผลงานและสร้างเครือข่ายกับสถาบันการศึกษา นอกจากนี้ควรมีการพัฒนากระบวนการบริหารทรัพยากรมนุษย์ให้เป็นระบบนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้สร้างแรงจูงใจและกำหนดเส้นทางอาชีพที่ชัดเจนเพื่อยกระดับประสิทธิภาพการบริหารทรัพยากรมนุษย์ให้สามารถแข่งขันและเติบโตได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดมหาสารคาม โดยแบ่งเป็นปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ดังนี้

ตารางที่ 1 วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดมหาสารคาม

ปัจจัยภายใน	ปัจจัยภายนอก
1. ขนาดและโครงสร้างองค์กร • การเป็นธุรกิจขนาดเล็กทำให้มีโครงสร้างองค์กรไม่ซับซ้อน • จำนวนพนักงานน้อยส่งผลให้การบริหารงานมีความยืดหยุ่นสูง • การบริหารงานแบบครอบครัวทำให้การตัดสินใจรวดเร็ว แต่อาจขาดระบบการจัดการที่เป็นมาตรฐาน	1. สภาพเศรษฐกิจและการแข่งขันในพื้นที่ • ภาวะเศรษฐกิจมีผลต่อรายได้และการจ้างงาน • การแข่งขันกับโรงแรมอื่นๆ ในพื้นที่ • อำนาจการต่อรองของแรงงานในท้องถิ่น
2. นโยบายและวิสัยทัศน์ของผู้บริหาร • มุมมองและประสบการณ์ของเจ้าของกิจการมีผลโดยตรงต่อนโยบายการบริหารบุคลากร • การให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรขึ้นอยู่กับวิสัยทัศน์ของผู้บริหาร • รูปแบบการบริหารแบบอนุรักษนิยมหรือสมัยใหม่ส่งผลต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์	2. ลักษณะของตลาดแรงงานในจังหวัด • การเป็นเมืองการศึกษาทำให้มีแรงงานจบใหม่จำนวนมาก • การเคลื่อนย้ายแรงงานไปสู่เมืองใหญ่ • ทักษะและคุณภาพของแรงงานในท้องถิ่น
3. ข้อจำกัดด้านงบประมาณ • เงินทุนจำกัดส่งผลต่อการกำหนดค่าตอบแทนและสวัสดิการ • งบประมาณในการพัฒนาบุคลากรมีจำกัด • ต้องบริหารต้นทุนอย่างรัดกุมเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ	3. กฎหมายและระเบียบข้อบังคับ • กฎหมายแรงงานและค่าแรงขั้นต่ำ • ข้อกำหนดด้านมาตรฐานโรงแรม • ระเบียบด้านความปลอดภัยและสุขอนามัย
4. วัฒนธรรมองค์กร • การทำงานแบบครอบครัวสร้างความผูกพันระหว่างพนักงาน • วัฒนธรรมท้องถิ่นมีอิทธิพลต่อรูปแบบการบริหารจัดการ • ความสัมพันธ์แบบพี่น้องส่งผลต่อการสื่อสารและการทำงาน	4. เทคโนโลยีและนวัตกรรม • การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในอุตสาหกรรมโรงแรม • ความจำเป็นในการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัล • ต้นทุนในการนำเทคโนโลยีมาใช้

อาจกล่าวได้ว่าการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดมหาสารคามพบว่า มีปัจจัยสำคัญทั้งภายในและภายนอกองค์กรที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการ โดยปัจจัยภายในที่สำคัญประกอบด้วย โครงสร้างองค์กรขนาดเล็กที่มีการบริหารงานแบบครอบครัว

นโยบายและวิสัยทัศน์ของผู้บริหารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ข้อจำกัดด้านงบประมาณในการพัฒนาบุคลากร และวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นความสัมพันธ์แบบเครือญาติ ในขณะที่ปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบ ได้แก่ สภาพเศรษฐกิจและการแข่งขันในพื้นที่ลักษณะของตลาดแรงงานในจังหวัดที่เป็นเมืองการศึกษาทุกระดับและข้อบังคับทางกฎหมาย รวมถึงการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมในอุตสาหกรรมโรงแรม นอกจากนี้ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่นตลอดจนความผันผวนตามฤดูกาลของธุรกิจ ล้วนส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กต้องปรับตัวและพัฒนารูปแบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ให้มีความยืดหยุ่น สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่และความต้องการของตลาด โดยคำนึงถึงการรักษาสสมดุลระหว่างการบริหารงานแบบครอบครัวและการพัฒนาระบบการจัดการที่เป็นมาตรฐานเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและการเติบโตอย่างยั่งยืนของธุรกิจ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อเสนอแนะแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาแบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดมหาสารคาม โดยแบ่งเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

1) การพัฒนาระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ จะต้องจัดทำโครงสร้างองค์กรและคำบรรยายลักษณะงานที่ชัดเจน พัฒนาระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานที่เป็นมาตรฐานรวมทั้งสร้างเส้นทางความก้าวหน้าในอาชีพ (Career Path) ให้ชัดเจนและจัดทำแผนอัตรากำลังที่สอดคล้องกับความต้องการตามฤดูกาล

2) การพัฒนาระบบการสรรหาและคัดเลือกบุคลากร สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในพื้นที่เพื่อรับนักศึกษาฝึกงานและบัณฑิตจบใหม่ พัฒนาช่องทางการสรรหาผ่านสื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดียมีการกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกที่เหมาะสมกับตำแหน่งงานและจัดทำโปรแกรมการปฐมนิเทศที่มีประสิทธิภาพ

3) การพัฒนาระบบค่าตอบแทนและสวัสดิการมีการปรับปรุงโครงสร้างเงินเดือนให้แข่งขันได้ในตลาด พัฒนาระบบการให้รางวัลและค่าตอบแทนตามผลการปฏิบัติงานและจัดสวัสดิการที่ตอบสนองความต้องการของพนักงานและสร้างระบบจูงใจผ่านโบนัสและค่าตอบแทนพิเศษ

4) การพัฒนาศักยภาพบุคลากรโดยการจัดทำแผนการฝึกอบรมประจำปี พัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมภายในที่เน้นทักษะการบริการส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านระบบพี่เลี้ยง (Mentoring System) และสนับสนุนการพัฒนาทักษะด้านภาษาและเทคโนโลยี

5) การปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงานมีการพัฒนาพื้นที่ทำงานให้เอื้อต่อการปฏิบัติงาน จัดระบบการทำงานที่ยืดหยุ่นรวมทั้งส่งเสริมความปลอดภัยและอาชีวอนามัยและสร้างบรรยากาศการทำงานที่เป็นมิตร

6) การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์โดยการนำระบบสารสนเทศด้านทรัพยากรมนุษย์มาใช้พัฒนาระบบการลงเวลาและการจ่ายค่าตอบแทนแบบอิเล็กทรอนิกส์ หรือใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ในการฝึกอบรมรวมทั้งพัฒนาช่องทางการสื่อสารภายในองค์กร

7) การสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็งโดยกำหนดค่านิยมองค์กรที่ชัดเจน มีการส่งเสริมการทำงานเป็นทีม สร้างความผูกพันระหว่างพนักงานและองค์กรและรักษาสสมดุลระหว่างการงานและชีวิตส่วนตัว

8) การวางแผนการสืบทอดตำแหน่งโดยระบุตำแหน่งสำคัญและผู้สืบทอดตำแหน่ง รวมทั้งพัฒนาภาวะผู้นำสำหรับผู้บริหารระดับกลาง สร้างโอกาสการเติบโตภายในองค์กรและถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ระหว่างรุ่น โดยแผนการดำเนินการตามข้อเสนอแนะ คือ ระยะสั้น (1-3 เดือน) จัดทำโครงสร้าง

องค์กรและคำบรรยายลักษณะงานมีการปรับปรุงระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานและเริ่มใช้ระบบที่เล็งในการสอนงานระยะกลาง (3-6 เดือน) พัฒนาระบบค่าตอบแทนและสวัสดิการโดยนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์และสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา ระยะยาว (6-12 เดือน) มีการพัฒนาระบบการฝึกอบรมที่เป็นมาตรฐาน สร้างเส้นทางความก้าวหน้าในอาชีพและพัฒนาระบบการสืบทอดตำแหน่ง มีการติดตามและประเมินผล คือ กำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จที่ชัดเจน มีการประเมินผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงรับฟังความคิดเห็นจากพนักงานทุกระดับและนำไปปรับปรุงแผนการดำเนินงานตามผลการประเมิน

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดมหาสารคาม ควรมุ่งเน้นการพัฒนาอย่างเป็นระบบและมีมาตรฐาน โดยเริ่มจากการปรับปรุงโครงสร้างองค์กรและระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ให้มีความชัดเจน ทั้งในด้านการสรรหาคัดเลือก และการพัฒนาบุคลากร ซึ่งควรดำเนินการผ่านการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในพื้นที่ การพัฒนาระบบค่าตอบแทนและสวัสดิการที่แข่งขันได้ในตลาด ตลอดจนการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการ นอกจากนี้ ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพบุคลากรผ่านการฝึกอบรมที่มีประสิทธิภาพ การสร้างระบบที่เลี้ยง และการพัฒนาเส้นทางความก้าวหน้าในอาชีพที่ชัดเจนควบคู่ไปกับการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็งและการวางแผนการสืบทอดตำแหน่ง ทั้งนี้การดำเนินการควรแบ่งเป็นระยะสั้น ระยะกลางและระยะยาว โดยมีการติดตามและประเมินผลอย่างเป็นระบบ เพื่อให้การพัฒนาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน สอดคล้องกับบริบทของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กและศักยภาพขององค์กร อันจะนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการเติบโตอย่างมั่นคงของธุรกิจในระยะยาว

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

จากการศึกษารูปแบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดมหาสารคาม มีลักษณะการบริหารงานแบบครอบครัว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมชาย วรภิเษมสกุล (2563: 25-42) ที่พบว่า ธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กส่วนใหญ่มีการบริหารงานแบบครอบครัว เน้นความยืดหยุ่นและความใกล้ชิดระหว่างผู้บริหารและพนักงาน นอกจากนี้ ผลการศึกษาของ วิมลรัตน์ ศรีสุข (2564: 112-128) ยังชี้ให้เห็นว่าการบริหารแบบครอบครัวมีข้อดีในด้านความคล่องตัวและการตัดสินใจที่รวดเร็ว แต่อาจมีข้อจำกัดในด้านระบบการจัดการที่เป็นมาตรฐาน นอกจากนี้ ผลการศึกษายังสอดคล้องกับ อรรถพล สุวรรณโชติ (2566: 112-127) พบว่า การบริหารงานแบบครอบครัวยังคงเป็นรูปแบบหลักของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และงานวิจัยของ อธิวัฒน์ จันทร์แก้ว (2565: 45-58) ที่พบว่า แม้จะมีการนำเทคโนโลยีมาใช้มากขึ้น แต่วัฒนธรรมองค์กรแบบครอบครัวยังคงเป็นจุดแข็งที่สำคัญ

ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ จากการศึกษาพบว่าปัจจัยภายในและภายนอกมีผลต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ธงชัย สันติวงษ์ (2562: 51-55) ที่กล่าวว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจบริการ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรทิพย์ เตชะอำนวยพร (2565: 78-95) พบว่าสภาพเศรษฐกิจ การแข่งขันและวัฒนธรรมท้องถิ่นมีผลต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจโรงแรม สอดคล้องกับงานวิจัยของ มนัสนันท์ พงศ์ศักดิ์มิ่งคล (2566: 78-95) พบว่า การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นปัจจัยสำคัญ

ที่ส่งผลต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ และงานวิจัยของ ปิยะดา สุวรรณรัตน์ (2564: 167-182) พบว่า การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจส่งผลให้ต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์

แนวทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ควรดำเนินการอย่างเป็นระบบ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประเวศน์ มหารัตน์สกุล (2564: 45-60) ที่เสนอว่าการพัฒนาบุคลากรในธุรกิจโรงแรมควรมีการวางแผนอย่างเป็นระบบ เน้นการฝึกอบรมที่ตรงกับความต้องการ และมีการประเมินผลอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ นางลักขณ์ วิรัชชัย (2563: 15-28) ได้เสนอแนะว่าการพัฒนาบุคลากรควรคำนึงถึงความแตกต่างของพนักงานแต่ละรุ่น และใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการพัฒนาเพิ่มเติมงานวิจัยของ กัลยา วาณิชย์ปัญญา (2566: 89-106) เสนอแนะว่าการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ควรเน้นการสร้างทักษะด้านดิจิทัลและการบริการแบบองค์รวม และงานวิจัยของ สุภาพร ดีสวัสดิ์ (2565: 22-38) พบว่าการใช้เทคโนโลยีในการพัฒนาบุคลากรช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนในการฝึกอบรม

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

- 1) รูปแบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดมหาสารคาม ยังคงเป็นแบบดั้งเดิม เน้นการสรรหาในท้องถิ่น การคัดเลือกโดยเจ้าของ/ผู้จัดการ และการฝึกอบรมแบบ On-the-job Training
- 2) ปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ มีทั้งปัจจัยภายในและภายนอก เช่น โครงสร้างองค์กร งบประมาณ วัฒนธรรมองค์กร สภาพเศรษฐกิจ การแข่งขันและลักษณะตลาดแรงงาน
- 3) ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงควรพัฒนาระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์ให้เป็นมาตรฐาน ปรับปรุงโครงสร้างองค์กร ระบบการสรรหา คัดเลือก พัฒนาบุคลากรและสร้างเครือข่ายกับสถาบันการศึกษา
- 4) การบริหารงานแบบครอบครัว ยังคงเป็นรูปแบบหลักของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก ซึ่งมีข้อดีในด้านความยืดหยุ่น ความใกล้ชิดและการตัดสินใจที่รวดเร็ว
- 5) ธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กต้องปรับตัวและพัฒนารูปแบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป
- 6) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ควรดำเนินการอย่างเป็นระบบ โดยคำนึงถึงความแตกต่างของพนักงานแต่ละรุ่น และใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการพัฒนา

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้
 - 1.1 สำหรับผู้ประกอบการโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดมหาสารคาม นำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนารูปแบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นโดยเฉพาะในด้านต่าง ๆ ที่งานวิจัยได้ค้นพบ เช่น การสร้างแรงจูงใจ การพัฒนาศักยภาพพนักงาน การสื่อสารภายในองค์กร และการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ดี ใช้ผลการวิจัยเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาการขาดแคลนแรงงาน การรักษาพนักงานที่มีคุณภาพและการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ
 - 1.2 สำหรับหน่วยงานภาครัฐนำผลการวิจัยไปใช้ในการกำหนดนโยบายและมาตรการสนับสนุนธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดมหาสารคาม เช่น การส่งเสริมการฝึกอบรมพนักงาน การให้คำปรึกษาแนะนำ

ด้านการบริหารจัดการ การสนับสนุนด้านเงินทุนส่งเสริมให้มีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ในธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดองค์ความรู้ที่ทันสมัยและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง

1.3 สำหรับสถาบันการศึกษานำผลการวิจัยไปพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนด้านการโรงแรม และการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานสร้างร่วมมือกับผู้ประกอบการโรงแรม ในการจัดฝึกอบรม สัมมนา และกิจกรรมอื่น ๆ เพื่อพัฒนาศักยภาพของนักศึกษาและบุคลากรในภาคธุรกิจ โรงแรม

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ศึกษาเชิงลึกในประเด็นที่น่าสนใจศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานในธุรกิจ โรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดมหาสารคาม

2.2 ขยายขอบเขตการวิจัยโดยศึกษาเพิ่มเติมในกลุ่มโรงแรมขนาดเล็กที่มีลักษณะเฉพาะ เช่น โรงแรมบูติก โฮมสเตย์และศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในโรงแรมขนาดเล็กกับ โรงแรมขนาดกลางและขนาดใหญ่

2.3 ใช้วิธีการวิจัยที่หลากหลายผสมผสานวิธีการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เช่น การใช้ แบบสอบถามร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น และนำ เทคโนโลยีมาใช้ในการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล

2.4 ศึกษาผลกระทบระยะยาวโดยติดตามศึกษาผลของการนำรูปแบบการบริหารทรัพยากร มนุษย์ที่ได้จากงานวิจัยไปใช้ เพื่อประเมินประสิทธิผลและปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น

2.5 การศึกษาและทบทวนวรรณกรรมที่มีข้อมูลใหม่และมีความทันสมัยมากขึ้นในการทำวิจัยครั้ง ต่อไปในด้านองค์ความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรมนุษย์ (HR) เช่น HR 5.0, Digital HR

2.6 การขยายขอบเขตการวิจัยให้ครอบคลุมบทบาทหน้าที่ของ HR ทั้งในด้านการบริหาร ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management: HRM) และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development: HRD)

เอกสารอ้างอิง (References)

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2566). กลยุทธ์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของ ธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก. *วารสารการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา*. 15(1): 89-106.
- จตุรงค์ นภากาศ. (2565). *การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในระดับนานาชาติ*. กรุงเทพฯ:จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2562). *การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในยุคดิจิทัล*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- ธีรวัฒน์ จันทร์แก้ว. (2565). แนวทางการพัฒนาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในยุค ดิจิทัล. *วารสารการจัดการสมัยใหม่*. 20(2): 45-58.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2563). กลยุทธ์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรมบริการ. *วารสารการจัดการ สมัยใหม่*. 18(2): 15-28.
- ประเวศน์ มหารัตน์สกุล. (2564). การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจโรงแรม: กรณีศึกษาโรงแรมขนาดเล็กใน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารการจัดการ*. 10(1): 45-60.

- ปิยะดา สุวรรณรัตน์. (2564). การปรับตัวด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*. 40(6): 167-182.
- พรทิพย์ เตชะอำนวยพร. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก. *วารสารการบริหารธุรกิจ*. 12(2): 78-95.
- มนัสนันท์ พงศ์ศักดิ์มิ่งคล. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจโรงแรมยุคหลังโควิด-19. *วารสารการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์*. 12(1): 78-95.
- วิโรจน์ ศรีสุรภานนท์. (2562). การพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย. *วารสารวิชาการ Veridian E-Journal*. 12(1): 456-478.
- วิมลรัตน์ ศรีสุข. (2564). รูปแบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. 15(3): 112-128.
- สมชาย วรกิจเกษมสกุล. (2563). การศึกษาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจ*. 9(1): 25-42.
- สุภาพร ดีสวัสดิ์. (2565). นวัตกรรมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจโรงแรมยุคดิจิทัล. *วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*. 45(174): 22-38.
- สุทธิรักษ์ อุฒิพรหม. (2559). รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดมหาสารคาม. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*. 10(2): 123-135.
- อนุวัฒน์ กระสังข์. (2560). การบริหารทรัพยากรมนุษย์. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- อรรถพล สุวรรณโชติ. (2566). รูปแบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจที่พักในจังหวัดขอนแก่น. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย*. 12(1): 112-127.
- Baum, T. (2007). Human resources in tourism: Still waiting for change? *Tourism Management*. 28(6): 1383-1399.
- Bersin, J. (2014). *The disruption of digital learning: Ten things we have learned*. Bersin by Deloitte.
- Deery, M., & Jago, L. (2015). Revisiting talent management, work-life balance and retention strategies. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 27(3): 453-472.
- Deloitte. (2017). *Global human capital trends 2017: Rewriting the rules for the digital age*.
- Enz, C. A. (2010). *Hospitality strategic management: Concepts and cases*. (2nd ed.). John Wiley & Sons.
- Hinkin, T. R., & Tracey, J. B. (2010). The relevance of human resource management to hospitality: A historical overview. *Cornell Hospitality Quarterly*. 51(1): 4-18.
- Jiang, K., Lepak, D. P., Hu, J., & Baer, J. C. (2012). How does human resource management influence organizational outcomes? A meta-analytic investigation of mediating mechanisms. *Academy of Management Journal*. 55(6): 1264-1294.

- Jones, R., Jimmieson, N. L., & Griffiths, A. (2016). **The role of performance management in the hotel industry**. Routledge.
- Kim, W. G., Kim, H. B., & Lee, C. K. (2011). Effects of relationship marketing on hotel employees' job satisfaction, commitment, and customer orientation. **International Journal of Hospitality Management**. 30(4): 903-911.
- Kusluvan, S., Kusluvan, Z., Ilhan, I., & Buyruk, L. (2010). The human dimension: A review of human resources management issues in the tourism and hospitality industry. **Cornell Hospitality Quarterly**. 51(2): 171-214.
- Marler, J. H., & Boudreau, J. W. (2017). An evidence-based review of HR analytics. **The International Journal of Human Resource Management**. 28(1): 3-26.
- Moscardo, G. (2019). **Creating a sustainable tourism system: The tourism area life cycle model**. CABI.
- Noe, R. A., Hollenbeck, J. R., Gerhart, B., & Wright, P. M. (2017). **Human resource management: Gaining a competitive advantage**. McGraw-Hill Education.
- Salgado, J. F., & Mosqueda, R. (2018). **Occupational health and safety in the hospitality industry**. Springer.
- Schein, E. H. (2010). **Organizational culture and leadership**. (4th ed.). Jossey-Bass.
- SHRM. (2021). **The SHRM body of competency and knowledge (BoCK)**. Society for Human Resource Management.
- Tracey, J. B., & Hinkin, T. R. (2008). **Making it right: Best practices in employee development**. Cornell University, School of Hotel Administration.

การวิเคราะห์ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการของโรงแรมที่ได้รับรองมาตรฐาน
ที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในเขตภาคใต้ฝั่งทะเลอันดามัน

An Analysis of Tourists' Service Use at the Certified Tourist Accommodation
in the Southern Andaman Coastal Region

อัศวิน แสงพิกุล¹ ชงศ์สุดา โตท่าโรง²
Aswin Sangpikul, Chongsuda Totharong

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ 1) วิเคราะห์ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการของโรงแรมที่ได้รับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในเขตภาคใต้ฝั่งทะเลอันดามัน โดยแบ่งออกเป็นประสบการณ์เชิงบวกและเชิงลบ และ 2) วิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่กลับมาใช้บริการของโรงแรมที่ได้รับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในเขตภาคใต้ฝั่งทะเลอันดามัน งานวิจัยนี้ศึกษาประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวจากข้อมูลการรีวิวของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมที่ได้รับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในเขตภาคใต้ฝั่งทะเลอันดามัน จำนวน 55 แห่ง จากแหล่งข้อมูล Trip Advisor โดยเก็บรวบรวมข้อมูลในเดือนธันวาคม 2567 และใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (content analysis) และสถิติเชิงพรรณนา (descriptive analysis) เพื่อนำเสนอข้อมูลในลักษณะของความถี่และร้อยละ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ประสบการณ์เชิงบวกสามารถจำแนกได้ 6 ประเด็นหลัก (เรียงลำดับค่าขึ้นขมจากมากไปหาน้อย) ได้แก่ ด้านพนักงาน ด้านห้องพัก ด้านการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม ด้านการต้อนรับ ส่วนหน้า ด้านสภาพแวดล้อมและบรรยากาศ และด้านกิจกรรมหรือสิ่งอำนวยความสะดวก ในขณะที่ประสบการณ์เชิงลบสามารถจำแนกได้ 6 ประเด็นหลักเช่นกัน (เรียงลำดับค่าต่ำสุดจากมากไปหาน้อย) ได้แก่ ด้านห้องพัก พนักงาน การต้อนรับส่วนหน้า การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม แพนกแม่บ้าน และสิ่งอำนวยความสะดวก 2) สำหรับปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่กลับมาใช้บริการของโรงแรมในอนาคต สามารถสรุปได้ 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัญหาด้านมาตรฐานของโรงแรม ปัญหาด้านพนักงานและการบริการ ปัญหาด้านการบริหารจัดการ ปัญหาด้านกายภาพ และปัญหาด้านความสะอาด ทั้งนี้ ผู้บริหารโรงแรมอาจนำผลการวิจัยนี้ไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์เพื่อการพัฒนาและการปรับปรุงการบริการของโรงแรมให้ได้มาตรฐานต่อไป

คำสำคัญ (keywords): ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว; โรงแรมที่ได้รับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว; ภาคใต้ฝั่งทะเลอันดามัน

Received: 2025-02-12 Revised: 2025-02-24 Accepted: 2025-02-26

¹ ผู้อำนวยการหลักสูตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต Graduate Program of Tourism Management, Dhurakij Pundit University, Bangkok, Thailand. E-mail: aswin.sal@dpu.ac.th

² หัวหน้าหลักสูตรการโรงแรมและธุรกิจอาหาร คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต Head of Hotel and Culinary Business Program, Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University, Bangkok, Thailand. E-mail: chongsuda.tog@dpu.ac.th

Abstract

This research article aimed: (1) to analyse tourists' experiences in using the services at the certified tourist accommodation in the Southern Andaman coastal region, categorizing them into positive and negative experiences, and (2) to examine the factors determining tourists from returning to these certified hotels. The study investigated tourists' experiences based on reviews from 55 certified hotels collected from Trip Advisor. Data were collected in December 2024. Content analysis and descriptive statistics were employed to present the data in terms of frequency and percentage.

The findings indicated that 1) positive experiences could be categorized into six key aspects (ranked from most to least mentioned): staff, room quality, food and beverage services, front desk, environment and ambiance, and activities or facilities. Similarly, negative experiences were classified into six main aspects (ranked from most to least criticized): room quality, staff, front desk service, food and beverage services, housekeeping, and facilities. 2) The study also identified five key factors influencing tourists' decisions not to revisit these hotels: hotel standards, staff and service, management, physical conditions, and cleanliness. The findings from this research may serve as valuable insights for hotel managers in enhancing service quality and improving hotel standards to better meet tourists' expectations.

Keywords: tourists' experiences; certified tourist accommodation hotels;

Andaman coastal region

บทนำ (Introduction)

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในภาคเศรษฐกิจที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเฉพาะในพื้นที่ภาคใต้ฝั่งทะเลอันดามัน ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมทั้งจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ เช่น ภูเก็ต พังงา และกระบี่ ทั้งนี้พื้นที่ดังกล่าวเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญเชิงเศรษฐกิจค่อนข้างมาก เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและหมู่เกาะ ที่ได้รับความนิยมและมีชื่อเสียงระดับโลก ทำให้ในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวต่างชาติประมาณ 12-13 ล้านคนต่อปี เดินทางไปเยือนในพื้นที่ภาคใต้ฝั่งทะเลอันดามัน มากกว่าภูมิภาคอื่นๆ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2567) ทั้งนี้ หนึ่งในธุรกิจท่องเที่ยวที่สำคัญในการรองรับการขยายตัวของการท่องเที่ยวในพื้นที่ดังกล่าว คือ ธุรกิจที่พักแรม ซึ่งคุณภาพของธุรกิจที่พักแรมเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวโดยตรง โดยสามารถสร้างความพึงพอใจและการกลับมาเยือนซ้ำได้ โดยเฉพาะโรงแรมที่ได้รับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งถือได้ว่าเป็นโรงแรมที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวเนื่องจากโรงแรมเหล่านี้ได้ผ่านการรับรองในด้านคุณภาพของที่พักแรมที่ได้มาตรฐาน และได้รับเครื่องหมายรับรองคุณภาพ ทำให้นักท่องเที่ยวมั่นใจในการเลือกใช้บริการ อย่างไรก็ตาม จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบว่า งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการให้บริการของโรงแรมที่ได้รับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวยังไม่ค่อยมีการศึกษาเท่าไรนัก เนื่องจากนักวิจัยส่วนใหญ่มักรับรู้เกี่ยวกับโรงแรมประเภททั่วไปมากกว่า และนิยมศึกษาโรงแรมในตลาดวงกว้าง

อย่างไรก็ตาม ด้วยความสำคัญของธุรกิจโรงแรมที่ได้รับรองมาตรฐานที่פקเพื่อการท่องเที่ยวซึ่งถือได้ว่าเป็นธุรกิจในอนาคตการท่องเที่ยวที่ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ประเทศ ซึ่งผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการของโรงแรมด้วย เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและการปรับปรุงการบริการให้ดีขึ้นต่อไป โดยประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการของธุรกิจโรงแรมอาจอยู่ในลักษณะของความคิดเห็น (customer opinions) หรือการรีวิวของลูกค้า (customer reviews) ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ (Kotler et al., 2017; Sangpikul, 2022: 143-156) ทั้งนี้การศึกษาประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวจากแหล่งข้อมูลออนไลน์ต่างๆ จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการโรงแรมสามารถเข้าใจถึงข้อดีและข้อเสียของการให้บริการของธุรกิจของตนเอง ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น (Memarzadeh & Chang, 2015: 76-98; Sangpikul, 2022: 143-156)

รวมถึง การวิเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า งานวิจัยที่ศึกษาประสบการณ์จากการใช้บริการของนักท่องเที่ยวในธุรกิจที่พักยังมีไม่มากนัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งโรงแรมที่ได้รับรองมาตรฐานที่פקเพื่อการท่องเที่ยวจากกรมการท่องเที่ยว อาจทำให้ผู้ประกอบการอาจขาดข้อมูลสะท้อนกลับจากนักท่องเที่ยว (feedback) ซึ่งเป็นผู้ที่เคยใช้บริการของโรงแรม และอาจทำให้เสียโอกาสในการพัฒนาและการปรับปรุงการบริการให้ดีขึ้น ดังนั้นหากมีการวิเคราะห์ข้อมูลเหล่านี้อย่างเป็นระบบ จะช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในพื้นที่ศึกษาจำนวน 55 แห่ง (สมาคมโรงแรมไทย, 2567) ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในระหว่างการใช้บริการของโรงแรม อันจะเป็นประโยชน์ต่อภาคธุรกิจต่อไปในวงกว้าง ดังนั้นงานวิจัยในครั้งนี้จึงมุ่งเน้นศึกษาประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการของโรงแรมที่ได้รับรองมาตรฐานที่פקเพื่อการท่องเที่ยวในเขตภาคใต้ฝั่งทะเลอันดามัน ได้แก่ จังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา โดยการศึกษาจะวิเคราะห์ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในระหว่างการใช้บริการของโรงแรมออกเป็นเชิงบวกและเชิงลบ รวมถึงจะวิเคราะห์ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจและการไม่กลับมาใช้บริการของนักท่องเที่ยว เพื่อให้ข้อมูลอันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการนำไปปรับปรุงและบริหารจัดการโรงแรมเพื่อให้ตอบสนองกับความคาดหวังและความต้องการของลูกค้า (Lo et al., 2015: 155-179)

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อวิเคราะห์ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการของโรงแรมที่ได้รับรองมาตรฐานที่פקเพื่อการท่องเที่ยวในเขตภาคใต้ฝั่งทะเลอันดามัน โดยแบ่งออกเป็นประสบการณ์เชิงบวกและเชิงลบ
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่กลับมาใช้บริการของโรงแรมที่ได้รับรองมาตรฐานที่פקเพื่อการท่องเที่ยวในเขตภาคใต้ฝั่งทะเลอันดามัน

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

งานวิจัยนี้วิเคราะห์ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่เคยใช้บริการของโรงแรมที่ได้รับรองมาตรฐานที่פקเพื่อการท่องเที่ยวในเขตภาคใต้ฝั่งทะเลอันดามัน โดยวิเคราะห์เนื้อหาจากการรีวิวของนักท่องเที่ยว (tourist reviews) ในเว็บไซต์ และจัดหมวดหมู่ประสบการณ์การให้บริการออกเป็นบริการ

ด้านต่างๆของโรงแรม ทั้งประสบการณ์เชิงบวกและเชิงลบ รวมถึงวิเคราะห์เนื้อหาหรือประเด็นสำคัญที่อาจทำให้นักท่องเที่ยวไม่กลับมาใช้บริการของโรงแรมในอนาคต ซึ่งอาจมีนักท่องเที่ยวเข้ามารีวิวประสบการณ์ในการใช้บริการของโรงแรมในพื้นที่ โดยเฉลี่ยโรงแรมละประมาณ 5-10 ราย (Sangpikul, 2022: 143-156)

1.2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ โรงแรมที่ได้รับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวจากกรมการท่องเที่ยว โดยมีรายชื่ออยู่ในปีที่รับรอง คือ พ.ศ. 2565-2567 ซึ่งตั้งอยู่ในภาคใต้ฝั่งทะเลอันดามัน ได้แก่ จังหวัดภูเก็ต (38 แห่ง) กระบี่ (14 แห่ง) และพังงา (3 แห่ง) รวมทั้งสิ้น 55 แห่ง (สมาคมโรงแรมไทย, 2567) โดยศึกษาโรงแรมทุกแห่งเนื่องจากมีจำนวนผู้ประกอบการไม่มากนัก

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

งานวิจัยนี้ศึกษาโรงแรมที่ได้รับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในเขตภาคใต้ฝั่งทะเลอันดามัน จำนวน 3 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดภูเก็ต จังหวัดกระบี่ และจังหวัดพังงา

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากเว็บไซต์ Trip Advisor ตั้งแต่วันที่ 15-30 ธันวาคม 2567

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบบันทึกข้อมูล (record form) ที่สร้างขึ้นจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ปิยะวิทย์ ทิพรส และอัศวิน แสงพิกุล, 2565: 75-87; Sangpikul, 2022: 143-156; Shobeiri, 2014: 885-900) ซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วน ตามวัตถุประสงค์การวิจัย คือ ส่วนแรกเป็นการบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการของโรงแรม โดยจำแนกออกเป็นประสบการณ์เชิงบวกและเชิงลบตามประเด็นต่างๆ ส่วนที่สองเป็นการบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่กลับมาใช้บริการของโรงแรมที่ได้รับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในเขตภาคใต้ฝั่งทะเลอันดามัน โดยสรุปจากประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่รีวิวไว้ ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทดลองใช้แบบบันทึกข้อมูลนี้ตามวัตถุประสงค์การวิจัยทั้ง 2 ข้อ จากการรีวิวของนักท่องเที่ยวจำนวน 5 ราย พบว่าสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้ครบถ้วนตามวัตถุประสงค์การวิจัย

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยค้นหารายชื่อโรงแรมจำนวน 55 แห่ง จากเว็บไซต์ Trip Advisor ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่รวบรวมประสบการณ์หรือการรีวิวของนักท่องเที่ยวที่เคยใช้บริการของโรงแรมต่างๆทั่วโลก โดยนักท่องเที่ยวจำนวนมากมักแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับประสบการณ์ในการใช้บริการของโรงแรมจากทั่วโลกไว้ในเว็บไซต์นี้ โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยมีเกณฑ์ดังนี้ 1) ศึกษาโรงแรมที่สืบค้นได้ใน Trip Advisor 2) เลือกรีวิวภาษาอังกฤษ และ 3) สืบค้นข้อมูลย้อนหลัง 1 ปีจากข้อมูลที่ปรากฏในเว็บไซต์

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (content analysis) เพื่อวิเคราะห์และจับประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์เชิงบวกและเชิงลบของนักท่องเที่ยวจากการใช้บริการของโรงแรม รวมถึงปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจและการไม่กลับมาใช้บริการของโรงแรม และใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) เพื่อนำเสนอผลการวิจัยในรูปของความถี่และร้อยละ

ผลการวิจัย (Research Results)

ตารางที่ 1 และ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการของโรงแรมที่ได้รับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในเขตภาคใต้ฝั่งทะเลอันดามัน โดยแบ่งออกเป็นประสบการณ์เชิงบวกและเชิงลบ ส่วนตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่กลับมาใช้บริการของโรงแรมในอนาคต

ตารางที่ 1 แสดงความถี่และร้อยละของประสบการณ์เชิงบวก (positive experiences) โดยแบ่งออกเป็นประเด็นต่างๆ

ประเด็น	ความถี่และร้อยละ	ตัวอย่างประสบการณ์เชิงบวก
1. พนักงาน	148 (30%)	-Staff are very nice. -Staff are always friendly & very helpful. -The hotel staff were very friendly & accommodating throughout our stay. -The staff were all really friendly and helpful.
2. ห้องพัก	133 (27%)	-Rooms were clean & bright, with massive bed & bathroom. -Very spacious room, equipped with all you needs. -Rooms are beautiful and spacious.
3.การบริการอาหารและเครื่องดื่ม	94 (19%)	-Superb breakfast with a variety of choices -Excellent breakfasts with great range of options -Buffet breakfast was served daily. There was a good range of options, including Western & Asian food. -High quality food for breakfast and dinner.
4. การต้อนรับส่วนหน้า	55 (11%)	-They allowed me to check in 2 hours early, which was great. -A lovely welcome from the front desk, fast and easy check in. -Front staff were very professional, friendly and helpful at all times.
5.สภาพแวดล้อม/บรรยากาศ	40 (8%)	-Location is great, convenient to the beach. -The garden was lovely with lots of trees. -The environment is absolutely beautiful, creating such a relaxing and peaceful atmosphere. -The ambiance of the resort is warm and clean.
6.กิจกรรม/สิ่งอำนวยความสะดวก	25 (5%)	-The resort provides good gym, perfect facilities. -Nice big swimming pool. -I had a massage at the Spa. Very nice and so professional. -Spa was great and very professional
รวม	495 (100%)	

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ประสบการณ์เชิงบวก โดยจำแนกออกเป็น 6 ประเด็นหลัก ได้แก่ ด้านพนักงาน ด้านห้องพัก ด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่ม ด้านการต้อนรับส่วนหน้า ด้านสภาพแวดล้อม และบรรยากาศ และด้านกิจกรรมหรือสิ่งอำนวยความสะดวก จากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวกล่าวถึงประสบการณ์เชิงบวกในด้านพนักงานมากที่สุด ร้อยละ 30 รองลงมาคือ ด้านห้องพัก ร้อยละ 27 และด้านการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม ร้อยละ 19 ด้านการต้อนรับส่วนหน้า ร้อยละ 11 ในขณะที่ด้านสภาพแวดล้อม และบรรยากาศของโรงแรม ร้อยละ 8 และด้านกิจกรรมนันทนาการ/สิ่งอำนวยความสะดวก ร้อยละ 5

ตารางที่ 2 แสดงความถี่และร้อยละของเสียงประสบการณ์เชิงลบ (negative experiences) โดยแบ่งออกเป็นประเด็นต่างๆ

ประเด็น	ความถี่และร้อยละ	ตัวอย่างประสบการณ์เชิงลบ
1. ห้องพัก	87 (29%)	-The hotel needs a good clean and make over. We found large cockroaches when we entered our room” -The beds are hard as actual rocks. It’s shocking but I felt bruised from sleeping in the bed just the first night. -Sink faucet and shower handle are covered with heavy water stain, that you could not see the shine of the material underneath. -Furniture at the room was so old and smell really bad.
2. พนักงาน	81 (27%)	-Staff were too slow to provide any service, also their reception does not respond. We have to try 15-20 times before they responded. -Staff not prepared to help or assist with anything, not trained and do not speak English well. Staff are very confused as well, with very different information.
3.การต้อนรับส่วนหน้า	63 (21%)	-We had to line up for check out for more than 15 minutes since there were several people checking out at the same time. -Reception at this resort really need better training & guidance on treating hotel guests” -No one received or greeted us as we entered dragging in our own luggage. I had to shout hello a few times to get 2 smiling, the ladies came out of the back office.
4.การบริการอาหารและเครื่องดื่ม	39 (14%)	-Room service was very poor. -The food in hotel restaurants is terrible and breakfast had nothing for vegan/vegetarians. -Food is below average -Breakfast buffet had very little variety of choice and always the same throughout the week we stay.
5. แม่บ้าน	18 (6%)	-Room cleaners come to our room late at 4 pm and make quick cleaning which is not clean.

ประเด็น	ความถี่และร้อยละ	ตัวอย่างประสบการณ์เชิงลบ
		-Housekeepers here cannot understand my English to ask for a litter extra service. -Housekeeping did clean only bed and bathroom, she did not clean the garbage at the terrace during my stay.
6.สิ่งอำนวยความสะดวกทั่วไป	10 (3%)	-The pool area seems like they not well maintained at all and falling apart. -The pool was dirty, it was warm and murky. -Fitness is old and needs maintenance.
รวม	298 (100%)	

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ประสบการณ์เชิงลบ โดยแบ่งออกเป็น 6 ประเด็นหลัก ได้แก่ ด้านห้องพัก พนักงาน การต้อนรับส่วนหน้า การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม แผนกแม่บ้าน และสิ่งอำนวยความสะดวก จากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวกล่าวถึงประสบการณ์เชิงลบมากที่สุดในประเด็นห้องพัก ร้อยละ 29 รองลงมาคือ ด้านพนักงาน ร้อยละ 27 การต้อนรับส่วนหน้า ร้อยละ 21 และด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่ม ร้อยละ 14 ในขณะที่ประเด็นเกี่ยวกับแผนกแม่บ้านมีการกล่าวถึงในระดับที่น้อยลงมาคือ ร้อยละ 6 และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม ร้อยละ 3

ตารางที่ 3 แสดงความถี่และร้อยละของปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่กลับมาใช้บริการของโรงแรมใน

อนาคต

ปัจจัย	ความถี่และร้อยละ	ตัวอย่างประเด็นที่ทำให้ไม่กลับมาใช้บริการในอนาคต
1.ปัญหาด้านมาตรฐานโรงแรม/คุณภาพของโรงแรม	30 (31%)	-The hotel was not up to standards. -Quality of the hotel is lower than customer expectations. - Poor hotel standard
2.ปัญหาด้านพนักงานและการบริการที่บกพร่อง	27 (29%)	-Staff were rude, unfriendly, unprofessional. - Services are much poorer than customer expectations. -Poor service quality. -Service mistakes
3. ปัญหาด้านการบริหารจัดการ/การเอาใจใส่ลูกค้า	20 (22%)	-Poorly managed hotel/facility. -Lack of customer empathy/understanding -Ignorance of customer request
4.ปัญหาด้านกายภาพ/ขาดการบำรุงรักษา	11 (11%)	-Old hotels/ old style -Lack of room renovation/maintenance -Poor hotel environment
5.ปัญหาด้านความสะอาด	7 (7%)	-Poor hotel hygiene -Hotel cleanliness
รวม	95 (100%)	

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่กลับมาใช้บริการของโรงแรมในอนาคตโดยแบ่งออกเป็น 5 ปัจจัย ได้แก่ 1) ปัญหาด้านมาตรฐานโรงแรม/คุณภาพของโรงแรม 2) ปัญหาด้านพนักงานและการบริการ 3) ปัญหาด้านการบริหารจัดการ 4) ปัญหาด้านกายภาพ/ขาดการบำรุงรักษา 5) ปัญหาด้านความสะอาด/สุขอนามัย จากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวกล่าวถึงประเด็นปัญหาด้านมาตรฐานโรงแรม/คุณภาพของโรงแรม มากที่สุด ร้อยละ 31 รองลงมาคือ ปัญหาด้านพนักงานและการบริการ ร้อยละ 29 และปัญหาด้านการบริหารจัดการ/การเอาใจใส่ลูกค้า ร้อยละ 22 ในขณะที่ประเด็นปัญหาด้านกายภาพ/ขาดการบำรุงรักษา ร้อยละ 11 และปัญหาด้านความสะอาด ร้อยละ 7 ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

สำหรับการอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อ 1 คือ วิเคราะห์ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการของโรงแรมที่ได้รับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในเขตภาคใต้ฝั่งทะเลอันดามัน โดยแบ่งออกเป็นประสบการณ์เชิงบวกและเชิงลบ ผลการวิจัยจากตาราง 1 พบว่า ประสบการณ์เชิงบวกที่นักท่องเที่ยวกล่าวถึงมากที่สุด ได้แก่ ด้านพนักงานและด้านห้องพัก ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ ชงศ์สุดา โตท่าโรง และอัศวิน แสงพิกุล (2566: 1-15) และ Khoo-Lattimore and Yunus (2016: 78-93) เนื่องจากเมื่อนักท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับห้องพักในโรงแรม ส่วนใหญ่มักกล่าวชื่นชมพนักงานและห้องพักมากกว่าปัจจัยด้านอื่นๆ เนื่องจากพนักงานเป็นองค์ประกอบสำคัญของการให้บริการในธุรกิจโรงแรม โดยลูกค้าจะมีปฏิสัมพันธ์กับพนักงานตั้งแต่ขั้นตอนการลงทะเบียนเข้าพัก รวมถึงการสอบถามข้อมูลหรือขอรับความช่วยเหลือต่าง ๆ ตลอดระยะเวลาที่พักอยู่ในโรงแรม ดังนั้น นักท่องเที่ยวจึงอาจรับรู้และประเมินคุณภาพการให้บริการของพนักงานมากที่สุด นอกจากนี้ ห้องพักรยังได้อีกปัจจัยที่ได้รับการกล่าวถึงในเชิงบวกอยู่บ่อยครั้ง ซึ่งอาจเนื่องมาจากระยะเวลาการใช้บริการของลูกค้าในห้องพักรมีความยาวนานกว่าการใช้บริการด้านอื่นๆ ภายในโรงแรม หากห้องพักมีมาตรฐานและสอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้า ก็มีแนวโน้มที่จะได้รับการชื่นชมในเชิงบวก ในขณะที่ผลการวิจัยเกี่ยวกับประสบการณ์เชิงลบพบว่า นักท่องเที่ยวกล่าวถึงด้านห้องพักและด้านพนักงานมากที่สุด ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Memarzadeh and Chang (2015: 76-98) เนื่องจากเหตุผลอาจคล้ายคลึงกับประสบการณ์เชิงบวก กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีปฏิสัมพันธ์กับพนักงานตลอดระยะเวลาการเข้าพัก หากพนักงานให้บริการต่ำกว่ามาตรฐานหรือไม่เป็นไปตามความคาดหวัง อาจทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจและนำไปสู่การให้รีวิวเชิงลบ เช่นเดียวกับกรณีของห้องพัก หากสภาพแวดล้อมหรือสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักไม่ได้มาตรฐานตามที่ลูกค้าคาดหวัง อาจส่งผลให้เกิดความไม่พึงพอใจและการแสดงความคิดเห็นในเชิงลบเกี่ยวกับโรงแรม

สำหรับการอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อ 2 คือ เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่กลับมาใช้บริการของโรงแรมที่ได้รับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในเขตภาคใต้ฝั่งทะเลอันดามัน ผลการวิจัยในตารางที่ 3 ชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่กลับมาใช้บริการของโรงแรมในอนาคต ได้แก่ ปัญหาด้านมาตรฐานและคุณภาพของโรงแรม รวมถึงปัญหาด้านพนักงานและการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Sangpikul (2021: 429-448) เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีความคาดหวังสูงต่อมาตรฐานการให้บริการในโรงแรม หากโรงแรมไม่สามารถตอบสนองความคาดหวังดังกล่าวได้ เช่น ขาดความเป็นมืออาชีพของพนักงาน ห้องพักรไม่ได้มาตรฐาน หรือบริการอื่นๆ ไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ ย่อมส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งอาจนำไปสู่การไม่กลับมาใช้บริการอีกในอนาคต นอกจากนี้ ลูกค้าบางส่วนอาจ

เลือกที่จะแชร์ประสบการณ์เชิงลบผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อสะท้อนปัญหาให้กับโรงแรมและสาธารณชนรับทราบ ซึ่งอาจมีผลต่อภาพลักษณ์ของโรงแรมและการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวรายอื่น

องค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัย (Research knowledge)

งานวิจัยนี้ช่วยให้ผู้บริหารของโรงแรมที่ได้รับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในเขตภาคใต้ฝั่งทะเลอันดามัน ทราบถึงสิ่งที่นักท่องเที่ยวกล่าวชื่นชมเกี่ยวกับโรงแรม (ประสบการณ์เชิงบวก) และประเด็นที่นักท่องเที่ยวกล่าวถึงข้อบกพร่องของการให้บริการของโรงแรม (ประสบการณ์เชิงลบ) ซึ่งเป็นประสบการณ์โดยตรงของนักท่องเที่ยวที่ทางผู้บริหารของโรงแรมควรให้ความสำคัญ รวมถึงงานวิจัยนี้ยังช่วยวิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวไม่กลับมาใช้บริการของโรงแรมที่ได้รับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในเขตภาคใต้ฝั่งทะเลอันดามัน ซึ่งสามารถสรุปได้ 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัญหาด้านมาตรฐานของโรงแรม ปัญหาด้านพนักงานและการบริการ ปัญหาด้านการบริหารจัดการ ปัญหาด้านกายภาพ และปัญหาด้านความสะดวก องค์ความรู้เหล่านี้จะช่วยให้ผู้บริหารโรงแรมเข้าใจถึงจุดเด่นและข้อบกพร่องของโรงแรมเพื่อนำผลการวิจัยนี้ไปใช้พัฒนาและปรับปรุงการบริการของโรงแรมต่อไป

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestion)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ประสบการณ์เชิงบวกของนักท่องเที่ยว

จากผลการวิจัยเกี่ยวกับประสบการณ์เชิงบวก ข้อมูลดังกล่าวอาจสะท้อนถึงจุดแข็งของโรงแรมที่ได้รับการรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในเขตภาคใต้ฝั่งทะเลอันดามัน โดยปัจจัยสำคัญที่ได้รับการกล่าวถึงในเชิงบวก ได้แก่ ความเป็นมิตรของพนักงาน ความสวยงามของห้องพัก คุณภาพการให้บริการ และสภาพแวดล้อมของโรงแรม ดังนั้น ผู้บริหารโรงแรมควรให้ความสำคัญกับการรักษาคุณภาพและมาตรฐานของปัจจัยเหล่านี้อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเชื่อมั่น ความไว้วางใจ และความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดการบอกต่อผ่านการสื่อสารแบบปากต่อปากและการแนะนำโรงแรมแก่ผู้อื่น นอกจากนี้ ผู้บริหารสามารถนำจุดแข็งดังกล่าวมาใช้ในการสร้างและเสริมสร้างภาพลักษณ์ของโรงแรมผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ อาทิ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ เว็บไซต์ของโรงแรม และแพลตฟอร์มรีวิวการท่องเที่ยว ทั้งนี้ เพื่อเสริมสร้างความน่าสนใจและเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของโรงแรมในตลาดการท่องเที่ยว (ซังค์สุตา โตท่าโรง และอัศวิน แสงพิกุล, 2566: 1-15; Memarzadeh & Chang, 2015: 76-98)

1.2. ประสบการณ์เชิงลบของนักท่องเที่ยว

สำหรับผลการวิจัยเกี่ยวกับประสบการณ์เชิงลบพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ห้องพัก พนักงาน และการให้บริการต้อนรับส่วนหน้า ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของโรงแรม และอาจทำให้โรงแรมเสียเปรียบในการแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่น นอกจากนี้ ประเด็นดังกล่าวอาจสะท้อนถึงจุดอ่อนของโรงแรมหลายแห่งที่ได้รับการรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในเขตภาคใต้ฝั่งทะเลอันดามัน ด้วยเหตุนี้ ผู้บริหารโรงแรมควรให้ความสำคัญกับการรับฟังความคิดเห็นเชิงลบของลูกค้าเพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลสำหรับการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการอย่างต่อเนื่อง หากปัญหาที่พบเกี่ยวข้องกับพนักงานและการให้บริการ ควรดำเนินมาตรการเชิงรุก เช่น การจัดอบรมพนักงานเป็นประจำ การเพิ่มมาตรฐานด้านการบริการ และการฝึกอบรมด้านการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า เพื่อให้พนักงานสามารถ

รับมือกับสถานการณ์ที่อาจสร้างความไม่พึงพอใจแก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Lo et al., 2015: 155-179; Sangpikul, 2021: 429-448)

1.3 ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่กลับมาใช้บริการในอนาคต

จากผลการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่กลับมาใช้บริการของโรงแรมในอนาคต พบว่าปัจจัยเหล่านี้มีความสำคัญต่อธุรกิจโรงแรมอย่างมาก เนื่องจากเป็นปัญหาที่อาจส่งผลกระทบต่อและแตกต่างจากประเด็นความไม่พึงพอใจทั่วไป กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวตัดสินใจว่าจะไม่กลับมาใช้บริการโรงแรมเดิมอีก มักเป็นเพราะได้รับประสบการณ์ที่ต่ำกว่ามาตรฐานที่คาดหวัง ซึ่งปัญหาเหล่านี้มักถูกเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ในวงกว้างและอาจส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของโรงแรม ดังนั้นผู้บริหารโรงแรมควรให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการข้อร้องเรียนและการรีวิวเชิงลบที่แสดงถึงความตั้งใจของลูกค้าที่จะไม่กลับมาใช้บริการ โดยควรมีการตอบกลับความคิดเห็นของลูกค้าอย่างชัดเจน โปร่งใส และแสดงให้เห็นถึงความจริงใจในการแก้ไขปัญหา นอกจากนี้ ควรมีการดำเนินมาตรการแก้ไขข้อบกพร่องภายในโรงแรมอย่างเร่งด่วน เพื่อฟื้นฟูความเชื่อมั่นของลูกค้าและรักษาภาพลักษณ์ที่ดีของโรงแรมในระยะยาว (Memarzadeh & Chang, 2015: 76-98; Sangpikul, 2022: 143-156)

2. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

สำหรับข้อเสนอแนะเชิงนโยบายจากผลการวิจัยในครั้งนี้ จะเกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่ได้รับการรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ฝั่งทะเลอันดามันโดยตรง ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ โดยผู้ประกอบการควรสร้างระบบการรับฟังความคิดเห็นจากลูกค้าจากช่องทางออนไลน์ รวมถึงการนำเทคโนโลยีมาช่วยวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่จากช่องทางออนไลน์ และการพัฒนามาตรฐานบริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้ประกอบการในพื้นที่สามารถพัฒนาคุณภาพการบริการและสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว

3. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป อาจมีการศึกษาโรงแรมที่ได้รับการรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่อื่นๆ เช่น กรุงเทพมหานคร หรือในภูมิภาคอื่นๆ เพื่อสะท้อนให้เห็นภาพรวมการบริการของโรงแรมที่ได้รับการรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว และอาจศึกษาวิจัยเพิ่มเติมเพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์เชิงลบกับปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่กลับมาใช้บริการ รวมถึงการเปรียบเทียบความเชื่อมโยงระหว่างประสบการณ์เชิงบวกและเชิงลบในโรงแรมประเภทต่างๆ เพื่อขยายองค์ความรู้ในเรื่องประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการของโรงแรมประเภทต่างๆในประเทศไทย

เอกสารอ้างอิง (References)

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2567). TAT Intelligence Center. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.thaihotels.org/> สืบค้นเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2568.
- ชงค์สุตา โตท่าโรง และอัศวิน แสงพิกุล. (2566). การพัฒนาการให้บริการของธุรกิจรีสอร์ทที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม: แนวทางจากเสียงสะท้อนของลูกค้า. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*. 5(3): 1-15.
- ปิยะวิทย์ ทิพรส และอัศวิน แสงพิกุล. (2565). การวิเคราะห์งานวิจัยและคำวิจารณ์ของลูกค้าในธุรกิจเชิงสุขภาพประเภทเดย์สปา. *วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์*. 5(3): 75-87.

- สมาคมโรงแรมไทย (2567). รายชื่อโรงแรมที่ได้รับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.thaihotels.org/> สืบค้นเมื่อ 15 ธันวาคม 2567.
- Khoo-Lattimore, C., & Yunus, M. (2016). Can budget hotels provide quality service? An analysis of e-complaints on low-cost accommodation in Malaysia. **Journal of Travel & Tourism Research**. Special issue: 78-93.
- Kotler, P., Armstrong, G., Cunningham, P., & Jha, M. (2017). **Principles of marketing** (17th ed.). Pearson.
- Memarzadeh, F., & Chang, H.J. (2015). Online consumer complaints about Southeast Asian luxury hotels. **Journal of Hospitality Marketing & Management**. 24: 76-98.
- Lo, A., Wu, C., & Tsai, H. (2015). The impact of service quality on positive consumption emotion in resort and hotel spa experiences. **Journal of Hospitality Marketing & Management**. 24: 155-179.
- Sangpikul, A. (2021). Examining subjective and objective e-complaints and service quality in Bangkok hotels. **Hospitality and Tourism Management**. 27(2): 429-448.
- Sangpikul, A. (2022). Understanding resort service quality through customer complaints. **Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research**. 33(1): 143-156.
- Shobeiri, S. (2014). Improving customer website involvement through experiential marketing. **Service Industries Journal**. 34(11): 885-900.



การวิเคราะห์ SWOT Analysis ของการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในประเทศไทย:
แนวทางสู่กลยุทธ์การท่องเที่ยวโฮมสเตย์เชิงสร้างสรรค์
SWOT Analysis of Homestay Tourism in Thailand:
the Approaches to the Strategies of Creative Homestay Tourism

ณัฐกรฤกษ์ เอกวรรณัง¹ มนต์ศิริระ จรุงสุทธิ² อัศวิน แสงพิกุล³
Nuttakrit Eakwannang, Monsira Jaroonsit, Aswin Sangpikul

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้ 1) เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT analysis) ของการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในประเทศไทย 2) เพื่อวิเคราะห์กิจกรรมการท่องเที่ยวของโฮมสเตย์ที่เกี่ยวข้องกับซอฟพาวเวอร์ (Soft Power) ของประเทศไทย และ 3) เพื่อวิเคราะห์ TOWS Matrix โดยบูรณาการร่วมกับ ซอฟพาวเวอร์ (Soft Power) ที่มาจากการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในประเทศไทย งานวิจัยนี้ดำเนินเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ และใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่า 1) จุดแข็งของการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในประเทศไทยมีหลายด้าน เช่น เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตท้องถิ่น ราคาที่พักไม่แพง และความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น สำหรับจุดอ่อนมีหลายด้านเช่นกัน อาทิ ที่พักยังขาดมาตรฐาน การบริการไม่สม่ำเสมอและขาดการประชาสัมพันธ์และการตลาดที่ดี ส่วนโอกาสของการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในประเทศไทย เช่น กระแสการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่กำลังเติบโต และการขยายตัวของตลาดการท่องเที่ยว รวมถึงการพัฒนาของโซเชียลมีเดีย อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวโฮม สเตย์อาจมีอุปสรรคจากปัจจัยภายนอก เช่น สภาพอากาศและภัยธรรมชาติและการขยายตัวของที่พักแรมที่ได้มาตรฐาน 2) สำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวของโฮมสเตย์ที่มีศักยภาพดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งเกี่ยวข้องกับซอฟพาวเวอร์ พบว่า มีหลายด้าน เช่น อาหารไทย วัฒนธรรม และประเพณีไทย เป็นต้น 3) สำหรับกลยุทธ์ TOWS Matrix ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ควรเน้นกลยุทธ์ Strength & Opportunity (SO) เป็นหลัก ทั้งนี้ ผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้พัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในแต่ละภูมิภาคของประเทศ

คำสำคัญ (Keywords) : การท่องเที่ยวโฮมสเตย์; กลยุทธ์การท่องเที่ยว; โฮมสเตย์เชิงสร้างสรรค์

Received: 2025-02-15 Revised: 2025-02-23 Accepted: 2025-02-26

¹ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต Lecturer, Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University, Bangkok, Thailand. E-mail: nuttakrit.eak@dpu.ac.th

² อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรการท่องเที่ยวและธุรกิจอีเวนต์ คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต Lecturer, Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University, Bangkok, Thailand. E-mail: jaroonsit@yahoo.com

³ ผู้อำนวยการหลักสูตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต Graduate Program of Tourism Management, Dhurakij Pundit University, Bangkok, Thailand. E-mail: aswin.sal@dpu.ac.th

Abstract

This research article had the following research objectives: 1) to analyze strengths, weaknesses, opportunities, and threats (SWOT) of homestay tourism in Thailand, 2) to analyze the tourism activities of homestays related to Thailand's soft power, and 3) to analyze the TOWS Matrix by integrating it with the soft power derived from homestay tourism in Thailand. This research collected data from secondary sources and used content analysis to analyze the data.

The research findings revealed that 1) the strengths of homestay tourism in Thailand include various aspects such as cultural uniqueness and local lifestyles, affordable accommodation prices, and the friendliness of local people. As for the weaknesses, there were several areas as well, such as the lack of accommodation standards, inconsistent service, and inadequate publicity and marketing. As for the opportunities for homestay tourism in Thailand, they include the growing trend of cultural tourism, the expansion of the tourism market, and the development of social media. However, homestay tourism might face obstacles from external factors such as weather conditions, natural disasters, and the expansion of standardized accommodations. 2) For homestay tourism activities with the potential to attract foreign tourists, there were several aspects related to soft power such as Thai food, culture, and traditions, etc. 3) For the TOWS matrix strategy, homestay operators should primarily focus on the strength & opportunity (SO) strategy. The research findings will be beneficial to the relevant agencies for developing homestay tourism strategies in each region of the country.

Keywords: Homestay tourism; Tourism Strategy; Creative Homestay

บทนำ (Introduction)

การท่องเที่ยวโฮมสเตย์ (homestay tourism) หรือการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมชนบทได้เริ่มมีการกล่าวถึงในบริบทสังคมไทยเป็นระยะเวลากว่า 20 ปีมาแล้ว (Boonto, Hongsakul, & Kasornbua, 2015: 54) ปัจจุบันการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์มีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมมากขึ้นจากนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะกลุ่มที่สนใจวิถีชีวิตที่เรียบง่าย ท่ามกลางธรรมชาติที่สวยงาม เงียบสงบ และได้เรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น (Dabsomdet, 2016: 314) ดังนั้น การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์จึงเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวทางเลือก (alternative tourism) ที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวแบบมวลชน (mass tourism) โดยนักท่องเที่ยวสามารถเลือกมาท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์เพื่อสัมผัสกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน ซึ่งเป็นการเดินทางท่องเที่ยวไปยังชุมชนหรือหมู่บ้านเล็กๆ แต่ให้คุณค่า ประสบการณ์ และการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นที่นักท่องเที่ยวจะไม่ได้รับประสบการณ์เหล่านี้จากการท่องเที่ยวแบบมวลชน ตัวอย่างประสบการณ์จากการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ เช่น การทานอาหารท้องถิ่น การใส่ชุดไทย การร่วมทำกิจกรรมกับคนในชุมชน หรือการไปวัดและทำบุญกับเจ้าของบ้าน เป็นต้น (จติกา คุ่มเรือน, 2563: 327; สุริรัตน์ เครือคนโท และกันทิมาลย์ จินดาประเสริฐ, 2566: 100)

ในวงการวิชาการได้มีการกล่าวถึงโฮมสเตย์ไว้ว่าเป็นที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบทซึ่งหมายถึงบ้านพักที่นักท่องเที่ยวสามารถพักร่วมกับเจ้าของบ้าน โดยนักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ที่จะเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชาวบ้าน โดยเจ้าของบ้านมีการจัดการเรื่องที่พักและอาหารไว้บริการให้นักท่องเที่ยว อีกทั้งนักท่องเที่ยวอาจร่วมทำกิจกรรมต่างๆกับชาวบ้านในชุมชน (จติกา คุ่มเรือน, 2563: 327) การพักโฮมสเตย์จะก่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ (learning process) ร่วมกันระหว่างเจ้าของบ้าน ชุมชน และนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการสร้างความรู้ (knowledge) ความเข้าใจ (understanding) และเกิดทัศนคติ (attitude) ที่ดีระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชน อันเนื่องมาจากการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกัน (Sanedee, 2021: 16) ทั้งนี้ที่พักในรูปแบบ โฮมสเตย์หรืออาจเรียกว่าการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์นั้น นอกจากจะได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวแล้ว นักวิชาการจำนวนมากยังให้ความสนใจในการท่องเที่ยวประเภทนี้เช่นกัน โดยมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์กันมากขึ้นในช่วงระยะ 10 ปีที่ผ่านมา เพื่อสร้างองค์ความรู้เพื่อนำไปพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ให้มีความยั่งยืนในระดับท้องถิ่น

อย่างไรก็ตาม จากการวิเคราะห์วรรณกรรมพบว่า นักวิชาการมักศึกษาการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในมิติของการท่องเที่ยวเชิงชุมชนหรือเชิงวัฒนธรรมมากกว่า การคิดวิเคราะห์ในเชิงกลยุทธ์ (Strategic Analysis) อย่างเช่น SWOT analysis หรือ TOWS Matrix ซึ่งอาจทำให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ขาดขั้นตอนการดำเนินงานเชิงกลยุทธ์เพื่อสามารถแข่งขันได้ในสภาวะการณปัจจุบัน ที่พฤติกรรมนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้เปลี่ยนแปลงไป ปัจจุบัน นักวิชาการจำนวนมากได้นำแนวคิดเชิงกลยุทธ์การตลาดอย่างเช่น SWOT Analysis หรือ TOWS Matrix มาวิเคราะห์กลยุทธ์การท่องเที่ยวประเภทต่างๆ เช่น นำจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของโฮมสเตย์มาวิเคราะห์ตามด้วยมาวิเคราะห์กลยุทธ์หลักการตลาดจาก TOWS Matrix เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาโฮมสเตย์ในประเทศไทย นอกจากนี้ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา แนวคิดเรื่อง "ซอฟพาวเวอร์" ได้ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับโฮมสเตย์ที่สามารถใช้เอกลักษณ์ท้องถิ่นเป็นจุดขายในการดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ (สุภาพิษฐ์ ธีระวัฒน์, 2565: 3)

นอกจากนั้น การทบทวนวรรณกรรมยังพบว่า งานวิจัยที่ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในประเทศไทยนั้น ยังขาดการบูรณาการร่วมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวสมัยใหม่ หรือแนวคิดสมัยใหม่ เช่น แนวคิดเรื่องพลังอำนาจละมุน หรือซอฟพาวเวอร์ (Soft Power) (ในบทความนี้จะขอใช้คำภาษาอังกฤษ soft power ตลอดทั้งบทความ เนื่องจากเป็นคำดั้งเดิม โดยคำนี้ได้รับการยอมรับและใช้กันอย่างกว้างขวางในงานวิชาการที่ปรากฏในฐานข้อมูล TCI) ซึ่งเป็นแนวคิดเกี่ยวกับอำนาจในความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่ Professor Joseph S. Nye อาจารย์แห่งมหาวิทยาลัย Harvard ได้อธิบายไว้ว่า Soft Power หมายถึง ความสามารถในการชักจูงใจหรือโน้มน้าวใจ โดยทำให้ผู้อื่นมีความพึงพอใจหรือเต็มใจเปลี่ยนพฤติกรรม ยอมรับ หรือคล้อยตามในสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้อำนาจ โดยปราศจากการคุกคามหรือการแลกเปลี่ยนสิ่งใด (สุภาพิษฐ์ ธีระวัฒน์, 2565: 2) ทั้งนี้ soft power อาจมีได้ในหลายศาสตร์ เช่น ศิลปะ เสื้อผ้าแฟชั่น หรืออุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เช่น ดนตรี หรือ ภาพยนตร์ เป็นต้น

ดังนั้น งานวิจัยในครั้งนี้จะนำแนวคิดเรื่อง Soft Power มาวิเคราะห์ร่วมกับ แนวคิด SWOT Analysis ในมิติของการท่องเที่ยวโฮมสเตย์หรือการใช้พลังอำนาจละมุนที่มาจากทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่นเพื่อสร้างจุดแข็งให้แก่การท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในประเทศไทย โดยหากวิเคราะห์ให้ลึกซึ้งแล้วจะพบว่า การท่องเที่ยวโฮมสเตย์นั้นมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับพลังอำนาจละมุน (Soft Power) ในมิติของศักยภาพและความดึงดูดใจทางด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น (Local Culture Power) ที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยว

ชาวต่างชาติเกิดความรู้สึกสนใจ ชื่นชอบ และเป็นปัจจัยดึงดูดให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเข้ามายังชุมชนและเลือกพักโฮมสเตย์ในบางโอกาส แทนการพักที่โรงแรมในตัวเมืองทุกครั้งไป ทั้งนี้มีงานวิจัยหลายเรื่องระบุว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสนใจในการพักโฮมสเตย์ในประเทศไทย เนื่องจากหลายปัจจัย เช่น อากาศดี ไม้ตรีของเจ้าของบ้าน วัฒนธรรมไทย การเรียนรู้วิถีชีวิตท้องถิ่น และการทำกิจกรรมร่วมกับคนในชุมชน เป็นต้น (มนตรี เกิดมีมูล, 2561: 111; สิทธิศักดิ์ โพธิ์ศรี และคณะ, 2567: 550)

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT analysis) ของการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในประเทศไทย
2. เพื่อวิเคราะห์กิจกรรมการท่องเที่ยวของโฮมสเตย์ที่เกี่ยวข้องกับซอฟพาวเวอร์ (Soft Power) ของประเทศไทย
3. เพื่อวิเคราะห์ TOWS matrix โดยบูรณาการร่วมกับ ซอฟพาวเวอร์ (Soft Power) ที่มาจากการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. ขอบเขตของการวิจัย
 - 1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงเอกสาร (documentary research) โดยมุ่งเก็บข้อมูลจากงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับโฮมสเตย์ในประเทศไทย ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 คือวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT analysis) ของการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในประเทศไทย โดยเก็บข้อมูลจาก 2 แหล่ง คือ ฐานข้อมูลเชิงวิชาการ ได้แก่ TCI และ Google Scholar และ ฐานข้อมูลที่ไม่ใช่เชิงวิชาการ ได้แก่ Google ส่วนวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 คือการวิเคราะห์กิจกรรมการท่องเที่ยวของโฮมสเตย์ที่เกี่ยวข้องกับซอฟพาวเวอร์ (Soft Power) ของประเทศไทย โดยเก็บข้อมูลจากฐานข้อมูลเชิงวิชาการเป็นหลัก หลังจากนั้น ผู้วิจัยใช้ข้อมูลจากวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 1 และ 2 เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ TOWS matrix ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์ข้อ 3
 - 1.2 ขอบเขตด้านพื้นที่

งานวิจัยนี้ศึกษาการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในประเทศไทย โดยเก็บจากฐานข้อมูลทุติยภูมิ (secondary sources)
 - 1.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงวันที่ 5-15 มกราคม 2568
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือวิจัยขึ้นมา คือ แบบบันทึกข้อมูล (record form) โดยดัดแปลงจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (เช่น วิทยา โพธิ์ขวาง และคณะ, 2562: 198; สรัญญา จันทร์ชูสกุล, 2560: 1063; อัศวิน แสงพิกุล, 2564: 28) โดยได้ปรับปรุงแบบบันทึกข้อมูลให้สามารถเก็บข้อมูลให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทดลองใช้แบบบันทึกที่สร้างขึ้นกับตัวอย่างงานวิจัยจำนวน 5 เรื่อง พบว่า แบบบันทึกที่สร้างขึ้นสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 1 ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากฐานข้อมูลเชิงวิชาการ ได้แก่ TCI และ Google Scholar และไม่ใช่เชิงวิชาการ ได้แก่ Google โดยใช้คำสืบค้น เช่น จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค รวมทั้ง การท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยเก็บข้อมูลในช่วงเดือน มกราคม 2568 สำหรับวัตถุประสงค์ข้อ 2 ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากฐานข้อมูลเชิงวิชาการเป็นหลัก ได้แก่ TCI และ Google Scholar โดยใช้คำสืบค้น เช่น การท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ที่พักสัมผัสวัฒนธรรม ชนบท Homestay

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (content analysis) เพื่อจัดหมวดหมู่ข้อมูลให้สอดคล้องกับ วัตถุประสงค์การวิจัย

ผลการวิจัย (Research Results)

จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT analysis) ของการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในประเทศไทย ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT analysis) ของการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในประเทศไทย

SWOT Analysis	อ้างอิง
จุดแข็ง (Strengths) S1: วัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ของโฮมสเตย์นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่น S2: ความเป็นมิตรและการต้อนรับของชุมชนเจ้าของบ้านมีความเป็นกันเอง ทำให้ผู้เข้าพักรู้สึกอบอุ่นและมีประสบการณ์ที่ดี S3: ค่าที่พักราคาถูกหากเปรียบเทียบกับรีสอร์ทและโรงแรมและประสบการณ์แท้จริง ค่าใช้จ่ายถูกกว่าโรงแรมหรู และนักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้วิถีชีวิตจริงของชุมชน S4: ได้ประสบการณ์การรับประทานอาหารท้องถิ่นรวมถึงได้ฝึกทำอาหารกับชุมชน S5: ได้ประสบการณ์ด้านศาสนาทำให้นักท่องเที่ยวสัมผัสสวดต่างๆ S6: ได้สัมผัสวิถีท่องเที่ยวเชิงเกษตรไม่ว่าจะเป็นปลูกต้นไม้และมีส่วนร่วมวิถีการเกษตรกับชุมชน	ศิริพร อำไพลาภสุข และ อัครวิน แสงพิกุล (2566: 210); จติกา คุ่มเรือน (2563: 331); Phabpiree, (2001: 31)

SWOT Analysis	อ้างอิง
จุดอ่อน (Weaknesses) W1: มาตรฐานการบริการไม่สม่ำเสมอ – โฮมสเตย์บางแห่งไม่มีมาตรฐานที่ชัดเจน ทำให้คุณภาพบริการแตกต่างกันไป W2: การขาดการตลาดและการประชาสัมพันธ์ โฮมสเตย์บางแห่งไม่ได้โฆษณาตัวเองอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้คนรู้จักน้อย W3: ข้อจำกัดด้านสิ่งอำนวยความสะดวกเมื่อเทียบกับโรงแรมหรือลodge โฮมสเตย์อาจขาดสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน W4: ผู้ประกอบการขาดความรู้/ประสบการณ์ในการบริหารโฮมสเตย์ W5: บุคลากรขาดการอบรมพัฒนาความพร้อมการให้บริการ W6: บุคลากรขาดทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษยังไม่ดีพอ W7: การขาดอัตลักษณ์ของโฮมสเตย์	มนตรี เกิดมีมูล (2561: 119); ศิริพร อำไพลาภสุข และ อัสวิน แสงพิกุล (2566: 215); Sanedee (2021: 23)
โอกาส (Opportunities) O1: การเกิดขึ้นแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์และท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นักท่องเที่ยวเริ่มมองหาประสบการณ์ที่แท้จริงมากขึ้น ซึ่งเป็นจุดเด่นของโฮมสเตย์ O2: ตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ขยายตัว นักท่องเที่ยวต่างชาติสนใจวัฒนธรรมไทยมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มที่ต้องการประสบการณ์ลึกซึ้งที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของโฮมสเตย์ในแต่ละชุมชน O3: นโยบายสนับสนุนจากภาครัฐ ภาครัฐให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชนและโฮมสเตย์มากขึ้น O4: ความก้าวหน้าเทคโนโลยีและแพลตฟอร์มการจองออนไลน์ – ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายขึ้น O5: กระแสการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการท่องเที่ยวเชิงชุมชนเพื่อให้นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ	เขมิกา อีรพงษ์ (2563: 13); ณรงค์ พลธิรักษ์ และ ปริญญานาคปทุม (2560: 99); ดวงฤทธิ ชัยรุ่งเรือง, (2566: 1927); Sangpikul (2021: 31)

SWOT Analysis	อ้างอิง
อุปสรรค (Threats) T1: ผลกระทบจากสภาพอากาศและภัยธรรมชาติ บางพื้นที่อาจได้รับผลกระทบจากน้ำท่วม ฤดูฝน หรือภัยพิบัติทางธรรมชาติ T2: โรคระบาด เช่น โควิด-19 และโรคอุบัติใหม่ ที่พร้อมเกิดขึ้นทุกเมื่อทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาน้อยลง T3: การแข่งขันจากที่พักประเภทอื่น โรงแรมและรีสอร์ตหรูเริ่มเพิ่มกิจกรรมแนววัฒนธรรม ทำให้นักท่องเที่ยวมีตัวเลือกมากขึ้น T4: ข้อกำหนดทางกฎหมายและมาตรฐาน – บางโฮมสเตย์อาจไม่ได้รับใบอนุญาตที่ถูกต้อง หรือไม่ได้มาตรฐานที่กำหนด T5: การเข้าถึงและระบบขนส่ง โฮมสเตย์ส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่ห่างไกล ทำให้นักท่องเที่ยวยากต่อการเดินทางเข้าถึง T6: ความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจทำให้นักท่องเที่ยวลดลงและกระทบต่อรายได้ของโฮมสเตย์รวมถึงความผันผวนของเศรษฐกิจทั้งในประเทศไทยและทั่วโลก	สุรรัตน์ เครือบคนโท และกันทิมาลย์ จินดาประเสริฐ (2566: 110); ณรงค์ พลธิรักษ์ และปริญญานาคปทุม. (2560: 100); Kumruan (2020: 27)

จากตารางที่ 1 เป็นวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT analysis) ของการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในประเทศไทย พบว่า โฮมสเตย์มีจุดแข็งได้แก่ ด้านวัฒนธรรม การต้อนรับที่อบอุ่น ได้ประสบการณ์การรับประทานท้องถิ่น ได้ประสบการณ์ด้านศาสนาทำให้นักท่องเที่ยวสัมผัสวิถีท่องเที่ยวเชิงเกษตรและราคาประหยัด ซึ่งตอบโจทย์นักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสประสบการณ์ท้องถิ่นแท้จริง ส่วนจุดอ่อนของการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ได้แก่ ด้านมาตรฐานบริการ การประชาสัมพันธ์ ผู้ประกอบการขาดความรู้/ประสบการณ์ในการบริหารโฮมสเตย์ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่อาจเป็นข้อจำกัด รวมถึงผู้ประกอบการขาดความรู้/ประสบการณ์ในการบริหารโฮมสเตย์อีกทั้งบุคลากรขาดการพัฒนาไม่ว่าจะเป็นด้านภาษาอังกฤษ และโฮมสเตย์ที่ขาดอัตลักษณ์ สำหรับโอกาสของการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในประเทศไทยได้แก่ ตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ขยายตัวนักท่องเที่ยวต่างชาติสนใจวัฒนธรรมไทยมากขึ้น การเกิดขึ้นแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์และท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ความก้าวหน้าเทคโนโลยีและแพลตฟอร์มการจองออนไลน์ กระแสการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเชิงอนุรักษ์รวมถึงการสนับสนุนจากภาครัฐ อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวโฮมสเตย์อาจมีอุปสรรคจากปัจจัยภายนอก เช่น สภาพอากาศ โรคระบาด และการแข่งขันจากที่พักประเภทอื่น

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์กิจกรรมการท่องเที่ยวของโฮมสเตย์ที่มีศักยภาพดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ

แหล่งอ้างอิง	กิจกรรมการท่องเที่ยวของโฮมสเตย์	กิจกรรมการท่องเที่ยวของโฮมสเตย์ที่มีศักยภาพดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ (Soft Power)
จติกา คุ่มเรือน (2563: 331); ภูริณัฐ แก้วสียา (2566: 80); ชูศักดิ์ ชูศรี (2567:159) และ รัชพล กิตติอมรพงศ์ และคณะ (2567: 40)	1.กิจกรรมเกี่ยวกับอาหารไทย/ อาหารท้องถิ่น เช่น - การทำอาหารท้องถิ่นให้ นักท่องเที่ยวรับประทาน -การสอนนักท่องเที่ยวทำอาหาร ด้วยวัตถุดิบท้องถิ่นหรือสมุนไพร ไทย -การสอนให้นักท่องเที่ยวทำขนม ไทย	มีศักยภาพ
	2. กิจกรรมเกี่ยวกับวัด/ศาสนา เช่น -การพานักท่องเที่ยวไปเที่ยววัด/ ไปไหว้พระ -การทำบุญตักบาตร การนั่งสมาธิ	มีศักยภาพ
	3.การเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับ ประเพณีและวัฒนธรรมไทย	มีศักยภาพ
	4.กิจกรรมเกี่ยวกับการนวดแบบ ไทย/สปาไทย	มีศักยภาพ
	5. การแต่งกายด้วยชุดท้องถิ่น/ ชุดไทย	มีศักยภาพ

จากตารางที่ 2 เป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของโฮมสเตย์ที่จัดไว้ให้นักท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของกิจกรรมการท่องเที่ยวของโฮมสเตย์ที่มีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ หรือมีอำนาจละมุนเพียงพอกับนักท่องเที่ยวต่างชาติเกิดความชื่นชอบหรือหลงรักในวัฒนธรรมไทย การวิเคราะห์นี้เป็นการวิเคราะห์เบื้องต้น (preliminary analysis) โดยพิจารณาในลักษณะของ Soft Power ที่ควรได้รับการส่งเสริมในอนาคตเพื่อให้มีศักยภาพในการสร้างความสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้มากขึ้นเพื่อให้มาสัมผัสกับเสน่ห์ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในประเทศไทย การวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ ผู้วิจัยได้ใช้หลักเกณฑ์จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ Soft Power เช่น งานวิจัยของดวงฤทธิ์ ชัยรุ่งเรือง (2566: 1934) และ สุภาพิษฐ์ ธีระวัฒน์ (2565: 3) โดยได้ปรับประยุกต์ใช้กับมิติการท่องเที่ยว ซึ่งมีหลักเกณฑ์ที่นำมาพิจารณาได้แก่ 1) ควรเป็นกิจกรรมที่มีความดั้งเดิมของประเทศไทย 2) ควรมีเอกลักษณ์/อัตลักษณ์ท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทย 3) ควรเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต่างชาติให้

ความสนใจหรือมีศักยภาพดึงดูดใจ 4) ควรเป็นกิจกรรมที่ช่วยสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ และ 5) ควรเป็นกิจกรรมที่ประเทศอื่นแข่งขันได้ยากหรือลอกเลียนแบบได้ยาก

จากงานวิจัยที่สำรวจในฐานข้อมูล TCI และ Google Scholar พบว่า กิจกรรมที่ทางโฮมสเตย์ได้จัดกิจกรรมไว้ให้นักท่องเที่ยว โดยแบ่งได้ 5 กิจกรรมดังแสดงในตารางที่ 2 ซึ่งศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ หรือสร้างความชื่นชอบในความเป็นไทยและอาจมีการบอกต่อหรือแชร์เรื่องราวความเป็นไทยจากกิจกรรมเหล่านี้ไปสู่สังคมโลกได้ (หรืออาจเรียกว่า Light Soft Power) ซึ่งได้แก่ 1) กิจกรรมเกี่ยวกับอาหารไทย/อาหารท้องถิ่น 2) กิจกรรมเกี่ยวกับวัด/ศาสนา 3) กิจกรรมเกี่ยวกับประเพณีและวัฒนธรรมไทย 4) กิจกรรมเกี่ยวกับการนวดแบบไทย/สปาไทย และ 5) การแต่งกายด้วยชุดท้องถิ่น/ชุดไทยออกไปเที่ยวในชุมชน การวิเคราะห์กิจกรรมเหล่านี้จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อได้รับทราบข้อมูลจากผลการวิจัยเพื่อนำความรู้ไปพัฒนาต่อยอดส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในประเทศไทย

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ TOWS matrix โดยบูรณาการร่วมกับ ซอฟพาวเวอร์ (Soft Power) ที่มาจากการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในประเทศไทย

กลยุทธ์ที่ 1 เชิงรุก (SO – Strengths & Opportunities)	กลยุทธ์ที่ 3 เชิงแก้ไข (WO – Weaknesses & Opportunities)
เช่น S1 (วัฒนธรรมและวิถีชีวิต) + O1 (แนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์) แนวทางคือ ผู้ประกอบการควรเพิ่มโอกาส โดยนำเอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรมวิถีชีวิตของโฮมสเตย์มาเป็นแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนเป็นการประชาสัมพันธ์สร้างโอกาสทางการตลาดโฆษณาโฮมสเตย์ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ใช้บริการโฮมสเตย์มากยิ่งขึ้นเพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดรายได้แก่โฮมสเตย์มากยิ่งขึ้น เช่น S2 (ความเป็นมิตรและการต้อนรับของชุมชน) + O1 (การเกิดขึ้นแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์และท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์) แนวทางคือ ผู้ประกอบการควรนำแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มาเป็นแนวทางในการประชาสัมพันธ์ในด้านความเป็นมิตรของชุมชนโฮมสเตย์ที่เป็นอีกจุดเด่นในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ใช้บริการโฮมสเตย์มากยิ่งขึ้น	เช่น W2 (การขาดการประชาสัมพันธ์และการทำการตลาด) + O4 (ความก้าวหน้าเทคโนโลยี) แนวทางคือ ผู้ประกอบการควรพัฒนาปรับปรุงโดยนำเทคโนโลยีมาพัฒนาและแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น เว็บไซต์, โซเชียลมีเดีย และแอปพลิเคชันจองที่พัก มาส่งเสริมการตลาด ในการประชาสัมพันธ์การตลาดของโฮมสเตย์มากยิ่งขึ้นรวมถึงการจัดการส่งเสริมการขายด้วยการลดราคาเพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่โฮมสเตย์ในยุคเศรษฐกิจที่ผันผวนมากยิ่งขึ้น เช่น W1 (มาตรฐานการบริการไม่สม่ำเสมอ) + O1 (การเกิดขึ้นแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์และท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์) แนวทางคือ ผู้ประกอบการควรพัฒนาปรับปรุงโดยการนำแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มาพัฒนามาตรฐานการบริการของโฮมสเตย์ให้มีมาตรฐานตามหลักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มากยิ่งขึ้น
กลยุทธ์ที่ 2 เชิงป้องกัน (ST – Strengths & Threats)	กลยุทธ์ที่ 4 เชิงรับมือ (WT – Weaknesses & Threats)
เช่น S3 (ค่าที่พักราคาถูก) + T6 (ความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ) แนวทางคือ ผู้ประกอบการควรใช้จุดเด่นด้านราคาที่ไม่แพง เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว	เช่น W2 (ขาดการประชาสัมพันธ์และการตลาด) + T3 (การขยายตัวของธุรกิจโรงแรม) แนวทางคือ ผู้ประกอบการควรพัฒนาปรับปรุงการ

โดยนำเสนอเฉพาะในช่วงเศรษฐกิจผันผวนหรือเศรษฐกิจตกต่ำ เพื่อนำเสนอภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายไม่สูง แต่ได้ประสบการณ์ต่างๆ จากการมาพักโฮมสเตย์ เช่น S1 (วัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์) + T3 (การแข่งขันจากที่พักประเภทอื่น) แนวทางคือ ผู้ประกอบการควรใช้จุดด้านวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์มานำเสนอและดึงดูดจากนักท่องเที่ยวเพื่อให้โฮมสเตย์มีจุดเด่นที่เหนือกว่าคู่แข่งจากที่พักประเภทอื่นไม่ว่าจะเป็น รีสอร์ท และโรงแรมหรู	ประชาสัมพันธ์และการตลาด โดยใช้ความรู้จากช่องทางออนไลน์ต่างๆ เพื่อนำเสนอโฮมสเตย์ให้เป็นทางเลือกสำหรับนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบวัฒนธรรมไทยและเป็นทางเลือกหากนักท่องเที่ยวกลับประเทศไทยของการกลับมาท่องเที่ยวในประเทศไทย เช่น W3 (ข้อจำกัดด้านสิ่งอำนวยความสะดวก) + T5 การเข้าถึงและระบบขนส่ง แนวทางคือ ผู้ประกอบการควรปรับปรุงด้านสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ว่าจะเป็นด้านขนส่งโดยโฮมสเตย์ควรมีรถรับส่งนักท่องเที่ยวในกรณีที่โฮมสเตย์เดินทางยากเพื่อเป็นการดูแลนักท่องเที่ยวให้เกิดความประทับใจต่อโฮมสเตย์

จากตารางที่ 3 เป็นการวิเคราะห์ TOWS Matrix โดยบูรณาการร่วมกับ ซอฟพาวเวอร์ (Soft Power) ที่มาจากการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในประเทศไทย ผลวิจัยพบว่า สามารถแบ่งเป็น 4 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์ที่ 1 SO (เชิงรุก) โดยใช้จุดแข็งของโฮมสเตย์เพื่อสร้างโอกาสทางการตลาด เช่น โฆษณาจุดเด่นของโฮมสเตย์ เช่น โฆษณาความเป็นวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ของโฮมสเตย์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการควรนำแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มาเป็นแนวทางในการประชาสัมพันธ์ในด้านความเป็นมิตรของชุมชนโฮมสเตย์ที่เป็นอีกจุดเด่นในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ใช้บริการโฮมสเตย์มากยิ่งขึ้น สำหรับกลยุทธ์ที่ 2 ST (เชิงป้องกัน) ใช้ ราคาที่พักที่เข้าถึงได้ เป็น กลยุทธ์ดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในช่วงเศรษฐกิจผันผวน ซึ่งช่วยให้โฮมสเตย์มีรายได้เพิ่มขึ้น และผู้ประกอบการควรใช้จุดด้านวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์มานำเสนอและดึงดูดจากนักท่องเที่ยวเพื่อให้โฮมสเตย์มีจุดเด่นที่เหนือกว่าคู่แข่งจากที่พักประเภทอื่นไม่ว่าจะเป็น รีสอร์ท และโรงแรมหรู สำหรับกลยุทธ์ที่ 3 WO (เชิงแก้ไข) โฮมสเตย์ควรใช้ เทคโนโลยีและแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น เว็บไซต์, โซเชียลมีเดีย และแอปพลิเคชันจองที่พัก มาส่งเสริมการตลาด ควบคู่กับการใช้ Soft Power เพื่อสร้างประสบการณ์รวมถึงผู้ประกอบการควรพัฒนาปรับปรุงโดยการนำแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มาพัฒนามาตรฐานการบริการของโฮมสเตย์ให้มีมาตรฐานตามหลักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มากยิ่งขึ้นที่น่าสนใจสำหรับกลยุทธ์ที่ 4 WT (เชิงรับมือ) ต้องหา แนวทางการตลาดใหม่ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจ เช่น การทำโปรโมชั่นพิเศษ การร่วมมือกับแพลตฟอร์มท่องเที่ยว และการปรับตัวให้เข้ากับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป รวมถึงการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกของโฮมสเตย์ให้ดียิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นด้านขนส่งโดยมีการจัดรถรับส่งคอยดูแลนักท่องเที่ยวในกรณีที่โฮมสเตย์มีการเข้าถึงที่ลำบากรวมถึงใช้จุดแข็งด้านราคา ควบคู่กับการทำ Soft Power Marketing เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้มากขึ้น

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

งานวิจัยนี้ จะอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 คือ การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT analysis) ของการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า โฮมสเตย์ในประเทศไทยมีจุดแข็งด้านวัฒนธรรมและความเป็นมิตรกับชุมชน ความเป็นมิตรและการต้อนรับของชุมชนเจ้าของบ้านมีความเป็นกันเอง ทำให้ผู้เข้าพักรู้สึกอบอุ่นและมีประสบการณ์ที่ดี ค่าที่พักราคาไม่แพงหาก

เปรียบเทียบรีสอร์ทและโรงแรมและประสบการณ์แท้จริง ค่าใช้จ่ายถูกกว่าโรงแรมหรู และนักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้วิถีชีวิตจริงของชุมชน ส่วนจุดอ่อน ได้แก่ มาตรฐานการบริการไม่สม่ำเสมอ โฮมสเตย์บางแห่งไม่มีมาตรฐานที่ชัดเจน ทำให้คุณภาพบริการแตกต่างกันไป การขาดการตลาดและการประชาสัมพันธ์ โฮมสเตย์บางแห่งไม่ได้โฆษณาตัวเองอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้คนรู้จักน้อย ส่วนด้านโอกาสได้แก่การเกิดขึ้นแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์และท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นักท่องเที่ยวเริ่มมองหาประสบการณ์ที่แท้จริงมากขึ้นซึ่งเป็นจุดเด่นของโฮมสเตย์รวมถึงตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ขยายตัวนักท่องเที่ยวต่างชาติสนใจวัฒนธรรมไทยมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มที่ต้องการประสบการณ์ลึกซึ้งซึ่งที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของโฮมสเตย์ในแต่ละชุมชนพร้อมด้วยนโยบายสนับสนุนจากภาครัฐ ภาครัฐให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชนและโฮมสเตย์มากขึ้นส่วนด้านอุปสรรคได้แก่ผลกระทบจากสภาพอากาศและภัยธรรมชาติ บางพื้นที่อาจได้รับผลกระทบจากน้ำท่วม ฤดูฝน หรือภัยพิบัติทางธรรมชาติและความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจทำให้นักท่องเที่ยวลดลงและกระทบต่อรายได้ของโฮมสเตย์รวมถึงความผันผวนของเศรษฐกิจทั้งในประเทศไทยและทั่วโลก ผลวิจัยข้างต้นสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิทธิศักดิ์ โพธิ์ศรี, ณัฐภัทร จงอริยตระกูล และ นววรรณ สืบสายลา (2567: 559) พบว่า สร้างกลยุทธ์ด้วย TOWS matrix การพัฒนาที่ยั่งยืนตามเป้าหมาย SDGs และ การระดมสมองผลการวิจัยพบว่ากิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนในห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวของวิสาหกิจชุมชนศิลาโฮมสเตย์มีบทบาทสำคัญในการสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์และบริการการท่องเที่ยว แต่ขาดการวิเคราะห์กิจกรรมอย่างเป็นระบบทำให้เสียโอกาสในการสร้างรายได้และการจ้างงานให้กับสมาชิกของวิสาหกิจชุมชนถึงการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และโครงการบริการวิชาการสู่สังคม

ด้านการอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การวิเคราะห์กิจกรรมการท่องเที่ยวของโฮมสเตย์ที่เกี่ยวข้องกับซอฟพาวเวอร์ (Soft Power) ของประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า มีกิจกรรมหลายอย่างที่โฮมสเตย์จัดไว้ให้นักท่องเที่ยวและเกี่ยวข้องกับซอฟพาวเวอร์ ได้แก่ อาหารไทย/อาหารท้องถิ่น วัด/ศาสนา กิจกรรมเกี่ยวกับประเพณีและวัฒนธรรมไทย การนวดแบบไทย การแต่งกายท้องถิ่น/ชุดไทย ผลวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงฤทธิ์ ชัยรุ่งเรือง (2566: 1927) พบว่า การขับเคลื่อน Soft Power การทำงานเป็นไปในลักษณะการบูรณาการภารกิจร่วมกันกระตุ้นให้ประชาชนในท้องถิ่นเห็นความสำคัญของ Soft Power และเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานการจัดกิจกรรมการส่งเสริมเช่นจัดแสดงและจำหน่ายสินค้าจากชุมชนจัดกิจกรรมส่งเสริมวัฒนธรรมของท้องถิ่นผ่านงานเทศกาลและประเพณีต่างๆการใช้ประโยชน์จากสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่น เช่น อาหาร ศิลปะ วัฒนธรรม กีฬา ภูมิปัญญา และสถานที่ท่องเที่ยว

ด้านการอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 การวิเคราะห์ TOWS matrix โดยบูรณาการร่วมกับ ซอฟพาวเวอร์ (Soft Power) ที่มาจากการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่ากลยุทธ์ที่ 1 SO (เชิงรุก) โดยใช้จุดแข็งของโฮมสเตย์เพื่อสร้างโอกาสทางการตลาด เช่น โฆษณาจุดเด่นของโฮมสเตย์กลยุทธ์ที่ 2 ด้าน ST(เชิงป้องกัน) ใช้ราคาที่พักที่เข้าถึงได้ เป็น กลยุทธ์ดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในช่วงเศรษฐกิจฝืนผวน ซึ่งช่วยให้โฮมสเตย์มีรายได้เพิ่มขึ้น และผู้ประกอบการควรใช้จุดด้านวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์มานำเสนอและดึงดูดจากนักท่องเที่ยวเพื่อให้โฮมสเตย์มีจุดเด่นที่เหนือกว่าคู่แข่งจากที่พักประเภทอื่นกลยุทธ์ที่ 3 ด้าน WO (เชิงแก้ไข) โฮมสเตย์ควรใช้เทคโนโลยีและแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น เว็บไซต์, โซเชียลมีเดีย และแอปจองที่พัก มาส่งเสริมการตลาด ควบคู่กับการใช้ Soft Power และกลยุทธ์ที่ 4 WT (เชิงรับมือ) ต้องหา แนวทางการตลาดใหม่ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจ เช่น การทำโปรโมชั่นพิเศษ การร่วมมือกับแพลตฟอร์มท่องเที่ยว และการปรับตัวให้เข้ากับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป ซึ่งเป็นการ

นำวัตถุประสงค์ข้อ 1 และข้อที่ 2 มาทำวิเคราะห์เป็น Town Matrix ผลวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ มนตรี เกิดมีมูล. (2561: 118) พบว่า ผู้วิจัยมีการเสนอให้ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ควรปรับปรุงบริการบางด้านให้ดีขึ้น อาทิ เช่น สภาพบ้านพัก วิธีการติดต่อจองที่พัก การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโฮมสเตย์การจัดให้มี โปรโมชันหรือแพ็คเกจท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวและเข้าพัก ที่โฮมสเตย์มากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นการรับมือกับอุปสรรคด้านต่างๆ ไปในตัว

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

เนื่องจากงานวิจัยในครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงเอกสารตามที่กล่าวข้างต้นดังนั้นการสรุปองค์ความรู้ใหม่ที่ได้รับเป็นการพรรณนาจึงมีความเหมาะสมซึ่งองค์ความรู้หลักที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ คือ ผลการวิจัยใน ตารางที่ 3 เรื่องวิเคราะห์ TOWS matrix โดยบูรณาการร่วมกับซอฟต์แวร์ (Soft Power) ที่มาจากการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในประเทศไทยซึ่งผู้วิจัยได้ วิเคราะห์ให้เห็นถึงที่มาของ TOWS matrix ในแต่ละกลยุทธ์ โดย หากผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องการส่งเสริมการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ผู้ประกอบการควรเน้นกลยุทธ์ SO แต่หากผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ผู้ประกอบการ อาจพิจารณากลยุทธ์ WO

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อ 1 พบว่า การท่องเที่ยวโฮมสเตย์มีจุดแข็งคือ วัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ของโฮมสเตย์นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่น ผู้ประกอบการควรใช้จุดแข็ง เพื่อส่งเสริมและสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวโฮมสเตย์ สำหรับจุดอ่อนที่ควรพัฒนาและปรับปรุง เช่น การขาดการตลาดและการประชาสัมพันธ์ซึ่งผู้ประกอบการควรพัฒนาช่องทางการประชาสัมพันธ์โฮมสเตย์ด้วย แพลตฟอร์มออนไลน์ รวมถึงมาตรฐานการบริการไม่สม่ำเสมอ ซึ่งผู้ประกอบการควรพัฒนาด้านมาตรฐานการบริการเพื่อให้ลูกค้าประทับใจมากยิ่งขึ้นสำหรับโอกาสของโฮมสเตย์ คือ ความก้าวหน้าเทคโนโลยีและแพลตฟอร์มการจองออนไลน์โดยใช้โอกาสให้เป็นประโยชน์ เช่นนำเสนอผ่านแพลตฟอร์มสมัยใหม่ ส่วนอุปสรรค ผู้ประกอบการอาจจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อดำเนินธุรกิจให้สามารถดำเนินการต่อไปได้ โดยวางแผน และปรับตัวหรือตั้งรับให้เหมาะสมกับอุปสรรคต่างๆ ส่วนด้านอุปสรรคผลกระทบจากสภาพอากาศและภัยธรรมชาติ ผู้ประกอบการควรร่วมมือกับภาครัฐร่วมมือกันวางแผนรับมือกับภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นส่วนด้านการเข้าถึงและระบบขนส่ง โฮมสเตย์ส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่ห่างไกล ทำให้นักท่องเที่ยวยากต่อการเดินทางเข้าถึงซึ่งผู้ประกอบการควรมีจัดรถรับส่งเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวและความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ ผู้ประกอบการควรวางแผนหากกลยุทธ์เพื่อรับมือกับสถานการณ์ความผันผวนของเศรษฐกิจเพื่อให้โฮมสเตย์อยู่รอดต่อไป

1.2 ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อ 2 ผลการวิจัยพบว่า กิจกรรมที่พหุมิติศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ หรือสร้างความชื่นชอบในความเป็นไทยที่อาจพัฒนาให้เป็น Soft Power ของการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในอนาคตมีอยู่ 6 กิจกรรม (หรืออาจมองเป็น 6 ผลิตภัณฑ์) ดังแสดงในตารางที่ 2 ดังนั้นผู้ประกอบการและชุมชนท้องถิ่นควรริบพัฒนากิจกรรมเหล่านี้ ให้มีความน่าสนใจ โดยเน้นความเป็นวัฒนธรรมไทยแบบท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นและควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ความเป็นวัฒนธรรม

ไทยแบบท้องถิ่นให้มีช่องทางที่กว้างขวางมากยิ่งขึ้นเพื่อเข้าถึงสังคมวงกว้างผ่านช่องทางสมัยใหม่ พร้อมกับสร้างสรรค์เนื้อหา (contents) ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ให้มีความน่าสนใจ น่าดึงดูดใจ และอาจนำเสนอเรื่องราวประสบการณ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในประเทศไทยที่แตกต่างจากประเทศอื่นๆ โดยเป็นประสบการณ์ที่น่าจดจำหรือน่าประทับใจและแตกต่างจากการท่องเที่ยวแบบมวลชนทั่วไป

1.3 สำหรับผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 (TOWS matrix) ข้อเสนอแนะที่น่าจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ คือ เน้นกลยุทธ์ SO เช่น นำจุดเด่นของการท่องเที่ยวโฮมสเตย์รวมทั้ง Soft Power มาใช้ร่วมกับโอกาสทางการตลาดหรือการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ เช่น ผู้ประกอบการควรนำแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มาเป็นแนวทางในการประชาสัมพันธ์ในด้านความเป็นมิตรของชุมชนโฮมสเตย์ที่เป็นอีกจุดเด่นในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ใช้บริการโฮมสเตย์มากยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการเปรียบเทียบการบริหารโฮมสเตย์ในแต่ละภูมิภาคของไทยเพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง-จุดอ่อนของแต่ละพื้นที่ และหาแนวทางพัฒนาให้เหมาะสม

2.2 ศึกษาแนวทางพัฒนาการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) สำหรับโฮมสเตย์เพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทางออนไลน์

2.3 ควรทำวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเช่น การใช้แบบสอบถามวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเข้าพักโฮมสเตย์

2.4 ศึกษาผลกระทบของ Soft Power ต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวควรทำวิจัยเชิงลึกเกี่ยวกับ Soft Power เช่น อาหารไทย การแต่งกาย วัฒนธรรม และกิจกรรมชุมชน ว่ามีผลต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด

2.5 ศึกษาผลกระทบของโฮมสเตย์ต่อเศรษฐกิจชุมชนเพื่อดูว่าโฮมสเตย์ช่วยสร้างรายได้และพัฒนาชุมชนได้อย่างไร

เอกสารอ้างอิง (References)

- เขมิกา ชีรพงษ์. (2563). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้วยการออกแบบประสบการณ์. *ศิลปกรรมสาร*. 13(1): 1-15.
- จิตกา คุ่มเรือน. (2563). การศึกษากระบวนการดำเนินงานตามดัชนีชี้วัดคุณภาพมาตรฐานที่พักประเภทโฮมสเตย์ในมุมมองของผู้ประกอบการโฮมสเตย์ : กรณีศึกษาโฮมสเตย์บ้านอัมพวา อำเภอบ้านแหลม จังหวัดสมุทรสงคราม. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*. 14(2): 323-340.
- ชูศักดิ์ ชูศรี. (2567). การรับรู้รูปแบบอำนาจละมุน (Soft Power) ในมุมมองของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอกะสุมย์ จังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม*. 8(7): 152-161.
- ณรงค์ พลธิราช และปริญญา นาคปทุม. (2560). การศึกษาโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ ในพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย. รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ดวงฤทธิ์ ชัยรุ่งเรือง. (2566). การขับเคลื่อน Soft Power: อัตลักษณ์ท้องถิ่นภาคใต้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร*. 11(5): 1922-1935.

- ภุณัฐ แก้วสียา. (2566). ประเภท Soft Power (5F) ที่ใช้สื่อสารส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัด นครศรีธรรมราช. **วารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์**. 2(2): 54-82.
- มนตรี เกิดมีมูล. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าพักที่โฮมสเตย์ในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ: กรณีศึกษาโฮมสเตย์ในเขตพื้นที่ภาคใต้. **วารสารวิจัยรำไพพรรณี**. 2(2): 110-120.
- รัชพล กิตติอมรพงศ์, ฌภัทร คาแก้ว และเมษะธาวิณ พลโยธี. (2567). อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น ประเภทข้าวปุ้นน้ำนัว สู่การสร้าง Soft Power ของอำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม. **วารสารวิจัย และพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย**. 19(68): 29-41.
- ศิริพร อำไพลาภสุข และ อศวิณ แสงพิกุล. (2566). องค์ความรู้จากงานวิจัยสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ในมิติความยั่งยืนในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม. **วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์**. 6(4): 205-216.
- วิริยา โพธิ์ขวาง และคณะ. (2562). การเตรียมรายงานวิจัยต้นฉบับและการประเมินคุณภาพงานวิจัยทางการ พยาบาลและสาธารณสุข. **วารสารวิทยาลัยบรมราชชนนี นครราชสีมา**. 25(2): 194-212.
- สิทธิศักดิ์ โพธิ์ศรี, ฌฐภัทร จงอริยตระกูล และนวรรณ สืบสายลา. (2567). การพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าการ ท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น: กรณีศึกษาศิลาโฮมสเตย์ จังหวัดขอนแก่น เพื่อยกระดับสู่ความ ยั่งยืนตามเป้าหมาย SDGs. **วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์**. 8(3): 549-561.
- สุภาพิษฐ์ ธีระวัฒน์. (2565). **Soft Power (อำนาจละมุน)**. สำนักวิชาการสถานีวิจัยกระจายเสียงและวิทยุ โทรทัศน์รัฐสภา.
- สุรรัตน์ เครือคนโท และกันทิมาลย์ จินดาประเสริฐ. (2566). การจัดการตลาดท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของ หมู่บ้านทอผ้าในจังหวัดบุรีรัมย์. **วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์**. 7(1): 98-112.
- สรัญญา จันทร์ชูสกุล. (2560). การประเมินคุณภาพวิทยานิพนธ์เกี่ยวกับการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของ นักเรียนระดับประถมศึกษา. **Veridian E-Journal**. 10(2): 1060-1075.
- อศวิณ แสงพิกุล. (2564). การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบการประเมินคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมใน บริบทประเทศไทยกับต่างประเทศ. **วารสารการจัดการสมัยใหม่**. 19(2): 23-36.
- Boonto, P., Hongsakul, S., & Kasornbua, T. (2015). The rural tourism management on Thai homestay standard: case study of Ban Dong, Si Maha Phot, Prachinburi province. **Srinakharinwirot Research and Development Journal of Humanities and Social Sciences**. 7(14): 48-61.
- Dabsomdet, K. (2016). Homestay management based on the sufficiency economy concept: a case study of Phutai Bann Pone community, Kammuang district, Kalasin province. **Journal of The Way Human Society**. 4(2): 311-327.
- Kumruan, J. (2020). A Study of the Operational Process According to the Quality Index of the Standard of Homestay Accommodation: A Case Study of Ban Amphawa Homestay, Amphawa District, Samut Songkhram Province. **Dusit Thani College Journal**. 14(2): 15-28.

- Phabpiree, M. (2001). Homestay and ecotourism management. **Tourism Journal**. 20(4): 28-35.
- Sanedee, P. (2021). Homestay development strategy in the east Lanna area to promote less visited area tourism. **Journal of Administrative and Management Innovation**. 9(2): 14-25.
- Sangpikul, A. (2021). The comparative analysis of hotels' service quality in Thailand and international contexts. **Modern Management Journal**. 19(2): 23-36.



ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
ร้านสะดวกซักในเขตเทศบาลเมืองเขารูปช้าง จังหวัดสงขลา
Service Marketing Mix Influences the Decision Making in Choosing
the Convenient Laundry Shop in Khao Rup Chang Municipality,
Songkhla Province

โชติญาณ หิตะพงศ์¹ ชิดชนก มากเชื้อ² จาริณี เขียรเจริญ³ ณัฏฐวัลย์ ยินเจริญ⁴ ประสิทธิ์ รุ่งเรือง^{5*}
Chotiya Hitapong, chidchanok makchueaand, Jarinee Theancharoen, Naphassawan Yinjaroen,
Prasit Rungruang

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้บริการร้านสะดวกซัก และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านสะดวกซัก ในเขตเทศบาลเมืองเขารูปช้าง จังหวัดสงขลา งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการร้านสะดวกซักในเขตเทศบาลเมืองเขารูปช้าง จังหวัดสงขลา จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย การวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบพหุคูณ การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท สถานที่อยู่อาศัยหอพัก ใช้บริการร้านสะดวกซักเวลา 18.00 – 23.59 น. ใช้บริการทั้งซักและอบแห้ง สาเหตุการใช้บริการเนื่องจากไม่มีเวลาวาง เลือกใช้บริการร้านสะดวกซัก 2 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวนผ้าที่ซักต่อครั้ง 11-20 ชิ้น ผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพื่อนหรือแฟน 2) ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านสภาพแวดล้อม ด้านกระบวนการให้บริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ผู้ประกอบการควรศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและปรับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจต่อผู้ใช้บริการต่อไป

คำสำคัญ (Keywords): ส่วนประสมทางการตลาดบริการ; การตัดสินใจ; ร้านสะดวกซัก

Received: 2025-02-16 Revised: 2025-03-01 Accepted: 2025-03-03

¹ อาจารย์ประจำ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ Lecturer of Faculty of Economics and Business Administration, Thaksin University. E-mail: chotiya@tsu.ac.th

² อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย Lecturer of Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Srivijaya. E-mail: chidchanok.m@rmutsv.ac.th

³ อาจารย์ประจำ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา Lecturer of Faculty of Management Sciences, Songkhla Rajabhat University Songkhla. E-mail: jarinee.sa@skru.ac.th

⁴ อาจารย์ประจำ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา Lecturer of Faculty of Management Sciences, Songkhla Rajabhat University Songkhla. E-mail: naphassawan.yi@skru.ac.th

⁵ อาจารย์ประจำ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา Lecturer of Faculty of Management Sciences, Songkhla Rajabhat University Songkhla. Corresponding author. E-mail: prasit.ru@skru.ac.th

Abstract

This research's objectives were to: 1) to study the personal factors and personal behavior on using self-service laundry facilities, and 2) to investigate the influence of service marketing mix factors on the decision to use self-service laundry facilities in the Khao Rup Chang Municipality, Songkhla Province. This quantitative research used questionnaires as a tool to collect data from 400 users using self-service Laundry within the Khao Rup Chang Municipality, Songkhla Province. The statistics used for data analysis included frequency, percentage, mean, multiple correlation analysis, and multiple regression analysis.

The results showed that most respondents were single female students, aged between 21-30 years and most of them were undergraduates. Their monthly income was not more than 10,000 Baht, and they stayed in dormitories. They used self-service laundry facilities between 6:00 PM-11:59 PM for both washing and drying. The main reason for using the service 2 times per week was lacking of free time and used 11-20 clothes for each laundry. The individuals influencing their decision to use the service were mostly friends or partners. The service marketing mix factors including product, price, place, promotion, people, physical environment, and process positively influenced the decision to use the service. Entrepreneurs should study consumer behaviors and adjust their service marketing mix strategies to align with consumer behaviors to meet their needs and enhance customer satisfaction.

Keywords: Service Marketing Mix; Decision Making; Convenient Laundry Shop

บทนำ (Introduction)

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วก่อให้เกิดการนวัตกรรมและวิถีการดำเนินชีวิตมีความสะดวกกว่าอดีต ผู้ประกอบการต่างพยายามนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัยมาปรับปรุงการให้บริการ ร้านสะดวกซักถือเป็นหนึ่งในนวัตกรรมที่ลูกค้าสามารถนำเสื้อผ้ามาซักเอง หรืออบผ้าด้วยตนเองด้วยการหยอดเหรียญซึ่งลูกค้าต้องดำเนินการด้วยตนเอง ร้านสะดวกซักมักจะเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมงเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าตามพฤติกรรมผู้บริโภคที่แตกต่างกัน พฤติกรรมผู้บริโภคจึงมีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการร้านสะดวกซักผู้ประกอบการจำเป็นต้องศึกษาทำความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่แตกต่างกันอันจะนำไปสู่การตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซัก ธุรกิจร้านสะดวกซักเป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย ทำให้เกิดการแข่งขันที่สูงมีแบรนด์ร้านสะดวกซักที่เป็นแฟรนไชส์หลากหลายแบรนด์(คณิดา รักษ์วงศ์, จิรายุท บินยะลา, และประจักษ์ เติมโถม, 2567; 23) สาเหตุที่ทำให้ร้านสะดวกซักได้รับความนิยมในปัจจุบัน เป็นเพราะคนในปัจจุบันมีไลฟ์สไตล์ที่ไม่ชอบอยู่บ้าน เครื่องซักผ้าที่ใช้กันภายในครอบครัวส่วนใหญ่ใช้เวลาในการซักที่นาน (อังคิภา แนวจำปา และรัชนี งามสระน้อย, 2567; 52) ผู้ประกอบการจำเป็นต้องศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและนำไปสู่การตัดสินใจเลือกใช้บริการ (รัชริษา เกตุสาลี และวัชร ย์สุนทร, 2568; 304) ทั้งนี้ร้านสะดวกซักมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องทำให้ผู้ประกอบการต้องใช้กลยุทธ์ส่วน

ประสมทางการตลาดบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าก่อให้เกิดการบอกต่อและนำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) เป็นกระบวนการที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลแสดงออกถึงการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการโดยอาศัยความคิดหรือประสบการณ์เพื่อสนองต่อความต้องการหรือความปรารถนาต่าง ๆ (Solomon, M. R, 2011; 34) งานวิจัยของ Kotler, P. and Armstrong, G. (2013; 257) ได้อธิบายแบบจำลอง Model of Consumer จำแนกพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็น 3 ส่วนใหญ่ ๆ ได้แก่ สิ่งกระตุ้นที่ได้มาจากช่องทางอื่น ๆ (marketing and other stimuli) กล่องดำของผู้บริโภค (buyer's black box) และการตอบสนองของผู้บริโภค (buyer's purchase decision) (นพพร บัวอินทร์ และกฤษฎา นันทสุตแสง, 2562; 76) ส่วนประสมการตลาดบริการจัดเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ทางการตลาดที่ถูกใช้ในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค (Kotler, P., 2012; 92) ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) และด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ส่วนประสมทางการตลาดถือเป็นกลยุทธ์ทางการตลาด (วรินทร์ชญา ภูติพรสวัสดิ์ และมนตรี ศรีราชเลา, 2562; 305) ผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อให้ความสำคัญเพราะถือเป็นกลยุทธ์ที่นำมาซึ่งการสร้างผลกำไรโดยมีพื้นฐานบนความพึงพอใจของผู้บริโภค (ฐิตารีย์ วงศ์พยัคฆ์ และสุชัญญา สายชนะ, 2566; 4)

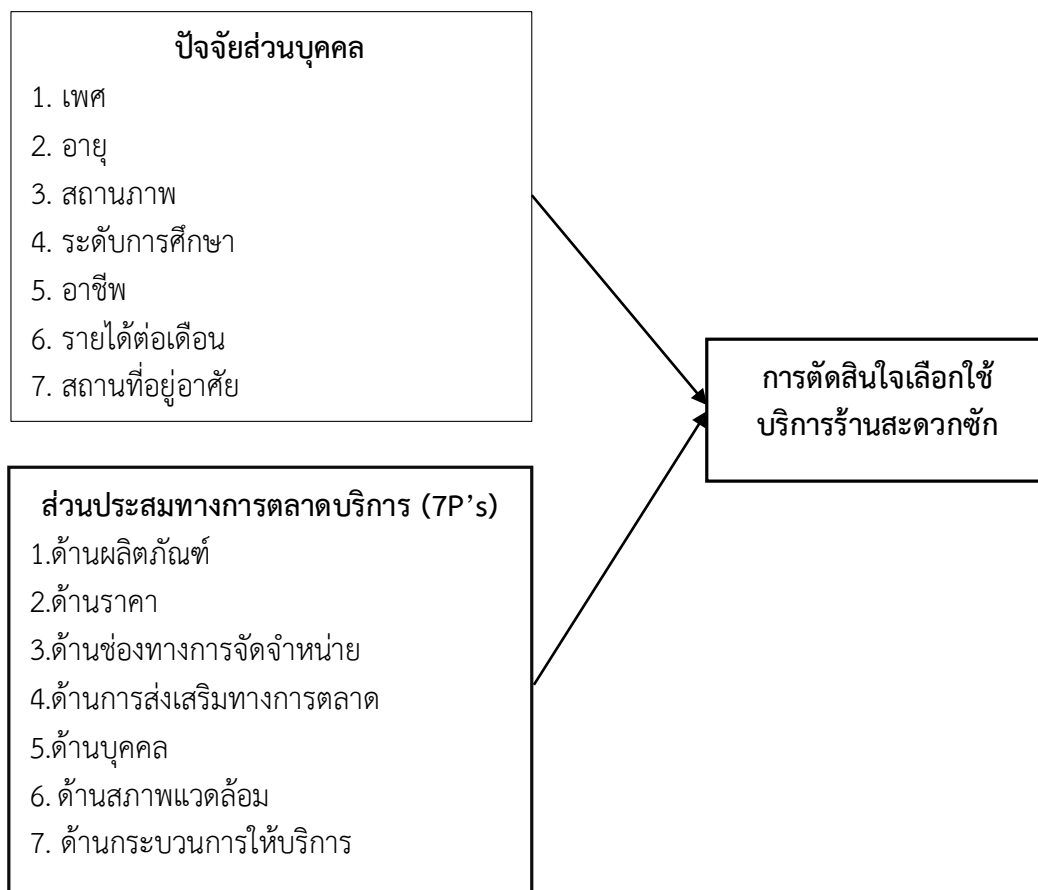
การตัดสินใจเลือกใช้บริการ หมายถึง กระบวนการในการเลือกทางเลือกเพียงทางเลือกเดียวจากหลายทางเลือกเพื่อเลือกทางเลือกที่เหมาะสมและดีที่สุด กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมี 5 ขั้นตอน เริ่มตั้งแต่การรับรู้ถึงความต้องการ (Need Recognition) จากนั้นจะทำการค้นหาข้อมูล (Information) ประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternative) จนนำไปสู่การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) (ศศิกันต์ แป้นประสิทธิ์, และคณะ, 2565; 328) หลังจากกระบวนการการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับการใช้บริการหากมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการจะทำให้เกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำ แต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าผู้บริโภคไม่มีความพึงพอใจต่อบริการอาจไม่กลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป (ทิฆัมพร เพตราเวช, 2559; 90) การเติบโตที่สูงของร้านสะดวกซื้อโดยเฉพาะภาคใต้ซึ่งถือเป็นภูมิภาคที่มีฝนตกมากกว่าภาคอื่น ๆ ทำให้มีจำนวนคู่แข่งในธุรกิจเพิ่มขึ้นส่งผลให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการตัดสินใจเลือกใช้บริการผู้ประกอบการจำเป็นต้องวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตรงจุด (บุรินทร์ ศิริเนตร์ และคณะ, 2567; 141) โดยเฉพาะผู้ที่พักอาศัยอยู่ในหอพัก บ้านเช่า รวมไปถึงในเขตที่มีผู้คนจำนวนมาก เขตเทศบาลเมืองเขารูปช้าง จังหวัดสงขลาถือเป็นพื้นที่หนึ่งที่มีร้านสะดวกซื้อจำนวนมาก เนื่องจาก มีมหาวิทยาลัยและวิทยาลัยหลายแห่งซึ่งมีนักศึกษาที่มาจากต่างพื้นที่จึงนิยมเลือกใช้บริการร้านสะดวกซื้อเพราะถือว่าสะดวก รวดเร็ว และง่ายต่อการใช้งาน

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านสะดวกซื้อในเขตเทศบาลเมืองเขารูปช้าง จังหวัดสงขลา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้บริการร้านสะดวกซื้อ และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านสะดวกซื้อในเขตเทศบาลเมืองเขารูปช้าง จังหวัดสงขลา ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงส่วนประสมทางการตลาดบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตรงตามเป้าหมาย

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้บริการร้านสะดวกซื้อในเขตเทศบาลเมืองเขารูปช้าง จังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านสะดวกซื้อในเขตเทศบาลเมืองเขารูปช้าง จังหวัดสงขลา

กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Methodology) ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัย มีดังนี้

1. ขอบเขตด้านการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการสังเคราะห์เนื้อหาส่วนประสมทางการตลาดบริการและการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากนักวิชาการและนักวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยผู้วิจัยได้สังเคราะห์แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ ประกอบด้วย 7 ด้าน คือ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้าน

ช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมทางการตลาด 5) ด้านบุคคล 6) ด้านสภาพแวดล้อม และ 7) ด้านกระบวนการให้บริการ สำหรับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ 1) ระบุปัญหา 2) กำหนดทางเลือก 3) ประเมินทางเลือก 4) ทางเลือกที่ดีที่สุด และ 5) ประเมินการตัดสินใจ

1.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการร้านสะดวกซักในเขตเทศบาลเมืองเขารูปช้าง จังหวัดสงขลา

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการร้านสะดวกซักในเขตเทศบาลเมืองเขารูปช้าง จังหวัดสงขลา ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกใช้สูตรคำนวณหาขนาดกลุ่มประชากรที่ไม่ทราบจำนวนกลุ่มประชากรแน่ชัด โดยใช้สูตรของ (Cochran, W.G., 1977; 3) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องเก็บจำนวน 385 คน เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนของผู้ตอบแบบสอบถามไม่ครบถ้วนผู้วิจัยจึงเก็บแบบสอบถามจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการเก็บตัวอย่างโดยการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling)

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ เขตเทศบาลเมืองเขารูปช้าง จังหวัดสงขลา

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา การวิจัยครั้งนี้ใช้ระยะเวลาในการดำเนินงาน ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ 2567-เมษายน 2567

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านสะดวกซักในเขตเทศบาลเมืองเขารูปช้าง จังหวัดสงขลา ใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านสะดวกซัก ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาพิจารณาและตรวจสอบเนื้อหาและความเหมาะสมของภาษาเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Object Congruence: IOC) ของคำถามแต่ละข้อ หลังจากปรับปรุงตามคำแนะนำผู้ทรงคุณวุฒิแล้วมีค่า IOC มีค่าอยู่ระหว่าง 0.67-1.00 ซึ่งมากกว่า 0.5 ดังนั้นถือว่าข้อคำถามมีความเที่ยงตรงครอบคลุมวัตถุประสงค์คำนิยามการวิจัยและสามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลได้

2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามใช้แบบสอบถามเป็นแบบสำรวจรายการ (Check List)

2.2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ต (Likert rating scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ ซึ่งกำหนดค่าระดับความคิดเห็นเป็นมากที่สุดมากปานกลางน้อยและน้อยที่สุดด้วยค่าคะแนน 5 4 3 2 1 ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังมีการทดสอบหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดลอง (Try Out) กับผู้ให้บริการร้านสะดวกซักพื้นที่อื่นที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับประชากรที่ต้องการศึกษา และไม่ใช้กลุ่มตัวอย่างประชากรในการวิจัย จำนวน 30 ชุด โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค (Cronbach's alpha) เป็นสถิติวิเคราะห์ที่ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ไม่ต่ำกว่า 0.70 ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอย่างมีนัยสำคัญ ผลการทดสอบ พบว่า ค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรมีค่าอยู่ระหว่าง 0.802-0.857 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 แสดงให้เห็นว่าเครื่องมือมีความเที่ยงตรงและน่าเชื่อถือเป็นที่ยอมรับได้ (Hair, J.F., et. al., 2018; 163)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามของประชากรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง และนำข้อมูลที่ได้มาจัดเก็บรวบรวมเพื่อนำไปสู่กระบวนการวิเคราะห์ทางสถิติ

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากหนังสือ วารสาร บทความ เอกสารทางวิชาการ ข้อมูลด้านสถิติที่ได้จากหน่วยงานต่าง ๆ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และแหล่งข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตเพื่อนำมาใช้เป็นส่วนประกอบของงานวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างและตัวแปรที่ทำการศึกษา ได้แก่ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบ ได้แก่ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Correlation Coefficient)

ผลการวิจัย (Research Results)

ผลการวิจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านสะดวกซื้อในเขตเทศบาลเมืองเขารูปช้าง จังหวัดสงขลา สรุปได้ ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงลักษณะส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	120	30.00
หญิง	254	63.50
ไม่ประสงค์ตอบ	26	6.50
รวม	400	100.00
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	23	5.75
21-30 ปี	279	69.75
31-40 ปี	87	21.75
40 ปีขึ้นไป	11	2.75
รวม	400	100.00
3. สถานภาพ		
โสด	217	54.25
สมรส	83	20.75
หย่าร้าง	86	21.50
ไม่ประสงค์ตอบ	14	3.50
รวม	400	100.00
4. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	48	12.00
อนุปริญญา/ปวส.	64	16.00
ปริญญาตรี	264	66.00
สูงกว่าปริญญาตรี	24	6.00
รวม	400	100.00

ตารางที่ 1 แสดงลักษณะส่วนบุคคล (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5. อาชีพ		
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	43	10.75
พนักงานบริษัทเอกชน	46	11.50
ค้าขาย/ทำธุรกิจส่วนตัว	95	23.75
นักเรียน/นักศึกษา	206	51.50
อาชีพอิสระ	10	2.50
รวม	400	100.00
6. รายได้ต่อเดือน		
ไม่เกิน 10,000 บาท/ เดือน	183	45.75
10,001 - 15,000 บาท / เดือน	133	33.25
15,001 - 20,000 บาท / เดือน	60	15.00
20,001 - 25,000 บาท / เดือน	4	1.00
25,001 บาทขึ้นไป / เดือน	20	5.00
รวม	400	100.00
7. สถานที่อยู่อาศัย		
หอพัก	144	36.00
บ้านเช่า	89	22.25
คอนโดมิเนียม	52	13.00
อพาร์ทเมนต์/หอพัก	115	28.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1 ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.50 อายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 279 คน คิดเป็นร้อยละ 69.75 คน สถานภาพโสด จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.25 ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 66.00 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.75 และสถานที่อยู่อาศัยหอพัก จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00

ตารางที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการร้านสะดวกซื้อ

พฤติกรรมการใช้บริการร้านสะดวกซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ช่วงเวลาการใช้บริการร้านสะดวกซื้อ		
ช่วง 6.00 - 11.59 น.	16	4
ช่วง 12.00-17.59 น.	84	21
ช่วง 18.00 - 23.59 น.	232	58
ช่วง 24.00 - 05.59 น.	68	17
รวม	400	100.00

ตารางที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการร้านสะดวกซัก (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้บริการร้านสะดวกซัก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2. ประเภทการใช้บริการร้านสะดวกซัก		
ใช้บริการเฉพาะซักอย่างเดียว	128	32
ใช้บริการอบแห้งอย่างเดียว	108	27
ใช้บริการทั้งซักและอบแห้ง	164	41
รวม	400	100.00
3. สาเหตุการใช้บริการร้านสะดวกซัก		
ไม่มีเวลาว่าง	202	50.50
เนื้อผ้ามีลักษณะพิเศษ เช่น ผ้าไหม	80	20.00
ผ้ามีขนาดใหญ่ / น้ำหนักมาก	59	14.75
เสื้อผ้าไม่ปะปนกับผู้ใช้บริการรายอื่น	59	14.75
รวม	400	100.00
4. ความถี่ในการใช้บริการร้านสะดวกซัก		
1 ครั้ง/สัปดาห์	40	10
2 ครั้ง/สัปดาห์	188	47
3 ครั้ง/สัปดาห์	152	38
มากกว่า 3 ครั้ง/สัปดาห์	20	5
รวม	400	100.00
5. จำนวนผ้าในการใช้บริการร้านสะดวกซักต่อครั้ง		
1-5 ชิ้น	28	7
6-10 ชิ้น	120	30
11-20 ชิ้น	207	51.75
มากกว่า 20 ชิ้น	45	11.25
รวม	400	100.00
6. ผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านสะดวกซัก		
ครอบครัว	19	4.75
เพื่อน/แฟน	225	56.25
ผู้ร่วมงาน	58	14.50
ญาติ/ ผู้ใหญ่ที่นับถือ	38	9.50
ตัวเอง	50	12.50
อื่นๆ	10	2.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ช่วงเวลาการใช้บริการร้านสะดวกซัก 18.00-23.59 น. จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58 ใช้บริการทั้งซักและอบแห้ง จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41 สาเหตุการใช้บริการร้านสะดวกซักเนื่องจากไม่มีเวลาว่าง จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.50 ความถี่ในการ

ใช้บริการร้านสะดวกซื้อ 2 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47 จำนวนผ้าในการใช้บริการร้านสะดวกซื้อต่อครั้ง 11-20 ชิ้น จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.75 ผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านสะดวกซื้อ เพื่อน/แฟน จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.25

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างส่วนประสมทางการตลาดและการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านสะดวกซื้อ

ตัวแปร	PRO	PRI	PLA	PMT	PEO	PHY	PRC	DEC	VIF
ค่าเฉลี่ย	4.68	4.59	4.66	4.64	4.65	4.56	4.45	4.67	
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.324	0.408	0.330	0.365	0.357	0.350	0.359	0.338	
1. PRO	1	.348*	.756*	.544*	.665*	.419*	.416*	.727*	2.928
2. PRI		1	.614*	.513*	.477*	.331*	.461*	.193*	1.931
3. PLA			1	.564*	.660*	.371*	.456*	.715*	3.607
4. PMT				1	.713*	.590*	.652*	.621*	3.872
5. PEO					1	.523*	.528*	.700*	3.887
6. PHY						1	.635*	.512*	1.898
7. PRC							1	.643*	2.199
8. DEC								1	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน เพื่อหาความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดและการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านสะดวกซื้อ พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.193 - 0.756 ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ตัวแปรทุกตัวมีค่าต่ำกว่า 0.80 สอดคล้องกับ (Hair, J.F., et, al., 2018; 316) ชี้ให้เห็นว่าตัวแปรทุกตัวมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่ก่อให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์หลายตัวแปร (Multicollinearity) ในการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ

ตัวแปร	B	Std.Error	Beta	t	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	.126	.026	.123	4.917	.000*
ด้านราคา	.067	.016	-.085	4.194	.000*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.524	.027	.543	19.583	.000*
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	.078	.025	-.089	3.089	.002*
ด้านบุคคล	.156	.026	.183	6.347	.000*
ด้านสภาพแวดล้อม	.040	.019	.042	2.106	.035*
ด้านกระบวนการให้บริการ	.273	.019	.318	14.675	.000*

$R = .888$, $R^2 = .789$ Adjusted $R^2 = .787$, $p < 0.00$

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 ผลการศึกษา พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านสะดวกซื้อในเขตเทศบาลเมืองเขารูปช้าง จังหวัดสงขลาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\beta_1 = .126$, $p < 0.05$) ด้านราคา ($\beta_2 = .067$, $p < 0.05$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\beta_3 = .524$, $p < 0.05$) ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ($\beta_4 = .078$, $p < 0.05$) ด้านบุคคล ($\beta_5 = .156$, $p < 0.05$) ด้าน

สภาพแวดล้อม ($\beta_6 = .040, p < 0.05$) ด้านกระบวนการให้บริการ ($\beta_7 = .273, p < 0.05$) ผลการวิจัยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ 2

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

ผลการวิจัย เรื่องส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านสะดวกซักในเขตเทศบาลเมืองเขารูปช้าง จังหวัดสงขลา โดยผู้วิจัยอภิปรายตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี สถานภาพโสดจำนวน 217 ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท และสถานที่อยู่อาศัยเป็นหอพัก มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท/เดือน และพักอาศัยตามหอพัก ใช้เวลาการ 18.00 – 23.59 น. ใช้บริการทั้งซักและอบแห้ง สาเหตุการใช้บริการร้านสะดวกซักเนื่องจากไม่มีเวลาวาง ความถี่ในการใช้บริการร้านสะดวกซัก 2 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวนผ้าในการใช้บริการร้านสะดวกซักต่อครั้ง 11-20 ชิ้น ผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านสะดวกซัก เพื่อน/แฟน อาจกล่าวได้ว่า ผู้มาใช้บริการร้านสะดวกซักเลือกใช้บริการช่วงเวลาวางจากการทำงานหรือเลิกเรียน และด้วยพื้นที่จังหวัดสงขลาเป็นพื้นที่มีสภาพอากาศฝนตกบ่อยทำให้การเลือกบริการทั้งซักและอบแห้ง การใช้บริการในรูปแบบซักและอบในครั้งเดียวกันเพื่อความสะดวกสบาย ซึ่งสามารถนำผ้าไปใช้ได้เลยโดยไม่ต้องเสียเวลาไปตากแห้ง (บุรินทร์ ศิริเนตร์, และคณะ, 2567; 151)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการทุกด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านสภาพแวดล้อม ด้านกระบวนการให้บริการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน และการตัดสินใจเลือกใช้บริการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าผู้มาใช้บริการร้านสะดวกซักคำนึงถึงรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายให้เลือกให้บริการ มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด พื้นที่ให้บริการสะดวก สะอาด ปลอดภัย และการบริการที่รวดเร็วส่งผลให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการและสร้างความพึงพอใจต่อการบริการ สอดคล้องกับ คณิตา รักช่วงค์, จิรายุทธ ปินยะลา, และประจักษ์ เฉิดโฉม (2567; 22) กล่าวว่า ผู้มาใช้บริการคำนึงถึงผลิตภัณฑ์เครื่องซักผ้าที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซัก สอดคล้องกับ อังควิภา แนวจำปา, รัชณี งามระน้อย (2567; 52) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจาก ลดเวลาการซักผ้าและอบผ้าด้วยความสะดวกและความรวดเร็วด้วยระบบการทำงานของเครื่องที่ทันสมัย ทำให้ร้านสะดวกซักสามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านสะดวกซักในเขตเทศบาลเมืองเขารูปช้าง จังหวัดสงขลาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทุกด้าน โดยเฉพาะด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ใกล้แหล่งที่พักอาศัยซึ่งจะทำให้ผู้ใช้บริการเดินทางสะดวก รวดเร็ว ผู้ใช้บริการอาจพิจารณาจากกระบวนการให้บริการที่ครอบคลุมครบวงจรในทีเดียว การบริการซักผ้าหยอดเหรียญในยุคปัจจุบันเจ้าของกิจการจะต้องสรรหาเครื่องที่ทันสมัยรุ่นใหม่ ๆ มาให้บริการ โดยต้องเป็นเครื่องซักผ้าที่มีหยด คั้นहुคนที่ใช้บริการ รวมทั้งต้องมีเครื่องให้เพียงพอกับความต้องการของลูกค้า (วรินทร์ชญา ภูติพรสวัสดิ์ และมนตรี ศรีราชเลา, 2562; 58) นอกจากนี้ ร้านสะดวกมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภค เช่น มี Wi-Fi ให้ใช้ระหว่างนั่งรอเสื้อผ้า การมีโปรโมชั่นลดราคาค่าบริการตามช่วงเทศกาล รวมทั้งการมีรูปแบบการสะสมแต้ม จะช่วยให้ผู้ใช้บริการเกิดการตัดสินใจเลือกใช้บริการและสร้างความพึงพอใจ (อังควิภา แนวจำปา, รัชณี งามระน้อย, 2567; 59) ดังนั้น ผู้ประกอบการร้านสะดวกซักจำเป็นต้องปรับใช้กลยุทธ์ส่วน

ประสมทางการตลาดบริการโดยคำนึงถึงพฤติกรรมผู้บริโภค เช่น ช่วงเวลาที่มีผู้ใช้บริการน้อยอาจนำกลยุทธ์ด้านราคาเพื่อดึงความสนใจของผู้ใช้บริการในช่วงเวลาดังกล่าวซึ่งจะช่วยเพิ่มผลประกอบการให้กับร้านสะดวกซัก

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

จากการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านสะดวกซักในเขตเทศบาลเมืองเขารูปช้าง จังหวัดสงขลา นั้น พบว่า ลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคมีความแตกต่างจากในอดีต โดยปัจจุบันผู้บริโภคต้องการความสะดวกสบาย รวดเร็ว ทำให้ผู้ประกอบการร้านสะดวกซักจำเป็นต้องนำกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการมาปรับใช้ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค เช่น ช่วงเวลาการใช้บริการร้านสะดวกซัก เป็นต้น ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการ

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้
 - 1.1 ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับด้านช่องทางการจัดจำหน่ายหรือสถานที่ตั้งเป็นอันดับแรกซึ่งจะช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคให้สามารถเข้าถึงร้านสะดวกซักได้ง่ายยิ่งขึ้น
 - 1.2 ผู้ประกอบการควรศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายให้ตรงกับกลุ่มผู้บริโภค
2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป
 - 2.1 การวิจัยในครั้งต่อไปควรทำการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก หรือการสนทนากลุ่ม เพื่อให้ผลของงานวิจัยมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น
 - 2.2 ควรศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการเพื่อหาข้อบกพร่อง ระดับความพึงพอใจเพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงกระบวนการให้บริการ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด
 - 2.3 การวิจัยในครั้งต่อไป อาจทำวิจัยเชิงเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างให้เกิดความหลากหลายในหลายเทศบาล ในพื้นที่จังหวัดสงขลาหรือจังหวัดอื่น

เอกสารอ้างอิง (References)

- คณิตา รักษ์วงศ์, จิรายุท บินยะลา, และประจักษ์ เฉิดโฉม. (2567). ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคและส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซักอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. *วารสารวิชาการนอร์ทเทิร์น*. 11(2): 21-40.
- ฐิตารีย์ วงศ์พยัคฆ์ และสุชัญญา สายชนะ. (2566). ทักษะคติและส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *Procedia of Multidisciplinary Research*. 1(7): 1-14.
- ทิมมพร เพทราเวช. (2559). ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลนครนวด้า จังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย*. 6(1): 87-97.

- นพพร บัวอินทร์ และกฤษณา นันทสุดแสง. (2562). ส่วนผสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในจังหวัดระยอง. **วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร**. 39(6): 72-84.
- บุรินทร์ ศิริเนตร์, จิรพันธ์ พรหมจันทร์, เบญจวรรณ ทวีวรรณ, รัชฎากร ไชยปัญญา, สุพัตรา จันสง่า, อรสา จันทะเลิศ และอริศรา เทพหยด. (2567). พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี**. 15(1): 139-157.
- รัชริษา เกตุสาลี และวัชร ยี่สุนเทศ. (2568). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารกึ่งผับในเขตมินบุรี. **วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์**. 8(1): 303-312.
- วรินทร์ชญา ภูติพรสวัสดิ์ และมนตรี ศรีราชเลา. (2562). ธุรกิจซักผ้าด้วยเครื่องซักผ้าหยอดเหรียญเพื่อลูกจ้างวัฒนธรรมการใช้และการรับบริการ ในจังหวัดนครราชสีมา. **วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์**. 8(1): 263-273.
- ศศิกันต์ แป้นประสิทธิ์, จิณห์จุฑา จรัสอิรัตน์กุล, เดชกรณ์ โกศลสุรเสนีย์, สุขานาถ ภู่วงษ์ศิริ และทัชชกร สัมมะสุต. (2565). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภคร้าน มอุงช้างคาเฟ่. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี**. 13(2): 324-338.
- อังควิภา แนวจำปา, รัชนี งามระน้อย. (2567). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา. **วารสารมหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)**. 1(2): 50-61.
- Cochran, W.G. (1977). **Sampling Techniques**. (3th ed). New York: John Wiley and Sons Inc.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. and Anderson, R.E. (2018). **Multivariate Data Analysis**(8th ed.). London, UK: Cengage Learning EMEA.
- Kotler, P. (2012). **Marketing Management**. (12th ed.). New Jersey: Prentice Hall
- Kotler, P. and Armstrong, G. (2013). **Principles of Marketing** (15th ed.). Sydney: Pearson Prentice Hall.
- Solomon, M. R. (2011). **Consumer behavior: Buying, having and being** (9th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

ปัจจัยที่ส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่เจนเนอเรชั่น Z เดินทางไปท่องเที่ยวตลาดน้ำในเขตภาคกลาง
กรณีศึกษาเยาวชนระดับปริญญาตรี

Factors Influencing Generation Z's Travel Decisions to Floating Markets in
Central Thailand: A Case Study of Undergraduate Youth

มนต์ศิระ จรูญสิทธิ์¹ อัศวิน แสงพิกุล²
Monsira Jaroonsit, Aswin Sangpikul

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ ได้แก่ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยดึงดูดที่ทำให้คนรุ่นใหม่เจนเนอเรชั่น Z เดินทางไปท่องเที่ยวตลาดน้ำในเขตภาคกลาง 2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่คนรุ่นใหม่เจนเนอเรชั่น Z อาจไม่สนใจหรือไม่ต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวตลาดน้ำ 3. เพื่อศึกษาแนวคิดของคนรุ่นใหม่เจนเนอเรชั่น Z ที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำในปัจจุบัน โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพผ่านการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างกับนักศึกษาระดับปริญญาตรี อายุระหว่าง 16-24 ปี จำนวน 27 คน โดยผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลที่มาจากต่างคณะ ต่างชั้นปี และต่างภูมิภาค โดยใช่วิธีการเก็บข้อมูลด้วยวิธีแบบเจาะจงโดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า 1. ปัจจัยดึงดูดหลักที่ทำให้ Gen Z สนใจท่องเที่ยวตลาดน้ำ ได้แก่ ความหลากหลายของกิจกรรม วัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์ อาหารพื้นเมืองที่หาได้ยาก และโอกาสในการถ่ายภาพเพื่อแบ่งปันบนโซเชียลมีเดีย 2. ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำในกลุ่ม Gen Z ได้แก่ ความแออัดของนักท่องเที่ยว การขนส่งที่ไม่สะดวกและการขาดสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมจากผลการวิจัยนี้ 3. มีข้อเสนอแนะว่าการพัฒนาและส่งเสริมตลาดน้ำให้ดึงดูดนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ควรเน้นการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก การพัฒนาแอปพลิเคชันที่ช่วยให้ข้อมูลและวางแผนการเดินทางได้ง่ายขึ้น รวมถึงการจัดกิจกรรมที่ทันสมัยควบคู่ไปกับการอนุรักษ์วัฒนธรรมดั้งเดิม

คำสำคัญ (keywords) : เจเนอเรชั่น Z; ตลาดน้ำภาคกลาง; ปัจจัยดึงดูด

Abstract

This research article aimed to: (1) study the pull factors attracting Generation Z to visit floating markets in the central region of Thailand; (2) examine the factors possibly discouraging Generation Z from traveling to floating markets; and (3) explore Generation Z's perspectives on promoting floating market tourism in the present era. This qualitative research employed semi-structured interviews with 27 undergraduate students aged 16-24 from various

Received: 2025-02-18 Revised: 2025-03-03 Accepted: 2025-03-04

¹ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรการท่องเที่ยวและธุรกิจอีเวนต์ คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต Lecturer, Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University, Bangkok, Thailand. E-mail: jaroonsit@yahoo.com

² ผู้อำนวยการหลักสูตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต Graduate Program of Tourism Management, Dhurakij Pundit University, Bangkok, Thailand. E-mail: aswin.sal@dpu.ac.th

faculties, academic years, and hometowns. The participants were selected using purposive sampling, and the data were analyzed through content analysis.

The findings revealed that the main pull factors attracting Generation Z to floating markets included the diversity of activities, the uniqueness of local culture, the availability of rare traditional foods, and the opportunity to take photographs for social media sharing. The key obstacles to floating market tourism among Generation Z included overcrowding, inconvenient transportation, and a lack of adequate facilities. Based on these findings, it is recommended that the development and promotion of floating markets to attract young travelers should focus on improving facilities, developing applications providing information and facilitating trip planning, and organizing modern activities while preserving traditional culture.

Keywords: Generation Z; Central Region Floating Markets; Pull Factors

บทนำ (Introduction)

ปัจจุบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศรวมถึงสังคมรายได้ของประเทศเป็นอย่างมาก อีกทั้งมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เชิงชุมชนหรือเชิงวัฒนธรรมให้มีความยั่งยืนมากขึ้น หนึ่งในรูปแบบการท่องเที่ยวที่ควรได้รับการส่งเสริมในด้านการท่องเที่ยวเชิงชุมชนที่มีอัตลักษณ์และสะท้อนวิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่นที่ควรรักษาไว้ให้อยู่คู่สังคมไทย คือ การท่องเที่ยวตลาดน้ำ (floating market tourism) ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ด้านสัมผัสกับวิถีชีวิตของชุมชนตลาดน้ำและวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชนที่อยู่ริมน้ำ (นงลักษณ์ ลัคนทินากร, สุรัฐ บุญทรง และอุทัย แก้วกลม, 2567: 68) อีกทั้งตลาดน้ำส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก ปัจจุบันการท่องเที่ยวตลาดน้ำมีหลายแห่ง และมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ (วีรยา เจริญสุข, 2563: 41) ทั้งนี้การท่องเที่ยวตลาดน้ำอาจกล่าวได้ว่ามีความสำคัญต่อการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศและระดับท้องถิ่น โดยสร้างรายได้ให้กับชุมชนควบคู่กับการอนุรักษ์วัฒนธรรมและวิถีชีวิตท้องถิ่น เพื่อให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ยั่งยืนให้อยู่สืบไป

ตลาดน้ำมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อมของชุมชนและเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่สามารถพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้เต็มรูปแบบประกอบกับการท่องเที่ยวตลาดน้ำควรเป็นการท่องเที่ยวที่อยู่กับคนรุ่นต่อไปไม่สูญหาย (มนตรี เกิดมีมูล, 2560: 148) ทั้งนี้การท่องเที่ยวตลาดน้ำในอนาคตสามารถดำเนินต่อไปได้หรือลบเลือนหายไปขึ้นอยู่กับนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ เนื่องจากนักท่องเที่ยวในกลุ่ม Generation Z หรือ Gen Z (ช่วงอายุระหว่าง 16 -24 ปี) มีอิทธิพลในการท่องเที่ยวในอนาคต ทั้งนี้ ด้วยความสำคัญของตลาดน้ำที่มีต่อเศรษฐกิจของชุมชนและการพัฒนาชุมชน กับการท่องเที่ยวในอนาคตที่นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่จะเป็นนักท่องเที่ยวในกลุ่ม Generation z ซึ่งมีรูปแบบการใช้ชีวิตและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ นักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen Z เติบโตมาพร้อมยุคข้อมูลข่าวสารที่มีเทคโนโลยีอำนวยความสะดวกมากมาย โดยการตัดสินใจส่วนใหญ่มักได้รับอิทธิพลมาจากข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตและโซเชียลมีเดียในการสร้างแรงบันดาลใจในการท่องเที่ยว (สมรศรี คำตรง, 2566: 95) ทั้งนี้ การท่องเที่ยวตลาดน้ำในอนาคตกับคนรุ่นใหม่อย่างเช่น Gen Z อาจได้รับความสนใจหรือไม่ได้รับความสนใจมาก

น้อยเพียงใดยังไม่ทราบได้ ทั้งนี้หากคนรุ่นใหม่ไม่สนใจการท่องเที่ยวตลาดน้ำอีกต่อไป อาจทำให้ตลาดน้ำเกือบทั้งหมดต้องปิดตัวลง และสังคมไทยอาจไม่หลงเหลือรูปแบบการท่องเที่ยวตลาดน้ำอีกต่อไปในอนาคต เช่น 10-20 ปี ข้างหน้า (วิไลภา รัชมิโชติ และคณะ, 2566: 259) นอกจากนี้ จากการทบทวนวรรณกรรมพบงานวิจัยที่ศึกษาการท่องเที่ยวตลาดน้ำกับคนรุ่นใหม่ยังมีไม่มากนัก เนื่องจากงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวตลาดน้ำมักศึกษานักท่องเที่ยวทั่วไป (ศิริพร อำไพลาภสุข, อัครวิณ แสงพิกุล, 2565: 30) ดังนั้น หากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำกับคนรุ่นใหม่ จำเป็นต้องมีงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับมุมมองและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้มากขึ้น และเป็นเรื่องที่น่าสนใจเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำผลการวิจัยไปใช้ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำในกลุ่มคนรุ่นใหม่ เพื่อสร้างแรงจูงใจและกระตุ้นการท่องเที่ยวตลาดน้ำมากยิ่งขึ้น เพื่อให้การท่องเที่ยวตลาดน้ำในอนาคตยังอยู่คู่กับสังคมไทยและมีคนรุ่นใหม่เดินทางไปท่องเที่ยวตลาดน้ำมากขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาปัจจัยดึงดูดที่ทำให้คนรุ่นใหม่เจนเอเรชั่น z เดินทางไปท่องเที่ยวตลาดน้ำในเขตภาคกลาง
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่คนรุ่นใหม่เจนเอเรชั่น z อาจไม่สนใจหรือไม่ต้องการเดินทางไปเที่ยวตลาดน้ำ
3. เพื่อศึกษาแนวคิดของคนรุ่นใหม่เจนเอเรชั่น z ที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำในปัจจุบัน

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. ขอบเขตของการวิจัย
 - 1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

งานวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมุ่งศึกษาประเด็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคเจนเอเรชั่น z ต้องการไปเที่ยวตลาดน้ำในเขตภาคกลาง และปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคเจนเอเรชั่น z ไม่ต้องการไปเที่ยวตลาดน้ำในเขตภาคกลาง รวมถึงมุมมองของเจนเอเรชั่น z ที่ต้องการส่งเสริมตลาดน้ำยุคใหม่
 - 1.2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชั่น z ซึ่งกำลังศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีอายุระหว่าง 16-24 ปี จำนวน 27 คน
 - 1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

งานวิจัยนี้ศึกษาปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคเจนเอเรชั่น z ต้องการและไม่ต้องการไปเที่ยวตลาดน้ำในเขตภาคกลาง โดยสัมภาษณ์ผู้บริโภคเจนเอเรชั่น z ในเขตภาคกลาง รวมถึงกรุงเทพมหานคร
 - 1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงวันที่ 15-20 มกราคม 2568
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview form) โดยดัดแปลงคำถามสัมภาษณ์จากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (มนตรี เกิดมีมูล, 2560: 154; วิทยา เจริญสุข, 2563: 42) เพื่อให้ได้คำตอบด้านปัจจัยของผู้บริโภคเจนเอเรชั่น z ที่ต้องการเดินทางไป

ห้องเที่ยวตลาดน้ำในเขตภาคกลางในแต่ละด้านที่ตรงประเด็นครอบคลุมตามที่วัตถุประสงค์ทั้ง 3 ข้อ ตัวอย่างคำสัมภาษณ์ เช่น ท่านคิดว่าปัจจัยอะไรบ้างจะดึงดูดคนเจเนอเรชั่น z ไปท่องเที่ยวตลาดน้ำในเขตภาคกลาง โปรดยกตัวอย่างน้อย 5 ปัจจัย ในขณะที่เดียวกันผู้วิจัยได้สอบถามปัจจัยที่คนเจเนอเรชั่น z ไม่สนใจไปท่องเที่ยวตลาดน้ำ ตัวอย่างเช่น เพราะเหตุใดในช่วงหลายปีที่ผ่านมาที่ท่านไม่สนใจและไม่ไปท่องเที่ยวตลาดน้ำ นอกจากนั้นผู้วิจัยยังได้สอบถามแนวคิดของคนรุ่นใหม่ที่มีต่อการส่งเสริมท่องเที่ยวตลาดน้ำในปัจจุบัน ตัวอย่างเช่น หากท่านเป็นผู้นำเยาวชนรุ่นใหม่ท่านจะมีแนวคิดอะไรหรืออย่างไรต่อการส่งเสริมท่องเที่ยวตลาดน้ำในปัจจุบัน

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคเจเนอเรชั่น z ที่กำลังศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง โดยผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลที่มาจากต่างคณะ ต่างชั้นปี และต่างภูมิภาค โดยใช่วิธีการเก็บข้อมูลด้วยวิธีแบบเจาะจง กล่าวคือ เก็บข้อมูลจากผู้ที่เคยไปท่องเที่ยวตลาดน้ำอย่างน้อย 1 ครั้ง ใน 1 ปีและผู้ที่ไม่เคยเที่ยวตลาดน้ำเลยในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา โดยผู้วิจัยสัมภาษณ์ทั้งหมด 27 คน โดยแบ่งผู้ที่เคยไปตลาดน้ำ 15 คน มีประสบการณ์ท่องเที่ยวตลาดน้ำในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา และผู้ที่ไม่เคยไปตลาดน้ำ 12 คน ในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยในครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อวิเคราะห์ประเด็นตามวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อวิเคราะห์คำตอบที่ได้ตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยการวิเคราะห์ แยกแยะ จัดเนื้อหาตามวัตถุประสงค์การวิจัยและตีความสรุปผลวิจัยที่ได้รับให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

ผลการวิจัย (Research Results)

จากการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่เจเนอเรชั่น z เดินทางไปท่องเที่ยวตลาดน้ำในเขตภาคกลางกรณีศึกษาเยาวชนระดับปริญญาตรี ผู้วิจัยได้สรุปประเด็นจากการสัมภาษณ์ ตามวัตถุประสงค์ทั้ง 3 ข้อ ได้แก่ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยดึงดูดที่ส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่เจเนอเรชั่น z เดินทางไปท่องเที่ยวตลาดน้ำในเขตภาคกลาง 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่คนรุ่นใหม่เจเนอเรชั่น z ไม่สนใจหรือไม่ต้องการเดินทางไปเที่ยวตลาดน้ำในเขตภาคกลาง 3) เพื่อศึกษาแนวคิดของคนรุ่นใหม่เจเนอเรชั่น z ที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำในปัจจุบัน โดยสรุปแยกเป็นประเด็นตามวัตถุประสงค์แต่ละหัวข้อ ดังนี้

1. ปัจจัยดึงดูดที่ส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่เจเนอเรชั่น z เดินทางไปท่องเที่ยวตลาดน้ำในเขตภาคกลาง

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่ดึงดูดในการท่องเที่ยว ตลาดน้ำของคนกลุ่มเจเนอเรชั่น z โดยแบ่งเป็นปัจจัย 5 ปัจจัย ดังนี้ ได้แก่ 1.ด้านสินค้าท้องถิ่น 2.ด้านกิจกรรมของตลาดน้ำ 3.ด้านวิถีชีวิตของชุมชน 4.ด้านการถ่ายรูป 5.ด้านบรรยากาศของตลาดน้ำ ซึ่งจะเป็นปัจจัยด้านความหลากหลายของกิจกรรมและประสบการณ์ที่สามารถสัมผัสได้ที่ตลาดน้ำภาคกลางไม่จะเป็นการเดินทางชมตลาดที่มีการขายสินค้าพื้นเมืองและอาหารพื้นบ้านที่ไม่สามารถหาจากที่อื่นได้ความหลากหลายของสินค้าในตลาดน้ำไม่จะเป็นของท้องถิ่น อาหารพื้นเมือง และผลิตภัณฑ์หัตถกรรมต่าง ๆ ที่ไม่สามารถหาซื้อได้จากที่อื่น นอกจากนี้ ความเป็นธรรมชาติและบรรยากาศที่มีความเป็นเอกลักษณ์ เช่น การนั่งเรือพายหรือล่องเรือไปตามคลองน้ำก็เป็นสิ่งที่ทำให้รู้สึกตื่นเต้นและอยากไปสัมผัสด้วยตัวเองอีกด้วย ตลาดน้ำในเขตภาคกลางยังสะท้อนถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนท้องถิ่น ซึ่งทำให้การท่องเที่ยวมีความหมายมากขึ้นและเป็นประสบการณ์ที่น่าจดจำ ซึ่งทำให้การท่องเที่ยว

ในตลาดน้ำเป็นการหลีกเลี่ยงจากสถานที่ท่องเที่ยวทั่วไปที่เป็นรูปแบบของห้างสรรพสินค้าและเมืองใหญ่นอกจากนี้ การถ่ายรูปสวยๆ สำหรับโพสต์ในโซเชียลเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้น่าสนใจ เพราะตลาดน้ำมีความเป็นธรรมชาติและมีบรรยากาศที่แตกต่างจากสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆอีกทั้งตลาดน้ำยังแสดงถึงการใช้ชีวิตของสมัยโบราณ ซึ่งตัวอย่างเช่น ผู้ให้ข้อมูลเพศหญิง อายุ 16 ปี กล่าวว่า ปัจจัยที่ดึงดูดให้ฉันอยากไปเที่ยวตลาดน้ำในเขตภาคกลางคงจะเป็นความหลากหลายของกิจกรรมและประสบการณ์ที่สามารถสัมผัสได้ทีนั้น เช่น การเดินชมตลาดที่มีการขายสินค้าพื้นเมืองและอาหารพื้นบ้านที่ไม่สามารถหาจากที่อื่นได้ ซึ่งตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลเพศชาย อายุ 17 ปีกล่าวว่า สิ่งดึงดูดให้ฉันอยากไปเที่ยวตลาดน้ำในเขตภาคกลางคือความเป็นเอกลักษณ์ของตลาดน้ำที่สามารถสัมผัสบรรยากาศและวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นได้อย่างแท้จริง ความหลากหลายของสินค้าในตลาดน้ำ เป็นต้น ซึ่งสามารถสรุปเป็นปัจจัยหลักจากการสัมภาษณ์ตามตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1: ปัจจัยดึงดูดที่ส่งเสริมให้ Gen Z ท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคกลางจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

ปัจจัยหลัก	รายละเอียด
1. สินค้าท้องถิ่น	อาหารพื้นเมืองและสินค้าหัตถกรรมที่หาซื้อไม่ได้จากที่อื่น
2. กิจกรรมของตลาดน้ำ	การนั่งเรือพาย การเดินชมตลาด การลองทำอาหารท้องถิ่น
3. วิถีชีวิตของชุมชน	ตลาดน้ำสะท้อนวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น
4. การถ่ายรูป	มีบรรยากาศที่สวยงาม เหมาะแก่การแชร์บนโซเชียลมีเดีย
5. บรรยากาศของตลาดน้ำ	บรรยากาศธรรมชาติ เงียบสงบ และแตกต่างจากห้างสรรพสินค้า

2. ปัจจัยที่คนรุ่นใหม่เจนเนอเรชั่น z ไม่สนใจหรือไม่ต้องการเดินทางไปเที่ยวตลาดน้ำในเขตภาคกลาง ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่ทำให้คนกลุ่มเจนเนอเรชั่น z ไม่สนใจไปท่องเที่ยวตลาดน้ำในเขตภาคกลาง โดยแบ่งเป็นปัจจัย 4 ปัจจัย ดังนี้ 1.ความไม่สะดวกในการเดินทาง 2.ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ดี 3.ที่จอดรถไม่เพียงพอ 4.ความปลอดภัย ซึ่งคือความแออัดของผู้คนในช่วงเทศกาลหรือตอนที่ตลาดมีคนเยอะ ทำให้การเดินทางไม่สะดวกสบายและอาจจะรู้สึกไม่เป็นส่วนตัว นอกจากนี้ การเดินทางไปยังตลาดน้ำบางแห่งอาจจะใช้เวลานานและไม่สะดวกสบาย โดยเฉพาะหากไม่มีการขนส่งสาธารณะที่สะดวกมากพอ อีกทั้งบางตลาดน้ำอาจมีราคาสินค้าหรือบริการที่ค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับคุณค่าหรือสิ่งที่ได้รับ ซึ่งอาจทำให้เกิดความไม่พึงพอใจในการเลือกไปเที่ยวที่นั่นอีกทั้ง การขาดการพัฒนาในด้านความสะดวกสบาย เช่น การจัดการการเดินทางที่ไม่สะดวก หรือความสะอาดของสถานที่บางแห่ง ก็เป็นปัจจัยที่ทำให้คนกลุ่มเจนเนอเรชั่น z ไม่อยากไปเที่ยวตลาดน้ำซึ่งทำให้ขาดความสนุกในการเยี่ยมชม การขาดความสะดวกสบาย: หากตลาดน้ำไม่ได้มีการดูแลสิ่งแวดล้อมที่ดี เช่น ที่จอดรถไม่เพียงพอ, ขาดพื้นที่นั่งพัก, หรือระบบสาธารณูปโภคที่ไม่สะดวก ก็อาจทำให้รู้สึกไม่คุ้มค่ากับการเดินทาง ซึ่งถ้าราคาสินค้าหรืออาหารในตลาดน้ำสูงเกินไปเมื่อเทียบกับคุณภาพหรือประสบการณ์ที่ได้รับ คนกลุ่มเจนเนอเรชั่น z อาจจะเลือกไปที่อื่นที่คุ้มค่ามากกว่ารวมถึง ขาดกิจกรรมที่น่าสนใจในตลาดน้ำแต่ละแห่งของภาคกลางหากตลาดน้ำไม่มีการจัดกิจกรรมที่น่าสนใจหรือไม่มีการปรับปรุงรูปแบบให้ทันสมัยและน่าสนใจ อาจทำให้รู้สึกว่าไม่น่าสนใจพอที่จะไปท่องเที่ยว ซึ่งไม่ตรงกับความต้องการของเยาวชนที่

มองหาคำคมค่าและประสบการณ์ที่น่าตื่นเต้นปัญหาด้านความสะอาดและสุขอนามัย หากตลาดน้ำไม่มีการดูแลเรื่องความสะอาดอย่างดีก็อาจทำให้รู้สึกไม่มั่นใจในการท่องเที่ยว และไม่ยอมเสี่ยงต่อสุขภาพซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกไม่ปลอดภัยหรือไม่สะดวกใจในการเที่ยว ซึ่งอาจเป็นเพราะด้วยยุคสมัยที่เปลี่ยนไปคนรุ่นใหม่นิยมเดินห้างมากกว่าเพราะสะดวกสบายแดดไม่ร้อนพื้นที่เยอะไม่แออัดซึ่งตัวอย่างเช่น ผู้ให้ข้อมูลเพศหญิง อายุ 18 ปี กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้ฉันไม่สนใจไปท่องเที่ยวตลาดน้ำในเขตภาคกลางอาจเป็นเพราะ ปัญหาความแออัด: หากตลาดน้ำมีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก มักอาจทำให้รู้สึกอึดอัดและไม่สะดวกสบายในการเดินทางหรือการเลือกซื้อสินค้า ซึ่งทำให้ขาดความสนุกในการเยี่ยมชมและผู้ให้ข้อมูลเพศชายอายุ 18 ปี ปัจจัยที่ทำให้ฉันไม่สนใจไปตลาดน้ำคือการเดินทางที่ไม่สะดวกมากนัก เพราะบางครั้งตลาดน้ำอยู่ห่างไกลจากที่พัก และต้องใช้เวลานานซึ่งสามารถสรุปเป็นปัจจัยหลักจากการสัมภาษณ์ตามตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2: ปัจจัยที่ทำให้ Gen Z ไม่สนใจหรือลังเลที่จะไปตลาดน้ำจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

ปัจจัยหลัก	รายละเอียด
1. ความไม่สะดวกในการเดินทาง	ตลาดน้ำบางแห่งอยู่ไกล และระบบขนส่งสาธารณะไม่เอื้อต่อการเดินทาง
2. ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ดี	ขาดที่จอดรถ ห้องน้ำสะอาด หรือพื้นที่นั่งพัก
3. ที่จอดรถไม่เพียงพอ	ปัญหาที่จอดรถแออัด โดยเฉพาะช่วงเทศกาล
4. ความปลอดภัย	ตลาดน้ำบางแห่งมีปัญหาความสะอาดและสุขอนามัย

3. แนวคิดของคนรุ่นใหม่เจนเนอเรชั่น z ที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำในปัจจุบัน

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยการส่งเสริมและพัฒนาตลาดน้ำยุคใหม่แบ่งออกเป็น 5 ปัจจัย ดังนี้ 1. สิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ 2.เอกลักษณ์ความเป็นไทย 3. สินค้าและบริการ 4.ด้านการตลาดออนไลน์ 5. ด้านความยั่งยืนซึ่งควรเน้นที่การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัยและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวมากขึ้น เช่น การจัดหาที่จอดรถที่เพียงพอและสะดวก การให้บริการระบบขนส่งสาธารณะที่เชื่อมต่อได้ดี รวมถึงการจัดการพื้นที่ให้ไม่แออัดเกินไปเพื่อให้ผู้มาเยือนสามารถเพลิดเพลินกับการเดินชมตลาดได้อย่างสบาย นอกจากนี้ การสร้างบรรยากาศที่เป็นเอกลักษณ์ โดยการเน้นการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น การแสดงดนตรีพื้นบ้านหรือการจัดกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตท้องถิ่น จะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใคร อีกทั้ง ควรมีการควบคุมคุณภาพสินค้าและบริการให้มีมาตรฐาน เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวและทำให้ตลาดน้ำกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงในด้านความปลอดภัยและคุณภาพรวมถึงมีการใช้เทคโนโลยี: เช่น การสร้างแอปพลิเคชันสำหรับการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับตลาดน้ำ เช่น เวลาทำการ, สถานที่ตั้ง, และกิจกรรมที่จัดขึ้นในวันนั้น เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมสามารถวางแผนการเดินทางได้สะดวก การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก: เช่น การปรับปรุงความสะอาด, สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสุขอนามัย การจัดระเบียบการเข้าสถานที่ และความปลอดภัยในพื้นที่ตลาดน้ำการนำเสนอสินค้าที่หลากหลายและคุณภาพดี: เพื่อให้ตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภคที่มีความหลากหลาย ทั้งในเรื่องของอาหาร, ของที่ระลึก, หรือสินค้าแฟชั่น การพัฒนาเหล่านี้จะช่วยเพิ่มประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวและดึงดูดให้ตลาดน้ำมีความน่าสนใจในสายตาของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันรวมถึงการสร้างควมยั่งยืนและรักษาสิ่งแวดล้อม: ส่งเสริมการใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้ถุงพลาสติกน้อยลง การรณรงค์ให้ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งจะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตลาดน้ำในระยะยาว การพัฒนาในด้านเหล่านี้จะช่วยให้ตลาดน้ำสามารถดึงดูด

นักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศได้มากขึ้น และตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ที่ต้องการประสบการณ์ที่หลากหลายและสะดวกสบายรวมถึงสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ เช่น การจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น การแสดงดนตรีพื้นบ้าน หรือการทำกิจกรรมที่ส่งเสริมการเรียนรู้และมีความสนุกสนานสำหรับเยาวชน รวมถึงเน้นทางด้านการตลาดไม่ว่าจะเป็นทางการโปรโมทตลาดผ่านสื่อออนไลน์และการใช้แอปพลิเคชันต่างๆ เพื่อให้ผู้คนสามารถเข้าถึงข้อมูลได้สะดวก เช่น ตารางเวลาเปิด-ปิด และโปรโมชั่นต่างๆและที่ขาดไม่ได้เลยคือยังคงรักษาความเป็นไทย และวิถีการใช้ชีวิตที่เหมือนสมัย โบราณไว้ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้นซึ่งสามารถสรุปเป็นปัจจัยหลักจากการสัมภาษณ์ตามตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 3: แนวทางส่งเสริมตลาดน้ำให้ดึงดูดคนรุ่นใหม่จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 3

แนวทางการพัฒนา	รายละเอียด
1. สิ่งอำนวยความสะดวก	จัดที่จอดรถให้เพียงพอ พัฒนาห้องน้ำและระบบสาธารณูปโภค
2. เอกลักษณ์ความเป็นไทย	ส่งเสริมกิจกรรมเชิงวัฒนธรรม เช่น การแสดงพื้นบ้าน การสาธิตหัตถกรรม
3. การพัฒนาสินค้าและบริการ	เพิ่มความหลากหลายของสินค้า อาหาร และของที่ระลึก
4. การตลาดออนไลน์	ใช้โซเชียลมีเดียและแอปพลิเคชันเพื่อให้ข้อมูลการเดินทาง โปรโมชั่น ฯลฯ
5. ความยั่งยืน	รณรงค์การท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น ลดการใช้พลาสติก

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

จากการสรุปผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์คนกลุ่มเจนเอเรชั่น z ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่าแบ่งเป็นปัจจัยดึงดูดในการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำของคนกลุ่มเจนเอเรชั่น z โดยแบ่งเป็นปัจจัย 5 ปัจจัย ดังนี้ ได้แก่ 1.ด้านสินค้าท้องถิ่น 2.ด้านกิจกรรมของตลาดน้ำ 3.ด้านวิถีชีวิตของชุมชน 4.ด้านการถ่ายรูป 5.ด้านบรรยากาศของตลาดน้ำดึงดูดในการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่ดึงดูดคนรุ่นใหม่ให้ไปท่องเที่ยวตลาดน้ำคือ ความหลากหลายของกิจกรรมและประสบการณ์ที่ตลาดน้ำสามารถมอบให้ เช่น การชมสินค้าพื้นเมืองและอาหารท้องถิ่นที่ไม่สามารถหาซื้อได้จากที่อื่น ๆ การใช้เรือพายหรือการล่องเรือที่มีความเป็นเอกลักษณ์ การถ่ายภาพเพื่อโพสต์ในโซเชียลมีเดีย และบรรยากาศที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตท้องถิ่นซึ่งสะท้อนถึงความเป็นธรรมชาติและความเป็นไทย นอกจากนี้ การหลีกเลี่ยงจากสถานที่ท่องเที่ยวแบบห้างสรรพสินค้าหรือเมืองใหญ่ทำให้ตลาดน้ำดูมีเสน่ห์และดึงดูดเยาวชนที่ต้องการความแตกต่างและประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใคร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวีรยา เจริญสุข (2563: 44) พบว่า ด้านทางกายภาพของตลาดน้ำ ด้านสินค้าผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการตลาดเป็นปัจจัยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามมากที่สุด ซึ่งผลการวิจัยข้อที่ 1 ผู้ประกอบการตลาดน้ำแต่ละแห่งสามารถนำแนวทางผลการวิจัยไปพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดมากยิ่งขึ้น

จากการสรุปผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์คนกลุ่มเจนเอเรชั่น z ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่าแบ่งเป็น 4 ปัจจัย ดังนี้ 1.ความไม่สะดวกในการเดินทาง 2.ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ดี 3.ที่จอดรถไม่เพียงพอ 4.ความปลอดภัย ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ไม่สนใจท่องเที่ยวตลาดน้ำได้ แม้ว่าตลาดน้ำจะมีเสน่ห์ แต่ยังมี

ปัจจัยบางประการทำให้คนกลุ่มเจนเอเรชั่น Z ไม่สนใจเดินทางไปท่องเที่ยวตลาดน้ำ โดยหลักๆ ได้แก่ ความแออัดของผู้คนในช่วงเทศกาลที่ทำให้การเดินทางไม่สะดวกสบาย ความไม่สะดวกในการเดินทางไปยังตลาดน้ำบางแห่ง เนื่องจากขาดการขนส่งสาธารณะที่มีประสิทธิภาพ ความไม่คุ้มค่าเมื่อเทียบกับราคาสินค้าและบริการที่สูงกว่าที่ควรจะเป็น รวมถึงปัญหาความสะอาดและการขาดสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ที่จอดรถและพื้นที่พักผ่อนที่ไม่เพียงพอ ซึ่งทำให้การเที่ยวตลาดน้ำไม่สนุกและไม่น่าสนใจสำหรับเยาวชนในปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนางลักษณ์ ลัคนทินากร, สุรัฐ บุญทรง และอุทัย แก้วกลม (2567: 78) พบว่า ด้านความความแออัดเป็นปัจจัยของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกจังหวัดราชบุรีซึ่งส่งผลในความปลอดภัยในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นความปลอดภัยด้านสุขอนามัยรวมถึงขาดการดูแลสิ่งอำนวยความสะดวกให้มีคุณภาพซึ่งผลการวิจัยข้อที่ 2 ผู้ประกอบการตลาดน้ำแต่ละแห่งสามารถนำไปเป็นแนวทางปรับปรุงข้อเสียของตลาดน้ำให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

จากการสรุปผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์คนกลุ่มเจนเอเรชั่น Z ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 พบว่าแนวคิดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำ จากการวิจัย, แนวคิดของคนรุ่น Z แบ่งออกเป็น 5 ปัจจัยดังนี้ 1. สิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ 2.เอกลักษณ์ความเป็นไทย 3. สินค้าและบริการ 4.ด้านการตลาดออนไลน์ 5. ด้านความยั่งยืนต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำเน้นไปที่การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัย เช่น ที่จอดรถที่เพียงพอ ระบบขนส่งที่สะดวก การรักษาความสะอาด และความปลอดภัยในพื้นที่ตลาดน้ำ เพื่อให้การเดินทางไปท่องเที่ยวสะดวกสบายและปลอดภัย นอกจากนี้การใช้เทคโนโลยีในการช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น การสร้างแอปพลิเคชันสำหรับให้ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับตลาดน้ำก็เป็นแนวคิดที่ช่วยให้การเข้าถึงตลาดน้ำง่ายขึ้น รวมถึงการพัฒนาและรักษาวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยการจัดกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตดั้งเดิม เช่น การแสดงดนตรีพื้นบ้าน การเรียนรู้การทำอาหารพื้นบ้าน หรือกิจกรรมที่สร้างความสนุกสนานแก่เยาวชนที่เข้ามาท่องเที่ยวสอดคล้องกับงานวิจัยของ (วัลภา รัตมิโชติ และคณะ, 2566: 269) พบว่า ได้มีแนวทางการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตลาดน้ำอัมพวาในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านบริหารจัดการ ด้านพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ความต้องการของนักท่องเที่ยวอีกทั้งยังมีการส่งเสริมด้านการอนุรักษ์ส่งมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนตลาดน้ำอัมพวาอีกทั้งยังให้ความสำคัญกับด้านบริการและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนตลาดน้ำอัมพวาซึ่งผลการวิจัยข้อที่ 3 ผู้ประกอบการตลาดน้ำแต่ละแห่งสามารถนำไปเป็นแนวทางพัฒนาตลาดน้ำของตนให้เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

คนกลุ่มเจนเอเรชั่น z ให้ความสนใจตลาดน้ำเพราะความเป็นเอกลักษณ์และประสบการณ์ที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวในเมือง ซึ่งมีปัจจัยดึงดูด ได้แก่ 1.สินค้าท้องถิ่นและอาหารพื้นเมืองที่หาได้ยากในห้างสรรพสินค้า 2.กิจกรรมที่หลากหลาย เช่น การล่องเรือ พายเรือ หรือชมการแสดงพื้นบ้าน 3.บรรยากาศและวิถีชีวิตชุมชน ที่ให้ความรู้สึกลึ้นยุคและใกล้ชิดธรรมชาติ 4.โอกาสในการถ่ายรูปเพื่อแชร์บนโซเชียลมีเดีย ซึ่งเป็นแรงจูงใจสำคัญของคนกลุ่มเจนเอเรชั่น z ซึ่งงานวิจัยนี้ช่วยให้เข้าใจ "พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของคนรุ่นใหม่" ที่เปลี่ยนไปจากอดีต โดย โซเชียลมีเดียและประสบการณ์เชิงลึกซึ่งมีความแตกต่างกับวิจัยที่ผ่านมาโดยงานวิจัยนี้กลายเป็นตัวแปรสำคัญที่กระตุ้นให้พวกเขาเลือกเดินทางไปตลาดน้ำ ซึ่งองค์ความรู้นี้สามารถใช้ต่อยอดในการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำให้ตอบโจทย์กลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลวิจัยไปใช้

สำหรับผลข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้จะมาจากผลการวิจัย 3 ประเด็นจากวัตถุประสงค์ทั้ง 3 ข้อ คือ 1. ผลการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยดึงดูดที่ส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่เจนเนอเรชัน Z เดินทางไปท่องเที่ยวตลาดน้ำในเขตภาคกลาง 2. ผลการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่คนรุ่นใหม่เจนเนอเรชัน Z ไม่สนใจหรือไม่ต้องการเดินทางไปเที่ยวตลาดน้ำในเขตภาคกลาง 3. ผลการวิจัยเกี่ยวกับแนวคิดของคนรุ่นใหม่เจนเนอเรชัน Z ที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำในปัจจุบัน มีดังต่อไปนี้

1.1 ผลการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยดึงดูดที่ส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่เจนเนอเรชัน Z เดินทางไปท่องเที่ยวตลาดน้ำในเขตภาคกลางจะเป็นทางด้านความหลากหลายของสินค้าและอาหารท้องถิ่นที่ไม่สามารถหาจากที่อื่นได้ ความเป็นธรรมชาติและวิถีชีวิตของคนท้องถิ่นที่สามารถสัมผัสได้โดยตรงความหลากหลายของกิจกรรมและประสบการณ์ที่ตลาดน้ำสามารถมอบให้ เช่น การชมสินค้าพื้นเมืองและอาหารท้องถิ่นที่ไม่สามารถหาซื้อได้จากที่อื่น ๆ การใช้เรือพายหรือการล่องเรือที่มีความเป็นเอกลักษณ์ ดังนั้นผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการด้านตลาดน้ำแต่ละจังหวัดในภาคกลางควรนำความคิดเห็นที่ได้จากการสัมภาษณ์เหล่านี้มาทำเป็นจุดแข็งเพื่อใช้สร้างเป็นภาพลักษณ์ที่โดดเด่นและประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำในเขตภาคกลางมากยิ่งขึ้นอีกทั้งควรมีการพัฒนากิจกรรมที่น่าสนใจเพิ่มเติม เช่น การจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรม การแสดงดนตรีพื้นบ้าน หรือกิจกรรมการเรียนรู้ที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตท้องถิ่น เพื่อให้เยาวชนมีประสบการณ์ที่หลากหลายและเพิ่มความน่าสนใจในการเยี่ยมชมตลาดน้ำ

1.2 ผลการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่คนรุ่นใหม่เจนเนอเรชัน Z ไม่สนใจหรือไม่ต้องการเดินทางไปเที่ยวตลาดน้ำในเขตภาคกลางจะเป็นด้านความแออัดของผู้คนในช่วงเทศกาลหรือตอนที่ตลาดน้ำมีผู้คนเยอะ ราคาสินค้าหรือบริการที่สูงกว่าคุณค่าหรือสิ่งที่ได้รับความสะดวกในการเดินทางที่ไม่ดี เช่น ขาดระบบขนส่งที่เชื่อมโยงหรือไม่มีที่จอดรถเพียงพอรวมถึงความสะอาดและสุขอนามัยที่ไม่ดีในบางแห่ง ดังนั้นผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการด้านตลาดน้ำแต่ละจังหวัดในภาคกลางควรนำความคิดเห็นที่ได้จากการสัมภาษณ์เหล่านี้มาปรับปรุงแก้ไขด้านต่างๆให้ดีขึ้น เช่น มีการจัดการด้านการไหลของผู้เข้าชมให้มีประสิทธิภาพ โดยการจัดช่วงเวลาเยี่ยมชมที่ไม่หนาแน่น หรือการจำกัดจำนวนผู้เข้าชมในแต่ละช่วงเวลา เพื่อลดความแออัดและทำให้ผู้เข้าชมมีประสบการณ์ที่ดีในการท่องเที่ยว อีกทั้งควรมีการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการด้วยการควบคุมคุณภาพของสินค้าพื้นเมืองและบริการต่างๆ จะช่วยสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในตลาดน้ำที่มีการแสดงออกถึงการอนุรักษ์วัฒนธรรมและวิถีชีวิตท้องถิ่น ควรส่งเสริมให้สินค้ามีคุณภาพและตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ เช่น อาหารท้องถิ่น, ของที่ระลึก หรือสินค้าหัตถกรรมที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรมและต้องทำการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกและการเดินทางไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาการขนส่งสาธารณะหรือจัดหาที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอจะช่วยลดความไม่สะดวกในการเดินทางและทำให้ตลาดน้ำเข้าถึงได้ง่ายขึ้น สำหรับการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น พื้นที่พักผ่อนหรือการรักษาความสะอาดของสถานที่ จะช่วยให้เยาวชนรู้สึกสบายใจในการท่องเที่ยว และส่งผลต่อการตัดสินใจในการกลับมาเยี่ยมชมในอนาคต

1.3 ผลการวิจัยเกี่ยวกับแนวคิดของคนรุ่นใหม่เจนเนอเรชัน Z ที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำในปัจจุบันจะเป็นด้านการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกให้ทันสมัยและสะดวกสบาย เช่น ระบบขนส่งที่เชื่อมโยงกับพื้นที่รอบ ๆ การจัดการพื้นที่จอดรถและการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสุขอนามัย การ

ใช้เทคโนโลยี เช่น การสร้างแอปพลิเคชันสำหรับนักท่องเที่ยวที่สามารถดูข้อมูลกิจกรรม สินค้า หรือบริการที่ตลาดน้ำมีในแต่ละแห่ง ดังนั้นผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการด้านตลาดน้ำแต่ละจังหวัดในภาคกลางควรนำความคิดเห็นที่ได้จากการสัมภาษณ์เหล่านี้มาพัฒนาส่งเสริมสิ่งเหล่านี้ให้ดียิ่งขึ้นไม่ว่าจะเป็นพัฒนาการใช้เทคโนโลยีนวัตกรรมให้เสถียรภาพเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้นรวมถึงส่งเสริมการจัดกิจกรรมใหม่ๆ ซึ่งการเน้นพัฒนาประสบการณ์และความสะดวกสบายในการเดินทางไปตลาดน้ำจะช่วยดึงดูดผู้บริโภคเจนเอเรชั่น Z ได้มากขึ้น เพราะกลุ่มนี้คำนึงถึงความสะดวกสบายและประสบการณ์ที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวในสถานที่อื่นๆ

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างที่หลากหลายขึ้น เช่น นักท่องเที่ยววัยทำงาน หรือชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำในเขตภาคกลาง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมมากขึ้น

2.2 ควรศึกษาและเปรียบเทียบตลาดน้ำในภูมิภาคอื่น เช่น ภาคเหนือหรือภาคใต้ เพื่อดูความแตกต่างในปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวและแนวทางการพัฒนา

2.3 ควรศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว Generation Z ในอีก 3-5 ปีข้างหน้า รวมถึงปัจจัยที่อาจส่งผลต่อความนิยมในการท่องเที่ยวตลาดน้ำ

2.4 ควรใช้การวิจัยเชิงปริมาณเพิ่มเติม เพื่อเก็บข้อมูลในวงกว้างและสามารถนำไปวิเคราะห์เชิงสถิติให้ได้ผลลัพธ์ที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรมมากขึ้น

2.5 ควรศึกษาแนวทางการนำเทคโนโลยี เช่น แอปพลิเคชันด้านการท่องเที่ยว หรือแพลตฟอร์มดิจิทัล มาใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นกรมการท่องเที่ยวมาคอยช่วยพัฒนาส่งเสริมแอปพลิเคชันด้านการท่องเที่ยว หรือแพลตฟอร์มดิจิทัลจะยิ่งช่วยให้ตลาดน้ำมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง (References)

- นางลักษณ์ ลัคนทินากร สุรัฐ บุญทรง และ อุทัย แก้วกลม (2567). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการจัดการความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี. **วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์แห่งรัตนโกสินทร์**. 6(2): 66-80.
- มนตรี เกิดมีมูล. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน: กรณีศึกษา ตลาดริมน้ำคลองแดน อำเภอร่อนฉะโนด จังหวัดสงขลา. **วารสารพัฒนบริหารศาสตร์**. 57(1): 146-163 <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/NDJ/article/view/72867/65409>
- วัลภา รัตมีโชติ วรเดช จันทรรุณ วิพร เกตุแก้ว และเพ็ญศรี ฉิรินัง. (2566). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนของตลาดน้ำอัมพวาและตลาดน้ำดำเนินสะดวก. **วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น**. 7(3): 257-272. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JLGISRRU/article/view/269044/181008>
- วีรยา เจริญสุข. (2563). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. **วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ**. 7(1): 39-47. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/RCIM/article/view/201314/151924>

- ศิริพร อำไพลาภสุข อัสวิน แสงพิกุล.(2565). การวิเคราะห์องค์ความรู้จากงานวิจัยสู่แนวทางการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. **วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์**. 5(4): 29-40 <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/assr/article/view/261906/174592>
- สมรศรี คำตรง. (2566). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Z ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. **วารสารวิชาการเซาธ์อีสท์บางกอก (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)**. 9(1): 93-107 https://so05.tci-thaijo.org/index.php/SB_Journal/article/view/263767/178821



การวิเคราะห์ความคิดเห็นนักท่องเที่ยวและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแชงสุภาพ
จังหวัดระนอง : แนวทางสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวแชงสุภาพ

The Analysis of Tourists' Opinions and Studies Regarding Hot Spring Tourism
in Ranong Province: Guidelines for Promoting Health Tourism

พรทิพย์ บุญเที่ยงธรรม¹ มนต์ศิระ จรูญสิทธิ์² ยური โชคสวนทรัพย์³ ศิริพร อำไพลาภสุข⁴ ภควดี วรรณพฤษ⁵
Pornthip Boontheingtham, Monsira Jaroonsit, Yuwaree Choksuanap, Siriporn Ampailapsuk,
Pakawadee Vanapruk

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแชงสุภาพในจังหวัดระนอง และสังเคราะห์แนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวแชงสุภาพของจังหวัดระนอง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากเว็บไซต์ TripAdvisor และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในช่วง 15 ปีที่ผ่านมา และใช้เทคนิคการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นบวก ได้แก่ บรรยากาศธรรมชาติที่ร่มรื่น ความสะอาดของน้ำแร่ ความสะดวกในการเดินทาง และสิ่งอำนวยความสะดวก ขณะที่ ความคิดเห็นเชิงลบ ได้แก่ ปัญหาที่จอดรถไม่เพียงพอ ความแออัดของสถานที่ และคุณภาพน้ำแร่ที่แตกต่างกัน สำหรับการสังเคราะห์แนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวแชงสุภาพของจังหวัดระนองจากงานวิจัยที่มีอยู่ สามารถแบ่งออกได้ 6 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการตลาด 2) ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว 3) ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว 4) ด้านการบริหารจัดการ 5) ด้านการสร้างภาพพจน์ให้แก่นักท่องเที่ยว และ 6) ด้านการรักษาคุณภาพบ่อน้ำพุร้อน ผลการวิจัยนี้สามารถใช้เป็นแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวแชงสุภาพของจังหวัดระนองให้ยั่งยืนและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน

คำสำคัญ (Keywords) : น้ำพุร้อน; การท่องเที่ยวแชงสุภาพ; ความคิดเห็นนักท่องเที่ยว

Received: 2025-02-18 Revised: 2025-03-02 Accepted: 2025-03-04

¹ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรการท่องเที่ยวและธุรกิจอีเวนต์ คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต Lecturer, Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University, Bangkok, Thailand. E-mail: pornthip.boon@dpu.ac.th

² อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรการท่องเที่ยวและธุรกิจอีเวนต์ คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต Lecturer, Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University, Bangkok, Thailand. E-mail: jaroonsit@yahoo.com

³ คณบดี และอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรการท่องเที่ยวและธุรกิจอีเวนต์ สาขาวิชาการท่องเที่ยวและธุรกิจอีเวนต์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต Dean and Lecturer of Tourism and Event Business Dhurakij Pundit University, Bangkok, Thailand. E-mail: yuwaree.cho@gmail.com

⁴ หัวหน้าหลักสูตรปริญญาตรี สาขาวิชาการท่องเที่ยวและธุรกิจอีเวนต์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต Lecturer Head of Bachelor's Program in Tourism and Event Business, Dhurakij Pundit University, Bangkok, Thailand. E-mail: siriporn.amp@dpu.ac.th

⁵ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรการท่องเที่ยวและธุรกิจอีเวนต์ คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต Lecturer, Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University, Bangkok, Thailand. E-mail: pakawadee.van@dpu.ac.th

Abstract

This study aimed to analyze tourists' opinions on hot spring tourism in Ranong province and synthesize strategies to promote health tourism. The data was collected from reviews on TripAdvisor and relevant research over the past 15 years. The study employed document analysis and content analysis methods.

The findings indicated that positive factors included a relaxing natural atmosphere, clean mineral water, convenient transportation, and sufficient facilities. In contrast, obstacles included limited parking, overcrowding, and inconsistent water quality. The study proposed six key areas for developing health tourism in Ranong: 1) Marketing, 2) Tourism site development, 3) Resource management, 4) Administration, 5) Tourist satisfaction, and 6) Hot spring water quality. These findings served as recommendations to enhance the sustainability and alignment of Ranong's health tourism with current tourist demands.

Keywords: hot springs; health tourism; tourist opinions

บทนำ (Introduction)

ในปัจจุบัน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ โดยสร้างรายได้ในระดับที่มีนัยสำคัญ นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพยังได้รับการส่งเสริมอย่างแพร่หลาย เนื่องจากประชาชนหันมาให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพมากขึ้น (สิริธรรม บุญดำ, 2566: 2) หนึ่งในรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและควรได้รับการสนับสนุนในบริบทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพคือการท่องเที่ยวน้ำพุร้อน (Hot Spring Tourism) ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมในหมู่คนรุ่นใหม่ (รักพงษ์ ขอลือ, 2564: 2) การท่องเที่ยวน้ำพุร้อนมุ่งเน้นการใช้เวลาว่างเพื่อพักผ่อนในสถานที่ที่มีสภาพแวดล้อมสวยงาม โดยนักท่องเที่ยวสามารถทำกิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพ เช่น การอาบน้ำแร่หรือแช่น้ำแร่ร้อน ซึ่งมีส่วนช่วยฟื้นฟูสุขภาพกายและจิตใจ (ศุภลักษณ์ พินิจภูวดล, 2566: 3) ทั้งนี้ การเข้าถึงข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์ที่สะดวกรวดเร็ว ช่วยกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวประเภทนี้ในวงกว้าง

จังหวัดระนองเป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงในด้านการท่องเที่ยวน้ำพุร้อนมาเป็นระยะเวลาหลายสิบปี และมีธุรกิจที่พักแรมหลายแห่งที่ให้บริการอาบน้ำแร่ภายในโรงแรม รวมถึงมีการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ด้วยความสำคัญของการท่องเที่ยวน้ำพุร้อน ทำให้มีนักวิชาการจำนวนมากสนใจศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวน้ำพุร้อนของจังหวัดระนองกันมากขึ้นในช่วงระยะเวลาสิบปีที่ผ่านมา อย่างไรก็ตาม จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวน้ำพุร้อนของจังหวัดระนองยังขาดการบูรณาการหรือการวิเคราะห์องค์ความรู้ที่มีอยู่เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวน้ำพุร้อนของจังหวัดระนอง โดยหากนำองค์ความรู้จากงานวิจัยที่มีอยู่ มาวิเคราะห์ร่วมกับแหล่งข้อมูลที่รวบรวมความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวน้ำพุร้อนของจังหวัดระนอง เช่น TripAdvisor องค์ความรู้ที่น่าจะก่อให้เกิดมากขึ้นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทน้ำพุร้อนของจังหวัด เนื่องจากเป็น การบูรณาการองค์ความรู้จากหลายๆ เรื่องเข้าด้วยกัน อีกทั้งความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวอาจมีมุมมองและประสบการณ์ที่หลากหลาย การวิเคราะห์เชิงบูรณาการดังกล่าว จะช่วยให้องค์กรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้าใจจุดเด่นและปัญหาของแหล่งท่องเที่ยวได้มากขึ้น เพื่อปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว การบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะดวกให้เหมาะสมยิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยให้ผู้เดินทางท่องเที่ยว และส่งผลเชิงบวกต่อการเติบโตของเศรษฐกิจในระดับจังหวัดและรายได้จากการท่องเที่ยวโดยรวม

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนของจังหวัดระนอง โดยใช้ข้อมูลทฤษฎีจากเว็บไซต์ TripAdvisor โดยจำแนกความคิดเห็นออกเป็นความคิดเห็นเชิงบวกและเชิงลบ
2. เพื่อศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนของจังหวัดระนองในระยะ 15 ปี ที่ผ่านมา
3. เพื่อสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อประมวลเป็นแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบ่อน้ำพุร้อนของจังหวัดระนอง

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

งานวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) โดยมุ่งศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนของจังหวัดระนอง โดยใช้ข้อมูลทฤษฎีจากเว็บไซต์ TripAdvisor และศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนของจังหวัดระนองในระยะ 15 ปี ที่ผ่านมา จากฐานข้อมูล TCI (Thailand Citation Index) และ Google Scholar หลังจากนั้น นำข้อมูลจากทั้ง 2 วัตถุประสงค์มาสังเคราะห์เพื่อประมวลเป็นแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบ่อน้ำพุร้อนของจังหวัดระนอง

1.2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือแหล่งท่องเที่ยวประเภทบ่อน้ำพุร้อนในจังหวัดระนอง โดยผู้วิจัยเลือกศึกษาจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและงานวิจัยที่ผ่านมาเกี่ยวกับบ่อน้ำพุร้อนในจังหวัดระนอง

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

บ่อน้ำพุร้อนในจังหวัดระนอง

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงวันที่ 20-25 มกราคม 2568

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยสร้างแบบสำรวจข้อมูลขึ้นมา (Survey Form) 2 ชุด จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (นิรวิทย์ เมืองดิษฐ์ และ พรณิฉัย นิติโรจน์, 2560: 1263; รัฐวิษณุ เศรษฐยุกานนท์ และไตรรัตน์ จารุทัศน์, 2567: 205) โดยได้ทำการปรับปรุงเนื้อหาเพื่อให้ตรงกับวัตถุประสงค์การวิจัยในครั้งนี้ ชุดแรกใช้เก็บข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อ 1 เช่นการวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวด้านบวกและด้านลบ และ ชุดที่สองใช้เก็บข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อ 2 โดยเก็บข้อมูลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและบ่อน้ำพุร้อนจังหวัดระนองผู้วิจัยได้ทดลองใช้แบบสำรวจทั้ง 2 ชุด เพื่อทดลองเก็บข้อมูล พบว่า แบบสำรวจทั้ง 2 ชุดนี้สามารถเก็บข้อมูลได้ตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัยทั้ง 2 ข้อ

3. การรวบรวมข้อมูล

สำหรับวัตถุประสงค์ข้อ 1 ผู้วิจัยเก็บรวบรวมความคิดเห็นด้านบวกและด้านลบของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนของจังหวัดระนองจาก Tripadvisor โดยเก็บย้อนหลังด้วยการรวบรวมข้อมูลความเห็นของนักท่องเที่ยวในช่วง 15 ปีที่ผ่านมา สำหรับวัตถุประสงค์ข้อ 2 ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากฐานข้อมูล TCI และ Google Scholar โดยเป็นผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและบ่อน้ำพุร้อนของจังหวัดระนอง และสืบค้นจากประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและบ่อน้ำพุร้อนจังหวัดระนอง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเชิงบวกและเชิงลบและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนของจังหวัดระนอง โดยจัดหมวดหมู่ของข้อมูล และใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เช่น ความถี่และร้อยละ เพื่อนำเสนอข้อมูล

ผลการวิจัย (Research Results)

ตารางที่ 1 แสดงความคิดเห็นด้านบวกของท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนจังหวัดระนอง

ประเด็นความคิดเห็น	จำนวน ความ คิดเห็น	ร้อยละ	ตัวอย่างความคิดเห็น
1.บรรยากาศมีความร่ม รื่นสดชื่นเป็นธรรมชาติ	65	32.50	“บ่อแช่น้ำแร่ในผืนป่าอุทยานแห่งชาติร่มรื่น สะอาด สดชื่น” “บรรยากาศเหมาะสำหรับการพักผ่อนนั่งแช่น้ำ ร้อนผ่อนคลาย”
2.น้ำแร่มีความสะอาด	50	25	“น้ำร้อนน้ำแร่มีความสะอาดและให้เลือกหลาย สระ ดื่กลำธารน้ำเย็น” “บ่อน้ำแร่มีความสะอาดเหมาะกับการแช่เพื่อ สุขภาพ”
3.อากาศถ่ายเทสะดวก	38	19	“อากาศดีและถ่ายเทสะดวก “ “เป็นสถานที่เพื่อสุขภาพมีอากาศที่ดีมีความเป็น ธรรมชาติ”
4.เดินทางง่ายและ สะดวก	30	15	“เดินทางสะดวกเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้ไม่ ยาก ” “เดินทางง่ายเพราะอยู่ใจกลางเมือง”

ประเด็นความคิดเห็น	จำนวน ความ คิดเห็น	ร้อยละ	ตัวอย่างความคิดเห็น
5.มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน	14	7	“มีสิ่งอำนวยความสะดวกมากมาย ทั้ง บ่อน้ำร้อน แบบแช่เท้า แช่ทั้งตัว มีที่อาบน้ำกลางแจ้ง” “มีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมตั้งแต่ร้านอาหาร ที่พัก และเจ้าหน้าที่คอยดูแล”
6.พนักงานหรือเจ้าหน้าที่บริการดี	3	1.50	“เจ้าหน้าที่ให้บริการดีและดูแลเอาใจใส่มาก ” “เจ้าหน้าที่ดูแลด้านความสะอาดของสถานที่ได้ดี มาก”
รวม	200	100	

จากตารางที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเชิงบวกเกี่ยวกับการท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนของจังหวัดระนอง เช่น ด้านบรรยากาศมีความร่มรื่นสดชื่นเป็นธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 32.50 รองลงมาด้านน้ำแร่มีความสะอาด คิดเป็นร้อยละ 25 ด้านอากาศถ่ายเทสะดวก คิดเป็นร้อยละ 19 ด้านการเดินทางง่ายและสะดวก คิดเป็นร้อยละ 15 ด้านมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน คิดเป็นร้อยละ 7 และด้านพนักงานหรือเจ้าหน้าที่บริการดี คิดเป็นร้อยละ 1.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงการจัดหมวดหมู่ความคิดเห็นด้านบวกของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนจังหวัดระนอง

หมวดหมู่ความคิดเห็นด้านบวก	ความถี่ (จำนวน คน)	ร้อยละ
1.ด้านสถานที่และบรรยากาศ (physical environment)		
1.1 บรรยากาศมีความร่มรื่น	153	76.5
1.2 บรรยากาศมีความเป็นธรรมชาติ		
1.3 อากาศถ่ายเทสะดวก		
1.4 บ่อแช่น้ำร้อนมีความสะอาด		
2.ด้านการเข้าถึง (accessibility)	30	15
2.1 เดินทางง่ายและสะดวก		
3.ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (facilities)	14	7
3.1 มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน		
3.2 มีร้านอาหารคอยบริการ		

หมวดหมู่ความคิดเห็นด้านบวก	ความถี่ (จำนวน คน)	ร้อยละ
4.ด้านพนักงานและการบริการ (employees and services) 4.1 พนักงานหรือเจ้าหน้าที่บริการดี 4.2 พนักงานหรือเจ้าหน้าที่มีความเอาใจใส่	3	1.5
Total	200	100

จากตารางที่ 2 แสดงการจัดหมวดหมู่ความคิดเห็นด้านบวกของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนจังหวัดระนอง สามารถจัดหมวดหมู่ได้ 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านสถานที่และบรรยากาศมากที่สุด โดยมีความคิดเห็นด้านนี้ คิดเป็นร้อยละ 76.5 2)หมวดหมู่ด้านการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 15 3) หมวดหมู่ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 7 และ 4) หมวดหมู่ด้านการบริการ คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงความคิดเห็นด้านลบของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนจังหวัดระนอง

รายละเอียดความคิดเห็น	จำนวน คน	ร้อยละ	ตัวอย่างความคิดเห็นด้านลบของนักท่องเที่ยว
1.สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ	5	33.36	“ที่จอดรถน้อยและไม่เพียงพอ” “สถานที่จอดรถไม่เพียงพอในกรณีที่นักท่องเที่ยวมีจำนวนมาก”
2.น้ำแร่บางบ่อไม่ร้อนมากพอ	4	26.67	“มีบริการบ่อน้ำร้อนให้เล่น มีบางบ่อที่ไม่ร้อนมากพอ”
3.สถานที่บางจุดมีความคับแคบ	3	20	“สถานที่ค่อนข้างจะแคบไปหน่อย แต่จัดสถานที่แยกอย่างชัดเจน”
4.น้ำแร่บางบ่อร้อนมากเกินไปจนไม่สามารถแช่ได้	2	13.30	“มีบริการบ่อน้ำร้อนให้เล่น มีบ่อที่ไม่ร้อนมากน้ำบางบ่อมีอุณหภูมิที่สูงเกินไปจนไม่สามารถแช่ได้”
5.พนักงานหรือเจ้าหน้าที่บริการไม่ดี	1	6.67	“น้ำพุร้อนแห่งนี้ ขาดการดูแลรักษาเจ้าหน้าที่ขาดการดูแลเอาใจใส่”
รวม	15	100	

จากตารางที่ 3 แสดงความคิดเห็นด้านลบของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนจังหวัดระนอง ทั้ง 10 แห่ง พบว่า ความคิดเห็นนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็น ด้านสถานที่จอดรถไม่เพียงพอคิดเป็นร้อยละ 33.36 รองลงมา ด้านน้ำแร่บางบ่อไม่ร้อนมากพอ คิดเป็นร้อยละ 26.67 รองลงมาด้านสถานที่บางจุดมีความคับแคบ คิดเป็นร้อยละ 20 รองลงมาด้านน้ำแร่บางบ่อร้อนมากเกินไปจนไม่สามารถแช่ได้ คิดเป็นร้อยละ 13.30 และด้านพนักงานหรือเจ้าหน้าที่บริการไม่ดี คิดเป็นร้อยละ 6.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงการจัดหมวดหมู่ความคิดเห็นด้านลบของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนจังหวัดระนอง

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวด้านลบแยกตามหมวดหมู่	ความถี่ (จำนวน คน)	ร้อยละ
1.ด้านสถานที่		
1.1 สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ	8	53.33
1.2 สถานที่บางจุดมีความคับแคบ		
2.ด้านกายภาพ	6	40
2.1 น้ำแร่บางบ่อไม่ร้อนมากพอ		
2.2 น้ำแร่บางบ่อร้อนมากเกินไปไม่สามารถแช่ได้		
3.ด้านการบริการ	1	6.67
3.1 พนักงานหรือเจ้าหน้าที่บริการไม่ดี		
Total	15	100

จากตารางที่ 4 แสดงการจัดหมวดหมู่ความคิดเห็นด้านลบของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนจังหวัดระนอง ทั้ง 10 แห่ง โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านสถานที่มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 53.33 2) หมวดหมูด้านกายภาพคิดเป็นร้อยละ 40 และ 3) หมวดหมูด้านการบริการ คิดเป็นร้อยละ 6.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงการจำแนกประเภทงานวิจัยที่เผยแพร่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนของจังหวัดระนอง

ประเภทงานวิจัยที่เผยแพร่	จำนวนเรื่อง(ร้อยละ)
1.บทความวิจัยในฐานข้อมูล TCI (Thailand Citation Index)	8(57.14%)
2.รายงานการวิจัย (research reports)	3 (21.43%)
3.วิทยานิพนธ์ (theses)	2 (14.29%)
4. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ (conference proceedings)	1 (7.14%)
รวม	14 (100%)

จากตารางที่ 5 แสดงการจำแนกประเภทงานวิจัยที่เผยแพร่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนของจังหวัดระนอง พบว่าสามารถแยกประเภทงานวิจัยที่เผยแพร่ได้ 4 ประเภท ได้แก่ 1) บทความวิจัยฐานข้อมูล TCI (Thailand Citation Index) มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 57.14 2) รายงานการวิจัย คิดเป็นร้อยละ 21.43 3) วิทยานิพนธ์ (theses)คิดเป็นร้อยละ 14.29 4) การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ (Conference) คิดเป็นร้อยละ 7.14 ตามลำดับ

ตาราง 6 แสดงการแยกหัวข้อที่ศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนของจังหวัดระนอง

หัวข้อที่ศึกษา	จำนวนเรื่อง
1.ด้านการบริหารจัดการและการตลาด	6
2. ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและ ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว	5
3. ปัจจัยด้านความพึงพอใจ	2
4.ด้านคุณภาพของบ่อน้ำร้อน	1
รวม	14

จากตารางที่ 6 แสดงการแยกหัวข้อและจำนวนเรื่องที่ศึกษาจากงานวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนของจังหวัดระนองพบว่า สามารถแยกได้ทั้งหมด 4 หัวข้อ จาก 14 งานวิจัย ได้แก่ 1) ด้านการบริหารจัดการและการตลาดจำนวน 6 เรื่อง 2) ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและ ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวจำนวน 5 เรื่อง 3) ปัจจัยด้านความพึงพอใจ จำนวน 2 เรื่อง และ 4) ด้านคุณภาพของบ่อน้ำร้อนจำนวน 1 เรื่อง ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงการวิเคราะห์จำแนกตามวิธีการศึกษาและจำนวนของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนของจังหวัดระนอง

วิธีการศึกษา	จำนวนเรื่อง(ร้อยละ)
วิจัยเชิงปริมาณ	6 (42.85%)
วิจัยเชิงผสมผสาน	5(35.71%)
วิจัยเชิงคุณภาพ	2(14.28%)
วิจัยเชิงเอกสาร	1(7.16%)
รวม	14 (100%)

จากตารางที่ 7 แสดงการวิเคราะห์จำแนกตามวิธีการศึกษาและจำนวนของงานวิจัยพบว่า มีวิธีการศึกษา 4 ประเภทได้แก่ 1) วิจัยเชิงปริมาณมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 42.85 2) วิจัยเชิงผสมผสานคิดเป็นร้อยละ 35.71 3) วิจัยเชิงคุณภาพคิดเป็นร้อยละ 14.28 และ 4) วิจัยเชิงเอกสารคิดเป็นร้อยละ 7.16

จากข้อมูลที่มาของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบ่อน้ำพุร้อนของจังหวัดระนองที่ผ่านมา ดังแสดงในตารางที่ 5 ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลโดยสังเคราะห์องค์ความรู้ที่สำคัญสำหรับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดระนองในด้านต่างๆไว้ 6 ประเด็น ดังนี้

ตารางที่ 8 การสังเคราะห์แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดระนองจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประเด็น	แหล่งข้อมูล	แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดระนอง
1.ด้านการตลาด	จิตพิสุทธิ์ หงส์ขจร (2560: 107); ชยาภรณ์ อีระเวชพลกุล และ ไพฑูรย์ เจตธำรงชัย (2561: 97); วรรณพร พุทธภูมิพิทักษ์ และคณะ (2566: 175).	ผลการวิจัยเสนอให้ทางจังหวัดควรส่งเสริมทำกลยุทธ์การตลาดให้มีความน่าดึงดูดใจให้มากขึ้น เช่น 1.เพิ่มโครงการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนหรือการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ตลอดทั้งปี โดยนำลักษณะเด่นของการแช่บ่อน้ำพุร้อนและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มาใช้ในการโฆษณา 2.หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของระนองควรประชาสัมพันธ์และโฆษณาควรทำอะไรด้านเชิญชวนให้มาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดระนอง
2.ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อน	นิรวิทย์ เมืองดิษฐ์ และ พรรณิฉัย นิติโรจน์ (2560: 1265); นัทธพงศ์ เพชรฉวี (2563: 2312); บุปผา วงษ์พันธุ์ทา และคณะ (2563: 65)	ผลการวิจัยเสนอให้ภาครัฐและผู้ประกอบการธุรกิจควรร่วมมือกันในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อน เช่น 1.หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและภาคธุรกิจควรร่วมมือกันและช่วยกันพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนให้มีความยั่งยืนทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยใช้หลักของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมาประยุกต์ใช้ 2. ทางจังหวัดควรทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด เพื่อให้การพัฒนาและการดำเนินงานเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และมีระบบการติดตามผลของการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์
3.ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว	ธนิชชา ชัยชีवालประทีป (2566: 92); บุปผา วงษ์พันธุ์ทา และคณะ (2563: 66)	ผลงานวิจัยเสนอว่าภาครัฐและผู้ประกอบการธุรกิจ และคนในชุมชนควรช่วยกันอนุรักษ์ทรัพยากรของแหล่งท่องเที่ยว ช่วยกันหาแนวทางเพื่อลดผลกระทบเชิงลบที่มาจากกิจกรรมการท่องเที่ยว อีกทั้งควรมีการณรงค์ให้ทุกภาคส่วนช่วยกันอนุรักษ์ทรัพยากรของ

ประเด็น	แหล่งข้อมูล	แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดระนอง
		แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้คงอยู่ต่อไปอย่างยั่งยืน
4.ด้านการบริหารจัดการ	เอี่ยมทิพย์ ศรีทอง (2558: 193); อรชา สกุลสิงห์ และคณะ (2554: 80) อมรรัตน์ พรหมแสง(2565: 18)	ผลงานวิจัยเสนอให้หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการจัดทำแผนงานหรือการวางแผนเพื่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนในทุกมิติให้มีประสิทธิภาพควบคู่กับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างเป็นรูปธรรม
5.ด้านการสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว	สิริธรรม บุญคำ (2566: 34); รัฐวิทย์ เศรษฐยูกันนท์ และไตรรัตน์ จารุทัศน์ (2567: 213)	ผลงานวิจัยเสนอให้ผู้ประกอบการในของแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนในจังหวัดระนองควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก การบริการ รวมถึงการจัดกิจกรรมเพื่อดึงดูดและสร้างความน่าสนใจให้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความพึงพอใจและกลับมาเยือนซ้ำในอนาคต
6.ด้านคุณภาพของน้ำในบ่อน้ำพุร้อน	กนกวรรณ เทพเลื่อน และกฤษฎี เรืองสมบัติ (2564: 127)	ผลงานวิจัยเสนอให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้าดูแลคุณภาพของน้ำในบ่อน้ำพุร้อนของแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ โดยเน้นเรื่องความสะอาดและมีแร่ธาตุที่สำคัญในการบำบัดส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวได้

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

ผลการวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ความคิดเห็นนักท่องเที่ยวและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนของจังหวัดระนอง : แนวทางสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สามารถอภิปรายสรุปผลตามวัตถุประสงค์ทั้ง 3 ข้อ ดังนี้

ด้านความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนของจังหวัดระนองทั้งด้านบวกและด้านลบตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ผู้วิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวแสดงความคิดเห็นด้านบวกส่วนใหญ่ในด้านสถานที่บรรยากาศ ด้านการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริการของพนักงาน ส่วนความคิดเห็นด้านลบนักท่องเที่ยวแสดงความคิดเห็นในด้านสถานที่ ด้านกายภาพด้านการบริการผลวิจัยข้างต้นสอดคล้องกับงานวิจัยของสิริธรรม บุญคำ (2566: 34) พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้คำวิจารณ์เชิงบวกมากกว่าคำวิจารณ์เชิงลบ เนื่องจากบ่อน้ำพุร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำพุร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง มีชื่อเสียง และได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ

ด้านศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนของจังหวัดระนองในระยะ 15 ปี ที่ผ่านมาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ผู้วิจัยพบว่า มีประเภทยานิพนธ์ที่เผยแพร่ ได้แก่ บทความวิจัยฐานข้อมูล TCI

(Thailand Citation Index), รายงานการวิจัย, วิทยานิพนธ์ (theses), การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ (Conference) โดยมีหัวข้อวิจัยที่ศึกษาได้แก่ ด้านการบริหารจัดการและการตลาด, ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว, ปัจจัยด้านความพึงพอใจและด้านคุณภาพของบ่อน้ำร้อนโดยมีวิธีการได้แก่ศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ, วิจัยเชิงผสมผสาน, วิจัยเชิงคุณภาพและวิจัยเชิงเอกสาร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนิริวิทย์ เมืองดิษฐ์ และ พรณิลัย นิติโรจน์ (2560: 1265) พบว่าได้ศึกษาด้านยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนบ้านพร้า จังหวัดระนองรวมถึงศึกษาด้านงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนในจังหวัดระนองรวมถึงการศึกษาแต่ละชนิดของงานวิจัยที่ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ด้านการสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อประมวลเป็นแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบ่อน้ำพุร้อนของจังหวัดระนองตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ผู้วิจัยพบว่า สามารถนำมาสังเคราะห์เป็นองค์ความรู้ที่สามารถนำไปเป็นแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดระนอง สามารถแบ่งได้เป็น 6 ประเด็น ได้แก่ 1.ด้านการตลาด 2.ด้านการพัฒนา 3.ด้านทรัพยากร 4.ด้านการจัดการ 5.ด้านปัจจัยความพึงพอใจ 6.ด้านคุณภาพจากบ่อน้ำพุร้อน ซึ่งสังเคราะห์มาจากการงานวิจัยของ นันทพงศ์ เพชรฉวี (2563: 2311), เอื้อมทิพย์ ศรีทอง (2558: 187) และวรรณพร พุทธิภูมิพิทักษ์ และคณะ (2566: 177) ซึ่งพบว่า ได้ศึกษาด้านการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเขตเทศบาลเมืองระนอง รวมถึงได้ศึกษาแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นในด้านการตลาด ด้านการพัฒนา ด้านการบริหารจัดการ

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

งานวิจัยนี้พบว่า มีนักวิจัยได้ศึกษาหัวข้อเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและบ่อน้ำพุร้อนจังหวัดระนอง จำนวน 14 เรื่อง โดยนำผลจากงานวิจัยมาสังเคราะห์เป็นองค์ความรู้ที่สามารถนำไปเป็นแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดระนอง สามารถแบ่งได้เป็น 6 ประเด็น ได้แก่ 1.ด้านการตลาด 2.ด้านการพัฒนา 3.ด้านทรัพยากร 4.ด้านการจัดการ 5.ด้านปัจจัยความพึงพอใจ 6.ด้านคุณภาพจากบ่อน้ำพุร้อนซึ่งองค์ความรู้เหล่านี้ผู้ประกอบการหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปพัฒนาแหล่งน้ำพุร้อนในทุกๆ ด้านจากความรู้ที่ได้จากการวิจัยให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

สำหรับผลข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้มาจากผลการวิจัย 2 ประเด็นหลักคือ 1. ผลวิจัยเกี่ยวกับความคิดเห็นเชิงบวกและเชิงลบ และ 2. ผลการวิจัยจากการสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนจากความคิดเห็นเชิงบวกและเชิงลบจากนักท่องเที่ยว

ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวแสดงความคิดเห็นในเชิงบวกในด้านต่อไปนี้ 1. ด้านสถานที่และบรรยากาศ 2. ด้านการเข้าถึง 3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ดังนั้น ทางจังหวัดควรนำข้อเสนอแนะเชิงบวกเหล่านี้มาใช้เป็นจุดแข็งเพื่อสร้างภาพลักษณ์และใช้เพื่อประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวเพื่อให้เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนในจังหวัดระนอง เช่นดูแลพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกให้ดียิ่งขึ้นรวมถึงทำเส้นทางมาท่องเที่ยวได้ง่ายและสะดวกขึ้น สำหรับความคิดเห็นเชิงลบหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัดควรนำความคิดเห็นเชิงลบมา

พัฒนาปรับปรุงบ่อน้ำพุร้อนของจังหวัด เช่น 1. ด้านสถานที่ 2. ด้านกายภาพ 3. ด้านบริการ ให้ดียิ่งขึ้นเพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนมีคุณภาพที่ดีขึ้นต่อไปในอนาคต เช่น เพิ่มสถานที่จอดรถให้เพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาดูแลคุณภาพของบ่อน้ำพุร้อนให้ดียิ่งขึ้น และอบรมพนักงานให้มีทัศนคติที่ดีในการบริการมากยิ่งขึ้นเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาในอนาคต

1.2 แนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนจากผลการวิจัยเชิงสังเคราะห์

ด้านการตลาด ทางจังหวัดและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้แก่กระทรวงท่องเที่ยวกีฬาจังหวัดระนองควส่งเสริมการท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนให้เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดระนองโดยเน้นจุดขายที่นักท่องเที่ยวสามารถมาท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปีและนำจุดเด่นของการแช่บ่อน้ำพุร้อนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนอกจากนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเน้นการประชาสัมพันธ์ผ่านทุกช่องทางที่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่มอย่างกว้างขวางเช่น เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม ดิจิตัล เป็นต้น

ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนทางจังหวัดและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้แก่กระทรวงท่องเที่ยวกีฬาจังหวัดระนองควรเข้ามาดูแลดูแลปรับปรุงบ่อน้ำพุร้อนให้มีมาตรฐานระดับสากล เช่น บ่อแช่น้ำร้อนแบบส่วนตัว และ สปาธรรมชาติเพิ่ม ทางเดินศึกษาธรรมชาติ และ สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ

ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้แก่กระทรวงท่องเที่ยวกีฬาจังหวัดระนอง และ ผู้ประกอบการร่วมกันตั้งมาตรการควบคุม การใช้ทรัพยากรน้ำแร่ ให้เกิดความยั่งยืนสร้าง โครงการปลูกป่าชายเลนและป่าฝน เพื่อเสริมความสมดุลของระบบนิเวศ รวมถึงรณรงค์แนวคิด ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ด้านการบริหารจัดการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้แก่กระทรวงท่องเที่ยวกีฬาจังหวัดระนองบูรณาการการทำงานระหว่าง หน่วยงานภาครัฐ เอกชน และชุมชน เพื่อจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพรวมถึงสร้างระบบติดตามและประเมินผลใช้ เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น Big Data วิเคราะห์แนวโน้มการท่องเที่ยว

ด้านการสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการยกระดับมาตรฐานการบริการและพัฒนาศักยภาพพนักงานในสถานที่ท่องเที่ยว เช่น การอบรมด้านสปา การบริการ และการสื่อสารหลายภาษาเพิ่มกิจกรรมที่น่าสนใจ เช่น จัด เทศกาลออนเซ็นและสปาสุขภาพ ประจำปี อีกทั้งปรับปรุงแก้ไขจุดบกพร่องของแหล่งท่องเที่ยวตามที่นักท่องเที่ยวได้แสดงความคิดเห็นด้านลบไม่ว่าจะเป็นเพิ่มสถานที่จอดรถ ดูแลคุณภาพบ่อน้ำร้อน อบรมพนักงานให้มีทัศนคติในการบริการนักท่องเที่ยว

ด้านคุณภาพของน้ำในบ่อน้ำพุร้อน หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องเข้าดูแลคุณภาพของน้ำในบ่อน้ำพุร้อนของแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนให้มีคุณภาพ โดยเน้นเรื่องความสะอาดถูกหลักอนามัยและมีแร่ธาตุที่สำคัญในการบำบัดส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวได้

ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรเน้นการพัฒนามิติด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดระนองทุกมิติไม่ว่าจะเป็น ด้านเศรษฐกิจ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสังคมและวัฒนธรรมให้ดียิ่งขึ้นไม่ว่าจะเป็นการอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติการอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติ การเสริมสร้างเศรษฐกิจของท้องถิ่นให้มีคุณภาพและยังคงอยู่อย่างยั่งยืนต่อไป

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจมีผลต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของบ่อน้ำพุร้อนในจังหวัดระนอง เช่น การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวหลังสถานการณ์โควิด-19

2.2 ควรเพิ่มการศึกษาถึงบทบาทของภาครัฐและเอกชนในการสนับสนุนและพัฒนานโยบายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

2.3 ควรศึกษาความเชื่อมโยงระหว่างการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อพัฒนาแนวทางที่ยั่งยืน

ข้อจำกัดในงานวิจัย

เนื่องจากปัจจุบันนักท่องเที่ยวเริ่มที่จะแสดงความคิดเห็นน้อยใน Tripadvisor ทำให้ได้ข้อมูลความคิดเห็นทั้งบวกและด้านลบมาวิเคราะห์ในจำนวนที่ไม่มาก

คำกล่าวขอบคุณ (Acknowledgement)

ทีมผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.อศวิน แสงพิกุล ที่เป็นผู้จุดประกายความคิดและช่วยออกแบบกรอบแนวคิดและแนวทางในการวิจัยครั้งนี้ อีกทั้งยังช่วยกรุณาให้คำปรึกษาในทุกขั้นตอนของกระบวนการวิจัยจนถึงการเผยแพร่ผลงาน

เอกสารอ้างอิง (References)

- กนกวรรณ เทพเลื่อน และ กฤษณี เรืองสมบัติ. (2564). คุณภาพน้ำจากบ่อน้ำพุร้อนในจังหวัดชุมพร ระนอง สุราษฎร์ธานี และนครศรีธรรมราช. วารสาร Mahidol R2R e-Journal. 8(2): 122 -132.
- จิตพิสุทธิ หงส์จร. (2560). ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบ่อน้ำพุร้อนรักษะวาริน จังหวัดระนอง. หลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา วิทยาศาสตร์การกีฬา. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชยาภรณ์ อีระเวฬุกุล และไพฑูรย์ เจตธำรงชัย. (2561).กลยุทธ์การตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอเมืองระนอง จังหวัดระนอง. วารสารรัชต์ภาคย์. 12(27): 85-100.
- ธนิชชา ชัยชวัลประทีป. (2566). การศึกษาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดระนองที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ. วารสารศิลปศาสตรราชชมงคลสุวรรณภูมิ. 5(1): 80-94.
- นัทพงศ์ เพชรฉวี. (2563). การมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของชุมชนเขตเทศบาลระนอง. งานประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 12 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม. 9-10 กรกฎาคม 2563. 2306 -2313. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- นิรวิทย์ เมืองดิษฐ์ และ พรณิฉัย นิตโรจน์. (2560). ความคิดเห็นเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว : กรณีศึกษา บ่อน้ำพุร้อนบ้านพรัง จังหวัดระนอง. การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 8. 16 มีนาคม 2560. 1258-1266. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

- บุปผา วงษ์พันธุ์ทา เบญจพร แยมจำเมือง อังคนะ บุญเกิด และณัฐสินี สงจันทร์. (2563). การศึกษาเส้นทางรูปแบบ และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพของจังหวัดระนอง. **รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.
- บุปผา วงษ์พันธุ์ทา คมสันต์ ทับชัย และธนิตชา ชัยชัชวาลประทีป. (2563). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยความโดดเด่นของทรัพยากรการท่องเที่ยว และความร่วมมือของเครือข่ายการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง. **รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.
- รักพงษ์ ขอลือ. (2564). **แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติจังหวัดระนอง**. หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม. มหาวิทยาลัยพะเยา.
- รัฐวิชัย เศรษฐญาณนท์ และ ไตรรัตน์ จารุทัศน์. (2567). พฤติกรรมปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจและความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวที่มีน้ำพุร้อนตามธรรมชาติเป็นองค์ประกอบ กรณีศึกษาบ่อน้ำร้อนพรังธารินฮอตสปริง จังหวัดระนอง และวารริก ฮอตสปริง แอนด์ เวลเนส จังหวัดกระบี่. **สารศาสตร์วารสารสถาปัตยกรรมและการออกแบบ**. 7(1): 200-216.
- วรรณพร พุทธิภูมิพิทักษ์ กัญญาณน กาญจนาทวีกุล ประเมษฐ์ แสงอ่อน ศิริณญา ศิริณญาณนท์ นรินทร์ สังข์รักษาและวรรณวีร์ บุญคุ้ม. (2566). การจัดการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในจังหวัดระนอง. **วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)**. 17(2): 166-179.
- ศุภลักษณ์ พินิจภูวดล. (2566). การดูแลรักษาแหล่งน้ำธรรมชาติและการจัดที่พักแบบโฮมสเตย์เพื่อการหารายได้ในชุมชนของจังหวัดระนอง. **วารสารกฎหมายนิติพัฒน์ นิด้า**. 12(2): 1-25.
- สิริธรรม บุญดำ (2566). **การวิเคราะห์คำวิจารณ์ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทน้ำพุร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรัง จังหวัดระนอง**. สารนิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- อมรรัตน์ พรหมแสง. (2565). ประสิทธิภาพของการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดระนอง. **วารสารวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีภาคตะวันออกแห่งสุวรรณภูมิ**. 1(1): 14 -20.
- อรชา สกตสิงห์ ศรีธยา เลิศพุทธิรักษ์ และ ยิ่งยศ โชคชัยวรรณ์. (2554). การศึกษาปัจจัยด้านการบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการของน้ำพุร้อนสวนสาธารณะรักษะวาริน อำเภอเมืองระนอง จังหวัดระนอง. **วารสารวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์บูรพาปริทัศน์**. 6(1): 69 -82.
- เอี่ยมทิพย์ ศรีทอง. (2558). น้ำพุร้อน (Onsen) : นวัตกรรมจัดการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและบำบัดโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน. **รายงานการวิจัย**. สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

ความเชื่อมั่นและการบอกต่อมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ
ISO 9001 ของผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร
Trust and Word of Mouth Affecting the Intention to Use the ISO 9001
Certification Services of Business Operators in the Manufacturing Sector
in Mueang District, Samut Sakhon Province

ทศวรรณ พรหมสุวรรณ¹ ธัญนันท์ บุญอยู่²
Tatsawan Promsuwan, Thanyanan Boonyoo

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเชื่อมั่นและการบอกต่อมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ของผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งการวิจัยนี้ได้มีรูปแบบของการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 325 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ความเชื่อมั่นด้านความเชี่ยวชาญ ด้านความซื่อสัตย์ ด้านการรับรู้ชื่อเสียงและการบอกต่อมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ของผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.305-0.708 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.711 และมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) มีอำนาจในการพยากรณ์รวมเท่ากับร้อยละ 50.50

คำสำคัญ (Keywords) : ความเชื่อมั่น; การบอกต่อ; ความตั้งใจใช้บริการ

Abstract

The objectives of this study were to investigate the impact of trust and word of mouth on the intention to use ISO 9001 certification services among business operators in the manufacturing sector in Mueang District, Samut Sakhon Province. This study was quantitative research. The sample group consisted of 325 business operators from the manufacturing sector in Mueang District, Samut Sakhon Province, selected by using simple random sampling.

Received: 2025-02-18 Revised: 2025-03-03 Accepted: 2025-03-05

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ Student, Master of Business Administration Program, Graduate School, Southeast Asia University. E-mail: h.hoshi.huafuu@gmail.com

² อาจารย์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ Lecturer, Master of Business Administration Program, Graduate School, Southeast Asia University. E-mail: thanyanan7@gmail.com

The research instrument was a questionnaire. Statistical methods used for data analysis included multiple regression analysis.

The results of the study revealed that the trust in expertise, honesty, reputation perception, and word of mouth significantly influenced the intention to use ISO 9001 certification services at the 0.05 significance level, with correlation coefficients ranging from 0.305 to 0.708. The multiple correlation coefficient (R) was 0.711, and the coefficient of determination (R^2) was 50.50%, indicating the predictive power of the model.

Keywords: trust; word of mouth; intention to use service

บทนำ (Introduction)

ท่ามกลางตลาดที่ทวีการแข่งขันกันมากขึ้น ความท้าทายต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสภาพเศรษฐกิจที่ถดถอย การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การพัฒนาด้านเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว หรือความไม่แน่นอนทางภูมิศาสตร์ องค์กรธุรกิจต่างต้องแสวงหาวิธีปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานและสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันอยู่เสมอ และมาตรฐานระบบการบริหารคุณภาพ ISO ก็เป็นหนึ่งในเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการทำให้องค์กรธุรกิจสามารถบรรลุเป้าหมายได้ (สถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ, 2567: 1) โดยระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 เป็นรูปแบบมาตรฐานสากลสำหรับการจัดการทางด้านคุณภาพและเป็นระบบบริหารประกันคุณภาพขั้นพื้นฐานที่มีความมุ่งหมายที่จะให้ระบบคุณภาพเท่าเทียมกันระหว่างองค์กรและประเทศต่าง ๆ ซึ่งจัดทำขึ้นโดย International Standardization and Organization (ISO) ที่เป็นองค์กรระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐานระดับสากลแบบสมัครใจ (Voluntary Standards) โดยหลายองค์กรได้มีการนำระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 มาใช้กันอย่างแพร่หลาย เพื่อส่งเสริมให้ธุรกิจทุกประเภทได้มีการนำไปใช้ในการปรับปรุงพัฒนาการผลิต การส่งมอบสินค้า และการบริการที่มีประสิทธิภาพที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า (ศิริกัญญา ศิริรักษ์ และวิจิต อ้วน, 2567: 55) และจากการรายงานของสถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ พบว่า ในปี 2567 ได้มีการเปิดเผยฐานข้อมูลของผู้ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานระบบการจัดการ ISO 9001 มีจำนวนทั้งสิ้น 16,182 ราย (สถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ, 2567: 1) นอกจากนี้ผลการสำรวจของ Splendid Consultant ก็พบว่า ในปี 2566 ประเทศไทยได้มีการขอการรับรองมาตรฐานระบบการจัดการ ISO 9001 ถึง 13,491 ราย โดยธุรกิจที่มีการขอการรับรองมาตรฐานระบบการจัดการ ISO 9001 มากที่สุดเป็นธุรกิจภาคการผลิต อันดับ 1 คือ ธุรกิจผลิตโลหะพื้นฐานและผลิตภัณฑ์โลหะประดิษฐ์ รองลงมา คือ ธุรกิจผลิตภัณฑ์ยางและพลาสติก ลำดับถัดมา คือ ธุรกิจผลิตอาหาร เครื่องดื่ม และยาสูบ (Splendid Consultant, 2023: 2)

จังหวัดสมุทรสาครเป็นจังหวัดที่อยู่ในกลุ่มภาคกลางตอนล่างที่มีโครงสร้างทางเศรษฐกิจขึ้นอยู่กับภาคการผลิต โดยในปี 2565 ได้มีโรงงานที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการสะสมทั้งสิ้น 6,347 โรงงาน มีเงินลงทุนอยู่ที่ 352,049 ล้านบาท และมีอัตราการจ้างงาน 362,833 คน เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันในปีก่อนพบว่า อัตราการขยายตัวของจำนวนโรงงานที่ได้รับอนุญาตใหม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ -6.28 จำนวนเงินลงทุนเพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 13.47 และมีอัตราการจ้างงานเพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 5.98 (สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร, 2565: 3) โดยในปัจจุบันธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่จังหวัดสมุทรสาครได้ให้ความสำคัญกับการนำระบบการจัดการ ISO 9001 มาใช้เพื่อมุ่งมั่นพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการให้เป็นที่พึงพอใจของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้เกิดเป็นธุรกิจผู้ให้บริการรับรองระบบ ISO 9001 เป็นจำนวนมาก โดยให้คำปรึกษา

พร้อมกับทำหน้าที่ให้บริการฝึกอบรมและให้คำแนะนำ เพื่อให้การปฏิบัติงานในทุกขั้นตอนเป็นไปอย่างถูกต้อง และสอดคล้องกับมาตรฐานระบบบริหารงานสากล ประกอบกับมีความพร้อมในการขอการรับรองระบบการจัดการ ISO 9001 ส่งผลให้ธุรกิจผู้ให้บริการรับรองระบบ ISO 9001 ต่างมุ่งเน้นสร้างบุคลากรที่มากด้วยประสบการณ์ในธุรกิจด้านโรงงานอุตสาหกรรมและภาคบริการทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตเกิดความมั่นใจและความเชื่อมั่นในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพสูงสุด และเกิดความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 อย่างต่อเนื่อง (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2567: 1)

จากการศึกษาของ Chua, Chiu & Chiu (2020: 178) ได้กล่าวว่า การจะทำให้บุคคลเกิดความตั้งใจใช้บริการจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยความเชื่อมั่นที่เกิดจากความเต็มใจของบุคคลที่ไว้วางใจในบริการของธุรกิจที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าและเป็นแนวคิดที่สำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า ซึ่งความเชื่อมั่นที่ลูกค้ารับรู้หรือรู้สึกได้จะส่งผลให้เกิดความตั้งใจในการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อบริการนั้น ๆ ได้อย่างยั่งยืน (Salwa et al., 2022: 5009) โดยความเชื่อมั่นที่เป็นผลลัพธ์ความคาดหวังเชิงบวกและเป็นนามธรรมอันก่อตัวขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ของอิทธิพลจากด้านเทคโนโลยี สังคม และพฤติกรรมจะแปรเปลี่ยนให้เกิดพฤติกรรมการยอมรับที่นำไปสู่ความตั้งใจในการเลือกใช้ระบบบริการต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้ (Alrawad et al., 2023: 2-3) นอกจากนี้การศึกษาของพัชรวิพรรณ ชมทอง และธัญนันท์ บุญอยู่ (2567: 576) ได้กล่าวว่า การบอกต่อก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่เป็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลสองฝ่ายและเป็นการสื่อสารของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลของบริการที่ลูกค้าได้รับได้มีการบอกต่อกัน โดยข้อมูลที่มีการสื่อสารจะเป็นข้อมูลในเชิงบวกที่ลูกค้าใช้บริการและเกิดความยินดีที่จะแนะนำให้บุคคลอีกฝ่ายเกิดพฤติกรรมความตั้งใจเลือกใช้บริการนั้น ๆ เช่นกัน (Kitcharoen, 2019: 62) โดยการบอกต่อที่เป็นพฤติกรรมการสื่อสารระหว่างลูกค้ากับสินค้า การบริการ หรือตราสินค้า ซึ่งจะเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการตลาดที่ตระหนักรู้และสามารถเพิ่มยอดขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากการบอกต่อจะมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างบุคคลที่รู้จักกันและจะเป็นการสื่อสารที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการที่มุ่งเป้าไปที่ลูกค้าหรือลักษณะของสินค้าและบริการเฉพาะ หรือผู้ขาย เมื่อลูกค้าได้รับรู้ข้อมูลต่าง ๆ ก็ย่อมนำไปสู่ความตั้งใจในการเลือกใช้บริการของลูกค้าในระดับที่สูงขึ้นได้ (Suryo & Stepanus, 2023: 19)

จากประเด็นการจดทะเบียนใหม่ที่ลดลงของธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ประกอบกับการจดทะเบียนยกเลิกประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร สูงขึ้น อีกทั้งจำนวนบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 เพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้เกิดการแข่งขันของบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 สูงขึ้น จึงส่งผลให้ผู้วิจัยเกิดความสนใจที่จะศึกษาถึงความเชื่อมั่นและการบอกต่อมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ของผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร โดยจะศึกษาถึงว่า ปัจจัยความเชื่อมั่นและการบอกต่อมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ของผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาครหรือไม่ เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาทางวิชาการจะสามารถทำให้ผู้วิจัยหรือบุคคลทั่วไปที่สนใจในส่วนของบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ทราบถึงปัจจัยความเชื่อมั่นและการบอกต่อจะมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ของผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร อีกทั้งยังเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่สามารถสร้างความ

เชื่อมั่นและตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร มากขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

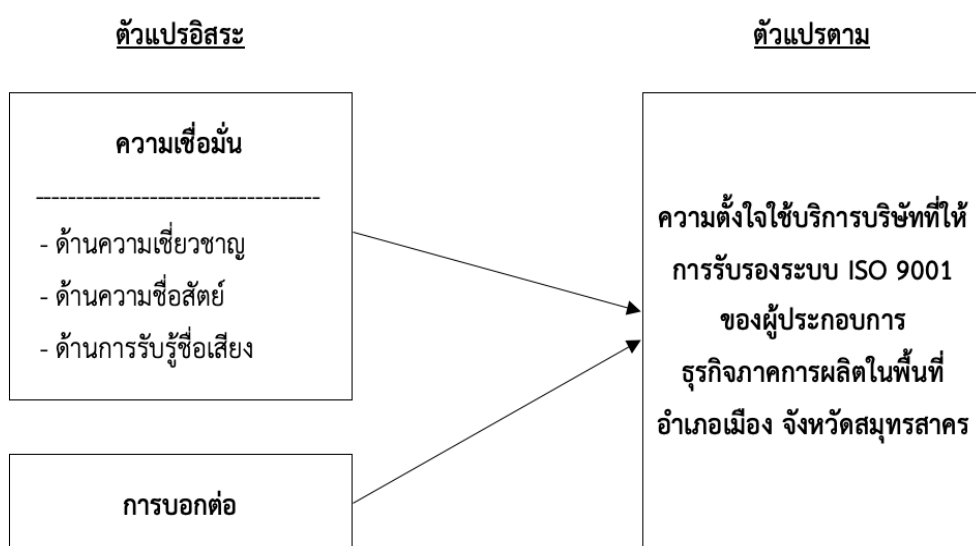
เพื่อศึกษาความเชื่อมั่นและการบอกต่อที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ของผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

สมมติฐานการวิจัย (Research Hypothesis)

1. ความเชื่อมั่นมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001
2. การบอกต่อมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001

กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)

การวิจัยนี้ได้ทำการศึกษถึงความเชื่อมั่นและการบอกต่อที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ของผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ผู้วิจัยสามารถพัฒนากอบแนวคิดการวิจัยแสดงได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาระเบียบวิธีวิจัยในรูปแบบของการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยได้ทำการศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ที่ได้จากการออกแบบสอบถาม และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ที่ได้จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อมั่นและการบอกต่อที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ของผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งระเบียบวิธีวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยสามารถนำเสนอในแต่ละประเด็นได้ดังนี้

1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยนี้ได้ศึกษาเกี่ยวกับความเชื่อมั่นและการบอกต่อที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ของผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง

จังหวัดสมุทรสาคร โดยประกอบด้วยตัวแปรอิสระ คือ 1) ความเชื่อมั่น ที่มีองค์ประกอบ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความเชี่ยวชาญ ด้านความซื่อสัตย์ และด้านการรับรู้ชื่อเสียง และ 2) การบอกต่อ ส่วนตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจใช้บริการ

1.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัยนี้เป็นผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร จำนวนทั้งสิ้น 1,714 ราย โดยจำนวนข้อมูลของผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ในช่วงปี พ.ศ. 2566 (กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2567: 1-3) และกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 325 ตัวอย่าง โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามแนวคิดของ Yamane (1973: 278) อ้างถึงใน สุชาร์ตน์ บุญอยู่, 2563: 199) ที่เป็นแนวทางหนึ่งที่มีความนิยมในการใช้การกำหนดตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณที่เป็นการประมาณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรคำนวณที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมให้เกิดความผิดพลาดคลาดเคลื่อนได้ร้อยละ ± 5 การสุ่มตัวอย่างครั้งนี้ผู้ที่ทำวิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย (Simple Random Sampling) เพื่อให้เกิดการกระจายของประชากรและให้ทุกส่วนของประชากรได้รับการคัดเลือกเป็นกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างครอบคลุม โดยคัดเลือกจากผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 325 ตัวอย่าง

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ การศึกษาจากกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลได้เริ่มดำเนินการตั้งแต่เดือนกรกฎาคมถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2567

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งส่วนหนึ่งได้สร้างขึ้นจากการศึกษาค้นคว้าแนวคิดและทฤษฎีจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้วิจัย โดยผู้วิจัยได้แบ่งข้อมูลแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รูปแบบการดำเนินธุรกิจ และจำนวนพนักงาน ซึ่งเป็นคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List) จำนวน 5 ข้อ ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเพื่อวัดระดับความเชื่อมั่น โดยพัฒนามาจากแบบวัดของศิญารัตน์ ดำรงค์ศิริพงศ์ (2564: 108) จำนวน 13 ข้อ ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเพื่อวัดระดับการบอกต่อ โดยพัฒนามาจากแบบวัดของปารมี รอดกลิ่น (2562: 98) และจิรพัฒน์ พิชัยกมลศิลป์ (2563: 93) จำนวน 5 ข้อ และส่วนที่ 4 แบบสอบถามเพื่อวัดระดับความตั้งใจใช้บริการ โดยพัฒนามาจากแบบวัดของศิญารัตน์ ดำรงค์ศิริพงศ์ (2564: 108-109) จำนวน 6 ข้อ ซึ่งแบบสอบถามส่วนที่ 2-4 ข้างต้นในแต่ละส่วนจะมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับตามแบบของ Likert (1932: 52, อ้างถึงใน สุชาร์ตน์ บุญอยู่, 2563: 199) ซึ่งจะมีให้เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว โดยใช้คำถามที่แสดงระดับการวัดข้อมูลอัตราภาค (Interval Scale)

3. การสร้างและหาคุณภาพของเครื่อง ผู้วิจัยได้สร้างและพัฒนาแบบสอบถามตามคำแนะนำของที่ปรึกษา และให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ประเมินความตรงเชิงเนื้อหาของข้อคำถาม (Index of Item Objective Congruence-IOC) ซึ่งค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ที่ได้มีค่าอยู่ตามเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 0.50-1.00 และเมื่อแบบสอบถามมีความตรงเชิงเนื้อหาตามเกณฑ์แล้ว ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบหาความเที่ยงของเครื่องมือด้วยการไปทดลองใช้ 30 ชุด กับประชากรที่มีคุณลักษณะเหมือนกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อหาคุณภาพของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยการหาสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบัค

(Cronbach) ของแต่ละตัวแปรควรมีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาที่ได้อยู่ระหว่าง 0.906-0.962

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการขอหนังสือจากสำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ เพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูลกับผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 325 คน โดยก่อนเก็บข้อมูลผู้วิจัยได้ทำการชี้แจงถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัยอย่างชัดเจน และการเก็บข้อมูลการวิจัยในครั้งนี้ได้กระทำตั้งแต่เดือนกรกฎาคมถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2567

5. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลที่ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รูปแบบการดำเนินธุรกิจ และจำนวนพนักงาน ด้วยการแจกแจงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ส่วนที่ 2 เป็นการวิเคราะห์ระดับของความเชื่อมั่น การบอกต่อ และความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ของผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ด้วยการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และส่วนที่ 3 เป็นการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรหรือคุณลักษณะของข้อมูล 2 ประเภท เพื่อนำผลของความสัมพันธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์นี้ไปใช้พยากรณ์ค่าตัวแปรหรือคุณลักษณะของข้อมูล

ผลการวิจัย (Research Results)

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่มีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัย โดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 325 ตัวอย่าง ซึ่งผลการวิจัยสามารถแสดงได้ ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 325 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 247 คน ร้อยละ 76.00 มีอายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 119 คน ร้อยละ 36.62 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 225 คน ร้อยละ 69.23 มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบบริษัทจำกัด จำนวน 296 คน ร้อยละ 91.08 และมีจำนวนพนักงานไม่เกิน 50 คน ร้อยละ 92.00

2. ผลการวิเคราะห์ระดับของความเชื่อมั่น การบอกต่อ และความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ของผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร โดยการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของความเชื่อมั่น การบอกต่อ และความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ของผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาครได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
ความเชื่อมั่น	4.47	0.448	มาก
ด้านความเชี่ยวชาญ	4.59	0.503	มากที่สุด
ด้านความซื่อสัตย์	4.57	0.525	มากที่สุด

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ
ด้านการรับรู้ชื่อเสียง	4.24	0.558	มาก
การบอกต่อ	3.81	0.787	มาก

จากตารางที่ 1 แสดงได้ว่า ผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร มีระดับความคิดเห็นความเชื่อมั่นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.448 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ความเชื่อมั่นด้านความเชี่ยวชาญ ด้านความซื่อสัตย์ และด้านการรับรู้ชื่อเสียง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59, 4.57, 4.24 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.503, 0.525 และ 0.558 ตามลำดับ ส่วนระดับความคิดเห็นการบอกต่อโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.787

3. ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นและการบอกต่อมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ของผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ที่สามารถแสดงได้เป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 ทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรจากข้อมูลกลุ่มตัวอย่างด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ตัวแปร	CA	AA	AB	AC	WOM
CA	1	0.635**	0.598**	0.494**	0.429**
AA		1	0.708**	0.528**	0.305**
AB			1	0.505**	0.377**
AC				1	0.428**
WOM					1

หมายเหตุ – (CA หมายถึง ความตั้งใจใช้บริการ, AA หมายถึง ความเชื่อมั่นด้านเชี่ยวชาญ, AB หมายถึง ความเชื่อมั่นด้านซื่อสัตย์, AC หมายถึง ความเชื่อมั่นด้านการรับรู้ชื่อเสียง, WOM หมายถึง การบอกต่อ) (** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01)

จากตารางที่ 2 แสดงได้ว่า ความเชื่อมั่นที่ประกอบด้วย ความเชื่อมั่นด้านความเชี่ยวชาญ ด้านความซื่อสัตย์ ด้านการรับรู้ชื่อเสียง และการบอกต่อมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.305-0.708 ซึ่งการพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกันเองแล้ว พบว่า มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ขั้นที่ 2 การวิเคราะห์สถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เป็นการหาความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างกลุ่มตัวแปรอิสระตั้งแต่ 2 ตัวแปรขึ้นไปและตัวแปรตามดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์สถิติการถดถอยพหุคูณของตัวแปรความเชื่อมั่นและการบอกต่อมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001

	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	0.850	0.202		4.199	0.000*		
ด้านความเชี่ยวชาญ (AA)	0.348	0.059	0.344	5.927	0.000*	0.458	2.184
ด้านความซื่อสัตย์ (AB)	0.238	0.055	0.246	4.315	0.000*	0.475	2.106
ด้านการรับรู้ชื่อเสียง (AC)	0.087	0.046	0.096	1.909	0.057	0.615	1.622
การบอกต่อ (WOM)	0.139	0.028	0.215	4.916	0.000*	0.808	1.238

หมายเหตุ - $R = 0.711$, $R^2 = 0.505$, Adjusted $R^2 = 0.499$, $F = 81.714$, Sig. = 0.000 (* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05)

จากตารางที่ 3 สามารถอธิบายตัวแปรความเชื่อมั่นและการบอกต่อมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ได้ คือ การพิจารณาความเหมาะสมของสมการการถดถอยพหุคูณพบว่า ค่า R เท่ากับ 0.711 ซึ่งค่า R ดังกล่าวเข้าใกล้ 1 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันโดยมีสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ (R^2) ที่สามารถอธิบายความผันแปรของความเชื่อมั่นได้ร้อยละ 50.50 ส่วนค่า F เท่ากับ 81.714 ที่แสดงให้เห็นว่า การถดถอยพหุคูณมีส่วนที่อธิบายการเปลี่ยนแปลงของความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ได้มากกว่าสัดส่วนที่อธิบายไม่ได้ถึง 81.714 เท่า นอกจากนี้ค่า Sig. ได้เท่ากับ 0.000 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยความเชื่อมั่นและการบอกต่ออย่างน้อย 1 ด้านมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ได้เช่นกัน และเมื่อพิจารณาตัวแปรปัจจัยความเชื่อมั่นและการบอกต่อตามค่า Tolerance พบว่า ค่าที่ได้อยู่ระหว่าง 0.458-0.808 ที่มีค่าไม่เข้าใกล้ 0 และค่า VIF ของตัวแปรอิสระมีค่าอยู่ที่ 1.238-2.184 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงให้เห็นว่า ความเชื่อมั่นและการบอกต่อไม่พบปัญหาสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) จึงเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์สถิติการถดถอยพหุคูณต่อไป

ผลการวิเคราะห์สถิติการถดถอยพหุคูณ พบว่า ความเชื่อมั่นและการบอกต่อมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ได้ คือ ความเชื่อมั่นด้านด้านความเชี่ยวชาญ (AA) และด้านความซื่อสัตย์ (AB) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการทำนายความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ได้ดีที่สุด คือ ความเชื่อมั่นด้านความเชี่ยวชาญ ($\beta=0.344$) รองลงมาคือ ด้านความซื่อสัตย์ ($\beta=0.246$) และการบอกต่อ ($\beta=0.215$)

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

จากผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ว่า ความเชื่อมั่นและการบอกต่อมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ของผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ความเชื่อมั่นด้านความเชี่ยวชาญ ด้านความซื่อสัตย์ ด้านการรับรู้ชื่อเสียงและการบอกต่อมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ของผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งจากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ความเชื่อมั่นในด้านต่าง ๆ ทั้งในด้านความเชี่ยวชาญ ความซื่อสัตย์ และการรับรู้ชื่อเสียงที่สามารถสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า โดยบริษัทมีการให้การรับรองระบบบริหารจัดการคุณภาพที่เชื่อถือได้ ลดความเสี่ยงจากบริการที่ไม่ได้มาตรฐาน และเมื่อ

มีการบอกต่อที่ยืนยันคุณภาพและความน่าเชื่อถือผ่านประสบการณ์ของผู้ประกอบการที่ได้ใช้บริการแล้วก็จะเกิดความเชื่อมั่นและกระตุ้นให้ผู้ประกอบการเกิดความตั้งใจในการใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 มากขึ้น โดยสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ Chua, Chiu & Chiu (2020: 175) พบว่า ความเชื่อมั่นเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวระหว่างธุรกิจกับลูกค้า และเป็นความเต็มใจของแต่ละบุคคลที่สามารถตอบสนองความต้องการที่เป็นความคาดหวังเชิงบวกได้ โดยปัจจัยความเชื่อนี้ดังกล่าวจะรับรู้ได้และมีอิทธิพลปฏิสัมพันธ์เชิงบวกที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมความตั้งใจใช้บริการของลูกค้าในระดับที่สูงขึ้นได้ (Alrawad et al., 2023: 1) เช่นเดียวกับ Salwa et al. (2022: 5006) ที่พบว่า ความเชื่อมั่นของบุคคลที่เกิดขึ้นย่อมแตกต่างกันไป โดยจะมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้บริการของลูกค้าได้เช่นกัน แต่อย่างไรก็ตามการศึกษาของ Kitcharoen (2019: 62) ก็ยังพบว่า การบอกต่อแบบปากต่อปากจะเป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารและการโต้ตอบ ถ้าลูกค้ามีการสื่อสารด้วยการบอกต่อแบบปากต่อปากด้วยความเต็มใจย่อมสู่แนวโน้มที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการที่สามารถนำไปสู่ความตั้งใจใช้บริการในระดับที่สูงขึ้นได้ (Suryo & Stepanus, 2023: 19)

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และผลการวิเคราะห์ข้อมูลของความเชื่อมั่นและการบอกต่อมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ของผู้ประกอบการภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ผู้วิจัยได้องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย คือ ความเชื่อมั่นในด้านต่าง ๆ ทั้งในด้านความเชี่ยวชาญ ความซื่อสัตย์ และการรับรู้ชื่อเสียงจะสามารถสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าได้ว่า บริษัทมีการให้การรับรองระบบบริหารจัดการคุณภาพที่เชื่อถือได้ ลดความเสี่ยงจากบริการที่ไม่ได้มาตรฐาน และเมื่อมีการบอกต่อที่ยืนยันคุณภาพและความน่าเชื่อถือผ่านประสบการณ์ของผู้ประกอบการที่ได้ใช้บริการแล้ว ซึ่งเป็นข้อมูลที่ลูกค้าให้ความไว้วางใจก็จะสามารถเสริมสร้างความมั่นใจและกระตุ้นให้ผู้ประกอบการเกิดความตั้งใจในการใช้บริการมากขึ้น และสามารถนำไปใช้เพื่อกำหนดหรือวางแผนแนวทางการตลาดที่จะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาครเกิดความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ในระดับที่สูงขึ้น

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาครส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นในด้านความเชี่ยวชาญในการให้บริการของบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ที่มีขั้นตอนการทำงานอย่างเป็นระบบ ดังนั้นบริษัทที่ให้บริการรับรองระบบ ISO 9001 ควรจัดทำเอกสารและแจ้งขั้นตอนการทำงานที่ชัดเจนและถูกต้อง เพื่อให้ผู้ประกอบการทราบถึงกระบวนการที่ใช้ในการให้การรับรองระบบ ISO 9001 อย่างชัดเจน โดยระบุขั้นตอนต่าง ๆ อย่างละเอียด เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการทำงานอย่างเป็นระบบ

1.2 จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาครส่วนใหญ่จะรู้จักบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 จากการแนะนำของผู้คนที่เคยใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 แล้ว ดังนั้นบริษัทที่ให้บริการรับรองระบบ ISO 9001 ควรพัฒนา

แคมเปญการตลาดผ่านลูกค้าเดิม (Referral Marketing) เพื่อเพิ่มอัตราการแนะนำบริการ และควรมีการวางแผนการตลาดที่ดีเพื่อส่งเสริมให้เกิดการแนะนำและการบอกต่อ เช่น จัดทำโปรแกรมการแนะนำลูกค้า โดยให้สิ่งจูงใจแก่ลูกค้าเดิมที่แนะนำลูกค้าใหม่เข้ามาใช้บริการ เช่น ส่วนลดพิเศษ หรือการให้บริการเพิ่มเติม หรือจัดกิจกรรมสัมมนาหรือการประชุมที่เน้นประโยชน์และคุณค่าของมาตรฐาน ISO 9001 สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจ โดยเชิญผู้ที่ผ่านการรับรองมาตรฐานมาร่วมแชร์ประสบการณ์ความสำเร็จและความประทับใจในการใช้บริการ ซึ่งจะสามารถสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการได้พบปะแลกเปลี่ยนข้อมูลและแนะนำบริษัทให้กันและกัน

1.3 จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจภาคการผลิตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาครส่วนใหญ่จะตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ที่มีคุณสมบัติครบถ้วนตรงตามความต้องการ ดังนั้นบริษัทที่ให้บริการรับรองระบบ ISO 9001 ควรจัดทีมที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านคอยให้คำปรึกษาเพื่อเข้าใจความต้องการของแต่ละธุรกิจ และสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็ว ตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้อย่างครบถ้วนตั้งแต่กระบวนการแรกของการขอการรับรองและหลังจากได้รับการรับรองแล้ว

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยแทรกซ้อนที่อาจมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 เช่น ราคาหรือค่าใช้จ่ายในการให้การรับรอง และคุณสมบัติของผู้เชี่ยวชาญหรือทีมงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยแทรกซ้อนอื่น ๆ ที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบ ISO 9001 ต่อไป

2.2 ในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบมาตรฐานอื่น ๆ เช่น ISO 14001 (ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม) หรือ ISO 45001 (ระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย) เพื่อเปรียบเทียบความสำคัญของปัจจัยเหล่านี้ที่นำไปสู่ความตั้งใจใช้บริการบริษัทที่ให้การรับรองระบบมาตรฐานต่าง ๆ

เอกสารอ้างอิง (References)

- กรมโรงงานอุตสาหกรรม. (2567). ข้อมูลโรงงานแยกตามพื้นที่. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://www.diw.go.th/webdiw/search-factory/>. สืบค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2567.
- จิรพัฒน์ พิชัยกมลศิลป์. (2563). การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์และความไว้วางใจที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟสบุ๊คไลฟ์ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระบริหาร ธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ปารมี รอดกลิ่น. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความไว้วางใจซึ่งทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทอัญมณีและเครื่องประดับผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟสบุ๊คไลฟ์. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- พัชรวิพรรณ ชมทอง และธัญนันท์ บุญอยู่. (2567). รูปแบบการดำเนินชีวิต การรับรู้รสชาติ และการบอกต่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารบุฟเฟต์ร้านชาบูของประชาชนในพื้นที่เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร. *Journal of Modern Learning Development*. 9(11): 576-590.
- ศิญารัตน์ ดำรงค์ศิริพงศ์. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัดชลบุรี. งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยบูรพา.

- ศิริกัญญา ตีระชิต และวิจิต อ้วน. (2567). การทบทวนวรรณกรรมเพื่อนำเสนอกรอบแนวคิดความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการบริหารระบบคุณภาพและประสิทธิผลขององค์การในการนำมาตรฐานระบบการบริหารงานคุณภาพ ISO 9001 ไปปฏิบัติของโรงงานอุตสาหกรรมพื้นที่ภาคกลางในประเทศไทย. *วารสารมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย เพชรบุรีปริทรรศน์*. 7(1): 48-60.
- สถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ. (2567). *ฐานข้อมูลผู้ได้รับการรับรอง ISO*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://intelligence.masci.or.th/know-standards/>. สืบค้นเมื่อ 1 มกราคม 2568.
- สถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ. (2567). *เหตุผลที่องค์กรควรเลือกผู้ให้บริการที่มีมาตรฐานสากล*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://intelligence.masci.or.th/เหตุผลที่องค์กรควรเลือก/>. สืบค้นเมื่อ 1 มกราคม 2568.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2567). *ISO 9001 โครงการปรึกษาแนะนำการพัฒนามาตรฐานระบบบริหารงานคุณภาพ*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://bds.sme.go.th/Service/Detail/302>. ค้นเมื่อ 2 มกราคม 2568.
- สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร. (2565). *รายงานความเคลื่อนไหวการลงทุนอุตสาหกรรมของจังหวัดสมุทรสาคร ประจำปีเดือนมีนาคม พ.ศ. 2565*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://shorturl.asia/Y9EHK>. สืบค้นเมื่อ 2 มกราคม 2568.
- สุชาร์ตน์ บุญอยู่. (2563). อิทธิพลเชิงโครงสร้างของการจัดการเงินทุนหมุนเวียน การกำกับดูแลกิจการที่ดี และความเชื่อมั่นต่อการเงินที่มีต่ออัตราส่วนทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทย. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. 6(2): 195-206.
- Alrawad, M., Lutfi, A., Almaiah, M. A., Elshaer, I. A. (2023). Examining the influence of trust and perceived risk on customers intention to use NFC mobile payment system. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*. 9(10): 1-11.
- Chua, E. L., Chiu, J. L., & Chiu, C. L. (2020). Factors influencing trust and behavioral intention to use Airbnb service innovation in three ASEAN countries. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*. 14(2): 175-188.
- Kitcharoen, K. (2019). The effect of e-word of moth (E-Wom) on various factors influencing customers' hotel booking intention. *ABAC ODI Journal Vision. Action. Outcome*. 6(1): 62-74.
- Likert, R. A. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*. 22(140): 1-55.
- Salwa, S., Hidayah, R. T., Maulida, A., Putri, A., Permana, N. S., & Larasati, M. (2022). Increased intention to use the application through brand trust and quality of service (Research study on users of the Dana e-money application). *Central Asia and the Caucasus*. 23(1): 5006-5016.

- Splendid Consultant. (2023). 5 อันดับธุรกิจที่มีการขอการรับรอง ISO 9001: 2015 มากที่สุดในประเทศไทย. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://www.splendidconsult.com/Article/Detail/144753/5-อันดับธุรกิจที่มีการขอการรับรอง-ISO-9001-2015-มากที่สุดในประเทศไทย>. สืบค้นเมื่อ 1 มกราคม 2567.
- Suryo, V. N. S., & Stepanus, M. (2023). Elucidating the impact of electronic word of mouth to the intention to use linked in for ASEAN jobseekers: Moderating role of gender. *Jurnal TAM (Technology Acceptance Model)*. 14(1): 19-30.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis*. (3rd ed.). New York: Harper and Row.

ปัจจัยของภาพลักษณ์ตราสินค้าและคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความตั้งใจ
ใช้บริการธุรกิจเสริมของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค กรณีศึกษาผู้ประกอบการ
ในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร

Factors of Brand Image and Service Quality Affecting the Intention to Use the
Peripheral Services of the Provincial Electricity Authority: A Case Study of
Business Operators in the Samut Sakhon Industrial Estate

รัฐ จีรพรชัย¹ ธัญนันท์ บุญอยู่²
Ratha Jeerapornchai, Thanyanan Boonyoo

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการธุรกิจเสริมของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค และ 2) คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการธุรกิจเสริมของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค กรณีศึกษาผู้ประกอบการในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเป็นผู้ประกอบการในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 127 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ภาพลักษณ์ตราสินค้าด้านชื่อเสียงตราสินค้าและด้านเครื่องหมายตราสินค้ามีผลต่อความตั้งใจใช้บริการธุรกิจเสริมของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.509-0.640 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.665 และมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R²) มีอำนาจในการพยากรณ์รวมเท่ากับร้อยละ 44.30 และ 2) คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมการบริการ ด้านการสร้างความมั่นใจ ด้านความน่าเชื่อถือการให้บริการ และด้านการตอบสนองต่อความต้องการมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการธุรกิจเสริมของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.467-0.629 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.731 และมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R²) มีอำนาจในการพยากรณ์รวมเท่ากับร้อยละ 53.40 ซึ่งจากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ภาพลักษณ์ตราสินค้าเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดความน่าเชื่อถือ และเมื่อธุรกิจเสริมของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสามารถให้บริการที่ก่อให้เกิดคุณภาพการด้วยเช่นกัน จะสามารถสร้างความพึงพอใจและประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้ประกอบการที่ใช้บริการ และเมื่อผู้ประกอบการเกิดความพึงพอใจก็จะก่อให้เกิดความตั้งใจที่จะใช้บริการธุรกิจเสริมของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคได้เช่นกัน

คำสำคัญ (Keywords) : ภาพลักษณ์ของตราสินค้า; คุณภาพการให้บริการ; ความตั้งใจใช้บริการ

Received: 2025-02-18 Revised: 2025-03-04 Accepted: 2025-03-06

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ Student, Master of Business Administration Program, Graduate School, Southeast Asia University. E-mail: rathpea45@gmail.com

² อาจารย์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ Lecturer, Master of Business Administration Program, Graduate School, Southeast Asia University. E-mail: thanyanan7@gmail.com

Abstract

This research article aims to study; 1) the factors of brand image affecting the intention to use the peripheral services of the Provincial Electricity Authority; and 2) the factors of service quality affecting the intention to use the peripheral services of the Provincial Electricity Authority: A case study of business operators in the Samut Sakhon Industrial Estate. It was a quantitative research approach. The sample consisted of 127 business operators in the Samut Sakhon Industrial Estate. Statistical methods used for data analysis included multiple regression analysis.

The findings revealed that 1) brand image factors related to brand reputation and logo significantly influenced the intention to use PEA's peripheral services, with correlation coefficients ranging from 0.509 to 0.640. The multiple correlation coefficient (R) was 0.665, and the coefficient of determination (R^2) was 44.30%, indicating moderate predictive power; and 2) service quality factors, including tangibility, assurance, reliability, and responsiveness, significantly influenced the intention to use PEA's peripheral services, with correlation coefficients ranging from 0.467 to 0.629. The multiple correlation coefficient (R) was 0.731, and the coefficient of determination (R^2) was 53.40%. The research suggests that brand image plays a crucial role in building trust. Additionally, when the PEA delivers services that meet high-quality standards, it can enhance satisfaction and create positive experiences for business operators. Furthermore, when customers are satisfied with those services, they are more likely to have a stronger intention to continue using the PEA's peripheral services.

Keywords: brand image; service quality; intention to use service

บทนำ (Introduction)

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (Provincial Electricity Authority: PEA) มีการดำเนินงานธุรกิจหลัก เพื่อจัดหาและให้บริการจำหน่ายไฟฟ้าแก่ผู้ใช้บริการในเขตพื้นที่ส่วนภูมิภาคของประเทศไทย ยกเว้นกรุงเทพมหานคร นนทบุรี และสมุทรปราการ โดยรับพลังงานไฟฟ้าจากระบบเครือข่ายของผู้ผลิตไฟฟ้า ได้แก่ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (EGAT) และจากโรงไฟฟ้าเอกชนขนาดเล็กมาก (VSPP) เพื่อนำมาจำหน่ายให้กับผู้ใช้ไฟฟ้าอันประกอบด้วย การส่งไฟฟ้า (Transmission) ให้ผู้ใช้ไฟฟ้ารายใหญ่ และอุตสาหกรรมขนาดกลาง รวมถึงการจำหน่าย (Distribution) ให้ผู้ใช้ไฟฟ้ารายย่อยผ่านหน่วยงานที่มีการแบ่งพื้นที่เป็น 4 ภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้ อีกทั้งยังมีการให้บริการเสริมทางด้านวิศวกรรมไฟฟ้าแบบครบวงจร ตั้งแต่การให้คำปรึกษา วางแผน ออกแบบ ก่อสร้าง ติดตั้ง และบำรุงรักษาระบบไฟฟ้าด้วยทีมงานมืออาชีพและเครื่องมือที่ทันสมัย ด้วยความมุ่งมั่นที่จะให้บริการที่มีคุณภาพ น่าเชื่อถือ และมีประสิทธิภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการและเกิดความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า (การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค, 2568: 3)

นิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาครเป็นนิคมที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาครที่มีการจัดตั้งโดยความร่วมมือระหว่างกรมการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยร่วมดำเนินงานกับบริษัท มหาชัยพัฒนาที่ดิน จำกัด ซึ่งภายในนิคมได้มีธุรกิจที่หลากหลายเป็นจำนวนมาก อาทิ อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมยาง

พลาสติกและหนังเทียม อุตสาหกรรมสิ่งทอและเส้นใย อุตสาหกรรมเหล็กและผลิตภัณฑ์โลหะ และ อุตสาหกรรมปุ๋ย สี และเคมีภัณฑ์ เป็นต้น ในปี 2567 มีแรงงานจำนวน 21,094 คน มีเงินลงทุนถึงจำนวน 41,859 ล้านบาท (สำนักงานนิคมอุตสาหกรรมสมุทรสาคร, 2567: 1) และจากการสำรวจของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดสมุทรสาคร พบว่า ภายในนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาครได้มีการใช้บริการพื้นฐานของธุรกิจเสริมการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเป็นบางส่วน ไม่ว่าจะเป็นในส่วนของการซ่อมแซมและบำรุงรักษาระบบไฟฟ้าภายในโรงงาน บริการตรวจวัดคุณภาพไฟฟ้า จัดหาและให้เช่าอุปกรณ์ไฟฟ้า ให้เช่าเส้นใยแก้วนำแสง เป็นต้น และปัจจุบันได้มีผู้ประกอบการธุรกิจภายในนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาครใช้บริการธุรกิจเสริมที่เป็นในส่วนของภาคเอกชนเป็นจำนวนมาก จึงทำให้การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดสมุทรสาครต้องแข่งขันกับบริษัทเอกชนในพื้นที่จังหวัดสมุทรสาครและจังหวัดใกล้เคียงด้วยการเร่งปรับตัวในการให้บริการ เพื่อรักษาลูกค้าเก่าและเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ให้ใช้บริการธุรกิจเสริมการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดสมุทรสาคร พร้อมกับปรับกลยุทธ์ด้านราคาค่าบริการ คุณภาพของวัสดุอุปกรณ์ในการให้บริการ บริการหลังการขาย แม้กระทั่งรักษาความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้ประกอบการอุตสาหกรรม เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้าเก่าและเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ให้ได้ โดยผู้บริหารและส่วนที่เกี่ยวข้องในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจเสริมของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จึงต้องพยายามเรียนรู้ปัจจัยด้านต่าง ๆ ทั้งด้านพฤติกรรมและความต้องการที่จะทำให้ผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมเกิดความตั้งใจที่จะใช้บริการธุรกิจเสริมการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดสมุทรสาคร ไม่ว่าจะเป็นการตรวจสอบและบำรุงรักษาระบบไฟฟ้า การบริการตรวจวัดคุณภาพไฟฟ้า และงานธุรกิจเกี่ยวเนื่องของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค อีกทั้งการให้บริการธุรกิจเสริมของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคมุ่งเน้นคุณภาพการให้บริการที่ได้มาตรฐาน ทั้งวัสดุอุปกรณ์ในการให้บริการและการให้พนักงานที่มีความรู้ความสามารถที่ได้รับการอบรมอย่างต่อเนื่อง มาให้บริการ เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีและเกิดคุณภาพการให้บริการให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ (การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดสมุทรสาคร, 2567: 43)

การศึกษาวิจัยของ Juliana et al. (2020: 3989) ได้กล่าวว่า การจะสร้างให้ผู้ให้บริการเกิดความตั้งใจให้บริการในระดับที่สูง จำเป็นที่ธุรกิจต้องสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้าและคุณภาพการให้บริการที่สะท้อนให้ผู้ให้บริการได้รับรู้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งภาพลักษณ์ตราสินค้าและคุณภาพการให้บริการจะมีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจให้บริการ โดยภาพลักษณ์ที่เป็นปฏิสัมพันธ์และการรับรู้ระหว่างบุคคลและวัตถุ หรือเป็นรูปแบบทางความคิดที่บุคคลสร้างขึ้นเพื่อสะท้อนวัตถุที่เป็นในแง่ของภาพลักษณ์ที่ผู้ใช้บริการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับตราสินค้าจากคุณลักษณะให้เกิดเป็นความทรงจำ (Liao, Hu & Chou, 2022: 3) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการรับรู้ส่วนบุคคลที่ผู้ใช้บริการสร้างขึ้นผ่านทางอารมณ์ที่รับรู้ได้ถึงภาพลักษณ์ตราสินค้าของธุรกิจและคุณภาพการให้บริการย่อมส่งผลให้เกิดความตั้งใจที่จะใช้บริการด้วยความเต็มใจ ซึ่งทำให้เกิดการสร้างรายได้ของธุรกิจที่เพิ่มขึ้น (Khoo, 2022: 107) นอกจากนี้ Prayogi, Solikhah & Salim (2023: 7) ก็กล่าวว่า ภาพลักษณ์ตราสินค้าที่เป็นภาพที่เกิดขึ้นอยู่ในใจของผู้ใช้บริการ เพื่อบ่งบอกถึงคุณลักษณะของสินค้าที่เป็นสัญลักษณ์ที่ทำให้สินค้าของธุรกิจแตกต่างจากสินค้าธุรกิจอื่นจะส่งผลให้เกิดความประทับใจและนำไปสู่ความตั้งใจในการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง (ชาญวิทย์ เจริญสุวรรณ และธัญนันท์ บุญอยู่, 2567: 353-354) ประกอบกับคุณภาพการให้บริการเป็นเสมือนลักษณะสินค้าหรือบริการ รูปร่างและลักษณะพิเศษของสินค้าที่ได้มาตรฐาน น่าเชื่อถือ คงทนทาน สามารถตอบสนองความต้องการ และสร้างความมั่นใจในการใช้งานได้เป็นอย่างดี จนนำไปสู่ความตั้งใจใช้บริการธุรกิจได้ (Maharsi & Njotoprajitno, 2021: 477)

จากเหตุผลที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นผู้วิจัยมุ่งศึกษาถึงปัจจัยของภาพลักษณ์ตราสินค้าและคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการธุรกิจเสริมของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค กรณีศึกษาผู้ประกอบการในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร เพื่อให้ทราบว่ามีปัจจัยใดบ้างที่เป็นตัวแปรเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเหตุและตัวแปรผลอย่างเหมาะสม เพื่อที่จะสามารถนำไปใช้สร้างเครื่องมือที่เป็นกระบวนการก่อให้เกิดความตั้งใจใช้บริการธุรกิจเสริมของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคของผู้ประกอบการในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร และเพื่อให้การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสามารถนำแบบจำลองที่ผ่านการทดสอบไปประยุกต์ใช้ให้เกิดเป็นแนวทางในการจัดทำแผนการปฏิบัติงานและกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในปัจจุบันได้

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

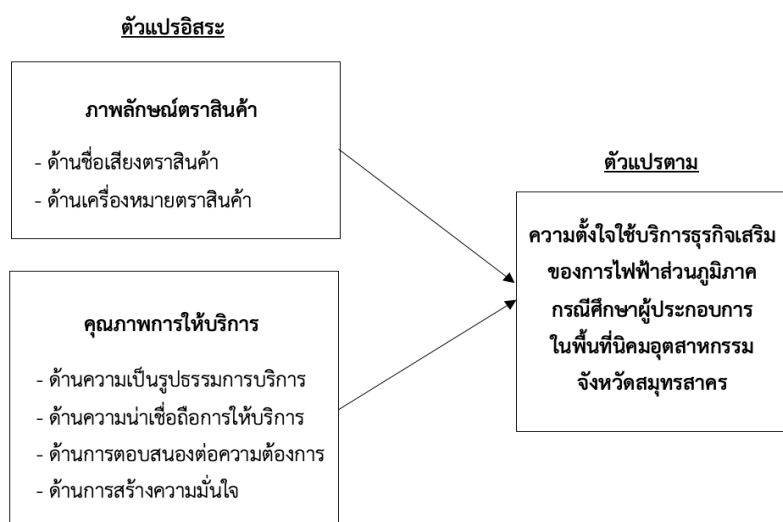
1. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการธุรกิจเสริมของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค กรณีศึกษาผู้ประกอบการในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร
2. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการธุรกิจเสริมของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค กรณีศึกษาผู้ประกอบการในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร

สมมติฐานการวิจัย (Research Hypothesis)

1. ภาพลักษณ์ตราสินค้ามีผลต่อความตั้งใจใช้บริการธุรกิจเสริมของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค
2. คุณภาพการให้บริการมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการธุรกิจเสริมของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค

กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยของภาพลักษณ์ตราสินค้าและคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการธุรกิจเสริมของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค กรณีศึกษาผู้ประกอบการในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร” โดยผู้วิจัยได้ทำการพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัยจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ที่มีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และได้ดำเนินการศึกษากับประชากรที่เป็นผู้ประกอบการในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยที่ประกอบด้วย

1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาครั้งนี้ได้มุ่งถึงปัจจัยของภาพลักษณ์ตราสินค้าและคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการธุรกิจเสริมของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค กรณีศึกษาผู้ประกอบการในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรอิสระ คือ 1) ภาพลักษณ์ตราสินค้าที่ประกอบด้วย ด้านชื่อเสียงตราสินค้าและด้านเครื่องหมายตราสินค้า และ 2) คุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือการให้บริการ ด้านการตอบสนองต่อความต้องการ และด้านการสร้างความมั่นใจ ส่วนตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจใช้บริการธุรกิจเสริมของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค

1.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง โดยประชากรที่ใช้ในการวิจัยนี้เป็นผู้ประกอบการในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร จำนวนทั้งสิ้น 187 ราย ซึ่งแบ่งเป็น 1) นิคมอุตสาหกรรมสมุทรสาคร 2) นิคมอุตสาหกรรมการพิมพ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า และ 3) นิคมอุตสาหกรรมหราชนคร ซึ่งจำนวนข้อมูลของผู้ประกอบการในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาครในช่วงปี พ.ศ. 2566 (การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2567: 1) และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 127 ราย โดยผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามแนวคิดของ Krejcie & Morgan (1970: 607-608, อ้างถึงใน เนตรสกาเว พึ่งท่าโรง, 2563: 74-75) ที่ได้ดำเนินการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างใช้การสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) ที่แบ่งเป็น 1) นิคมอุตสาหกรรมสมุทรสาคร จำนวน 73 ราย 2) นิคมอุตสาหกรรมการพิมพ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า จำนวน 52 ราย และ 3) นิคมอุตสาหกรรมหราชนคร จำนวน 2 ราย และเมื่อได้กำหนดในพื้นที่แต่ละนิคมแล้ว จึงดำเนินการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมกับผู้ประกอบการในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลได้เริ่มดำเนินการตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคมถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2567

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการพัฒนาแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่มีโครงสร้างเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษานี้ประกอบด้วย 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และสถานภาพ ซึ่งให้เลือกคำตอบได้เพียงคำตอบเดียวที่เป็นจริงมากที่สุด มีจำนวน 4 ข้อ ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเพื่อวัดระดับภาพลักษณ์ตราสินค้าที่ประกอบด้วย ด้านชื่อเสียงตราสินค้าและด้านเครื่องหมายตราสินค้า โดยพัฒนามาจากแบบวัดของบุญญิตา บุญไทย (2565: 131-132) มีจำนวน 8 ข้อ ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเพื่อวัดระดับคุณภาพการให้บริการที่ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือการให้บริการ ด้านการตอบสนองต่อความต้องการ และด้านการสร้างความมั่นใจ โดยพัฒนามาจากแบบวัดของอารยา ลิ้มทวีสมเกียรติ (2563: 85-87) มีจำนวน 17 ข้อ และส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเพื่อวัด

ระดับความตั้งใจในการใช้บริการ โดยพัฒนามาจากแบบวัดของ นิ หงอก เอียน ดอง (2562: 55) มีจำนวน 8 ข้อ ซึ่งแบบสอบถามดังกล่าวข้างต้นในแต่ละส่วนจะมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับตามแบบของ Likert (1932: 52, อ้างถึงใน เนตรสกาเว พึ่งทำโรง, 2563: 77) ซึ่งจะมีให้เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว โดยใช้คำถามที่แสดงระดับการวัดข้อมูลอันตรภาค (Interval Scale) โดยมีเกณฑ์การกำหนดค่าระดับที่ว่า “น้อยที่สุด ให้คะแนน 1 คะแนน” “น้อย ให้คะแนน 2 คะแนน” “ปานกลาง ให้คะแนน 3 คะแนน” “มาก ให้คะแนน 4 คะแนน” และ “มากที่สุด ให้คะแนน 5 คะแนน”

การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือนี้ ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากการนำแบบสอบถามจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประยุกต์ใช้ โดยมีขั้นตอนในการดำเนินงาน ได้แก่ 1) ศึกษาเอกสาร แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ตราสินค้า คุณภาพการให้บริการ ความตั้งใจใช้บริการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสร้างเป็นนิยามตัวแปรและดัชนีชี้วัด 2) สร้างแบบสอบถามและข้อคำถามให้ครอบคลุมตัวแปรที่กำหนดตามดัชนีชี้วัดภายใต้คำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา 3) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบคุณภาพด้านความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) รายข้อเพื่อพิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับตัวแปรที่ต้องการวัด โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) มากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 มาเป็นข้อคำถามในแบบสอบถาม (Lawshe, 2006: 563-564, อ้างถึงใน บรรณวัชร พลคำ, 2566: 111) ซึ่งผลการทดสอบค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ที่ 1.00 และ 4) นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว เฉพาะข้อที่อยู่ในเกณฑ์มาปรับปรุงและสร้างเป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ ไปทดลองใช้กับประชากรที่มีลักษณะเหมือนกับประชากรที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 30 คน เมื่อทำการทดลองเก็บข้อมูลแล้ว จึงนำคำตอบมาวิเคราะห์คุณภาพของแบบสอบถามทั้งฉบับโดยการหาสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) ของแต่ละตัวแปรควรมีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป (Hair et al., 2006: 289 อ้างถึงใน บรรณวัชร พลคำ, 2566: 118) ซึ่งสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) ที่ศึกษาในครั้งนี้อยู่ระหว่าง 0.891-0.968

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยมีการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร โดยผู้วิจัยได้ขอหนังสือจากสำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ ถึงผู้ประกอบการในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร เพื่อประสานงานในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นผู้ประกอบการในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร และเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นไปตามความจริง ผู้วิจัยจึงเป็นผู้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง จำนวน 127 ชุด และการเก็บรวบรวมข้อมูลกระทำในระหว่างเดือนกรกฎาคมถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2567 เมื่อได้ทำการเก็บแบบสอบถามมาแล้ว ผู้วิจัยจึงดำเนินการตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามลงรหัสและวิเคราะห์ข้อมูลตามวิธีทางสถิติต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้จัดทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่มีขั้นตอนในการใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูลที่แบ่งออกเป็น 1) การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร ด้วยการแจกแจงค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ใช้อธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล 2) การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาระดับของภาพลักษณ์ตราสินค้า คุณภาพการให้บริการ และความตั้งใจใช้บริการด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้ในการแปลความหมายของข้อมูลต่าง ๆ เพื่อสรุปและอธิบายลักษณะของตัวแปร โดยการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยมีเกณฑ์ในการแปลความหมายตามแนวความคิดของ Best (1981: 328 อ้างถึงใน บรรณวัชร พลคำ,

2566: 110) ที่ว่า “4.50-5.00 หมายถึง มากที่สุด” “3.50-4.49 หมายถึง มาก” “2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง” “1.50-2.49 หมายถึง น้อย” และ “1.00-1.49 หมายถึง น้อยที่สุด” และ (3) การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) ด้วยสถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรหรือคุณลักษณะของข้อมูล 2 ประเภท และจะนำผลของความสัมพันธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์นี้ไปใช้พยากรณ์ค่าตัวแปรหรือคุณลักษณะของข้อมูล

ผลการวิจัย (Research Results)

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษาภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการธุรกิจเสริมของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค และเพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการธุรกิจเสริมของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค กรณีศึกษาผู้ประกอบการในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร โดยมีการสรุปผลการวิจัยแบ่งออกเป็น ดังนี้

1. สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล โดยข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมจากแบบสอบถามกับผู้ประกอบการในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 127 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 78.74 มีอายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 48.03 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 66.93 และมีสถานภาพสมรส จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 51.97

2. สรุปผลการวิเคราะห์ระดับของตัวแปรภาพลักษณ์ตราสินค้า คุณภาพการให้บริการ และความตั้งใจใช้บริการธุรกิจเสริมของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค กรณีศึกษาผู้ประกอบการในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร

ตารางที่ 1 สรุปผลการวิเคราะห์ระดับของตัวแปรภาพลักษณ์ตราสินค้า คุณภาพการให้บริการ และความตั้งใจใช้บริการ

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
ภาพลักษณ์ตราสินค้า	4.06	0.620	มาก
ด้านชื่อเสียงตราสินค้า	3.92	0.843	มาก
ด้านเครื่องหมายตราสินค้า	4.20	0.554	มาก
คุณภาพการให้บริการ	4.17	0.426	มาก
ด้านความเป็นรูปธรรมการบริการ	4.13	0.558	มาก
ด้านความน่าเชื่อถือการให้บริการ	4.29	0.513	มาก
ด้านการตอบสนองต่อความต้องการ	3.97	0.439	มาก
ด้านการสร้างความมั่นใจ	4.28	0.558	มาก
ความตั้งใจใช้บริการ	3.94	0.569	มาก

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า 1) ผู้ประกอบการในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาครมีความคิดเห็นของภาพลักษณ์ตราสินค้าโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.620 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ภาพลักษณ์ตราสินค้าด้านเครื่องหมายตราสินค้าและด้านชื่อเสียงตราสินค้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20, 3.92 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.554 และ 0.843 ตามลำดับ 2) ผู้ประกอบการในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาครมีความคิดเห็นของคุณภาพการให้บริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.426 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือการให้บริการ ด้านการสร้างความมั่นใจ ด้านความเป็นรูปธรรมการบริการ และด้านการตอบสนองต่อความต้องการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29, 4.28, 4.13, 3.97 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.513, 0.558, 0.558 และ 0.439 ตามลำดับ และ 3) ผู้ประกอบการในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาครมีความคิดเห็นของความตั้งใจให้บริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.569

3. สรุปผลการวิเคราะห์ภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการธุรกิจเสริมของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค กรณีศึกษาผู้ประกอบการในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาครที่สามารถแสดงได้เป็น 2 ขั้นตอน คือ ขั้นที่ 1 เป็นการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร และขั้นที่ 2 เป็นทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยการวิเคราะห์สถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ขั้นที่ 1 ทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรจากข้อมูลกลุ่มตัวอย่างด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) และทดสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ด้วยการหาค่า Tolerance และค่า VIF ได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ

ตัวแปร	IS	BR	BM	Tolerance	VIF
IS	1	0.640**	0.509**		
BR	-	1	0.558**	0.689	1.452
BM		-	1	0.689	1.452

หมายเหตุ - (IS หมายถึง ความตั้งใจใช้บริการ, BR หมายถึง ชื่อเสียงตราสินค้า, BM หมายถึง เครื่องหมายตราสินค้า) (** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01)

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า ภาพลักษณ์ตราสินค้าที่ประกอบด้วย ภาพลักษณ์ตราสินค้าด้านชื่อเสียงตราสินค้าและด้านเครื่องหมายตราสินค้ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.509-0.640 ซึ่งการพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยตนเองแล้ว พบว่า มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และเมื่อพิจารณาตัวแปรพยากรณ์ปัจจัยการภาพลักษณ์ตราสินค้าตามค่า Tolerance พบว่า ค่าที่ได้อยู่ระหว่าง 0.689 ที่มีค่าไม่เข้าใกล้ 0 และค่า VIF ของตัวแปรอิสระมีค่าอยู่ที่ 1.452 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงให้เห็นว่า ภาพลักษณ์ตราสินค้าไม่พบปัญหาสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) จึงเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์สถิติการถดถอยพหุคูณต่อไป

ขั้นที่ 2 การวิเคราะห์สถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เป็นการหาความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างกลุ่มตัวแปรอิสระตั้งแต่ 2 ตัวแปรขึ้นไปและตัวแปรตามดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์สถิติการถดถอยพหุคูณของตัวแปรภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการธุรกิจเสริมของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคของผู้ประกอบการในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร

	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	1.514	0.306		4.943	0.000*
ด้านชื่อเสียงตราสินค้า (BR)	0.366	0.057	0.517	6.396	0.000*
ด้านเครื่องหมายตราสินค้า (BM)	0.237	0.087	0.220	2.728	0.007*

หมายเหตุ - R = 0.665, R² = 0.443, Adjusted R² = 0.434, F = 49.243, Sig. = 0.000 (* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05)

จากตารางที่ 3 สามารถอธิบายตัวแปรพยากรณ์ภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ คือ การพิจารณาความเหมาะสมของสมการการถดถอยพหุคูณ พบว่า ค่า R เท่ากับ 0.665 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน โดยมีสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ (R²) ที่สามารถอธิบายความผันแปรของภาพลักษณ์ตราสินค้าได้ร้อยละ 44.30 ส่วนค่า F เท่ากับ 49.243 ที่แสดงให้เห็นว่า การถดถอยพหุคูณมีสัดส่วนที่อธิบายการเปลี่ยนแปลงของความตั้งใจใช้บริการได้มากกว่าสัดส่วนที่อธิบายไม่ได้ถึง 49.243 เท่า นอกจากนี้ค่า Sig ได้เท่ากับ 0.000 แสดงให้เห็นว่า ภาพลักษณ์ตราสินค้าด้านชื่อเสียงตราสินค้า (BR) และด้านเครื่องหมายตราสินค้า (BM) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการทำนายความตั้งใจใช้บริการได้ดีที่สุด คือ ภาพลักษณ์ตราสินค้าด้านชื่อเสียงตราสินค้า ($\beta=0.517$) และด้านเครื่องหมายตราสินค้า ($\beta=0.220$) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ 1 ที่ว่า ภาพลักษณ์ตราสินค้ามีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการธุรกิจเสริมของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค

4. สรุปผลการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการธุรกิจเสริมของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค กรณีศึกษาผู้ประกอบการในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาครที่สามารถแสดงได้เป็น 2 ขั้นตอน คือ ขั้นที่ 1 เป็นการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร และขั้นที่ 2 เป็นทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยการวิเคราะห์สถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ขั้นที่ 1 ทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรจากข้อมูลกลุ่มตัวอย่างด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) และทดสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ด้วยการหาค่า Tolerance และค่า VIF ได้ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์และค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ

ตัวแปร	IS	CS	SR	RN	IC	Tolerance	VIF
IS	1	0.619**	0.589**	0.560**	0.629**		
CS	-	1	0.571**	0.556**	0.611**	0.521	1.920
SR	-	-	1	0.467**	0.598**	0.571	1.751
RN	-	-	-	1	0.590**	0.586	1.706
IC	-	-	-	-	1	0.477	2.097

หมายเหตุ - (IS หมายถึง ความตั้งใจใช้บริการ, CS หมายถึง ความเป็นผู้ประกอบการบริการ, SR หมายถึง ความน่าเชื่อถือการให้บริการ, RN หมายถึง การตอบสนองต่อความต้องการ, IC หมายถึง การสร้างความมั่นใจ) (** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01)

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า คุณภาพการให้บริการที่ประกอบด้วย คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นผู้ประกอบการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือการให้บริการ ด้านการตอบสนองต่อความต้องการ และด้านการ

สร้างความมั่นใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.467-0.629 ซึ่งการพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกันเองแล้ว พบว่า มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และเมื่อพิจารณาตัวแปรพยากรณ์ปัจจัยคุณภาพการให้บริการตามค่า Tolerance พบว่า ค่าที่ได้อยู่ระหว่าง 0.477-0.586 ที่มีค่าไม่เข้าใกล้ 0 และค่า VIF ของตัวแปรอิสระมีค่าอยู่ที่ 1.706-2.097 ซึ่งมีความน้อยกว่า 10 แสดงให้เห็นว่า คุณภาพการให้บริการไม่พบปัญหาสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) จึงเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์สถิติการถดถอยพหุคูณต่อไป

ขั้นที่ 2 การวิเคราะห์สถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เป็นการหาความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างกลุ่มตัวแปรอิสระตั้งแต่ 2 ตัวแปรขึ้นไปและตัวแปรตามดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์สถิติการถดถอยพหุคูณของตัวแปรคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการธุรกิจเสริมของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคของผู้ประกอบการในพื้นที่นครอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร

	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	0.309	0.379		0.814	0.418
ด้านความเป็นรูปธรรมการบริการ (CS)	0.263	0.091	0.246	2.873	0.005*
ด้านความน่าเชื่อถือการให้บริการ (SR)	0.257	0.095	0.221	2.705	0.008*
ด้านการตอบสนองต่อความต้องการ (RN)	0.247	0.110	0.177	2.197	0.030*
ด้านการสร้างความมั่นใจ (IC)	0.259	0.096	0.242	2.706	0.008*

หมายเหตุ - $R = 0.731$, $R^2 = 0.534$, Adjusted $R^2 = 0.519$, $F = 34.974$, Sig. = 0.000 (* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05)

จากตารางที่ 5 สามารถอธิบายตัวแปรพยากรณ์คุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ คือ การพิจารณาความเหมาะสมของสมการการถดถอยพหุคูณ พบว่า ค่า R เท่ากับ 0.731 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน โดยมีสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ (R^2) ที่สามารถอธิบายความผันแปรของภาพลักษณ์ตราสินค้าได้ร้อยละ 53.40 ส่วนค่า F เท่ากับ 34.974 ที่แสดงให้เห็นว่า การถดถอยพหุคูณมีสัดส่วนที่อธิบายการเปลี่ยนแปลงของความตั้งใจใช้บริการได้มากกว่าสัดส่วนที่อธิบายไม่ได้ถึง 34.974 เท่า นอกจากนี้ค่า Sig ได้เท่ากับ 0.000 แสดงให้เห็นว่า คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมการบริการ (CS) ด้านความน่าเชื่อถือการให้บริการ (SR) ด้านการตอบสนองต่อความต้องการ (RN) และด้านการสร้างความมั่นใจ (IC) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการทำนายความตั้งใจใช้บริการได้ดีที่สุด คือ คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมการบริการ ($\beta=0.246$) ด้านการสร้างความมั่นใจ ($\beta=0.242$) ด้านความน่าเชื่อถือการให้บริการ ($\beta=0.221$) และด้านการตอบสนองต่อความต้องการ ($\beta=0.177$) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ 2 ที่ว่า คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการธุรกิจเสริมของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

จากผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการธุรกิจเสริมของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค กรณีศึกษาผู้ประกอบการในพื้นที่นครอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ตราสินค้าด้านชื่อเสียงตราสินค้าและด้านเครื่องหมายตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการธุรกิจเสริมของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งจาก

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ภาพลักษณ์ตราสินค้าด้านชื่อเสียงตราสินค้าถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาครได้มอบความไว้วางใจ การยอมรับ ความน่าเชื่อถือ โดยธุรกิจเสริมของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคมีชื่อเสียงอันเป็นที่รู้จักโดยทั่วไปมาอย่างยาวนาน จึงทำให้เครื่องหมายตราสินค้ามีรูปแบบของตราสินค้าที่ชัดเจน มีเอกลักษณ์โดดเด่น สวยงามเหมาะสม มีความทันสมัย ซึ่งนำไปสู่ความตั้งใจใช้บริการธุรกิจเสริมของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคของผู้ประกอบการในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาครได้เช่นกัน โดยสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ Cavusoglu et al. (2020: 389) ที่พบว่า ภาพลักษณ์ตราสินค้าที่เป็นการรับรู้เชิงบวกของผู้บริโภคที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารระหว่างผู้บริโภคกับผู้ประกอบธุรกิจ ซึ่งการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการของธุรกิจมาขยายให้เกิดจิตสำนึกต่อตราสินค้าโดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นของการสร้างกิจกรรมส่งเสริมการขายของธุรกิจจะก่อให้เกิดความตั้งใจในการใช้บริการในทิศทางบวกและจะทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจที่จะใช้บริการนั้นได้ (Prayogi, Solikhah & Salim, 2023: 7) เช่นเดียวกับการศึกษาของ Pratisthita, Yudhistira & Agustina (2022: 181) พบว่า ภาพลักษณ์ตราสินค้าส่งผลต่อความตั้งใจของผู้บริโภคที่ใช้บริการ โดยภาพลักษณ์ตราสินค้าจะเป็นความเชื่อที่เพิ่มมากขึ้นของผู้บริโภคเกี่ยวกับคุณลักษณะของแต่ละตราสินค้า รวมถึงความแตกต่างจากตราอื่น ซึ่งภาพลักษณ์ตราสินค้าจะสามารถสะท้อนความทรงจำของผู้บริโภค เมื่อผู้ประกอบการสามารถสร้างให้ผู้บริโภคเกิดความทรงจำที่ดีมากเท่าไรก็จะส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความตั้งใจในการใช้บริการและเลือกใช้บริการตราสินค้านั้นเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น (Huthasuhut, Lubis & Utami, 2022: 43)

จากผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า คุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการธุรกิจเสริมของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค กรณีศึกษาผู้ประกอบการในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งผล การวิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมการบริการ ด้านการสร้างเชื่อมั่น ด้านความน่าเชื่อถือการให้บริการ และด้านการตอบสนองต่อความต้องการที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการธุรกิจเสริมของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งจากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า คุณภาพการให้บริการที่เป็นในส่วนของความเป็นรูปธรรมจากการให้บริการ โดยการเลือกใช้วัสดุอุปกรณ์ที่ได้คุณภาพ มีชื่อเสียง ให้บริการที่รวดเร็วและบริการที่หลากหลาย ประกอบกับความน่าเชื่อถือจากพนักงานที่มีประสบการณ์โดยตรงมีความชำนาญสามารถแจ้งรายละเอียดและค่าใช้จ่ายได้ในทุก ๆ ขั้นตอนมีผลเป็นอย่างมากกับความตั้งใจในการใช้บริการของผู้ประกอบการในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจเสริมของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคให้เกิดความตั้งใจในการใช้บริการในระดับที่สูงขึ้น โดยสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ Li & Shang (2020: 1) ที่พบว่า คุณภาพการให้บริการเป็นปัจจัยจำเป็นอย่างยิ่งที่ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจกับธุรกิจ โดยคุณภาพการให้บริการที่มีประสิทธิภาพจะส่งผลให้เกิดผลลัพธ์ของการบริการที่ดีได้นั้น ธุรกิจต้องสร้างให้ผู้ให้บริการเกิดการรับรู้อย่างเป็นรูปธรรมในการให้บริการ เพื่อสร้างให้เกิดมาตรฐาน ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง และความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการ ซึ่งปัจจัยของคุณภาพการให้บริการเหล่านี้จะสามารถนำไปสู่ความตั้งใจใช้บริการอย่างต่อเนื่องได้ (Liao, Hu & Chou, 2022: 1) เช่นเดียวกับการศึกษาของ Park & Kim (2021: 996) พบว่า คุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะใช้บริการ โดยคุณภาพการให้บริการจะแบ่งออกเป็นความเป็นรูปธรรมในการให้บริการ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง และความมั่นใจ ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้จะสามารถส่งเสริมให้ผู้ให้บริการเกิดความตั้งใจใช้บริการเพิ่มมากขึ้น (Khoo, 2022: 105)

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย คือ ปัจจัยภาพลักษณ์ตราสินค้าที่เป็นด้านชื่อเสียงตราสินค้าและด้านเครื่องหมายตราสินค้าถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่ก่อให้เกิดความน่าเชื่อถือแก่ธุรกิจเสริมของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค และเมื่อธุรกิจเสริมของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสามารถให้บริการที่ก่อให้เกิดคุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมการบริการ ด้านการสร้างความมั่นใจ ด้านความน่าเชื่อถือการให้บริการ และด้านการตอบสนองต่อความต้องการด้วยเช่นกัน จะสามารถสร้างความพึงพอใจและประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้ประกอบการที่ใช้บริการธุรกิจเสริมของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค และเมื่อผู้ประกอบการที่ใช้บริการธุรกิจเสริมของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเกิดความพึงพอใจก็จะก่อให้เกิดความตั้งใจที่จะใช้บริการธุรกิจเสริมของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคในระดับที่สูงขึ้นได้เช่นกัน อีกทั้งปัจจัยภาพลักษณ์ตราสินค้าที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าได้แล้วนั้นจะสามารถพัฒนาแนวทางการบริหารตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักแก่ลูกค้ามากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จากผลการศึกษาภาพลักษณ์ตราสินค้า พบว่า ผู้ประกอบการในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาครให้ความสำคัญกับชื่อเสียงตราสินค้าเป็นอย่างมาก โดยได้มอบความไว้วางใจ การยอมรับกับตราสินค้าอันเป็นที่รู้จักโดยทั่วไป ดังนั้นธุรกิจเสริมของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคควรที่จะต้องทำให้ตราสินค้ามีชื่อเสียงที่ดีเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ในส่วนของเครื่องหมายตราสินค้าก็เช่นกัน การมีเครื่องหมายตราสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่น มีความทันสมัย ชัดเจน และสวยงามเหมาะสมก็จะช่วยให้เพิ่มโอกาสที่ผู้ประกอบการจะให้ความสนใจที่จะตั้งใจใช้บริการมากขึ้น

1.2 จากผลการศึกษาคุณภาพการให้บริการ พบว่า ผู้ประกอบการในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาครให้ความสำคัญกับความเป็นรูปธรรมจากการบริการและความน่าเชื่อถือในการให้บริการที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการและสามารถสร้างความมั่นใจให้ผู้ประกอบการได้ ดังนั้นธุรกิจเสริมของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคควรจะต้องมีการวางแผนที่ดี เช่น การบริการที่รวดเร็ว ขณะให้บริการต้องใช้ทีมงานที่มีทักษะที่ดี โดยมีจำนวนที่เพียงพอต่องานบริการนั้น ๆ อุปกรณ์เครื่องมือทุกอย่างที่ใช้ในงานบริการต้องแจ้งรายละเอียดให้ชัดเจน ตลอดจนมีหนังสือส่งมอบและความใส่ใจที่จะติดตามผลงานอย่างสม่ำเสมอ และมีการพัฒนาหาแนวทางให้เลือกใช้บริการที่หลากหลายตามรูปแบบของการให้บริการที่เหมาะสมกับลูกค้า

1.3 จากผลการศึกษาความตั้งใจใช้บริการ พบว่า ผู้ประกอบการในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาครจะเกิดความตั้งใจใช้บริการที่ได้จากการค้นหาข้อมูลมาแล้วเป็นอย่างดี โดยเปรียบเทียบกับงานบริการประเภทเดียวกันจากแหล่งต่าง ๆ หรืออาจจะมาจากการแนะนำจากผู้ประกอบการคล้ายกัน มีความสนิทกัน ซึ่งบริการที่เลือกจะต้องตรงตามความต้องการและครอบคลุมให้มากที่สุด จึงควรจัดรูปแบบของงานบริการให้มีความหลากหลายตรงตามความต้องการของแต่ละผู้ประกอบการ

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมในเชิงลึกที่เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพเกี่ยวกับธุรกิจเสริมที่เป็นในส่วนของภาคเอกชน เนื่องจากประเทศไทยมีธุรกิจเสริมที่เป็นในส่วนของภาคเอกชนกระจายอยู่หลากหลาย เพื่อจะให้ทราบถึงความต้องการของผู้ใช้บริการที่ทำให้เกิดความตั้งใจใช้

บริการธุรกิจเสริมมากขึ้น และสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปปรับใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจเสริมของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคต่อไป

2.2 ในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับประเภทงานบริการเสริมที่กำลังได้รับความนิยมแบบเจาะจง เช่น งานบริการเสริมเกี่ยวกับการติดตั้งโซล่าเซลล์ งานบริการเสริมเกี่ยวกับการติดตั้งสถานีอัดประจุ เป็นต้น เพื่อเปรียบเทียบความสำคัญของปัจจัยเหล่านี้ที่ทำให้ผู้ประกอบการในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาครเกิดความตั้งใจใช้บริการธุรกิจเสริมทั่วไปมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง (References)

- การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. (2567). **จำนวนธุรกิจที่ประกอบกิจการในนิคมอุตสาหกรรมประจำปี 2566**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.ieat.go.th/th>. สืบค้นเมื่อ 6 ธันวาคม 2567.
- การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค. (2568). **ธุรกิจและบริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.pea.co.th/about-pea/pea-service>. สืบค้นเมื่อ 15 มกราคม 2568.
- การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดสมุทรสาคร. (2567). **ข้อมูลพื้นฐานการสำรวจของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดสมุทรสาคร**. สมุทรสาคร: การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดสมุทรสาคร.
- ชาญวิทย์ เจริญสุวรรณ และธัญนันท์ บุญอยู่. (2567). ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของคุณภาพของสินค้า ภาพลักษณ์ตราสินค้า และคุณค่าตราสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้านำเข้าจากจีนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. *วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*. 14(2): 350-363.
- นี หงอก เอียน ดอง. (2562). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการในวิถีชีวิตปกติใหม่ของผู้บริโภค กลุ่มเจนเอเรชั่นซี**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เนตรสกา พึ่งท่าโรง. (2563). **อิทธิพลของการมีส่วนร่วมในงาน ความผูกพันต่อองค์กร และแรงจูงใจในการทำงานที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานอุตสาหกรรมรถยนต์แห่งหนึ่งในอำเภอเมืองจังหวัดนครปฐม**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์.
- บรรณวัชร พลคำ. (2566). **ผลกระทบของนวัตกรรมและบุพปัจจัยต่อขีดความสามารถเชิงการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมท้องถิ่นในจังหวัดภูเก็ต**. ดุษฎีนิพนธ์บริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- บุญญา บัญไทย. (2565). **ภาพลักษณ์ตราสินค้าและคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสมัครสมาชิก Post Family บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สำนักงานนิคมอุตสาหกรรมสมุทรสาคร. (2567). **ข้อมูลพื้นฐานนิคมอุตสาหกรรมสมุทรสาคร**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://samutsakhon.ieat.go.th/th/industrial-estate-history#>. สืบค้นเมื่อ 15 มกราคม 2568.
- อารยา ลิ้มทวีสมเกียรติ. (2563). **คุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Nail Spa ของผู้ใช้บริโภค Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Best, J. W. (1981). *Research in education*. (4th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

- Cavusoglu, S., Demirang, B., Durmaz, Y., & Cikmaz, G. (2020). The impact of brand image and brand conscious on perceived price and purchase intention. **Transnational Marketing Journal**. 9(2): 389-405.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). **Multivariate data analysis**. (6th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Huthasuhut, M. F. A., Lubis, P. H., & Utami, S. (2022). The influence of brand image and lifestyle on purchase intention mediated by consumer attitude on personal care products with regional comparison as multigroup moderator (Study on consumers in Banda Aceh vs Lhokseumawe). **International Journal of Scientific and Management Research**. 5(8): 43-57.
- Juliana, A., Djakasaputra, A., Pramono, R., & Hulu, E. (2020). Brand image, perceived quality, ease of use, trust, price, service quality on customer satisfaction and purchase intention of Blibli website with digital technology as dummy variable in the use of EViews. **Journal of Critical Reviews**. 7(11): 3987-4000.
- Khoo, K. L. (2022). A study of service quality, corporate image, customer satisfaction, revisit intention and word-of-mouth: Evidence from the KTV industry. **PSU Review**. 6(2): 105-119.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. **Educational and Psychological Measurement**. 30: 607-610.
- Lawshe, C. H. (2006). A quantitative approach to content validity. **Personnel Psychology**. 28(4): 563-575.
- Li, Y., & Shang, H. (2020). Service quality, perceived value, and citizens' continuous-use intention regarding e-government: Empirical evidence from China. **Information & Management**. 57(10): 1-15.
- Liao, S. H., Hu, D. C., & Chou, H. L. (2022). Consumer perceived service quality and purchase intention: Two moderated mediation models investigation. **SAGE Open**. 10(1): 1-15.
- Likert, R. A. (1932). A technique for the measurement of attitudes. **Archives of Psychology**. 22(140): 1-55.
- Maharsi, A. R., & Njotoprajitno, R. S. (2021). The effect of service quality and customer satisfaction on purchasing intention: A case study in Indonesia. **Journal of Asian Finance, Economics and Business**. 8(4): 475-482.
- Park, W., & Kim, H. K. (2021). The effects of service quality determinants on intention to purchase: Focused on internet insurance. **Turkish Journal of Computer and Mathematics Education**. 12(10): 996-1004.

- Pratisthita, D. A. A., Yudhistira, P. G. A., & Agustina, N. K. W. (2022). The effect of brand positioning, brand image, and perceived price on consumer repurchase intention low-cost carrier. **Journal of Theory and Applied Management**. 15(2): 181-195.
- Prayogi, J., Solikhah, E. W., & Salim, A. (2023). The role of electronic word of mouth and brand image on intention to use IoT- Based products. **Bulletin of Innovation in Management**. 1(2): 7-12.



ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการ
บริษัทไทยโพรซินเทติกส์ จำกัด

Marketing Mix Factors Affecting Customer Satisfaction in Service Use at
Thai Toray Synthetics Co., Ltd.

จุฑามณี วีระพาลกร¹ ชินโนส วิสิฐนิธิกัจา²

Juthamanee Weerapalakorn, Chinnaso Visitnitikija

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 2) ศึกษาระดับความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัทไทยโพรซินเทติกส์ จำกัด 3) เปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการจำแนกตามข้อมูลสถานประกอบการ 4) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัทไทยโพรซินเทติกส์ จำกัด เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามจำนวน 60 ชุด เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบบสอบถามมาตรฐานความเที่ยงตรงเท่ากับ .955 และค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .826 สถิติที่ใช้คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การทดสอบสมมติฐานแบบ t- test, F-test (One-Way ANOVA) และ Multiple Regression Analysis

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการในการใช้บริการบริษัทไทยโพรซินเทติกส์ จำกัด ภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก 2) ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัทไทยโพรซินเทติกส์ ภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก 3) เปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการ จำแนกตามข้อมูลสถานประกอบการ มีผลต่อการความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัทไทยโพรซินเทติกส์ ที่ไม่แตกต่างกัน 4) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการในการใช้บริการบริษัทไทยโพรซินเทติกส์ ด้านราคา และ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัทไทยโพรซินเทติกส์

คำสำคัญ (Keywords) : ส่วนประสมทางการตลาด; ความพึงพอใจ; อุตสาหกรรมเม็ดพลาสติก

Abstract

This research aimed to: 1) examine the marketing mix factors, 2) assess the level of customer satisfaction with the services of Thai Toray Synthetics Co., Ltd., 3) compare customer satisfactory levels based on business characteristics, and 4) investigate the marketing mix factors influencing customer satisfaction with the services of Thai Toray Synthetics Co., Ltd. This study employed a quantitative research approach, utilizing 60 sets of the questionnaire as the primary data collection instrument. The scale of the questionnaire has a validity coefficient of 0.955 and a reliability coefficient of 0.826. The statistical methods applied

Received: 2025-02-11 Revised: 2025-03-08 Accepted: 2025-03-09

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต Student Master of Business Administration, The Graduate School, Kasem Bundit University. E-mail: Jweerapalakorn@gmail.com

² อาจารย์ที่ปรึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต Advisor Master of Business Administration, The Graduate School, Kasem Bundit University. E-mail: chinnaso12@gmail.com

included percentage, mean, hypothesis testing through t-test, F-test (One-Way ANOVA), and Multiple Regression Analysis.

The research findings indicated that 1) the overall importance of marketing mix factors in utilizing the services of Thai Toray Synthetics Co., Ltd. was at a high level; 2) the overall level of customer satisfaction with the services of Thai Toray Synthetics Co., Ltd. was also high; 3) a comparison of customer satisfaction levels, categorized by business characteristics, revealed no significant differences; and 4) the marketing mix factors that significantly influence customer satisfaction with the services of Thai Toray Synthetics Co., Ltd. Were pricing and distribution channels.

Keywords: marketing mix; customer satisfaction; plastic pellet industry

บทนำ (Introduction)

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมพลาสติกในประเทศไทยนั้นมิตั้งแต่ขนาดเล็กไปจนถึง ขนาดใหญ่ ด้วยสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงของคู่แข่งทั้งในประเทศและต่างประเทศ ความผันผวนของ ต้นทุนวัตถุดิบตั้งต้นของเม็ดพลาสติกจากระดับราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกมีความผันผวนสูง ต้นทุน ค่าจ้างแรงงานที่มีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้น ภาวะเศรษฐกิจโลก และเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าหลัก จาก สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ภาวะเศรษฐกิจไทยที่มีแนวโน้มชะลอตัวลง ส่งผลให้ภาพรวมภาคการผลิตในอุตสาหกรรมต่อเนื่องและการบริโภคภายในประเทศมีทิศทางชะลอตัวลงตามไปด้วย (อภิญญา กองทอง, 2564: 21) ปี 2565 อุตสาหกรรมพลาสติกของไทยถูกกดดันจากปัจจัยหลายด้าน นับตั้งแต่ความขัดแย้งระหว่างรัสเซีย-ยูเครนที่ก่อให้เกิดวิกฤตด้านราคาพลังงานและสินค้าโภคภัณฑ์ที่ปรับสูงขึ้นต่อเนื่อง (ราคาน้ำมันดิบเบรนท์เพิ่มขึ้น 40% จากปี 2564) ผลักดันเงินเฟ้อเร่งตัวขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทั่วโลก ขณะที่เศรษฐกิจประเทศคู่ค้าที่เป็นตลาดส่งออกสำคัญของไทยชะลอตัว (อาทิ สหรัฐฯ เศรษฐกิจชะลอตัวจากการปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยต่อเนื่อง และจีนมีการปิดประเทศจากการดำเนินนโยบาย Zero-COVID) ปัจจัยข้างต้น ส่งผลให้เศรษฐกิจไทยฟื้นตัวค่อนข้างช้า ท่ามกลางกำลังซื้อในประเทศที่ถูกบั่นทอนจากอัตราเงินเฟ้อซึ่งเร่งขึ้นเช่นเดียวกับหลายประเทศทั่วโลก กดดันอุตสาหกรรมพลาสติกทั้งด้านต้นทุนการผลิตที่ปรับสูงขึ้น และการบริโภคที่ชะลอตัวเนื่องจากผู้บริโภคเพิ่มความระมัดระวังในการใช้จ่ายมากขึ้น (วิจัยกรุงศรี, 2566)

ในปี 2568-2569 ปริมาณการส่งออกเม็ดพลาสติกของไทย มีแนวโน้มลดลงต่อเนื่อง ตามการชะลอตัวของเศรษฐกิจคู่ค้า และการแข่งขันกับเม็ดพลาสติกจากคู่แข่งที่สูงขึ้น โดยเฉพาะจีน ซึ่งมีความได้เปรียบจากการประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale) เนื่องจากจีนสามารถผลิตเม็ดพลาสติกในปริมาณมาก ด้วยต้นทุนการผลิตที่ต่ำ ทำให้ราคาเม็ดพลาสติกจีนต่ำกว่า โดยคาดว่าในปี 2568-2569 อัตราการใช้กำลังการผลิตเม็ดพลาสติกของไทยจะอยู่ที่ 82.1% และ 82.5% ของกำลังการผลิตทั้งหมด ตามลำดับ ซึ่งลดลงถึง 15% จากระดับ 96.6% ในปี 60 ความต้องการใช้เม็ดพลาสติกในอุตสาหกรรมยานยนต์ของไทยมีแนวโน้มลดลง ตามปริมาณการผลิตรถยนต์สันดาปในประเทศ ซึ่งอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในปี 2560-2562 ที่ 2.06 ล้านคันต่อปีเกือบ 30% ขณะที่ความต้องการรถยนต์ไฟฟ้า (EV) เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ซึ่งเข้ามาแย่งส่วนแบ่งตลาดรถยนต์ ICE ที่ผลิตในไทย โดยเฉพาะรถยนต์ EV ที่นำเข้าจากจีน ทำให้ในช่วง 1-2 ปีข้างหน้า ปริมาณการผลิตรถยนต์

ICE ของไทยยังมีแนวโน้มทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ส่งผลกระทบให้ความต้องการใช้เม็ดพลาสติกในอุตสาหกรรมยานยนต์มีแนวโน้มลดลงตามไปด้วย (วิจัยกรุงไทย, 2568)

ไทยบริษัทสัญชาติญี่ปุ่นเข้ามาลงทุนในประเทศไทยครั้งแรกในปี 1963 ปัจจุบันมีบริษัทในกลุ่มโพรเจกต์ 9 บริษัท และโรงงาน 12 แห่ง ตั้งอยู่ในประเทศไทย ประกอบด้วย บริษัท โพรเจกต์สตีล (ประเทศไทย) จำกัด (TTH) บริษัท โพรเจกต์สตีล (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) (TTT) บริษัท ไทยโพรเจกต์สตีล จำกัด (TTS) บริษัท คาร์บอน เมจิก (ประเทศไทย) จำกัด (CMTH) บริษัท โพรเจกต์ พลาสติก ฟริชชั่น (ประเทศไทย) จำกัด (TPPT) บริษัท โพรเจกต์ ไฮบริด คอร์ด (ประเทศไทย) จำกัด (THCT) บริษัท โซดะ หน้าเขียน อะโรมาติก (ประเทศไทย) จำกัด (SNA) บริษัท โพรเจกต์ อินเตอร์เนชั่นแนล เทคดิง (ประเทศไทย) จำกัด (TITH) และบริษัท เซลลูโลซิก ไบโอแมส เทคโนโลยี จำกัด (CBT) (บริษัทไทยโพรเจกต์สตีล จำกัด, 2567)

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเฉพาะบริษัท ไทยโพรเจกต์สตีล จำกัด (TTS) ผลิตและจำหน่ายเม็ดพลาสติกเพื่ออุตสาหกรรมที่ใช้สำหรับการผลิตชิ้นส่วนภายในและภายนอกรถยนต์ ชิ้นส่วนเครื่องยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้า หม้อน้ำรถยนต์ ขั้วต่อถังน้ำมัน และ อุปกรณ์ส่งสัญญาณ โดยเม็ดพลาสติกของบริษัทไทยโพรเจกต์สตีล จำกัด มีหลายชนิด โดยแบ่งตามความสามารถการทนความร้อน ที่ทนความร้อนได้ดีจะมีเกรดที่สูงขึ้น พลาสติกเกรดต่างๆ สำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติแตกต่างกัน ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อตอบสนองตามความต้องการใช้งานของลูกค้าที่หลากหลาย ทั้งนี้ในสภาวะที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงในเครือของบริษัทผลิตเม็ดพลาสติก ทำให้บริษัทไทยโพรเจกต์สตีล จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทผลิตเม็ดพลาสติกเพื่ออุตสาหกรรมมีความต้องการที่จะหาแนวทางกลยุทธ์ในการพัฒนายอดขายให้เติบโตตามแนวโน้มของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติกพร้อมทั้งสามารถแข่งขันกับตลาดรถยนต์EV จีนได้ จึงจำเป็นที่จะต้องศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการบริษัท ไทยโพรเจกต์สตีล จำกัด

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการบริษัทไทยโพรเจกต์สตีล จำกัด เพื่อนำผลจากการที่ได้ศึกษาไปเป็นแนวทางในการพัฒนาแผนการจัดจำหน่ายเม็ดพลาสติกของบริษัทให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการบริษัทไทยโพรเจกต์สตีล จำกัด
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัทไทยโพรเจกต์สตีล จำกัด
3. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการ จำแนกตามข้อมูลสถานประกอบการ
4. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการบริษัทไทยโพรเจกต์สตีล จำกัด

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งเป็น วิธีค้นคว้าหาความจริง และใช้วิธีการทางสถิติมาช่วยวิเคราะห์ประมวลผล เพื่อให้เกิดความคลาดเคลื่อนน้อยที่สุด โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการบริษัทไทยโทเรซินเทติกส์ จำกัด โดยอาศัยแนวคิดทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด ของ Kotler (2016) ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) และ ทฤษฎีความพึงพอใจ ของ John D. Millet (1954) ได้ให้แนวทางการวัดความพึงพอใจ ของประชาชนที่มีต่อการให้บริการต้องยึดหลักการ 5 ด้าน คือ การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) การให้บริการอย่างทันเวลา (Time Service) การให้บริการอย่างพอเพียง (Ample Service) การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) และ การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service)

1.2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาเป็นผู้ที่ใช้บริการบริษัทไทยโทเรซินเทติกส์ จำกัด เลือกตัวอย่างจำนวน 60 ราย การศึกษาในครั้งนี้ ใช้การคำนวณหากลุ่มตัวอย่าง (Sample size) แบบทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตร ทาโร ยามาเน่ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนี้ ได้กลุ่มตัวอย่างที่ 52.17 คน แต่ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษานี้จำนวน 60 คน ซึ่งเป็นจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการบริษัท ไทยโทเรซินเทติกส์ จำกัด เป็นประจำอย่างต่อเนื่องและมีประวัติย้อนหลังการใช้บริการภายใน 3-6 เดือน ระยะเวลาที่ใช้ในการเลือกจำนวนประชากรที่ใช้บริการ (เริ่มต้น เดือนมกราคม พ.ศ.2567-เดือนพฤษภาคม พ.ศ.2567)

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

คือ บริษัทไทยโทเรซินเทติกส์ จำกัด

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ในการศึกษา เริ่มต้นเดือนมิถุนายน 2567-เดือนกันยายน พ.ศ. 2567

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเชิงปริมาณ แบบสอบถามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการบริษัทไทยโทเรซินเทติกส์ จำกัด

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นสำหรับการศึกษาวิจัยไปทำการทดสอบหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability)

2.1 การหาค่าความเที่ยงตรง โดยนำแบบสอบถาม ที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้น ไปตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน หลังจากนั้นนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) โดยใช้สูตรของ (Rovinelli and Hambleton, 1997: 49-60)

ผู้ศึกษาเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.5 มาใช้เป็นข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ซึ่งได้ตรวจสอบแบบสอบถามแล้วเห็นว่าแบบสอบถามทุกข้อที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้นมีความเที่ยงตรงของเนื้อหาครอบคลุมในแต่ละด้าน และครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการศึกษา นำแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเพื่อหาค่า Validity โดยใช้ IOC ซึ่งจะต้องไม่ต่ำกว่า 0.5 ในแต่ละข้อผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามที่ผู้เชี่ยวชาญได้ตรวจสอบและนำมาปรับปรุงแก้ไข ซึ่งผลการวัดค่าดัชนีความสอดคล้อง .955

2.2 การหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยผู้ศึกษานำแบบสอบถามไปทดสอบ (Pretest) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มที่จะศึกษาจำนวน 30 คน โดยการนำไปวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นเป็นรายข้อ (Item Analysis) หาความเชื่อมั่นรวมโดยใช้วิธีของ Cronbach (กัลยา วาณิชยบัญชา, 2561: 28) เพื่อให้เกิดความชัดเจนของข้อคำถาม โดยใช้เกณฑ์ยอมรับที่ค่ามากกว่า 0.70 เพื่อแสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความน่าเชื่อถือเพียงพอ โดยใช้ โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ในการคำนวณหาค่า Reliability ใช้คำสั่ง Analyze Scale Reliability Analysis ซึ่งผลการทดสอบได้ค่าความน่าเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ .826

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 การศึกษาค้นคว้าเอกสาร และผลการศึกษาวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

3.2 การศึกษาแบบสอบถามข้อมูลที่ได้ จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มเป้าหมาย โดยขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 60 ชุด และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไปได้

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้สถิติ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย อธิบายข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์และผู้ตอบแบบสอบถามตัวแปรต่าง ๆ

4.2 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ทดสอบสมมติฐาน t-test, F-test, (One-way ANOVA), (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย (Research Results)

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการบริษัทไทยโทรเชินเทคส์ จำกัด

ตารางที่ 1 แสดงระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการบริษัทไทยโทรเชินเทคส์ จำกัด

ลำดับ	ส่วนผสมทางการตลาด (4Ps)	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
1	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.45	0.50304	มาก
2	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.17	0.34509	มาก
3	ด้านผลิตภัณฑ์	3.75	0.61022	มาก
4	ด้านราคา	3.59	0.41164	มาก
	รวม	3.99	0.46749	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก ($\bar{x} = 3.99$, S.D 0.46749) และเมื่อพิจารณารายละเอียดมีระดับความสำคัญ อยู่ในระดับสำคัญมาก 4 รายการ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{x} = 4.45$, S.D=0.50304) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{x} = 4.17$, S.D=0.34509) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 3.75$, S.D=0.61022) และ ปัจจัยด้านราคา ($\bar{x} = 3.59$, S.D=0.41164) ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการบริษัทไทยโทเรซินเทติกส์ จำกัด
ตารางที่ 2 ตารางแสดงระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการบริษัทไทยโทเรซินเทติกส์ จำกัด

ลำดับ	ความพึงพอใจในการใช้บริการ ร้านอาหารกึ่งผับในเขตมินบุรี	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
1	การบริการอย่างต่อเนื่อง	4.65	0.36569	มากที่สุด
2	การให้บริการอย่างเพียงพอ	4.40	0.40666	มาก
3	การบริการอย่างเสมอภาค	4.32	0.45428	มาก
4	การให้บริการอย่างก้าวหน้า	4.17	0.46113	มาก
5	การบริการอย่างทันเวลา	4.13	0.43852	มาก
	รวม	4.33	0.42526	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ภาพรวมระดับความพึงพอใจในการให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.42526) และเมื่อพิจารณาถึงระดับความพึงพอใจ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด 1 รายการ ประกอบด้วย การให้บริการอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 4.65$, S.D. = 0.36569) อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก 4 รายการ ประกอบด้วย การให้บริการอย่างเพียงพอ ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.40666) การให้บริการอย่างเสมอภาค ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.45428) การให้บริการอย่างก้าวหน้า ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.46113) และการให้บริการอย่างทันเวลาที่ตรงต่อเวลา ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = 0.43852) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการบริษัทไทยโทเรซินเทติกส์ จำกัด จำแนกตามข้อมูลสถานประกอบการ

ตารางที่ 3 แสดงเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการบริษัทไทยโทเรซินเทติกส์ จำกัด จำแนกตามข้อมูลสถานประกอบการ

ข้อมูลส่วนบุคคล	ความพึงพอใจ		Sig	ผลการทดสอบ
	t	F		
อายุสถานประกอบการ		.698	.557	ไม่แตกต่าง
สถานะการจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์	.925		.359	ไม่แตกต่าง
จำนวนพนักงาน		.716	.547	ไม่แตกต่าง
การส่งออกต่างประเทศ	-.855		.396	ไม่แตกต่าง
กลุ่มอุตสาหกรรม		2.052	.138	ไม่แตกต่าง
ตำแหน่งงาน		2.412	.076	ไม่แตกต่าง
อายุงานของพนักงาน		0.080	.988	ไม่แตกต่าง

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อมูลของสถานประกอบการที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการบริษัทไทยโทเรซินเทติกส์ จำกัด แตกต่างกัน พบว่า อายุสถานประกอบการ สถานะการจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ จำนวนพนักงาน การส่งออกต่างประเทศ กลุ่มอุตสาหกรรม ตำแหน่งงาน อายุงานของพนักงาน มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการบริษัทไทยโทเรซินเทติกส์ จำกัด ไม่แตกต่างกัน

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการบริษัทไทยโทเรซินเทคส์ จำกัด

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการบริษัทไทยโทเรซินเทคส์ จำกัด

ส่วนประสมทางการตลาด	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	ผลการทดสอบ
(Constant)	2.457	.633		3.880	.000	
ด้านผลิตภัณฑ์	-.029	.066	-.055	-.443	0.660	ไม่มี
ด้านราคา	.192	.091	.265	2.101	0.040*	มี
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.250	.084	.421	2.990	0.004*	มี
ด้านการส่งเสริมการตลาด	.069	.115	.080	.602	0.550	ไม่มี

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 เปรียบเทียบอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการบริษัทไทยโทเรซินเทคส์ จำกัด พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา (Sig = .040) และ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Sig = .004) มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการบริษัทไทยโทเรซินเทคส์ จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการบริษัทไทยโทเรซินเทคส์ จำกัด ผู้ศึกษามีประเด็นที่จะอภิปราย ดังนี้

1. จากการศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการ ภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก สอดคล้องกับ งานวิจัยของ ลลิตา พุทธชาติ (2561: 54) พบว่า ภาพรวมปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับสำคัญมาก ส่วนประสมทางการตลาด ทั้ง 4 ด้าน คือด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก

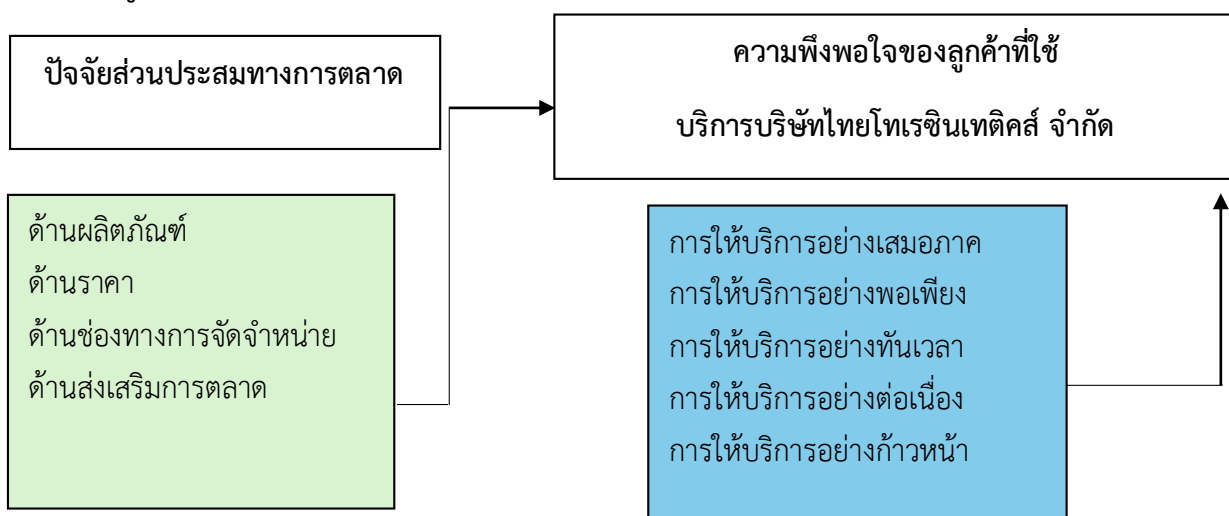
2. จากการศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการบริษัทไทยโทเรซินเทคส์ จำกัด พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ในภาพรวมของความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดาเรศ เรียบร้อย (2562: 5-6) พบว่า ภาพรวมระดับความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ในระดับมาก

3. จากการศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการบริษัทไทยโทเรซินเทคส์ จำกัด จำแนกตามข้อมูลสถานประกอบการ มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการบริษัทไทยโทเรซินเทคส์ จำกัด ที่ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Suttipan, M., Yeesuntes, M., & Mahamud, T.

(2022: 40-47) พบว่าข้อมูลสถานประกอบการ ด้านอายุสถานประกอบการ ด้านตำแหน่ง ด้านจำนวนพนักงานที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถรับส่งบริษัท เมตตาทัวร์ จำกัด ที่ไม่แตกต่างกัน

4. จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการบริษัท ไทยโทเรซินเทติกส์ จำกัด พบว่า ปัจจัยด้านราคา และ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อความความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการบริษัทไทยโทเรซินเทติกส์ จำกัด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยงานวิจัยของลลิตา พุทธิชาติ (2561: 59) พบว่า ด้านราคา และ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)



ภาพประกอบที่ 1.2 องค์ความรู้ที่ได้รับจากงานวิจัย

รัชริษา เกตุสาลี (2567). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารกึ่งผับในเขตเมืองบุรีรัมย์. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ด้านส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับสำคัญมาก ระดับความพึงพอใจโดยรวมต่อการใช้บริการอยู่ในระดับมาก และ ข้อมูลสถานประกอบการที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการบริษัทไทยโทเรซินเทติกส์ จำกัด ไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมาตรฐาน โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณสมบัติที่มีความคงทนและขึ้นรูปง่าย เพื่อให้ลูกค้าได้ผลิตภัณฑ์ที่ดีและตรงต่อความต้องการของลูกค้ามากขึ้น

1.2 ด้านราคา ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญด้านราคาให้มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ โดยมีส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าอย่างเหมาะสม สร้างความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับบริษัทอื่นๆ และสร้างความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพและบริการได้รับ

1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยการมีตัวแทนจัดจำหน่ายที่เหมาะสม ช่องทางที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และช่องทางที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์สะดวกสบายต่อการจัดส่งและรับสินค้าโดยลูกค้า

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ รวมถึงการมีสินค้าสมนาคุณ มีการแจกแถมสินค้าที่ใช้งานได้อย่างเหมาะสม และมีการสอบถามความพึงพอใจหลังการใช้ผลิตภัณฑ์เม็ดพลาสติก

ทั้งนี้บริษัทควรมีกลยุทธ์ในการพัฒนาและบริหารธุรกิจเพิ่มเติม เช่น การวิเคราะห์ทั้งภายในและภายนอกโดยใช้กลยุทธ์ SWOT Analysis เพื่อให้ทราบถึงจุดอ่อนจุดแข็ง และ โอกาสของตัวเราและคู่แข่ง นอกจากนี้ยังสามารถใช้กลยุทธ์ PESTEL Analysis หรือ 5 FORCE ในการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกเพิ่มเติม เพื่อให้เกิดความละเอียดมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเม็ดพลาสติกจากฐานลูกค้าของบริษัทตัวแทนจำหน่าย ๆ อื่น เพื่อเปรียบเทียบทิศทางการให้ความสำคัญต่อปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบพร้อมทั้งควรเพิ่มการศึกษาเกี่ยวกับประเด็นเกี่ยวกับผู้ผลิตเม็ดพลาสติกตลาดรองที่นอกเหนือจากกลุ่มผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ เพื่อเป็นข้อมูลในการเปรียบเทียบและพัฒนาฐานลูกค้าในกลุ่มอื่น ๆ รวมทั้งการสัมภาษณ์เชิงลึกในกลุ่มตัวอย่างผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อเม็ดพลาสติก เพื่อเปรียบเทียบผลการศึกษาและแนวโน้มการตัดสินใจในเชิงลึกต่อไป

เอกสารอ้างอิง (References)

- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2561). สถิติสำหรับงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามลดา.
- ดาเรศ เรียบร้อย. (2562). ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานตรวจสภาพรถเอกชน(ตรอ.) ในอำเภอบางน้ำเปรี้ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.
- บริษัท ไทยโทเรซินเทติกส์ จำกัด. (2567). กลุ่มโพรในในประเทศไทย. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.toray.co.th/th/thai/business/> สืบค้นเมื่อ 31 กรกฎาคม 2567.
- รัชริษา เกตุสาลี. (2567). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารกึ่งผับในเขตมินบุรี. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด. มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.
- ลลิตา พุทธชาติ. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้พึงพิทุกระจำยเสี่ยง ในเขตบางบอน จังหวัดกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด. มหาวิทยาลัยสยาม.

- วิจัยกรุงไทย. (2568). ธุรกิจเม็ดพลาสติกไทยแนวโน้มและความท้าทายในปี 2568-2569. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://thaipublica.org/2025/01/krungthai-compass-trends-in-thai-plastic-pellet-business/> สืบค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2568.
- วิจัยกรุงศรี. (2566). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี2567-2569: อุตสาหกรรมพลาสติก. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/Petrochemicals/Plastics/IO/io-plastics-21> สืบค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2568.
- อภิญญา กางทอง. (2564). การพยากรณ์ความต้องการใช้เม็ดพลาสติกในประเทศไทย. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Millett, John D. (1954). **Management in the Public Service: the Guest For Effective Performance**. New York: McGraw-Hill.
- Kotler, P. (2016). **Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control (15th Global ed.)**. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Rovinelli, R.J. & Hambleton, R.K. (1977). On the Use Content Specialists in the Assessment of Criterion Reference Test Item Validity. **Dutch Journal of Educational Research**. 2: 49-60.
- Suttipan, M., Yeesuntes, M., & Mahamud, T. (2022). **Factors Affecting the Decision to Choose the Shuttle Service of Metta Tour Co., Ltd. during the Outbreak of the Coronavirus Disease 2019 (COVID-19)**. Education, Humanities, Social Sciences & Arts” (EHSSA-22) p40-47.
- Yamane, T. (1973). **Statistics: an introductory analysis**. (3rd Ed.). New York: Harper and Row

การพัฒนาและการประเมินความพึงพอใจของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
สำหรับร้าน AK Cosplay

Development and Evaluation of User Satisfaction of the
E-Commerce System for AK Cosplay

สืบพงษ์ พงษ์สวัสดิ์¹ บุญฤทธิ์ คิตหงษ์² ศราวุธ พงษ์ลีรัตน์³ สงกรานต์ เลิศรัตน์⁴

Subpong Pongsawat, Boonrit Kitngan, Sarawut Pongleerat, Songkran Loetrat

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับร้านขายสินค้าคอสเพลย์ เอเค คอสเพลย์ และ 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การพัฒนาระบบใช้ภาษาคอมพิวเตอร์ HTML CSS PHP พัฒนารฐานข้อมูลด้วย MySQL และใช้โปรแกรม Visual Studio Code โดยได้ดำเนินการตามวงจรการพัฒนาระบบ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้งานระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับร้านขายสินค้าคอสเพลย์ เอเค คอสเพลย์ จำนวน 50 คน ด้วยการสุ่มแบบบังเอิญ โดยใช้แบบสอบถามความพึงพอใจเป็นเครื่องมือ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และไคสแควร์

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับร้านขายสินค้าคอสเพลย์ เอเค คอสเพลย์ ประกอบด้วย 4 ส่วน คือ ส่วนการจัดการข้อมูลสินค้า ส่วนการสมัครสมาชิก ส่วนการเลือกซื้อสินค้าและการชำระเงิน และส่วนรายงาน 2) ผลการศึกษาความพึงพอใจในการใช้ระบบพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รวมเฉลี่ยมีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$) โดยความพึงพอใจด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์ได้ผลประเมินสูงสุด ($\bar{X} = 4.25$) รองลงมาเป็นความพึงพอใจด้านเนื้อหาของเว็บไซต์ ($\bar{X} = 4.18$) และความพึงพอใจด้านการใช้งานและความถูกต้อง ($\bar{X} = 4.04$) มีการออกแบบเว็บไซต์ที่เรียบง่าย ชัดเจน และการจัดวางองค์ประกอบอย่างเป็นระบบ ผู้ใช้สามารถเข้าใจและใช้งานเว็บไซต์ได้อย่างรวดเร็ว จากการทดสอบไคสแควร์ พบว่า อายุของลูกค้าไม่มีความเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของระบบ ที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 จึงเน้นการพัฒนาาระบบด้านประสบการณ์ผู้ใช้ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าด้วยการเชื่อมโยงอัตลักษณ์ของสินค้าเข้ากับความรู้สึกของลูกค้า

Received: 2025-02-10 Revised: 2025-03-09 Accepted: 2025-03-10

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะนวัตกรรม เทคโนโลยี และการสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น Assistant Professor, Faculty of Innovation Technology and Creativity, The Far Eastern University. E-mail: subpong@feu.edu

² อาจารย์ประจำคณะนวัตกรรม เทคโนโลยี และการสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น Lecturer, Faculty of Innovation Technology and Creativity, The Far Eastern University. E-mail: boonrit@feu.edu

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะนวัตกรรม เทคโนโลยี และการสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น Assistant Professor, Faculty of Innovation Technology and Creativity, The Far Eastern University. E-mail: sarawut@feu.edu

⁴ นักศึกษาปริญญาตรี หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิตสาขาวิชาเทคโนโลยีดิจิทัล คณะนวัตกรรม เทคโนโลยี และการสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น Master of Science Program in Digital Technology, Faculty of Innovation Technology and Creativity. E-mail: 6503013003@feu.edu

คำสำคัญ (Keywords) : การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์; ประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบ;
ตลาดเฉพาะกลุ่ม

Abstract

The research objectives aimed to study 1) to develop an e-commerce system for AK Cosplay, and 2) to investigate the satisfaction of users of the e-commerce system. The system development utilized HTML, CSS, PHP and MySQL. Visual Studio Code was used as the development environment and a system development lifecycle was operated. This was a quantitative research. The sample group consisted of 50 users of the e-commerce system for AK Cosplay selected through accidental sampling. A satisfaction survey was used as the research instrument. The data was analyzed by mean, standard deviation and chi-square.

The results of this research were: 1) the e-commerce system for AK Cosplay consisted of four main components: product management, membership registration, product selection and payment, and reporting and 2) the overall user satisfaction with the e-commerce system was found to be very high, with $\bar{X}=4.19$. The users expressed the highest satisfaction with the website's design and layout, with $\bar{X}=4.25$, followed by the website content, with $\bar{X}=4.18$, and usability and accuracy, with $\bar{X}=4.04$. In conclusion, a simple, clear website design with systematic layout of elements led to understand and use the website quickly. The chi-square test revealed that customer age does not significantly influence system satisfaction at a .05 significance level. Consequently, efforts should focus on enhancing user experiences tailored to diverse target groups and fostering strong customer relationships by aligning product identity with customer emotions.

Keywords: e-commerce system development; user satisfaction assessment; niche market

บทนำ (Introduction)

ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยมีการเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา โดยได้รับแรงขับเคลื่อนจากปัจจัยหลายประการ เช่น การแพร่ระบาดของ COVID-19 การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตที่เพิ่มขึ้น และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันมาซื้อสินค้าและบริการออนไลน์มากขึ้น โดยเฉพาะในช่วงที่มีการระบาดของ COVID-19 ผู้บริโภคหันมาซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจอีคอมเมิร์ซขยายตัวอย่างรวดเร็ว (สุวิมล มธุรส และคณะ, 2565: 16-27) นอกจากนี้ ผู้ซื้อสินค้าออนไลน์มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลัก ส่งผลให้เกิดเป็นกระแสขึ้นได้ในระยะเวลาอันสั้น ดังนั้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีติดตามข่าวสารและปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง อันจะทำให้ได้เปรียบทางการค้า สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหญ่และเพิ่มโอกาสในการทำกำไรได้ (ชำนาญ ทองเย็น, 2567: 598-608)

ธุรกิจร้านขายสินค้าคอสเพลย์ เอเค คอสเพลย์ หรือ AK-Cosplay เป็นร้านค้าขายสินค้าประเภทคอสเพลย์ เสื้อผ้าจากอนิเมะ ของเล่นจากอนิเมะ และอื่น ๆ ที่มาจากอนิเมะ มีร้านค้าสำหรับแสดงสินค้า แต่ยอดขายส่วนใหญ่มาจากสังคมออนไลน์ เช่น Facebook ไม่มีเว็บไซต์อย่างเป็นทางการ ด้วยระบบการจัดการ

ในร้านค้ายังเป็นระบบซึ่งเป็นการบันทึกการขายด้วยการเขียนบนกระดาน ส่งผลให้การสรุปยอดขายทำได้ยาก และไม่ทราบสินค้าคงเหลือที่แน่นอนได้ เนื่องจากจำนวนสินค้าที่มีจำนวนมากในร้านและประเภทสินค้ามีความหลากหลาย ทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถจดจำได้หมด และต้องค้นหาสินค้าด้วยตัวเองโดยไม่รู้ว่สินค้านั้นมีอยู่หรือไม่ หรือมีอยู่จำนวนเท่าใด นอกจากนี้ลูกค้าบางส่วนไม่สามารถเข้าถึงรายละเอียดสินค้าที่ต้องการได้ และร้านค้าไม่สามารถแนะนำสินค้าใหม่หรือนำเสนอรายละเอียดของสินค้าให้ผู้สนใจได้ ดังนั้นผู้ประกอบการต้องการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค โดยนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาประยุกต์ใช้ เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการได้จากทุกที่ทุกเวลา (คณิตา ไกรสันติ และคณะ, 2567: 37-47)

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือการทำธุรกรรมซื้อขาย หรือแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการบนอินเทอร์เน็ต โดยใช้เว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันเป็นสื่อในการนำเสนอสินค้าและบริการต่าง ๆ มี 2 ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี คือ การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) ผู้ใช้รับรู้ว่เทคโนโลยีช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน และการรับรู้ความง่ายในการใช้ (Perceived Ease of Use) ซึ่งเพิ่มโอกาสในการยอมรับเทคโนโลยี (Davis, 1989: 319-340) นอกจากนี้การออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ (User Experience: UX) เป็นส่วนสำคัญของระบบที่ผู้ใช้สามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพและสะดวกสบาย โดยการทำความเข้าใจความต้องการของผู้ใช้และสร้างระบบที่ตอบสนองความต้องการเหล่านั้นอย่างดีที่สุด รวมถึงการออกแบบโครงสร้างข้อมูลที่เข้าถึงได้สะดวก (มนชญา สระบัว และ สกิต ทัศนวัฒน์, 2568: 83-94) ถึงแม้ที่ผ่านมาจะมีการใช้เทคโนโลยีสำหรับการทำการตลาดออนไลน์ แต่จำเป็นต้องมีผู้ดูแลระบบที่มีความรู้ด้านเทคโนโลยีมาช่วยในการจัดการข้อมูล ทำให้ระบบไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้ (คณิตา ไกรสันติ และคณะ, 2567: 37-47) และยักรวมไปถึงปัญหาทางด้านการขาดการออกแบบระบบที่ไม่สวยงาม วิธีการชำระเงินไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้า (สุนีย์ วรรณโณมล และ อติศักดิ์ วรพิรุณ, 2559: 133-140)

ดังนั้น การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ดำเนินการตามวงจรการพัฒนาแบบ (SDLC) โดยเน้นจุดเด่นในด้านการออกแบบระบบให้ใช้งานง่าย คำนึงถึงประสบการณ์ผู้ใช้ และน่าเชื่อถือ ช่วยให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าได้สะดวกและรวดเร็ว โดยเน้นจุดเด่นที่ผู้ประกอบการสามารถจัดการสินค้า คลังสินค้า และคำสั่งซื้อได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยที่ผู้ประกอบการไม่จำเป็นต้องมีผู้ดูแลระบบ และวิธีการชำระเงินและการคืนเงินให้แก่ลูกค้า

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับร้านขายสินค้าคอสมเพลย์ เอเค คอสเพลย์
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา: สืบพงษ์ พงษ์สวัสดิ์ และคณะ (2567: 2)

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ร้าน เอเค-คอสเพลย์ ประกอบด้วยขอบเขตด้านเนื้อหา

2 ส่วน คือ

ด้านการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยมีการวิเคราะห์และออกแบบระบบจากความต้องการของผู้ประกอบการ ใช้ภาษา HTML CSS PHP ในการพัฒนาเว็บไซต์ ใช้ MySQL สำหรับการพัฒนาฐานข้อมูล และโปรแกรม Visual Studio Code โดยได้ดำเนินการตามแนวคิดวงจรการพัฒนาระบบ (SDLC) 5 ขั้นตอน คือ 1) การวางแผนระบบ (System Planning) 2) การวิเคราะห์ระบบ (System Analysis) 3) การออกแบบระบบ (System Design) 4) การพัฒนาและทดสอบระบบ (System Development and Testing) และ 5) การนำระบบไปใช้ (System Implementation) โดยความสามารถของระบบ ประกอบด้วย การสมัครสมาชิก การล็อกอินเข้าสู่ระบบ ระบบขายหน้าร้าน ระบบชำระเงิน ระบบการจัดส่งสินค้า ระบบการคืนเงินแก่ลูกค้า

ด้านการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ร้าน เอเค-คอสเพลย์ ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์ ด้านเนื้อหาของเว็บไซต์ และด้านการใช้งานและความถูกต้อง

1.2 ขอบเขตด้านประชากร กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้งานระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ร้าน เอเค-คอสเพลย์ จำนวน 50 คน โดยใช้การสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาในเขตพื้นที่ตำบลลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการระหว่างเดือนมิถุนายน-พฤศจิกายน 2567

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย คือ แบบสอบถามความพึงพอใจ ผ่านระบบ Google Form ลักษณะคำตอบเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ข้อคำถามประกอบด้วย 4 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์ จำนวน 5 ข้อ ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจด้านเนื้อหาของเว็บไซต์ จำนวน 4 ข้อ และส่วนที่ 4 ความพึงพอใจในการใช้งานและความถูกต้อง จำนวน 5 ข้อ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 จัดทำแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบแบบออนไลน์ด้วย Google Form

3.2 ติดป้ายประชาสัมพันธ์ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการให้ทราบว่ามีการประเมินระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และเชิญชวนให้ลูกค้าทดลองใช้ระบบและตอบแบบสอบถามความพึงพอใจระบบ

3.3 เปิดระบบให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการหน้าร้านได้ทดลองใช้ระบบและตอบแบบสอบถามความพึงพอใจระหว่างเดือนมิถุนายน-พฤศจิกายน 2567

3.4 ติดตามผลตอบรับและตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล

3.5 รวบรวมข้อมูลการตอบกลับและวิเคราะห์ผล

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ต (Likert) (ชูศักดิ์ ยาทองไชย และ วิไลรัตน์ ยาทองไชย, 2564: 7-19) และการทดสอบความเกี่ยวข้องของอายุกับความพึงพอใจของการใช้ระบบด้วยไคสแควร์ (χ^2 - test) (สายชล สันสมบูรณ์ทอง, 2560: 365-367)

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

χ^2 คือ ค่าสถิติไคสแควร์

O_{ij} คือ ความถี่ที่ได้จากการสังเกต (Observed Frequency) ในแถวที่ i คอลัมน์ที่ j

E_{ij} คือ ความถี่ที่คาดหวัง (Expected Frequency) ในแถวที่ i คอลัมน์ที่ j

r_i คือ ผลรวมของแนวนอน (Row)

c_j คือ ผลรวมของแนวตั้งหรือหลัก (Column)

n คือ ความถี่รวมทั้งหมด

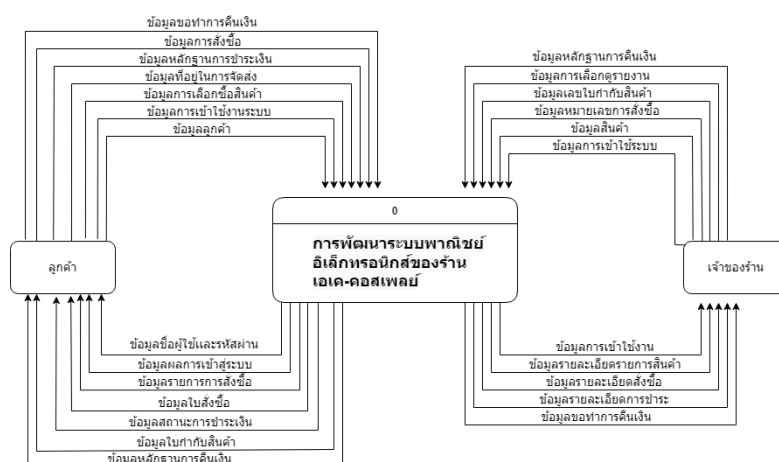
$$E_i = \frac{r_i c_j}{n}$$

$$df = (r - 1)(c - 1)$$

ผลการวิจัย (Research Results)

1. ผลการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับร้านขายสินค้าคอสเพลย์ เอเค คอสเพลย์

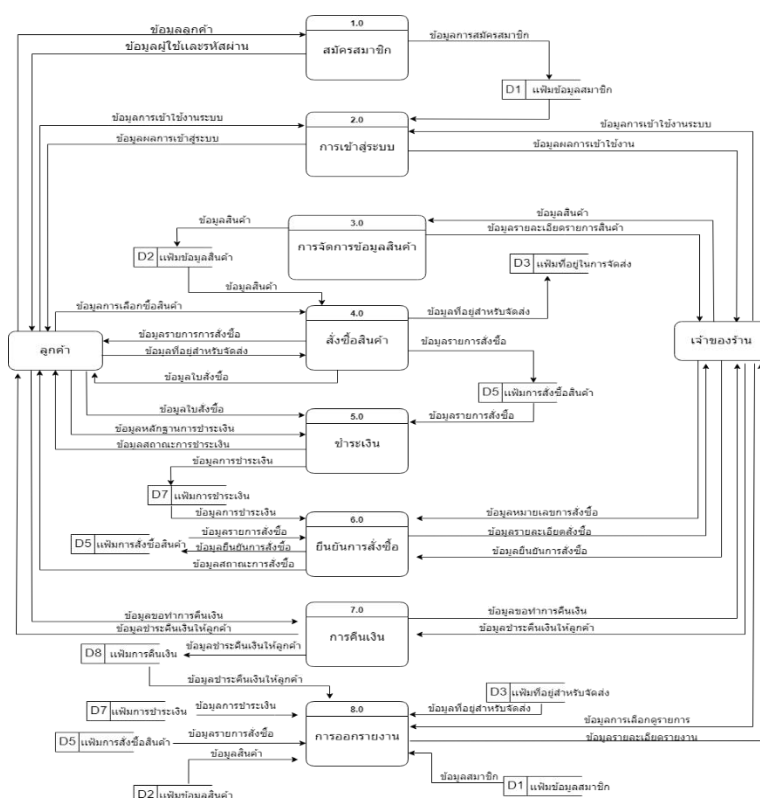
การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้ดำเนินการตามแนวคิดวงจรการพัฒนา ระบบ เนื่องจากผู้ประกอบการมีความต้องการที่ชัดเจนทำให้สามารถติดตามและจัดการขั้นตอนดำเนินงานได้อย่างสะดวก โดยขั้นตอนการทำงานเริ่มจากการวางแผน เป็นการวิเคราะห์ความต้องการของผู้ประกอบการ เพื่อให้เข้าใจถึงเป้าหมายและฟังก์ชันที่ระบบต้องมี จากนั้นทำการวิเคราะห์ระบบโดยการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในด้านเทคนิค งบประมาณ และระยะเวลา แล้วนำผลที่ได้มาออกแบบระบบโดยมุ่งเน้นการออกแบบโครงสร้างของระบบเพื่อรองรับความต้องการที่วิเคราะห์ไว้ ด้วยการสร้างอินเทอร์เน็ตเฟสที่ใช้งานง่ายและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย แล้วทำการพัฒนาระบบ เป็นการพัฒนาฟังก์ชันต่าง ๆ ตามที่ได้ออกแบบระบบไว้ พร้อมกับการทดสอบเพื่อให้แน่ใจว่าระบบทำงานได้อย่างถูกต้องและตรงตามความต้องการ และการนำระบบไปใช้งานจริง ซึ่งระบบต้องมีความปลอดภัยและสามารถรองรับลูกค้าจำนวนมากหรือการเข้าใช้งานพร้อมกันได้ โดยมีแผนผังบริบทของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ดังนี้ (ภาพที่ 2)



ภาพที่ 2 แผนผังบริบทของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ที่มา: สืบพงษ์ พงษ์สวัสดิ์ และคณะ (2567: 16)

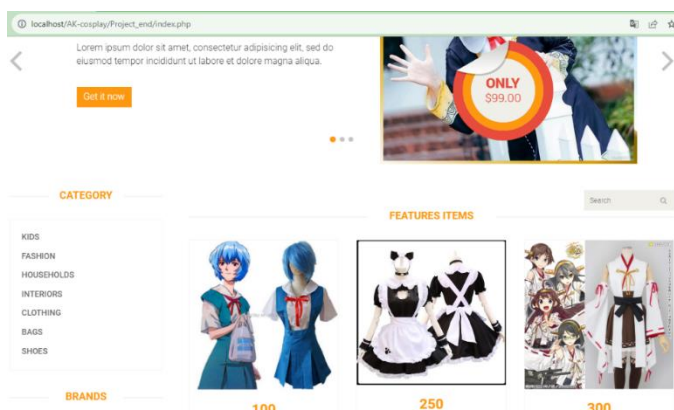
การออกแบบระบบให้รองรับปริมาณผู้ใช้ที่เพิ่มขึ้นและระบบต้องรองรับผู้ใช้พร้อมกันจำนวนมาก รวมถึงรองรับจำนวนสินค้าและความหลากหลายที่มากขึ้น นอกจากนี้ต้องสร้างประสบการณ์ที่มีประโยชน์และใช้ง่ายให้กับผู้ใช้ กล่าวคือ การรับรู้ความง่ายในการใช้ โดยต้องมีใช้งานได้อย่างสะดวก ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้ยอมรับระบบและเข้าใช้งานมากขึ้น รวมถึงการสร้างการรับรู้ประโยชน์ที่ผู้ใช้จะได้รับจากสินค้าที่มีความหลากหลาย และระบบค้นหาที่แม่นยำ การตรวจสอบสต็อกและการปรับสถานะสินค้าทันทีช่วยลดปัญหาสินค้าหมดขณะชำระเงินได้ โดยการไหลของข้อมูลแสดงเป็นแผนภาพได้ดังนี้ (ภาพที่ 3)



ภาพที่ 3 แผนภาพการไหลของข้อมูลของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ระดับที่ 0
ที่มา: สืบพงษ์ พงษ์สวัสดิ์ และคณะ (2567: 18)

การขายสินค้าคอสเพลย์ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ช่วยให้ร้าน AK Cosplay ขายสินค้าไปยังกลุ่มลูกค้าได้กว้างขึ้นเป็นการขยายฐานลูกค้า อันจะส่งผลต่อยอดขายที่เพิ่มขึ้น องค์ประกอบของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับร้านขายสินค้าคอสเพลย์ เอเค คอสเพลย์ประกอบด้วย 4 ส่วน คือ

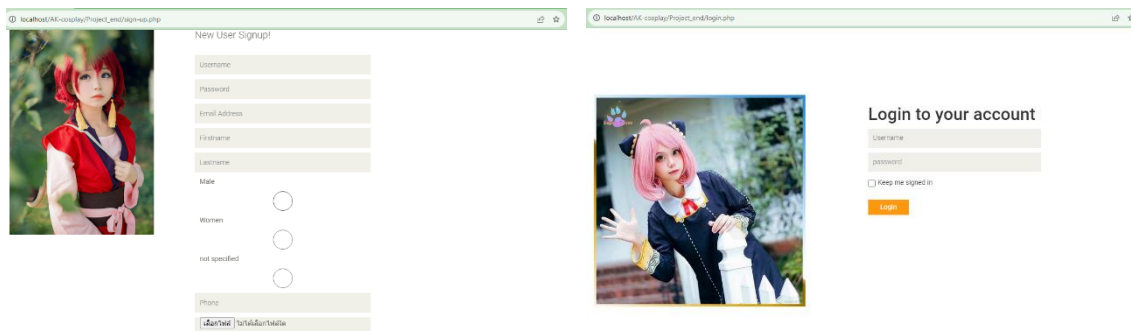
1. ส่วนการจัดการข้อมูลสินค้า เป็นส่วนการจัดการข้อมูลสินค้าอย่างเป็นระบบระเบียบช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและช่วยให้ผู้ใช้ให้มีการตัดสินใจซื้อได้ การสร้างความได้เปรียบทางการตลาด โดยเฉพาะสำหรับธุรกิจเฉพาะทางอย่างคอสเพลย์ ที่ต้องการการนำเสนอคุณค่าสินค้าอย่างละเอียดและสร้างประสบการณ์เฉพาะตัวให้ลูกค้า ในส่วนนี้ผู้ประกอบการสามารถปรับข้อมูลสินค้าได้ทันที ไม่มีค่าธรรมเนียม และสามารถออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ได้เอง ซึ่งแตกต่างจากแพลตฟอร์มอื่นที่การปรับข้อมูลสินค้าต้องเป็นไปตามนโยบาย เสียค่าธรรมเนียมการปรับปรุงข้อมูลสินค้า และไม่สามารถนำเสนอแบรนด์ได้ (ภาพที่ 4)



ภาพที่ 4 ส่วนการจัดการข้อมูลสินค้า

ที่มา: สืบพงษ์ พงษ์สวัสดิ์ และคณะ (2567: 81)

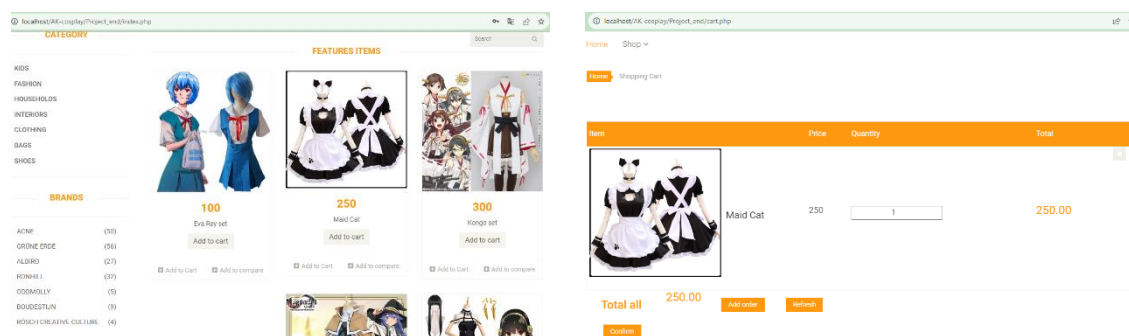
2. ส่วนการสมัครสมาชิก ช่วยให้ สามารถเก็บข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและความชอบของ ลูกค้าได้ เช่น ตัวละครที่ลูกค้าชื่นชอบหรือประเภทชุดที่ซื้อบ่อยที่สุด สามารถนำมาใช้ในการส่งโปรโมชั่นหรือ คำแนะนำสินค้าเฉพาะบุคคล ทำให้ลูกค้ารู้สึกได้รับการดูแลเป็นพิเศษ ช่วยสร้างความภักดีของลูกค้า พร้อมทั้ง เพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับลูกค้า เช่น สินค้าที่ขายดี ช่วงเวลาที่ลูกค้าซื้อบ่อยที่สุด หรือลูกค้ากลุ่มใดที่มียอดใช้จ่ายสูงสุด ซึ่งข้อมูลเหล่านี้มีประโยชน์ในการวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ หากพบว่า สมาชิกสนใจสินค้าใดเป็นพิเศษ ร้านสามารถเพิ่มสต็อกสินค้านั้นเพื่อตอบสนองความต้องการได้ทันที เป็นการ สร้างเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากแพลตฟอร์มอื่น ซึ่งเน้นขายสินค้าจำนวนมาก แต่ไม่มีการสร้างความสัมพันธ์ ระหว่างแบรนด์กับลูกค้า และข้อมูลลูกค้าเป็นของแพลตฟอร์ม (ภาพที่ 5)



ภาพที่ 5 ส่วนการสมัครสมาชิก

ที่มา: สืบพงษ์ พงษ์สวัสดิ์ และคณะ (2567: 83-84)

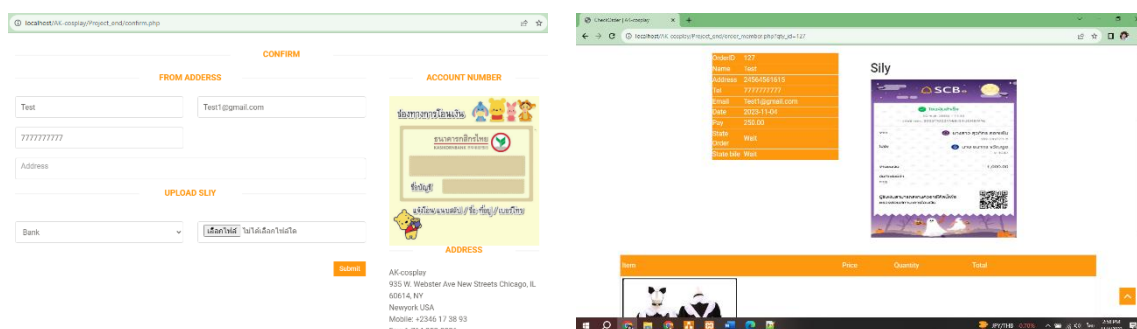
3. ส่วนการเลือกซื้อสินค้าและการชำระเงิน สามารถนำเสนอชุดคอสเพลย์ที่มีความหลากหลายและเฉพาะเจาะจงตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งทำให้ลูกค้ารู้สึกว่ามีตัวเลือกที่ตรงกับความต้องการมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุ ขนาด และรายละเอียดของสินค้าอย่างครบถ้วน ช่วยให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น ลดความเสี่ยงในการคืนสินค้า แตกต่างจากแพลตฟอร์มอื่นที่ข้อมูลสินค้าเป็นข้อมูลทั่วไป และกระจายกระจาย สินค้ามีความหลากหลายแต่ไม่เฉพาะเจาะจง (ภาพที่ 6)



ภาพที่ 6 การเลือกซื้อสินค้า

ที่มา: สืบพงษ์ พงษ์สวัสดิ์ และคณะ (2567: 85)

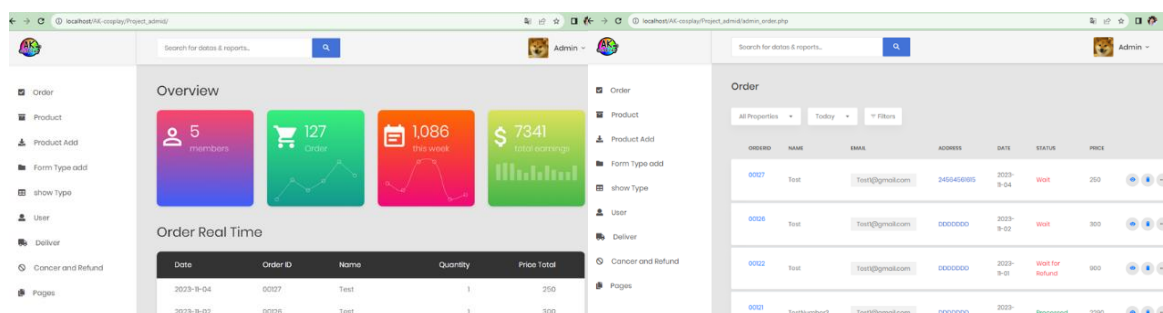
ระบบชำระเงินที่สะดวกและปลอดภัยทางเลือกในการชำระเงินที่หลากหลาย ซึ่งช่วยให้ลูกค้าสามารถเลือกวิธีที่สะดวกที่สุดสำหรับตนเอง พร้อมทั้งมีระบบยืนยันการชำระเงิน ซึ่งช่วยเพิ่มความมั่นใจให้กับลูกค้าว่าการชำระเงินได้รับการดำเนินการอย่างถูกต้อง แตกต่างจากแพลตฟอร์มอื่นที่มีระบบชำระเงินที่มาตรฐานขึ้นอยู่กับแพลตฟอร์ม และมีค่าธรรมเนียม นอกจากนี้บางแพลตฟอร์มมีกระบวนการชำระเงินที่ซับซ้อน เช่น การต้องเติมเงินเข้า Wallet ก่อน หรือขั้นตอนยืนยันตัวตนหลายครั้ง (ภาพที่ 7)



ภาพที่ 7 การชำระเงิน

ที่มา: สืบพงษ์ พงษ์สวัสดิ์ และคณะ (2567: 87-88)

4. ส่วนรายงานสรุป ระบบรายงานสามารถปรับแต่งให้ตรงตามความต้องการของธุรกิจ เช่น รายงานยอดขายตามประเภทสินค้า ช่วงเวลา หรือแหล่งที่มาของลูกค้า ซึ่งช่วยให้เจ้าของร้านสามารถทำการตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว แตกต่างจากแพลตฟอร์มอื่นที่มีรายงานพื้นฐานที่กำหนดโดยแพลตฟอร์ม แต่ไม่สามารถปรับแต่งได้ตามต้องการของผู้ขาย และบางแพลตฟอร์มไม่มีระบบรายงานที่เป็นทางการ ทำให้เจ้าของร้านไม่มีข้อมูลที่ชัดเจนในการวิเคราะห์ (ภาพที่ 8)



ภาพที่ 8 รายงานสรุป

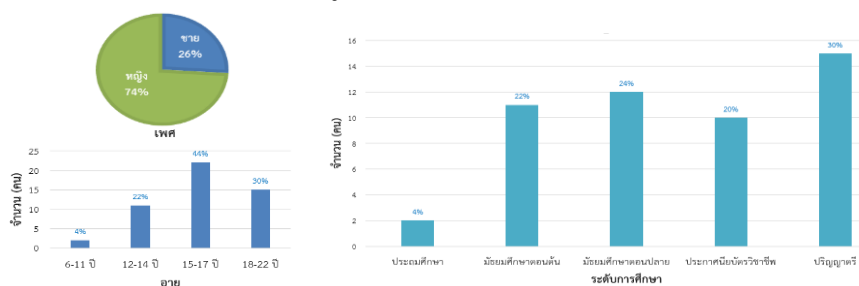
ที่มา: สืบพงษ์ พงษ์สวัสดิ์ และคณะ (2567: 93)

รายงานสรุปสามารถเข้าถึงรายงานและข้อมูลต่าง ๆ ได้ทันทีผ่านระบบออนไลน์ ช่วยให้เจ้าของร้านสามารถตัดสินใจได้รวดเร็วเมื่อมีข้อมูลใหม่ ในขณะที่แพลตฟอร์มอื่นมีการเข้าถึงข้อมูลอาจใช้เวลานานเนื่องจากต้องรอรอบแอปเด็ต และบางแพลตฟอร์มไม่มีระบบจัดเก็บข้อมูลที่เป็นระเบียบทำให้ยากต่อการเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการ

โดยสรุปแล้ว กระบวนการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีขั้นตอนสำคัญ ได้แก่ การวิเคราะห์ความต้องการ การวิเคราะห์ระบบ การออกแบบระบบ การพัฒนาและออกแบบระบบ และการนำระบบไปใช้ ทำให้ได้เครื่องมือสำคัญในการเพิ่มยอดขาย ขยายตลาด สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพเมื่อเปรียบเทียบกับแพลตฟอร์มใหญ่ และสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว กระบวนการพัฒนาที่ครอบคลุมตั้งแต่การวิเคราะห์ความต้องการไปจนถึงการบำรุงรักษา พร้อมทั้งเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม จะช่วยให้ระบบมีประสิทธิภาพสูงสุด นอกจากนี้ การออกแบบที่เน้นความง่ายในการใช้งานและตอบโต้ความต้องการของลูกค้า จะช่วยเพิ่มโอกาสในการยอมรับระบบ ส่งผลดีต่อธุรกิจภาพรวม นอกจากนี้ลูกค้าสามารถรับรู้ได้ว่าระบบมีประโยชน์เมื่อช่วยให้ซื้อสินค้าได้สะดวก เช่น มีสินค้าที่หลากหลาย ระบบค้นหาที่แม่นยำ และโปรโมชั่นเฉพาะบุคคล ตลอดจนระบบที่ใช้งานง่าย เช่น มีขั้นตอนการชำระเงินไม่ซับซ้อน หน้าเว็บโหลดเร็ว และรองรับทั้งบนมือถือและเดสก์ท็อป

1. ผลการศึกษาความพึงพอใจในการใช้ระบบพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับร้านขายสินค้าคอสเพลย์ เอเค คอสเพลย์

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่แล้วเป็นเพศหญิงถึงร้อยละ 74 เป็นผู้ที่มียุระหว่าง 15 – 17 ปี ร้อยละ 44 และมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 30 (ภาพที่ 9)



ภาพที่ 9 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ที่มา: สืบพงษ์ พงษ์สวัสดิ์ และคณะ (2567: 67-68)

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยผู้ที่ใช้เป็นลูกค้าจำนวน 50 คน พบว่าโดยรวมแล้ว ผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อระบบในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.19

ตารางที่ 1 ผลการประเมินความพึงพอใจการใช้ระบบ

รายการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์			
1. การจัดรูปแบบในเว็บไซด์ง่ายต่อการอ่านและการทำงาน	4.52	0.58	มากที่สุด
2. หน้าโฮมเพจมีความสวยงาม มีความทันสมัย น่าสนใจ	4.02	0.82	มาก
3. สีสันทในการออกแบบเว็บไซด์มีความเหมาะสม	4.14	0.64	มาก
4. อักษร และรูปแบบตัวอักษร ความสวยงาม อ่านง่าย	4.06	0.77	มาก
5. ความถูกต้องในการเชื่อมโยงภายในเว็บไซด์	4.52	0.61	มากที่สุด
รวมด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์	4.25	0.72	มาก
ด้านเนื้อหาของเว็บไซต์			
1. การจัดลำดับเนื้อหาเป็นขั้นตอน	4.06	0.82	มาก
2. มีการจัดหมวดหมู่สินค้าที่ค้นหาง่าย	4.52	0.58	มากที่สุด
3. ข้อความในเว็บไซด์ถูกต้องตามหลักภาษา	4.04	0.81	มาก
4. เนื้อหากับภาพมีความสอดคล้องกัน	4.08	0.72	มาก
รวมด้านเนื้อหาของเว็บไซต์	4.18	0.76	มาก
ด้านการใช้งานและความถูกต้อง			
1. ขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้าเข้าใจง่าย และชัดเจน	4.52	0.58	มากที่สุด
2. รายละเอียดในการสั่งซื้อสินค้ามีความครบถ้วน	3.82	0.85	มาก
3. ความครบถ้วนของรายละเอียดสินค้า	3.94	0.79	มาก
4. ความถูกต้องของรายการสั่งซื้อ	4.52	0.54	มากที่สุด
5. ระบบสามารถอำนวยความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า	3.86	0.81	มาก
รวมด้านการใช้งานและความถูกต้อง	4.04	0.80	มาก
รวมเฉลี่ย	4.19	0.76	มาก

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากับ 4.25 โดยที่การจัดรูปแบบในเว็บไซด์ง่ายต่อการอ่านและการทำงาน และความถูกต้องในการเชื่อมโยงภายในเว็บไซด์ มีค่าเฉลี่ย 4.52 เท่ากัน แสดงว่าการจัดวางองค์ประกอบต่างๆ บนหน้าเว็บทำได้ดี ผู้ใช้สามารถค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้อย่างสะดวก รองลงมาเป็นสีสันทในการออกแบบเว็บไซด์มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.14 แสดงว่าการเลือกใช้สีสันทบนเว็บไซด์ทำได้อย่างลงตัว ไม่ฉูดฉาดเกินไป และสื่อถึงภาพลักษณ์ของเว็บไซด์ได้เป็นอย่างดี รองลงมาเป็น อักษร และรูปแบบตัวอักษร ความสวยงาม อ่านง่าย มีค่าเฉลี่ย 4.06 แสดงว่าขนาดและรูปแบบของตัวอักษรบนเว็บไซด์อ่านง่าย ทำให้ผู้ใช้รู้สึกสบายตา และหน้าโฮมเพจมีความสวยงาม มีความทันสมัย น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.02 แสดงว่าการออกแบบหน้าแรกของเว็บไซด์ทำได้น่าประทับใจ สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ใช้ได้เป็นอย่างดี สามารถสรุปได้ว่าผู้ได้รับรู้ได้ถึงปัจจัยได้การรับรู้ความง่ายในการใช้ (Perceived Ease of Use) เนื่องจากระบบมีการจัดรูปแบบอย่างเป็นระบบทำให้ผู้ใช้สามารถนำทางได้อย่างสะดวก ลดอุปสรรคในการทำงาน ซึ่งส่งผลดีต่อประสบการณ์ของผู้ใช้

ความพึงพอใจด้านเนื้อหาของเว็บไซต์ มีค่าเฉลี่ย 4.18 โดยที่มีการจัดหมวดหมู่สินค้าที่ค้นหาง่าย มีค่าเฉลี่ย 4.52 สะท้อนให้เห็นว่าผู้ใช้สามารถค้นหาสินค้าที่ต้องการได้อย่างง่ายดายและรวดเร็ว รองลงมาเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับภาพมีความสอดคล้องกัน มีค่าเฉลี่ย 4.08 แสดงว่าการนำเสนอเนื้อหาที่สอดคล้องกับภาพประกอบทำให้ผู้เข้าชมเข้าใจเนื้อหาได้ง่ายขึ้นและน่าสนใจยิ่งขึ้น รองลงมาเป็นการจัดลำดับเนื้อหาเป็นขั้นตอน มีค่าเฉลี่ย 4.06 และข้อความในเว็บไซต์ถูกต้องตามหลักภาษา มีค่าเฉลี่ย 4.04 สามารถสรุปได้ว่าผู้ใช้รับรู้ได้ถึงปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) ทั้งนี้เนื่องมาจากการออกแบบเว็บไซต์ที่เรียบง่ายและชัดเจนช่วยให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูลและสินค้าที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ผู้ใช้รู้สึกว่าการใช้งานเว็บไซต์มีประโยชน์และตอบโจทย์ความต้องการของตน

ส่วนความพึงพอใจด้านการใช้งานและความถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 4.19 โดยที่ขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้าเข้าใจง่ายและชัดเจน กับความถูกต้องของรายการสั่งซื้อ มีค่าเฉลี่ย 4.52 เท่ากัน แสดงว่าผู้ใช้มีความพึงพอใจสูงมากกับขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้าที่เข้าใจง่ายและชัดเจน รวมถึงรายการสั่งซื้อที่ตรงกับที่ต้องการ รองลงมาเป็นความครบถ้วนของรายละเอียดสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.94 แสดงว่าผู้ใช้พอใจกับรายละเอียดสินค้าที่นำเสนอในเว็บไซต์ แต่ก็ยังมีบางส่วนที่รู้สึกว่ารายละเอียดสินค้ายังไม่ครบถ้วนเพียงพอ รองลงมาเป็นระบบสามารถอำนวยความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.86 สะท้อนให้เห็นว่าระบบสามารถอำนวยความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้าได้เป็นอย่างดี ทำให้ผู้ใช้ทำการสั่งซื้อได้อย่างรวดเร็ว และรายละเอียดในการสั่งซื้อครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 3.82 แสดงว่าผู้ใช้บางส่วนยังพบว่ารายละเอียดในการสั่งซื้อสินค้ายังไม่ครบถ้วนเพียงพอ อาจมีการเพิ่มเติมรายละเอียด เช่น ค่าจัดส่ง วิธีการชำระเงิน หรือเงื่อนไขการรับประกันสินค้า

การทดสอบความเกี่ยวข้องของอายุกับความพึงพอใจของการใช้ระบบด้วยไคสแควร์ ($\chi^2 - test$) โดยมีสมมติฐาน ดังนี้

H_0 อายุของลูกค้าไม่มีความเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของระบบ

H_1 อายุของลูกค้ามีความเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของระบบ

ตารางที่ 2 ความถี่ของระดับความพึงพอใจการใช้ระบบจำแนกตามช่วงอายุ

ช่วงอายุ	ระดับความพึงพอใจของระบบ					รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่พอใจ	
6-11 ปี	10	14	4	0	0	28
12-14 ปี	58	60	36	0	0	154
15-17 ปี	135	111	62	0	0	308
18-22 ปี	75	90	45	0	0	210
รวม	278	275	147	0	0	700

โดยคำนวณค่าไคสแควร์ได้ ดังนี้

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

$$= 5.91$$

กำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05 อาณาเขตวิกฤต $\chi^2_{0.05,12} \geq 21.03$

แสดงว่า $\chi^2 = 5.19 < \chi^2_{0.05,12} = 21.03$ จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 สามารถตีความได้ว่า อายุของลูกค้าไม่มีความเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของระบบ ที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 เนื่องจากอายุไม่ได้เป็นปัจจัยที่มี

อิทธิพลต่อความพึงพอใจ ดังนั้นการปรับปรุงระบบควรเน้นไปที่การปรับปรุงคุณสมบัติและประสบการณ์ผู้ใช้ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย โดยการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าด้วยการเชื่อมโยงอัตลักษณ์ของสินค้าเข้ากับความรู้สึกของลูกค้า เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีกว่าและเพิ่มความไว้วางใจ นอกจากนี้การตลาดและการสื่อสารควรเน้นไปที่คุณสมบัติของระบบที่ไม่ขึ้นอยู่กับอายุ เช่น ความง่ายในการใช้งาน และประสิทธิภาพของระบบ

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับร้านขายสินค้าคอสเพลย์ เอเค คอสเพลย์ และ 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผลการวิจัยพบว่าระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับร้านขายสินค้าคอสเพลย์ เอเค คอสเพลย์ ประกอบด้วย 4 ส่วน คือ ส่วนการจัดการข้อมูลสินค้า ส่วนการสมัครสมาชิก ส่วนการเลือกซื้อสินค้าและการชำระเงิน และส่วนรายงานความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้ระบบอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า พึงพอใจด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์ได้ผลประเมินสูงสุด รองลงมาเป็นความพึงพอใจด้านเนื้อหาของเว็บไซต์ และความพึงพอใจด้านการใช้งานและความถูกต้อง ตามลำดับ จากข้อค้นพบตามผลการวิจัย สามารถอภิปรายได้ ดังนี้

ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับร้านขายสินค้าคอสเพลย์ เอเค คอสเพลย์ ได้กำหนดสิทธิ์ของการใช้ระบบเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนของผู้ดูแลระบบ และส่วนของผู้ใช้งาน สอดคล้องกับการศึกษาของ นิชนันท์ กะวิวงศ์กุล และคณะ (2567: 38-48) โดยผู้ดูแลระบบสามารถจัดการสินค้า ได้แก่ เพิ่ม ลบ และแก้ไขสินค้า จัดการสมาชิก และดูรายงาน ส่วนผู้ใช้ที่เป็นลูกค้าสามารถดูรายการสินค้าและสั่งซื้อสินค้าได้ ทั้งนี้แสดงให้เห็นว่าการออกแบบระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้มีการแบ่งระดับสิทธิ์การใช้งาน จะช่วยให้การบริหารจัดการระบบเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและปลอดภัยมากขึ้น ซึ่งระบบที่พัฒนาขึ้นมีความปลอดภัย (Security) ที่สูงกว่าและลดความเสี่ยงจากการถูกโจมตีทางไซเบอร์ นอกจากนี้ ระบบที่ออกแบบมาเพื่อตอบสนองความต้องการของทั้งผู้ประกอบการและลูกค้า โดยเน้นที่ความสะดวกในการใช้งานและการบริหารจัดการโดยเฉพาะการบริหารสินค้าคงคลัง ลดการต่อรองของลูกค้า ลดการสต็อกสินค้า ซึ่งระบบที่พัฒนาขึ้นมีการจัดการข้อมูลสินค้าและรายงาน ที่มีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานได้ดียิ่งขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของ พรชนก นาคนิล และ ณกมล จันทรสม (2566: 256-268) ทั้งนี้เนื่องจากระบบที่พัฒนาขึ้นมีการใช้งานง่าย เข้าใจง่าย และมีการจัดหมวดหมู่สินค้าเฉพาะกลุ่มที่ชัดเจน ทำให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจซื้อสินค้าได้สะดวกขึ้น อีกทั้งยังเกิดความสะดวกในการใช้งาน (Usability) ที่ดีกว่าระบบทั่วไปในตลาด ผู้ประกอบการสามารถวางแผนการสั่งซื้อสินค้าได้อย่างเหมาะสม ลดความเสี่ยงในการสต็อกสินค้าเกินความจำเป็น นอกจากนี้ลูกค้าสามารถปรับเปลี่ยนรายการสินค้าได้จนกว่าจะถึงขั้นตอนการชำระเงิน และมีการคำนวณจำนวนเงินที่ต้องชำระอย่างชัดเจน สอดคล้องกับการศึกษาของ สุเมธ พิสิทธ์ และ จิตาพัชญ์ ไชยสิทธิ์ (2567: 278-294) แสดงให้เห็นว่าการปรับเปลี่ยนรายการสินค้าและการคำนวณจำนวนเงิน เป็นฟังก์ชันที่สำคัญสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้เนื่องจากช่วยเพิ่มความสะดวกสบายให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี และลดอัตราการยกเลิกการสั่งซื้อได้ ตลอดจนระบบสามารถตอบสนองพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ต้องการศึกษารายละเอียดของสินค้าก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ สอดคล้องกับการวิจัยของ คณิดา ไกรสันติ และคณะ (2567: 37-47) ที่พบว่าการทำตลาดออนไลน์สามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้ และทำการตลาดได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย

สามารถเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่นเดียวกับการศึกษาของสิรินดา ชมชื่น และคณะ (2562: 71-83) อันจะส่งผลให้ธุรกิจเติบโตและประสบความสำเร็จในระยะยาวได้

สำหรับความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ความพึงพอใจด้านการออกแบบ และการจัดรูปแบบเว็บไซต์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาเป็น ความพึงพอใจด้านเนื้อหาของเว็บไซต์ และความพึงพอใจด้านการใช้งานและความถูกต้อง โดยที่การออกแบบเว็บไซต์มีผลต่อความไว้วางใจของลูกค้า ดังการศึกษาของ สุวรรณรัตน์ อัมรัตนรัก และคณะ (2566: 197-217) ซึ่งพบว่าการออกแบบเว็บไซต์ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค รวมทั้งการศึกษาของ อติสร โกษาจันทร์ และคณะ (2566: 114-129) ที่พบว่า ความพึงพอใจด้านการออกแบบให้ใช้งานง่ายและไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้ให้ความสำคัญกับความสะดวกในการใช้งาน ดังนั้น การออกแบบเว็บไซต์ที่เรียบง่าย ชัดเจน และมีการจัดวางองค์ประกอบต่างๆ อย่างเป็นระบบ ทำให้ผู้ใช้สามารถเข้าใจและใช้งานเว็บไซต์ได้อย่างรวดเร็ว อย่างไรก็ตาม ความพึงพอใจด้านเนื้อหาของเว็บไซต์ก็เป็นส่วนสำคัญทำให้ผู้บริโภคสนใจและเกิดการตัดสินใจซื้อ ดังที่ ชรินทร์ญา หวังวัชรกุล และคณะ (2566: 1-15) ที่พบว่า การจัดทำเนื้อหาที่ละเอียดสมบูรณ์ จะส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจและเกิดการตัดสินใจซื้อ ทั้งนี้เนื่องมาจากรายละเอียดสินค้า ข้อความ และรูปภาพ มีความชัดเจนและน่าเชื่อถือ และเมื่อทดสอบความเกี่ยวข้องของอายุกับความพึงพอใจของการใช้ระบบ พบว่า อายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ คณิดา ไกรสันติ และคณะ (2567: 37-47) ทั้งนี้เนื่องมาจาก การออกแบบให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย โดยเน้นความง่ายในการใช้งานและประสิทธิภาพของระบบ ทำให้ผู้ใช้ทุกช่วงอายุสามารถใช้งานได้อย่างสะดวกสบาย และพฤติกรรมการซื้อสินค้ามีความคล้ายคลึงกัน กล่าวคือมีความนิยมในการซื้อสินค้าเฉพาะกลุ่มเหมือนกัน นอกจากนี้การศึกษาของ พนารัตน์ แสงวิจิตร และคณะ (2567: 273-281) ยังได้กล่าวอีกว่าอายุที่แตกต่างกันนั้น ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แสดงว่า ผู้บริโภคในทุกวัยมีแนวโน้มที่จะซื้อสินค้าออนไลน์ในลักษณะที่ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากพฤติกรรมและกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในทุกช่วงวัยมีความคล้ายคลึงกัน

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

การวิจัยครั้งนี้ได้องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย โดยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ช่วยให้เกิดการนำความรู้และประสบการณ์ของผู้ประกอบการมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ด้านธุรกิจ จากเดิมที่เป็นงานอดิเรก และผลิตเอง จนสามารถสร้างโอกาสทางธุรกิจที่น่าสนใจได้ โดยความสำเร็จในธุรกิจคอสเพลย์ ประกอบด้วย 1) รู้จักกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสื่อสารให้ตรงกับความต้องการ 2) สร้างสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นและไม่เหมือนใคร 3) รักษาคุณภาพหรือมาตรฐานของสินค้าและผลิตภัณฑ์ให้คงที่ 4) มีความสามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค ทำให้เกิดความอยากรู้ อยากติดตาม หรืออยากมีส่วนร่วม และ 5) มีความยืดหยุ่นและปรับตัวได้ หรือปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ง่าย ไม่ยึดติดกับรูปแบบเดิม ๆ



ภาพที่ 9 องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

ที่มา: สืบพงษ์ พงษ์สวัสดิ์ และคณะ (2567: 66-67)

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Knowledge)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้
 - 1.1 ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับร้านขายสินค้าคอสเพลย์ เอเค คอสเพลย์ เป็นต้นแบบของการนำเทคโนโลยีใหม่มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจด้วยแพลตฟอร์มตลาดออนไลน์
 - 1.2 สร้างกลุ่มหรือชุมชนออนไลน์สำหรับผู้ชื่นชอบคอสเพลย์ เพื่อให้ลูกค้าได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและแบ่งปันประสบการณ์ เพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาสินค้าให้ดียิ่งขึ้น
2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป
 - 2.1 ควรมีการปรับปรุงระบบด้านการใช้งานและความถูกต้องในประเด็นของรายละเอียดการสั่งซื้อสินค้ามีความครบถ้วน ระบบสามารถอำนวยความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า และความครบถ้วนของรายละเอียดสินค้า เนื่องจากได้รับความพึงพอใจค่อนข้างน้อย
 - 2.2 ปรับปรุงระบบให้มีกระดานสนทนา เพื่อสร้างสังคมออนไลน์ซึ่งจะเปิดโอกาสให้ลูกค้าได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าและบริการ เพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาสินค้าให้ดียิ่งขึ้น
 - 2.3 วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ร้าน เอเค-คอสเพลย์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
 - 2.4 เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ร้าน เอเค-คอสเพลย์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง (References)

- คณิดา ไกรสันติ ชูติมา หวังเบญจมาศ จุฑามาศ พรหมมนตรี กรกมล ชื่นสุวรรณ ฟาริดา ซาซา นธิ เหมมณต์ ธนพงศ์ วุ่นแสง พาฝัน รัตนะ ธนากร พงษ์รัตนนภา ชญานัทธ เอี้ยวเรืองสุรติ สุพรรณิ หมายดยุส๊ะ และ คณินนิจด์ หนูเช็ก. (2567). การพัฒนาแพลตฟอร์มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาด. *วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม*. 8(7): 37-47.
- ชรินทร์ญา หวังวัชรกุล พิมพ์พิชชา ประภาวิรัชพัชร และ ดานุกา นามวงศ์ษา. (2566). การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อยกระดับธุรกิจและเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย สำหรับธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเลย: กรณีศึกษา ห้าง ส.ทวีภัณฑ์สโตร์ จังหวัดเลย. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*. 11(3): 1-15.
- ชำนาญ ทองเย็น. (2567). การประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. *วารสารธรรมเพื่อชีวิต*. 30(4):596-608.

- ชูศักดิ์ ยาทองไชย และ วิไลรัตน์ ยาทองไชย. (2564). การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ้าทอพื้นบ้าน สันคำระดับพรีเมียมกลุ่มชาติพันธุ์เขมร. *วารสารวิชาการ การจัดการเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*. 8(1): 7-19.
- ณิชนันท์ กะวิวงศ์กุล ปฐมาวดี คำทอง ปาณิสรา ชวัญเต็ม และ วิรดา มูลศรี. (2567). การพัฒนาเว็บไซต์ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษา ร้านกีฬารัด จังหวัดเลย. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย*. 19(67): 38-48.
- พนารัตน์ แสงวิจิตร ภาควงิณี พันธุ์พินามาต สุดารัตน์ เทียนน้อย เอกกรวี ครุฑทางคะ และ รัชนิดา รอดอ้าว. (2567). การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประชากรในจังหวัดราชบุรี. *วารสารสินิธรปริทรรศน์*. 25(2): 273-281.
- พรชนก นาคนิล และ ณกมล จันทร์สม. (2566). พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหาร วิชากิจขนาดกลางและขนาดย่อมในด้านการผลิตของจังหวัดปทุมธานี. *วารสารมหาวิทยาลัยวิชาการ*. 10(2): 256-268.
- มนชญา สระบัว และ สติร ทศนวัฒน์. (2568). แนวทางการออกแบบสื่อสาร เพื่อสร้างประสบการณ์ผู้ใช้ในการตลาดดิจิทัลยุคใหม่. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. 15(1): 83-94.
- สิรินดา ชมชื่น อุษาสิทธิ์ สงวน และ รัตนาลี รุ่งนาวารัตน์. (2562). การพัฒนาระบบจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*. 7(1): 71-83.
- สายชล สันสมบุญทอง. (2560). *สถิติเบื้องต้น Elementary Statistics*. กรุงเทพฯ: จามจุรีโปรดักส์.
- สืบพงษ์ พงษ์สวัสดิ์ บุญฤทธิ์ คัดหังง ศราวุธ พงษ์รัตน์ และ สงกรานต์ เลิศรัตน์. (2567). การพัฒนาระบบ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ร้าน เอเค-คอสเพลย์. *รายงานการวิจัย*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยพายัพอีสเทิร์น.
- สุเมธ พิสิท และ จิตาพัชญ์ ไชยสิทธิ์. (2567). การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ ในจังหวัดนครสวรรค์. *วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย*. 8(1): 278-294.
- สุวรรณรัตน์ อัมรัตน์รัก ขาญเดช เจริญวิริยะกุล สโรชินี ศิริวัฒนา และ วรณนัฏฐา ขนิษฐบุตร. (2566). ปัจจัย เชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. *วารสาร มจร การพัฒนา สังคม*. 8(1): 197-217.
- สุวิมล มธูรส ศรินทิพย์ กุลจิตรตรี และ กิตติ รัตนราช. (2565). ความได้เปรียบทางการแข่งขันตลาดออนไลน์ ยุควิถีใหม่กับโควิด 19. *วารสารรัชต์ภาคย์*. 16(45): 16-27.
- สุนีย์ วรธนโกลม และ อติศักดิ์ วรพิวุฒิ. (2559). ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบธุรกิจซื้อขายสินค้าผ่าน ทางระบบอินเทอร์เน็ต. *วารสารวิชาการพระจอมเกล้าพระนครเหนือ*. 26(1): 133-140.
- อติสร โกษาจันทร์, เกษสุภัก เนตรสุวรรณ, อิทธิชัย สุนสุเทพ และจิตราภา คนฉลาด. (2566). การพัฒนาระบบ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับจำหน่ายต้นไม้ประดับ. *วารสารวิชาการและการวิจัย มหาวิทยาลัย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. 13(3): 114-129.
- Davis, F.D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*. 3(3): 319-340.

ผลกระทบของความภักดีในตราสินค้าและบุพปัจจัยที่ส่งผลต่อการสนับสนุน
ของลูกค้าสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูในกรุงเทพมหานคร
The Effects of Brand Loyalty and Its Antecedents on Customer Advocacy of
Luxury Fashion Products in Bangkok Metropolitan

ธัญพัฒน์ ศรีพันธ์¹ ประยงค์ มีใจเชื้อ² แก้วตา ผู้พัฒนพงศ์³
Tanyapat Sriphan, Prayong Meechaisue, Kaewta Poopatanapong

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ผลกระทบของการรับรู้คุณค่าของลูกค้าที่มีต่อการจัดการข้อร้องเรียนและความภักดีในตราสินค้า 2) ผลกระทบของการจัดการข้อร้องเรียนที่มีต่อความภักดีในตราสินค้าและการสนับสนุนของลูกค้า และ 3) ผลกระทบของความภักดีในตราสินค้าที่มีต่อการสนับสนุนของลูกค้าสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูในกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ลูกค้าในพื้นที่กรุงเทพมหานครที่ซื้อสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรู จำนวน 500 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วยแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ตัวแบบจำลองสมการโครงสร้าง

ผลการวิจัยพบว่า 1) การรับรู้คุณค่าของลูกค้าส่งผลกระทบทางบวกต่อการจัดการข้อร้องเรียนและความภักดีในตราสินค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 2) การจัดการข้อร้องเรียนส่งผลกระทบทางบวกต่อความภักดีในตราสินค้าและการสนับสนุนของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และ 3) ความภักดีในตราสินค้าส่งผลกระทบทางบวกต่อการสนับสนุนของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ (Keywords) : การรับรู้คุณค่าของลูกค้า; การจัดการข้อร้องเรียน; ความภักดีในตราสินค้า

Abstract

This study aimed to examine; 1) the effects of perceived value on complaint handling and brand loyalty. 2) the effects of complaint handling on brand loyalty and customer advocacy; and 3) the effects of brand loyalty on customer advocacy of luxury fashion products in Bangkok Metropolitan. It was a quantitative research approach. Samples in this study included 500 customers buying luxury fashion products in Bangkok Metropolitan. The tools used

Received: 2025-02-21 Revised: 2025-03-15 Accepted: 2025-03-16

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง Student, Doctor of Business Administration Program, Faculty of business Administration, Ramkhamhaeng University. Email: tanyapatsriphan@gmail.com

² อาจารย์หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง Lecturer, Doctor of Business Administration Program, Faculty of business Administration, Ramkhamhaeng University. Email: p.meechaisue@gmail.com

³ อาจารย์หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง Lecturer, Doctor of Business Administration Program, Faculty of business Administration, Ramkhamhaeng University. Email: kaewta@rumail.ru.ac.th

for data collection included a questionnaire. Statistics used in this study were means, standard deviation (SD) and structural equation model.

Findings showed that 1) perceived value positively affected complaint handling and brand loyalty at a statistically significant level. 2) complaint handling positively affected brand loyalty and customer advocacy at a statistically significant level; and 3) brand loyalty positively affected customer advocacy at a statistically significant level.

Keywords: perceived value; complaint handling; brand loyalty

บทนำ (Introduction)

ในประเทศไทยมีการเติบโตของสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูที่หลากหลาย ธุรกิจที่เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าแฟชั่นมีการขยายตัวมากขึ้น โดยเฉพาะในพื้นที่กรุงเทพมหานคร เนื่องจากกรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงของประเทศไทยและเป็นแหล่งการค้าที่มีชื่อเสียงทั้งสินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าแฟชั่น สินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูเป็นจำนวนมาก มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว และมีการจัดอันดับเมืองที่มีความน่าสนใจของธุรกิจสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูต่างประเทศ ประกอบกับเดิมธุรกิจสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูที่ทำเป็นธุรกิจในครอบครัว ซึ่งสมาชิกในครอบครัวมีทักษะเป็นช่างฝีมือที่ทำให้สินค้ามีมูลค่าสูงในด้านคุณภาพและงานฝีมือของสินค้า ต่อมาได้เกิดกลุ่มบริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่มากมาย จึงส่งผลให้ธุรกิจสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูได้รับการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ โดยเฉพาะธุรกิจที่มีชื่อเสียงมายาวนานและมีสินค้าที่โดดเด่นคุณภาพสูง เพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าที่มีฐานะร่ำรวย บางแบรนด์ได้มีการจัดกลุ่มเป้าหมายออกเป็นหลายส่วน หลายสินค้าด้วยราคาที่สมเหตุสมผลเพื่อดึงดูดลูกค้ารายได้ระดับกลาง นอกจากนี้ยังมีการกระจายสินค้าไปสู่ตลาดใหม่ในต่างประเทศมากขึ้น เพื่อเพิ่มฐานลูกค้าทั้งในด้านการขยายส่วนแบ่งทางการตลาด กลุ่มของสินค้า และกลุ่มของลูกค้าที่หลากหลายมากขึ้น (นงคราญ ไชยเมือง และคณะ, 2565: 201) ซึ่งสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูเป็นสินค้าฟุ่มเฟือยที่มีตราสินค้าที่สามารถใช้งานได้และมีความหรูหรา มีศักดิ์ศรี มีเกียรติต่อบุคคลที่ได้ใช้สินค้านั้น อีกทั้งยังมีความพิเศษไม่ว่าจะเป็นสินค้าที่มีความหายาก คุณภาพสูง วัตถุดิบคุณภาพดี และงานฝีมือที่ประณีตละเอียด โดยในปี 2564 สินค้าแฟชั่น แบรนด์หรูถือเป็นวัตถุอย่างหนึ่งที่ใช้ในการแสดงตัวตน สไตล์ และรสนิยมของบุคคล อีกทั้งสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูจะสร้างทัศนคติในการซื้อสินค้าของบุคคลที่ได้ครอบครองสถานะทางสังคมผ่านการแสดงความหายาก คุณภาพและการผลิตชิ้นงานที่เหนือกว่าสินค้าอื่น ๆ ในตลาด Mass ซึ่งทำให้ความต้องการสินค้าและราคาเพิ่มขึ้น จากฐานข้อมูล EMIS ที่เป็นฐานข้อมูลออนไลน์ในเครือ ISI Market Group เป็นฐานข้อมูลที่รวบรวมข้อมูลในตลาดที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Markets) พบว่า ในปี 2564 กลุ่มสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูในกลุ่มสินค้าส่วนบุคคลมีมูลค่าสูงถึง 67,428 ล้านบาท และคาดว่าจะเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ จนมีมูลค่าสูงถึง 99,183 ล้านบาท ต่อมาในปี 2566 ตลาดสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูของไทยมีมูลค่าตลาดประมาณ 160,000 ล้านบาท และคาดว่าจะขยายตัวตามอัตราการเติบโตต่อปีอยู่ที่ร้อยละ 5.62 จนถึงปี 2571 ซึ่งใกล้เคียงกับสิงคโปร์ที่มีมูลค่า 140,000 ล้านบาท และคาดว่าจะมีอัตราการเติบโตต่อปีอยู่ที่ร้อยละ 3.49 โดยสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูเติบโตขึ้นในประเทศไทยที่ขับเคลื่อนจากการได้รับอิทธิพลมาจาก K-Pop และ T-Pop รวมถึงนักแสดงดังในประเทศด้วยกลุ่มแฟนคลับที่มีความภักดีสูงและมีกำลังซื้อสินค้าเพื่อสนับสนุนศิลปินที่ชื่นชอบส่งผลให้สินค้าแบรนด์หรูมียอดขายเพิ่มขึ้นในไทย ประกอบกับพฤติกรรมการติดตามกระแสใหม่ ๆ คนดังทาง Instagram และ TikTok มีส่วนทำให้สินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูที่อยู่ในกระแสได้รับความนิยมมากขึ้น (Techsauce, 2568: 1)

สินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูกำลังได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเสื้อผ้า เครื่องสำอาง กระเป๋า รองเท้า โดยเฉพาะในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีประชากรกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ปานกลางและรายได้สูงที่มีกำลังในการใช้จ่ายใช้สอยสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูสูง และในปัจจุบันความนิยมของสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูไม่เพียงแต่ได้รับความนิยมในกลุ่มลูกค้าที่เป็นกลุ่มผู้หญิงเท่านั้น กลุ่มลูกค้าที่เป็นเพศชายและเพศทางเลือกก็นิยมใช้สินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูด้วยเช่นกัน และจากพฤติกรรมกลุ่มลูกค้าที่ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นส่งผลให้สินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูหลาย ๆ แบรนด์ได้รับการสนับสนุนจากกลุ่มลูกค้ามากขึ้น (ไปรยา วิไลรัตน์ และเอี่ยมพร ศิริรัตน์, 2566: 203) ซึ่งการสนับสนุนของลูกค้ามีเป้าหมายเพื่อสร้างและรักษาความสัมพันธ์ที่มีความหมายโดยได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าผ่านการสนทนอย่างเปิดเผยและการมีส่วนร่วมของลูกค้าที่เป็นมุมมองของตลาดในเชิงบวก โดยเน้นการให้ข้อมูลที่ลูกค้าให้คำแนะนำต่อในทางที่ดี (Sarmad & Ali, 2023: 193-194) และจากการศึกษาวิจัยต่าง ๆ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสนับสนุนของลูกค้า และมีผลกระทบต่อความภักดีในตราสินค้านั้นได้มีนักวิชาการทำการศึกษาว่างไว้อย่างมากมาย อาทิ การศึกษาของ Kartika, Fauzi, & Lubis (2021: 246) ที่กล่าวว่า การรับรู้คุณค่าของลูกค้าจะส่งผลต่อการจัดการข้อร้องเรียน โดยการรับรู้คุณค่าของลูกค้าที่เป็นการประเมินความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์กับต้นทุนที่เกิดขึ้น เมื่อทำการร้องเรียนกับธุรกิจ โดยความพยายามของลูกค้าในการร้องเรียนจะชดเชยให้สมกับความพยายามที่ได้รับ หากลูกค้ารับรู้คุณค่าที่ได้รับในเชิงบวกก็จะกระตุ้นให้ลูกค้าร้องเรียนถึงเจตนาที่ดีของธุรกิจได้เช่นกัน (วีรภัทร ขวัญมงคล และธัญนันท์ บุญอยู่, 2567: 153-154) ขณะที่การศึกษาของ Sheikh et al. (2020: 87) ก็ได้กล่าวว่า การรับรู้คุณค่าของลูกค้าจะมีมุมมองที่แตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นในมุมมองด้านเงิน คุณภาพ และสังคมย่อมมีผลกระทบต่อความภักดีในตราสินค้า โดยการรับรู้ตามมุมมองด้านเงินของลูกค้าจะรับรู้เมื่อมีการจ่ายเงินน้อยลงสำหรับสินค้า ส่วนด้านคุณภาพจะเป็นความแตกต่างระหว่างเงินที่ลูกค้าจ่ายสำหรับสินค้าหรือบริการ และคุณภาพที่รับรู้ของสินค้าหรือบริการนั้น โดยลูกค้า และด้านสังคมจะเป็นการสร้างมูลค่าที่ขึ้นอยู่กับความหมายของการซื้อสินค้าหรือบริการของลูกค้าก็จะสามารถสร้างให้ลูกค้าเกิดความภักดีในตราสินค้านั้นได้สูงขึ้น (Aye, 2021: 60)

นอกจากนี้การศึกษาของ Salim et al. (2018: 404) ก็ได้กล่าวว่า การจัดการข้อร้องเรียนที่รวมถึงการสื่อสารด้วยลายลักษณ์อักษร วาจา หรืออิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมดที่ลูกค้าแสดงความไม่พอใจเกี่ยวกับข้อบกพร่องหรือความล้มเหลว อีกทั้งการจัดการข้อร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ที่ธุรกิจพยายามแก้ไขข้อบกพร่องและเรียนรู้จากข้อบกพร่องนั้น เพื่อหลีกเลี่ยงความล้มเหลวในอนาคต ซึ่งการจัดการข้อร้องเรียนนี้ย่อมนำไปสู่ความภักดีในตราสินค้า (Fadilah, Listiana & Komari, 2023: 11) โดยการจัดการข้อร้องเรียนก็มีผลต่อประสิทธิภาพที่จะทำให้เกิดการสนับสนุนของลูกค้า เมื่อธุรกิจได้มีการพัฒนาแนวทางในการกำหนดขั้นตอนมาตรฐานในการวางแผนพนักงานให้เกิดความรับผิดชอบในการจัดการข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการจัดการกับลูกค้าในสถานการณ์เฉพาะพร้อมกับให้การฝึกอบรมและกระตุ้นให้พนักงานยอมรับรูปแบบค่านิยมร่วมกันที่นำไปสู่พฤติกรรมที่ต้องการได้เป็นอย่างดีได้นั้นการสนับสนุนของลูกค้าก็จะเกิดขึ้นเช่นกัน (Kamthornphiphatthanakul & Somthong, 2017: 15) และการที่ลูกค้าเกิดความภักดีในตราสินค้าใดสินค้านั้นแล้วจะส่งผลต่อความรู้สึกของตนไปยังตราสินค้านั้นโดยไม่รู้ตัว ซึ่งลูกค้ามักจะบอกต่อเพื่อน ๆ เกี่ยวกับประสบการณ์เชิงบวกหรือเชิงลบที่ทำให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจ โดยสถานการณ์นี้เรียกได้ว่า เป็นการบอกต่อแบบปากต่อปาก ในขณะที่การสนับสนุนลูกค้าเกิดขึ้นเมื่อลูกค้ามีความเชื่อมโยงกับตราสินค้า การเชื่อมโยงนี้จะสามารถนำไปสู่การสนับสนุนของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้าได้ โดยลูกค้าจะส่งต่อความรู้สึกเชิงบวกเกี่ยวกับตราสินค้านั้นโดยสมัครใจ ซึ่งลูกค้าก็จะเต็มใจจ่ายเงินในสินค้านั้นที่สูงกว่าและแนะนำสินค้านั้นให้กับผู้อื่นต่อไป (Hanifah, Hidayat & Roostika, 2020: 198)

จากประเด็นที่ได้ทำการศึกษาและแนวทางการทบทวนดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาถึงผลกระทบของความภักดีในตราสินค้าและบุพปัจจัยที่ส่งผลต่อการสนับสนุนของลูกค้าสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูในกรุงเทพมหานคร ในด้านปัจจัยเกี่ยวข้องที่ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาลูกค้าสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูในกรุงเทพมหานครมาใช้ในการปัจจัยเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าของลูกค้า (Perceived Value) การจัดการข้อร้องเรียน (Complaint Handling) ความภักดีในตราสินค้า (Brand Loyalty) และการสนับสนุนของลูกค้า (Customer Advocacy) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาทฤษฎีและโมเดลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม การสนับสนุนของลูกค้าในบริบทที่แตกต่างกันได้มากขึ้น ประกอบกับทำให้สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปปรับใช้ในเชิงกลยุทธ์และการวางแผนการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมกับปรับปรุงคุณภาพของสินค้าที่เกิดจากการรับรู้คุณค่าของลูกค้าที่สะท้อนให้เห็นได้ถึงการจัดการข้อร้องเรียนได้เป็นรูปธรรมตรงตามมาตรฐานที่กำหนด ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและนำไปสู่ความภักดีในตราสินค้าและเกิดพฤติกรรม การสนับสนุนของลูกค้าต่อไปเช่นกัน

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

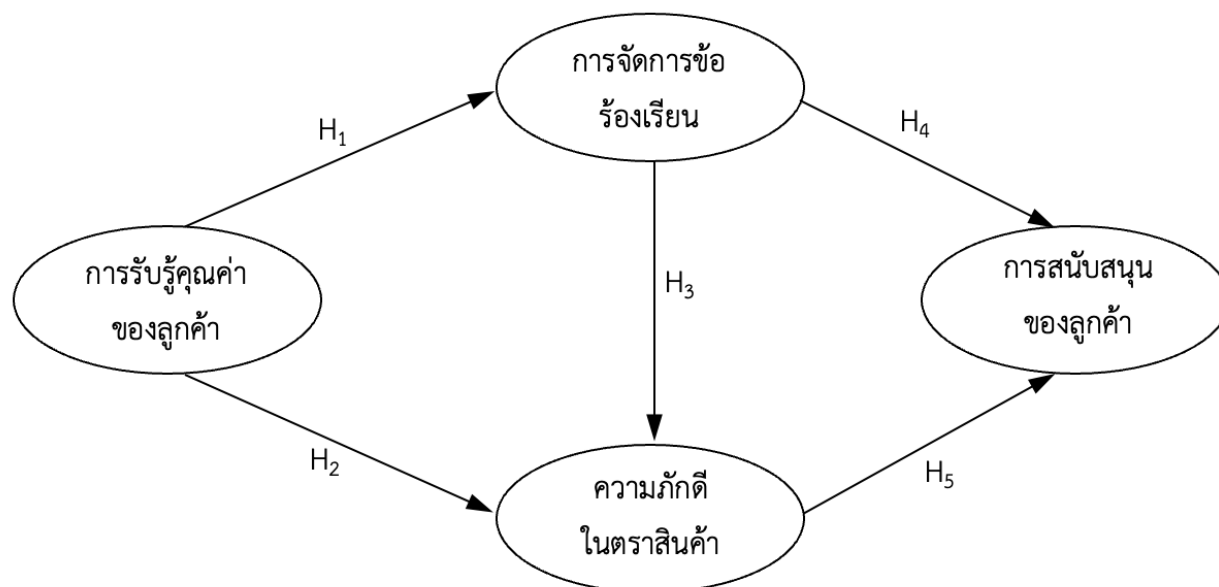
1. เพื่อศึกษาผลกระทบของการรับรู้คุณค่าของลูกค้าที่มีต่อการจัดการข้อร้องเรียนและความภักดีในตราสินค้าของลูกค้าสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาผลกระทบของการจัดการข้อร้องเรียนที่มีต่อความภักดีในตราสินค้าและการสนับสนุนของลูกค้าสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาผลกระทบของความภักดีในตราสินค้าที่มีต่อการสนับสนุนของลูกค้าสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย (Research Hypothesis)

1. การรับรู้คุณค่าของลูกค้ามีผลกระทบต่อการจัดการข้อร้องเรียน
2. การรับรู้คุณค่าของลูกค้ามีผลกระทบต่อความภักดีในตราสินค้า
3. การจัดการข้อร้องเรียนมีผลกระทบต่อความภักดีในตราสินค้า
4. การจัดการข้อร้องเรียนมีผลกระทบต่อการสนับสนุนของลูกค้า
5. ความภักดีในตราสินค้ามีผลกระทบต่อการสนับสนุนของลูกค้า

กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)

ในการทบทวนวรรณกรรมนี้เกี่ยวข้องกับผลกระทบของความภักดีในตราสินค้าและบุพปัจจัยที่ส่งผลต่อการสนับสนุนของลูกค้าสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ดำเนินการนำเสนอในลักษณะผสมผสานตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาตามที่สรุปและพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังภาพที่ 1



ที่มา: ธัญพัฒน์ ศรีพันธ์ (2567: 121)

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การวิจัยครั้งนี้เป็นวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ที่ทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจากลูกค้าในพื้นที่กรุงเทพมหานครที่ซื้อสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรู โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ในรูปแบบ Google Form ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ มีคำถามคัดกรองที่สอบถามว่า ท่านได้ซื้อสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูหรือไม่ โดยเก็บแบบสอบถาม จำนวน 500 ชุด โดยได้มีกำหนดวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา ผู้วิจัยได้นำแนวคิดที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ประกอบด้วย

1) การรับรู้คุณค่าของลูกค้า (Perceived Value-PV) 2) การจัดการข้อร้องเรียน (Complaint Handling-CH) 3) ความภักดีในตราสินค้า (Brand Loyalty-BL) และ 4) การสนับสนุนของลูกค้า (Customer Advocacy-CA) ซึ่งตัวแปรเหล่านี้จะนำไปสู่การทดสอบผลกระทบเชิงสาเหตุและผลที่ได้มาซึ่งข้อมูลเชิงประจักษ์ในการตอบคำถามการวิจัยได้อย่างสมบูรณ์

1.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่มีประชากรที่ใช้ในการศึกษาเป็นลูกค้าในพื้นที่กรุงเทพมหานครที่ซื้อสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรู ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ส่วนกลุ่มตัวอย่างเป็นที่ใช้ในการวิจัยเป็นลูกค้าในพื้นที่กรุงเทพมหานครที่ซื้อสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรู ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 500 ตัวอย่าง โดยใช้แนวคิดของ Comrey & Lee (1992, อ้างถึงใน บรรณวัชร พลคำ, 2566: 105) มาคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ว่า การกำหนดขนาดตัวอย่าง จำนวน 100 ตัวอย่าง ใช้ไม่ได้ (Poor) จำนวน 200 ตัวอย่าง อยู่ในระดับพอใช้ (Fair) จำนวน 300 ตัวอย่าง จึงจะดี (Good) 500 ตัวอย่าง ถือว่าดีมาก (Very Good) และ 1,000 ตัวอย่าง หรือมากกว่า ถือว่า ยอดเยี่ยม (Excellent) เป็นจำนวนที่มาใช้ในการวิจัยได้ ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกขนาดกลุ่มตัวอย่างในระดับดีมาก จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นลูกค้าในพื้นที่กรุงเทพมหานครที่ซื้อสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรู จำนวน 500 ตัวอย่าง

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลกับลูกค้าในพื้นที่กรุงเทพมหานครที่ซื้อสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรู

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลาในการศึกษา โดยมีระยะเวลาในการศึกษาเริ่มตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2567 ถึง เดือนมกราคม พ.ศ. 2568

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า ทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และผลการวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างเป็นกรอบแนวคิดที่เป็นแนวทางในการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในเชิงปริมาณ โดยมีการกำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบ่งเป็นส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตัวเลือก (Checklist) จำนวน 6 ข้อคำถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์ในการซื้อสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรู ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าของลูกค้า มีจำนวน 8 ข้อ ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการข้อร้องเรียน มีจำนวน 6 ข้อ ส่วนที่ 4 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดีในตราสินค้า มีจำนวน 8 ข้อ และส่วนที่ 5 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการสนับสนุนของลูกค้า มีจำนวน 6 ข้อ โดยข้อคำถามเป็นแบบมาตราวัดประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ มีรายละเอียดการประเมินตามเกณฑ์การวิเคราะห์ของ Likert (1932: 52, อ้างถึงใน บรรณวัชร พลคำ, 2566: 109) คือ “1 ค่อนข้าง หมายถึง เห็นด้วยอยู่ในระดับน้อยที่สุด” “2 ค่อนข้าง หมายถึง เห็นด้วยอยู่ในระดับน้อย” “3 ค่อนข้าง หมายถึง เห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลาง” “4 ค่อนข้าง หมายถึง เห็นด้วยอยู่ในระดับมาก” และ “5 ค่อนข้าง หมายถึง เห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด”

3. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา เพื่อวัดคุณภาพของเครื่องมือที่สามารถวัดในสิ่งที่ต้องการวัดได้อย่างถูกต้อง และตรงตามเป้าหมายที่สามารถอธิบายตัวแปรที่ศึกษาได้ แบบสอบถามจึงต้องได้รับการตรวจสอบด้านภาษาในเชิงเนื้อหาโดยมีขั้นตอน คือ 1) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบคำถามในแบบสอบถามเพื่อความครอบคลุมของเนื้อหา การจัดเรียงคำถาม และความเหมาะสมของคำถาม 2) จากนั้นแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน เพื่อหลีกเลี่ยงความคิดเห็นที่แบ่งเป็น 2 ด้าน ประกอบด้วย นักวิชาการที่มีความรอบรู้และผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ก่อนนำไปทดลองใช้ (Pre-Test) โดยพิจารณาว่า แบบสอบถามใช้ภาษาและลักษณะของข้อความเหมาะสมกับกลุ่มประชากรตัวอย่างมีความสอดคล้องครอบคลุมเนื้อหาและวัตถุประสงค์การวิจัย ผู้วิจัยนำผลการตรวจสอบมารวมกันคำนวณจากความสอดคล้องระหว่างประเด็นที่ต้องการวัดกับข้อคำถาม (Index of Item-Objective Congruence-IOC) ที่สร้างขึ้น โดยมีค่า IOC ที่ผ่านเกณฑ์สามารถนำไปใช้ในการทดสอบการใช้งาน (Try-Out) ได้ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการตรวจสอบแล้วพบว่าทุกตัวแปรมีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.80-1.00 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ และ 3) เมื่อแบบสอบถามผ่านเกณฑ์การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาแล้ว ผู้วิจัยจึงทำการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้มาปรับปรุงให้เหมาะสมตรงกับสมมติฐานที่ศึกษา เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) แต่ละชุดของข้อคำถามว่า ข้อคำถามแต่ละข้อนั้นมีความสอดคล้องในทิศทางเดียวกันหรือไม่ โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญแล้วไปทดลองใช้ (Try-Out) กับประชากรเป้าหมายที่มีคุณสมบัติเป็นตัวแทนของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ชุด ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach ถ้ามีค่าไม่น้อยกว่า 0.70 แสดงว่า แบบสอบถามมีความเชื่อมั่นสูงผ่านเกณฑ์ที่ยอมรับได้ โดยผลที่ได้ปรากฏดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α)
การรับรู้คุณค่าของลูกค้า (PV)	0.930
การจัดการข้อร้องเรียน (CH)	0.927
ความภักดีในตราสินค้า (BL)	0.968
การสนับสนุนของลูกค้า (CA)	0.960

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ขอหนังสือจากทางโครงการบริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิตมหาวิทยาลัยรามคำแหง เพื่อที่จะขอความอนุเคราะห์ด้านข้อมูล และการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ได้เริ่มดำเนินการเก็บตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2567 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2568

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ขั้นตอน คือ ขั้นที่ 1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลด้วยการแจกแจงค่าความถี่และค่าร้อยละ ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาระดับของการรับรู้คุณค่าของลูกค้า การจัดการข้อร้องเรียน ความภักดีในตราสินค้า และการสนับสนุนของลูกค้า ด้วยการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ขั้นที่ 2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอ้างอิง (Inferential Statistic) เป็นการวิเคราะห์เพื่อตอบวัตถุประสงค์ในการวิจัย และทำการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ได้กำหนดไว้ และเพื่อหาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและหาระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลกระทบต่อตัวแปรทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยตัวแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling--SEM)

ผลการวิจัย (Research Results)

การวิจัยเรื่องผลกระทบของความภักดีในตราสินค้าและบุพปัจจัยที่ส่งผลต่อการสนับสนุนของลูกค้าสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยรูปแบบเชิงสำรวจ (Exploratory Sequential Design) ที่เป็นข้อมูลเชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยได้ทำการแสดงผลการวิเคราะห์จากการศึกษาวิจัยตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมจากแบบสอบถามกับลูกค้าในพื้นที่กรุงเทพมหานครที่ซื้อสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรู จำนวน 500 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 312 คน คิดเป็นร้อยละ 62.40 มีอายุน้อยกว่า 29 ปี จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 47.20 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 57.80 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 30,000 บาท จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 และมีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรู 1-5 ปี จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 52.20

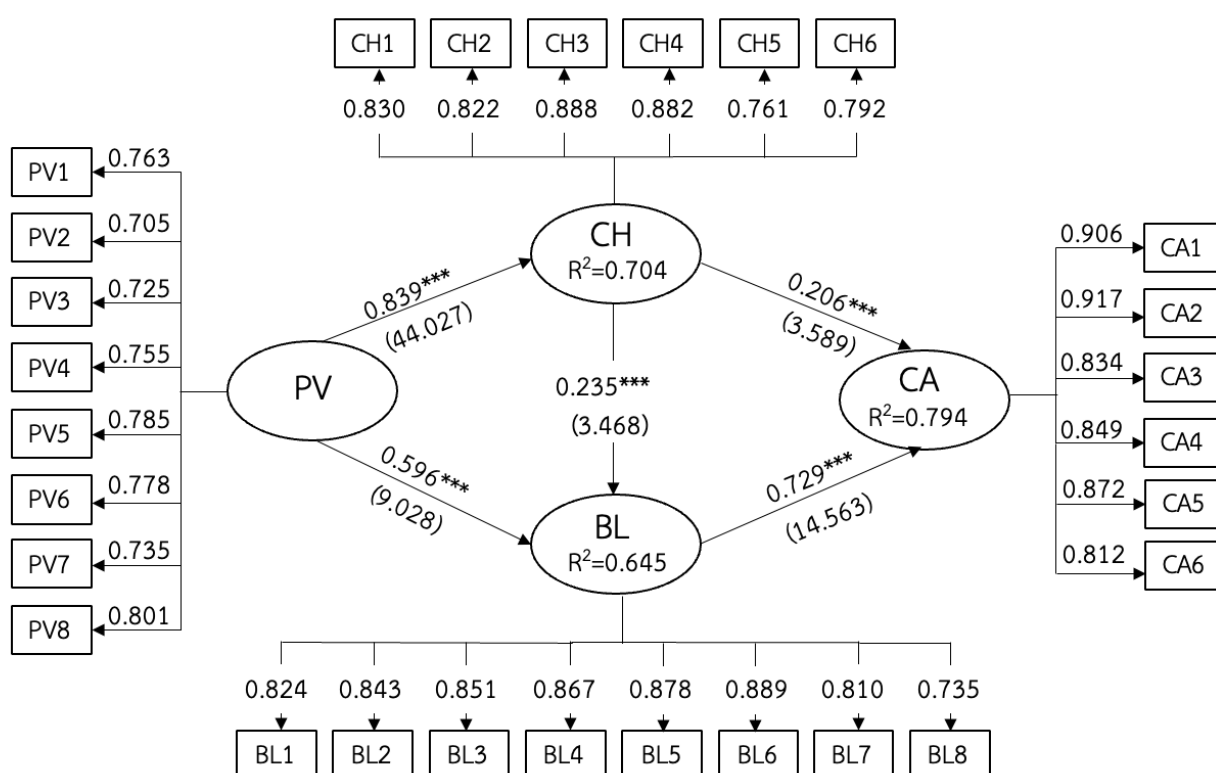
2. สรุปผลการวิเคราะห์สถิติพรรณนาของตัวแปรการรับรู้คุณค่าของลูกค้า การจัดการข้อร้องเรียน ความภักดีในตราสินค้า และการสนับสนุนของลูกค้าสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูในกรุงเทพมหานครตามกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอระดับค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมาตรฐานดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ระดับของค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปร

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
การรับรู้คุณค่าของลูกค้า (PV)	3.62	0.793	มาก
การจัดการข้อร้องเรียน (CH)	3.64	0.787	มาก
ความภักดีในตราสินค้า (BL)	3.44	0.920	มาก
การสนับสนุนของลูกค้า (CA)	3.41	0.938	มาก

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับของตัวแปรที่ประกอบด้วย การรับรู้คุณค่าของลูกค้า (PV) การจัดการข้อร้องเรียน (CH) ความภักดีในตราสินค้า (BL) และการสนับสนุนของลูกค้า (CA) โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกประเด็น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62, 3.64, 3.44 และ 3.41 ตามลำดับ มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.793, 0.787, 0.920 และ 0.938 ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ตัวแบบจำลองสมการโครงสร้างเพื่อทดสอบสมมติฐานของการวิจัย โดยการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุ (Causal Influence) ระหว่างตัวแปรที่ปรากฏในกรอบแนวคิดการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบผลการวิเคราะห์ที่ได้ว่า สนับสนุนหรือไม่สนับสนุนสมมติฐานของการวิจัย ซึ่งการวิจัยครั้งนี้สามารถแสดงได้ดังกรอบแนวคิดการวิจัยที่ได้ในภาพที่ 2



ที่มา: ธัญพัฒน์ ศรีพันธุ์ (2567: 220)

จากภาพที่ 2 แสดงผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อม (Direct Effect-DE and Indirect Effect-IE) ของตัวแปรการรับรู้คุณค่าของลูกค้า (PV) การจัดการข้อร้องเรียน (CH) ความภักดีในตราสินค้า (BL) และการสนับสนุนของลูกค้า (CA) พบว่า 1) ผลกระทบของการรับรู้คุณค่าของลูกค้า (PV) ส่งผลกระทบทางบวกต่อการจัดการข้อร้องเรียน (CH) และความภักดีในตราสินค้าของลูกค้า (BL) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางมีอิทธิพลเชิงสาเหตุทางตรงเส้นเท่ากับ 0.839, 0.596 และมีค่า t Statistics=44.027 และ 9.028 ตามลำดับ แต่เมื่อพิจารณาผลกระทบอิทธิพลเชิงสาเหตุทางอ้อมต่อความภักดีในตราสินค้า (BL) และการสนับสนุนของลูกค้า (CA) พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง คือ Total Effect-TE=0.197, 0.750 และมีค่า t Statistics=3.499 และ 33.089 ตามลำดับ 2) ผลกระทบของการจัดการข้อร้องเรียน (CH) ส่งผลกระทบทางบวกต่อความภักดีในตราสินค้า (BL) และการสนับสนุนของลูกค้า (CA) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางมีอิทธิพลเชิงสาเหตุทางตรงเส้นเท่ากับ 0.235, 0.206 และมีค่า t Statistics=3.468 และ 3.598 ตามลำดับ แต่เมื่อพิจารณาผลกระทบอิทธิพลเชิงสาเหตุทางอ้อมต่อการสนับสนุนของลูกค้า (CA) พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง คือ Total Effect-TE=0.171 และมีค่า t Statistics=3.220 และ 3) ผลกระทบของความภักดีในตราสินค้า (BL) ส่งผลกระทบทางบวกต่อการสนับสนุนของลูกค้า (CA) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางมีอิทธิพลเชิงสาเหตุทางตรงเส้นเท่ากับ 0.729 และมีค่า t Statistics=14.563 ซึ่งสามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยจากการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้างเพื่อทดสอบสมมติฐานของการวิจัย โดยการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุ (Causal Influence) ระหว่างตัวแปรที่ปรากฏในกรอบแนวคิดการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบผลการวิเคราะห์ที่ได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยจากการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง

ตัวแปร (LV)	ค่าความผันแปร (R ²)	อิทธิพล (effect)	การรับรู้คุณค่าของลูกค้า (PV)	การจัดการข้อร้องเรียน (CH)	ความภักดีในตราสินค้า (BL)
การสนับสนุนของลูกค้า (CA)	0.794	DE	0.000	0.206***	0.729***
		IE	0.750	0.171	0.000
		TE	0.750	0.377	0.729***
ความภักดีในตราสินค้า (BL)	0.645	DE	0.596***	0.235***	N/A
		IE	0.197	0.000	N/A
		TE	0.793	0.235	N/A
การจัดการข้อร้องเรียน (CH)	0.704	DE	0.839***	N/A	N/A
		IE	0.000	N/A	N/A
		TE	0.839	N/A	N/A

หมายเหตุ: - De=Direct Effect, IE=Indirect Effect, TE=Total Effect, N/A=Not Applicable

- (***) หมายถึง p-value ≤ .01 หรือ ค่า t ≥ 2.58)

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

จากผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 ว่า ผลกระทบของการรับรู้คุณค่าของลูกค้าที่มีต่อการจัดการข้อร้องเรียนและความภักดีในตราสินค้าของลูกค้าสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการวิจัย

พบว่า การรับรู้คุณค่าของลูกค้าส่งผลกระทบทางบวกต่อการจัดการข้อร้องเรียนและความภักดีในตราสินค้าของลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผลการวิจัยที่ได้สนับสนุนสมมติฐานที่ 1 และสมมติฐานที่ 2 แสดงให้เห็นว่า การที่ลูกค้ารับรู้ถึงคุณค่าทางสังคมจะสามารถสะท้อนให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในการใช้สินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูมากขึ้น อีกทั้งเมื่อลูกค้ารับรู้ได้ถึงสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูเป็นสินค้าที่บุคคลมีชื่อเสียงได้ซื้อมาใช้งานย่อมสามารถสร้างให้เกิดการรับรู้ได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างเร่งด่วนและเป็นระบบ ซึ่งจะสามารถนำไปสู่การสร้าง ความภักดีในตราสินค้าของลูกค้าแฟชั่นแบรนด์หรูอย่างต่อเนื่อง เมื่อเทียบกับตราสินค้าทั่วไป โดยสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ Wang et al. (2023: 256) พบว่า การรับรู้คุณค่าของลูกค้ามีผลอิทธิพลต่อการจัดการข้อร้องเรียนของธุรกิจ ซึ่งการรับรู้คุณค่าจะขึ้นอยู่กับผลประโยชน์ที่ได้รับ เมื่อเทียบกับต้นทุนที่ลูกค้ารับรู้จากสินค้า อีกทั้งประสบการณ์เชิงบวกที่ลูกค้ารับรู้ได้จะก่อให้เกิดคุณค่าที่ส่งผลกระทบต่อ การจัดการข้อร้องเรียนของธุรกิจได้อย่างเหมาะสม (Kartika, Fauzi, & Lubis, 2021: 246) นอกจากนี้การศึกษาของ Sheikh et al. (2020: 87) พบว่า การรับรู้คุณค่าของลูกค้าที่ครอบคลุมทั้งด้านการเงิน คุณภาพ และสังคมส่งผลกระทบต่อความภักดีในตราสินค้าที่ทำให้ลูกค้าเกิดความปรารถนาที่จะจ่ายเงินให้แก่สินค้า เมื่อได้รับรู้คุณค่าของสินค้าที่มีความคุ้มค่ากับเงินที่เสียไป จึงนำไปสู่ความภักดีในตราสินค้าที่เกิดขึ้นแก่ลูกค้า (Muntasin, Utami & Chan, 2021: 654)

จากผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 ว่า ผลกระทบของการจัดการข้อร้องเรียนที่มีต่อความภักดีในตราสินค้าและการสนับสนุนของลูกค้าสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการวิจัยพบว่า การจัดการข้อร้องเรียนส่งผลกระทบทางบวกต่อความภักดีในตราสินค้าและการสนับสนุนของลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผลการวิจัยที่ได้สนับสนุนสมมติฐานที่ 3 และสมมติฐานที่ 4 แสดงให้เห็นว่า สินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูได้มีระบบการจัดการข้อร้องเรียนที่ดีเสมอ โดยเฉพาะการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างยุติธรรม เมื่อสินค้าแฟชั่น แบรนด์หรูมีตำหนิในส่วนของกระบวนการขนส่งที่ทำให้เกิดความล่าช้าทางสินค้าจะให้ความสำคัญกับลูกค้าที่เท่าเทียมกัน โดยยินดีที่จะเปลี่ยนสินค้าให้เพื่อเป็นการตอบแทนในสิ่งที่เกิดขึ้นอย่างคุ้มค่าเสมอ ซึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความภักดีในตราสินค้าและพร้อมที่จะมาซื้อสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูนั้น ๆ ซ้ำอีกอย่างต่อเนื่อง และสามารถสนับสนุนให้เกิดความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มในระดับที่สูงขึ้น โดยสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ Hermawati (2022: 286) พบว่า การจัดการข้อร้องเรียนถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจและส่งผลโดยตรงต่อความสัมพันธ์ที่ก่อให้เกิดความภักดีในตราสินค้า โดยธุรกิจที่สามารถจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้าที่มีประสิทธิภาพจะช่วยเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าและส่งเสริมความภักดีในตราสินค้า โดยกระบวนการการจัดการข้อร้องเรียนก็ถือเป็นกลยุทธ์ที่ธุรกิจนำมาใช้เพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งจะสามารถสร้างความภักดีในตราสินค้าที่ทำให้ลูกค้าเกิดการซื้อซ้ำ (Fadilah, Listiana & Komari, 2023: 11) นอกจากนี้ Wibisono & Halik (2022: 16) พบว่า การจัดการข้อร้องเรียนส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของการสนับสนุนลูกค้า หากธุรกิจมีการพัฒนาระบบการจัดการข้อร้องเรียนที่มีขั้นตอนได้มาตรฐานในการเตรียมพนักงานให้มีการจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้าในสถานการณ์ที่เกิดขึ้น เมื่อพนักงานสามารถจัดการข้อร้องเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพจะส่งเสริมให้ลูกค้าเกิดพฤติกรรมที่ต้องการและสามารถเกิดการสนับสนุนของลูกค้าได้ (Sari et al., 2023: 17)

จากผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 3 ว่า ผลกระทบของความภักดีในตราสินค้าที่มีต่อการสนับสนุนของลูกค้าสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ความภักดีในตราสินค้าส่งผลกระทบทางบวกต่อการสนับสนุนของลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผลการวิจัยที่ได้สนับสนุน

สมมติฐานที่ 5 แสดงให้เห็นว่า เมื่อลูกค้าเกิดความภักดีในตราสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรู ไม่ว่าจะเป็นทัศนคติที่เป็นความเข้าใจว่า สินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูมีความคงทนและได้มาตรฐาน มีความคุ้มค่าต่อการซื้อ อีกทั้งมีเจตคติที่ดีต่อสินค้าที่ทำให้เกิดแรงกระตุ้นในการซื้อในระดับที่สูงขึ้น และเต็มใจที่จะซื้อสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูมาไว้ครอบครอง บางครั้งอาจด้วยเหตุผลต่าง ๆ ของแต่ละบุคคลก็สามารถสร้างการสนับสนุนในเชิงบวกให้เกิดการสร้างสัมพันธ์ที่สนับสนุนให้ลูกค้าแบ่งปันประสบการณ์การใช้สินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูและเต็มใจที่จะบอกให้บุคคลทั่วไปทราบได้เช่นกัน โดยสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ Tarigan & Hatane (2019: 270) พบว่า ความภักดีในตราสินค้าเป็นความรู้สึกที่ลูกค้ามีต่อตราสินค้านั้น ๆ เมื่อลูกค้าเกิดความประทับใจหรือความรู้สึกในเชิงบวกต่อตราสินค้านั้น ๆ ก็จะเกิดการกระทำที่เป็นการบอกปากต่อปากให้บุคคลรอบข้าง เพื่อน หรือครอบครัว ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวจะสะท้อนให้เกิดการสนับสนุนของลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง เมื่อลูกค้ายังคงเกิดความภักดีในตราสินค้านั้น ๆ ด้วยความเต็มใจ (Brigitta et al., 2023: 135)

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

จากการนำเสนอแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนั้นสามารถสร้างองค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาที่สอดคล้องกันแล้ว พบว่า การรับรู้คุณค่าของลูกค้าทั้งต่อคุณค่าทางสังคม อารมณ์ การเงิน และหน้าที่ ซึ่งจะช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นในสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูอย่างมีนัยสำคัญ โดยการรับรู้คุณค่าของลูกค้าจะสามารถสร้างให้เกิดการจัดการข้อร้องเรียนที่สามารถแก้ไขและเรียนรู้ถึงปัญหา เพื่อสร้างความไว้วางใจอย่างเป็นธรรมและรวดเร็วอย่างเป็นระบบ ซึ่งจะก่อให้เกิดความภักดีในตราสินค้าตามมา โดยการสร้างความสัมพันธ์ที่เป็นธรรมให้แก่ลูกค้ารับรู้ถึงสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูที่มีบุคคลที่มีชื่อเสียงใช้อย่างต่อเนื่อง พร้อมกับสามารถจัดการข้อร้องเรียนที่มีประสิทธิภาพและการแก้ไขปัญหาอย่างเป็นธรรม เช่น การเปลี่ยนสินค้าที่มีตำหนิจะกระตุ้นให้เกิดความภักดีในตราสินค้าที่ซื้อซ้ำอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนนำไปสู่กระบวนการสร้างความสัมพันธ์ที่ลึกซึ้งจงใจให้ลูกค้าแบ่งปันประสบการณ์เชิงบวกของตน ซึ่งถือได้ว่า สินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียงที่ได้รับการสนับสนุนจากลูกค้าอย่างต่อเนื่องเช่นกัน

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จากผลการศึกษาการรับรู้คุณค่าของลูกค้า พบว่า ผู้ประกอบการสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูควรสร้างให้ลูกค้าเกิดการรับรู้ทางสังคมในระดับที่สูงขึ้น โดยสร้างความมั่นใจให้ลูกค้ารับรู้ได้ถึงสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูที่มีบุคคลที่มีชื่อเสียงใช้กันอย่างแพร่หลาย ประกอบกับสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูควรมีการสร้างความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดความคุ้มค่าด้านคุณภาพที่เหมาะสมกับราคา และเมื่อได้มีการเก็บสะสมสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูไว้จะสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูได้

1.2 จากผลการศึกษาการจัดการข้อร้องเรียน พบว่า ผู้ประกอบการสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูควรมีการสร้างการจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้าด้วยความกระตือรือร้น เมื่อสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูเกิดปัญหาก็ควรมีการแก้ไขปัญหาอย่างทันท่วงทีและเป็นระบบ โดยผู้ประกอบการควรนำสินค้าชิ้นใหม่มาทดแทนชิ้นเดิมทันที และควรมีบัตรกำนัลเป็นการชดเชยข้อบกพร่องของสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูโดยไม่มีเงื่อนไข

1.3 จากผลการศึกษาความภักดีในตราสินค้า พบว่า ผู้ประกอบการสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูควรมีการมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพของสินค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูดีกว่าสินค้าแบรนด์ทั่วไป

และเมื่อเทียบกับสินค้าทั่วไปจะทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกชื่นชอบในการซื้อสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูเสมอ อีกทั้งผู้ประกอบการสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูควรออกแบบสินค้าให้สามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่างเหมาะสมเช่นกัน

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับตัวแปรที่เป็นปัจจัยอื่น ๆ ที่เป็นไปตามบริบทของสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูและสามารถนำไปสู่การสนับสนุนของลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง อาทิ ความพึงพอใจของลูกค้า ความไว้วางใจ ภาพลักษณ์ตราสินค้า เป็นต้น เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง และสามารถนำไปสู่การสนับสนุนของลูกค้าในระดับที่สูงขึ้น

2.2 ในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับการวิจัยเชิงคุณภาพที่ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกถึงพฤติกรรมทางอารมณ์ของลูกค้าที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูสามารถผลิตสินค้าออกมาจำหน่ายได้ และก่อให้เกิดความภักดีในตราสินค้าและการสนับสนุนของลูกค้าอย่างต่อเนื่องเช่นกัน

เอกสารอ้างอิง (References)

- ธัญพัฒน์ ศรีพันธ์. (2567). ผลกระทบของความภักดีในตราสินค้าและบุพปัจจัยที่ส่งผลต่อการสนับสนุนของลูกค้าแฟชั่นแบรนด์หรูในกรุงเทพมหานคร. คุุณิพนธ์บริหารธุรกิจคุุณิบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- นงคราญ ไชยเมือง เช้าหยี พิง สุตาภัทร คงเกิด และทศพล บุญศิริ. (2565). กลยุทธ์การตลาดลัคซ์วรีแบรนด์ในยุคความปกติถัดไป Next Normal. วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์. 24(3): 199-208.
- บรรณวัชร พลคำ. (2566). ผลกระทบของนวัตกรรมและบุพปัจจัยต่อขีดความสามารถเชิงการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมท้องถิ่นในจังหวัดภูเก็ต. คุุณิพนธ์บริหารธุรกิจคุุณิบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ไพบรียา วิลัยรัตน์ และเอี่ยมพร ศิริรัตน์. (2566). การตัดสินใจเลือกซื้อกระเป๋าแบรนด์เนมในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. 6(1): 200-214.
- วีรภัทร ขวัญมงคล และธัญนันท์ บุญอยู่. (2567). ภาพลักษณ์ตราสินค้าและคุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาแบรนด์เนมของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. 10(3): 151-162.
- Aye, A. C. (2021). The mediating role of perceived value and customer satisfaction on the relationship between service convenience and loyalty: A case study of a private bank in Myanmar. *Human Behavior, Development and Society*. 22(2): 60-71.
- Brigitta, M. Y. T. Effendi, M. I., Sugandini, D., & Suryono, I. A. (2023). The influence of brand satisfaction and luxury brand attachment on customer advocacy through brand loyalty on Zalora marketplace. *International Journal of Applied Business and International Management*. 8(3): 133-147.

- Comrey, A. L., & Lee, H. B. (1992). **A first course in factor analysis**. (2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associated.
- Fadilah, W. N., Listiana, W. E., & Komari, N. (2023). The effect of complaint handing on customer loyalty and its impact on customer satisfaction (Study on consumers of PT Telkom Witel of West Kalimantan). **East African Scholars Journal of Economics, Business and Management**. 6(1): 11-16.
- Hanifah, R. N., Hidayat, A., & Roostika, R. (2020). Customer advocacy as a result of the relationship between Idol attachment and customer loyalty in K-Pop industry. **East African Scholars Journal of Economics, Business and Management**. 3(2): 197-201
- Hermawati, A. (2022). The influence of complaint handling, Marketing communication and trust on loyalty (Marketing management literature review). **Dinasti Internationalsal Journal of Management Science**. 4(2): 286-296.
- Kamthornphiphatthanakul, S., & Somthong, N. (2017). The influence of the factors of performance and successful of customer complaints handling on the satisfaction and customer advocacy of tourism business in Thailand. **The IRES International**. 21:15-21.
- Kartika, D., Fauzi, A., & Lubis, A. N. (2021). The effect of customer perceived value and e-service recover one-loyalty with e-satisfaction and e-trust as intervening variables on e-commerce Shopee Indonesia customers in Medan city. **International Journal of Research and Review**. 8(11): 246-258.
- Likert, R. A. (1932). A technique for the measurement of attitudes. **Archives of Psychology**. 140: 5-53.
- Muntasin, M., Utami, S., & Chan, S. (2021). Sequential variable perceived value and customer satisfaction in mediating the influence of switching cost and service quality on the loyalty of insurance policy holders in Banda Aceh, Indonesia. **International Journal of Multidisciplinary Research and Growth Evalutation**. 2(4): 652-659.
- Salim, A., Setiawan, M., Rofiaty, R., & Rohman, F. (2018). Focusing on complaints handling for customer satisfaction and loyalty: The case of Indonesian public Banking. **European Research Studies Journal**. 21(3): 404-416.
- Sari, I. P., Listiana, G. E., Rustam, M., & Saputra, P. (2023). The impact of complaint handling and service quality on customer satisfaction and customer loyalty in customer of Pontianak Branch of Bank Kalbar Syariah. **East African Scholars Journal of Economics, Business and Management**. 6(1): 17-28.
- Sarmad, I., & Ali, R. (2023). How does customer advocacy influence brand loyalty? A serial mediation of brand relationship quality and brand trust. **Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences**. 17(1): 191-213.

- Sheikh, S. A. I., Halim, Y. T., Hamdy, H. I., & Hamdy, M. A. (2020). The impact of CRM on customer satisfaction and customer loyalty: Mediation effect of Customer Perceived Value (Evidence from hospital industry). **Journal of Alexandria University for Administrative Sciences**. 57(4): 87-119.
- Tarigan, J., & Hatane, S. E. (2019). The influence of customer satisfaction on financial performance through customer loyalty and customer advocacy: A case study of Indonesia's local brand. **International Conference on Economics, Education, Business and Accounting**. 3: 270-284.
- Techsauce. (2568). **Thai Gen Z buys luxury brands, is influenced by celebrities and wants to reward their lives** [Online]. Available : <https://techsauce.co/tech-and-biz/thailand-luxury-market-booming-among-gen-z>. Retrieved February 12, 2025.
- Wang, S., Li, Y., Zhou, Z., & Meng, Z. (2023). Research on the influence of perceived value on consumers' willingness to pay premium for online agricultural products with regional public brands. **AHE**. 18(1): 256-265.
- Wibisono, O., & Halik, A. (2022). Analysis of the effects of service quality, complaint handling, and trust on customer loyalty with customer satisfaction as intervening variable at PT. Bank mayapada internasional, Tbk Kapas Krampung Surabaya Branch. **International Journal of Scientific Engineering and Science**. 6(1): 16-26.

ความต้องการจำเป็นในการพัฒนากระบวนการนิเทศภายในของโรงเรียนขยายโอกาส
ทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ
The Needs Assessment for Internal Supervision Development at Schools under
the Bueng Kan Primary Educational Service Area

อภิชาติ หัตถนรินทร์¹ พรเทพ เสถียรนพเก้า² บุญมี ก่อบุญ³
Apichat Hattaniran, Pornthep Steannoppakao, Boonmee Korbun

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.ศึกษาองค์ประกอบกระบวนการนิเทศภายใน 2. ศึกษาสภาพที่เป็นจริงและสภาพที่ควรจะเป็นของกระบวนการนิเทศภายใน และ 3. ศึกษาความต้องการจำเป็นในการพัฒนากระบวนการนิเทศภายใน และ 4.หาแนวทางการพัฒนากระบวนการนิเทศภายในของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ เป็นรูปแบบงานวิจัยที่ผสมวิธีระหว่างเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยผู้บริหารสถานศึกษาและครู ปีการศึกษา 2565 จำนวน 261 คน วิจัยดำเนินการวิจัย 3 ระยะ ได้แก่ 1) ศึกษาองค์ประกอบกระบวนการนิเทศภายใน 2) ศึกษาสภาพที่เป็นจริงและสภาพที่ควรจะเป็น และ 3) ศึกษาความต้องการจำเป็น สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และดัชนีการจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น

ผลการวิจัยพบว่า

1. องค์ประกอบกระบวนการนิเทศภายในของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา มี 4 องค์ประกอบ ได้แก่ การวางแผนการนิเทศ การศึกษาสภาพปัจจุบันปัญหาและความต้องการ การปฏิบัติการนิเทศ และการประเมินผลการนิเทศ โดยทุกองค์ประกอบมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด
2. สภาพที่เป็นจริงของกระบวนการนิเทศภายในของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สภาพที่ควรจะเป็น โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด
3. ความต้องการจำเป็นในการพัฒนากระบวนการนิเทศภายในของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา พบว่าโดยภาพรวมมีค่าดัชนีลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น เท่ากับ 0.083
4. แนวทางในการพัฒนากระบวนการนิเทศภายในของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษามี 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการประเมินผลการนิเทศ และด้านการวางแผนการนิเทศ

คำสำคัญ (Keywords) : กระบวนการนิเทศภายใน; ความต้องการจำเป็น; โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา

Received: 2025-02-12 Revised: 2025-03-15 Accepted: 2025-03-16

¹ สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร Master of Educational Administration and Development, Graduate School, Sakon Nakhon Rajabhat University. E-mail: hattaniran2510@gmail.com

² อาจารย์ประจำ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร Lecturer of Sakon Nakhon Rajabhat University. E-mail: pornthep@snru.com

³ อาจารย์ประจำ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร Lecturer of Sakon Nakhon Rajabhat University. E-mail: Boonmeej72017@gmail.com

Abstract

The purposes of this research were: 1. to study the components of the internal supervision process, 2. to study the actual and ideal conditions of the internal supervision process, 3. to study the needs for developing the internal supervision process, and 4. to find a way to develop the internal supervision process of the educational opportunities for the school expansion under the Office of the Primary Educational Service Area, Bueng Kan Province. It was a quantitative and qualitative research approach. The sample comprised 261 school administrators and teachers in the 2022 academic year. The research method consisted of 3 phases: 1) studying the components of the internal supervision process, 2) studying the actual and ideal conditions, and 3) studying the needs. The statistical instruments used in data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, and the index of the priority of needs.

The research results found that

1. The components of the internal supervision process of the educational opportunities for the school expansion consisted of 4 components: supervision planning, studying the current problems and needs, supervision operations, and evaluation of supervision results. All components were at the most appropriate level.

2. The actual conditions of the internal supervision process of the educational opportunity for the school expansion under the Office of the Primary Educational Service Area, Bueng Kan Province, were at a high level overall. The conditions should be at the highest level overall.

3. The necessity for developing the internal supervision process of the educational opportunity for the school expansion overall had the index of 0.083.

4. The guidelines for developing the internal supervision process of the educational opportunity for the school expansions consisted of 2 aspects: evaluating the supervision results and the supervision planning aspect.

Keywords: supervision process; internal supervision;

the educational opportunities for the school expansions

บทนำ (Introduction)

การนิเทศภายในเป็นกระบวนการที่ส่งเสริมสนับสนุนประสิทธิภาพในด้านการเรียนการสอน การพัฒนาการจัดการเรียนรู้และพัฒนาการปฏิบัติงานของครู และบุคลากรให้สามารถปรับปรุงการนิเทศอย่างเป็นระบบและสม่ำเสมอจะช่วยให้ผู้บริหาร ได้รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพและปัญหาในการจัดการเรียนรู้และการดำเนินงาน รวมทั้งช่วยให้สามารถแก้ปัญหาและพัฒนาการปฏิบัติงานของครูและผู้บริหารให้เกิดประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผล ให้ผู้เรียนมีคุณภาพตามมาตรฐานการศึกษาของชาติ ฉะนั้นในการดำเนินการนิเทศภายใน โรงเรียนเชิงระบบให้มีประสิทธิภาพนั้นจำเป็นต้องมีกระบวนการนิเทศภายในโรงเรียนซึ่งเป็นลำดับขั้นตอน

อย่างต่อเนื่องครบวงจร กระบวนการนิเทศภายในเป็นการดำเนินงานภายในโรงเรียนที่จะพัฒนาครูผู้สอนให้สามารถจัดการเรียนรู้ได้อย่างมีคุณภาพ โดยผู้บริหารสถานศึกษาเป็นผู้จัดให้มีการพัฒนาบุคลากรให้ครูผู้สอนมีความรู้ความสามารถในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยยึดผู้เรียนเป็นสำคัญในการนิเทศภายในต้องเปิดโอกาสให้ทุกคนมีส่วนร่วมในด้านความคิดเห็นและการกระทำผู้บริหารหรือผู้ที่ได้รับมอบหมาย ต้องใช้ภาวะผู้นำให้เกิดความร่วมมือร่วมใจประสานงานใช้ศักยภาพการทำงานอย่างเต็มที่ ปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง ถูกต้องและครบกระบวนการซึ่งจะส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพครู คุณภาพนักเรียน ตามมาตรฐานการศึกษา (ปิยนุช เพชรวิเศษ, 2563: 2-3)

การนิเทศการศึกษาถือเป็นกระบวนการสำคัญและเป็นมาตรการที่ได้อย่างหนึ่งที่มีผลโดยตรงต่อมาตรฐานการจัดการศึกษาและพัฒนาการศึกษาในทุกขั้นตอน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดการศึกษาระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานซึ่งมีนโยบายมุ่งเน้นในเรื่องการพัฒนาคุณภาพการศึกษาให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของแผนการศึกษาชาติ จึงทำให้การนิเทศภายในสถานศึกษา มีความจำเป็นมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับจริยาภรณ์ เรืองเสน (2563: 8-10) ที่กล่าวว่า การนิเทศภายในเป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาการจัดการเรียนรู้และพัฒนาการปฏิบัติงานของครู และบุคลากรให้สามารถปรับปรุงการจัดการเรียนการสอนของตนเองให้ดียิ่งขึ้น การนิเทศอย่างเป็นระบบและสม่ำเสมอจะช่วยให้ผู้บริหาร ได้รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพและปัญหาในการจัดการเรียนรู้และการดำเนินงาน รวมทั้งช่วยให้สามารถแก้ปัญหาและพัฒนาการปฏิบัติงานให้เกิดประสิทธิภาพและยังสอดคล้องกับ สัญชัย พูลสุข (2556: 15-17) อ้างถึงใน จริยาภรณ์ เรืองเสน (2563 : 8-10) ที่ศึกษาการดำเนินการนิเทศภายในโรงเรียนประถมศึกษาที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่ำ พบว่า โรงเรียนที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน (O-NET) สูง มีการดำเนินการนิเทศภายในที่เป็นปัจจุบันอย่างเป็นระบบ ชัดเจน มีความต่อเนื่องและแสดงออกถึงความใส่ใจของผู้บริหารในทุกขั้นตอน

สภาพการศึกษาของโรงเรียนในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ จากการรายงานสรุปการดำเนินงานด้านการประกันคุณภาพ โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ พบว่าควรพัฒนาการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนของครู โดยใช้กระบวนการนิเทศภายในโรงเรียนในการขับเคลื่อนอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง ประกอบกับผลการทดสอบทางการศึกษาขั้นพื้นฐานระดับชาติขั้นพื้นฐาน (O-NET) ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 และชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ปีการศึกษา 2561-2564 มีผลการประเมินลดลง ไม่เป็นที่น่าพอใจ แสดงได้ว่า โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษามีปัญหาในการนิเทศภายใน หรือไม่ได้ดำเนินการนิเทศภายในโรงเรียนอย่างจริงจังเป็นระบบและต่อเนื่อง สาเหตุเกิดจากครูไม่เข้าใจกระบวนการนิเทศ ผู้บริหารยังเห็นความสำคัญของการนิเทศภายในน้อยเกินไป ไม่มีการวางแผนล่วงหน้า ทำให้การนิเทศภายในไม่ประสบผลสำเร็จ ผลสัมฤทธิ์ของผู้เรียนไม่ดีขึ้น ฉะนั้นโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาควรมีการนิเทศภายในที่เป็นระบบและต่อเนื่อง เป็นวัฒนธรรมขององค์กรแล้วจะส่งผลถึงการศึกษาของนักเรียน ก้าวหน้าไปอย่างมีประสิทธิภาพ บรรลุจุดมุ่งหมายของหลักสูตร นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่สูงขึ้น (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ, 2565 : 10-18)

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

ผู้วิจัยได้กำหนดความมุ่งหมายของการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบกระบวนการนิเทศภายในของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ

2. เพื่อศึกษาสภาพที่เป็นจริงและสภาพที่ควรจะเป็นของกระบวนการนิเทศภายในของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ
3. เพื่อศึกษาความต้องการจำเป็นในการพัฒนากระบวนการนิเทศภายในของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ
4. เพื่อหาแนวทางการพัฒนากระบวนการนิเทศภายในของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การวิจัยเรื่อง ความต้องการจำเป็นในการพัฒนากระบวนการนิเทศภายในของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ เป็นรูปแบบงานวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ มีขั้นตอนดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ ดังนี้

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา แบ่งเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

การศึกษาองค์ประกอบกระบวนการนิเทศภายในของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ

องค์ประกอบกระบวนการนิเทศภายในโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา 4 ชั้น ประกอบด้วย 1) การศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาและความต้องการ 2) การวางแผนการนิเทศ 3) การปฏิบัติการนิเทศ 4) การประเมินผลการนิเทศ

1.2 ขอบเขตด้านประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษา และครูโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาจาก 50 โรงเรียน ปีการศึกษา 2565 จำนวน 812 คน ประกอบด้วย ผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 50 คนและครู จำนวน 762 คน (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ, 2565: 4-10)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาและครูโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ปีการศึกษา 2565 กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางการประมาณขนาดกลุ่มตัวอย่างของเครจซ์และมอร์แกน (วาโร เฟิงส์วีสต์, 2551: 191) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 261 คน โดยจำแนกเป็นผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 25 คน ครู จำนวน 236 คน ได้มาโดยใช้วิธีสุ่มแบบหลายขั้นตอน

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

ความต้องการจำเป็นในการพัฒนากระบวนการนิเทศภายในของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตด้านพื้นที่ในการศึกษา คือ โรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ จำนวน 212 โรงเรียน

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการศึกษาในระยะเวลาตั้งแต่ เดือนเมษายน-ธันวาคม 2566 ดังนี้

ระยะที่ 1 ตั้งแต่ เดือน พฤษภาคม 2565 ถึง มีนาคม 2566

ระยะที่ 2 ตั้งแต่ เดือน เมษายน 2566 ถึง พฤษภาคม 2566

ระยะที่ 3 ตั้งแต่ เดือน ตุลาคม 2566

ระยะที่ 4 ตั้งแต่ เดือน พฤศจิกายน 2566

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลการวิจัย ผู้วิจัยได้สร้างและพัฒนาขึ้นภายใต้กรอบแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับความเหมาะสมขององค์ประกอบกระบวนการนิเทศภายในของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ จำแนกตามองค์ประกอบกระบวนการนิเทศภายในของโรงเรียนขยายโอกาส 4 องค์ประกอบ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเพื่อการวิจัยเรื่อง ความต้องการจำเป็นในการพัฒนากระบวนการนิเทศภายในของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ แบ่งออกเป็น 2 ตอนคือ 1) ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม และ 2) สภาพที่เป็นจริงและสภาพที่ควรจะเป็นของกระบวนการนิเทศ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเพื่อการวิจัยเรื่อง ความต้องการจำเป็นในพัฒนากระบวนการนิเทศภายในของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้ 1) ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) แบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการจำเป็นในพัฒนา

ตอนที่ 4 แบบสัมภาษณ์(แบบกึ่งมีโครงสร้าง)แนวทางการพัฒนากระบวนการนิเทศภายในของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ผู้วิจัยขอหนังสือรับรองการทำวิจัยเพื่อเสนอเป็นวิทยานิพนธ์จากสำนักงานบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ เพื่อขออนุญาตและขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย

3.2 ขอความอนุเคราะห์จากผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอนในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถาม

3.3 ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถาม ดำเนินการส่งและเก็บรวบรวมข้อมูลทางไปรษณีย์ โดยแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างเป็นรายสถานศึกษา ตามจำนวนที่กำหนด

3.4 ผู้วิจัยเก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ส่งไปทั้งหมด

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยแบ่งออกเป็น 4 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 ผลการวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ประกอบกระบวนการนิเทศภายในของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ระยะที่ 2 ผลการศึกษาสภาพที่เป็นจริงและสภาพที่ควรจะเป็นของกระบวนการนิเทศภายในของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ โดยการวิเคราะห์ความถี่ (Frequency) และการหาค่าร้อยละ (Percentage)

ระยะที่ 3 ผลการประเมินความต้องการจำเป็น ในการพัฒนากระบวนการนิเทศภายในของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ระยะที่ 4 ผลการศึกษาแนวทางในการพัฒนากระบวนการนิเทศภายในของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ยสภาพที่เป็นจริง (D) และ ค่าเฉลี่ยสภาพที่ควรจะเป็น (I)

ผลการวิจัย (Research Results)

1. องค์ประกอบกระบวนการนิเทศภายในของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ มี 4 องค์ประกอบ คือ 1) การศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาและความต้องการ 2) การวางแผนการนิเทศ 3) การปฏิบัติการนิเทศ และ 4) การประเมินผลการนิเทศ ทุกองค์ประกอบมีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด

2. ข้อมูลสภาพที่เป็นจริงและสภาพที่ควรจะเป็นของกระบวนการนิเทศภายในของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ มีรายละเอียด ดังนี้

2.1 สภาพที่เป็นจริงของกระบวนการนิเทศภายในของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายองค์ประกอบโดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย พบว่า องค์ประกอบด้านการศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาและความต้องการอยู่ในระดับมาก องค์ประกอบด้านการปฏิบัติการนิเทศ อยู่ในระดับมาก องค์ประกอบด้านการวางแผนการนิเทศ อยู่ในระดับมาก และองค์ประกอบด้านการประเมินผลการนิเทศ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

2.2 สภาพที่ควรจะเป็นของกระบวนการนิเทศภายในของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด

3. การประเมินความต้องการจำเป็นโดยการเรียงลำดับความสำคัญความต้องการจำเป็นในการพัฒนากระบวนการนิเทศภายในของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ ผลในภาพรวม พบว่า $PNI_{modified}$ เท่ากับ 0.083

4. แนวทางในการพัฒนากระบวนการนิเทศภายในของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.1 การประเมินผลการนิเทศ

4.1.1 แนวทางการส่งเสริมพัฒนาให้โรงเรียนนำผลการประเมินมาวิเคราะห์เปรียบเทียบกับเกณฑ์วัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้เพื่อสรุปผลการประเมิน

4.1.2 แนวทางการพัฒนาโรงเรียนให้มีการจัดประชุมเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ผลที่ได้จากการนิเทศภายใน

4.1.3 แนวทางการพัฒนาให้โรงเรียนนำข้อมูลที่ได้จากการประเมินผลไปใช้ในการพัฒนาปรับปรุงการนิเทศให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

4.2 การวางแผนการนิเทศ

4.2.1 แนวทางการพัฒนาให้โรงเรียนมีการจัดตั้งงบประมาณในการดำเนินการนิเทศภายในโรงเรียนอย่างเพียงพอและเหมาะสม

4.2.2 แนวทางการพัฒนาให้ผู้บริหารสถานศึกษามีการศึกษาค้นคว้าและแสวงหาแหล่งวิทยาการใหม่ ๆ มาช่วยในการนิเทศภายในโรงเรียนให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพ

4.2.3 แนวทางการพัฒนาให้โรงเรียนมีการกำหนดรูปแบบขั้นตอน วิธีการ และระยะเวลาในการวางแผนการนิเทศภายในของโรงเรียนไว้อย่างชัดเจน

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

ในการวิจัยเรื่อง ความต้องการจำเป็นในการพัฒนากระบวนการนิเทศภายในของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยขอนำเสนอการอภิปรายผลในประเด็นสำคัญ ดังนี้

1. ผลการศึกษาองค์ประกอบกระบวนการนิเทศภายในของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ ซึ่งได้จากการสังเคราะห์เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้ทรงคุณวุฒิยืนยันความเหมาะสมขององค์ประกอบ พบว่า มี 4 องค์ประกอบ คือ 1) การวางแผนการนิเทศ 2) การศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาและความต้องการ 3) การปฏิบัติการนิเทศ และ 4) การประเมินผลการนิเทศ ตามลำดับ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่า องค์ประกอบทั้ง 4 นั้น ถือเป็นกระบวนการที่สำคัญ และเป็นมาตรการอย่างหนึ่งที่มีผลโดยตรงต่อมาตรฐานการจัดการศึกษา ซึ่งสอดคล้อง จริยาภรณ์ เรืองเสน (2563: 14-16) ได้กล่าวถึง องค์ประกอบกระบวนการนิเทศภายในสถานศึกษา ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ด้านข้อมูลสารสนเทศ สภาพปัญหา และความต้องการ 2) ด้านการวางแผนการนิเทศ 3) ด้านการปฏิบัติการนิเทศ 4) ด้านการประเมินผลการนิเทศ และ 5) ด้านการขยายผล เผยแพร่ ต่อยอด

2. ผลการศึกษาสภาพที่เป็นจริงและสภาพที่ควรจะเป็นของกระบวนการนิเทศภายในของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 ผลการศึกษาสภาพที่เป็นจริงของกระบวนการนิเทศภายในของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายองค์ประกอบโดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ 1) ด้านการศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาและความต้องการ 2) ด้านการปฏิบัติการนิเทศ 3) ด้านการวางแผนการนิเทศ และ 4) ด้านการประเมินผลการนิเทศ ตามลำดับ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่า ผู้บริหารสถานศึกษาได้ให้ความสำคัญในการนิเทศภายในสถานศึกษาอย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง ทำให้มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ จริยาภรณ์ เรืองเสน (2563: 10-13) พบว่า กระบวนการนิเทศภายในสถานศึกษาของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอำเภอกำแพงเพชร เขต 2 มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก

2.2 ผลการศึกษาสภาพที่ควรจะเป็นของกระบวนการนิเทศภายในของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ โดยภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายองค์ประกอบโดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้ ดังนี้ 1) ด้านการศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาและความต้องการ 2) ด้านการปฏิบัติการนิเทศ 3) ด้านการวางแผนการนิเทศ และ 4) ด้านการประเมินผลการนิเทศ ตามลำดับ ทั้งนี้ อาจจะเป็นเพราะว่า กระบวนการนิเทศภายในมีความสำคัญในการจัดการศึกษาส่งผลให้การจัดการศึกษาได้อย่างมีคุณภาพตามที่ พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 (และที่แก้ไขเพิ่มเติม) ได้ระบุไว้ถึงเรื่องการประกันคุณภาพการศึกษา โดยเฉพาะการประกันคุณภาพภายใน ซึ่งก็หมายถึงการนิเทศภายในของโรงเรียนนั่นเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของ สันติ หัตถ์ (2563: 129-133) พบว่า

สภาพที่พึงประสงค์ของระบบนิเทศภายในด้านการจัดการเรียนรู้ทางวิชาชีพ สำหรับโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษารายด้าน โดยเฉพาะในด้านกระบวนการ ซึ่งประกอบไปด้วย 1) กำหนดกลยุทธ์ในการนิเทศการจัดการเรียนรู้ 2) การวางแผนการนิเทศ 3) ด้านเทคนิคการนิเทศการจัดการเรียนรู้ร่วมคิดร่วมทำ 4) ชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ 5) การกำกับติดตามการนิเทศการเรียนรู้ และ 6) การประเมินผลการนิเทศ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด

3. แนวทางในการพัฒนากระบวนการนิเทศภายในของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ เมื่อจัดลำดับความสำคัญในการพัฒนากระบวนการนิเทศภายในของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา พบว่า มีด้านที่ควรพัฒนา 2 ด้านเนื่องจากค่า PNI_{modified} มีค่าสูงกว่าหรือเท่ากับภาพรวม คือ ด้านการประเมินผลการนิเทศ และด้านการวางแผนการนิเทศ จึงนำมาหาแนวทางการพัฒนา โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1 การประเมินผลการนิเทศ พบว่า มีค่า PNI_{modified} สูงกว่าภาพรวม ทั้งนี้ อาจจะเป็นเพราะว่ากระบวนการนิเทศต้องมีกระบวนการติดตาม และประเมินผลการนิเทศ เพื่อนำข้อมูลสารสนเทศไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการนิเทศ ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็น เพื่อให้เกิดการพัฒนางานอยู่เสมอ รวมทั้งกระบวนการประเมินผลการนิเทศก็สอดคล้องกับวงจรคุณภาพ (PDCA) ซึ่งหากมีการประเมินผลการนิเทศที่ดี ก็จะส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพการศึกษาของโรงเรียน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จริยาภรณ์ เรืองเสน (2563: 10-13) พบว่า แนวทางการพัฒนากระบวนการนิเทศภายใน ของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 2 คือ ผู้บริหารส่งเสริมสนับสนุนให้บุคลากรทุกคนมีส่วนร่วมในการประเมินผลการนิเทศ ตั้งแต่สรุปผล วิเคราะห์ผล รวมทั้งปัญหาและแนวทางการแก้ปัญหา นำผลการนิเทศจัดทำเป็นเอกสาร เผยแพร่อย่างเป็นรูปธรรมในหลากหลายช่องทาง

3.2 การวางแผนการนิเทศ มีค่า PNI_{modified} เท่ากับภาพรวม ทั้งนี้ อาจจะเป็นเพราะว่ากระบวนการวางแผนนั้นเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นที่สุดในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงาน อีกทั้งการวางแผนนั้นเป็นหลักประกันว่าการดำเนินงานต่าง ๆ จะสำเร็จ และเป็นขั้นตอนแรกในการดำเนินงาน โดยเฉพาะการวางแผนการนิเทศภายใน เพื่อให้ทุกส่วนได้ดำเนินงานให้สำเร็จตามที่ได้วางแผนไว้ และการหาแนวทางพัฒนางานด้านการวางแผนการนิเทศก็เป็นสิ่งจำเป็นในการพัฒนางานของสถานศึกษา เพื่อให้งานมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ซึ่งสอดคล้องกับ กนกวรรณ อุทยานิน (2565: 147-157) พบว่า แนวทางการนิเทศภายในแบบร่วมพัฒนาโดยใช้โรงเรียนเป็นฐานของสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยา เขต 2 ประกอบด้วย 16 แนวทางปฏิบัติ โดยมีความเป็นไปได้ ค่าเฉลี่ยสูงกว่าที่กำหนดไว้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ การวางแผนการนิเทศภายในแบบร่วมพัฒนาโดยใช้โรงเรียนเป็นฐาน โดยรวมมีความเป็นไปได้อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแนวทางการปฏิบัติ พบว่า 3 แนวทาง มีความเป็นไปได้มากที่สุด และอีก 13 แนวทาง มีความเป็นไปได้ในระดับมาก

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี วิจัยที่เกี่ยวข้อง และผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้องค์ความรู้จากการวิจัย ดังนี้

1. กระบวนการนิเทศภายในโรงเรียน ประกอบด้วย 1) การศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาและความต้องการ 2) การวางแผนการนิเทศ 3) การปฏิบัติการณ์นิเทศ และ 4) การประเมินผลการนิเทศ

2. กระบวนการนิเทศภายในโรงเรียน ประกอบด้วย 1) รวบรวมและจัดระบบสภาพปัจจุบันของโรงเรียน 2) การวิเคราะห์ข้อมูลจากการประเมินสภาพความต้องการของโรงเรียน 3) การนำโครงการหรือแผนงานมาปฏิบัติตามแผนที่วางไว้ 4) การติดตามประเมินผลความก้าวหน้าในการนิเทศภายใน

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับงานวิจัยเรื่อง ความต้องการจำเป็นในการพัฒนากระบวนการนิเทศภายในของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬมี ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จากผลการวิจัยพบว่ากระบวนการนิเทศภายในของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬมีหลายประเด็นที่มีความสำคัญเร่งด่วนในการปรับปรุงพัฒนาผู้บริหารโรงเรียนควรนำประเด็นและแนวทางพัฒนาไปประยุกต์ใช้

1.2 หน่วยงานต้นสังกัด หรือหน่วยงานองค์กรที่เกี่ยวข้อง ควรมีการส่งเสริมและนำแนวทางในการพัฒนากระบวนการนิเทศภายในของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬไปเผยแพร่และสนับสนุนให้ตรงประเด็นเพื่อเป็นการพัฒนาการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการทำวิจัยแนวทางการพัฒนากระบวนการนิเทศภายในของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬในโรงเรียนสังกัดประเภทอื่น ๆ

2.2 ควรพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการนิเทศภายในของโรงเรียนสังกัดอื่น ๆ เช่น สำนักงานเขตพื้นที่ศึกษามัธยมศึกษา เพื่อจะได้นำองค์ความรู้มาเป็นข้อมูลวางนโยบายพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารสถานศึกษาต่อไป

เอกสารอ้างอิง(References)

- กนกวรรณ อุทยานิน. (2565). แนวทางการนิเทศภายในแบบร่วมพัฒนาโดยใช้โรงเรียนเป็นฐานของสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยา เขต 2. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยราชภัฏ พระนครศรีอยุธยา.
- จริยาภรณ์ เรืองเสน. (2563). แนวทางพัฒนากระบวนการนิเทศภายใน ของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร. ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- ปิยนุช เพชรวิเศษ. (2563). แนวทางการพัฒนาการนิเทศภายในของผู้บริหารโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบุรีรัมย์ เขต 3. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- วาโร เพ็งสวัสดิ์. (2551). วิธีวิทยาการวิจัย. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ. (2565). แผนปฏิบัติการประจำปี. บึงกาฬ : กลุ่มนโยบายและแผน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ.

- สันติ หัตถิ. (2563). การพัฒนาระบบการนิเทศภายในด้านการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ สำหรับโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา. วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหาร และพัฒนาการศึกษา. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สัณชัย พูลสุข. (2556). การดำเนินการนิเทศภายในโรงเรียนประถมศึกษาที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่ำสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยรังสิต.

การเปรียบเทียบตัวแบบการพยากรณ์สำหรับเบี้ยประกันภัยสัญญาเพิ่มเติมรายบุคคล ประเภทเบี้ยประกันสุขภาพ

The Comparison of Forecasting Models for Individual Rider Insurance Premiums: Health Insurance Type

ปานไพลิน เทพช่วย¹ วิกานดา คชาทอง² ศุภมาส อยู่อริยะ³ วาสนา สุวรรณวิจิตร^{4*}

Parnpailin Thepchuay, Wikanda Kachatong, Suphamas Yooariya, Wassana Suwanvijit

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพยากรณ์สำหรับเบี้ยประกันภัยสัญญาเพิ่มเติมรายบุคคลประเภทเบี้ยประกันสุขภาพ ด้วยวิธีอนุกรมเวลา Box-Jenkins แบบ Arima model และวิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) 2) เพื่อเปรียบเทียบวิธีการพยากรณ์สำหรับเบี้ยประกันภัยสัญญาเพิ่มเติมรายบุคคล ซึ่งพิจารณาจากค่าเฉลี่ยเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนสัมบูรณ์ (Mean Absolute Percentage Error: MAPE) และค่ารากที่สองของความคลาดเคลื่อนกำลังสอง (Root Mean Square Error: RMSE) โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิรายเดือนจากสมาคมประกันชีวิตไทย ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2563 ถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2567 รวมทั้งสิ้น 57 เดือน และสร้างตัวแบบพยากรณ์ตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2567 ถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2568 จำนวน 12 เดือน สำหรับทดสอบและเปรียบเทียบความแม่นยำของตัวแบบพยากรณ์ วิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป R studio ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีอนุกรมเวลา Box-Jenkins แบบ Arima model และวิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression)

ผลการวิจัยพบว่า

1. วิธีอนุกรมเวลา Box-Jenkins แบบ ARIMA model ให้ค่าความแม่นยำสูงสุดที่ 98.27% โดยมีค่า RMSE อยู่ที่ 85.37% ค่า MAE 63.77% และค่า MAPE 1.73% ตามลำดับ และวิธี Multiple Linear Regression ให้ค่าความแม่นยำสูงสุดที่ 91.80% โดยมีค่า RMSE อยู่ที่ 93.65% ค่า MAE 89.32% และค่า MAPE 8.29% ตามลำดับ

Received: 2025-02-25 Revised: 2025-03-19 Accepted: 2025-03-22

¹ สาขาปรัชญาดุษฎีบัณฑิตกิตติมศักดิ์การจัดการธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ Ph.D. candidate from the Department of Business Management, Faculty of Economics and Business Administration, Thaksin University. E-mail: 6719990009@tsu.ac.th

² สาขาปรัชญาดุษฎีบัณฑิตกิตติมศักดิ์การจัดการธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ Ph.D. candidate from the Department of Business Management, Faculty of Economics and Business Administration, Thaksin University. E-mail: 6719980001@tsu.ac.th

³ สาขาปรัชญาดุษฎีบัณฑิตกิตติมศักดิ์การจัดการธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ Ph.D. candidate from the Department of Business Management, Faculty of Economics and Business Administration, Thaksin University. E-mail: 6719990010@tsu.ac.th

^{4*} อาจารย์ที่ปรึกษา สาขาการพัฒนายั่งยืน วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ Sustainable Development Program, International College of Thaksin University. E-mail: wassana@tsu.ac.th

2. วิธีอนุกรมเวลา Box-Jenkins แบบ ARIMA model เป็นวิธีที่มีเหมาะสมและมีความถูกต้องมากที่สุด ซึ่งให้ค่า RMSE ต่ำสุด และได้ MAPE เท่ากับ 1.73% เมื่อใช้ตัวแบบพยากรณ์เบี้ยประกันสุขภาพรายบุคคล 12 เดือนล่วงหน้า จึงมีความแม่นยำและเหมาะสม

คำสำคัญ (Keywords) : ตัวแบบการพยากรณ์; สัญญาเพิ่มเติม; เบี้ยประกันสุขภาพ

Abstract

This research aimed to 1) forecast the individual rider insurance premiums: health insurance type using Box-Jenkins method: ARIMA Model and Multiple Linear Regression method 2) to compare the forecasting methods for health insurance premiums, and examine the accuracy of forecasting methods via the criteria of Mean Absolute Percentage Error (MAPE) and Root Mean Square Error (RMSE). The data were the individual rider insurance premiums: health insurance type from the website of The Thai Life Assurance Association during January 2020 to September 2024, totally 57 months; a forecasting model, from October 2024 to September 2025, totally 12 months, was constructed to test and compare its accuracy. This study was quantitative research utilizing R Studio software for data analysis by the Box-Jenkins method: ARIMA Model and multiple linear regression method.

The results of the research found that following.

1. Box-Jenkins method: ARIMA Model gave accuracy at 98.27% RMSE of 85.37% MAE of 63.77% and MAPE of 1.73% and Multiple Linear Regression method gave accuracy at 91.80% RMSE of 93.65% MAE of 89.32% and MAPE of 8.29%.

2. Box-Jenkins method: ARIMA Model was the appropriate method and had the highest forecasting accuracy of the minimum RMSE and MAPE was at 1.73% for the health insurance premiums in 12 months. Therefore, it was accurate and appropriate for this purpose.

Keywords: Forecasting Model; Supplementary Contract; Health Insurance Premium

บทนำ (Introduction)

การประกันภัยเป็นการบริหารความเสี่ยงทางการเงินเพื่อป้องกันความเสี่ยงจากเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต สำหรับผู้ที่ต้องการเตรียมความพร้อมรองรับเหตุการณ์ฉุกเฉินที่ไม่อาจคาดการณ์ได้ ซึ่งสมาคมประกันชีวิตไทยได้ให้คำนิยามประกันชีวิตไว้ว่า เป็นวิธีการที่บุคคลกลุ่มหนึ่งรวมกันเฉลี่ยภัยอันเนื่องมาจากการตาย การสูญเสียอวัยวะ ทุพพลภาพ และการสูญเสียรายได้ในยามชรา โดยที่เมื่อบุคคลใดต้องประสบภัยเหล่านั้น ก็ได้รับเงินเฉลี่ยช่วยเหลือเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนแก่ตนเองและครอบครัว โดยบริษัทประกันชีวิตจะทำหน้าที่เป็นแกนกลางในการนำเงินก้อนดังกล่าวไปจ่ายให้แก่ผู้ได้รับภัย (สมาคมประกันชีวิตไทย, 2562)

การประกันชีวิตถือเป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่มีบทบาทสำคัญในการจัดการความเสี่ยงและเสริมสร้างความมั่นคงให้แก่ชีวิตของบุคคล โดยเฉพาะในด้านสุขภาพที่อาจเกิดความเสี่ยงได้ตลอดเวลา ทั้งจากอุบัติเหตุหรือโรคร้ายไข้เจ็บต่างๆ ซึ่งอาจเกิดขึ้นได้โดยที่ไม่คาดคิด ผู้เอาประกันยังสามารถเลือกทำสัญญาเพิ่มเติมสุขภาพ เพื่อเพิ่มความคุ้มครองให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น โดยมุ่งเน้นการให้ความคุ้มครองในกรณีที่เกิด

การเจ็บป่วยหรือบาดเจ็บจากอุบัติเหตุ ซึ่งจะช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล เช่น ค่ารักษาพยาบาล ค่าผ่าตัด หรือค่าห้องในโรงพยาบาล ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่อาจสูงและไม่สามารถคาดการณ์ได้ การทำสัญญาเพิ่มเติมสุขภาพจึงเป็นอีกทางเลือกที่ช่วยเสริมความมั่นคงและความคุ้มครองในด้านการรักษาพยาบาลให้กับผู้เอาประกัน สะท้อนให้เห็นว่าแนวโน้มของธุรกิจประกันชีวิตเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากความต้องการในด้านการคุ้มครองสุขภาพสูงขึ้น สภาพแวดล้อมทางการแพทย์ที่เปลี่ยนแปลง และการพัฒนาเทคโนโลยีที่ทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูลและบริการต่างๆ ได้ง่ายขึ้น บริษัทประกันชีวิตจึงต้องพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าในปัจจุบัน เพื่อคงความสามารถในการแข่งขันในตลาดประกันชีวิต โดยเฉพาะในช่วงเวลาที่เกิดการระบาดของโรคติดต่อ ซึ่งทำให้การมีประกันสุขภาพเพื่อป้องกันค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลกลายเป็นสิ่งสำคัญที่ไม่สามารถมองข้ามได้ (สมาคมประกันชีวิตไทย, 2563) การทำหลักประกันให้กับชีวิตเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่สามารถสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีและส่งผลกระทบต่อสถานะทางการเงินของ ครอบครัวมีความมั่นคง สามารถช่วยบรรเทาความเดือดร้อนในยามฉุกเฉิน ซึ่งประกันสุขภาพเป็นหนึ่งในรูปแบบผลิตภัณฑ์ของ บริษัทประกันภัย โดยการจ่ายเบี้ยประกันภัยตามสัญญาและได้รับทุนในการดูแลสุขภาพตามสัญญา ทั้งนี้ผู้บริโภคบางรายอาจมี ความคิดเชิงลบกับการทำประกันสุขภาพ คิดว่าไม่จำเป็นและเป็นการเสียเงินอย่างเปล่าประโยชน์ ซึ่งปัจจุบันประกันสุขภาพตรงต่อ ความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ด้วยความคุ้มครองสุขภาพที่มีหลากหลายรูปแบบให้เลือกตามความต้องการของผู้บริโภค (วรารักษ์ มุ่นพุก และวอนชนก ไชยสุนทร, 2565: 15)

จากปัญหาดังกล่าว จะเห็นได้ว่าปัจจุบันผู้คนเริ่มตระหนักถึงความสำคัญของการทำประกันสุขภาพมากขึ้นและบริษัทประกันก็ยังคงมีแนวโน้มในการเสนอผลิตภัณฑ์ประกันสุขภาพมากขึ้น การพยากรณ์เบี้ยประกันจึงมีความสำคัญต่อการกำหนดค่าเบี้ยประกันในอนาคต ซึ่งวิธีการพยากรณ์สามารถสร้างแบบจำลองได้โดยวิธีต่างๆ เช่น การใช้เทคนิคข้อมูลอนุกรมเวลา โดยในการศึกษาการพยากรณ์ข้อมูลอนุกรมเวลาที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับข้อมูลเบี้ยประกันนั้น สามารถใช้วิธี Box-Jenkins ซึ่งได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง ตัวอย่างเช่น การศึกษาเกี่ยวกับการพยากรณ์จำนวนการเกิดอุบัติเหตุในประเทศไทย (วรารักษ์ งามสุข, 2555: ง) พบว่าควรเลือกใช้วิธี Box-Jenkins เพราะสามารถทำให้ได้สมการพยากรณ์ที่มีความคลาดเคลื่อนน้อยกว่า หรือการสร้างแบบจำลองเพื่อทำนายค่าพยากรณ์ล่วงหน้า จากการศึกษาการเปรียบเทียบตัวแบบการพยากรณ์สำหรับเบี้ยประกันภัยรวบรวมของบริษัทประกันชีวิตในประเทศไทย (วิภาดา ฝาพันธ์ และ วิราวรรณ พุทธมาตย์, 2566: 66) ซึ่งได้เลือกใช้ตัวแบบซัพพอร์ตเวกเตอร์สำหรับการถดถอย สำหรับการประมาณการณเบี้ยประกันภัยรวบรวมของบริษัทประกันชีวิตในประเทศไทยในระยะยาว เพื่อหาตัวแบบที่เหมาะสมที่สุดด้วยเกณฑ์รากของค่าคลาดเคลื่อนกำลังสองเฉลี่ย(RMSE) และค่าเฉลี่ยของค่าสัมบูรณ์เปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อน (MAPE)

ดังนั้น วิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบความแม่นยำสำหรับการพยากรณ์เบี้ยประกันภัยสัญญาเพิ่มเติมรายบุคคลประเภทเบี้ยประกันสุขภาพ โดยใช้แบบจำลอง Box-Jenkins: ARIMA model และ Multiple Linear Regression เพื่อให้บริษัทประกันสามารถวางแผนการคำนวณเบี้ยประกันที่เหมาะสมและช่วยในการจัดการความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

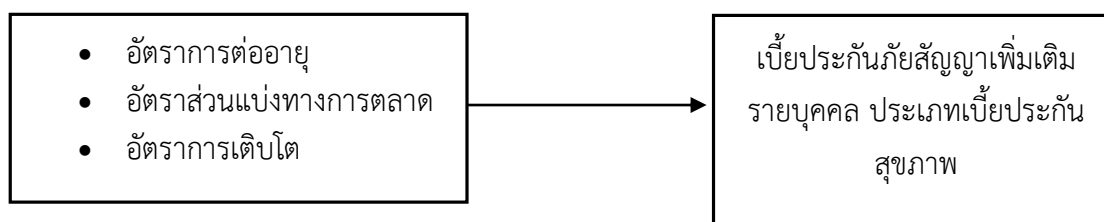
วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อพยากรณ์สำหรับเบี่ยงแปรกันภัยสัญญาเพิ่มเติมรายบุคคล ประเมินเบี่ยงแปรกันสุขภาพด้วยวิธีอนุกรมเวลา Box-Jenkins: Arima model และวิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression)
2. เพื่อเปรียบเทียบวิธีการพยากรณ์เบี่ยงแปรกันภัยสัญญาเพิ่มเติมรายบุคคล ประเมินเบี่ยงแปรกันสุขภาพ

กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป R Studio (R Studio Team, 2020) ในการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล มีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นข้อมูลทุติยภูมิรายเดือน โดยรวบรวมข้อมูลเบี่ยงแปรกันภัยสัญญาเพิ่มเติมรายบุคคล ประเมินเบี่ยงแปรกันสุขภาพของบริษัทประกันชีวิตในประเทศไทย จากฐานข้อมูลสมาคมประกันชีวิตไทย ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2563 ถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2567 รวมทั้งสิ้น 57 เดือน (สมาคมประกันชีวิตไทย, 2567) โดยกำหนดตัวแปร ดังนี้

1.1.1 ตัวแปรต้น (X) คือ อัตราการต่ออายุ, อัตราส่วนแบ่งทางการตลาด, อัตราการเติบโต ในพื้นที่เก็บเป็นรายเดือน ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2563 ถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2567 ของบริษัทประกันชีวิตในประเทศไทย จากฐานข้อมูลสมาคมประกันชีวิตไทย

1.1.2 ตัวแปรตาม (Y) คือ เบี่ยงแปรกันภัยสัญญาเพิ่มเติมรายบุคคล ประเมินเบี่ยงแปรกันสุขภาพ ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2563 ถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2567 ของบริษัทประกันชีวิตในประเทศไทย จากฐานข้อมูลสมาคมประกันชีวิตไทย มีหน่วยเป็นล้านบาท

1.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการวิจัย คือ ข้อมูลเบี่ยงแปรกันภัยสัญญาเพิ่มเติมรายบุคคล ประเมินเบี่ยงแปรกันสุขภาพของบริษัทประกันชีวิตในประเทศไทย จากฐานข้อมูลสมาคมประกันชีวิตไทย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย คือ การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง จากข้อมูลเบี่ยงแปรกันภัยสัญญาเพิ่มเติมรายบุคคล ประเมินเบี่ยงแปรกันสุขภาพของบริษัทประกันชีวิตในประเทศไทย ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2563 ถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2567 รวมทั้งสิ้น 57 เดือน

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

ขอบเขตด้านพื้นที่ในงานวิจัย และจัดเก็บข้อมูล คือ บริษัทประกันชีวิตในประเทศไทย จากฐานข้อมูลสมาคมประกันชีวิตไทยตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2563 ถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2567

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

งานวิจัยนี้ดำเนินการระหว่าง (พฤศจิกายน 2567 ถึง กุมภาพันธ์ 2568)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลสำหรับงานวิจัย เป็นการพยากรณ์มี 2 ขั้นตอน ดังนี้

2.1 พยากรณ์ด้วยวิธีอนุกรมเวลา Box-Jenkins: Arima model และวิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) มาเปรียบเทียบเพื่อหาค่าความแม่นยำในการพยากรณ์โดยใช้ข้อมูลตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2563 ถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2567 รวมทั้งสิ้น 57 เดือน

2.2 ทำการพยากรณ์ล่วงหน้า 12 เดือน ด้วยวิธีอนุกรมเวลา Box-Jenkins: Arima model และวิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) สำหรับทดสอบและเปรียบเทียบความแม่นยำของตัวแบบพยากรณ์

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเบี้ยประกันภัยสัญญาเพิ่มเติมรายบุคคล ประเภทเบี้ยประกันสุขภาพของบริษัทประกันชีวิตในประเทศไทย ผ่านเว็บไซต์สมาคมประกันชีวิตไทย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2563 ถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2567 รวมทั้งสิ้น 57 เดือน แล้วนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อสรุปผลตามขั้นตอนของการวิจัย

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ตัวแบบ Autoregressive integrated moving average model (ARIMA) แบบจำลอง ARIMA เป็นการพยากรณ์ที่ได้รับการเสนอโดยบ็อกซ์-เจนกินส์ ในปี 1970 เป็นการอาศัยพฤติกรรมของข้อมูลในอดีต เพื่อกำหนดรูปแบบในปัจจุบัน และอธิบายแนวโน้มหรือปรากฏการณ์ต่าง ๆ ของตัวมันเองในอนาคต ซึ่งเป็นวิธีที่ให้ค่าพยากรณ์ในระยะสั้นที่ดี หรือมีค่าเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนกำลังสอง (Mean Square Error: MSE) ของการพยากรณ์ต่ำกว่าวิธีอื่น เหมาะสำหรับการพยากรณ์ไปข้างหน้าใน ระยะเวลานั้นๆ โดยจำเป็นต้องใช้ข้อมูลระยะเวลาที่ยาว (อัครพงศ์ อันทอง, 2550: 83) โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 การทดสอบความนิ่งของข้อมูล (Stationary) ด้วย Unit Root Test เป็นการทดสอบว่าทุกตัวแปรที่กำหนดในแบบจำลองหรือในสมการว่ามีลักษณะข้อมูลที่เป็น stationary หรือไม่ โดยมีอันดับความสัมพันธ์ใด $I(0)$, $I(1)$ หรือ $I(2)$ โดยวิธีการ Augmented Dickey-Fuller Test

ขั้นตอนที่ 2 Correlogram and Q-statistic เป็นการพิจารณาว่ากราฟ Correlogram ของ Autocorrelation ของตัวแปรที่กำลังพิจารณาจะต้องไม่มีลักษณะการลดลงแบบ Exponential และค่า Q-statistic ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าค่าวิกฤตของ Chi-square ณ ระดับนัยสำคัญ 0.10 จากนั้นดูกราฟ Correlogram ของสหสัมพันธ์ในตัวเอง (Autocorrelation Function: ACF) และสหสัมพันธ์ในตัวเองบางส่วน (Partial Autocorrelation Function : PACF) เพื่อกำหนด Auto Regressive AR : (p) และ Moving Average MA : (q)

ขั้นตอนที่ 3 การพยากรณ์ (Forecasting) นำแบบจำลองที่ได้มาพยากรณ์ค่าในอนาคต โดยสามารถทำได้ทั้งการพยากรณ์แบบจุด (Point forecast) และพยากรณ์แบบช่วง (Interval forecast) โดย

เปรียบเทียบค่าที่ทำการทดลองกับค่าที่เกิดขึ้นจริง คำนวณหาค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสอง (Root Mean Square Error: RMSE) ที่ต่ำที่สุด เพื่อเลือกเป็นแบบจำลองที่เหมาะสมที่สุดในการนำไปพยากรณ์ราคาในอนาคต

4.2 การพยากรณ์วิธีการสร้างแบบจำลองถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression)

การวิเคราะห์แบบจำลองถดถอยเชิงพหุคูณ คือการศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพยากรณ์ค่าของตัวแปรตัวหนึ่งจากตัวแปรอื่น ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรที่ต้องการพยากรณ์ โดยจะต้องมีการกำหนดค่าของตัวแปรอื่น ๆ ล่วงหน้า โดยใช้ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) หรือ ตัวแปรพยากรณ์ (Predictor) อย่างน้อยหนึ่งตัวเพื่อนำไปพยากรณ์ หรืออธิบายความผันแปรของตัวแปรตาม (Dependent Variable) (เอ ดีห์ลี, 2560: 16)

4.3 การเลือกตัวแบบที่เหมาะสม

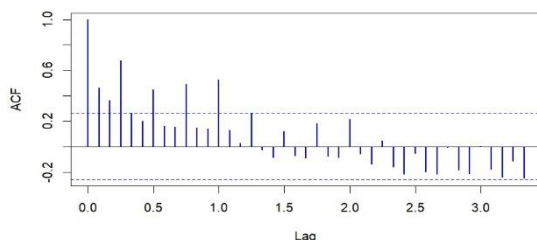
สำหรับการเลือกตัวแบบที่มีความแม่นยำที่สุดในการพยากรณ์เบี้ยประกันภัยสัญญาเพิ่มเติมรายบุคคล ประเภทเบี้ยประกันสุขภาพของบริษัทประกันชีวิตในประเทศไทย ผู้วิจัยได้เลือกวิธีทางสถิติ 2 วิธี ได้แก่ การใช้การพยากรณ์อนุกรมเวลาด้วยวิธี Box-Jenkins: ARIMA model และการสร้างแบบจำลองถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อเปรียบเทียบหาตัวแบบการพยากรณ์ที่มีค่าแม่นยำที่สุด ได้แก่ วิธีค่าเฉลี่ยของเปอร์เซ็นต์ความผิดพลาดสัมบูรณ์ (Mean Absolute Percentage Error, MAPE) วิธีค่าเฉลี่ยของความผิดพลาดสัมบูรณ์ (Mean Absolute Error, MAE) และวิธีค่าเฉลี่ยของรากที่สองของกำลังสองของความคลาดเคลื่อน (Root Mean-Squared Error, RMSE)

ผลการวิจัย (Research Results)

จากการเก็บข้อมูลเบี้ยประกันภัยสัญญาเพิ่มเติมรายบุคคล ประเภทเบี้ยประกันสุขภาพของบริษัทประกันชีวิตในประเทศไทย อัตราการต่ออายุ อัตราส่วนแบ่งทางการตลาด และอัตราการเติบโต ซึ่งเป็นข้อมูลอนุกรมเวลารายเดือน ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2563 ถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2567 รวมทั้งสิ้น 57 เดือน ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีอนุกรมเวลา Box-Jenkins: ARIMA model และวิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ดังนี้

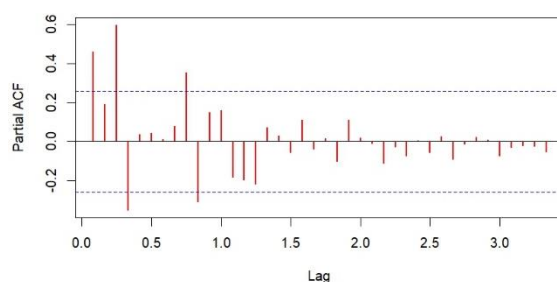
แบบที่ 1 การพยากรณ์ด้วยแบบจำลองอนุกรมเวลา Box-Jenkins แบบ ARIMA model

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบอนุกรมเวลาว่ามีอิทธิพลของแนวโน้มหรือไม่ โดยดูจากกราฟ Autocorrelation Function (ACF) และกราฟ Partial Autocorrelation Function (PACF) ดังภาพที่ 1 และภาพที่ 2



ภาพที่ 1 กราฟ Autocorrelation Function (ACF)

ที่มา: ปานไพลิน เทพช่วย และคณะ, 2568



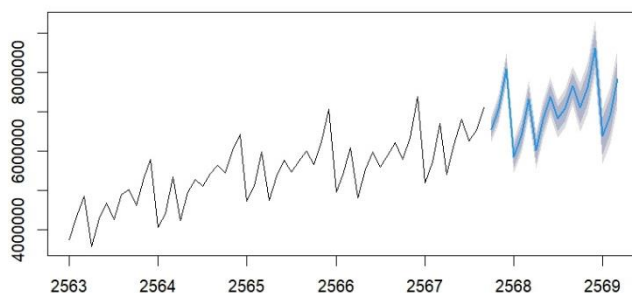
ภาพที่ 2 กราฟ Partial Autocorrelation Function (PACF)

ที่มา: ปานไพลิน เทพช่วย และคณะ, 2568

เมื่อพิจารณาภาพที่ 1 กราฟ Autocorrelation Function (ACF) จะเห็นว่าอนุกรมเวลามีความสัมพันธ์ระหว่างค่าปัจจุบันกับค่าที่ผ่านมาหลายจุดในอดีต และภาพที่ 2 กราฟ Partial Autocorrelation Function (PACF) จะเห็นว่าอนุกรมเวลามีความสัมพันธ์ในลำดับที่ใกล้เคียงกัน จึงสรุปได้ว่าอนุกรมเวลานี้ข้อมูลมีอิทธิพลของแนวโน้มหรือฤดูกาลในบางช่วงเวลา โดยข้อมูลมีลักษณะเป็น non-stationary ซึ่งจำเป็นต้องมีการปรับปรุง เช่น การทำให้ข้อมูลเป็น stationary ก่อนทำการพยากรณ์ และการประเมินความสำคัญของการมีอิทธิพลจากแนวโน้มและฤดูกาล ช่วยให้สามารถเลือกใช้โมเดลที่เหมาะสมในการพยากรณ์อนาคตได้ ซึ่งในกรณีนี้จะเลือกใช้วิธี Box-Jenkins รูปแบบ ARIMA model

การพยากรณ์ด้วยวิธี Box-Jenkins แบบ ARIMA model

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลอนุกรมเวลาด้วยวิธี Box-Jenkins ในรูปแบบ ARIMA (1,0,1)(0,1,0) เป็นวิธีการที่มีรูปแบบอธิบายลักษณะการเคลื่อนไหวของอนุกรมเวลา สามารถจัดการข้อมูลฤดูกาลและแนวโน้มได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยผลการพยากรณ์แสดงดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 กราฟอนุกรมเวลาเบี่ยงแปรผันภัยสัญญาณเพิ่มเติมรายบุคคล ประเภอบีประกันสุขภาพและค่าพยากรณ์จากตัวแบบ Box-Jenkins แบบ ARIMA model

ที่มา: ปานไพลิน เทพช่วย และคณะ, 2568

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลอนุกรมเวลาด้วยวิธี Box-Jenkins แบบ ARIMA model แสดงให้เห็นว่าตัวแบบพยากรณ์สามารถจับความสัมพันธ์ระหว่างค่าปัจจุบันและค่าที่ผ่านมาในช่วงเวลาใกล้เคียง (AR(1)) รวมทั้งมีการปรับปรุงค่าฤดูกาล ด้วย seasonal differencing ในช่วง 12 เดือน เพื่อสะท้อนความเปลี่ยนแปลงตามฤดูกาล และการใช้ drift ช่วยให้โมเดลสามารถจับแนวโน้มได้ดี

ผลการพยากรณ์แสดงค่าดัชนีประสิทธิภาพต่างๆที่บ่งชี้ว่าตัวแบบนี้มีความแม่นยำในการพยากรณ์ข้อมูลอนุกรมเวลาในอนาคตอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยเลือกใช้ค่าเฉลี่ยของเปอร์เซ็นต์ความผิดพลาดสมบูรณ์

(Mean Absolute Percentage Error, MAPE) ค่าเฉลี่ยของความผิดพลาดสมบูรณ์ (Mean Absolute Error, MAE) รากที่สองของค่าเฉลี่ยของกำลังสองของความผิดพลาด (Root Mean-Squared Error, RMSE) และค่าพยากรณ์ AIC, AICc, BIC ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบความแม่นยำจากวิธี Box-Jenkins รูปแบบ ARIMA model

Accuracy Measures	Value
Mean Absolute Percentage Error (MAPE)	1.73%
Mean Absolute Error (MAE)	63.77%
Root Mean Square Error (RMSE)	85.37%
AIC	590.38
AICc	591.38
BIC	597.61

จากรูปภาพที่ 2 ประกอบกับตารางที่ 1 พบว่า ARIMA model นี้เป็นตัวแทนที่มีความเหมาะสมที่สุดในการพยากรณ์ข้อมูลเชิงสถิติ พิจารณาจากค่า AIC ซึ่งได้เท่ากับ 590.38 ค่า AICc เท่ากับ 591.38 และค่า BIC เท่ากับ 597.61 ซึ่งแสดงว่าตัวแบบชุดนี้ไม่ซับซ้อนเกินไปและสามารถอธิบายข้อมูลได้ดี และค่าพยากรณ์อื่นๆ ซึ่งสามารถอ่านค่าได้ ดังนี้

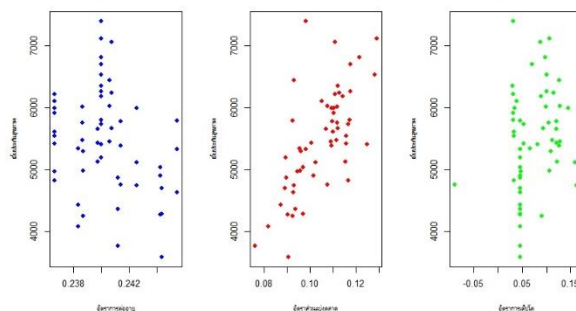
MAPE = 1.73% หมายความว่า ค่าพยากรณ์ของเบี้ยประกันภัยสัญญาเพิ่มเติมรายบุคคลประเภท เบี้ยประกันสุขภาพ ผิดจากค่าจริงโดยเฉลี่ย 1.73%

MAE = 63.77% หมายความว่า ค่าพยากรณ์ของเบี้ยประกันภัยสัญญาเพิ่มเติมรายบุคคลประเภท เบี้ยประกันสุขภาพ มีความผิดพลาดสมบูรณ์เฉลี่ย 63.77%

RMSE = 85.37% หมายความว่า ค่าพยากรณ์ของเบี้ยประกันภัยสัญญาเพิ่มเติมรายบุคคลประเภท เบี้ยประกันสุขภาพ ผิดจากค่าจริงโดยเฉลี่ย 85.37%

แบบที่ 2 การพยากรณ์ด้วยวิธีการสร้างแบบจำลองถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression)

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเบี้ยประกันชีวิตแบบสัญญาเพิ่มเติมสุขภาพ ประเภทรายบุคคลกับตัวแปรต่างๆ ได้แก่ อัตราการต่ออายุ อัตราส่วนแบ่งตลาด และอัตราการเติบโต ในช่วงปี พ.ศ. 2563-2567 ดังแสดงในภาพที่ 4



ภาพที่ 4 ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างเบี้ยประกันภัยสัญญาเพิ่มเติมรายบุคคล ประเภทเบี้ยประกันสุขภาพ กับตัวแปรต่างๆ ที่มา: ปานไพลิน เทพช่วย และคณะ, 2568

จากภาพที่ 4 เป็นการตรวจสอบค่าสหสัมพันธ์ของเบี่ยงแปรกันภัยสัญญาเพิ่มเติมรายบุคคลประเภทเบี่ยงแปรกันสุขภาพกับตัวแปรอิสระต่างๆ พบว่า การคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) ทั้ง 3 ตัวแปร อาจมีปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปรขึ้นไป (Multicollinearity Problem) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยสามารถอ่านผลได้จากตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับเบี่ยงแปรกันภัยสัญญาเพิ่มเติมรายบุคคลประเภทเบี่ยงแปรกันสุขภาพ

	เบี่ยงแปรกันสุขภาพ	
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
อัตราการต่ออายุ	-0.273*	0.040
อัตราส่วนแบ่งตลาด	0.675**	0.000
อัตราการเติบโต	0.225	0.092

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ โดยใช้ Pearson's correlation coefficient พบว่าข้อมูลมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกัน สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

เบี่ยงแปรกันภัยสัญญาเพิ่มเติมรายบุคคล ประเภทเบี่ยงแปรกันสุขภาพกับอัตราส่วนแบ่งตลาด มีสหสัมพันธ์เชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยเมื่ออัตราการส่วนแบ่งตลาดสูงขึ้น มีแนวโน้มว่าเบี่ยงแปรกันสุขภาพจะเพิ่มขึ้น

เบี่ยงแปรกันภัยสัญญาเพิ่มเติมรายบุคคล ประเภทเบี่ยงแปรกันสุขภาพกับอัตราการต่ออายุ มีสหสัมพันธ์เชิงลบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยเมื่ออัตราการต่ออายุลดลง มีแนวโน้มว่าเบี่ยงแปรกันสุขภาพจะเพิ่มขึ้น

เบี่ยงแปรกันภัยสัญญาเพิ่มเติมรายบุคคล ประเภทเบี่ยงแปรกันสุขภาพกับอัตราการเติบโต ไม่มีสหสัมพันธ์กัน

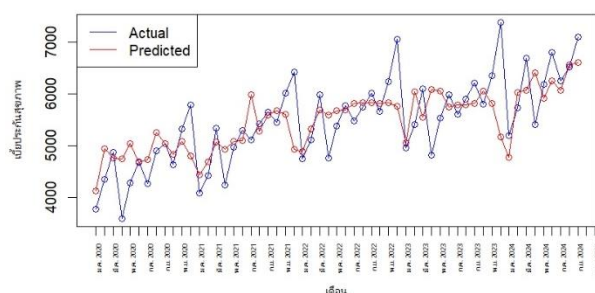
ดังนั้น เพื่อให้การพยากรณ์ข้อมูลชุดนี้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ผู้วิจัยจึงเลือกนำตัวแปรอัตราการเติบโตออกจากตัวแบบพยากรณ์ เนื่องจากไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สามารถสรุปได้ว่าอัตราการเติบโตมีผลต่อเบี่ยงแปรกันสุขภาพหรือไม่ จึงสามารถเขียนรูปแบบสมการได้ดังนี้

$$Y = 4921 - 18013 X_1 + 46547 X_2$$

โดยที่ Y คือ เบี่ยงแปรกันภัยสัญญาเพิ่มเติมรายบุคคล ประเภทเบี่ยงแปรกันสุขภาพ

X₁ คือ อัตราการต่ออายุ

X₂ คือ อัตราส่วนแบ่งตลาด



ภาพที่ 5 กราฟเปรียบเทียบอนุกรมเวลาเบี้ยประกันภัยสัญญาเพิ่มเติมรายบุคคล ประเภท เบี้ยประกันสุขภาพ และค่าพยากรณ์จากตัวแบบ Multiple Linear Regression
ที่มา: ปานไพลิน เทพช่วย และคณะ, 2568

ตารางที่ 3 ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบความแม่นยำจากวิธี Multiple Linear Regression

Accuracy Measures	Value
Mean Absolute Percentage Error (MAPE)	8.29%
Mean Absolute Error (MAE)	89.32%
Root Mean Square Error (RMSE)	93.65%
R-Square	0.4574

จากตารางที่ 3 พบว่าตัวแบบนี้พยากรณ์แนวโน้มค่อนข้างดี เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ตัวกำหนด (R^2) ซึ่งได้เท่ากับ 45.74% และค่าพยากรณ์อื่นๆ สามารถอ่านค่าได้ดังนี้

MAPE = 8.29 % หมายความว่า ค่าพยากรณ์ของเบี้ยประกันภัยสัญญาเพิ่มเติมรายบุคคลประเภท เบี้ยประกันสุขภาพ ผิดจากค่าจริงโดยเฉลี่ย 8.29%

MAE = 89.32% หมายความว่า ค่าพยากรณ์ของเบี้ยประกันภัยสัญญาเพิ่มเติมรายบุคคลประเภท เบี้ยประกันสุขภาพ มีความผิดพลาดสมบูรณ์เฉลี่ย 89.32%

RMSE = 93.65% หมายความว่า ค่าพยากรณ์ของเบี้ยประกันภัยสัญญาเพิ่มเติมรายบุคคลประเภท เบี้ยประกันสุขภาพ ผิดจากค่าจริงโดยเฉลี่ย 93.65%

ผลการเปรียบเทียบความแม่นยำของตัวแบบพยากรณ์

จากวิธีการพยากรณ์ทั้ง 2 แบบ สามารถสรุปค่าความแม่นยำและค่าความคลาดเคลื่อนในกาพยากรณ์เบี้ยประกันภัยสัญญาเพิ่มเติมรายบุคคล ประเภทเบี้ยประกันสุขภาพ ได้ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 เปรียบเทียบค่าสถิติที่ใช้ทดสอบความแม่นยำจากวิธีต่างๆ

วิธีพยากรณ์	Accuracy (%)	MAPE (%)	MAE (%)	RMSE (%)
Box-Jenkins: ARIMA	98.27	1.73	63.77	85.37
Multiple Linear Regression	91.80	8.29	89.32	93.65

ตารางที่ 4 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าความแม่นยำ และค่า RMSE ซึ่งเป็นตัวแทนค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนระหว่างค่าพยากรณ์เบี่ยงแปรกันภัยสัญญาเพิ่มเติมรายบุคคล ประเภทย่อยประกันสุขภาพจากแบบจำลองข้างต้น โดยผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบทั้ง 2 แบบ พบว่าวิธี Box-Jenkins แบบ ARIMA model ให้ค่าความแม่นยำสูงสุดที่ 98.27% โดยมีค่า RMSE ต่ำกว่า ซึ่งอยู่ที่ 85.37% ค่า MAE 63.77% และค่า MAPE 1.73% ตามลำดับ

จากตัวแบบการพยากรณ์เบี่ยงแปรกันภัยสัญญาเพิ่มเติมรายบุคคล ประเภทย่อยประกันสุขภาพทั้ง 2 แบบจำลอง ได้ทำการพยากรณ์ 12 เดือนข้างหน้า โดยให้ค่าการพยากรณ์ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 การพยากรณ์เบี่ยงแปรกันชีวิตแบบสัญญาเพิ่มเติมสุขภาพประเภทรายบุคคล ด้วยวิธี Box-Jenkins: ARIMA Model และ Multiple Linear Regression

หน่วย: พันบาท

เดือน	Box-Jenkins: ARIMA Model	Multiple Linear Regression
ตุลาคม 2567	6561.018	5780.12
พฤศจิกายน 2567	7079.563	6252.81
ธันวาคม 2567	8092.842	7156.73
มกราคม 2568	5864.55	5827.84
กุมภาพันธ์ 2568	6383.504	6300.53
มีนาคม 2568	7325.191	7204.45
เมษายน 2568	6015.396	5875.55
พฤษภาคม 2568	6780.964	6348.24
มิถุนายน 2568	7387.378	7252.17
กรกฎาคม 2568	6822.267	5923.27
สิงหาคม 2568	7088.099	6395.96
กันยายน 2568	7658.473	7299.89

จากตารางที่ 5 พบว่าการพยากรณ์ด้วยวิธี Box-Jenkins แบบ ARIMA model นั้นจะให้ผลลัพธ์เบี่ยงแปรกันชีวิตแบบสัญญาเพิ่มเติมสุขภาพประเภทรายบุคคล ค่อนข้างเป็นไปตามสถานะตลาดในปัจจุบัน สำหรับเบี่ยงแปรกันสุขภาพในช่วง 12 เดือนข้างหน้า ซึ่งมีผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงที่ค่อนข้างคงที่ แสดงให้เห็นว่าการพยากรณ์ด้วยวิธี Box-Jenkins แบบ ARIMA model สามารถรับรู้ลักษณะของข้อมูลค่าพยากรณ์ที่ไม่แตกต่างจากข้อมูลจริง ส่วนวิธี Multiple Linear Regression อาจมีแนวโน้มการให้ค่าพยากรณ์มีความผันผวนสูงกว่าหากมีปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลกระทบ ซึ่งทำให้ความเสถียรของการพยากรณ์ลดลง สอดคล้องกับงานวิจัย (ศิริพรปราณีชน, 2562: 44-45) ได้ทำการศึกษา การพยากรณ์อัตราการต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ พบว่า หากเลือกใช้แบบจำลองที่มีความแม่นยำที่สุดคือ การพยากรณ์แบบ Combined Method นั้นจะให้ผลลัพธ์อัตราการต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจใน 4 ไตรมาสหน้าเป็นค่าเดียวกันทั้งหมด ซึ่งในความเป็นจริงนั้นมีความเป็นไปได้ยากที่อัตราต่ออายุจะมีค่าเท่ากันในทุกไตรมาส เพื่อความเป็นไปได้ในทางปฏิบัติผู้ศึกษาจึงเลือกใช้วิธีที่มีความแม่นยำรองลงมาคือ การพยากรณ์อนุกรมวิธี Box-Jenkins ที่ให้ค่าพยากรณ์อัตราการต่ออายุ ค่อนข้างเป็นไปตามสถานะตลาดในปัจจุบัน

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

การศึกษาหวัข้อการเปรียบเทียบตัวแบบการพยากรณ์สำหรับเบี่ยงแปรกันภัยสัญญาเพิ่มเติมรายบุคคลประเภทเบี่ยงแปรกันสุขภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อพยากรณ์สำหรับเบี่ยงแปรกันภัยสัญญาเพิ่มเติมรายบุคคล ประเภทเบี่ยงแปรกันสุขภาพด้วยวิธีอนุกรมเวลา Box-Jenkins แบบ ARIMA model และวิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) และเพื่อเปรียบเทียบวิธีการพยากรณ์โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนสัมบูรณ์ (Mean Absolute Percentage Error: MAPE) และค่ารากที่สองของความคลาดเคลื่อนกำลังสอง (Root Mean Square Error: RMSE) โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิรายเดือนจากสมาคมประกันชีวิตไทย ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2563 ถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2567 รวมทั้งสิ้น 57 เดือน และสร้างตัวแบบพยากรณ์ตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ.2567 ถึงเดือนกันยายน พ.ศ.2568 จำนวน 12 เดือน สำหรับทดสอบและเปรียบเทียบความแม่นยำของตัวแบบพยากรณ์

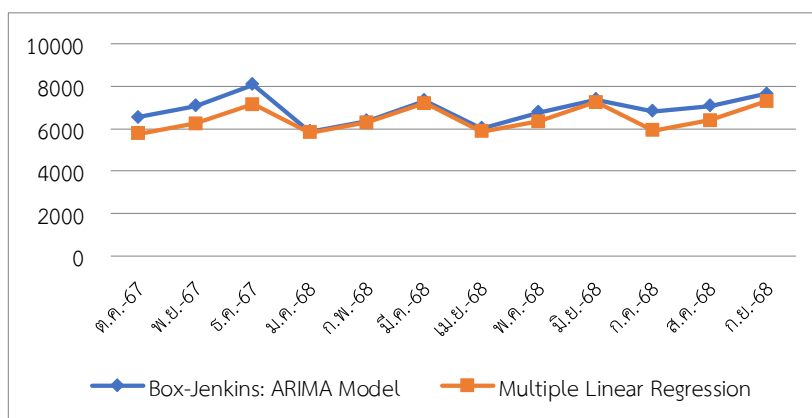
จากผลการวิจัยพบว่าวิธีอนุกรมเวลา Box-Jenkins แบบ ARIMA model ให้ค่าความแม่นยำสูงสุดที่ 98.27% โดยมีค่า RMSE อยู่ที่ 85.37% ค่า MAE 63.77% และค่า MAPE 1.73% ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัย (จิรภูมิ เชิญเกียรติประดับ และ ทศนีย์ อัครพันธ์, 2564: 51-52) พบว่า แบบจำลอง ARIMA เป็นแบบจำลองพยากรณ์ที่มีประสิทธิภาพและมีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้ในการพยากรณ์ เนื่องจากค่า MAPE มีค่าอยู่ในระดับที่สามารถยอมรับได้ และวิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) สำหรับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับเบี่ยงแปรกันสุขภาพ คือ อัตราส่วนแบ่งตลาด และอัตราการต่ออายุ จึงถือว่าเป็นปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการพิจารณาค่าเบี่ยงแปรกัน สืบเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค Covid-19 เมื่อปีพ.ศ.2563 ที่ผ่านมา ทำให้ผู้คนตระหนักถึงความสำคัญในการดูแลสุขภาพมากขึ้น จึงทำให้บริษัทประกันมีการขยายฐานลูกค้าเพิ่มขึ้นสะท้อนถึงอัตราส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้น และอัตราการต่ออายุกรรมธรรม์มีมากขึ้นซึ่งบริษัทประกันอาจมีการเสนอเงื่อนไขพิเศษให้กับลูกค้าเก่าเมื่อมีการต่ออายุกรรมธรรม์ ส่วนอัตราการเติบโตพบว่าไม่มีความเกี่ยวข้องต่อการพิจารณาค่าเบี่ยงแปรกัน สอดคล้องกับงานวิจัย (ชุติกัญจน์ ลิ้มสุวรรณ, 2566: 62) พบว่าเมื่อผลิตภัณฑ์ประกันสุขภาพส่วนบุคคลมีเบี่ยงแปรกันที่ค่อนข้างสูงผู้บริโภคมักให้ความสำคัญกับการส่งเสริมทางการตลาดและโปรโมชั่นต่างๆมากขึ้น เนื่องจากต้องการความคุ้มค่าในการลงทุนที่ทำได้ การได้ของต่างๆ ให้แก่ผู้บริโภคเมื่อซื้อประกัน การร่วมมือกับบัตรเครดิต เช่น การผ่อนชำระ การคืนเงินเข้าบัตรเครดิต ทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าได้ประโยชน์จากการลงทุนของพวกเขาเพิ่มขึ้น การส่งเสริมทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพและมีโปรโมชั่นที่น่าสนใจจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดลูกค้าและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผลิตภัณฑ์ของบริษัท ซึ่งอาจช่วยเพิ่มยอดขายและเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดของบริษัทได้ ดังนั้นเพื่อให้การพยากรณ์ข้อมูลชุดนี้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดผู้วิจัยเลือกนำตัวแปรอัตราการเติบโตออกจากตัวแบบพยากรณ์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) จึงพบว่ามีค่าความแม่นยำสูงสุดที่ 91.80% โดยมีค่า RMSE อยู่ที่ 93.65% ค่า MAE 89.32% และค่า MAPE 8.29% ตามลำดับ

ผลการเปรียบเทียบของวิธีการพยากรณ์ พบว่าการพยากรณ์ด้วยวิธี Box-Jenkins แบบ ARIMA model เป็นวิธีที่เหมาะสม เนื่องจากมีค่า RMSE เท่ากับ 85.37% ซึ่งต่ำกว่าวิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ และเมื่อนำตัวแบบพยากรณ์ล่วงหน้า 12 เดือน พบว่าวิธี Box-Jenkins แบบ ARIMA model ได้พยากรณ์ค่าเบี่ยงแปรกันสุขภาพได้ใกล้เคียงกับค่าจริง โดยค่า MAPE เท่ากับ 1.73% ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าตัวแบบ

พยากรณ์ด้วยวิธี Box-Jenkins แบบ ARIMA model ให้ผลแม่นยำที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริพร ปรานชน (2562: 48) พบว่า จากผลลัพธ์พยากรณ์เบี้ยประกันสุขภาพด้วยวิธีอนุกรมเวลาวิธี Box-Jenkins ให้ผลแม่นยำที่สุด จะเห็นได้ว่าการเปลี่ยนแปลงของเบี้ยประกันในแต่ละช่วงเวลาค่อนข้างเป็นไปตามสภาวะตลาดในปัจจุบัน สะท้อนให้เห็นถึงอิทธิพลของฤดูกาลที่มีผลต่อแนวโน้มของเบี้ยประกันสุขภาพหรือผลกระทบจากปัจจัยอื่นๆ ที่อาจเกิดขึ้นในช่วงเวลา ณ ขณะนั้น

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

การพยากรณ์เบี้ยประกันภัยรับรวมเบี้ยประกันภัย สัญญาเพิ่มเติมรายบุคคลประเภทเบี้ยประกันสุขภาพ ด้วยแบบจำลองอนุกรม Box-Jenkins แบบ ARIMA model เหมาะสำหรับการพยากรณ์ระยะสั้น เนื่องจากค่าพยากรณ์ที่ได้จะมีความใกล้เคียงกับข้อมูลจริง บริษัทประกันสามารถใช้ในการคำนวณแนวโน้มเบี้ยประกันในระยะสั้น รวมถึงสามารถคาดการณ์รายรับและบริหารความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ส่วนการพยากรณ์ด้วยวิธีการสร้างแบบจำลองถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เหมาะสำหรับการพยากรณ์ระยะยาว เนื่องจากจะต้องพิจารณาปัจจัยอื่นร่วม เช่น อัตราการต่ออายุ อัตราส่วนแบ่งตลาด บริษัทประกันสามารถใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การกำหนดค่าเบี้ยประกันสุขภาพให้เหมาะสมกับแนวโน้มตลาดในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังแสดงในภาพที่ 6



ภาพที่ 6 กราฟเปรียบเทียบการพยากรณ์ด้วยแบบจำลองอนุกรม Box-Jenkins แบบ ARIMA model และการพยากรณ์ด้วยวิธีการสร้างแบบจำลองถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression)

ที่มา: ปานไพลิน เทพช่วย และคณะ, 2568

ดังนั้นองค์ความรู้ที่ได้จากการพยากรณ์เบี้ยประกันภัยรับรวมประเภทเบี้ยประกันสุขภาพ ทั้งการใช้แบบจำลองอนุกรม Box-Jenkins แบบ ARIMA model และแบบจำลองถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) จึงเป็นกระบวนการสำคัญที่ช่วยให้บริษัทประกันชีวิตสามารถวางแผนคาดการณ์รายรับและการบริหารความเสี่ยงของบริษัทประกัน รวมถึงการกำหนดกลยุทธ์สำหรับการดำเนินการ ทั้งด้านการกำหนดเบี้ยประกันสุขภาพที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มลูกค้าหรือด้านการแข่งขันทางธุรกิจประกันที่จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมประกันสุขภาพและส่งเสริมความมั่นคงทางการเงินของบริษัทในระยะยาวต่อไป

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

ผู้ที่สนใจสามารถนำผลการวิจัยนี้ไปใช้ประโยชน์การวางแผนการวิจัยได้ สามารถนำตัวแบบที่มีประสิทธิภาพที่สุดไปประยุกต์ใช้ในการประมาณการณียะประกันภัยรับรวม ประเภทเบี้ยประกันสุขภาพเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการดำเนินงานได้ในอนาคต

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการวิเคราะห์เบี้ยประกันภัยรวม ประเภทเบี้ยประกันสุขภาพ ควรศึกษาตัวแปรอื่นเพิ่มเติมเพื่อการวิเคราะห์ที่ดียิ่งขึ้น ดังนั้นจึงควรขยายแนวทางการศึกษาหาปัจจัยด้านอื่นๆ เพิ่มเติมเพื่อนำมาเปรียบเทียบรวมถึงเพิ่มปัจจัยทางการตลาดเพื่อการพยากรณ์ที่แม่นยำ และช่วยให้การศึกษาเห็นผลที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง (References)

- จิรุตม์ เชิญเกียรติประดับ และทัศนีย์ อัครพันธ์. (2564). การประยุกต์ใช้เทคนิคการวิเคราะห์อนุกรมเวลา เพื่อพยากรณ์ปริมาณการชำระเงิน ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง. *วิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์*. 2(2): 36-54.
- ชุดิกายุจน์ ลิ้มสุวรรณ. (2566). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ ประกันสุขภาพส่วนบุคคลในกลุ่มคนอายุ 25-35 ปี. *หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*.
- วรภาพร งามสุข. (2555). การพยากรณ์อนุกรมเวลาโดยการเปรียบเทียบวิธีแบบฉบับและวิธีบอกซ์-เจนกินส์ กรณีศึกษาจำนวนการเกิดอุบัติเหตุในประเทศไทย. *หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาสถิติภาควิชาคณิตศาสตร์. คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา*.
- วรภรณ์ มั่นพุก และ วอนชนก ไชยสุนทร. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อประกันสุขภาพของผู้บริโภคในประเทศไทย. *หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง*.
- วิกานดา ฝาพันธ์ และ วิราวรรณ พุทธมัตย์. (2566). การเปรียบเทียบตัวแบบการพยากรณ์สำหรับเบี้ยประกันภัยรับรวม ของบริษัทประกันชีวิตในประเทศไทย. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี หัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ*. 9(2): 64-74.
- ศิริพร ปราณิชน. (2562). การพยากรณ์อัตราการต่ออายุกรมธรรม์ประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ. *วิทยานิพนธ์ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*.
- สมาคมประกันชีวิตไทย. (2562). *รายงานธุรกิจประกันชีวิต*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: https://www.tlaa.org/page_ebook.php?cid=21 สืบค้นเมื่อ 1 ก.พ. 2568.
- สมาคมประกันชีวิตไทย. (2563). *ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ต่อธุรกิจประกันชีวิต*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: https://www.tlaa.org/page_ebook.php?cid=21 สืบค้นเมื่อ 18 ม.ค. 2568.

- สมาคมประกันชีวิตไทย. (2567). รายงานการรับประกันชีวิตแยกตามช่องทาง. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: https://www.tlaa.org/page_statistics_new.php?cid=95 สืบค้นเมื่อ 24 พ.ย. 2567.
- อัครพงศ์ อ้นทอง. (2550). คู่มือการใช้โปรแกรม EViews เบื้องต้นสำหรับการวิเคราะห์ทางเศรษฐมิติ. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม.
- เอ ดีห์ลี. (2560). การเปรียบเทียบผลการพยากรณ์ราคาบิทคอยน์ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยวิธีการ
โครงข่ายประสาทเทียม และวิธีการโปรแกรมเชิงพันธุกรรม. วิทยาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา
เทคโนโลยีสารสนเทศ. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- R Studio Team. (2020). RStudio: Integrated Development for R RStudio. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.rstudio.com/>. สืบค้นเมื่อ 12 ม.ค. 2568



ความต้องการในการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายวิชาการ
วิทยาลัยศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Self-Improvement Needs of Faculty at College of Arts, Media and
Technology, Chiang Mai University

ศิริพัสดร์ ธาร้าย¹
Siripat Tha-ai

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาสภาพปัญหาในการพัฒนาตนเอง 2. ศึกษาความต้องการในการพัฒนาตนเอง และ 3. ศึกษาแนวทางในการแก้ไขปัญหาในการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายวิชาการสังกัดวิทยาลัยศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยวิธีการสำรวจ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือบุคลากรสายวิชาการ ในสังกัดวิทยาลัยศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่ตอบแบบสอบถาม จำนวนทั้งหมด 63 คน วิเคราะห์ผลการศึกษาด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปโดยการคำนวณหาค่าร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อปัญหาในการพัฒนาตนเองคือ อายุ และปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความต้องการในการพัฒนาตนเองคือ ประเภทตำแหน่ง มีนัยสำคัญทางสถิติกับด้านการฝึกอบรมและสัมมนา อายุงานตั้งแต่เริ่มเข้าปฏิบัติงานมีนัยสำคัญทางสถิติกับด้านการสอน และด้านการฝึกอบรมและสัมมนา เงินเดือนปัจจุบันมีนัยสำคัญทางสถิติกับด้านการฝึกอบรมและสัมมนา ความต้องการพัฒนาตนเองมี 5 ด้าน คือ ด้านการสอน ด้านการฝึกอบรมและสัมมนา ด้านการวิจัย ด้านการเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ ด้านการดำเนินการวิจัยหลังปริญญาเอก (Post- Doctoral) มีระดับความต้องการพัฒนาตนเองอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ (Keywords) : ความต้องการพัฒนาตนเอง; ปัญหาในการพัฒนาตนเอง; บุคลากรสายวิชาการ

Abstract

This research article aimed to 1. study the current problems in self-development, 2. examine the self-development needs, and 3. explore solutions to the issues surrounding the self-development of the faculty at the College of Arts, Media, and Technology, Chiang Mai University. This study employed a quantitative research methodology using a survey approach. The population consisted of 63 faculty members from the College of Arts, Media, and Technology, Chiang Mai University who responded to the questionnaire. The data were analyzed using statistical software to calculate percentages and standard deviations. The findings revealed that personal factors influencing problems in self-development included age, while the factors influencing self-development needs were job position, which showed statistical significance in relation to training and seminars. Years of employment had statistical

Received: 2025-03-10 Revised: 2025-03-20 Accepted: 2025-03-25

¹ หัวหน้างานบริหารทั่วไป วิทยาลัยศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ Head of General Administration at College of Arts, Media and Technology, Chiang Mai University. E-mail: siripat.t@camt.info

significance in relation to teaching and training and seminars. Current salary showed statistical significance in relation to training and seminars. The study identified five areas of self-development needs: teaching, training and seminars, research, achieving academic positions, and conducting post-doctoral research. The overall level of self-development needs was high.

Keywords: self-Improvement needs; issues in self-improvement; faculty

บทนำ (Introduction)

การแข่งขันทางการศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาในปัจจุบันมีการแข่งขันกันมากขึ้น เนื่องจากปัจจัยที่หลากหลาย อาทิเช่น จำนวนประชากรที่เกิดลดจำนวนลง หลักสูตรและรูปแบบการสอนที่มีความหลากหลาย การให้ความสำคัญกับการศึกษาระดับอุดมศึกษาลดลง ค่านิยมการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาเปลี่ยนไป คนรุ่นใหม่สามารถเข้าถึงอาชีพใหม่ ๆ ได้หลากหลายช่องทางและเปิดกว้างมากขึ้น ส่งผลทำให้สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษามีความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาตนเองและปรับปรุงหลักสูตรให้มีความทันสมัยน่าสนใจที่จะดึงดูดให้ผู้สนใจสามารถเข้าศึกษาต่อได้ การพัฒนาและปรับเปลี่ยนรูปแบบแนวทางการจัดการเรียนการสอนที่จะให้ผู้เรียนนำความรู้ไปสร้างนวัตกรรมและเทคโนโลยีจึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่จะทำให้เกิดความสอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียนที่เรียนจบออกไปเป็นผู้ที่มีศักยภาพและตรงกับความต้องการของสถานประกอบการ สามารถผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพ สามารถต่อยอดองค์ความรู้ใหม่ ๆ และสร้างนวัตกรรมที่ตอบสนองต่อตลาดแรงงานที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวจะสำเร็จลุล่วงได้นั้นสถาบันอุดมศึกษา จำเป็นจะต้องมีการส่งเสริมและสนับสนุนให้บุคลากรพัฒนาตนเองให้มีศักยภาพสูงขึ้นโดยการไปเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การไปศึกษา ฝึกอบรม ศึกษาดูงาน ปฏิบัติงานวิจัย การไปเพิ่มพูนความรู้ทางวิชาการ การไปปฏิบัติงานบริการวิชาการ การไปปฏิบัติงานอื่นใดที่จำเป็นและเหมาะสมเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอ เพื่อช่วยพัฒนาขีดความสามารถ ความรอบรู้ในงานที่เกี่ยวข้องบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ตั้งไว้ เนื่องจาก ภารกิจหลักของบุคลากรสายวิชาการที่มีจำนวนมากและอุปสรรคเรื่องเวลาจึงทำให้บุคลากรเหล่านี้ไม่มีเวลาในการพัฒนาตนเอง หรืออาจจะยังไม่ได้รับการพัฒนาตนเองเท่าที่ควร อันจะเห็นได้จากข้อมูลการดำเนินงานด้านบริหารงานบุคคล ด้านบริการวิชาการ และด้านบริหารงานวิจัย ในช่วงสามปีที่ผ่านมาจะพบว่า การสร้างสรรค์ผลงานทางวิชาการของบุคลากรสายวิชาการลดลงจากเดิม การสร้างสรรค์ผลงานด้านบริการวิชาการและด้านวิจัยยังเป็นบุคคลกลุ่มเดิม ๆ ยังไม่มีบุคลากรกลุ่มใหม่ ๆ ที่เข้ามาดำเนินการด้านบริการวิชาการและวิจัย อีกทั้ง ยังมีบุคลากรสายวิชาการอีกหลายรายที่ไม่สามารถสร้างสรรค์ผลงานทางวิชาการเพื่อยื่นขอตำแหน่งทางวิชาการได้และขอบังคับมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ว่าด้วยการบริหารงานบุคคล พ.ศ. 2553 (และที่แก้ไขเพิ่มเติม ถึงฉบับที่ 9) หมวด 4 การจ้างและการเลิกจ้าง ข้อที่ 30 มีเนื้อหาระบุไว้ว่า พนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการผู้ใดหากอยู่ในเงื่อนไขอย่างใดอย่างหนึ่งดังต่อไปนี้ ไม่มีสิทธิขึ้นเงินเดือน หรือถูกเลิกจ้าง 30.1 คณาจารย์ประจำตำแหน่งดังนี้ (1) อาจารย์ เมื่อครบกำหนดห้าปีนับตั้งแต่วันที่ดำรงตำแหน่งอาจารย์ให้จ้างต่อไปได้อีกสองปี โดยไม่มีสิทธิขึ้นเงินเดือนตั้งแต่วันถัดจากวันครบกำหนดห้าปี และเมื่อครบเจ็ดปีแล้วยังไม่สามารถเลื่อนตำแหน่งสูงขึ้นได้ ให้มหาวิทยาลัยเลิกจ้าง (2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เมื่อครบกำหนดเจ็ดปีนับตั้งแต่วันที่ดำรงตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ ให้จ้างต่อไปได้ โดยไม่มีสิทธิขึ้นเงินเดือนตั้งแต่วันถัดจากวันครบกำหนดครบเจ็ดปี และ (3) รองศาสตราจารย์ เมื่อครบกำหนดสิบห้าปีนับตั้งแต่วันที่ดำรงตำแหน่งรองศาสตราจารย์ให้จ้างต่อไปได้ โดยไม่มีสิทธิขึ้นเงินเดือนตั้งแต่วันถัดจากวันครบกำหนดสิบห้าปี จากข้อบังคับ

ดังกล่าวข้างต้นทำให้พนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการที่ไม่ได้เลื่อนเงินเดือนและเข้าข่ายถูกเลิกจ้างในกรณีที่ไม่สามารถเลื่อนขึ้นสู่ตำแหน่งทางวิชาการได้ ดังนั้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่องค์กรจะต้องเปิดโอกาสให้บุคลากรสายวิชาการได้มีการเพิ่มพูนความรู้ความสามารถ ความเชี่ยวชาญในศาสตร์ มีโอกาสในการพัฒนาคุณภาพผลงานเพื่อส่งเสริมความก้าวหน้าของตนเองและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่ทำการศึกษเกี่ยวกับความต้องการในการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายวิชาการ วิทยาลัยศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เพื่อนำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางในการจัดทำแผนการพัฒนาบุคลากรสายวิชาการให้ตรงกับความต้องการของบุคลากรสายวิชาการและสอดคล้องกับนโยบายของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และวิทยาลัยศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี ได้อย่างมีประสิทธิภาพและพัฒนาปรับปรุงกระบวนการในการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรและความก้าวหน้าในสายอาชีพของบุคลากรสายวิชาการต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาในการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายวิชาการ สังกัดวิทยาลัยศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาความต้องการในการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายวิชาการ สังกัดวิทยาลัยศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
3. เพื่อศึกษาแนวทางในการแก้ไขปัญหาในการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายวิชาการ สังกัดวิทยาลัยศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

สมมติฐานการวิจัย (Research Hypothesis)

บุคลากรสายวิชาการที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีความต้องการในการพัฒนาตนเองแตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยวิธีการสำรวจ (Survey Research) ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ บุคลากรสายวิชาการวิทยาลัยศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี จำนวน 63 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการสร้างและดัดแปลงแบบสอบถามจากงานวิจัยอื่น ๆ ที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน และนำมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมกับการวิจัยในครั้งนี้ โดยมีรายละเอียดในการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร (Documentary Research) โดยสืบค้นจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับความต้องการในการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายวิชาการ เช่น วารสารทางวิชาการ หนังสือ รายงานการวิจัย วิทยานิพนธ์ บทความ โดยศึกษาข้อมูลแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความต้องการในการพัฒนาตนเอง ประกอบด้วย ด้านการสอน ด้านการฝึกอบรมและสัมมนา ด้านการวิจัย ด้านการเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ ด้านการดำเนินการวิจัยหลังปริญญาเอก (Post- Doctoral)

1.2 ขอบเขตด้านประชากร ที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ บุคลากรสายวิชาการสังกัดวิทยาลัยศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี จำนวน 63 คน

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ทำการศึกษาในเขตพื้นที่วิทยาลัยศิลปะ สื่อและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2567 ถึงวันที่ 31 สิงหาคม 2567

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการสร้างและดัดแปลงแบบสอบถามจากงานวิจัยอื่น ๆ ที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน และนำมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมกับการวิจัยในครั้งนี้ โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

แบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ประเภทตำแหน่งอายุงานตั้งแต่เริ่มเข้าปฏิบัติงาน เงินเดือนปัจจุบัน สาขาวิชา แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check – list)

แบบสอบถามส่วนที่ 2 ปัญหาในการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายวิชาการ แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check – list) มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ของลิเคิร์ต (Likert)

แบบสอบถามส่วนที่ 3 ความต้องการในการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายวิชาการ แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check – list) มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ของลิเคิร์ต (Likert)

แบบสอบถามส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยแจกแบบสอบถามตามกลุ่มประชากร จำนวน 63 คน

3.2 เมื่อได้แบบสอบถามกลับคืนมาแล้ว ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ ของแบบสอบถามแล้วนำข้อมูลไปวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติตามระเบียบวิธีทางสถิติ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 นำแบบสอบถามที่เก็บข้อมูล มาทำการตรวจสอบความเรียบร้อย ตรวจสอบจำนวน และดำเนินการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อประมวลผล

4.2 วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ประเภทตำแหน่ง อายุงานตั้งแต่เริ่มเข้าปฏิบัติงาน เงินเดือนปัจจุบัน สาขาวิชา วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการแจกแจงความถี่ (Frequency distribution) และร้อยละ (Percentage)

4.3 วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาในการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายวิชาการ โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation : SD) และระดับข้อคิดเห็นโดยแปลความหมายเทียบกับเกณฑ์ของเบสต์ (Best)

4.4 วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามส่วนที่ 3 ความต้องการในการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายวิชาการ โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation : SD) และระดับข้อคิดเห็นโดยแปลความหมายเทียบกับเกณฑ์ของเบสต์ (Best)

4.5 วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะทั่วไป

4.6 ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการจัดการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการประมวลผล ซึ่งผู้วิจัยกำหนดการแปลความหมายจากแบบสอบถามและการอภิปรายผลของการศึกษาของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผล ด้วยวิธีการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ดังนั้นการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่อตอบปัญหาวิจัยตามวัตถุประสงค์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปวิเคราะห์เปรียบเทียบประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มเท่ากัน หมายถึง ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ถ้าค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน หมายถึง ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1)

ผลการวิจัย (Research Results)

ผู้วิจัยได้ศึกษา รวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ตามกระบวนการศึกษาวิจัยเพื่อศึกษาความต้องการในการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายวิชาการ วิทยาลัยศิลปะ สื่อและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยมี ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของบุคลากรวิทยาลัยศิลปะ สื่อและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า

ตารางที่ 1 แสดงปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
1) ชาย	34	54.40
2) หญิง	29	46.00
อายุ		
1) 31 – 40 ปี	18	28.60
2) 41 – 50 ปี	42	66.70
3) 51 ปีขึ้นไป	3	4.70
ประเภทตำแหน่ง		
1) อาจารย์	7	11.10
2) อาจารย์ ดร.	29	46.00
3) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	25	39.70
4) รองศาสตราจารย์ ดร.	2	3.20
อายุงานตั้งแต่เริ่มเข้าปฏิบัติงาน		
1) ต่ำกว่า 1 ปี	5	7.90
2) 1 – 2 ปี	2	3.20
3) 3 – 5 ปี	7	11.10
4) 6 – 10 ปี	11	17.40
5) 11 – 15 ปี	19	30.20
6) 16 ปี ขึ้นไป	19	30.20

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เงินเดือนในปัจจุบัน	4	6.30
1) 26,250 – 30,000 บาท	3	4.80
2) 30,001 – 40,000 บาท	25	39.70
3) 40,001 – 50,000 บาท	10	15.90
4) 50,001 – 60,000 บาท	8	12.70
5) 60,001 – 70,000 บาท	13	20.60
6) 70,001 บาทขึ้นไป		
สาขาวิชา	16	25.40
1) การจัดการสมัยใหม่และเทคโนโลยีสารสนเทศ	12	19.00
2) วิศวกรรมซอฟต์แวร์	5	7.90
3) ดิจิทัลเกม	12	19.00
4) แอนิเมชันและวิชวลเอฟเฟกต์	9	14.40
5) บุรณาการอุตสาหกรรมดิจิทัล	3	4.80
6) การจัดการเทคโนโลยีดิจิทัล	6	9.50
7) การจัดการความรู้และนวัตกรรม		

ปัจจัยส่วนบุคคลของบุคลากรสายวิชาการ วิทยาลัยศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า เพศ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 34 คน คิดเป็น ร้อยละ 54.40 อายุ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ อายุ 41-50 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 66.70 ประเภทตำแหน่ง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีตำแหน่ง อาจารย์ ดร. จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 อายุงานตั้งแต่เริ่มเข้าปฏิบัติงาน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอายุงานตั้งแต่เริ่มเข้าปฏิบัติงาน 11-15 ปี และ 16 ปีขึ้นไป จำนวนเท่ากัน คือจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 30.20 เงินเดือนปัจจุบัน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเงินเดือนปัจจุบัน 40,001-50,000 บาท จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 39.70 สาขาวิชา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สาขาวิชา การจัดการสมัยใหม่และเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 25.40

2 ปัญหาในการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายวิชาการ สังกัดวิทยาลัยศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า

ตารางที่ 2 ระดับปัญหาในการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายวิชาการ

ข้อ	ปัญหาในการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายวิชาการ	ระดับความคิดเห็น		
		$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1	เวลาในการพัฒนาตนเองไม่เพียงพอเนื่องจากมีภาระงานสอนมาก	3.29	1.13	เห็นด้วยปานกลาง
2	มีภาระงานที่ได้รับมอบหมายอื่น ๆ นอกเหนือจากภาระงานสอน ส่งผลให้เวลาในการพัฒนาตนเองไม่เพียงพอ	3.87	1.03	เห็นด้วยมาก
3	ไม่สามารถหาผู้ปฏิบัติหน้าที่แทนในช่วงที่ต้องเข้ารับการพัฒนาศักยภาพ หรือการไปเพิ่มพูนความรู้	3.37	1.27	เห็นด้วยปานกลาง

ข้อ	ปัญหาในการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายวิชาการ	ระดับความคิดเห็น		
		$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
4	ไม่มีผู้เชี่ยวชาญในการให้คำปรึกษาเฉพาะด้าน หรือให้ข้อเสนอแนะในการพัฒนาตนเอง	3.03	1.15	เห็นด้วยปานกลาง
5	การส่งเสริมสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชาในการพัฒนาตนเอง ทั้งในด้านการเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับสายอาชีพ หรือการส่งเสริมความก้าวหน้าในสายงานยังไม่ครอบคลุมทุกคน	3.37	1.08	เห็นด้วยปานกลาง
6	งบประมาณในการพัฒนาบุคลากรไม่เพียงพอ	3.59	1.23	เห็นด้วยมาก
7	ระยะเวลาที่จัดให้มีการพัฒนาบุคลากรไม่เหมาะสม	3.32	1.11	เห็นด้วยปานกลาง
8	เนื้อหาการฝึกอบรมหรือแผนในการพัฒนาบุคลากรที่วิทยาลัยฯ จัดไม่สอดคล้องกับความต้องการ	3.09	1.14	เห็นด้วยปานกลาง
9	วิทยากรไม่มีเทคนิคการถ่ายทอดความรู้	2.38	0.86	เห็นด้วยน้อย
10	อุปกรณ์ ครุภัณฑ์ ซอฟต์แวร์ ที่จะใช้ในการพัฒนาบุคลากร ไม่ทันสมัย	2.89	1.21	เห็นด้วยปานกลาง
11	แหล่งข้อมูลที่เป็นต่อการพัฒนาตนเองบางแหล่งไม่สามารถเข้าถึงได้ในระดับส่วนบุคคล	3.11	1.20	เห็นด้วยปานกลาง
รวม		3.21	0.70	เห็นด้วยปานกลาง

ระดับปัญหาในการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายวิชาการ โดยรวมมีระดับความคิดเห็น ระดับเห็นด้วยปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.21 เมื่อพิจารณาข้อมูลพบว่า มีภาระงานที่ได้รับมอบหมายอื่น ๆ นอกเหนือจากภาระงานสอนส่งผลให้เวลาในการพัฒนาตนเองไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 3.87 รองลงมาคือ งบประมาณในการพัฒนาบุคลากรไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.59 และวิทยากรไม่มีเทคนิคการถ่ายทอดความรู้ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 2.38

3. ความต้องการในการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายวิชาการ สังกัดวิทยาลัยศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า

ตารางที่ 3 ความต้องการในการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายวิชาการ

ข้อ	ความต้องการในการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายวิชาการ สังกัดวิทยาลัยศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	ระดับความคิดเห็น		
		$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1	ด้านการสอน	4.03	0.84	เห็นด้วยมาก
2	ด้านการฝึกอบรมและสัมมนา	3.79	0.71	เห็นด้วยมาก
3	ด้านการวิจัย	4.37	0.57	เห็นด้วยมาก
4	ด้านการเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ	4.40	0.59	เห็นด้วยมาก
5	ด้านการดำเนินการวิจัยหลังปริญญาเอก (Post-Doctoral)	4.32	0.76	เห็นด้วยมาก
รวม		4.18	0.69	เห็นด้วยมาก

ความต้องการในการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายวิชาการ สังกัดวิทยาลัยศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยรวมมีระดับความคิดเห็น ระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ย 4.18 เมื่อพิจารณาข้อมูลพบว่า ความต้องการในการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายวิชาการ สังกัดวิทยาลัยศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ด้านการเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.40 รองลงมาคือ ด้านการวิจัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 และด้านการฝึกอบรมและสัมมนา มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.79

4. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและความต้องการในการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายวิชาการ สังกัดวิทยาลัยศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า

ตารางที่ 4 ปัจจัยส่วนบุคคลและความต้องการในการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายวิชาการ

ความต้องการในการพัฒนาตนเอง/ปัจจัยส่วนบุคคล	เพศ	อายุ	ประเภทตำแหน่ง	อายุงานตั้งแต่เริ่มเข้าปฏิบัติงาน	เงินเดือนในปัจจุบัน	สาขาวิชา
1. ด้านการสอน	0.814	0.247	0.413	0.013**	0.235	0.380
2. ด้านการฝึกอบรมและสัมมนา	0.957	0.906	0.032**	0.001**	0.027**	0.055
3. ด้านการวิจัย	0.101	0.303	0.754	0.211	0.229	0.497
4. ด้านการเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ	0.493	0.339	0.234	0.119	0.216	0.515
5. ด้านการดำเนินการวิจัยหลังปริญญาเอก (Post-Doctoral)	0.623	0.541	0.707	0.316	0.645	0.703

** มีค่านัยสำคัญทางสถิติ $p\text{-value} < 0.05$

ความต้องการในการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายวิชาการ และปัจจัยส่วนบุคคล อายุงานตั้งแต่เริ่มเข้าปฏิบัติงาน กับความต้องการในการพัฒนาตนเองด้านการสอน มีค่านัยสำคัญทางสถิติ ความต้องการในการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายวิชาการและปัจจัยส่วนบุคคล อายุงานตั้งแต่เริ่มเข้าปฏิบัติงาน กับความต้องการในการพัฒนาตนเองด้านประเภทตำแหน่ง อายุงานตั้งแต่เริ่มเข้าปฏิบัติงาน เงินเดือนในปัจจุบัน มีค่านัยสำคัญทางสถิติ

5. ความต้องการในการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายวิชาการ

ความต้องการในการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายวิชาการ สังกัดวิทยาลัยศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พิจารณารายด้าน พบว่า

1) ด้านการสอน

บุคลากรสายวิชาการต้องการการสนับสนุนงบประมาณสำหรับการจัดซื้อวัสดุ อุปกรณ์ ซอฟต์แวร์ เพื่อใช้พัฒนาการสอนและจัดทำเอกสารประกอบการสอน ตำรา หรือหนังสือ นอกจากนี้ ยังต้องการให้วิทยาลัยวิเคราะห์แผนพัฒนารายบุคคลให้สอดคล้องกับความต้องการ และสนับสนุนการผลิตสื่อดิจิทัลสำหรับการศึกษานอกชั้นเรียนโดยใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม

2) ด้านการฝึกอบรมและสัมมนา

บุคลากรสายวิชาการมีความต้องการเข้ารับการอบรมในหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับสาขาวิชาของตนอย่างต่อเนื่อง รวมถึงต้องการการสนับสนุนให้มีโอกาสอบรมหรือสัมมนาในต่างประเทศ ขณะเดียวกันยังมีความต้องการฝึกอบรมด้านการให้บริการวิชาการแก่สังคม

3) ด้านการวิจัย

บุคลากรสายวิชาการต้องการให้วิทยาลัยปรับปรุงกระบวนการเบิกจ่ายงบประมาณการวิจัยให้สะดวกเร็วยิ่งขึ้น และจัดสรรเวลาสำหรับงานสอนและการวิจัยให้เหมาะสม นอกจากนี้ ยังมีความต้องการการสนับสนุนจากผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้คำปรึกษาในการทำวิจัย

4) ด้านการเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ

บุคลากรสายวิชาการต้องการการสนับสนุนงบประมาณเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ รวมถึงการมอบภาระงานให้สมดุลเพื่อให้มีเวลาสำหรับพัฒนาผลงานวิชาการ และต้องการให้มีระบบติดตามความก้าวหน้าของการจัดทำผลงานวิชาการอย่างต่อเนื่อง

5) ด้านการดำเนินการวิจัยหลังปริญญาเอก (Post-Doctoral)

บุคลากรสายวิชาการต้องการพัฒนาความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านในสาขาวิชาของตน โดยเน้นการพัฒนาทักษะการทำวิจัย การเผยแพร่ผลงานในวารสารวิชาการ และการสร้างนวัตกรรมใหม่ที่มีความสำคัญต่อสังคมและเศรษฐกิจ นอกจากนี้ ยังต้องการการพัฒนาทักษะด้านการบริหารจัดการโครงการวิจัย

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussions)

จากผลการวิจัยเรื่อง ความต้องการในการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายวิชาการ วิทยาลัยศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สามารถอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ ดังนี้

ปัญหาในการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายวิชาการพบว่า บุคลากรสายวิชาการ มีภาระงานที่ได้รับมอบหมายอื่น ๆ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่า นอกเหนือจากภาระงานสอนส่งผลให้เวลาในการพัฒนาตนเองไม่เพียงพอ และงบประมาณในการพัฒนาบุคลากรไม่เพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อุษณีย์ สืบพันธุ์โพธิ์ (2563: 242) ซึ่งพบว่า สภาพปัญหาในการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายวิชาการมีภาระการสอนที่มากเกินไป มีความซับซ้อนในการปฏิบัติงานที่นอกเหนือจากการสอน ภาระงานด้านการควบคุมวิทยานิพนธ์ ภาระงานด้านการทำบริการวิชาการ ภาระงานโครงการต่าง ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย ภาระงานคณะกรรมการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยสารคาม ขาดงบประมาณที่ใช้ในการพัฒนาตนเอง

ความต้องการในการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายวิชาการด้านการสอน พบว่า โดยบุคลากรสายวิชาการต้องการให้วิทยาลัยฯ สนับสนุนงบประมาณในการจัดซื้อวัสดุ อุปกรณ์ ครุภัณฑ์ ซอฟต์แวร์ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่า เพื่อใช้ในการพัฒนาการสอนและค้นคว้าเพื่อจัดทำเอกสารประกอบการสอน เอกสารคำสอน หนังสือหรือตำรา ต้องการให้วิทยาลัยฯ วิเคราะห์แผนพัฒนาตัวเองรายบุคคลในการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายวิชาการในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรชลิศา ยะจะนะ (2564: 292-293) ซึ่งพบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยบุคลากรต้องการให้มหาวิทยาลัยสนับสนุนงบประมาณในการจัดซื้อหนังสือ สื่อ อุปกรณ์ที่นำมาใช้ในการพัฒนาการเรียนการสอนและการศึกษาค้นคว้าเพื่อจัดทำผลงานทางวิชาการ มีความต้องการให้มหาวิทยาลัยวิเคราะห์แผนพัฒนาตนเองรายบุคคลในการพัฒนาตนเองของสายวิชาการในทิศทางเดียวกัน

ความต้องการในการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายวิชาการ พบว่า ด้านการฝึกอบรมและสัมมนา โดยบุคลากรสายวิชาการต้องการเข้ารับการฝึกอบรมในหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับสาขาวิชาที่ตนเองสอนอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่า และต้องการให้วิทยาลัยฯ ส่งเสริมการไปอบรมและสัมมนาในต่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรชลิศา ยะจะนะ (2564: 293) ซึ่งพบว่า ความต้องการด้านการ

ฝึกอบรมและสัมมนา อยู่ในระดับมากโดยบุคลากรมีความต้องการเข้ารับการฝึกอบรมในหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับสาขาที่สอนอย่างต่อเนื่อง และยังมีความต้องการเข้ารับการฝึกอบรมและสัมมนาในต่างประเทศ

ความต้องการในการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายวิชาการ พบว่า ด้านการวิจัย โดยบุคลากรสายวิชาการต้องการให้วิทยาลัยฯ ลดขั้นตอน และระเบียบการเบิกจ่ายเงินที่ยุ่งยากเกี่ยวกับการทำวิจัย เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการเบิกงบประมาณในการทำวิจัย ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่า ต้องการให้วิทยาลัยฯ จัดสรรเวลาเกี่ยวกับภาระงานสอนและการวิจัยให้ชัดเจนให้บุคลากรสายวิชาการมีเวลาในการทำวิจัยมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรชลิศา ยะจะนะ (2564: 293) ซึ่งพบว่า บุคลากรมีความต้องการความสะดวกและรวดเร็วในการเบิกงบประมาณในการทำวิจัย ต้องการให้มหาวิทยาลัยสนับสนุนงบประมาณในการทำวิจัยอย่างเพียงพอ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุษณีย์ สืบพันธุ์โพธิ์ (2563: 249) ซึ่งพบว่า บุคลากรต้องการให้หน่วยงานมีงบประมาณทุนสนับสนุนการปฏิบัติงานวิจัย ต้องการให้หน่วยงานประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับแหล่งทุนสนับสนุนการปฏิบัติงานวิจัยอย่างต่อเนื่อง

ความต้องการในการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายวิชาการ พบว่า ด้านการเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ โดยบุคลากรสายวิชาการต้องการให้วิทยาลัยฯ จัดสรรงบประมาณในการส่งเสริมและสนับสนุนให้ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่า บุคลากรขอตำแหน่งทางวิชาการและต้องการให้วิทยาลัยฯ จัดสรรภาระงานขั้นต่ำของบุคลากรสายวิชาการให้มีความเหมาะสม เพื่อให้สามารถบริหารจัดการเวลาในการสร้างผลงานเพื่อยื่นขอตำแหน่งทางวิชาการได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุษณีย์ สืบพันธุ์โพธิ์ (2563: 250) ซึ่งพบว่าบุคลากรสายวิชาการต้องการให้หน่วยงานส่งเสริมและสนับสนุนทุนสำหรับการผลิตผลงานทางวิชาการ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของทิพย์วัลย์ ศรีพรหม (2554: 6-15) ซึ่งได้ให้ข้อเสนอแนะว่าหน่วยงานควรลดภาระงานสอนและภาระงานอื่นลงให้เหมาะสมเพื่อให้อาจารย์มีเวลาได้ทำงานวิจัย และควรจัดสรรเวลาเพื่อให้อาจารย์ได้ทำงานวิจัย รวมถึงสนับสนุนให้เวลาในการไปศึกษาค้นคว้างานวิจัยเพิ่มเติมที่เพียงพอที่ทำให้งานวิจัยเสร็จสมบูรณ์

ความต้องการในการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายวิชาการ พบว่า ด้านการดำเนินการวิจัยหลังปริญญาเอก (Post-Doctoral) โดยบุคลากรสายวิชาการต้องการพัฒนาความรู้และทักษะเฉพาะด้านในสาขาวิชาที่ตนเชี่ยวชาญมากขึ้น ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่า เฉพาะในการทำวิจัยที่ต้องใช้ทักษะและความรู้เฉพาะด้าน และต้องการสร้างผลงานวิจัยที่มีคุณค่าและเผยแพร่ความรู้ผลการวิจัยในวารสารวิชาการหรือการประชุมวิชาการ ซึ่งเป็นการเพิ่มความน่าเชื่อถือและการยอมรับในวงการวิชาการ และต้องการพัฒนานวัตกรรมใหม่ ๆ และการแก้ปัญหาที่ท้าทายซึ่งมีความสำคัญต่อการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดความต้องการของวิจิตร อาวะกุล (2540: 1-12) ได้ให้ความสำคัญของการพัฒนาตนเอง สรุปได้ว่า เป็นการพัฒนาเพิ่มพูน พัฒนาและปรับปรุงตนเองในด้านต่าง ๆ ประกอบด้วยการปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาวะการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่กำลังเกิดขึ้น เช่น ด้านสังคม และเทคโนโลยี การพัฒนาตนเองให้มีความรอบรู้และความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน การเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจในเรื่องต่าง ๆ ให้ตนเองสามารถคิด วิเคราะห์ และแยกประเด็นต่างๆ ในสภาวะที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้กับตนเองให้มีอยู่ตลอดเวลา และไม่มีผู้อื่นมากำหนด การพัฒนาตนเองให้ทำงานอย่างเต็มศักยภาพ ให้ใช้ความรู้ ความคิดอย่างรอบคอบและเต็มใจในการทำงาน โดยไม่ต้องรอคำสั่งจากหัวหน้าการมีจิตใจเปิดกว้าง และยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น ให้ตนเองสามารถทำงานด้วยตนเองและร่วมกับผู้อื่นได้ ซึ่งความต้องการของแต่ละบุคคลขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมและความแตกต่างด้านบริบทของแต่ละองค์กรด้วย

แนวทางการแก้ไขปัญหาในการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายวิชาการ วิทยาลัยศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

การพัฒนาตนเองของบุคลากรสายวิชาการ พบว่า เป็นสิ่งที่จำเป็นในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและเตรียมความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและความต้องการในอนาคต ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่า จากการศึกษาความต้องการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายวิชาการ สังกัดวิทยาลัยศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า บุคลากรมีความต้องการในด้านการเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการดำเนินการวิจัยหลังปริญญาเอก (Post-Doctoral) ดังนั้น เพื่อให้การบริหารงานขององค์กรบรรลุวิสัยทัศน์ พันธกิจ และยุทธศาสตร์ที่ตั้งไว้ วิทยาลัยฯ ควรจัดทำแผนการพัฒนาบุคลากรที่รวมถึงการสำรวจความต้องการเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ อย่างเป็นระบบ ซึ่งผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นของการพัฒนาทักษะในบุคลากรสายวิชาการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการและการวิจัยหลังปริญญาเอก (Post-Doctoral) ซึ่งเป็นความต้องการที่สำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถของบุคลากร และสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กรให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ และยุทธศาสตร์ จึงควรมีการวางแผนการแก้ไขปัญหาในการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายวิชาการ วิทยาลัยศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ดังนี้

1) จัดสรรงบประมาณเพื่อสนับสนุนการขอตำแหน่งทางวิชาการและการวิจัยหลังปริญญาเอก (Post-Doctoral) : ควรจัดสรรงบประมาณเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการตีพิมพ์ผลงานวิจัย การเข้าร่วมการอบรม และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการ ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มโอกาสในการพัฒนาความรู้ ความเชี่ยวชาญ และผลงานทางวิชาการที่มีคุณภาพ นอกจากนี้ ยังส่งเสริมความก้าวหน้าในสาขาวิชาชีพ โดยเฉพาะในด้านการวิจัยที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาผลงานทางวิชาการ และการยกระดับมาตรฐานทางวิชาการขององค์กรให้มีความเป็นเลิศ ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุษณีย์ สืบพันธุ์โพธิ์ (2563: 250-251) พบว่าบุคลากรสายวิชาการต้องการให้หน่วยงานส่งเสริมและสนับสนุนทุนสำหรับการผลิตผลงานทางวิชาการ เนื่องจากการจัดสรรงบประมาณเพื่อสนับสนุนการขอตำแหน่งทางวิชาการและการวิจัยหลังปริญญาเป็นแรงจูงใจให้บุคลากรสายวิชาการผลิตผลงานทางวิชาการ และพัฒนาความรู้ ความเชี่ยวชาญ

2) การกำหนดภาระงานขั้นต่ำ : ควรกำหนดภาระงานขั้นต่ำที่เหมาะสมเพื่อช่วยให้บุคลากรสายวิชาการสามารถบริหารจัดการเวลาในการผลิตผลงานทางวิชาการเพื่อยื่นขอตำแหน่งทางวิชาการได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงสามารถสร้างสรรค์ผลงานวิจัยและผลงานทางวิชาการที่มีคุณค่า และสามารถเผยแพร่ผลงานนั้นในวารสารวิชาการหรือการประชุมวิชาการในระดับนานาชาติ ซึ่งจะส่งผลต่อการเพิ่มความน่าเชื่อถือและการยอมรับในวงการวิชาการ การลดภาระงานที่ไม่จำเป็นและการมอบหมายภาระงานอย่างมีประสิทธิภาพ จะช่วยให้บุคลากรสามารถมุ่งเน้นการพัฒนาผลงานทางวิชาการและงานวิจัยได้อย่างเต็มที่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุษณีย์ สืบพันธุ์โพธิ์ (2563: 252) พบว่า พบว่าภาระงานเป็นปัญหาและอุปสรรคต่อการพัฒนาตนเอง โดยอยากให้อลดภาระงานเพราะเป็นปัญหาสำคัญสำหรับอาจารย์ เพราะภาระงานของอาจารย์มากเกินไปไม่จำเป็นจะเป็นการสอนตั้งแต่ระดับปริญญาตรี ระดับบัณฑิตศึกษา รวมถึงภาระงานด้านการควบคุมวิทยานิพนธ์ ภาระงานด้านการเป็นกรรมการสอบ ภาระงานด้านการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ภาระงานด้านการทำบริการวิชาการ ภาระงานโครงการต่าง ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย ภาระงานคณะกรรมการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม และยิ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิพย์วัลย์ ศรีพรหม (2554: 6-15)

ได้เสนอแนะว่าหน่วยงานควรลดภาระงานสอนและภาระงานอื่นลงให้เหมาะสมเพื่อให้อาจารย์มีเวลาได้ทำงานวิจัย และควรจัดสรรเวลาเพื่อให้อาจารย์ได้ทำงานวิจัย และควรจัดสรรเวลาเพื่อให้อาจารย์ได้ทำงานวิจัย

3) การพัฒนาความรู้และทักษะเฉพาะด้านเป็นรายบุคคล : พบว่า ควรจัดทำแผนพัฒนาบุคลากรเป็นรายบุคคล และดำเนินการพัฒนาแยกตามความรู้ ความถนัด และความเชี่ยวชาญของแต่ละบุคคล ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่า เพื่อให้การพัฒนาเกิดประสิทธิภาพสูงสุด นอกจากนั้นควรพัฒนาความรู้และทักษะเฉพาะด้านในสาขาวิชาที่บุคลากรสายวิชาการมีความเชี่ยวชาญ โดยเฉพาะในด้านการวิจัยที่จะต้องอาศัยทักษะและความรู้เฉพาะที่เหมาะสม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานวิจัยและการสร้างสรรค์ผลงานทางวิชาการที่มีคุณค่า และสามารถเผยแพร่ได้ ทั้งในระดับชาติและนานาชาติ ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความน่าเชื่อถือและการยอมรับในวงการวิชาการ พร้อมทั้งเป็นการส่งเสริมโอกาสในการยื่นขอตำแหน่งทางวิชาการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อความก้าวหน้าในสายอาชีพทางวิชาการที่ยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดความต้องการของวิจิตร อวระกุล (2540: 1-12) ซึ่งได้ให้ความสำคัญของการพัฒนาตนเองสรุปได้ว่า เป็นการพัฒนาเพิ่มพูน พัฒนาและปรับปรุงตนเองในด้านต่าง ๆ ประกอบด้วยการปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาวะการเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ที่กำลังเกิดขึ้น เช่น ด้านสังคม และเทคโนโลยี การพัฒนาตนเองให้มีความรอบรู้และความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน การเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจในเรื่องต่าง ๆ ให้ตนเองสามารถวิเคราะห์และแยกประเด็นต่าง ๆ ในสภาวะที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้กับตนเองให้มีอยู่ตลอดเวลา และไม่มีผู้อื่นมากำหนด ซึ่งการพัฒนาตนเองจะทำให้การทำงานเกิดผลอย่างเต็มศักยภาพ โดยมีการใช้ความรู้ความคิดอย่างรอบคอบและมีความเต็มใจในการทำงานโดยที่ไม่ต้องรอคำสั่งจากผู้บังคับบัญชา และยังทำให้ตนเองมีจิตใจเปิดกว้าง ยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น สามารถทำงานด้วยตนเองและสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้

4) การติดตามและประเมินผลการพัฒนา: พบว่า การติดตาม การรายงานความก้าวหน้า และการประเมินผลการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่องจะช่วยให้องค์กรสามารถปรับแผนและกระบวนการ พัฒนาบุคลากรสายวิชาการให้มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่า คำนี้ถึงความเชี่ยวชาญและความต้องการเฉพาะของบุคลากรแต่ละราย ซึ่งจะส่งผลต่อการพัฒนาและการเติบโตทางวิชาการในระยะยาว รวมทั้งสามารถขับเคลื่อนองค์กรให้บรรลุตามวิสัยทัศน์ พันธกิจ และยุทธศาสตร์ขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับข้อบังคับมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ว่าด้วยการบริหารงานบุคคล พ.ศ. 2553 (และที่แก้ไขเพิ่มเติม ถึงฉบับที่ 9) หมวด 3 ว่าด้วย การกำหนดตำแหน่ง การบรรจุ เงินเดือนและค่าตอบแทน ข้อ 27 ให้อธิการบดีเป็นผู้สั่งเลื่อนตำแหน่งขึ้นเงินเดือนประจำปี หรือเพิ่มค่าจ้างให้แก่พนักงานมหาวิทยาลัยที่ผ่านการประเมินประสิทธิภาพ โดยคำนึงถึงความรู้ความสามารถ ความประพฤติ คุณภาพและปริมาณงาน ผลงาน ความอดุสาหะ และการรักษาวินัย ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่ ก.บ. กำหนด

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

การพัฒนาตนเองของบุคลากรสายวิชาการเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและเตรียมความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต โดยเฉพาะในด้านการเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการและการวิจัยหลังปริญญาเอก (Post-Doctoral) ซึ่งเป็นความต้องการหลักของบุคลากรสายวิชาการในสังกัดวิทยาลัยศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ การพัฒนาในด้านนี้ไม่เพียงแต่จะช่วยเสริมสร้างความน่าเชื่อถือ แต่ยังเป็นการช่วยยกระดับมาตรฐานทางวิชาการขององค์กรให้มีความเป็นเลิศในอนาคต นอกจากนี้ ยังเป็นการสนับสนุนการขับเคลื่อนองค์กรให้บรรลุตามวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์ที่ตั้งไว้ โดยการวิจัยนี้สะท้อนให้

เห็นถึงความจำเป็นในการพัฒนาทักษะเหล่านี้ เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถของบุคลากร และสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กรให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์ที่กำหนดไว้ วิทยาลัยฯ จึงควรมีมาตรการ ในการพัฒนาบุคลากรสายวิชาการ ดังนี้

1) ด้านการจัดสรรงบประมาณ : การสนับสนุนการขอตำแหน่งทางวิชาการและงานวิจัยหลังปริญญาเอก (Post-Doctoral) ควรจัดสรรงบประมาณเพื่อส่งเสริมการตีพิมพ์ผลงาน การเข้าร่วมการอบรม และการสร้างเครือข่ายทางวิชาการ ซึ่งจะช่วยพัฒนาความเชี่ยวชาญและผลงานที่มีคุณภาพ รวมทั้งส่งเสริมความก้าวหน้าในสาขาวิชาชีพและยกระดับมาตรฐานทางวิชาการขององค์กรให้มีความเป็นเลิศ

2) ด้านการกำหนดภาระงานขั้นต่ำ : ควรกำหนดภาระงานขั้นต่ำที่เหมาะสมเพื่อให้บุคลากรสามารถบริหารจัดการเวลาในการผลิตผลงานทางวิชาการได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสามารถสร้างสรรค์ผลงานที่มีคุณค่าและเผยแพร่ในวารสารวิชาการหรือการประชุมวิชาการระดับนานาชาติ ซึ่งจะช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือและการยอมรับในวงการวิชาการ

3) ด้านการพัฒนาความรู้และทักษะเฉพาะด้านเป็นรายบุคคล : ควรจัดทำแผนพัฒนาบุคลากรเป็นรายบุคคล โดยพัฒนาแยกตามความรู้ ความถนัด และความเชี่ยวชาญของแต่ละบุคคล เพื่อให้การพัฒนา มีประสิทธิภาพสูงสุด โดยเฉพาะในด้านการวิจัยที่ต้องการทักษะเฉพาะ ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการ ทำงานวิจัยและการพัฒนาผลงานที่สามารถเผยแพร่ได้ในระดับชาติและนานาชาติ

4) ด้านการติดตามและประเมินผลการพัฒนา : การติดตามและประเมินผลการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่องจะช่วยให้องค์กรสามารถปรับแผนการพัฒนาบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ โดยคำนึงถึงความเชี่ยวชาญ และความต้องการของบุคลากรแต่ละราย ซึ่งส่งผลต่อการเติบโตทางวิชาการและการขับเคลื่อนองค์กรให้บรรลุตามวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์ที่ตั้งไว้

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1) จากผลการศึกษาค่าเฉลี่ยความคิดเห็นในภาพรวมของความต้องการในการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายวิชาการ สังกัดวิทยาลัยศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี วิชาการ ด้านการเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นในระดับที่มากที่สุดจากความต้องการในการพัฒนาตนเองทั้งหมด 5 ด้าน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า บุคลากรสายวิชาการเล็งเห็นถึงความสำคัญของการเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ ดังนั้น วิทยาลัยฯ ควรจะมีการสำรวจความต้องการเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการโดยแยกตามประเภทตำแหน่ง และสาขาวิชาของบุคลากรสายวิชาการ

2) จากผลการศึกษาค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นในภาพรวมบุคลากรสายวิชาการมีความต้องการในการพัฒนาตนเองด้านการดำเนินการวิจัยหลังปริญญาเอก (Post-Doctoral) ในระดับมาก รองลงมาจากด้านการเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ ซึ่งเมื่อพิจารณาในรายละเอียดจะพบว่า บุคลากรสายวิชาการต้องการให้วิทยาลัยฯ พัฒนาความรู้และทักษะเฉพาะด้านในสาขาวิชาที่ตนเชี่ยวชาญมากขึ้น โดยเฉพาะในการทำวิจัยที่ต้องใช้ทักษะและความรู้เฉพาะด้าน และมีความต้องการสร้างผลงานวิจัยที่มีคุณค่าเพื่อเผยแพร่ความรู้ผลการวิจัยในวารสารวิชาการหรือการประชุมวิชาการ ดังนั้นวิทยาลัยฯ จึงควรสนับสนุนด้านเวลา งบประมาณ ในการพัฒนาตนเองของบุคลากรโดยพิจารณาความจำเป็น ดังนั้น จึงไม่ควรจะจำกัดวงเงินงบประมาณในการพัฒนาบุคลากรเป็นรายบุคคล

3) วิทยาลัยฯ ควรจะมีการวางแผนการพัฒนาบุคลากรทั้งในระยะสั้นและระยะยาวเพื่อช่วยพัฒนาทักษะและความรู้ของบุคลากรสายวิชาการสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นและเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมสำหรับความก้าวหน้าในวิชาชีพ

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

จากการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

จากผลการศึกษา พบว่า บุคลากรสายวิชาการมีความต้องการพัฒนาตนเองในด้านการเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการและการดำเนินการวิจัยหลังปริญญาเอก (Post-Doctoral) เป็นอันดับต้นๆ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาทักษะและความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการเตรียมความพร้อมสำหรับความก้าวหน้าในสายวิชาการ ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการพิจารณาแนวทางการพัฒนาบุคลากรที่ตอบสนองต่อความต้องการเหล่านี้อย่างเป็นระบบ โดยมุ่งเน้นการเสริมสร้างความรู้และทักษะเฉพาะด้าน รวมถึงการพัฒนาแนวทางที่มีประสิทธิภาพในการเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการและการดำเนินการวิจัยในระดับที่สูงขึ้น เพื่อให้บุคลากรสายวิชาการมีความก้าวหน้าทางวิชาการได้อย่างยั่งยืนและสอดคล้องกับความต้องการขององค์กร

เอกสารอ้างอิง (References)

- ทิพย์วัลย์ ศรีพรม. (2554). การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการทำวิจัยของอาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตภาคเหนือตอนบน. *วารสารการวิจัยภาษาและสังคม*. 5(2): 6-15.
- พรชลิศา ยะจะนะ. (2564). การศึกษาความต้องการในการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. *วารสารการบริหารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมท้องถิ่น*. 7(9): 287-302.
- วิจิตร อวระกุล. (2540). *การฝึกอบรม: คู่มือการฝึกอบรมและพัฒนาบุคคล*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อุษณี สืบพันธุ์โพธิ์. (2563). ความต้องการในการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายวิชาการ วิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. *วารสารการเมืองการปกครอง*. 10(3): 242-257.

การศึกษาความต้องการจำเป็นและแนวทางการพัฒนาการบริหารงานวิชาการ
ระดับปฐมวัยของโรงเรียนในอำเภอวัดโบสถ์
A Study of Needs Assessment and of the Academic Management
Development Approach in Early Childhood Education in Watbot District

ปิยนันท์ นิมเถื่อน¹ นิคม นาค้าย²
Piyanan Nimthuean, Nikom Nakai

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาความต้องการจำเป็นในการพัฒนาการบริหารงานวิชาการระดับปฐมวัยของโรงเรียนในอำเภอวัดโบสถ์ 2) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการบริหารงานวิชาการระดับปฐมวัยของโรงเรียนในอำเภอวัดโบสถ์ เป็นวิจัยแบบผสมผสานใช้วิธีเก็บข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ กลุ่มผู้ให้ข้อมูล ประกอบไปด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาโทและมีประสบการณ์ในการบริหารการศึกษาหรือสถานศึกษา จำนวน 5 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย แบบสอบถาม แบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ แบบการตอบสนองคู่ ใช้สถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าดัชนีลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น

ผลการวิจัยพบว่า 1) ความต้องการจำเป็นในการพัฒนาการบริหารงานวิชาการระดับปฐมวัย ค่าดัชนีความต้องการจำเป็นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ .39 ด้านการวัดผลและประเมินผล มีค่าดัชนีลำดับความสำคัญสูงสุดเป็นลำดับแรก 2) แนวทางการพัฒนาการบริหารงานวิชาการระดับปฐมวัย พบว่า 1) ด้านการพัฒนาหลักสูตร ผู้บริหารและครูดำเนินการวางแผนการใช้หลักสูตรที่สอดคล้องกับพัฒนาการผู้เรียน (2) ด้านการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ สถานศึกษาจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้เหมาะสมกับพัฒนาการเรียนรู้ (3) ด้านการวัดผลและประเมินผล สถานศึกษาใช้ผลการประเมินในการปรับปรุง กำหนดแนวทางในการพัฒนา (4) ด้านการพัฒนาสื่อวัตกรรมการเรียนการสอน สถานศึกษาพัฒนาสื่อวัตกรรมการเรียนที่มีความเหมาะสมกับวัย วางแผนและจัดสื่อให้เพียงพอต่อการใช้งาน (5) ด้านการนิเทศการศึกษาผู้บริหารและครูดำเนินการวางแผนการดูแลช่วยเหลือการจัดการเรียนรู้ในการพัฒนาการจัดการศึกษาให้บรรลุตามเป้าหมาย

คำสำคัญ (Keywords) : ความต้องการจำเป็น; แนวทางการพัฒนา; วิชาการระดับปฐมวัย

Abstract

The objectives of this research article were: 1) to study the needs for the development of academic management at the preschool level in schools in Wat Bot District, 2) to explore approaches for developing academic management at the preschool level in

Received: 2025-03-14 Revised: 2025-03-23 Accepted: 2025-03-25

¹ สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คุรุศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม Educational Administration Master of Education, Pibulsongkram Rajabhat University. E-mail: zee.spoy@gmail.com

² อาจารย์ประจำ บัณฑิตวิทยาลัย คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม Lecturer, Graduate School Faculty of Education Pibulsongkram Rajabhat University, Thailand. E-mail: kom_jan@hotmail.com

schools in Wat Bot District It was a mixed research study using both quantitative and qualitative data collection methods. The data collection tool was an interview, with the information sources comprising five experts. The data collection tool was an interview, with the information sources comprising five experts with at least a master's degree and experiences in educational administration or school management. The data collection tool was a 5-point Likert scale questionnaire with paired-response options. The statistical methods employed in data analysis included percentage, mean, standard deviation, and the importance-performance index for identifying development needs.

The findings of the research showed that 1) regarding the study of the needs for the development of academic management at the preschool level in schools in Wat Bot District, the importance-performance index for the overall need was found to be 0.39 With consideration of the individual aspects, assessment and evaluation had the highest importance index. 2) Approaches for developing academic management at the preschool level in schools in Wat Bot District, as agreed upon by the experts, included the following. (1) Curriculum development: School administrators and teachers should implement a curriculum aligning with the developmental stages of students. (2) Learning experience design schools should organize activities promoting the learning process, appropriate for the emotional development of students. (3) Assessment and evaluation schools should utilize assessment results to enhance and guide the development of students. (4) Development of innovative media schools should develop age-appropriate innovative media and ensure sufficient resources for their utilization. (5) Educational supervision administrators and teachers should plan to provide support for the management of learning and ensure that educational goals are achieved.

Keywords: needs; development Approach; early childhood education

บทนำ (introduction)

ในยุคปัจจุบันเกิดความเปลี่ยนแปลงอย่างมากและรวดเร็ว ซึ่งส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นทางด้านวิทยาศาสตร์และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี โดยต้องอาศัยความร่วมมือซึ่งกันและกันเพื่อเรียนรู้ที่จะปรับตัวให้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงและเตรียมความพร้อมที่จะเผชิญกับวิกฤตการณ์ในยุคกระแสโลกาภิวัตน์ที่จะเกิดขึ้น ปัจจัยสำคัญในการเผชิญความเปลี่ยนแปลงคือ “คุณภาพของคน” เพราะคนเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนให้สังคมรู้เท่าทันต่อความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับหลักการของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564 กล่าวว่า “คนเป็นศูนย์กลางในการพัฒนา” โดยการที่จะพัฒนาคนให้มีความสมบูรณ์ต้องมีวินัย มีทักษะในการดำเนินชีวิต มีทัศนคติที่ดีต่อสังคม มีคุณธรรม จริยธรรม โดยการพัฒนาคนในทุกช่วงวัยอย่างมีคุณภาพที่เหมาะสม (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติสำนักนายกรัฐมนตรี, 2560: 4) จึงกล่าวได้ว่าคุณภาพในการพัฒนาคนนั้นเป็นหัวใจหลักสำคัญและปัจจัยหลักในการพัฒนาคุณภาพของคนนั้น ก็คือ การจัดการศึกษา

การจัดการศึกษาให้กับเด็กปฐมวัยมีหลักการสำคัญในการให้สังคมและชุมชน มีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาเพื่อให้ผลผลิตทางการศึกษาปฐมวัยมีคุณภาพตามมาตรฐานคุณลักษณะที่พึงประสงค์และสอดคล้องกับความต้องการของชุมชนและสังคม จำเป็นต้องมีระบบการกำกับติดตามประเมิน และรายงานที่มีประสิทธิภาพ ผลการจัดการศึกษาปฐมวัยเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการบริหารการศึกษา กระบวนการนิเทศ และระบบการประกันคุณภาพการศึกษาที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องเพื่อนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการศึกษาปฐมวัย สร้างความมั่นใจให้ผู้เกี่ยวข้องโดยต้องมีการดำเนินการครอบคลุมทั้งหน่วยงานภายในและภายนอก ในรูปแบบของคณะกรรมการที่มาจากบุคคลทุกระดับและทุกอาชีพ การกำกับ ติดตาม และประเมิน ต้องมีการรายงานผลจากทุกระดับให้ทุกฝ่าย รวมทั้งประชาชนทั่วไปทราบ เพื่อนำข้อมูลจากรายงานผลมาจัดทำแผนพัฒนาคุณภาพการศึกษาของสถานศึกษาหรือสถานพัฒนาเด็กปฐมวัยต่อไป (กระทรวงศึกษาธิการ, 2560: 48)

การจัดการเรียนการสอนนักเรียนในระดับปฐมวัยนั้นมักพบปัญหาหลายด้าน เช่น การจัดทำหลักสูตร ซึ่งส่วนใหญ่ไม่มีการปรับปรุงหลักสูตรให้เข้ากับบริบทและสภาพแวดล้อมปัจจุบัน สื่อวัสดุ-อุปกรณ์ไม่เพียงพอต่อจำนวนเด็ก ขาดความรู้ความเข้าใจในการจัดกิจกรรมในการพัฒนาเด็กปฐมวัย ขาดความรู้ความเข้าใจหลักเกณฑ์ในการประเมินพัฒนาการเด็กปฐมวัย ขาดการนำผลการประเมินพัฒนาการมาใช้ในการปรับปรุงส่งเสริมแก้ไขปัญหาลูกปฐมวัยทำให้การจัดการศึกษาระดับปฐมวัยไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ ปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนมีผลต่อการจัดการศึกษาปฐมวัยขึ้นอยู่กับปฏิบัติงานของโรงเรียน โดยเฉพาะการบริหารงานของผู้บริหารเป็นสิ่งสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร (ภารดี อนันต์นาวิ, 2555: 260)

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพิษณุโลกเขต 3 มีสถานศึกษาทั้งหมด จำนวน 161 โรงเรียน พบปัญหาของผลการจัดการศึกษาการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ของกลุ่มเด็กอายุ 3-5 ปี ส่วนใหญ่ที่อยู่ในสถานศึกษายังมีปัญหาด้านคุณภาพและมาตรฐานของกลุ่มเด็กในเรื่องของพัฒนาการและสติปัญญา การมีทักษะความรู้ความสามารถที่ไม่เพียงพอที่ส่งผลต่อผลผลิต จากแนวโน้มสถานการณ์ดังกล่าวเพื่อหล่อหลอมเด็กให้ได้รับโอกาสทางการศึกษาที่มีคุณภาพ มีความรู้ทักษะต่อการพัฒนาคุณภาพของเด็กปฐมวัยให้มีศักยภาพ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพิษณุโลกเขต 3 ได้จัดทำแผนพัฒนาเด็กปฐมวัย (พ.ศ. 2564-2570) กำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์ในการพัฒนาเด็กปฐมวัย เพื่อให้เด็กปฐมวัยทุกคนได้รับการพัฒนาอย่างรอบด้านเต็มตามศักยภาพ (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพิษณุโลกเขต 3, 2566: 25)

ด้วยเหตุดังกล่าวนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาความต้องการจำเป็นและแนวทางการพัฒนางานวิชาการระดับปฐมวัยของโรงเรียนในอำเภอดงโสม เพื่อเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่จัดการศึกษาปฐมวัย สภาพที่ควรจะเป็นในการวางแผนการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้และการพัฒนาที่ครอบคลุมเด็กปฐมวัยและนำผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยมาใช้เป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาในการจัดการศึกษางานวิชาการระดับปฐมวัยเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดต่อการพัฒนาและยกระดับคุณภาพของการพัฒนางานวิชาการระดับปฐมวัยต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาความต้องการจำเป็นในการพัฒนางานวิชาการระดับปฐมวัยของโรงเรียนในอำเภอดงโสม
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนางานวิชาการระดับปฐมวัยของโรงเรียนในอำเภอดงโสม

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การศึกษางานวิจัยเรื่อง การศึกษาความต้องการจำเป็นและแนวทางการพัฒนาการบริหารงานวิชาการระดับปฐมวัยของโรงเรียนในอำเภอดุสิต เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธีเก็บข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ มีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้

1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาความต้องการจำเป็นและแนวทางการพัฒนาการบริหารงานวิชาการระดับปฐมวัยของโรงเรียนในอำเภอดุสิต ได้แก่ ด้านการพัฒนาหลักสูตร ด้านการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ ด้านพัฒนาสื่อวัตกรรม ด้านการวัดผลและประเมินผล ด้านการนิเทศการศึกษา

1.2 ขอบเขตด้านประชากร และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

เชิงปริมาณ ประชากร ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาและครูปฐมวัยในอำเภอดุสิต จำนวน 54 คน

เชิงคุณภาพ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้อำนวยการสถานศึกษา จำนวน 5 คน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง

1.3 ขอบเขตด้านตัวแปร

ความต้องการจำเป็นในการพัฒนางานวิชาการระดับปฐมวัยของโรงเรียนในอำเภอดุสิต จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการพัฒนาหลักสูตร 2) ด้านการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ 3) ด้านพัฒนาสื่อนวัตกรรม 4) ด้านการวัดผลและประเมินผล 5) ด้านการนิเทศการศึกษา

1.4 ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ใช้ในการดำเนินการวิจัยและจัดเก็บข้อมูล คือ โรงเรียนในอำเภอดุสิต จำนวน 24 โรงเรียน

1.5 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัยและเก็บข้อมูลระหว่างเดือน ตุลาคม-ธันวาคม พ.ศ. 2567

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 แบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความต้องการจำเป็นในการพัฒนางานวิชาการระดับปฐมวัย เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบบการตอบสนองคู่ (dual-response format) ซึ่งผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (try out) เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient : α) ได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.836 จากนั้นจึงนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูล

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง โดยนำประเด็นจากค่า PNI ในภาพรวมที่มีค่าสูงสุดของทั้ง 5 ด้านและประเด็นที่มีค่า PNI สูงสุดในแต่ละด้าน มากร่างข้อคำถามและสร้างแบบสัมภาษณ์และผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์ให้ผู้ทรงคุณวุฒิเสนอแนวทางการพัฒนาการบริหารงานวิชาการระดับปฐมวัยของโรงเรียนในอำเภอดุสิต

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

3.1 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 54 ฉบับ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยรูปแบบออนไลน์ (Google Forms) ตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์และนำไปวิเคราะห์ข้อมูล

3.2 ผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์ติดต่อสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน ผู้วิจัยใช้เทปบันทึกเสียง กล้องถ่ายภาพ เป็นเครื่องมือช่วยในการบันทึกข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการหาค่าร้อยละ (Percentage) แล้วนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตาราง

4.2 วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (μ) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) ทั้ง 2 สภาพ คือ สภาพที่เป็นจริงกับสภาพที่ควรจะเป็นเป็นรายข้อ วิเคราะห์ข้อมูลโดยให้คะแนนตามน้ำหนักของตัวเลือก แล้วนำผลของคะแนนที่รวบรวมมาได้ทั้งหมด นำมาหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และประเมินความต้องการจำเป็นและจัดลำดับความต้องการจำเป็น โดยใช้วิธี PNImodified

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิจากการสัมภาษณ์ ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) การเขียนสรุปข้อมูลและเรียงความถี่ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความคิดเห็นสอดคล้องกัน

ผลการวิจัย (Research Results)

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาความต้องการจำเป็นในการบริหารงานวิชาการระดับปฐมวัยของโรงเรียนในอำเภอดำรงวิทยะ

ตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ระดับความต้องการจำเป็นในการพัฒนางานวิชาการระดับปฐมวัยของโรงเรียนในอำเภอดำรงวิทยะ

การพัฒนางานวิชาการ ระดับปฐมวัย	สภาพที่เป็นจริง (D)			สภาพที่ควรจะเป็น (I)			PNI modified (I-D) / D	ลำดับ
	μ	σ	ระดับ	μ	σ	ระดับ		
1. ด้านการพัฒนาหลักสูตร	3.71	.84	มาก	4.81	.32	มากที่สุด	.36	4
2. ด้านการพัฒนากระบวนการ จัดประสบการณ์การเรียนรู้	3.67	.92	มาก	4.85	.30	มากที่สุด	.40	3
3. ด้านการวัดผลและประเมินผล	3.71	.94	มาก	4.91	.17	มากที่สุด	.42	1
4. ด้านการพัฒนาสื่อนวัตกรรม	3.77	.81	มาก	4.87	.25	มากที่สุด	.36	4
5. ด้านการนิเทศการศึกษา	3.70	.93	มาก	4.91	.20	มากที่สุด	.41	2
รวม	3.71	.85	มาก	4.87	.17	มากที่สุด	.39	

จากตารางที่ 1 ผลการศึกษาความต้องการจำเป็นในการพัฒนาการบริหารงานวิชาการระดับปฐมวัย พบว่า สภาพที่เป็นจริง อยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.71$, $\sigma = .85$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการพัฒนาสื่อ นวัตกรรม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\mu = 3.77$, $\sigma = .81$) ส่วนสภาพที่ควรจะเป็นภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 4.87$, $\sigma = .17$) เมื่อพิจารณา รายด้านพบว่าด้านการนิเทศการศึกษา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\mu = 4.91$, $\sigma = .20$) และผลการประเมินความต้องการจำเป็น ในภาพรวมเท่ากับ .39 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการวัดผลและประเมินผล มีค่าดัชนีลำดับความสำคัญ (PNI = .42)

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาแนวทางการในการพัฒนาการบริหารงานวิชาการระดับปฐมวัยของโรงเรียน ในอำเภอวัดโบสถ์ พบว่า

1. การวัดผลและประเมินผลการบริหารงานวิชาการระดับปฐมวัยในปัจจุบัน การวัดผลและ ประเมินผลการบริหารงานวิชาการระดับปฐมวัย ควรวัดให้สอดคล้องกับพัฒนาการของเด็กเป็นรายบุคคลมีการ บันทึกและรวบรวมไว้ อย่างเป็นระบบและบันทึกพฤติกรรมที่เกิดขึ้นเพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาอย่าง ต่อเนื่อง

2. ด้านการพัฒนาหลักสูตร ศึกษาองค์ประกอบ กำหนดรายละเอียดสาระการเรียนรู้ สาระที่ควรรู้ และประสบการณ์ในการบูรณาการเรียนรู้ไปสู่การจัดประสบการณ์การเรียนรู้ที่ช่วยพัฒนาเด็กปฐมวัยอย่าง เป็นองค์รวม

3. ด้านการพัฒนากระบวนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ การกำกับดูแลและประเมินผลการจัดทำ หลักสูตรสำหรับสถานศึกษาปฐมวัย ส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับพัฒนาการด้านอารมณ์และนำ ผลลัพธ์ที่ได้มาปรับปรุงให้เหมาะสมกับแต่ละช่วงวัย

4. ด้านการวัดผลและประเมินผล การพัฒนาการวัดผลและการประเมินผล เริ่มจากการวางแผน การกำหนดแนวทางการปฏิบัติ การปรับปรุงแก้ไขอย่างเป็นระบบ นำผลการประเมินพัฒนาการมาใช้ในการ ออกแบบการจัดประสบการณ์การเรียนรู้

5. ด้านการพัฒนาสื่อ นวัตกรรม สนับสนุนครูผู้สอนใช้เครื่องมือการจัดการเรียนการสอนที่มีความ เหมาะสมกับกิจกรรมภายในชั้นเรียน ประเมินการใช้สื่อที่ใช้ประกอบการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมพัฒนาการ และการเรียนรู้ของเด็กได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6. ด้านการนิเทศการศึกษา วางแผนการดำเนินงานตามแผน ตรวจสอบ สรุปผลการประเมินและนำ ผลที่ได้มาปรับปรุงในการจัดกิจกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการและความจำเป็นเฉพาะของเด็กแต่ละคน เปิดโอกาสให้เด็กได้ทำตามความสนใจของตนเอง

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

จากการศึกษาความต้องการจำเป็นและแนวทางการพัฒนาการบริหารงานวิชาการระดับปฐมวัยของ โรงเรียนในอำเภอวัดโบสถ์ สามารถอภิปรายได้ ดังนี้

1. การศึกษาความต้องการจำเป็นในการพัฒนาการบริหารงานวิชาการระดับปฐมวัย ในภาพรวม พบว่า ด้านการวัดผลและประเมินผล มีค่าดัชนีลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นสูงสุด ทั้งนี้อาจ เนื่องมาจาก การวัดผลและประเมินผลเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการพัฒนาการบริหารงานวิชาการระดับปฐมวัย เป็นการทราบถึงจุดประสงค์ที่ตั้งไว้ มีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใดเพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาร่วมกับ ผู้ปกครอง สอดคล้องกับงานวิจัยของ กาญจนา จันทระประจำ และ ขวัญชัย ช้วน (2560: 74-85) กล่าวว่า จัด

ให้มีการประเมินผลการพัฒนาการตามสภาพจริง มีการประเมินพัฒนาการเด็กทุกด้านและการสร้างความร่วมมือกับผู้ปกครอง

2. การศึกษาแนวทางในการพัฒนาการบริหารงานวิชาการระดับปฐมวัยของโรงเรียนในอำเภอดิบสวายจากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิได้นำเสนอแนวทางในการพัฒนาการบริหารงานวิชาการระดับปฐมวัยในภาพรวม พบว่า ด้านการวัดผลและประเมินผล มีค่าดัชนีลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นสูงสุดทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก การวัดผลและประเมินผลการบริหารงานวิชาการระดับปฐมวัย ควรวัดให้สอดคล้องกับพัฒนาการของเด็กเป็นรายบุคคล มีการบันทึกพัฒนาการของเด็กและรวบรวมไว้อย่างเป็นระบบ โดยบันทึกพฤติกรรมของเด็กในการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมที่เกิดขึ้นในแต่ละวันเพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาเด็กสอดคล้องกับหลักสูตรการศึกษาระดับปฐมวัย พุทธศักราช 2560 (กระทรวงศึกษาธิการ, 2560: 44) กล่าวว่าหลักในการประเมินพัฒนาการเด็ก คือ วางแผนประเมินพัฒนาการเด็กอย่างเป็นระบบ ประเมินพัฒนาการเด็กครบทุกด้านเป็นรายบุคคลต่อเนื่องตลอดปี ตามสภาพจริงจากกิจกรรมที่เด็กได้ปฏิบัติด้วยเกณฑ์การประเมินพัฒนาการเด็กปฐมวัยที่มีความหลากหลาย และมีการสรุปผลการประเมินจัดทำข้อมูลและนำผลการประเมินที่ได้นำไปใช้ส่งเสริมการเรียนรู้ในการพัฒนาเด็ก การวิเคราะห์ข้อมูลจากผลงานเด็กที่เก็บอย่างเป็นระบบ

ด้านการพัฒนาหลักสูตร พิจารณาจากประเด็นการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความคิดเห็นของแนวทางการพัฒนาไปในทิศทางเดียวกัน พบว่า มีการศึกษาองค์ประกอบ กำหนดรายละเอียดสาระการเรียนรู้สาระที่ควรรู้และประสบการณ์ในการบูรณาการเรียนรู้ไปสู่การจัดประสบการณ์ที่ช่วยพัฒนาเด็กปฐมวัยอย่างเป็นองค์รวม ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ผู้บริหารสถานศึกษามีการวางแผนให้เห็นถึงความสำคัญในเรื่องของหลักสูตรการศึกษาระดับปฐมวัย และการวิเคราะห์หลักสูตร เพื่อนำหลักสูตรไปใช้อย่างถูกต้อง สอดคล้องกับงานวิจัยของ กานต อัมพานนท์ และ ญัฐตะวัน ลิมประสง (2564: 2332-2346) กล่าวว่า การพัฒนาหลักสูตรกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนระดับปฐมวัย เปิดโอกาสให้ผู้เรียนสามารถการเรียนรู้ได้ด้วยตนเองอย่างสร้างสรรค์ สถานศึกษาจึงควรจัดทำหลักสูตรใหม่มีความชัดเจน เหมาะสมกับบริบทของตนเองเพื่อพัฒนาผู้เรียนสามารถพัฒนาตนเองได้อย่างเต็มศักยภาพตามช่วงวัย

ด้านการพัฒนากระบวนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ พิจารณาจากประเด็นการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความคิดเห็นของแนวทางการพัฒนาไปในทิศทางเดียวกัน พบว่า สถานศึกษาจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้เหมาะสมกับพัฒนาการเรียนรู้ทางด้านอารมณ์โดยเน้นให้เริ่มควบคุมอารมณ์ตนเองทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก การวางแผนและออกแบบการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ให้กับเด็กปฐมวัยด้วยเทคนิคการสอนที่หลากหลายโดยคำนึงถึงอายุ วุฒิภาวะ และความแตกต่างระหว่างบุคคล เพื่อให้เด็กเกิดการพัฒนาทางด้านอารมณ์ได้ดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิมพ์จันทร์ พรหมมาตย์ (2561: 43) กล่าวว่า การจัดประสบการณ์สำหรับเด็กปฐมวัย ควรคำนึงถึงหลักการจัดประสบการณ์ที่เน้นเด็กเป็นสำคัญให้เด็กได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยครูต้องมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับพัฒนาการของเด็ก

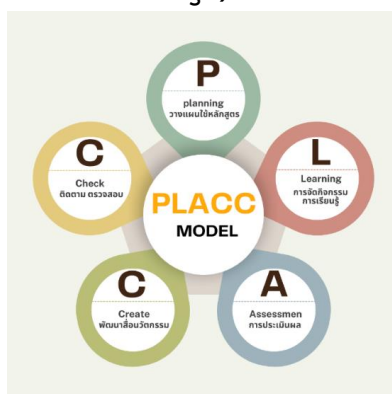
ด้านการวัดผลและประเมินผล พิจารณาจากประเด็นการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความคิดเห็นของแนวทางการพัฒนาไปในทิศทางเดียวกัน พบว่า การพัฒนาการวัดผลและประเมินผลควรมีการวางแผนการกำหนดแนวทางการปฏิบัติ การปรับปรุงแก้ไขอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง นำผลการประเมินพัฒนาการมาใช้ในการออกแบบประสบการณ์การเรียนรู้ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก การวางแผนประเมินพัฒนาการเด็กอย่างเป็นระบบ ทำให้ได้ทราบถึงพัฒนาการเด็กเพื่อนำมาพิจารณาปรับปรุงการจัดกิจกรรมและส่งเสริมให้เด็กแต่ละคนได้รับการพัฒนาตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธวัชชัย ภูวสิทธิ์พงศ์ (2564: 129) กล่าว

ว่า ควรมีการจัดอบรมการจัดทำเครื่องมือการวัดผลประเมินผลที่ครอบคลุมเนื้อหาทุกกลุ่มสาระการเรียนรู้ และมีคุณภาพ ดำเนินการวัดผลและประเมินผลตามสภาพจริงอย่างหลากหลายตามความถนัดและประสบการณ์ของผู้เรียน ตลอดจนมีการปรับปรุงเครื่องมืออยู่เสมอ

ด้านการพัฒนาสื่อนวัตกรรม พิจารณาจากประเด็นการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความคิดเห็นของแนวทางการพัฒนาไปในทิศทางเดียวกัน พบว่า การสนับสนุนให้ครูผู้สอนใช้เครื่องมือการสอนที่เหมาะสมกับกิจกรรม นิเทศ ติดตาม ประเมินผลการใช้สื่อการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้ของเด็กได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก การจัดสภาพแวดล้อม สื่อและนวัตกรรมซึ่งใช้ในการเรียนการสอนเป็นการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กเพื่อเสริมสร้างให้เด็กมีทักษะที่เพิ่มขึ้น การเข้าใจสิ่งต่าง ๆ อย่างเป็นรูปธรรม โดยใช้สื่อนวัตกรรมที่มีความหลากหลาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพรรณษา ใจอารีย์ และคณะ (2561: 93-101) กล่าวว่า การพัฒนาสื่อนวัตกรรมเทคโนโลยีเพื่อการศึกษาในระดับปฐมวัยควรมีการศึกษาวิเคราะห์ความจำเป็นในการใช้สื่อและเทคโนโลยีเพื่อการศึกษาในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนประสานความร่วมมือกับผู้ปกครอง สถาบันองค์กร ชุมชน ในการจัดหาสื่อ นวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อการศึกษาเพิ่มเติมที่เป็นสื่อธรรมชาติและสื่อที่ทันสมัย

ด้านการนิเทศการศึกษา พิจารณาจากประเด็นการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความคิดเห็นของแนวทางการพัฒนาไปในทิศทางเดียวกัน พบว่า สถานศึกษาดำเนินการดูแลช่วยเหลือ การติดตาม การให้ข้อเสนอแนะแก่ผู้รับการนิเทศมีการกำกับดูแล ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก การแลกเปลี่ยนข้อเสนอแนะระหว่างผู้นิเทศและผู้รับการนิเทศทำให้เกิดการดำเนินการตามขั้นตอนที่มีความถูกต้องในการจัดกิจกรรมให้บรรลุตามเป้าหมายหมายที่ได้วางไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ลักกะณา เสนอฤทธิ์ และคณะ (2563: 1457) พบว่า การนิเทศการศึกษาเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนคุณภาพการศึกษาปฐมวัยเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่มุ่งเน้นคุณภาพของเด็กปฐมวัยโดยมีกระบวนการดำเนินงานอย่างเป็นขั้นตอนอย่างเป็นระบบต่อเนื่องและเป็นลำดับขั้นตอนที่ชัดเจนดังนี้ 1) เตรียมการนิเทศ 2) วางแผนการนิเทศระหว่างผู้รับการนิเทศกับผู้นิเทศ 3) ปฏิบัติการนิเทศ 4) ประเมินผลการนิเทศสะท้อนเพื่อพัฒนา 5) ปรับปรุงแก้ไขและรายงานผลการนิเทศ 6) การสร้างเสริมขวัญและกำลังใจเพื่อพัฒนาคุณภาพเด็กปฐมวัยให้เกิดประสิทธิผลครอบคลุมพัฒนาการ

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)



ที่มา : ปิยนันท์ นิ่มเถื่อน

จากภาพแสดงองค์ประกอบของแนวทางการพัฒนาการบริหารงานวิชาการระดับปฐมวัย ในรูปแบบ “PLACC Model” อธิบายรายละเอียดได้ ดังนี้

1. Planning (P) หมายถึง ผู้บริหารและครูดำเนินการวางแผนการใช้หลักสูตรการศึกษาหลักสูตร วิเคราะห์นโยบาย และตัวชี้วัด เป็นแนวทางในการจัดประสบการณ์การเรียนรู้
2. Learning (L) หมายถึง สถานศึกษาจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้เหมาะสมกับ พัฒนาการเรียนรู้คำนึงถึงความพร้อมของพัฒนาการ
3. Assessment (A) หมายถึง สถานศึกษาใช้ผลการประเมินในการปรับปรุงประเมินผลการ พัฒนาการตามสภาพจริง
4. Create (C) หมายถึง สถานศึกษาจัดทำสื่อที่มีความหลากหลายที่ใช้ประกอบการจัดกิจกรรมการ เรียนการสอน
5. Check (C) หมายถึง สถานศึกษาดำเนินการดูแลช่วยเหลือ การติดตาม แลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้ ข้อเสนอแนะและนำไปปรับปรุง

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

ผลการศึกษาความต้องการจำเป็นและแนวทางการพัฒนาการบริหารงานวิชาการระดับปฐมวัยของ โรงเรียนในอำเภอดำรงวิทยะ มีข้อเสนอแนะจากการวิจัย คือ 1) ด้านการพัฒนาหลักสูตร ผู้บริหารและครู ดำเนินการวางแผนการใช้หลักสูตรการศึกษาหลักสูตร การวิเคราะห์นโยบาย และตัวชี้วัด เป็นแนวทางในการ จัดประสบการณ์การเรียนรู้ให้สอดคล้องกับหลักสูตรของสถานศึกษา เพื่อส่งเสริมการพัฒนาในทิศทางเดียวกัน 2) ด้านการพัฒนากระบวนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ สถานศึกษาจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมกระบวนการ เรียนรู้เหมาะสมกับพัฒนาการเรียนรู้ทางด้านอารมณ์ โดยเน้นให้เริ่มควบคุมอารมณ์ตนเองได้ออกแบบการจัด ประสบการณ์การเรียนรู้ให้กับเด็กปฐมวัย ให้สอดคล้องกับหลักสูตรสถานศึกษาเน้นเด็กเป็นสำคัญ สนองความ ต้องการ ความสนใจ คำนึงถึงความพร้อมของพัฒนาการทั้ง 4 ด้านและความแตกต่างระหว่างบุคคล 3) ด้าน การวัดผลและประเมินผล สถานศึกษาใช้ผลการประเมินในการปรับปรุงประเมินผลการพัฒนาการตามสภาพ จริง นำผลการประเมินพัฒนาการมาใช้และจัดประสบการณ์ให้เด็ก ครอบคลุมทุกด้านเพื่อนำข้อมูลที่ได้ ย้อนกลับมาจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาผู้เรียน 4) ด้านการพัฒนาสื่อ นวัตกรรม สถานศึกษาจัดทำสื่อที่ใช้ ประกอบการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนสำหรับเด็กปฐมวัยสำรวจสื่อและเทคโนโลยีสนับสนุนการจัดประสบ การณ์การเรียนรู้นำมาวางแผนจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปีเตรียมจัดซื้อสื่อและเทคโนโลยีให้มีความ พร้อม 5) ด้านการนิเทศการศึกษา สถานศึกษาดำเนินการดูแลช่วยเหลือ การติดตาม แลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้ ข้อเสนอแนะและนำไปปรับปรุง แก้ไขการจัดประสบการณ์การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษารูปแบบและจัดทำคู่มือการบริหารงานวิชาการระดับปฐมวัย เพื่อจะได้นำข้อมูล ผลการวิจัยมาปรับปรุงพัฒนาในด้านการบริหารของสถานศึกษาอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลและ พัฒนาต่อไปและควรศึกษาควรศึกษาความเป็นไปได้ของการนำแนวทางการพัฒนาการบริหารงานวิชาการ ระดับปฐมวัยของโรงเรียนในอำเภอดำรงวิทยะไปปฏิบัติ

เอกสารอ้างอิง (References)

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2560). **หลักสูตรการศึกษาปฐมวัย พุทธศักราช 2560**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน.
- กาญจนา จันทระประจักษ์ และ ขวัญชัย ช้วนนา. (2560). แนวทางการบริหารงานวิชาการระดับปฐมวัยของครูในโรงเรียนอำเภอเมืองตากสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตาก เขต 1. **วารสารมหาจุฬานาครทรรค์**. 8(3): 74-85.
- กานต อัมพานนท์ และ ณัฐตะวัน ลิ่มประสง (2564). การพัฒนาหลักสูตรกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนระดับปฐมวัย. **วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร**. 9(6): 2332-2346.
- ธวัชชัย ภูวสิทธิ์พงศา. (2564). การบริหารงานวิชาการของโรงเรียนอนุบาลวัดลูกแกประชาชนูปถัมภ์ใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19). วิทยานิพนธ์ ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พิมพ์จันทร์ พรหมมาตย์. (2561). การศึกษาปัญหาการบริหารงานด้านวิชาการระดับปฐมวัยของโรงเรียนในสังกัดเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 1. วิทยานิพนธ์ ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ.
- ภารดี อนันต์นาวิ. (2555). **หลักการแนวคิด ทฤษฎีทางการบริหารการศึกษา**. พิมพ์ครั้งที่ 4. ชลบุรี: มนตรี.
- ลักคณา เสโนฤทธิ์ วีระวัฒน์ พัฒนกุลชัย และ ทนง ทองภูเบศร์. (2563). การนิเทศการศึกษาเพื่อพัฒนาคุณภาพเด็กปฐมวัยในโรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร. **วารสารนวัตกรรมการจัดการศึกษาและการวิจัย**. 5(6): 1457-1468.
- สุพรรณษา ใจอารีย์ นพรัตน์ ชัยเรือง และ บุรินทร์ภักดิ์ พรหมมาศ. (2561). การบริหารวิชาการระดับปฐมวัยในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครศรีธรรมราช เขต 4. **วารสารนาคบุตรปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช**. 10(2): 93-101.
- สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพิษณุโลก เขต 3. (2566). **แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566**. พิษณุโลก.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอล Desporte ของผู้บริโภคในประเทศไทย

The Marketing Mix Factors Affecting Consumer Purchase Decisions of Desporte Futsal Shoes in Thailand

เพชรดาว ล้วนแก้ว¹ ชินโนส วิสิฐนิจิกิจา²

Phetdao Luankaew, Chinnaso Visitnitikija

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อรองเท้าฟุตบอล Desporte 2) เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจในการซื้อรองเท้าฟุตบอล Desporte 3) เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจในการซื้อรองเท้าฟุตบอล Desporte จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล 4) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอล Desporte การศึกษานี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การทดสอบสมมติฐานโดยใช้ t-test, F-test (One-Way ANOVA) และ Multiple Regression Analysis ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อรองเท้าฟุตบอล Desporte ภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก 2) ระดับการตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอล Desporte ภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก 3) เปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอล Desporte จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลพบว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอล Desporte ที่แตกต่างกัน 4) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอล Desporte อย่างมีนัยสำคัญ

คำสำคัญ (keywords) : ส่วนประสมทางการตลาด; การตัดสินใจซื้อ; รองเท้าฟุตบอล

Abstract

This research aimed to: 1) study the marketing mix factors influencing the purchase of Desporte futsal shoes, 2) examine the decision-making level in purchasing Desporte futsal shoes, 3) compare purchasing decisions for Desporte futsal shoes based on personal information, and 4) identify the marketing mix factors affecting the decision to purchase Desporte futsal shoes. This study employed a quantitative research approach, using a questionnaire as the data collection tool, with a total of 400 respondents. Statistical methods used for data analysis included percentage, mean, t-test, F-test (One-Way ANOVA), and Multiple Regression Analysis. The findings revealed that: 1) the overall importance of the

Received: 2025-03-07 Revised: 2025-03-23 Accepted: 2025-03-25

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต Student Master of Business Administration, The Graduate School, Kasem Bundit University. E-mail: potatopup3@gmail.com

² อาจารย์ที่ปรึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต Advisor Master of Business Administration, The Graduate School, Kasem Bundit University. E-mail: chinnaso12@gmail.com

marketing mix factors in purchasing Desporte futsal shoes was rated as very high; 2) the overall decision-making level for purchasing Desporte futsal shoes was rated as highly agreeable; 3) with comparisons of the purchasing decisions based on personal information, there were differences in the decision to purchase Desporte futsal shoes; and 4) the marketing mix factors, including product, price, and marketing promotion, significantly influenced the decision to purchase Desporte futsal shoes.

Keywords: marketing mix; purchase decision; futsal shoes

บทนำ (Introduction)

สังคมยุคปัจจุบันผู้บริโภคใส่ใจและรักสุขภาพกันมากขึ้นเลือกรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกายรวมถึงการออกกำลังกายเพื่อลดไขมันป้องกันโรคและสร้างกล้ามเนื้อ ผู้ที่รักสุขภาพเลือกที่จะใช้เวลาว่าง กับกีฬาที่ตนเองสนใจ เช่น ฟุตบอล บาสเกตบอล วอลเลย์บอล แบดมินตัน เป็นต้น และไม่ว่าจะออกกำลังกาย ในรูปแบบใดก็ตาม ส่วนใหญ่แล้วกีฬาเกือบทุกชนิดจำเป็นต้องมีรองเท้ากีฬาเป็นส่วนประกอบในการทำกิจกรรม เพราะนอกจากจะสวมใส่เพื่อความสวยงามยังสามารถช่วยป้องกันหรือลดอาการบาดเจ็บที่อาจเกิดขึ้น ในขณะที่เล่นกีฬา กระแสการออกกำลังกายและการเล่นกีฬายังคงได้รับความนิยมมากขึ้นอย่างต่อเนื่องรวมถึงกระแสความนิยมของการแข่งขันกีฬาหลากหลายประเภททั้งฟุตบอลไทยลีก วอลเลย์บอล แบดมินตัน กอล์ฟ ฯลฯ และการมีนักกีฬาไทยที่มีชื่อเสียงหลายคนเป็นแรงบันดาลใจเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ตลาดเสื้อผ้า รองเท้า อุปกรณ์กีฬาต่าง ๆ มีความคึกคักมากขึ้นและอาจกล่าวได้ว่าเป็นหนึ่งในไม่กี่ธุรกิจที่ยังสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่องท่ามกลางเศรษฐกิจและกำลังซื้อที่ไม่เอื้ออำนวยนักและเนื่องจากกระแสการออกกำลังกายมีมากในสังคมปัจจุบันทำให้เป็นโอกาสในการสร้างรายได้ของธุรกิจที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นธุรกิจเสื้อผ้าและอุปกรณ์กีฬา ธุรกิจให้บริการฟิตเนสหรือโรงเรียนสอนกีฬาชนิดต่าง ๆ เพราะเมื่อมีกระแสการออกกำลังกายมากขึ้นผู้บริโภคจึงเกิดความสนใจที่จะออกกำลังกายขึ้น ย่อมต้องหาซื้อรองเท้ากีฬาที่เหมาะสมกับตนเอง และเหมาะสมกับกีฬาประเภทนั้น ๆ เพื่อความสวยงาม เพิ่มประสิทธิภาพและเพิ่มความสนุกสนานในการเล่นกีฬาชนิดนั้น ๆ การออกกำลังกายแบบเดี่ยว เช่น การวิ่ง เวทเทรนนิ่ง บอดี้เวท เป็นการออกกำลังกายที่ได้รับความนิยมมากขึ้นอย่างต่อเนื่องและต้องมีการป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหายต่อร่างกายหรือบาดเจ็บเพื่อให้ร่างกายสามารถใช้ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ในด้านการป้องกันในขณะออกกำลังกายก็มีหลากหลายรูปแบบเช่นกัน (นาตยา โชติกุล และคณะ, 2566: 1808-1809)

รองเท้านับว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตของประชาชนไม่ว่าจะเป็น รองเท้ากีฬานับได้ว่าเป็นอุปกรณ์ที่สำคัญอย่างหนึ่งที่มีความจำเป็นในการออกกำลังกายเพื่อช่วยป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้นกับเท้าและข้อเท้า นอกจากนี้มีผู้บริโภคบางกลุ่มที่สวมใส่รองเท้ากีฬาในชีวิตประจำวัน ตลาดเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นผู้ดูแลสุขภาพตนเอง โดยกลุ่มนี้จะออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ สินค้าในกลุ่มกีฬามีทิศทางการเติบโตที่ดีมีนโยบายสนับสนุนให้ประชาชนออกกำลังกายเพื่อสุขภาพอย่างต่อเนื่องของรัฐบาลปี 2561-2562 ทำให้เกิดการกระตุ้นตลาดรองเท้ากีฬาในประเทศและมีการขยายตัวประมาณร้อยละ 6.5 หรือมูลค่าตลาดรวมประมาณ 3,850 ล้านบาท ในปี 2561 และในปี 2562 มีการนำเข้ารองเท้ากีฬาคิดเป็นมูลค่า 540 ล้านบาท แต่ในประเทศก็ยังคงมีการผลิตอย่างต่อเนื่อง ทำให้การจำหน่ายต้องใช้กลยุทธ์ทางด้านราคาและส่งเสริมการขายเพื่อจูงใจให้เกิดการตัดสินใจซื้อ (ณัฐภูมิ ลิมานนท์, 2563: 181)

เทคโนโลยีเป็นปัจจัยสำคัญมากในการชิงส่วนแบ่งการตลาดรองเท้ากีฬา ผู้บริโภคจะพิจารณาถึงเทคโนโลยีใดที่สามารถที่จะป้องกันอาการบาดเจ็บหรือเพิ่มประสิทธิภาพให้กับผู้บริโภคปัจจุบันมีบริษัทใหญ่ที่ครองตลาดรองเท้ากีฬามายาวนาน การออกแบบรองเท้าออกมาในแต่ละแบรนด์มีเทคโนโลยีของรองเท้าที่ค่อนข้างแตกต่างกัน แต่จะเน้นไปที่รองเท้าที่นุ่ม เบา และการใช้งานเป็นหลัก เทคโนโลยีที่ใช้จะขึ้นกับโครงสร้างรองเท้าที่สามารถจำแนกได้ดังต่อไปนี้ 1. ส่วนที่หุ้ม 2. ส่วนบนบริเวณที่เป็นรูปรองเท้าใช้เชือกผูก 3. ส่วนพื้นรองเท้า SOLE 4. ส่วนส้นเท้า Heel 5. ส่วนพื้นบริเวณส้นเท้า Heel Couter 6. Heel tab 7. ส่วนที่บุในรองเท้าควรจะทำด้วยวัสดุที่นุ่มและที่สำคัญต้องไม่มีตะเข็บ และ 8. พื้นส่วนที่เว้าเข้าของพื้นรองเท้าโดยในแต่ละบริษัทจะใช้วัสดุที่แตกต่างกันไปเป็นการถักของตัวรองเท้าที่ช่วยทำให้รองเท้าทนทานมากยิ่งขึ้น เป็นพื้นรองเท้าในแบบต่าง ๆ ที่จะใช้ในพื้นที่เหมาะสมเพื่อดึงศักยภาพของตัวรองเท้า และบริเวณของส้นเท้าที่เป็นส่วนที่รองรับแรงกระแทกในการเคลื่อนไหว แบรินด์ที่ต่างกันจะใช้ส่วนนี้เพื่อดึงเอกลักษณ์เฉพาะของแบรนด์ออกมาให้ผู้บริโภคได้เลือกสรรให้เหมาะสมกับบุคลิกของตนเอง (นาตยา โชติกุล และคณะ, 2566: 1809)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอล Desporte เพื่อนำผลจากการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนและปรับปรุงการจำหน่ายรองเท้าฟุตบอล Desporte ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ซื้อ เพื่อเพิ่มยอดขายการซื้อรองเท้าฟุตบอล Desporte

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อรองเท้าฟุตบอล Desporte
2. เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจในการซื้อรองเท้าฟุตบอล Desporte
3. เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจในการซื้อรองเท้าฟุตบอล Desporte จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล
4. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอล Desporte

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งเป็นวิธีค้นคว้าหาความจริง และใช้วิธีการทางสถิติมาช่วยวิเคราะห์ประมวลผล เพื่อให้เกิดความคลาดเคลื่อนน้อยที่สุด

1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ด้านเนื้อหา ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อรองเท้าฟุตบอล Desporte โดยอาศัยทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด Marketing Mix ของ Kotler (2016) ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และทฤษฎีการตัดสินใจ ประกอบด้วย การรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ

1.2 ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มผู้ใช้รองเท้าฟุตบอล Desporte จำนวน 400 ราย การศึกษาในครั้งนี้ ใช้การคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Sample size) แบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ของ W.G. Cochran (1977: 3) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ในการคำนวณ จะได้กลุ่ม

ตัวอย่างจำนวน 385 ราย แต่ทั้งนี้เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นในการตอบแบบสอบถาม ข้อมูลไม่สมบูรณ์ครบถ้วน ทางผู้ศึกษาจึงได้ใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 400 ราย

1.3 ด้านพื้นที่ คือ กลุ่มผู้ซื้อรองเท้าฟุตบอล Desporte ในประเทศไทย

1.4 ด้านระยะเวลา ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา มิถุนายน พ.ศ. 2567 – เดือนกันยายน พ.ศ.

2567

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเชิงปริมาณ แบบสอบถาม เรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอล Desporte

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 การศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร และผลการศึกษาวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

3.2 การศึกษาแบบสอบถามข้อมูลที่ได้ จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มเป้าหมาย โดยการตอบแบบสอบถามทั้งโดยตรงและแบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 400 ชุด และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไปได้

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้สถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน อธิบายข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์และผู้ตอบแบบสอบถามตัวแปรต่าง ๆ

4.2 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ทดสอบสมมติฐาน t-test, F-test, (One-way ANOVA), (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย (Research Results)

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอล Desporte

ตารางที่ 1 แสดงระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอล Desporte ผลวิจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4Ps

ลำดับ	ส่วนผสมทางการตลาด (4Ps)	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
1	ด้านผลิตภัณฑ์	4.44	.54547	มาก
2	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.35	.65202	มาก
3	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.30	.72066	มาก
4	ด้านราคา	4.19	.71732	มาก
	รวม	4.32	.59465	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอล Desporte อยู่ในระดับสำคัญมาก ($\bar{x} = 4.32$, S.D. = .59465) และเมื่อพิจารณาในระดับความสำคัญ อยู่ในระดับความสำคัญมาก ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 4.44$, S.D. = .54547) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{x} = 4.35$, S.D. = .65202) ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ($\bar{x} = 4.30$, S.D. = .72066) ด้านราคา ($\bar{x} = 4.19$, S.D. = .71732) ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอล Desporte

ตารางที่ 2 ตารางแสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอล Desporte

ลำดับ	การตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอล Desporte	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
1	ตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอลแบรนด์ Desporte จากการตอบโทย์การใช้งานเป็นหลัก	4.45	.727	มาก
2	ตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอลแบรนด์ Desporte เพราะความชื่นชอบในแบรนด์	4.40	.712	มาก
3	ตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอลแบรนด์ Desporte ตามความชื่นชอบใน สไตล์ / รูปแบบของรองเท้ามีความทันสมัย	4.33	.723	มาก
4	ตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอลแบรนด์ Desporte เพราะมีประสบการณ์ที่ดี จากการซื้อครั้งก่อน	4.33	.838	มาก
5	ตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอลแบรนด์ Desporte เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์	4.30	.826	มาก
6	ตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอลแบรนด์ Desporte เพราะคุณภาพของรองเท้า	4.28	.758	มาก
7	ตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอลแบรนด์ Desporte โดยพิจารณาผ่านสื่อโฆษณาต่างๆ	4.21	.864	มาก
	รวม	4.33	.65471	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอล Desporte อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = .65471) และเมื่อพิจารณาถึงระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก 7 รายการ ประกอบด้วย ตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอลแบรนด์ Desporte จากการตอบโทย์การใช้งานเป็นหลัก ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = .727) ตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอลแบรนด์ Desporte เพราะความชื่นชอบในแบรนด์ ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = .712) ตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอลแบรนด์ Desporte ตามความชื่นชอบใน สไตล์ / รูปแบบของรองเท้ามีความทันสมัย ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = .723) ตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอลแบรนด์ Desporte เพราะมีประสบการณ์ที่ดี จากการซื้อครั้งก่อน ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = .838) ตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอลแบรนด์

Desporte เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = .826) ตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอลแบรนด์ Desporte เพราะคุณภาพของรองเท้า ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = .758) ตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอลแบรนด์ Desporte โดยพิจารณาผ่านสื่อโฆษณาต่างๆ ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = .864) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบการตัดสินใจการตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอล Desporte จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

ตารางที่ 3 แสดงผลเปรียบเทียบการตัดสินใจการตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอล Desporte จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

ข้อมูลส่วนบุคคล	การตัดสินใจ		Sig	ผลการทดสอบ
	t	F		
เพศ	.525		.600	ไม่แตกต่าง
อายุ		6.053	.00049*	แตกต่าง
ระดับการศึกษา		3.887	.021*	แตกต่าง
อาชีพ		4.394	.005*	แตกต่าง
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		2.537	.040*	แตกต่าง

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อมูลส่วนบุคคลที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอล Desporte ที่แตกต่างกัน พบว่า ข้อมูลอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอล Desporte ที่แตกต่างกัน และส่วนข้อมูล เพศ ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอล Desporte ที่ไม่แตกต่างกัน

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอล Desporte

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอล Desporte

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	B	Std. Error	Beta	T	Sig.	ผลการทดสอบ
(Constant)	.469	.163		2.886	.004*	
ด้านผลิตภัณฑ์	.353	.063	.294	5.603	.000*	มี
ด้านราคา	.111	.044	.121	2.449	.013*	มี
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.066	.057	.065	1.150	.251	ไม่มี
ด้านการส่งเสริมการตลาด	.360	.052	.396	6.905	.000*	มี

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 เปรียบเทียบอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอล Desporte พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (Sig = .000) ด้านราคา (Sig = .013) และด้านส่งเสริมการตลาด (Sig = .000) มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอล Desporte อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอล Desporte ผู้ศึกษามีประเด็นที่จะอภิปราย ดังนี้

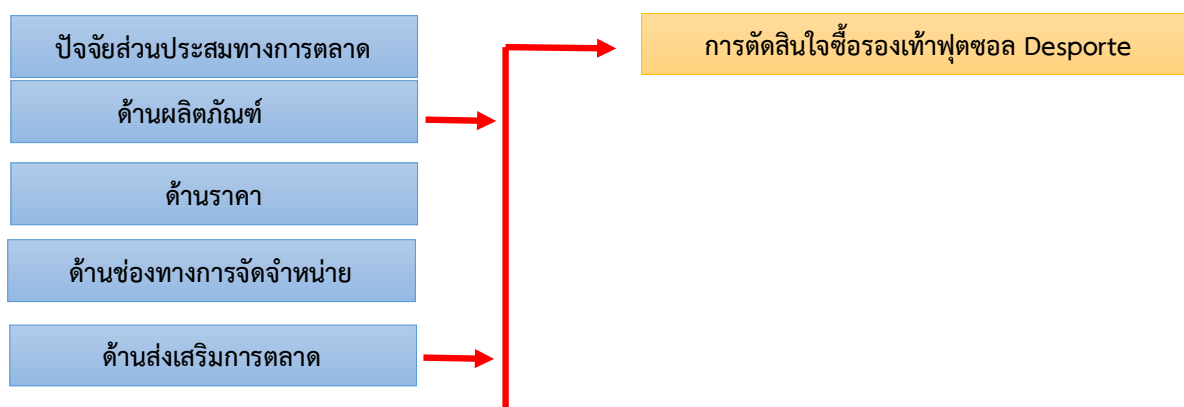
1. จากการศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อรองเท้าฟุตบอล Desporte พบว่า มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทวีศักดิ์ อรชร (2562) พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬา ของพนักงานบริษัทแมคคีย์ฟู้ด เซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด สาขาชลบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก

2. การตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอล Desporte จากการศึกษาค้นคว้าระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอล Desporte โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก สอดคล้องกับงานวิจัย ทวีศักดิ์ อรชร (2562) พบว่า ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

3. ข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอล Desporte ที่แตกต่างกัน พบว่า อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอล Desporte ที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทัดพิชา สกุกิตติยุต (2563) พบว่าการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาดิดาส (ADIDAS) ของผู้บริโภคที่เป็นนักกีฬา มีความแตกต่างกันในด้านของ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน

4. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอล Desporte จากการศึกษ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอล Desporte สอดคล้องกับงานวิจัย ของทัดพิชา สกุกิตติยุต (2563) พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาดิดาส (ADIDAS) มีจำนวน 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านตราสินค้าของผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตวัต ทรัพย์เจริญกุล (2561) พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าแบดมินตันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)



ภาพที่ 1 องค์ความรู้ที่ได้รับจากงานวิจัย

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับสำคัญมากและมีผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอล Desporte ที่แตกต่างกัน พบว่าข้อมูลอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอล Desporte ที่แตกต่างกัน และส่วนข้อมูล เพศ ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าฟุตบอล Desporte ที่ไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ผู้ประกอบการธุรกิจขายรองเท้าฟุตบอล ควรให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ รองเท้าฟุตบอล ต้องมีคุณภาพ วัสดุที่ใช้ มีความทนทาน กระชับ น้ำหนักเบา ออกแบบให้เหมาะสมกับการเล่นกีฬา มีรูปแบบให้เลือกที่หลากหลาย มีสีสัน ลวดลาย รูปลักษณ์ภายนอกที่สวยงามและมีความทันสมัย มีการระบายอากาศได้ดี มีนวัตกรรมป้องกันการบาดเจ็บ

1.2 ผู้ประกอบการธุรกิจขายรองเท้าฟุตบอล ควรให้ความสำคัญในเรื่องการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของรองเท้าและภาพลักษณ์ของแบรนด์หรือตรายี่ห้อ ในอัตราที่ไม่แตกต่างจากธุรกิจประเภทเดียวกัน

1.3 ผู้ประกอบการธุรกิจขายรองเท้าฟุตบอล ควรให้ความสำคัญกับช่องทางการจำหน่ายที่เข้าถึงได้สะดวก ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน เสริมด้วยการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์

1.4 ผู้ประกอบการธุรกิจขายรองเท้าฟุตบอล ควรให้ความสำคัญกับการโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต ผ่านสื่อหรือผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น Facebook, Tiktok, Instagram และ Website มีกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่าง สม่าเสมอ เช่น การลด แลก แจก แถม มีฟรีเชนเตอร์ของแบรนด์ที่มีชื่อเสียงในการนำเสนอสินค้า และมีสินค้าให้ทดลองสวมใส่

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาโดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อจะได้เป็นข้อมูลเชิงลึกในการทำธุรกิจขายรองเท้าฟุตบอล เพื่อจะได้ทราบถึงความต้องการของลูกค้าเพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาธุรกิจขาย

รองเท้า ควรมีการขยายขอบเขตของประชากรในครั้งต่อไป เพื่อศึกษาประชากรกลุ่มที่กว้างขึ้นและสามารถเปรียบเทียบความแตกต่างได้ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนและตรงกับความจริงมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง (References)

- จิตวัต ทรัพย์เจริญกุล. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าแบดมินตันของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ทวีศักดิ์ อรชร. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาของพนักงานบริษัท แมคคีย์ฟู้ดเซอร์วิส เซส (ประเทศไทย) จำกัด สาขาชลบุรี. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- นัตยา โชติกุล ญัฐสุตา มะลิแก้ว กฤษฎา โตโสและคณิดา ไกรสันติ. (2566). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าวิ่งหลังสถานการณ์โควิด-19 ของผู้บริโภคในจังหวัดสงขลา. รายงาน สืบเนื่องการประชุมหาข้อมูลวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 14 วันที่ 19 พฤษภาคม 2566. 1808-1809. ณ ห้องประชุม Blue Ocean Hall อาคารคณะบริหารธุรกิจ: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา.
- หัตพิชา สกุณกิตติยุต. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาดิดาส (ADIDAS) ของผู้บริโภคที่เป็นนักกีฬาที่อาศัยในการกีฬาแห่งประเทศไทย. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสยาม.
- ญัฐวุฒิ ลิมานันท์. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดสมุทรปราการ. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยพิษณุโลก.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques*. (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Kotler, P. (2016). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control* (15th Global ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.



ทัศนคติของประชาชนต่อการสมัครเป็นสมาชิกพรรคการเมืองในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร
The Attitude towards the Political Party Membership Registration
in Laksi District, Bangkok

นิติพัฒน์ นุ่นปุย¹ จิดาภา ถิรศิริกุล²
Nitipat Nunpui, Jidapa Thirasirikul

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับทัศนคติของประชาชนต่อการสมัครเป็นสมาชิกพรรคการเมืองในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร 2) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตาม อายุ อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้ กับทัศนคติของประชาชนต่อการสมัครเป็นสมาชิกพรรคการเมืองในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบทบาทสื่อกับทัศนคติของประชาชนต่อการสมัครเป็นสมาชิกพรรคการเมืองในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้ได้แก่ประชาชนที่อยู่อาศัยในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร โดยมีอายุตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไป จำนวน 400 คน ซึ่งเป็นการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มโดยบังเอิญ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ผลการวิจัยพบว่า ทัศนคติของประชาชนต่อการสมัครเป็นสมาชิกพรรคการเมืองในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานครอยู่ในระดับสูง และเมื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลแล้ว พบว่า เพศและอาชีพที่แตกต่างกัน มีทัศนคติของประชาชนต่อการสมัครเป็นสมาชิกพรรคการเมืองในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ 0.05 การมีส่วนร่วมทางการเมืองมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนต่อการสมัครเป็นสมาชิกพรรคการเมืองในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ (Keywords) : ทัศนคติ; สมาชิกพรรคการเมือง; เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

Abstract

This research article aimed to 1) study the public attitude toward the political party membership registration in Laksi district, Bangkok, 2) compare the public attitude toward the political party membership registration in Laksi district, Bangkok, classified by personal factors including gender, age, income and occupation, and 3) study relations between political participation and the public attitude toward the political party membership registration in Laksi district, Bangkok. It was quantitative research. The sample consisted of 400 people by accidental sampling and the questionnaire for the data collection. The statistical techniques

Received: 2025-02-25 Revised: 2025-03-26 Accepted: 2025-03-29

¹ นักศึกษาหลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัยสาขารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม, Student of Master of Political Science Program, Siam University. E-mail: polsiamsu10@gmail.com

² อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัยสาขารัฐศาสตร์คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม, lecturer of Graduate School in Political Science, Siam University. E-mail: somkid.polsu@hotmail.com

were percentage, mean, standard deviation, One-Way ANOVA and Pearson's Moment Product Correlation.

The research found that the public attitude toward the political party membership registration in Laksi district, Bangkok, was high level. Sex and occupation had significant impacts on different levels of public attitudes toward political party membership registration in Laksi District, Bangkok, at a significance level of 0.05. Additionally, political participation was related to people's attitudes toward political party applicants in Laksi District, Bangkok, at a significance level of 0.05.

Keywords: attitude; political party membership registration applicant; Laksi District, Bangkok

บทนำ (Introduction)

ภายใต้โครงสร้างทางสังคมในระบอบประชาธิปไตย พรรคการเมืองซึ่งเป็นกลุ่มทางการเมืองที่ได้รับการจัดตั้งขึ้นเป็นองค์กร มีชื่อและเครื่องหมายของตนเองอย่างชัดเจน และส่งตัวแทนลงสมัครรับเลือกตั้ง เพื่อเข้าดำรงตำแหน่งทางการเมือง ขณะที่โครงสร้างการปกครองของระบอบเผด็จการ พรรคการเมืองจะเป็นองค์กรทางการเมืองเพียงองค์กรเดียวที่สามารถผูกขาดอำนาจในการปกครองประเทศ ทั้งนี้ความแตกต่างระหว่างพรรคการเมืองจากระบบการเมืองที่ต่างกันนั้นเกิดจากความแตกต่างในการได้มา ซึ่งอำนาจรัฐกล่าวคือ ระบอบประชาธิปไตย พรรคการเมืองได้อำนาจมาจากการส่งตัวแทน ลงแข่งขันในการเลือกตั้ง และเมื่อพรรคใดได้รับเสียงข้างมากก็มีโอกาสเข้าไปจัดตั้งรัฐบาล ขณะที่ระบอบเผด็จการ พรรคการเมืองได้อำนาจมาจากการใช้กำลังโค่นล้มรัฐบาลเดิม แล้วผูกขาดการจัดตั้งรัฐบาลอย่างต่อเนื่องภายใต้การปิดกั้นโอกาสให้พรรคการเมืองอื่นๆ และประชาชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการใช้อำนาจรัฐ (นิติพันธ์ อินทโชติ และคณะ, 2564: 219-226)

บทบาทและหน้าที่ของสมาชิกพรรคการเมืองจึงมีความสำคัญในระบบพรรคการเมืองของทุกระบบการเมือง เพราะสมาชิกพรรคการเมืองจะทำหน้าที่เป็นกลไกในการขับเคลื่อนกิจกรรมทางการเมืองของพรรคทั้งในแบบที่เป็นทางการเมืองหรือไม่เป็นทางการเมือง ซึ่งในการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เมื่อปี พ.ศ. 2566 นั้นมีพรรคการเมืองไทยจำนวน 67 พรรค ได้ส่งสมาชิกพรรคการเมืองสมัครรับเลือกตั้ง ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการดำเนินกิจกรรมทางการเมืองของพรรคการเมืองมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาความเป็นประชาธิปไตยของไทย ซึ่งขับเคลื่อนผ่านบทบาทของสมาชิกพรรคการเมืองแต่ละพรรคที่เข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองทั้งในทางตรงและทางอ้อม (นิติพันธ์ อินทโชติ และคณะ, 2564: 220-222)

ทั้งนี้ เขตหลักสี่ซึ่งถือเป็นเขตสำคัญของกรุงเทพมหานครโดยเป็นเขตที่อยู่อาศัยรองรับการขยายตัวของเมือง ทางทิศตะวันออก (ตอนเหนือ) ของกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 และสถานที่ราชการจำนวนมากจัดตั้งอยู่ ตลอดจนยังมีพื้นที่ทางเศรษฐกิจ เช่น ตลาดการค้าและศูนย์การค้าอีกหลายแห่ง อีกทั้งมีจำนวนประชากร 98,377 คน (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2567) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการเป็นเขตที่มีความสำคัญในบริบทการปกครองและเศรษฐกิจของกรุงเทพมหานคร

การศึกษาเรื่อง ทักษะชีวิตของประชาชนต่อการสมัครเป็นสมาชิกพรรคการเมืองในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร จึงมุ่งศึกษาถึงระดับทัศนคติและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการสมัครเป็นสมาชิกพรรค

การเมือง อันเป็นภาพสะท้อนที่สำคัญของความสนใจทางการเมืองของประชาชนต่อการมีบทบาททางการเมืองระดับสูงผ่านการเข้าเป็นสมาชิกพรรคการเมือง ซึ่งบ่งชี้ถึงระดับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในชุมชนเขตเมืองที่สำคัญ อันจะนำไปเป็นฐานข้อมูลเพื่อส่งเสริมการพัฒนาความเป็นประชาธิปไตยด้วยการยกระดับความเป็นสถาบันทางการเมืองของพรรคการเมืองให้เกิดความเข้มแข็งและเกิดความยั่งยืน อันเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาการเมืองการปกครองของไทยให้มีความเป็นประชาธิปไตยแบบสากลต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาระดับทัศนคติของประชาชนต่อการสมัครเป็นสมาชิกพรรคการเมืองในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตาม อายุ อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้ กับทัศนคติของประชาชนต่อการสมัครเป็นสมาชิกพรรคการเมืองในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบทบาทสื่อกับทัศนคติของประชาชนต่อการสมัครเป็นสมาชิกพรรคการเมืองในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

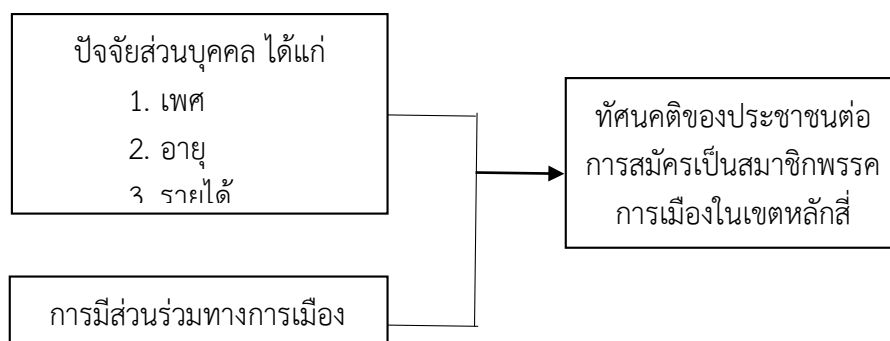
สมมติฐานการวิจัย (Research Hypothesis)

1. เพศที่แตกต่างกันมีทัศนคติของประชาชนต่อการสมัครเป็นสมาชิกพรรคการเมืองในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานครแตกต่างกัน
2. อายุที่แตกต่างกันมีทัศนคติของประชาชนต่อการสมัครเป็นสมาชิกพรรคการเมืองในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานครแตกต่างกัน
3. รายได้ที่แตกต่างกันมีทัศนคติของประชาชนต่อการสมัครเป็นสมาชิกพรรคการเมืองในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานครแตกต่างกัน
4. อาชีพที่แตกต่างกันมีทัศนคติของประชาชนต่อการสมัครเป็นสมาชิกพรรคการเมืองในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานครแตกต่างกัน
5. การมีส่วนร่วมทางการเมืองมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนต่อการสมัครเป็นสมาชิกพรรคการเมืองในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การศึกษาเรื่อง ทักษะคิดของประชาชนต่อการสมัครเป็นสมาชิกพรรคการเมืองในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร โดยเป็นการศึกษาวิจัยในรูปแบบเชิงปริมาณ ซึ่งมีขอบเขตการศึกษา ดังนี้

1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา ประเด็นในการศึกษาเน้นทัศนคติของประชาชนต่อการสมัครเป็นสมาชิกพรรคการเมืองในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ในด้านของบทบาทที่มีต่อการเมืองทั้งระดับท้องถิ่นระดับชาติ การเป็นตัวแทนของประชาชน อุดมการณ์ การส่งเสริมประชาธิปไตย และการขับเคลื่อนการทำงานของพรรคการเมือง

1.2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรในครั้งนี้เป็นประชาชนที่อยู่อาศัยในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร โดยมีอายุตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไป จำนวน 100,360 คน จากฐานข้อมูลเขตหลักสี่ เมื่อวันที่ 31 ธันวาคม 2565 (สำนักงานเขตหลักสี่, 2567) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) กับกลุ่มตัวอย่างที่พบเจอในเขตพื้นที่ที่ศึกษา จำนวน 400 คน

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ ขอบเขตด้านพื้นที่ ได้แก่ เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา ระยะเวลาในการศึกษา 1 เมษายน-30 เมษายน พ.ศ. 2567

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การวิจัยนี้ได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้ดำเนินการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง พร้อมทั้งชี้แจงอธิบายเกี่ยวกับแบบสอบถาม และรวบรวมแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูล

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลจากแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ ได้ถูกนำมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้ สถิติพื้นฐานในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's Moment Product Correlation) โดยตัวแปรในการวิจัย ประกอบด้วย ตัวแปรอิสระ กล่าวคือ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ และ อาชีพ กับ การมีส่วนร่วมทางการเมือง และ ตัวแปรตาม ได้แก่ ทักษะคิดของประชาชนต่อการสมัครเป็นสมาชิกพรรคการเมืองในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัย (Research Results)

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติของประชาชนต่อการสมัครเป็นสมาชิกพรรคการเมืองในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ดังนี้

ด้านเพศ ส่วนใหญ่เป็น ชาย จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.8 รองลงมา ได้แก่ เพศหญิง จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 และ เพศทางเลือก จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.2 ตามลำดับ

ด้านอายุ ส่วนใหญ่เป็น กลุ่ม 26-45 ปี จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3 รองลงมา ได้แก่ กลุ่ม 18-25 ปี จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 กลุ่ม 46-60 ปี จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 และ กลุ่ม 61 ปีขึ้นไป จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 ตามลำดับ

ด้านรายได้ ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มไม่เกิน 20,000 บาท จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.3 รองลงมา ได้แก่ กลุ่ม 20,001-35,000 บาท จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 และ กลุ่ม 35,001 บาทขึ้นไป จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8

ด้านอาชีพ ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มรับราชการและรัฐวิสาหกิจ จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมา ได้แก่ กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 กลุ่มนักศึกษา จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 และ กลุ่มอื่นๆ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

2. การมีส่วนร่วมทางการเมือง ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.22$, S.D.=1.23) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า กิจกรรมสาธารณะประโยชน์เกี่ยวข้องกับประชาชนทุกคน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$, S.D.=1.34) รองลงมา ได้แก่ การติดตามข้อมูลข่าวสารทางการเมืองเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ และ ประชาชนต้องติดตามใส่ใจต่อการทำงานของหน่วยงานรัฐ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.20$, S.D.=1.48 และ 1.49) การสอดส่องพฤติกรรมนักการเมืองเป็นเรื่องจำเป็น อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.01$, S.D.=1.38) และ ประชาชนมีบทบาทสำคัญในกิจกรรมทางการเมือง อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.95$, S.D.=1.51)

3. ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์ข้อ 1 เพื่อศึกษาระดับทัศนคติของประชาชนต่อการสมัครเป็นสมาชิกพรรคการเมืองในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติของประชาชนต่อการสมัครเป็นสมาชิกพรรคการเมืองในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.47$, S.D.=0.83) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า การสร้างพรรคมวลชนต้องมีสมาชิกพรรคที่กระจายทั่วประเทศ ($\bar{X} = 4.06$, S.D.=1.22) อยู่ในระดับมาก รองลงมา ได้แก่ พรรคการเมืองสมัยใหม่ต้องมีสมาชิกพรรคที่มีอุดมการณ์เข้มแข็ง ($\bar{X} = 3.82$, S.D.=1.01) อยู่ในระดับมาก การเป็นสมาชิกพรรคเป็นสิ่งที่ดี ($\bar{X} = 3.80$, S.D.=1.34) อยู่ในระดับมาก นักการเมืองท้องถิ่นควรเป็นสมาชิกพรรค ($\bar{X} = 3.80$, S.D.=1.04) อยู่ในระดับมาก สมาชิกพรรคต้องพร้อมให้การสนับสนุนพรรคอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.64$, S.D.=1.19) อยู่ในระดับมาก การเป็นสมาชิกพรรคคือการเรียนรู้การเป็นตัวแทนทางการเมือง ($\bar{X} = 3.59$, S.D.=1.21) อยู่ในระดับมาก การเป็นสมาชิกพรรคช่วยส่งเสริมความเป็นประชาธิปไตยของรัฐ ($\bar{X} = 3.56$, S.D.=1.29) อยู่ในระดับมาก สมาชิกพรรคมีบทบาทมากในการกำหนดนโยบายพรรค ($\bar{X} = 3.53$, S.D.=1.16) อยู่ในระดับมาก สมาชิกพรรคคือกลไกขับเคลื่อนงานการเมืองของพรรค ($\bar{X} = 3.50$, S.D.=1.05) อยู่ในระดับมาก สมาชิกพรรคมีบทบาทสำคัญต่อการเมืองระดับชาติ ($\bar{X} = 3.38$, S.D.=1.54) อยู่ในระดับปานกลาง สมาชิกพรรคต้องพร้อมให้เงินค่าสมาชิกอุดหนุนพรรค ($\bar{X} = 3.16$, S.D.=1.18) อยู่ในระดับปานกลาง ความเข้มแข็งของพรรคการเมืองขึ้นอยู่กับสมาชิกพรรค ($\bar{X} = 3.14$, S.D.=1.33) อยู่ในระดับปานกลาง เยาวชนควรมีส่วนร่วมกับพรรคในฐานะสมาชิกพรรครุ่นเยาว์ ($\bar{X} = 3.07$, S.D.=1.15) อยู่ในระดับปานกลาง สมาชิกพรรคมีบทบาทสำคัญต่อการเมืองท้องถิ่น ($\bar{X} = 2.99$, S.D.=1.65) อยู่ในระดับปานกลาง และ สมาชิกพรรคมีความสำคัญต่อการทำงานเชิงนโยบายของพรรค ($\bar{X} = 2.96$, S.D.=1.19) อยู่ในระดับปานกลาง

วัตถุประสงค์ 2 เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตาม อายุ อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้ กับทัศนคติของประชาชนต่อการสมัครเป็นสมาชิกพรรคการเมืองในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

สมมติฐานที่ 1 เพศ ที่แตกต่างกันมีทัศนคติของประชาชนต่อการสมัครเป็นสมาชิกพรรคการเมืองในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 อายุ ที่แตกต่างกันมีทัศนคติของประชาชนต่อการสมัครเป็นสมาชิกพรรคการเมืองในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 รายได้ ที่แตกต่างกันมีทัศนคติของประชาชนต่อการสมัครเป็นสมาชิกพรรคการเมืองในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 อาชีพ ที่แตกต่างกันมีทัศนคติของประชาชนต่อการสมัครเป็นสมาชิกพรรคการเมืองในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

วัตถุประสงค์ข้อ 3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบทบาทสื่อกับทัศนคติของประชาชนต่อการสมัครเป็นสมาชิกพรรคการเมืองในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

สมมติฐานที่ 5 บทบาทสื่อมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนต่อการสมัครเป็นสมาชิกพรรคการเมืองในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

ในศึกษาระดับทัศนคติของประชาชนต่อการสมัครเป็นสมาชิกพรรคการเมืองในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร พบว่า ทัศนคติของประชาชนต่อการสมัครเป็นสมาชิกพรรคการเมือง ในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.47$, S.D.=0.83) เนื่องจากประชาชนยอมรับว่าการเป็นสมาชิกพรรคการเมืองคือการเป็นส่วนหนึ่งในสถาบันทางการเมืองที่จะต้องเข้าไปมีบทบาทในการเข้าไปสู่การจัดตั้งรัฐบาลหลังการเลือกตั้ง สอดคล้องกับ ฟาติมา ไทยเศรษฐ และ ประสงค์ กัลป์ยานะธรรม (2560: 249-268) พบว่า บทบาทสถาบันในกระบวนการเรียนรู้ทางการเมืองที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของนักศึกษา และวิมาลา อินดั่ง และ คณะ (2558: 147-157) ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่ใช้ในการทำนายการมีส่วนร่วมทางการเมืองของพยาบาลวิชาชีพในโรงพยาบาล โดยส่วนใหญ่มีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งมากที่สุด

จากการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามอายุ อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้กับทัศนคติของประชาชนต่อการสมัครเป็นสมาชิกพรรคการเมือง ในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร พบว่า เพศ ที่แตกต่างกันมีทัศนคติของประชาชนต่อการสมัครเป็นสมาชิกพรรคการเมืองในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ เนื่องจากโดยมากเพศทางเลือกมักให้ความสนใจต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองสูง รวมทั้งยังมีแสดงบทบาททางการเมืองผ่านกลไกของพรรคการเมือง สอดคล้องกับ ธนชภา จันทวรา และคณะ (2565: 317-334) พบว่า ที่เพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกตั้งระดับชาติ และ พรเทพ เตชะไพบูลย์ (2544: 1-16) การเป็นสมาชิกในสาขาพรรคทำให้พรรคมีรากฐานที่เข้มแข็งผ่านการติดต่อสื่อสารกับประชาชนในท้องถิ่นโดยตรงเพื่อนำข้อมูลมาปรับใช้เป็นกลยุทธ์ในการแก้ไขปัญหาและวางแผนกำหนดเป็นนโยบายของพรรค อีกทั้งพรรคประชาธิปไตยไม่มีใครเป็นเจ้าของ ทำให้พรรคมีพื้นที่สาธารณะที่ทุกคนร่วมเป็นเจ้าของได้

นอกจากนี้ อาชีพ ที่แตกต่างกันมีทัศนคติของประชาชนต่อการสมัครเป็นสมาชิกพรรคการเมืองในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่

กำหนดไว้ เนื่องจากอาชีพต่างๆ มีความใกล้ชิดกับกิจกรรมทางการเมืองไม่เท่ากัน โดยเฉพาะกลุ่มอาชีพที่ต้องเรียกร้องขอความช่วยเหลือจากระบบการเมืองก็ทำให้จำเป็นต้องแสดงบทบาททางการเมืองมากกว่ากลุ่มอาชีพที่หยุดนิ่งหรือดำเนินกิจกรรมตามครรลองของสายวิชาชีพนั้น เช่น กลุ่มค้าขายขนาดเล็ก กลุ่มมอเตอร์ไซด์รับจ้าง หรือกลุ่มรับจ้างรายวัน เป็นต้น สอดคล้องกับ ธนชาภา จันทวารา และคณะ (2565: 317-334) พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกตั้งระดับชาติแตกต่างกัน

รวมถึง จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบทบาทสื่อกับทัศนคติของประชาชนต่อการสมัครเป็นสมาชิกพรรคการเมือง ในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร พบว่า บทบาทสื่อมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนต่อการสมัครเป็นสมาชิกพรรคการเมืองในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ เนื่องจากสื่อมีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมทางการเมืองซึ่งเป็นพื้นฐานของการเมืองในระบอบประชาธิปไตย โดยเน้นย้ำถึงบทบาทการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างประชาชนกับระบบการเมือง สอดคล้องกับ ฐานิตา เฉลิมช่วง และ อัมรินทร์ นาคณัฐเศรษฐ์ (2559: 82-90) พบว่า การมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านการพัฒนาความสัมพันธ์ทางสังคมอยู่ในระดับมากที่สุด และธนภัทร ปัจฉิมม์ (2562: 539-545) พบว่า พรรคการเมืองเหล่านี้จัดตั้งขึ้นจากตัวบุคคลและได้รับการจัดสรรเงินจากกองทุนเป็นหลักเพื่อใช้ในการจัดกิจกรรมของพรรค โดยไม่ได้รับเงินจากทุนสนับสนุนอื่นใด

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

ผลของการวิจัยนี้ได้สะท้อนให้เห็นว่า พรรคการเมืองนั้นมีบทบาทสำคัญในฐานะเป็นสถาบันทางการเมือง การขับเคลื่อนภายในพรรคการเมืองหนึ่งๆ นั้นต้องอ้างอิงและยึดถือบทบาทของสมาชิกพรรคการเมืองภายใต้อุดมการณ์ทางการเมืองที่สอดคล้องกัน จึงจะทำให้ความเป็นสถาบันทางการเมืองนั้นเข้มแข็ง การคัดสรรบุคคลเข้าเป็นสมาชิกพรรคการเมืองจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างมาก ซึ่งต้องอาศัยหลายปัจจัยเป็นแรงผลักดันให้ประชาชนยอมรับและสนใจเข้ามาเป็นสมาชิกพรรคการเมือง ผลการศึกษาดังกล่าวจึงสามารถนำไปช่วยในการจัดทำฐานข้อมูลเพื่อนำไปสู่การวางแผนสำหรับการขยายจำนวนสมาชิกพรรคการเมืองต่อไป

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 กลไกรัฐควรส่งเสริมให้เกิดการจัดทำกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ที่เปิดกว้างให้ประชาชนในเขตหลักสี่ในทุกสาขาวิชาชีพสามารถเข้ามามีบทบาทในการมีส่วนร่วมให้มากขึ้น

1.2 กองทุนพัฒนาพรรคการเมืองควรสนับสนุนด้านงบประมาณเพิ่มมากขึ้นเพื่อให้พรรคการเมืองเกิดความคล่องตัวในการเร่งระดมการคัดสรรและชักนำประชาชนเข้าสู่กระบวนการทางการเมืองผ่านความเป็นสมาชิกพรรคการเมือง

1.3 พรรคการเมืองควรกำหนดยุทธศาสตร์ที่ช่วยกระตุ้นให้ประชาชนสนใจสมัครเข้าเป็นสมาชิกพรรคการเมือง

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาประเด็นวัฒนธรรมทางการเมือง กลุ่มผลประโยชน์ การกล่อมเกลากองการเมือง

2.2 ควรศึกษาเพิ่มเติมถึงปัจจัยแวดล้อมอื่นๆ ได้แก่ วัฒนธรรมชุมชน หลักธรรมาภิบาลที่มีต่อทัศนคติของประชาชนในการกำหนดนโยบายสาธารณะ

เอกสารอ้างอิง (References)

- ฐานิตา เฉลิมช่วง และ อัมรินทร์ นาคณัฐเศรษฐ์ (2559) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ในระดับเทศบาล จังหวัดฉะเชิงเทรา. *วารสารชุมชนวิจัยและพัฒนาสังคม*. 10(1): 82-90.
- ธนาภา จันทวารา ประสิทธิ์ กุลบุญญา ไพศาล พากเพียร (2565) บทบาทพรรคการเมืองที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตเทศบาล เมืองอำนาจเจริญ จังหวัดอำนาจเจริญ. *วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์*. 7(2): 317-334.
- ธนภัทร ปัจฉิม (2562) การศึกษาองค์ประกอบ ตัวชี้วัดและแนวทางการส่งเสริมสนับสนุน การจัดสรรเงินทุนพัฒนาพรรคการเมืองที่ไม่มีสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เพื่อสร้างความเป็นประชาธิปไตยในพรรคการเมืองไทย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น*. 16(1): 539-545.
- นิติพันธ์ อินทโชติ ประณต นันทิยะกุล และ สุรพล สุษะพรหม (2564) การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในการเป็นสมาชิกพรรคการเมืองไทย ในจังหวัดชัยภูมิ. *วารสารสิทธิปริทรรศน์*. 22(2): 219-226.
- พรเทพ เตชะไพบูลย์ (2544) การบริหารองค์การและการดำรงอยู่ของพรรคการเมือง ศึกษากรณีพรรคประชาธิปัตย์และพรรคมหาชน. *วารสารสถาบันพระปกเกล้า*. 9(3): 1-16.
- ฟาติมา ไทยเศรษฐ์ และ ประสงค์ กัลป์ยณะธรรม (2560) สถาบันในกระบวนการกล่อมเกลากองการเมืองที่มีอิทธิพล ต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของนักศึกษาระดับอุดมศึกษา จังหวัดกาญจนบุรี. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย สาขาสังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ และศิลปะ*. 37(2): 249-268.
- วิมาลา อินดั่ง อรอนงค์ วิชัยคำ และ เรมวอล นันทศุภวัฒน์ (2558) ปัจจัยทำนายการมีส่วนร่วมทางการเมืองของพยาบาลวิชาชีพในโรงพยาบาล เขตภาคเหนือ. *พยาบาลสาร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*. 42(3): 147-157.
- สำนักงานเขตหลักสี่ (2567) *ข้อมูลทั่วไปของเขต*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://webportal.bangkok.go.th/laksi/page/sub/4525/ข้อมูลทั่วไปของเขต>. สืบค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2567.
- สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. (2567). *สถิติประชากรและบ้าน – จำนวนประชากรแยกอายุ*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age.php. สืบค้นเมื่อ 14 กุมภาพันธ์ 2567.

การศึกษาปัจจัยและการพัฒนาเกณฑ์การประเมินมาตรฐานเพื่อความชัดเจนและ
ความโปร่งใสในการวัดผล

A Study of Factors and the Development of Standardized Assessment Criteria
for Clarity and Transparency in Evaluation

ประจักษ์ เติมนม¹ วิลาวลัย จันทรศรี²

Prajak Chertchom, Wilawan Jansri

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความชัดเจนและความโปร่งใสของเกณฑ์การประเมินผลการเรียนในรายวิชาระบบสารสนเทศ 2. ออกแบบและพัฒนาเกณฑ์การประเมินมาตรฐานที่เหมาะสมสำหรับรายวิชาเกี่ยวกับระบบสารสนเทศ รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณประชากร ได้แก่ นิสิตระดับปริญญาตรีที่ลงทะเบียนเรียน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่แบบสอบถามเกี่ยวกับเกณฑ์การประเมินผลการเรียนการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านระบบ Google Forms การวิเคราะห์ข้อมูลได้เลือกเทคนิคสถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความชัดเจนและความโปร่งใสของเกณฑ์การประเมินได้แก่ การใช้เกณฑ์การประเมินแบบมีมาตรฐาน (Rubric) ความสม่ำเสมอในการให้คะแนนระหว่างผู้สอน การประเมินที่หลากหลายและเฉพาะบุคคล รวมถึงการรวมวิธีการประเมินที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ $Y=2.063+0.389X_1-0.261X_2-0.195X_3+0.749X_4$ ชี้ให้เห็นว่า ตัวแปร (X_4) การรวมวิธีการประเมินที่หลากหลายและใช้เป็นมาตรฐานทั้งชั้นเรียนมีผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความชัดเจนและความโปร่งใสของเกณฑ์การประเมิน ขณะที่ความสม่ำเสมอในการให้คะแนนและการประเมินที่หลากหลายและเฉพาะบุคคลมีผลเชิงลบ งานวิจัยนี้จึงนำเสนอแนวทางในการออกแบบระบบการประเมินที่เหมาะสมและมีมาตรฐานมากขึ้น เพื่อยกระดับคุณภาพการเรียนการสอนและผลลัพธ์การเรียนรู้ของนิสิตในอนาคต

คำสำคัญ (Keyword): ปัจจัย; การพัฒนาเกณฑ์การประเมินมาตรฐาน;
ความชัดเจนและความโปร่งใสในการวัดผล

Abstract

This research article aimed to: (1) study the factors influencing the clarity and transparency of assessment criteria in Information Systems courses and (2) design and develop

Received: 2025-03-09 Revised: 2025-03-28 Accepted: 2025-03-30

¹ อาจารย์ประจำหลักสูตรวิชาการค้าสมัยใหม่และนวัตกรรมบริการ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ Lecture of Program in Modern Trade and Service Innovation: B.B.A. (Modern Trade and Service Innovation), Faculty of Economics and Business Administration, Thaksin University. E-mail: prajak.c@tsu.ac.th

² อาจารย์ประจำหลักสูตรวิชาการค้าสมัยใหม่และนวัตกรรมบริการ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ Lecture of Program in Modern Trade and Service Innovation: B.B.A. (Modern Trade and Service Innovation), Faculty of Economics and Business Administration, Thaksin University E-mail: wilawan@scholar.tsu.ac.th

standardized assessment criteria appropriate for Information Systems courses. This study employed a quantitative research approach. The population consisted of undergraduate students enrolled in IS courses. The research instrument was a questionnaire regarding the assessment criteria, and data were collected through Google Forms. The data were analyzed using descriptive statistics and multiple regression analysis. The findings revealed that the factors influencing the clarity and transparency of assessment criteria included the use of standardized rubrics, consistency of grading among instructors, diverse and personalized assessments, and the integration of various assessment methods. The results of the multiple regression analysis ($Y = 2.063 + 0.389X_1 - 0.261X_2 - 0.195X_3 + 0.749X_4$) indicated that the integration of diverse assessment methods applied consistently across the class (X_4) had a significantly positive impact on the clarity and transparency of assessment criteria. In contrast, grading consistency among instructors (X_2) and diverse and personalized assessments (X_3) exhibited a negative effect. Therefore, this research proposes guidelines for designing a more appropriate and standardized assessment system to enhance the quality of teaching and improve student learning outcomes in the future.

Keywords: Factors; Standardized Assessment Criteria Development; Clarity and Transparency

บทนำ (Introduction)

ในการศึกษาด้านการบริหารธุรกิจการค้าในยุคใหม่ ปัจจุบันยังขาดเกณฑ์การประเมินมาตรฐานสำหรับการให้คะแนนในรายวิชาเกี่ยวกับระบบสารสนเทศ (IS) ส่งผลให้วิธีการประเมินมีความหลากหลายและผลลัพธ์การเรียนรู้ไม่สอดคล้องกัน (Said et al., 2015: 297; Braun, 2019: 429) ความไม่สอดคล้องนี้สร้างความท้าทายให้กับทั้งผู้สอนและนิสิตในการวัดผลและบรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น จึงมีความจำเป็นต้องออกแบบเกณฑ์การประเมินที่ครอบคลุมและเหมาะสมกับรายวิชาระบบสารสนเทศในบริบทของการบริหารธุรกิจการค้าในยุคใหม่ เพื่อให้แน่ใจว่าการเรียนการสอนสอดคล้องกับความต้องการของอุตสาหกรรมและสามารถพัฒนาผลลัพธ์การเรียนรู้ให้ดียิ่งขึ้น (Dunbar, 2018: 136 ; Ragupathi & Lee, 2020: 73) การประเมินและให้คะแนนนิสิตในระบบการศึกษาปัจจุบันเผชิญกับความท้าทายหลายประการ ซึ่งปัญหาเหล่านี้มีความซับซ้อนและอาจส่งผลกระทบต่อความยุติธรรม ความถูกต้อง และประสิทธิภาพของการประเมิน ตัวอย่างเช่น มาตรฐานเทียบกับความเป็นปัจเจก การทดสอบมาตรฐานมักไม่สามารถรองรับรูปแบบการเรียนรู้ ภูมิหลัง และความสามารถที่แตกต่างกันของนิสิตได้ ส่งผลให้เป็นการประเมินแบบ “แบบทดสอบเดียวใช้ได้กับทุกคน” ซึ่งอาจทำให้นิสิตบางกลุ่มเสียเปรียบ (Holstein et al., 2006: 300) ประเด็นที่สองความต้องการเฉพาะบุคคล ความแตกต่างด้านความต้องการและจังหวะการเรียนรู้ทำให้ยากต่อการสร้างระบบการให้คะแนนที่เป็นธรรมและครอบคลุมสำหรับนิสิตทุกคน (Roy et al., 2013: 1186) ประเด็นที่สามด้านอัตวิสัยและอคติ อคติของผู้สอน คือ อคติที่เกิดขึ้นโดยไม่รู้ตัวสามารถส่งผลกระทบต่อการให้คะแนนโดยเฉพาะอย่างยิ่งในการประเมินที่ต้องใช้ดุลยพินิจ เช่น การเขียนเรียงความและการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน (Quinn, 2020: 375) ส่วนอคติทางวัฒนธรรมคือระบบการทดสอบและการให้คะแนนมาตรฐานอาจมีอคติต่อบรรทัดฐานทางวัฒนธรรมและองค์ความรู้บางอย่าง ส่งผลให้กลุ่มนิสิตที่เป็นชนกลุ่มน้อยหรือความลำเอียงทางเชื้อชาติและ

ศาสนาหรือการเสียเปรียบ (Fan et al., 2019: 14) ประเด็นที่สี่ วิธีการประเมิน การสอบแบบดั้งเดิมมักเน้นที่ การท่องจำมากกว่าการวัดผลทักษะด้านการคิดวิเคราะห์ ความคิดสร้างสรรค์ หรือทักษะปฏิบัติ (Albanese & Case, 2016: 221) ประกอบด้วยการสอบที่มีเดิมพันสูง การพึ่งพาการสอบครั้งใหญ่เป็นหลัก อาจสร้างความเครียดให้กับนิสิตและไม่สามารถสะท้อนความสามารถหรือองค์ความรู้โดยรวมของนิสิตได้อย่างแท้จริง (Ritt, 2016: 42) ข้อเสนอแนะและการเรียนรู้ การให้คะแนนเพียงอย่างเดียวโดยปราศจากคำแนะนำที่ชัดเจน อาจไม่ช่วยให้นิสิตพัฒนาได้อย่างแท้จริง และอาจทำให้ขาดแรงจูงใจในการเรียนรู้ (Irons & Elkington, 2022: 10) การประเมินแบบต่อเนื่อง vs. การประเมินสรุปผล การให้ความสำคัญกับการประเมินสรุปผล (เช่น เกรด สุดท้าย) มากกว่าการประเมินแบบต่อเนื่อง (การให้ข้อเสนอแนะระหว่างการเรียน) อาจเป็นอุปสรรคต่อการ พัฒนาทักษะและการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (Dolin et al., 2018: 53) การเพื่อของเกรด ในบางสถาบันมีแรง กดดันให้ผู้สอนต้องให้คะแนนสูงขึ้นเนื่องจากระบบการประเมินของผู้สอน ซึ่งอาจลดคุณค่าของเกรดและบั่น ทอนความเข้มข้นทางวิชาการ (Baird et al., 2019: 343) การประเมินผลการเรียนของนิสิตเป็นองค์ประกอบ สำคัญของกระบวนการทางการศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในรายวิชาเกี่ยวกับระบบสารสนเทศ ซึ่งต้องบูรณา การความรู้เชิงทฤษฎีและทักษะปฏิบัติให้สอดคล้องกัน เกณฑ์การให้คะแนนที่มีประสิทธิภาพไม่เพียงสะท้อน ความเข้าใจของนิสิตเท่านั้น แต่ยังเป็นแรงขับเคลื่อนให้เกิดการมีส่วนร่วมและการพัฒนาอีกด้วย งานวิจัยฉบับ นี้มุ่งออกแบบเกณฑ์การประเมินที่สามารถยกระดับผลลัพธ์การเรียนรู้ได้ โดยการทำให้การประเมินมีความ ยุติธรรม ครอบคลุม และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของรายวิชา

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการประเมินผลการเรียนของนิสิตในรายวิชาระบบสารสนเทศ (Information Systems)
2. ออกแบบและพัฒนาเกณฑ์การประเมินมาตรฐานที่เหมาะสมสำหรับรายวิชาเกี่ยวกับระบบ สารสนเทศ (Information System) เพื่อความชัดเจนและความโปร่งใสในการวัดผล

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจะ ดำเนินการผ่านแบบสอบถามเชิงปริมาณจากกลุ่มตัวอย่างนิสิตที่ลงทะเบียนเรียนในรายวิชาระบบสารสนเทศ (Information Systems) เพื่อวิเคราะห์แนวโน้มและความสัมพันธ์ของตัวแปรที่เกี่ยวข้อง ขอบเขตการวิจัยนี้จะ ช่วยให้เห็นการพัฒนาแนวทางการประเมินที่เหมาะสมกับหลักสูตร

1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการประเมินผลการเรียนของ นิสิตในรายวิชาระบบสารสนเทศ (Information Systems) โดยเฉพาะในบริบทของการค้าสมัยใหม่ การศึกษา นี้เน้นการพัฒนาเกณฑ์การประเมินมาตรฐานที่ช่วยลดความแตกต่างอันเกิดจากสไตล์การเรียนรู้ ภูมิหลัง และ ความสามารถของนิสิต รวมถึงการวิเคราะห์ผลกระทบของการใช้วิธีการประเมินที่หลากหลายต่อผลสัมฤทธิ์ ทางการเรียน

1.2 ขอบเขตด้านประชากร กลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ ได้แก่ นิสิตระดับ ปริญญาตรี ชั้นปีที่ 2 ถึงปีที่ 4 จากสาขาวิชาการค้าสมัยใหม่และนวัตกรรมการตลาด จำนวน 160 คน ซึ่ง

ทั้งหมดได้ลงทะเบียนเรียนในรายวิชาระบบสารสนเทศ (Information Systems) ตั้งแต่ปีการศึกษา 2563-2567 โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์ที่กำหนด (Alabi, 2017: 85)

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่การวิจัยนี้ดำเนินการภายในมหาวิทยาลัยของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา โดยมุ่งเน้นการเก็บข้อมูลจากนิสิตที่เรียนในรายวิชาระบบสารสนเทศ (Information Systems) ภายใต้บริบทของหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการค้าสมัยใหม่และนวัตกรรมการตลาด

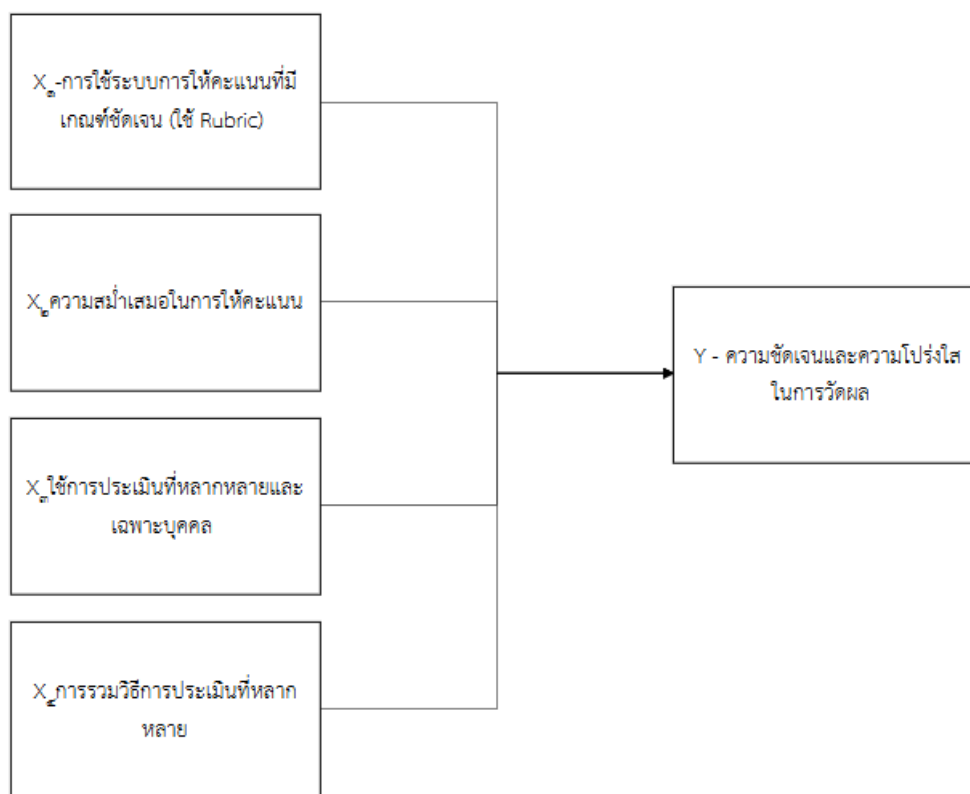
1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลาการศึกษาโดยทำการศึกษาวิจัยในปีการศึกษา 2567 และเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการระหว่างปีการศึกษา 2563-2567 เพื่อให้สามารถวิเคราะห์ข้อมูลในระยะยาวและเปรียบเทียบแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่ส่งผลต่อการประเมินผลการเรียน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ผ่าน Google Forms ซึ่งได้รับการออกแบบให้ครอบคลุมประเด็นสำคัญ เช่น ลักษณะประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเรียนรู้ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการประเมินผล โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2. ปัจจัยที่มีผลต่อการเรียนรู้ ความชัดเจนและความโปร่งใสในการวัดผล 3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการเรียนรู้และการประเมินผลทั้งนี้ ก่อนนำแบบสอบถามไปใช้จริง ได้มีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญในด้านการออกแบบการวัดและการประเมินผลการศึกษา และได้รับการปรับปรุงให้มีความเหมาะสมตามข้อเสนอแนะ จากนั้นได้ดำเนินการทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยวิเคราะห์ด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าเท่ากับ 0.87 แสดงว่าแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับดีและเหมาะสมต่อการนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริง

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อมูลถูกเก็บรวบรวมผ่านระบบ Google Forms โดยแจกจ่ายแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด นิสิตทุกคนได้รับคำชี้แจงเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยก่อนทำแบบสอบถาม ทั้งนี้การเก็บข้อมูลได้รับการดำเนินการในช่วงเวลาที่กำหนด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นปัจจุบันและสะท้อนปัจจัยที่มีผลต่อการเรียนรู้ของนิสิตอย่างถูกต้อง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เช่น ค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) โดยจัดกลุ่มคำตอบที่มีเนื้อหาคล้ายกันเพื่อตีความข้อมูลเชิงลึกและสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เช่น การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยเฉพาะปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความชัดเจนและความโปร่งใสของเกณฑ์การประเมิน

กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)



รูปที่ 1 ภาพกรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษานี้มุ่งเน้นวิเคราะห์มุมมองของนิสิตต่อความชัดเจนและความโปร่งใสของเกณฑ์การประเมินผลในวิชาสารสนเทศ รวมถึงปัจจัยที่อาจส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของการประเมิน โดยใช้ตัวแปรดังต่อไปนี้

ตัวแปรตาม (*Dependent Variable, Y*) คือ ความชัดเจนและความโปร่งใสของเกณฑ์การประเมินที่นิสิตได้รับ

ตัวแปรอิสระ (*Independent Variables, X*) ประกอบด้วย

- X1: การใช้เกณฑ์การประเมินแบบมีมาตรฐาน (*Rubric*)
- X2: ความสม่ำเสมอในการให้คะแนนระหว่างผู้สอน
- X3: ความหลากหลายของวิธีการประเมินและผลต่อแรงจูงใจของนิสิต
- X4: การรวมวิธีการประเมินที่แตกต่างกันและผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

ผลการวิจัย (Research Result)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความชัดเจนและความโปร่งใสของเกณฑ์การประเมินผลการเรียนในรายวิชาระบบสารสนเทศ (*Information System - IS*) 2. พัฒนาแนวทางการใช้เกณฑ์การประเมินมาตรฐานเพื่อลดความคลาดเคลื่อนและเพิ่มความยุติธรรมในการวัดผล โดยข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (*Descriptive Statistics*) ดังตารางที่ 2 และ 3 เพื่ออธิบายกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ตารางที่ 1 ตัวแปรสำหรับ Multiple Regression Analysis โดยแปลงข้อมูลให้เป็นตัวเลข เพื่อให้สามารถนำไปวิเคราะห์

ตัวแปร	คำอธิบาย	
นิสิตให้คะแนนความชัดเจนและความโปร่งใสของเกณฑ์การประเมินในวิชาสารสนเทศ (IS) ที่นิสิตเรียนอยู่ในปัจจุบันอย่างไร	ชัดเจนและโปร่งใสมาก = 1, ชัดเจน = 2, เฉย ๆ = 3 ไม่ชัดเจน = 4 ไม่ชัดเจนเลย = 5	Y
การใช้ระบบการให้คะแนนที่มีเกณฑ์ชัดเจน (ใช้ Rubric) จะทำให้กระบวนการประเมินโปร่งใสและยุติธรรมในวิชาสารสนเทศ (IS) ของนิสิตมากขึ้นหรือไม่?	ใช่ = 1, ไม่ใช่ = 2, อาจจะ (โปรดอธิบาย) = 3	X ₁
นิสิตคิดว่า ความสม่ำเสมอในการให้คะแนนระหว่างผู้สอนในหลักสูตรเดียวกันในแต่ละภาคการศึกษาเป็นสิ่งสำคัญหรือไม่?	ไม่สำคัญเลย = 0, ไม่สำคัญ = 1, เฉย ๆ = 2, สำคัญ = 3, สำคัญมาก = 4	X ₂
หากวิชาสารสนเทศ (IS) ใช้การประเมินที่หลากหลายและเฉพาะบุคคล (เช่น การประเมินจากโครงการ การทำงานกลุ่ม หรือการประเมินจากการประยุกต์ใช้จริง) นิสิตจะรู้สึกมีแรงจูงใจในการเรียนมากขึ้นหรือไม่?	ไม่ใช่---> ฉันไม่คิดว่ามันจะเปลี่ยนแรงจูงใจของฉัน = 1, ไม่ใช่---> ฉันชอบการสอบแบบดั้งเดิม = 2, ใช่---> บางส่วน = 3, ใช่---> มาก = 4	X ₃
นิสิตคิดว่า การรวมวิธีการประเมินที่หลากหลายจะช่วยให้ผลการเรียนของนิสิตที่มีความสามารถและพื้นฐานที่แตกต่างกันดียิ่งขึ้นหรือไม่?	ไม่ใช่ = 0, ใช่ = 1	X ₄

ตารางที่ 2 ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	60	70.2
หญิง	99	29.1
อื่นๆ	1	0.07

จากตารางที่ 2 จากผลการวิจัยพบว่า เพศของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (99 คน) คิดเป็นร้อยละ 29.1 ขณะที่เพศชายมีจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 70.2 ส่วนเพศอื่นๆ มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.07 ซึ่งแสดงให้เห็นว่ามีสัดส่วนของผู้หญิงมากกว่าเพศชายอย่างชัดเจนในการศึกษาค้างนี้

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปร (N= 141)

	$\bar{X}$	Std. Deviation	ระดับความสำคัญ
การใช้ระบบการให้คะแนนที่มีเกณฑ์ชัดเจน (ใช้ Rubric)	1.02	.145	มาก
ความสม่ำเสมอในการให้คะแนน	3.57	.539	มาก
การประเมินที่หลากหลายและเฉพาะบุคคล	3.50	.502	น้อย
การรวมวิธีการประเมินที่หลากหลาย	.96	.203	มาก

การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่หนึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อความชัดเจนและความโปร่งใสของเกณฑ์การประเมินผลการเรียนในรายวิชาระบบสารสนเทศ (Information System - IS)

ตารางที่ 4 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อความชัดเจนและความโปร่งใสของเกณฑ์การประเมิน

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig. <0.05
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.063	.604		3.414	<.001
การใช้ระบบการให้คะแนนที่มีเกณฑ์ชัดเจน (ใช้ Rubric)	.389	.331	.098	1.174	.242
ความสม่ำเสมอในการให้คะแนน	-.261	.091	-.243	-2.872	.005
การประเมินที่หลากหลายและเฉพาะบุคคล	-.195	.093	-.169	-2.085	.039
การรวมวิธีการประเมินที่หลากหลาย	.749	.228	.263	3.280	.001

a. Dependent Variable: ความชัดเจนและความโปร่งใสของเกณฑ์การประเมิน * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณที่ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยต่าง ๆ ต่อความชัดเจนและความโปร่งใสของเกณฑ์การประเมิน โดยมีตัวแปรตามคือ Y ความชัดเจนและความโปร่งใสของเกณฑ์การประเมิน และตัวแปรอิสระที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ X₁ การใช้ระบบการให้คะแนนที่มีเกณฑ์ชัดเจน (Rubric) X₂ ความสม่ำเสมอในการให้คะแนน X₃ การประเมินที่หลากหลายและเฉพาะบุคคล และ X₄ การรวมวิธีการประเมินที่หลากหลาย จากผลการวิเคราะห์พบว่า ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางสถิติกับตัวแปรตามในระดับที่มี

นัยสำคัญคือ X_2 ความสม่ำเสมอในการให้คะแนน ($p = 0.005$) มีผลกระทบเชิงลบต่อความชัดเจนและความโปร่งใสของเกณฑ์การประเมิน (-0.261) และ X_3 การประเมินที่หลากหลายและเฉพาะบุคคล ($p = 0.039$) มีผลกระทบเชิงลบต่อความชัดเจนและความโปร่งใสของเกณฑ์การประเมิน (-0.195) ในขณะที่ X_4 การรวมวิธีการประเมินที่หลากหลาย ($p = 0.001$) มีผลกระทบเชิงบวกต่อความชัดเจนและความโปร่งใสของเกณฑ์การประเมิน (0.749) ที่มีนัยสำคัญสูงสุด ส่วน X_1 การใช้ระบบการให้คะแนนที่มีเกณฑ์ชัดเจน (Rubric) ไม่พบความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p = 0.242$) โดยมีค่า Beta อยู่ที่ 0.098 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าปัจจัยนี้ไม่ส่งผลกระทบต่อความชัดเจนและความโปร่งใสของเกณฑ์การประเมิน ผลการศึกษานี้ช่วยยืนยันการรวมวิธีการประเมินที่หลากหลายให้กับทุกคน ส่งเสริมความโปร่งใสและความชัดเจนของเกณฑ์การประเมินได้อย่างมีประสิทธิภาพ จากผลการวิจัยผู้วิจัยที่นำผลจากการวิเคราะห์มาออกแบบ และขอเสนอการออกแบบและพัฒนาเกณฑ์การประเมินมาตรฐานที่เหมาะสมสำหรับรายวิชาเกี่ยวกับระบบสารสนเทศ (Information System) เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่สองดังนี้

ตารางที่ 5 แสดงเกณฑ์การประเมินมาตรฐานที่เหมาะสมสำหรับรายวิชาเกี่ยวกับระบบสารสนเทศ (Information System)

วิธีการวัดผล	รูปแบบข้อสอบ/การประเมิน	ประเภทการประเมิน
1. การสอบข้อเขียน (30-%)	1.1 ข้อสอบปรนัย (Multiple Choice) เน้นวัดความเข้าใจพื้นฐาน เช่น องค์ประกอบของระบบสารสนเทศ, ฐานข้อมูล, เครือข่าย ฯลฯ 1.2 ข้อสอบอัตนัย (Short Answer & Essay) วัดการวิเคราะห์และการแก้ปัญหา เช่น อธิบายกระบวนการพัฒนาระบบ, เปรียบเทียบประเภทของฐานข้อมูล	การประเมินเพื่อสรุปผล (Summative Assessment)
2. โครงการ (Project-Based Assessment) (30%)	2.1 ให้ผู้เรียนออกแบบและพัฒนาระบบสารสนเทศต้นแบบ เช่น ระบบจัดการข้อมูลลูกค้า ระบบร้านค้าออนไลน์ (รวมถึงการออกแบบ UX/UI) เป็นต้น 2.2 มีการนำเสนอผลงานและเขียนรายงานอธิบายระบบที่ออกแบบ	
3. การทำงานกลุ่ม/อภิปราย (15%)	3.1 กรณีศึกษา (Case Study) ให้วิเคราะห์ระบบสารสนเทศที่มีอยู่จริง เช่น ระบบ Shopping online ERP หรือ CRM 3.2 ให้แต่ละกลุ่มนำเสนอแนวทางปรับปรุงหรือพัฒนา จุดที่ยังเป็น pain point ของผู้ใช้	การประเมินเพื่อพัฒนา (Formative Assessment)
4. การประเมินการใช้งานซอฟต์แวร์ (25%)	4.1 แบบฝึกหัดปฏิบัติ (Lab Exercises) 4.2 ให้คะแนนจากการทำงานจริงและการแก้ปัญหาหน้างานและทำอย่างสม่ำเสมอ	

ตารางที่ 5 แสดงเกณฑ์การประเมินมาตรฐานสำหรับรายวิชาระบบสารสนเทศ ประกอบด้วย (1) การสอบข้อเขียน (30%) ทั้งปรนัยและอัตนัย เพื่อวัดความเข้าใจและทักษะวิเคราะห์ (2) โครงการ (30%) ให้นักศึกษาออกแบบและพัฒนาระบบสารสนเทศพร้อมนำเสนอ (3) การทำงานกลุ่มและอภิปราย (15%)

วิเคราะห์กรณีศึกษาและนำเสนอแนวทางพัฒนา (4) การประเมินการใช้งานซอฟต์แวร์ (25%) ผ่านแบบฝึกปฏิบัติจริงและการแก้ปัญหาทางาน

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

1. วัตถุประสงค์ข้อที่หนึ่ง ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการประเมินผลการเรียนของนิสิตในรายวิชาระบบสารสนเทศ (Information Systems) จากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความชัดเจนและความโปร่งใสของเกณฑ์การประเมินผลการเรียน ได้แก่ "การรวมวิธีการประเมินที่หลากหลายและใช้เป็นมาตรฐานทั้งชั้นเรียน" และ "การสะท้อนกลับตลอดเวลาในการเรียน" ซึ่งมีผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความโปร่งใสของเกณฑ์การประเมิน ผลลัพธ์นี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Van et al. (2015: 475) ที่ระบุว่าการใช้วิธีการประเมินที่หลากหลายและการให้ข้อเสนอแนะเฉพาะบุคคลสามารถเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการประเมิน อย่างไรก็ตาม "ความสม่ำเสมอในการให้คะแนน" และ "การประเมินที่หลากหลายและเฉพาะบุคคล" กลับส่งผลเชิงลบต่อความโปร่งใสของเกณฑ์การประเมิน ซึ่งอาจสะท้อนถึงปัญหาที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานการให้คะแนนและความแตกต่างในการตีความของผู้สอน นอกจากนี้ "การใช้ Rubric" ไม่ได้แสดงความสัมพันธ์เชิงบวกที่มีนัยสำคัญต่อความโปร่งใสของเกณฑ์การประเมิน ซึ่งอาจเกิดจากการที่ Rubric ที่ใช้ยังไม่ถูกปรับให้เหมาะสมกับบริบทของรายวิชา หรือนิสิตและผู้สอนยังมีความเข้าใจที่ไม่ตรงกันเกี่ยวกับเกณฑ์การประเมิน งานวิจัยของ Chan & Ho (2019: 533) ชี้ให้เห็นว่า หาก Rubric ไม่ได้รับการออกแบบให้เหมาะสมกับเนื้อหาหรือวัตถุประสงค์ของรายวิชา อาจส่งผลให้ผลการประเมินไม่สะท้อนถึงความสามารถที่แท้จริงของนิสิต

2. วัตถุประสงค์ข้อที่สอง ออกแบบและพัฒนาเกณฑ์การประเมินมาตรฐานที่เหมาะสมสำหรับรายวิชาเกี่ยวกับระบบสารสนเทศ (Information System) เพื่อความชัดเจนและความโปร่งใสในการวัดผลการศึกษารั้งนี้ชี้ให้เห็นว่า "การรวมวิธีการประเมินที่หลากหลายและใช้เป็นมาตรฐานทั้งชั้นเรียน" เป็นแนวทางที่สามารถช่วยเพิ่มความชัดเจนและความโปร่งใสของเกณฑ์การประเมินได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ragupathi & Lee (2020: 73) ที่ระบุว่าการใช้วิธีการประเมินที่หลากหลายช่วยให้นิสิตได้รับการประเมินจากหลายมุมมองและเพิ่มความโปร่งใสในการให้คะแนน นอกจากนี้ "การใช้ Single-Point Rubrics" ยังถูกระบุว่าเป็นแนวทางที่ช่วยให้นิสิตมีส่วนร่วมในการประเมินผลเพื่อการเรียนรู้มากขึ้น อย่างไรก็ตาม "ความสม่ำเสมอในการให้คะแนน" ที่ส่งผลเชิงลบต่อความชัดเจนของเกณฑ์การประเมิน อาจสะท้อนถึงปัญหาเกี่ยวกับดุลยพินิจของผู้สอนที่แตกต่างกัน หรือมาตรฐานการให้คะแนนที่ยังไม่เป็นที่ยอมรับโดยทั่วกัน งานวิจัยของ Boud & Soler (2016: 400) ระบุว่า หากการให้คะแนนไม่ได้อยู่บนมาตรฐานที่ชัดเจน อาจส่งผลกระทบต่อ การรับรู้ของนิสิตเกี่ยวกับความยุติธรรมในการประเมิน ดังนั้นการพัฒนาเกณฑ์การประเมินมาตรฐานควรให้ความสำคัญกับการออกแบบ Rubric ที่เหมาะสมกับเนื้อหารายวิชา และสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้สอนและนิสิต จากผลการศึกษาสามารถสรุปได้ว่าการพัฒนาเกณฑ์การประเมินที่ชัดเจนและเป็นมาตรฐานมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อกระบวนการเรียนการสอน โดยควรเน้นการใช้วิธีการประเมินที่หลากหลาย ควบคู่ไปกับการให้ข้อเสนอแนะอย่างต่อเนื่องเพื่อลดปัญหาความคลาดเคลื่อนในการให้คะแนนและเพิ่มความโปร่งใสของการประเมินผลการเรียน

สรุปผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับ Van et al. (2015) ที่ชี้ว่าการใช้วิธีประเมินที่หลากหลายและข้อเสนอแนะเฉพาะบุคคลช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและความโปร่งใสของการประเมิน ตลอดจนงานของ Ragupathi & Lee (2020) ที่ยืนยันว่าการใช้วิธีการประเมินหลายรูปแบบช่วยให้นิสิตเข้าใจการประเมินและ

ลดความคลาดเคลื่อน อีกทั้งงานของ Chan & Ho (2019) และ Boud & Soler (2016) ต่างเห็นตรงกันว่าหาก Rubric ไม่เหมาะสมกับรายวิชาหรือผู้สอนและนิสิตขาดความเข้าใจร่วมกัน จะส่งผลให้การประเมินไม่สะท้อนศักยภาพที่แท้จริงและส่งผลต่อความรู้สึกลูกของนิสิตต่อความยุติธรรมในการประเมิน

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

จากผลการวิจัยนี้ พบว่าปัจจัยหลายประการมีอิทธิพลต่อความชัดเจนและความโปร่งใสและประสิทธิภาพในการประเมิน โดยเฉพาะ ความสม่ำเสมอในการให้คะแนนและ การประเมินที่หลากหลายและเฉพาะบุคคล ซึ่งส่งผลกระทบต่อเกณฑ์การประเมิน เนื่องจากอาจทำให้การประเมินมีความหลากหลายเกินไปหรือไม่สามารถตีความได้ง่าย ดังนั้นความสม่ำเสมอในการให้คะแนนควรได้รับการปรับปรุงเพื่อให้การประเมินมีความเป็นมาตรฐานและชัดเจนมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้การใช้การรวมวิธีการประเมินที่หลากหลายพบว่าปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความชัดเจนและความโปร่งใส ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการประเมินที่ทันสมัยที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนได้รับการประเมินจากหลายมุมมอง โดยไม่จำกัดแค่เพียงรูปแบบเดียว การใช้วิธีการประเมินที่หลากหลายและมีความยืดหยุ่นสามารถเพิ่มความน่าเชื่อถือของการประเมินและช่วยให้ผู้เรียนได้แสดงทักษะในหลายด้าน นอกจากนี้การใช้ Rubric (ระบบการให้คะแนนที่มีเกณฑ์ชัดเจน) อาจไม่แสดงผลอย่างมีนัยสำคัญในบางกรณี เนื่องจากการปรับใช้ Rubric ยังไม่เหมาะสมหรือไม่ได้รับการฝึกอบรมจากผู้ใช้ในการตีความ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความจำเป็นในการพัฒนาเครื่องมือและการฝึกอบรมสำหรับการประเมินที่หลากหลายและการสร้างเกณฑ์การประเมินที่ชัดเจน เพื่อให้การประเมินในสภาพแวดล้อมการเรียนการสอนมีความโปร่งใสและมีความเป็นธรรมมากขึ้น และสามารถพัฒนากระบวนการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพสูงสุดในอนาคต

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ควรออกแบบ Rubric ให้สอดคล้องกับลักษณะเนื้อหาวิชาและระดับความสามารถของผู้เรียน เพื่อให้การประเมินมีความชัดเจน โปร่งใส และสะท้อนผลลัพธ์การเรียนรู้ที่แท้จริง

1.2 จัดทำแนวทางการใช้ Rubric อย่างเป็นระบบ ควรมีคู่มือหรือแนวทางการใช้ Rubric ที่ชัดเจนทั้งสำหรับผู้สอนและผู้เรียน เพื่อป้องกันปัญหาความแตกต่างในการตีความและส่งเสริมความเข้าใจร่วมกันเกี่ยวกับเกณฑ์การประเมิน

1.3 ควรนำแนวทางการประเมินแบบผสมผสาน (Hybrid Assessment) ที่ประกอบด้วย การประเมินเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพมาใช้ร่วมกัน เพื่อให้สะท้อนศักยภาพของผู้เรียนได้รอบด้านและลดข้อจำกัดของการใช้วิธีการประเมินรูปแบบเดียว และนำการประเมินเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ (Formative Assessment) มาใช้ควบคู่กับการประเมินผลสรุป (Summative Assessment) และควรจัดให้มี Feedback อย่างต่อเนื่องในระหว่างภาคการศึกษา เพื่อให้ นิสิตสามารถนำข้อเสนอแนะไปปรับปรุงการเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้ทันที

1.4 ควรมีการประชุมหรือการสร้างข้อตกลงระหว่างผู้สอนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อปรับเกณฑ์การประเมินให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน ลดความคลาดเคลื่อนในการให้คะแนน และสร้างความเชื่อมั่นในระบบการประเมิน

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ศึกษาปัจจัยในสาขาวิชาที่หลากหลาย ควรมีการศึกษาวิจัยในสาขาวิชาต่าง ๆ เช่น การจัดการธุรกิจ การตลาด หรือวิศวกรรมศาสตร์ เพื่อเปรียบเทียบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความชัดเจนและความโปร่งใสของเกณฑ์การประเมินเหมือนหรือแตกต่างจากรายวิชาในระบบสารสนเทศหรือไม่

2.2 เปรียบเทียบประเภทของ Rubric ที่เหมาะสมกับบริบท โดยควรเปรียบเทียบประสิทธิภาพของประเภท Rubric ที่แตกต่างกัน เช่น Single-Point Rubrics, Analytical Rubrics และ Holistic Rubrics เพื่อศึกษาว่าเครื่องมือใดเหมาะสมและส่งเสริมความโปร่งใสของการประเมินในบริบทที่หลากหลาย

2.3 ศึกษาบทบาทของ AI และระบบอัตโนมัติในการประเมิน โดยควรวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับการนำ AI หรือระบบอัตโนมัติมาช่วยในการประเมินผล เพื่อวิเคราะห์ว่าสามารถลดปัญหาความไม่สม่ำเสมอและความลำเอียงในการให้คะแนนได้หรือไม่

2.4 เปรียบเทียบเครื่องมือดิจิทัลสำหรับการประเมิน โดยควรมีการศึกษาประสิทธิภาพของเครื่องมือดิจิทัล เช่น Google Sheet Google Classroom หรือระบบ e-Assessment อื่น ๆ ในการส่งเสริมความโปร่งใสและประสิทธิภาพของกระบวนการประเมินผลการเรียน

เอกสารอ้างอิง (References)

- Alabi, V. A. (2017). **Research design: research paradigms, population, sample along with sampling techniques and design types**. Perspectives on conducting and reporting research in the humanities. 85-116
- Albanese, M., & Case, S. M. (2016). Progress testing: critical analysis and suggested practices. **Advances in Health Sciences Education**. 21: 221-234.
- Baird, A. F., Carter, J. S., & Roos, J. M. (2019). Seeking evidence of grade inflation at for-profit colleges and universities. **Sociological Focus**. 52(4): 343-358.
- Boud, D., & Soler, R. (2016). Sustainable assessment revisited. **Assessment & Evaluation in Higher Education**. 41(3): 400-413.
- Braun, H., 2019. Performance assessment and standardization in higher education: A problematic conjunction? **British Journal of Educational Psychology**. 89(3): 429-440.
- Chan, Z., & Ho, S. (2019). Good and bad practices in rubrics: the perspectives of students and educators. **Assessment & Evaluation in Higher Education**. 44(4): 533-545.
- Dolin, J., Black, P., Harlen, W., & Tiberghien, A. (2018). **Exploring relations between formative and summative assessment**. Transforming assessment: Through an interplay between practice, research and policy. 53-80.
- Dunbar, S. S. (2018). Consistency in grading clinical skills. **Nurse Education in Practice**. 31: 136-142.
- Fan, Y., Shepherd, L. J., Slavich, E., Waters, D., Stone, M., Abel, R., & Johnston, E. L. (2019). **Gender and cultural bias in student evaluations: Why representation matters**. PloS one. 14(2).

-
- Holstein, B. L., Zangrilli, B. F., & Taboas, P. (2006). Standardized testing tools to support quality educational outcomes. **Quality Management in Healthcare**. 15(4): 300-308.
- Irons, A., & Elkington, S. (2022). **Enhancing learning through formative assessment and feedback** (2nd ed.). pp/10) Routledge. <https://sure.sunderland.ac.uk/id/eprint/14048/1/14048.pdf>
- Quinn, D. M. (2020). Experimental evidence on teachers' racial bias in student evaluation: The role of grading scales. **Educational Evaluation and Policy Analysis**. 42(3): 375-392.
- Ragupathi, K., & Lee, A. (2020). **Beyond fairness and consistency in grading: The role of rubrics in higher education**. Diversity and inclusion in global higher education: Lessons from across Asia, 73-95.
- Ritt, M. (2016). **The impact of high-stakes testing on the learning environment**. [Master's thesis, St. Catherine University]. Minnesota USA., 42.
- Roy, A., Guay, F., & Valois, P. (2013). Teaching to address diverse learning needs: Development and validation of a differentiated instruction scale. **International Journal of Inclusive Education**. 17(11): 1186-1204.
- Said, H., Kirgis, L., Verkamp, B., & Johnson, L. J. (2015). Online vs. Face-to-Face Delivery of Information Technology Courses: Students' Assessment. **Journal of Information Technology Education. Research**. 14: 297.
- Van der Kleij, F. M., Feskens, R. C., & Eggen, T. J. (2015). **Effects of feedback in a computer-based learning environment on students' learning outcomes: A meta-analysis**. Review of educational research. 85(4): 475-511.

ภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษา
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ

Learning Leadership of Directors Affecting the Being of Learning Organization
at Schools under the Secondary Educational Service Area Office Buengkan

มุกลัดดา อัมไพ¹ วาโร เฟ่งสวัสดิ์² วณิกา ฉลากบาง³

Mukladda Ampai, Waro Phengsawat, Wannika Chalakbang

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของภาวะผู้นำการเรียนรู้ 2. เพื่อศึกษาระดับภาวะผู้นำการเรียนรู้ 3. เพื่อศึกษาระดับการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ 4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเรียนรู้ 5. เพื่อศึกษาอำนาจพยากรณ์ของภาวะผู้นำการเรียนรู้ และ 6. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำการเรียนรู้ เป็นรูปแบบงานวิจัยที่ผสมผสานวิธี กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริหารและครูจำนวน 278 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1. แบบสอบถามยืนยันองค์ประกอบ 2. แบบสอบถามเพื่อการวิจัย 3.แบบสอบถามแนวทางการพัฒนา การเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น 3 ระยะ 1.ศึกษาองค์ประกอบภาวะผู้นำการเรียนรู้ 2. ศึกษาภาวะผู้นำการเรียนรู้ และ 3. ศึกษาแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำการเรียนรู้ สถิติที่ใช้ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า

1. ภาวะผู้นำการเรียนรู้มี ได้แก่ การเรียนรู้เป็นทีม การบูรณาการ สภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการปฏิบัติงาน และความคิดสร้างสรรค์
2. ภาวะผู้นำการเรียนรู้ โดยรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก
3. การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ โดยรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก
4. ภาวะผู้นำการเรียนรู้กับการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูง
5. ภาวะผู้นำการเรียนรู้ มีอำนาจพยากรณ์การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ ความคิดสร้างสรรค์ การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการปฏิบัติงาน และการบูรณาการ
6. แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำการเรียนรู้ มี 3 ด้าน คือ การบูรณาการ ความคิดสร้างสรรค์ และการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการปฏิบัติงาน

คำสำคัญ (keywords): ภาวะผู้นำ; ภาวะผู้นำการเรียนรู้; องค์กรแห่งการเรียนรู้

Received: 2025-03-16 Revised: 2025-03-30 Accepted: 2025-03-31

¹ สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร Master of Educational Administration and Development, Graduate School, Sakon Nakhon Rajabhat University. E-mail: mukladda6985@gmail.com

² อาจารย์ประจำ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร Lecturer of Sakon Nakhon Rajabhat University. E-mail: khaitoy8@gmail.com

³ อาจารย์ประจำ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร Lecturer of Sakon Nakhon Rajabhat University. E-mail: wannika.chlk@gmail.com

Abstract

The purposes of this research were to study: 1.the components of learning leadership, 2.the level of learning leadership, 3.the level of being a learning organization, 4.the relationship between learning leadership, 5.the predictive power of understanding leadership, and 6 .the development approach of learning leadership. It was a mixed-methods research approach. The sample consisted of 278 administrators and teachers. The research instruments included: 1.the component confirmation questionnaire 2.the research questionnaire 3.The development approach questionnaire. The data collection was divided into 3 studying phases: 1 .the components of learning leadership 2.the learning leadership and 3.the development approach of learning leadership. The statistical tools were: frequency, percentage, mean, and standard deviation.

The research results were as follows:

1.Learning leadership included team learning integration a learning-friendly environment the use of modern technology in work and creativity.

2.Learning leadership, overall and in each aspect, was at a high level.

3.Being a learning organization, overall and in each aspect, was at a high level.

4.Learning leadership and being a learning organization had a high level of positive relationships.

5.Learning leadership had the power for a learning organization, consisting of 3 variables: creativity, using modern technology in work, and integration.

6.The guidelines for developing learning leadership had 3 aspects: integration, creativity, and using modern technology in work.

Keywords: supervision process; internal supervision; learning organization

บทนำ (Introduction)

ภาวะผู้นำการเรียนรู้เป็นกระบวนการเสริมสร้าง การออกแบบ การจัดกระทำและสร้างสิ่งแวดล้อมที่ทรงพลัง เพื่อการเรียนรู้และนวัตกรรม โดยการเชื่อมต่อจัดทำกิจกรรม และกระจายการปฏิสัมพันธ์ไปยังผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างหลากหลาย ระดับของการศึกษาเรียนรู้ในงานเขียนทั่วไปในประเทศไทยยังไม่พบว่ามีกระบวนการหรือกล่าวถึงไว้ชัดเจนโดยมักใช้ร่วมกับภาวะผู้นำที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้อื่น ๆ อาทิ ภาวะผู้นำทางด้านการเรียนการสอน (Instructional Leadership) ภาวะผู้นำเพื่อการเรียนรู้ (Leadership for Learning) และภาวะผู้นำที่เน้นการเรียนรู้เป็นสำคัญ (Learning Centered Leadership) ภาวะผู้นำการเรียนรู้มุ่งเน้นทั้งระบบการเรียนรู้ ตั้งแต่การออกแบบที่เหมาะสมแก่การปฏิบัติ ให้มีความคงทนยั่งยืนของนวัตกรรมหรือรูปแบบรวมทั้งจัดสรร จัดเตรียมสิ่งแวดล้อมที่มีพลังต่อการเรียนรู้ และขยายศักยภาพการเรียนรู้ ผ่านกิจกรรมและปฏิสัมพันธ์ชุมชน เครือข่ายของระบบโรงเรียน (Schooling) มีปฏิสัมพันธ์การจัดการกระทำ (การจัดการกระทำหมายถึง การนำข้อมูลที่ได้จากการสังเกต การวัด การทดลอง และจากแหล่งอื่น ๆ มาจัดกระทำเสียใหม่โดยการหาความถี่ เรียงลำดับ จัดแยกประเภทหรือคำนวณหาค่าใหม่เพื่อให้ผู้อื่นเข้าใจความหมายได้ดีขึ้น

โดยอาจจะเสนอในรูปของตาราง แผนภูมิ แผนภาพ ไดอะแกรม กราฟ สมการ การเขียนบรรยาย เป็นต้น) และมีการเชื่อมต่อหรือกระจายความสัมพันธ์ในหลายระดับทั้งอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ (กนกพร สมปราชญ์, 2559: 1)

องค์การแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) เป็นแนวคิดทฤษฎีที่นักวิชาการได้พยายามคิดเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะแนวคิดของ Peter Senge ที่เชื่อว่าการทำงานจะต้องมีการเรียนรู้มากขึ้น หากองค์กรใดเรียนรู้ได้เร็วกว่าคู่แข่งได้เปรียบในการแข่งขันสูง ดังนั้น องค์การแห่งการเรียนรู้ จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพัฒนาให้เกิดขึ้นในองค์กรที่ต้องการอยู่รอดภายใต้การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งจะมีลักษณะแตกต่างจากองค์กรโดยทั่วไปเพราะองค์การแห่งการเรียนรู้เป็นความมุ่งมั่นเชิงยุทธศาสตร์ในการแสวงหาและแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ โดยกระตุ้นแรงจูงใจและสนใจให้บุคลากรทุกคนมีความกระตือรือร้นที่จะเรียนรู้ รู้จักพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลา ใฝ่รู้ หมั่นแสวงหาความรู้อยู่เสมอ เพื่อประโยชน์ของแต่ละบุคคล กลุ่มบุคคล และองค์กร ซึ่งทำได้โดยการผนึกกำลังและความสามารถของกันและกัน เพื่อรับรู้ตีความหมายสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป และเข้าไปปลุกฝังความรู้ในกระบวนการปฏิบัติงานและเพื่อเปลี่ยนแปลงความรู้เป็นปัจจัยผลิตให้ได้ (สุนทร โคตรบรรเทา, 2560: 176) ซึ่งองค์การแห่งการเรียนรู้นี้นักวิชาการได้คิดมานานแล้ว แต่วงการศึกษในประเทศไทยนำมาใช้แล้วยังไม่ปรากฏแนวทางที่ชัดเจน ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญในการหาแนวทางให้สถานศึกษาดำเนินไปสู่องค์การแห่งการเรียนรู้ให้ชัดเจนขึ้น เพื่อให้สถานศึกษาเป็นองค์การที่ทันสมัย ปรับตัวได้ดี มีความพร้อมที่จะเรียนรู้ และสร้างสรรค์

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

ผู้วิจัยได้กำหนดความมุ่งหมายของการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ
2. เพื่อศึกษาระดับภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ
3. เพื่อศึกษาระดับการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารกับการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ
5. เพื่อศึกษาอำนาจพยากรณ์ของภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารที่ส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ
6. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารที่ส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การวิจัยเรื่อง ภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารที่ส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ เป็นรูปแบบงานวิจัยที่ผสมวิธีระหว่างเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ มีขั้นตอนดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัย เป็นรูปแบบงานวิจัยที่ผสมวิธีระหว่างเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ดังนี้

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา แบ่งเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

ภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารสถานศึกษา ประกอบด้วย 1.การเรียนรู้เป็นทีม 2.ความคิดสร้างสรรค์ 3.สภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ 4.การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการปฏิบัติงาน 5.การบูรณาการ

องค์การแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษา ประกอบด้วย 1. องค์การ 2. กระบวนการจัดการ 3. บุคคล 4. การเรียนรู้ และ 5. เทคโนโลยีสารสนเทศ

1.2 ขอบเขตด้านประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ ปีการศึกษา 2565 จำนวน 995 คน จำแนกเป็นผู้บริหารจำนวน 62 คน และครูผู้สอนจำนวน 933 คน (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ, 2565: 5)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ ปีการศึกษา 2565 จำนวน 278 คน จำแนกเป็นผู้บริหารจำนวน 62 คน และครูจำนวน 216 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตาราง Krejcie and Morgan (วาโร เพ็งสวัสดิ์, 2551: 191) การได้มาของกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

ภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารที่ส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตด้านพื้นที่ในการศึกษาคือ โรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ จำนวน 25 โรงเรียน

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการศึกษาในระยะเวลาตั้งแต่ เดือน เมษายน 2565 – มิถุนายน 2566 ดังนี้

ระยะที่ 1 ตั้งแต่ เดือน เมษายน 2565

ระยะที่ 2 ตั้งแต่ เดือน เมษายน 2565 ถึง เดือน มกราคม 2566

ระยะที่ 3 ตั้งแต่ เดือน กุมภาพันธ์ 2566 ถึง เดือน มิถุนายน 2566

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลการวิจัย ผู้วิจัยได้สร้างและพัฒนาขึ้นภายใต้กรอบแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับความเหมาะสมขององค์ประกอบภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารสถานศึกษา เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ชนิด 5 ระดับ ซึ่งแบบสอบถามแบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 สถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมขององค์ประกอบ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเพื่อการวิจัยเรื่อง ภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารที่ส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ โดยครอบคลุมเนื้อหาทั้ง 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การเรียนรู้เป็นทีม 2) ความคิดสร้างสรรค์ 3) สภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการ

เรียนรู้ 4) การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการปฏิบัติงาน และ 5) การบูรณาการ ซึ่งได้กำหนดค่าคะแนนของคะแนนช่วงน้ำหนักเป็น 5 ระดับ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามแนวทางพัฒนาภาวะผู้นำการเรียนรู้ ประกอบการวิจัยเรื่อง ภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ 3 ด้าน ได้แก่ 1. การบูรณาการ 2. ความคิดสร้างสรรค์ และ 3. การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการปฏิบัติงาน

ตอนที่ 4 แบบสัมภาษณ์(แบบกึ่งมีโครงสร้าง)ภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

3.1 ผู้วิจัยเสนอคำร้องต่อสำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนครทำหนังสือ เพื่อขออนุญาตและขอความอนุเคราะห์ เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ส่งถึงผู้อำนวยการสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ

3.2 ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 278 ฉบับ ถึงผู้บริหาร สถานศึกษา และครูผู้สอน ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีการส่งทางไปรษณีย์พร้อมแนบ QR Code เพื่อตอบแบบสอบถาม แล้วส่งแบบสอบถามกลับมายังผู้วิจัย

3.3 ตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

3.4 กรณีผู้ตอบแบบสอบถามไม่ครบ ผู้วิจัยต้องติดตามแบบสอบถาม เพื่อให้ได้แบบสอบถามกลับคืนมาให้ครบ

3.5 ผู้วิจัยได้จัดส่งแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 278 ฉบับ ได้รับกลับคืนมาทั้งหมด 278 ฉบับ ได้ตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถามมีความสมบูรณ์ 278 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 แล้วจึงนำข้อมูลไปปรึกษาคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อนำไปจัดกระทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 องค์ประกอบของภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ เป็นพหุองค์ประกอบ วิเคราะห์โดยใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

4.2 ภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ อยู่ในระดับมาก วิเคราะห์โดยใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.3 การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ อยู่ในระดับมาก วิเคราะห์โดยใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.4 ภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารสถานศึกษากับการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ มีความสัมพันธ์กันทางบวก โดยใช้สถิติการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

4.5 ภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารสถานศึกษา มีอำนาจพยากรณ์การเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ ใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

4.6 แนวทางพัฒนาภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารที่ส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ ใช้สถิติการวิเคราะห์โดยใช้ ความถี่และการวิเคราะห์ห้อยประกอบเชิงยืนยัน

ผลการวิจัย (Research Results)

1. ศึกษาองค์ประกอบของภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ คือ 1) การเรียนรู้เป็นทีม 2) ความคิดสร้างสรรค์ 3) สภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ 4) การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการปฏิบัติงาน และ 5) การบูรณาการและการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ โดยใช้การวิเคราะห์ห้อยประกอบเชิงยืนยัน พบว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) มีค่าเท่ากับ 0.18 df = 1 p-value = 0.67358 ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืน (Goodness of Fit Index : GFI) เท่ากับ 1.00 ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้ (Adjusted Goodness of Fit Index : AGFI) เท่ากับ 1.00 ส่วนดัชนีค่ารากกำลังสองเฉลี่ยของเศษในรูปคะแนนมาตรฐาน (Root mean square error of approximation : RMR) เท่ากับ 0.0018

2. ระดับภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารที่ส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ

ระดับภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ พบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการปฏิบัติงาน ด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้านการบูรณาการ ด้านการเรียนรู้เป็นทีม และด้านสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ ตามลำดับ

ระดับการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านบุคคล ด้านองค์กร ด้านกระบวนการจัดการ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านการเรียนรู้ ตามลำดับ

3. ภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารกับการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ โดยรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูง ($R_{xy}=0.949$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์กันทางบวกทั้ง 5 ด้าน พบว่า ด้านที่มีความสัมพันธ์มากที่สุด คือ ด้านการบูรณาการ รองลงมาด้านการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการปฏิบัติงาน ด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้านสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ และด้านการเรียนรู้เป็นทีม ตามลำดับ

4. ภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารสถานศึกษา มีอำนาจพยากรณ์การเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ โดยตัวแปรที่นำมาวิเคราะห์มี 5 ตัวแปร พบว่าตัวแปรที่มีอำนาจพยากรณ์การเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษาได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีจำนวน 3 ตัวแปร โดยตัวแปรที่มีอำนาจการพยากรณ์ดีที่สุด คือ ด้านการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการปฏิบัติงาน (X_4) มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เท่ากับ 0.21 รองลงมา คือ ด้านความคิดสร้างสรรค์ (X_2) มีค่า

สัมประสิทธิ์การพยากรณ์เท่ากับ 0.27 และด้านการบูรณาการ (X_5) มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เท่ากับ 0.50 ซึ่งตัวแปรทั้ง 3 ด้านนี้ สามารถร่วมกันพยากรณ์การเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษา ได้ร้อยละ 90.50 และมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ เท่ากับ .216

สามารถเขียนสมการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนดิบได้ ดังนี้

$$\hat{Y} = .538 + .471(X_5) + .226(X_2) + .191(X_4)$$

และสามารถเขียนสมการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนมาตรฐานได้ ดังนี้

$$\hat{Z}_Y = .503(Z_5) + .270(Z_2) + .212(Z_4)$$

5. แนวทางพัฒนาภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารที่ส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ ดังต่อไปนี้

5.1 แนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารสถานศึกษา ด้านการบูรณาการ

5.1.1 ผู้บริหารสถานศึกษาควรนำเอาเทคนิคและวิธีการต่าง ๆ มาสังเคราะห์เข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดรูปแบบการบริหารแบบใหม่ที่มีประสิทธิภาพ

5.1.2 ผู้บริหารสถานศึกษาควรนำวิธีปฏิบัติที่พัฒนาขึ้นใหม่ไปปฏิบัติงาน

5.1.3 ผู้บริหารสถานศึกษาควรผสมผสานความคิดที่มาจากข้อมูลข่าวสาร ความรู้ และมุมมองต่าง ๆ ที่หลากหลาย มาเชื่อมโยงเป็นสิ่งเดียวกัน

5.1.4 ผู้บริหารสถานศึกษาควรมีการระดมความคิดที่หลากหลายเพื่อให้ได้แนวทางที่ดีในการปฏิบัติงาน

5.1.5 ผู้บริหารสถานศึกษาควรมีการระดมความคิดเพื่อสร้างเป็นองค์ความรู้ใหม่และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้

5.1.6 ผู้บริหารสถานศึกษาควรนำแนวทางที่ได้จากการคิดและการปฏิบัติมาปรับใช้ในการทำงาน

5.1.7 ผู้บริหารสถานศึกษาควรนำความรู้และประสบการณ์มาบูรณาการใช้จนบรรลุผลสำเร็จ

5.1.8 ผู้บริหารสถานศึกษาควรรับฟังความคิดเห็นของทุก ๆ คน เพื่อจะได้นำมาบูรณาการในการพัฒนางาน

5.2 แนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารสถานศึกษา ด้านความคิดสร้างสรรค์

5.2.1 ผู้บริหารสถานศึกษาควรสร้างสรรค์สิ่งแปลกใหม่ที่เกิดจากความรู้ และการสังสมประสบการณ์

5.2.2 ผู้บริหารสถานศึกษาควรนำความรู้และประสบการณ์ มาประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดสิ่งใหม่ที่สามารถแก้ไขปัญหาในหน่วยงานหรือองค์กร

5.2.3 ผู้บริหารสถานศึกษาควรหาวิธีการในการแก้ไขปัญหาในหน่วยงานหรือองค์กรได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

5.2.4 ผู้บริหารสถานศึกษาควรมีจินตนาการและความพยายามในการแก้ไขปัญหาในหน่วยงาน

5.2.5 ผู้บริหารสถานศึกษาควรนำความรู้และประสบการณ์มาแก้ไขปัญหาต่าง ๆ จนเกิดผลที่มีประโยชน์ต่อสังคมและองค์กร

5.2.6 ผู้บริหารสถานศึกษาควรผสมผสานความคิดเพื่อจะสร้างสรรค์ต่อยอดสิ่งเก่าที่มีอยู่เดิมให้ประสบผลสำเร็จมากที่สุด

5.2.7 ผู้บริหารสถานศึกษาควรมีแนวความคิดใหม่ ที่แปลก แหวกแนวและสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง

5.3 แนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารสถานศึกษาด้านการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการปฏิบัติงาน

5.3.1 ผู้บริหารสถานศึกษาควรส่งเสริมการนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ มาใช้ในการจัดการเรียนการสอน

5.3.2 ผู้บริหารสถานศึกษาควรส่งเสริมให้นำเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร มาใช้ในการวัดและประเมินผลการพัฒนาครู

5.3.3 ผู้บริหารสถานศึกษาควรนำเทคโนโลยีมาใช้ในการแลกเปลี่ยน หรือเผยแพร่ข้อมูลและสารสนเทศ

5.3.4 ผู้บริหารสถานศึกษาควรสนับสนุนการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการในหน่วยงาน

5.3.5 ผู้บริหารสถานศึกษาควรส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีจนเป็นกิจวัตรประจำวัน

5.3.6 ผู้บริหารสถานศึกษาควรมีความรู้ด้านเทคโนโลยี และควรสร้างจิตสำนึกให้ทุกคนเห็นทั้งคุณและโทษของเทคโนโลยี

5.3.7 ผู้บริหารสถานศึกษาควรส่งเสริมให้ทุกคนนำเทคโนโลยีมาใช้ในการปฏิบัติงานจนปรับเปลี่ยนให้เข้ากับวิถีชีวิต เพื่ออำนวยความสะดวกและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

จากสรุปผลการวิจัย สามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. ศึกษาองค์ประกอบของภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ ในครั้งนี้ได้จากการสังเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน เพื่อให้ได้องค์ประกอบของภาวะผู้นำการเรียนรู้ที่มีความสอดคล้องกับบริบทของสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ โดยผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารจากนักวิชาการ และนักวิจัยจำนวน 11 คน และใช้เกณฑ์ความถี่ร้อยละ 40 ขึ้นไปเพื่อคัดสรรองค์ประกอบของภาวะผู้นำการเรียนรู้ พบว่า ภาวะผู้นำการเรียนรู้ ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ คือ 1) การเรียนรู้เป็นทีม 2) ความคิดสร้างสรรค์ 3) สภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ 4) การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการปฏิบัติงาน และ 5) การบูรณาการทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะว่า องค์ประกอบทั้ง 5 องค์ประกอบสามารถอธิบายภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารสถานศึกษาได้และผู้วิจัยได้สังเคราะห์องค์ประกอบและศึกษาข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ ผู้บริหารสถานศึกษาที่ปฏิบัติงานเป็นประจำอยู่แล้วจึงทำให้ผลการวิจัยเป็นดังที่กล่าวข้างต้น ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของ กนกอร สมปราษฎณ์ (2559: 54-55) ที่ได้กล่าวว่าภาวะผู้นำการเรียนรู้ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ คือ 1) การ

เรียนรู้เป็นทีม 2) การสื่อสาร 3) เทคโนโลยี 4) นวัตกรรมการเรียนรู้ 5) ความยืดหยุ่น และ สอดคล้องกับความคิดเห็นของ (สุธรรม ธรรมทัศนานนท์, 2561: 177) ที่ได้กล่าวว่ภาวะผู้นำการเรียนรู้ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ คือ 1) ความคิดสร้างสรรค์ 2) สภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ 3) การบูรณาการ 4) การนำเทคโนโลยีขั้นสูงมาใช้ในการปฏิบัติงาน 5) การเรียนรู้ด้วยการนำตนเอง และ 6) การเรียนรู้เป็นทีม ซึ่งองค์ประกอบที่สำคัญที่สุด คือ ด้านการเรียนรู้เป็นทีม ดังจะเห็นได้จากการสังเคราะห์องค์ประกอบภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารสถานศึกษา ด้านการเรียนรู้เป็นทีมมีความถี่มากที่สุดคือ 11 คิดเป็นร้อยละ 100 เนื่องจากการจะมีภาวะผู้นำการเรียนรู้ต้องอาศัยความรู้และความคิดของสมาชิกมาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน แบ่งปันประสบการณ์ จนสามารถทำงานให้บรรลุเป้าหมาย ดังนั้น ภาวะผู้นำการเรียนรู้จึงเกิดจากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันของทุกคนในองค์กร และยังสอดคล้องกับผลงานการวิจัยของ อนุชิต พันธัง (2563: 26) ที่พบว่า องค์ประกอบภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารสถานศึกษา ด้านการเรียนรู้เป็นทีม มีความถี่มากที่สุดคือ 9 คิดเป็นร้อยละ 90

2. ภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ 1) การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการปฏิบัติงาน 2) ความคิดสร้างสรรค์ 3) การบูรณาการ 4) การเรียนรู้เป็นทีม 5) สภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับสมมติฐานข้อที่ 2 ที่ว่า ภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ อาจจะเป็นเพราะว่า ผู้บริหารสถานศึกษาส่งเสริมให้ครูแลกเปลี่ยนความคิดเห็น แบ่งปันประสบการณ์ให้เก้กันและกันอย่างต่อเนื่อง เพื่อระดมความคิดที่หลากหลายให้ได้แนวทางที่ดีในการปฏิบัติงาน และนำความรู้และประสบการณ์ มาประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดสิ่งใหม่ที่สามารถแก้ไขปัญหาในหน่วยงานหรือองค์กรได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ โดยนำเอาเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานและแก้ไขปัญหาต่าง ๆ จนเกิดผลประโยชน์ต่อสังคมและองค์กร ดังนั้น จึงทำให้ภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาบึงกาฬ โดยรวมอยู่ในระดับ มาก ซึ่งสอดคล้องกับ จุลศักดิ์ ก็อกพิมพ์ (2561: 186) พบว่า ภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารสถานศึกษาโดยรวม อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับผลงานการวิจัยของ ภูเบศร์ บาลชน (2563: 142) ที่พบว่า ภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารสถานศึกษาของโรงเรียนประถมศึกษาในจังหวัดขอนแก่น ในภาพรวมพบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

3. การเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ 1) ด้านบุคคล 2) ด้านองค์การ 3) ด้านกระบวนการจัดการ 4) ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และ 5) ด้านการเรียนรู้ ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับสมมติฐานข้อที่ 3 ที่ว่า การเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ อาจจะเป็นเพราะว่า ผู้บริหารสถานศึกษามีการจัดสายงาน กำหนดภาระงาน การมอบหมายงาน มีแนวปฏิบัติที่ชัดเจน ลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน วางระบบกลไก และติดตามความก้าวหน้าในการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง มีการกำหนด พันธกิจและยุทธศาสตร์ขององค์การ มีการพัฒนาระบบและกลไกการประกันคุณภาพภายในองค์การ และนอกจากนี้ผู้บริหารสถานศึกษาส่งเสริมให้บุคลากรทางการศึกษา คณะกรรมการสถานศึกษา ผู้ปกครอง ผู้เรียน และชุมชน มีส่วนร่วมในการพัฒนาองค์กร และส่งเสริมให้องค์กรใช้สื่อ ระบบสารสนเทศ และเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาประยุกต์ใช้ภายในองค์กร ทั้งในด้านการจัดการเรียนการสอน การบริหารงาน และในด้านอื่น ๆ และที่สำคัญผู้บริหารสถานศึกษาเป็นคนที่เปิด

ใจกว้างรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น เป็นคนมีเหตุผลใช้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจ มีความคิดสร้างสรรค์ มีรูปแบบ วิธีการคิด มุมมองแนวคิด และมีเจตคติที่ดีในการปฏิบัติงานไม่มีอคติต่อคนอื่น เปิดโอกาสให้คนอื่นได้คิด ได้ฟัง ได้ปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานการวิจัยของ กิ่งกาญจน์ แสนสุข (2560 : 60) ที่พบว่า องค์การแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษาในจังหวัดกาญจนบุรี สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา มัธยมศึกษาเขต 8 มีค่าเฉลี่ยโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก และยังสอดคล้องกับผลงานการวิจัยของ ณิชกัญญา สายธนู (2562: 63) ที่พบว่า องค์การแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครราชสีมา เขต 5 โดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก

4. ภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารกับการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ พบว่า โดยรวมมีความสัมพันธ์กันในทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ .949 ($R_{xy} = 0.949$) ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับสมมติฐานข้อที่ 4 ที่ว่า ภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารกับการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ มีความสัมพันธ์กันในทางบวก ทั้งนี้ อาจจะเป็นเพราะว่า ภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารมีส่วนส่งเสริม สนับสนุนให้เกิดการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษา ผู้บริหารสถานศึกษาเป็นบุคคลที่รับผิดชอบในการบริหารจัดการสถานศึกษาทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นในด้านการส่งเสริมให้ครูเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เกิดการเรียนรู้เป็นทีม ด้านการกำหนดทิศทางของสถานศึกษา ด้านสภาพแวดล้อมภายในห้องเรียนและในสถานศึกษา ด้านการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ ในการจัดการเรียนการสอน และในการบริหารจัดการ ตลอดจนใช้เทคโนโลยีในการจัดการสารสนเทศต่าง ๆ ถ้าผู้บริหารสถานศึกษามีภาวะผู้นำการเรียนรู้ก็จะส่งผลให้สถานศึกษาเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ เพื่อที่จะช่วยพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียน พัฒนาการเรียนรู้ของครู และบุคคลอื่น ๆ นอกจากนี้ถ้าผู้บริหารสถานศึกษามีภาวะผู้นำการเรียนรู้ก็จะสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างดี และทำให้การบริหารงานภายในสถานศึกษามีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งสอดคล้องกับผลงานการวิจัยของ กิ่งกาญจน์ แสนสุข (2560: 66) ที่พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษากับองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษาในจังหวัดกาญจนบุรี สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 8 โดยรวมมีความสัมพันธ์กันในทางบวกอยู่ในระดับค่อนข้างสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และยังสอดคล้องกับผลงานการวิจัยของ ภูเบศร์ บาลชน (2563: 163) ที่พบว่า ภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการเป็นองค์การนวัตกรรมของโรงเรียนประถมศึกษาในจังหวัดขอนแก่น มีความสัมพันธ์กันในทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ผู้วิจัยได้ค้นหาเอกสารและงานวิจัยเรื่อง ภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารที่ส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษา ผลปรากฏว่า ยังไม่มีผู้ทำวิจัยในเรื่องนี้โดยตรง ผู้วิจัยจึงได้ยกตัวอย่างงานวิจัยที่มีลักษณะคล้าย ๆ กันมาอภิปรายแทน ดังที่ได้อภิปรายไปแล้วข้างต้น

5. ภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารสถานศึกษา มีอำนาจพยานการณ์การเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ โดยตัวแปรที่นำมาวิเคราะห์มี 5 ตัวแปร พบว่า ตัวแปรที่มีอำนาจพยานการณ์การเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษาได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีจำนวน 3 ตัวแปร โดยตัวแปรที่มีอำนาจพยานการณ์ดีที่สุดคือ ด้านการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการปฏิบัติงาน (X_4) มีค่าสัมประสิทธิ์การพยานการณ์เท่ากับ 0.21 รองลงมาคือด้านความคิดสร้างสรรค์ (X_2) มีค่าสัมประสิทธิ์การพยานการณ์เท่ากับ 0.27 และด้านการบูรณาการ (X_5) มีค่าสัมประสิทธิ์การพยานการณ์เท่ากับ 0.50 ซึ่งตัวแปรทั้ง 3 ด้านนี้ สามารถร่วมกันพยานการณ์การเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษา ได้ร้อยละ

90.50 และมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ เท่ากับ .216 ทั้งนี้ อาจจะเนื่องมาจากว่า สังคมในปัจจุบันเป็นที่ยอมรับว่าเทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญ จึงเป็นความจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้และนำเทคโนโลยีมาใช้ในการปฏิบัติงานเพื่ออำนวยความสะดวก อีกทั้งผู้บริหารควรนำประสบการณ์มาผสานความคิดให้เกิดประโยชน์ และผู้บริหารควรยอมรับความคิดเห็นของครูทุก ๆ ด้าน เพื่อนำความคิดเห็นมาบูรณาการในการพัฒนางานของสถานศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นราธิป โชคชัยสุนทร (2562: 95) ในการบริหารสถานศึกษา ผู้บริหารสถานศึกษาเป็นบุคลากรที่มีภาวะผู้นำด้านวิสัยทัศน์ ซึ่งเป็นการแสดงออกถึงความเป็นผู้นำในการกำหนดทิศทาง และเป้าหมายของสถานศึกษาเพื่อสร้างอนาคต เป้าหมายเชิงสร้างสรรค์ที่สามารถเกิดขึ้นได้จริง เพื่อพัฒนาคุณภาพของสถานศึกษา และมีภาวะผู้นำด้านการสื่อสาร ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการถ่ายทอด ความรู้ ประสบการณ์โดยผ่านการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีภาวะผู้นำด้านความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นการประมวลข้อมูลผ่านทักษะการคิด เพื่อนำมาแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพในแนวทางและวิธีใหม่ ๆ อย่างหลากหลายไม่มีข้อจำกัด

6. แนวทางพัฒนาภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ เมื่อนำตัวแปรทั้ง 5 ตัว มาวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่ามีจำนวน 3 ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษา คือ การบูรณาการความคิดสร้างสรรค์ และ การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการปฏิบัติงาน มีแนวทางการพัฒนารวมกันทั้งสิ้น 22 แนวทาง ทั้งนี้ อาจจะ เป็นเพราะว่า ในการบริหารงานของผู้บริหารสถานศึกษาจำเป็นต้องนำเอาเทคนิคและวิธีการต่าง ๆ มาสังเคราะห์เข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดรูปแบบการบริหารแบบใหม่ที่มีประสิทธิภาพ และมีการระดมความคิด เพื่อให้ได้แนวทางที่ดีในการปฏิบัติงานมาบูรณาการใช้จนบรรลุผลสำเร็จ ผู้บริหารสถานศึกษาควรหาวิธีแก้ปัญหาในหน่วยงานหรือองค์กรให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ และควรนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มาใช้ในองค์กร ทั้งการจัดการเรียนการสอน การเผยแพร่ข้อมูลสารสนเทศ และการบริหารจัดการด้านอื่น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานการวิจัยของ นราธิป โชคชัยสุนทร (2562: 94) ที่พบว่า แนวทางในการพัฒนาภาวะผู้นำของผู้บริหารที่ส่งผลต่อสมรรถนะการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 1 มีจำนวน 3 ด้าน ดังนี้ ด้านวิสัยทัศน์ ด้านการสื่อสาร และด้าน ความคิดสร้างสรรค์

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี วิจัยที่เกี่ยวข้อง และผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้องค์ความรู้จากการวิจัย ดังนี้ ภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ พบว่า มี 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การเรียนรู้เป็นทีม 2) ความคิดสร้างสรรค์ 3) สภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ 4) การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการปฏิบัติงาน และ 5) การบูรณาการ

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับงานวิจัยเรื่อง ภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จากผลการวิจัย พบว่า ภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ ด้านการเรียนรู้เป็นทีมมีความสำคัญที่สุด ดังนั้นในการพัฒนาผู้บริหารสถานศึกษาให้มีภาวะผู้นำการเรียนรู้ ควรส่งเสริมเกี่ยวกับการเรียนรู้เป็นทีม ก่อนเป็นลำดับแรกเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

1.2 จากผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรพยากรณ์ที่ร่วมกันพยากรณ์การเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษา มี 3 ด้าน คือ ด้านการบูรณาการ ด้านความคิดสร้างสรรค์ และด้านการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการปฏิบัติงาน ดังนั้น ควรนำผลการวิจัยนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบาย เพื่อพัฒนาศักยภาพภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารสถานศึกษา เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารที่ส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษาขนาดต่าง ๆ เพื่อเปรียบเทียบความเหมือน ความแตกต่างกันของภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารสถานศึกษาขนาดเล็ก ขนาดกลาง ขนาดใหญ่ ขนาดใหญ่พิเศษเพื่อให้เข้าใจภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารในบริบทที่แตกต่างกัน เพื่อให้การบริหารงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2.2 ควรมีการศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่นอกเหนือภาวะผู้นำการเรียนรู้ที่ส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ เช่น ภาวะผู้นำการเรียนรู้ที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลของโรงเรียน ภาวะผู้นำการเรียนรู้ที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของครู ภาวะผู้นำการเรียนรู้ที่ส่งผลกระทบต่อองค์การนวัตกรรม

2.3 เนื่องจากภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารสถานศึกษา ด้านการบูรณาการ ด้านความคิดสร้างสรรค์ และด้านการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการปฏิบัติงาน สามารถพยากรณ์การเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษา ดังนั้นควรทำการวิจัยพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมผู้บริหารใน 3 ตัวแปรดังกล่าว

เอกสารอ้างอิง(References)

- กนกอร สมปราษฎ์. (2559). ภาวะผู้นำและภาวะผู้นำการเรียนรู้สำหรับผู้บริหารสถานศึกษา. ขอนแก่น: คลังน่านาวิทยา.
- กึ่งกาญจน์ แสนสุข. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษากับองค์การแห่งการเรียนรู้สถานศึกษาในจังหวัดกาญจนบุรี สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 8. วิทยานิพนธ์ การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาศึกษา. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- จุลศักดิ์ ก้อกพิมพ์. (2561). ภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารสถานศึกษาและพฤติกรรมการสอนของครูที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลการพัฒนาวิชาชีพครูในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 22. วิทยานิพนธ์ การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาศึกษา. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ณิกัญญา สายธนู. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษากับองค์การแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครราชสีมา เขต 5. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.

- นราธิป โชคชัยสุนทร. (2562). ภาวะผู้นำของผู้บริหารที่ส่งผลต่อสมรรถนะการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 1. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาการศึกษา. มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- ภูเบศร์ บาลชน. (2563). โมเดลภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรนวัตกรรมของโรงเรียนประถมศึกษาในจังหวัดขอนแก่น : โมเดลแข่งขันภาวะผู้นำการเรียนรู้และภาวะ ผู้นำแบบร่วมพลัง. วิทยานิพนธ์ การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาการศึกษา. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- วาโร เพ็งสวัสดิ์. (2551). วิธีวิทยาการวิจัย. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ. (2565). แผนปฏิบัติการประจำปี ปีการศึกษา 2565. บึงกาฬ: สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบึงกาฬ.
- สุธรรม ธรรมทัศนานนท์. (2561). การพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างภาวะผู้นำแห่งการเรียนรู้ของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน. วารสารวิจัยทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. 13(2): 169-182.
- สุนทร โคตรบรรเทา. (2560). การบริหารการศึกษา: หลักการและทฤษฎี (ฉบับปรับปรุง). กรุงเทพฯ: ปัญญาชน.
- อนุชิต พันธัง. (2563). การพัฒนาตัวบ่งชี้ภาวะผู้นำการเรียนรู้ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 22. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหาร การศึกษาและพัฒนาการศึกษา. มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.



บทบาทของผู้นำองค์กรในการพัฒนากลยุทธ์การเตรียมความพร้อมสำหรับการเกษียณอายุ หลังสถานการณ์ COVID-19

Role of Organizational Leaders in Post-COVID-19 Retirement Preparation Strategy

วชรวรรธน์ ปิยะรัตน์มงคล¹
Vacharavadh Piyaattanamongkol

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบทบาทของผู้นำองค์กรในการพัฒนากลยุทธ์การเตรียมความพร้อมในการเกษียณอายุหลังสถานการณ์ COVID-19 และ 2) เพื่อประเมินความเหมาะสมของรูปแบบบทบาทของผู้นำองค์กรในการพัฒนากลยุทธ์การเตรียมความพร้อมในการเกษียณอายุหลังสถานการณ์ COVID-19 โดยเป็นการวิจัยแบบผสม เริ่มจากการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 10 ท่าน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา ร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณ โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ทำแบบประเมินความเหมาะสมของบทบาทของผู้นำองค์กรในการพัฒนากลยุทธ์การเตรียมความพร้อมสำหรับการเกษียณอายุหลังสถานการณ์ COVID-19 ที่พัฒนาขึ้น และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า 1) บทบาทของผู้นำองค์กรในการพัฒนากลยุทธ์การเตรียมความพร้อมให้กับพนักงานสำหรับการเกษียณอายุหลังสถานการณ์ COVID-19 ต้องประกอบด้วย 6 ปัจจัย ซึ่งสามารถสังเคราะห์ออกมาเป็นโมเดล คือ Model 3E+3D ประกอบด้วย 1) Envision ต้องกำหนดวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมสำหรับการเกษียณอายุหลังสถานการณ์ COVID-19 2) Establish จัดตั้งนโยบายและกรอบกระบวนการวางแผนการเกษียณอายุ 3) Execute ต้องมั่นใจว่ากลยุทธ์จะสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ 4) Develop ต้องมีการพัฒนาทรัพยากรที่สนับสนุนการวางแผนการเกษียณอายุ 5) Demonstrate ต้องแสดงออกถึงความเข้าใจ รับฟัง และให้การสนับสนุนการวางแผนการเกษียณ และ 6) Delegate ต้องมอบหมายหน้าที่อย่างชัดเจนเพื่อให้คำแนะนำส่วนบุคคลแก่พนักงาน และ 2) โดยผลการตรวจสอบความเหมาะสมของ Model 3E+3D โดยผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน พบว่า มีความเหมาะสมในระดับดี ($\bar{x}$ = 4.11) สามารถนำไปใช้ในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ (Keywords): ผู้นำองค์กร; การเตรียมความพร้อม; การเกษียณอายุ

Abstract

This article aimed to 1) examine the role of organizational leadership in developing retirement strategies in the post-pandemic era, and 2) appraise the suitability of the model of the role of organizational leadership in developing retirement strategies in the post-pandemic era. This study used a mixed-methods approach, with the qualitative part covering an interview of 10 key informants. The data were analyzed by the content analysis method.

Received: 2025-03-03 Revised: 2025-04-02 Accepted: 2025-04-03

¹ นักวิชาการอิสระ Independent Scholar. E-mail: vacharavadh@outlook.com

The quantitative part was done with five experts appraising the suitability of the proposed model. The quantitative data analysis was done using descriptive statistics such as mean and standard deviation.

The result showed that 1) the role of the organizational leadership in developing retirement strategies in the post-pandemic era consisted of six factors, from which a 3E+3D model was synthesized: 1) Envision: clear vision about preparation for retirement in the post-COVID era, 2) Establish: form a policy and process framework for retirement in the post-COVID era, 3) Execute: ensure an effective implementation of the strategy, 4) Develop: develop supporting resources for retirement planning, 5) Demonstrate: demonstrate understanding, reception, and support for retirement planning, and 6) Delegate: clearly delegate duties to provide personalized advice to the employees. Also, a suitability test of the 3E+3D model by the five experts showed a good suitability score ($\bar{x} = 4.11$) and thus could be effectively employed in the organization.

Keywords: organizational leaders; preparation; retirement

บทนำ (Introduction)

ปัจจุบันประเทศไทยกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุหรือสังคมคนแก่ ตามคำนิยามขององค์การสหประชาชาติที่ว่า ประเทศใดที่มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป เป็นสัดส่วนเกินร้อยละ 10 หรือมีประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไป เกินร้อยละ 7 ของประชากรทั้งประเทศ ถือว่าประเทศนั้นก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging society) และจะเป็นสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged society) เมื่อสัดส่วนของประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป เพิ่มขึ้นร้อยละ 20 และสัดส่วนประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไป เพิ่มขึ้นร้อยละ 14 (สุภาลักษณ์ จันทา, 2560: 7) ซึ่งเมื่อบุคคลเข้าสู่การเป็นผู้สูงอายุนั้น ความเปลี่ยนแปลงที่ตามมาจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพร่างกายแล้ว คือ การเปลี่ยนแปลงทางด้านหน้าที่การงาน ซึ่งประเทศไทยนั้นกำหนดให้เกณฑ์การเกษียณอายุที่ระบุไว้ในพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน (ฉบับที่ 6) พ.ศ. 2560 กำหนดให้เกณฑ์การเกษียณอายุอยู่ที่ 60 ปี (สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี, 2560: ออนไลน์)

โดยการเกษียณอายุ เป็นการเปลี่ยนแปลงของบุคคลที่อาจทำให้ต้องปลีกรตัวออกจากงานหรือสิ้นสุดจากงาน ซึ่งจะเป็นไปตามที่บุคคลหรือองค์การกำหนดไว้ซึ่งถ้าเป็นองค์การภาคเอกชนมักจะกำหนดไว้ในช่วงการเกษียณอายุที่ 60 ปีขึ้นไป และสำหรับองค์การอื่น ๆ ก็จะมี ความแตกต่างกันไปในการกำหนดอายุของบุคลากรในการเกษียณอายุ ดังนั้น จากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น การเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณอายุถือเรื่องสำคัญประการหนึ่งที่ทุกคนต้องให้ความสำคัญ เพราะถือเป็นการวางแผนชีวิตอย่างหนึ่ง โดยเป็นการคิดและการเตรียมการต่าง ๆ ไว้ล่วงหน้า สำหรับการเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณอายุ โดยจากการศึกษาพบว่า ได้มีนักวิชาการให้ความคิดเห็นแตกต่างกัน เช่น Atchley (1994 อ้างถึงใน ปิยดา วงศ์วิวัฒน์, 2562: 350) ได้เสนอแนะให้มีการเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณอายุไว้ล่วงหน้าอย่างน้อย 10-15 ปี โดยบุคคลควรจะมีการเตรียมความพร้อมทั้งในระยะไกล (Remote Phase) และในระยะใกล้ (Near Phase) ส่วน Leedy, J and Wybar, J. (1987 อ้างถึงใน ปิยดา วงศ์วิวัฒน์, 2562: 143) ได้เสนอแนะให้บุคคลควรมีการเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณอายุให้เร็วที่สุด โดยให้เริ่มวางแผนการเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณอายุตั้งแต่อายุ 30 ปี ซึ่งเป็นช่วงวัยทำงานหรือวัยหนุ่มสาว หากผู้ที่เกษียณอายุได้มีการเตรียม

ความพร้อมก่อนการเกษียณอายุไว้วางใจไว้เร็วเท่าไรก็จะทำให้ค่อย ๆ คืบคลานกับความคิดเรื่องการเกษียณอายุมากยิ่งขึ้น เนื่องจากเป็นกระบวนการที่ต้องใช้เวลานานและต้องทำอย่างต่อเนื่อง รวมถึงเป็นการวางแผนการใช้ชีวิตอย่างรัดกุม

อย่างไรก็ดีจากการศึกษาความพร้อมของประชากรไทยจากดัชนีความพร้อมเพื่อการเกษียณ (National Retirement Readiness Index: NRRI) 1 พบว่า ในปี 2023 ดัชนี NRRI ของประชากรไทยมีคะแนนเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ที่ 49.30 (จากคะแนนเต็ม 100) ซึ่งปรับตัวลดลงจากปี 2020 ที่มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 56.70) (คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2566: 36) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า คนไทยมีความพร้อมต่อการเกษียณอายุลดลง และพบว่า คนไทยมีแนวโน้มที่จะวางแผนสำหรับเก็บออมเพื่อใช้ในยามชรา น้อยลง จากการสำรวจพฤติกรรมทางการเงินของครัวเรือนไทยของ ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) และสำนักงานสถิติแห่งชาติระหว่างปี 2018–2022 พบว่า ในปี 2022 มีคนเพียง 16% ที่วางแผนเก็บออมเพื่อการเกษียณและสามารถทำได้ตามแผนที่ตั้งใจไว้ ซึ่งคนกลุ่มนี้มีสัดส่วนลดลงจากปี 2020 (18%) และ 2018 (19%) ในทางกลับกัน คนที่ยังไม่ได้คิดหรือวางแผนเก็บออมเพื่อเกษียณอายุเลยกลับมีสัดส่วนเพิ่มสูงขึ้นเป็น 19% (จากเดิม 15% ในปี 2020 และ 17% ในปี 2018) ซึ่งจากสถิติดังกล่าว สะท้อนให้เห็นได้อย่างชัดเจนว่า คนไทยมีการวางแผนการเกษียณน้อยมาก เหตุหลักเกิดจากมีความคิดเห็นว่าเป็นเรื่องไกลตัว หรือยังมีเวลาอีกนานกว่าจะเกษียณ และอีกประเด็น คือ การหวังพึ่งสวัสดิการจากรัฐนั่นเอง

จากปัญหาการขาดการวางแผนการเตรียมความพร้อมของคนไทยนี้เอง ทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นว่าการที่องค์กรซึ่งเป็นที่ทำงาน เป็นต้นสังกัดของผู้คนวัยทำงานนั้น ๆ จะต้องมีการให้ความสำคัญในการปูพื้นฐานให้กับพนักงานของตนเองเล็งเห็นถึงความสำคัญในการเตรียมความพร้อมสำหรับการเกษียณอายุ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลังสถานการณ์ COVID-19 ที่พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนมีความเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งในการส่งเสริมให้พนักงานในองค์กรเล็งเห็นถึงความสำคัญ และมีการเตรียมความพร้อมสำหรับการเกษียณอายุมากขึ้นนั้น สิ่งสำคัญที่จะเป็นตัวขับเคลื่อน คือ องค์กรจะต้องมีกลยุทธ์การเตรียมความพร้อมสำหรับการเกษียณอายุหลังสถานการณ์ COVID-19 ที่เป็นรูปธรรม ที่มีความเหมาะสม สามารถนำไปใช้ในการดำเนินงานในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งกลยุทธ์การเตรียมความพร้อมสำหรับการเกษียณอายุในองค์กรจะเกิดขึ้นได้นั้น ก็ต้องอาศัยผู้นำที่เล็งเห็นถึงความสำคัญในการการเตรียมความพร้อมสำหรับการเกษียณอายุให้กับพนักงานอย่างแท้จริง ทั้งนี้ ผู้นำองค์กร คือ บุคคลที่มีบทบาทสำคัญในการชี้นำและบริหารจัดการองค์กร เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ด้วยการใช้อิทธิพลและอำนาจของตนในการกระตุ้นให้สมาชิกในองค์กรมีความเต็มใจและกระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน ผู้นำไม่เพียงแต่ต้องมีความสามารถในการสื่อสารและสร้างปฏิสัมพันธ์กับสมาชิกเท่านั้น แต่ยังต้องมีความเชี่ยวชาญในการสร้างความร่วมมือภายในองค์กรเพื่อบรรลุเป้าหมายร่วมกัน Dubrin (1998 อ้างถึงใน กัญญ์ภัทรา ศุภะกุลสวัสดิ์, 2565: 436) ซึ่งการบริหารจัดการตามกระบวนการต่างๆ เหล่านี้เกี่ยวข้องกับภาวะผู้นำ ซึ่งเป็นการใช้อิทธิพลทางสังคมเพื่อขับเคลื่อนกิจกรรมของกลุ่มบุคคลในสถานการณ์ต่าง ๆ โดยมุ่งเน้นการสร้างความร่วมมือที่นำไปสู่ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ Hersey & Blanchard (1993 อ้างถึงใน สุวัฒน์ชัย ฉวีศักดิ์, 2565: 101) จึงสรุปได้ว่า ผู้นำถือเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญอย่างสูงในทุกองค์กรด้วยเป็นผู้ที่กำหนดนโยบาย จัดสรรกำลังคน บริหารจัดการ และตรวจสอบการทำงานจนกว่างานจะสำเร็จลุล่วงด้วยดี หากผู้นำเป็นผู้ที่มีประสิทธิภาพทั้งในด้านความรู้ ความสามารถ และเปี่ยมด้วยคุณธรรม ก็จะสามารถนำพาองค์กรให้เจริญก้าวหน้าไปได้

จากความสำคัญของผู้นำที่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดและนำนโยบายไปปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยมีแนวคิดว่า หากผู้นำองค์กรใช้บทบาทของตนในการส่งเสริมและพัฒนากลยุทธ์การเตรียม

ความพร้อมสำหรับการเกษียณอายุหลังสถานการณ์ COVID-19 ให้กับพนักงานในองค์กร ก็ย่อมเป็นไปได้ที่จะช่วยส่งเสริมให้พนักงานเตรียมตัวสำหรับการเกษียณอายุได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยลดปัญหาความยากจนในวัยชรา และนำไปสู่การมีคุณภาพชีวิตที่ดีและเหมาะสมตามอัตภาพของผู้สูงอายุหลังเกษียณต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาถึงบทบาทของผู้นำองค์กรในการพัฒนากลยุทธ์การเตรียมความพร้อมให้กับพนักงานสำหรับการเกษียณอายุหลังสถานการณ์ COVID-19
2. เพื่อประเมินความเหมาะสมของรูปแบบบทบาทของผู้นำองค์กรในการพัฒนากลยุทธ์การเตรียมความพร้อมในการเกษียณอายุหลังสถานการณ์ COVID-19

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การวิจัย เรื่อง บทบาทของผู้นำองค์กรในการพัฒนากลยุทธ์การเตรียมความพร้อมสำหรับการเกษียณอายุหลังสถานการณ์ COVID-19 เป็นวิธีการวิจัยแบบผสม (Mixed Methodology) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก (In-depth Interview) จำนวน 10 ท่าน และขั้นตอนสุดท้ายเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นการตรวจสอบความเหมาะสมของบทบาทของผู้นำองค์กรในการพัฒนากลยุทธ์การเตรียมความพร้อมสำหรับการเกษียณอายุหลังสถานการณ์ COVID-19 โดยใช้แบบประเมินความเหมาะสมจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา มุ่งศึกษาถึงบทบาทของผู้นำองค์กรในการพัฒนากลยุทธ์การเตรียมความพร้อมให้กับพนักงาน สำหรับการเกษียณอายุหลังสถานการณ์ COVID-19 เพื่อเสนอแนวทางในการส่งเสริมให้ผู้นำองค์กรมีบทบาทในการพัฒนากลยุทธ์การเตรียมความพร้อมให้กับพนักงานสำหรับการเกษียณอายุหลังสถานการณ์ COVID-19 ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นจากเอกสาร ตำรา บทความ แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเตรียมความพร้อมในการเกษียณอายุ และบทบาทของผู้นำองค์กรเพื่อกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย และร่างแบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง สำหรับใช้ในการสัมภาษณ์ผู้บริหารองค์กรเอกชน จำนวน 10 ท่าน

ขั้นตอนที่ 2 นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ สังเคราะห์ในขั้นตอนที่ 1 มาทำการร่างเป็น “บทบาทของผู้นำองค์กรในการพัฒนากลยุทธ์การเตรียมความพร้อมสำหรับการเกษียณอายุหลังสถานการณ์ COVID-19”

ขั้นตอนที่ 3 การพัฒนา “บทบาทของผู้นำองค์กรในการพัฒนากลยุทธ์การเตรียมความพร้อมสำหรับการเกษียณอายุหลังสถานการณ์ COVID-19” นำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารกลยุทธ์ภายในองค์กร จำนวน 3 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านการวางแผนการเกษียณอายุ จำนวน 2 ท่าน รวมทั้งหมด 5 ท่าน เพื่อให้ทำการตรวจสอบความเหมาะสม

ขั้นตอนที่ 4 การสรุปและนำเสนอรูปแบบ “บทบาทของผู้นำองค์กรในการพัฒนากลยุทธ์การเตรียมความพร้อมสำหรับการเกษียณอายุหลังสถานการณ์ COVID-19” ที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วโดยจัดทำเป็นรายงานผลการวิจัยต่อไป

1.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ คือ ผู้บริหารองค์กรเอกชน จำนวน 10 ท่าน โดยการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ผู้บริหารจากองค์กรเอกชน ที่มีนโยบายในการเตรียมพร้อมเกษียณอายุให้กับพนักงานในองค์กร ซึ่งจะต้องเป็นผู้บริหารที่มีประสบการณ์ในการบริหารมาแล้ว ไม่นต่ำกว่า 10 ปี

กลุ่มที่ 2 ผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหาร กลยุทธ์ภายในองค์กร จำนวน 3 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านการวางแผนการเกษียณอายุ จำนวน 2 ท่าน รวมทั้งหมด 5 ท่าน ซึ่งทำหน้าที่ในการประเมินความเหมาะสมของ รูปแบบ บทบาทของผู้นำองค์กรในการพัฒนา กลยุทธ์การเตรียมความพร้อมสำหรับการเกษียณอายุหลังสถานการณ์ COVID-19

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ ทำการศึกษาวิจัยในองค์กรบริษัทเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา เริ่มศึกษาในเดือนเมษายน ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2567 รวม 3 เดือน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า ประกอบด้วย

2.1 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) โดยผู้วิจัยจัดเตรียม ประเด็นสัมภาษณ์ไว้แบบกว้าง ๆ สามารถแทรก หรือเพิ่มเติมประเด็นเพื่อซักถามเมื่อต้องการให้ได้ข้อมูลที่อยู่ในตัวผู้ให้สัมภาษณ์อย่างละเอียดถี่ถ้วน ซึ่งประกอบด้วยข้อคำถามหลัก 3 ประเด็น คือ

ประเด็นที่ 1 ในองค์กรของท่านมีการกำหนดกลยุทธ์การเตรียมความพร้อมให้กับพนักงาน สำหรับสำหรับการเกษียณอายุหลังสถานการณ์ COVID-19 อย่างไร

ประเด็นที่ 2 ท่านมีบทบาทอย่างไรในการพัฒนากลยุทธ์การเตรียมความพร้อมให้กับพนักงาน สำหรับสำหรับการเกษียณอายุหลังสถานการณ์ COVID-19

ประเด็นที่ 3 ท่านมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการส่งเสริมให้ผู้นำองค์กรมีบทบาทในการพัฒนากลยุทธ์การเตรียมความพร้อมให้กับพนักงานสำหรับสำหรับการเกษียณอายุหลังสถานการณ์ COVID-19 อย่างไร

2.2 แบบประเมินความเหมาะสมของรูปแบบ “บทบาทของผู้นำองค์กรในการพัฒนากลยุทธ์การเตรียมความพร้อมสำหรับการเกษียณอายุหลังสถานการณ์ COVID-19” ด้วยการประเมินอภิมานตามแบบ ตรวจสอบรายการของ Stufflebeam (2012 อ้างถึงใน สุวิธยา สิริยานนท์, 2564: 198) ประกอบไปด้วย 5มาตรฐาน ได้แก่ มาตรฐานอรรถประโยชน์ (Utility) มาตรฐานความเป็นไปได้ (Feasibility) มาตรฐานความเหมาะสม (Propriety) มาตรฐานความถูกต้อง (Accuracy) มาตรฐานความ รับผิดชอบในการประเมิน (Evaluation Accountability)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 การสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยดำเนินการประสานงานกับผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 10 ท่าน ที่คัดเลือก มา และทำการสัมภาษณ์เชิงลึกด้วยตนเอง ใช้ระยะเวลาสัมภาษณ์ต่อท่านที่ 60-90 นาที โดยระหว่างสัมภาษณ์ มีการขออนุญาตบันทึกเสียง เพื่อนำมาถอดเทปสนทนา เพื่อสรุปเป็นผลการศึกษาในขั้นตอนต่อไป

3.2 การตรวจสอบคุณภาพความเหมาะสมของ Model 3D+3E ทำการเก็บข้อมูลด้วยการส่งผลการ ศึกษา และ Model 3D+3E รวมทั้งแบบประเมินความเหมาะสมให้กับผู้เชี่ยวชาญได้อ่านทาง E mail จากนั้นเมื่อผู้เชี่ยวชาญส่งแบบประเมินความเหมาะสมกับคืนมาผ่านทาง E mail จนครบ 5 ท่าน จะทำการ ตรวจสอบความถูกต้องความสมบูรณ์ทุกฉบับก่อนนำไปทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

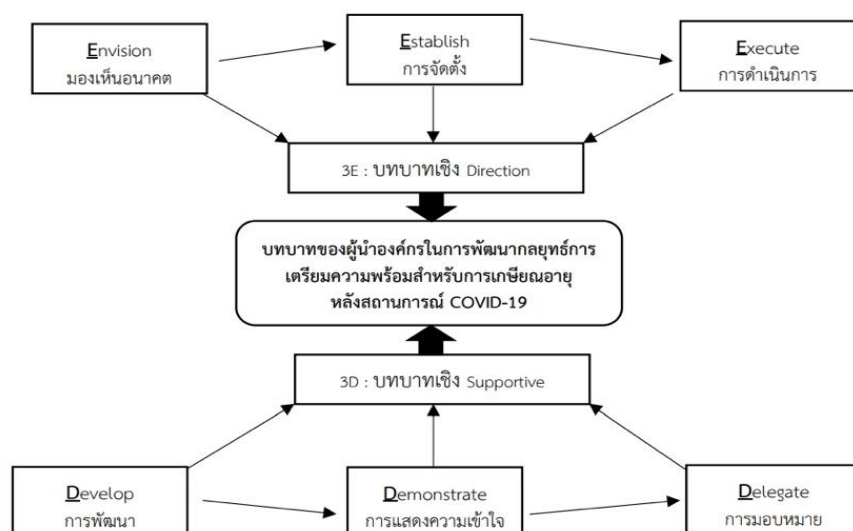
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ร่วมกับการวิเคราะห์เอกสารแนวกิต ทัศนวิสัย และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) คือ การแปลงรูป (Transform) เนื้อหาสาระของข้อมูล (Text) ที่มีปริมาณมากอย่างเป็นระบบไปสู่ข้อสรุปที่สำคัญ (Key Results) ที่มีการจัดระเบียบ (Organized) และมีความกระชับ (Concise) อย่างสูงเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลดิบที่มาจากเอกสารที่ถอดเทปมาจากการสัมภาษณ์แบบคำต่อคำ (Verbatim) เพื่อสร้างหัวข้อเรื่องระดับรอง (Categories) หรือหัวข้อเรื่องหลัก (Themes) อันเป็นกระบวนการเพื่อกำหนดสาระสำคัญเพิ่มเติมที่เป็นนามธรรมของข้อมูลในแต่ละขั้นตอนของการวิเคราะห์กล่าวคือจากสิ่งที่เห็นประจักษ์ (Manifest) และเนื้อหาที่ปรากฏตามตัวอักษร (Literal Content) ไปสู่ความหมายที่แฝงเร้นอยู่ (Latent) ภายในข้อมูลนั้น (Erlingsson & Brysiewicz (2017 อ้างถึงใน จำเนียร จวงตระกูล, 2562: 9)

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบประเมินความเหมาะสมโดยผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน วิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์และประมวลผลข้อมูลทางสถิติ โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean: $\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

ผลการวิจัย (Research Results)

จากการศึกษาพบว่า “บทบาทของผู้นำองค์กรในการพัฒนากลยุทธ์การเตรียมความพร้อมสำหรับการเกษียณอายุหลังสถานการณ์ COVID-19” ประกอบด้วย 6 ปัจจัยหลัก ซึ่งสามารถสรุปเป็น โมเดล “บทบาทของผู้นำองค์กรในการพัฒนากลยุทธ์การเตรียมความพร้อมสำหรับการเกษียณอายุหลังสถานการณ์ COVID-19” คือ Model 3E+3D ซึ่งสรุปเป็นแผนภาพได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงรูปแบบ “บทบาทของผู้นำองค์กรในการพัฒนากลยุทธ์การเตรียมความพร้อมสำหรับการเกษียณอายุหลังสถานการณ์ COVID-19”

(ที่มา : วชรวรรณ ปิยะรัตน์มงคล, 2567)

ซึ่งผู้วิจัยได้นำ รูปแบบ “บทบาทของผู้นำองค์กรในการพัฒนากลยุทธ์การเตรียมความพร้อมสำหรับการเกษียณอายุหลังสถานการณ์ COVID-19” ไป นำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารกลยุทธ์ภายในองค์กร

จำนวน 3 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านการวางแผนการเกษียณอายุ จำนวน 2 ท่าน รวมทั้งหมด 5 ท่าน เพื่อให้ทำการตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบที่สร้างขึ้น ประกอบไปด้วย 5 มาตรฐาน Stufflebeam (2012 อ้างถึงใน สุวิญา สิริยานนท์, 2564: 198) ซึ่งผลการประเมินความเหมาะสม 5 ด้าน มีรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงการประเมินความเหมาะสมของ “รูปแบบ “บทบาทของผู้นำองค์กรในการพัฒนากลยุทธ์ การเตรียมความพร้อมสำหรับการเกษียณอายุหลังสถานการณ์ COVID-19”

รายการประเมิน	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
มาตรฐานอรรถประโยชน์ (Utility)	4.22	0.81	ดีมาก
มาตรฐานความเป็นไปได้ (Feasibility)	3.76	0.35	ดี
มาตรฐานความเหมาะสม (Propriety)	4.39	0.75	ดีมาก
มาตรฐานความถูกต้อง (Accuracy)	4.11	0.67	ดี
มาตรฐานความรับผิดชอบในการประเมิน (Evaluation Accountability)	4.09	0.60	ดี
โดยภาพรวม	4.11	0.54	ดี

จากตารางที่ 1 แสดงการประเมินความเหมาะสมของ “รูปแบบ “บทบาทของผู้นำองค์กรในการพัฒนากลยุทธ์ การเตรียมความพร้อมสำหรับการเกษียณอายุหลังสถานการณ์ COVID-19” ซึ่งทำการประเมินด้วยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน พบว่า “รูปแบบ “บทบาทของผู้นำองค์กรในการพัฒนากลยุทธ์ การเตรียมความพร้อมสำหรับการเกษียณอายุหลังสถานการณ์ COVID-19” ที่สร้างขึ้น มีความเหมาะสมโดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{x} = 4.11$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า รูปแบบฯ ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีความเหมาะสมในด้านมาตรฐานความเหมาะสม (Propriety) มากที่สุด โดยมีความเหมาะสมในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.39$) รองลงมา คือ มาตรฐานอรรถประโยชน์ (Utility) โดยมีความเหมาะสมในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.22$) และด้านที่น้อยที่สุด คือ มาตรฐานความเป็นไปได้ (Feasibility) อย่างไรก็ตามระดับความเหมาะสมที่พบก็อยู่ในระดับดี ($\bar{x} = 3.76$) จึงสามารถสรุปได้ว่า “รูปแบบ “บทบาทของผู้นำองค์กรในการพัฒนากลยุทธ์ การเตรียมความพร้อมสำหรับการเกษียณอายุหลังสถานการณ์ COVID-19” ที่สร้างขึ้นมีความเหมาะสมในระดับดี สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมให้ผู้นำองค์กรมีบทบาทในการพัฒนากลยุทธ์การเตรียมความพร้อมให้กับพนักงาน สำหรับสำหรับการเกษียณอายุหลังสถานการณ์ COVID-19 ได้

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

1. บทบาทของผู้นำองค์กรในการพัฒนากลยุทธ์การเตรียมความพร้อมให้กับพนักงาน สำหรับการเกษียณอายุหลังสถานการณ์ COVID-19

ผลการศึกษา พบว่า บทบาทของผู้นำองค์กรในการพัฒนากลยุทธ์การเตรียมความพร้อมสำหรับการเกษียณอายุหลังสถานการณ์ COVID-19 ที่พบในการศึกษาค้นคว้านี้ ประกอบด้วย 6 ปัจจัยสำคัญ ซึ่งผู้วิจัยนำมาพัฒนาเป็น โมเดล “บทบาทของผู้นำองค์กรในการพัฒนากลยุทธ์การเตรียมความพร้อมสำหรับการเกษียณอายุหลังสถานการณ์ COVID-19” คือ โมเดล 3E+3D เพื่อเป็นแนวทางสำหรับการปรับบทบาทของผู้นำองค์กรในการพัฒนากลยุทธ์การเตรียมความพร้อมสำหรับการเกษียณอายุหลังสถานการณ์ COVID-19 โดยแบบประเมิน

ได้ทำการผ่านการตรวจสอบคุณภาพความเหมาะสมจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน พบว่า มีความเหมาะสมของรูปแบบที่สร้างขึ้นอยู่ในระดับมาก โดย “บทบาทของผู้นำองค์กรในการพัฒนากลยุทธ์การเตรียมความพร้อมสำหรับการเกษียณอายุหลังสถานการณ์ COVID-19” หรือ MODEL 3E+3D ทั้งนี้ สามารถอธิบายได้ว่าการพัฒนากลยุทธ์การเตรียมความพร้อมสำหรับการเกษียณอายุหลังสถานการณ์ COVID-19 ที่มีประสิทธิภาพนั้น ผู้นำองค์กรจะต้องมีบทบาทใน 2 ด้าน หลัก คือ

ด้านที่ 1 3E: บทบาทเชิง Directive ของผู้นำองค์กร ประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ปัจจัย ได้แก่

Envision (การมองเห็นภาพอนาคต) หมายถึง ผู้นำองค์กรต้องมองเห็นภาพอนาคตขององค์กรและความต้องการที่เปลี่ยนแปลงของพนักงาน ซึ่งรวมถึงการกำหนดวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมสำหรับการเกษียณอายุหลังสถานการณ์ COVID-19 โดยพิจารณาถึงการเปลี่ยนแปลงในสมมติฐานการทำงาน สุขภาพ และความมั่นคงทางการเงิน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Dubrin and Andrew (1998 อ้างถึงใน อุทุมพร จันทรสิงห์, 2561: 24) ที่กล่าวไว้ว่า คุณลักษณะสำคัญอย่างหนึ่งของผู้นำองค์กร คือ ผู้นำจะต้องที่มีความคิดความเข้าใจระดับสูง เนื่องจากการคิดเชิงกลยุทธ์นั้นต้องอาศัยทักษะด้านความเข้าใจต่อสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างถ่องแท้ เช่น ความสามารถในการคิดเชิงมโนภาพ (Conceptually) ในการซึมซับและการรับรู้แนวโน้มของสิ่งต่าง ๆ และมีความสามารถในการสรุปข้อมูลต่าง ๆ เพื่อนำไปกำหนดเป็นแผนปฏิบัติการ

Establish (การจัดตั้ง) หมายถึง ผู้นำองค์กรต้องเป็นผู้นำในการจัดตั้งนโยบาย และกรอบงานที่ชัดเจนในการขึ้นำกระบวนการวางแผนการเกษียณอายุ ซึ่งรวมถึงการสร้างแนวทางที่มีโครงสร้างซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายระยะยาวขององค์กรและตอบสนองความต้องการเร่งด่วนของพนักงานที่กำลังเข้าสู่วัยเกษียณ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Lawson (1995 อ้างถึงใน กัณฑ์กณัฐ สุวรรณรัชภูมิ, 2556: 1-12) ที่กล่าวไว้ว่า ในการวางแผนกลยุทธ์ขององค์กรที่มีประสิทธิภาพนั้น ผู้นำองค์กรต้องมีความสามารถ ความรู้และทักษะในการคิด รวมถึงความรู้ความสามารถในการใช้ทักษะความคิดเพื่อกำหนดวิสัยทัศน์อย่างชัดเจน

Execute (การดำเนินการ) หมายถึง ผู้นำองค์กรต้องมั่นใจว่ากลยุทธ์การเตรียมความพร้อมสำหรับการเกษียณอายุได้รับการดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพโดยการนำแผนการที่สามารถปฏิบัติได้มาปรับใช้ การติดตามความก้าวหน้า และปรับปรุงตามความจำเป็น เพื่อให้มั่นใจว่ากลยุทธ์ไม่เพียงแต่ถูกพัฒนาขึ้นแต่ยังถูกนำไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Lawson (1995 อ้างถึงใน กัณฑ์กณัฐ สุวรรณรัชภูมิ, 2556: 1-12) ที่กล่าวไว้ว่า ในการกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงานอย่างใดอย่างหนึ่งในองค์กรนั้น กระบวนการขับเคลื่อนกลยุทธ์ ผู้นำองค์กรต้องตระหนักถึงความเชื่อมโยงของกลยุทธ์นั้น ๆ สู่การนำไปปฏิบัติจริง ซึ่งต้องมั่นใจว่า กลยุทธ์จะพัฒนาขึ้นจะนำไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถยืดหยุ่นได้ เพื่อให้การดำเนินงานไปอย่างราบรื่น

ด้านที่ 2 3D: บทบาทเชิง Supportive ของผู้นำองค์กร ประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ปัจจัย ได้แก่

Develop (การพัฒนา) หมายถึง ผู้นำองค์กรต้องมีการพัฒนารายการ และทรัพยากรที่สนับสนุนพนักงานในการวางแผนการเกษียณอายุ เช่น การจัดเวิร์คช็อปเกี่ยวกับการวางแผนทางการเงิน โปรแกรมสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี และโอกาสในการเรียนรู้ต่อเนื่องเพื่อรักษาทักษะที่ยังคงเกี่ยวข้องแม้ว่าพนักงานจะเตรียมเกษียณ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเนตร์พัฒนา ยาวีราช (2552: 23) ที่กล่าวไว้ว่า ในการดำเนินการขับเคลื่อนกลยุทธ์ขององค์กร คุณสมบัติหนึ่งที่สำคัญที่ผู้นำองค์กรควรมี คือ นอกจากที่ผู้นำองค์กรต้องมีความสามารถในการนำปัจจัยนำเข้าต่าง ๆ มากำหนดกลยุทธ์ จะต้องมีความสามารถในการบริหาร

ข้อมูลโดยจัดข้อมูลเป็นระบบสารสนเทศ มีการรายงานผล แผนงานและโครงการ และสนับสนุนให้พนักงานดำเนินการ หรือปฏิบัติตามแผนกลยุทธ์ที่วางไว้ได้อย่างเป็นรูปธรรม

Demonstrate (การแสดงให้เห็นถึงความเข้าใจ) หมายถึง ผู้นำองค์กรต้องแสดงให้เห็นถึงความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจโดยการรับฟังความกังวลของพนักงานและให้การสนับสนุนตลอดการวางแผนการเกษียณ ผู้นำควรเป็นแบบอย่างของพฤติกรรมที่ต้องการเห็น เพื่อแสดงว่าตนเองให้ความสำคัญกับความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของธีรศักดิ์ ชนะบางแก้ว (2557: 26) ที่กล่าวว่า ผู้นำที่ดีต้องมีการกำหนดกลยุทธ์โดยผ่านการปรึกษาหารือกับผู้ที่เกี่ยวข้องหลาย ๆ ฝ่าย ซึ่งเป็นลักษณะของความเป็นประชาธิปไตยในการทำงานร่วมกัน เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ โดยต้องมีความใจกว้างพอที่จะให้อำนาจหรือรับฟังบุคคลอื่นในการสร้างสรรค์และเปลี่ยนแปลงเชิงกลยุทธ์เท่าที่จำเป็น โดยต้องมีการฟังอย่างตั้งใจ ใส่ใจในความคิดเห็นแนวคิดและข้อเสนอของพนักงาน ผลักดันให้พนักงานมีส่วนร่วมในการสนทนา การแสดงความคิดเห็น ไปจนถึงการตั้งคำถามเชิงชวนให้อธิบายรายละเอียด (Nahavandi and Malekzadeh (1999 อ้างถึงใน นลินี ณ นคร รักธรรม, 2565: 171-180)

Delegate (การมอบหมาย) หมายถึง ผู้นำองค์กรต้องทำหน้าที่ในการมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบให้กับทีมทรัพยากรบุคคล ที่ปรึกษาการเกษียณอายุ และผู้เชี่ยวชาญอื่น ๆ เพื่อให้คำแนะนำส่วนบุคคลแก่พนักงาน วิธีนี้จะทำให้พนักงานได้รับคำแนะนำที่ต้องการจากผู้เชี่ยวชาญที่มีคุณสมบัติเหมาะสม ในขณะที่ผู้นำมุ่งเน้นไปที่การกำกับดูแลกลยุทธ์ในภาพรวม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Bass (1985 อ้างถึงใน กนกอร สมปราชญ์, 2562: 56) ที่กล่าวว่า ผู้นำองค์กรที่ดีต้องรู้จักใช้คนให้เหมาะสมกับงาน สามารถมอบหมายงานและแบ่งภาระงาน ให้ผู้อื่นดำเนินการโดยทำงานเป็นทีม และผู้นำจำเป็นต้องมีทักษะในงานที่รับผิดชอบ การจัดปัญหาความขัดแย้ง และการสร้างแรงจูงใจในการดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่วางแผนไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. การประเมินความเหมาะสมของรูปแบบ “บทบาทของผู้นำองค์กรในการพัฒนากลยุทธ์การเตรียมความพร้อมในการเกษียณอายุหลังสถานการณ์ COVID-19”

ผลการประเมินความเหมาะสมของโมเดลบทบาทของผู้นำองค์กรในการพัฒนากลยุทธ์การเตรียมความพร้อมในการเกษียณอายุหลังสถานการณ์ COVID-19 พบว่า มีความเหมาะสมโดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{x} = 4.11$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า รูปแบบฯ ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีความเหมาะสมในด้าน มาตรฐานความเหมาะสม (Propriety) มากที่สุด โดยมีความเหมาะสมในระดับดีมาก รองลงมา คือ มาตรฐานอรรถประโยชน์ (Utility) โดยมีความเหมาะสมในระดับดีมาก และด้านที่น้อยที่สุด คือ มาตรฐานความเป็นไปได้ (Feasibility) อย่างไรก็ตามระดับความเหมาะสมที่พบก็อยู่ในระดับดี จึงสามารถสรุปได้ว่า “รูปแบบ “บทบาทของผู้นำองค์กรในการพัฒนากลยุทธ์ การเตรียมความพร้อมสำหรับการเกษียณอายุหลังสถานการณ์ COVID-19” ที่สร้างขึ้นนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมให้ผู้นำองค์กรมีบทบาทในการพัฒนากลยุทธ์การเตรียมความพร้อมให้กับพนักงานสำหรับการเกษียณอายุหลังสถานการณ์ COVID-19 ได้ ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากว่า การประเมินอภิमानตามแบบตรวจสอบรายการของ Stufflebeam นั้น เป็นอีกรูปแบบการประเมินหนึ่งที่มีการออกแบบการประเมินอย่างเป็นระบบ อีกทั้งในการประเมินในการวิจัยนี้ยังมีการประเมินความเหมาะสมโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวนทั้งสิ้น 5 ท่าน ซึ่งถือว่าเป็นการประเมินโดยผู้ประเมินหลาย ๆ คน หรือเป็นการประเมินซ้อนการประเมิน จึงทำให้ผลการประเมินความเหมาะสมของรูปแบบ “บทบาทของผู้นำองค์กรในการพัฒนากลยุทธ์การเตรียมความพร้อมสำหรับการเกษียณอายุหลังสถานการณ์ COVID-19” สามารถเชื่อถือได้ และสามารถนำไปใช้ในองค์กรได้จริง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของศิริชัย กาญจนวาสิ (2552: 15) ที่กล่าวว่า การ

ประเมินอภิมาน คือ กระบวนการประเมินซ้ำ หรือการประเมินงานประเมิน เพื่อตัดสินคุณภาพของการประเมินโดยเปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานการประเมินสามารถนำผลการประเมินอภิมานไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการประเมินหรือนักประเมิน ให้ข้อเสนอแนะทั้งจุดเด่นและจุดด้อยของการประเมิน จึงทำให้ผลของการประเมินมีคุณภาพ เชื่อถือได้

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

ในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ค้นพบและพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ที่สำคัญต่อการเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุของพนักงานในองค์กร โดยเฉพาะในบริบทหลัง COVID-19 ที่ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตและการทำงาน องค์ความรู้เหล่านี้สามารถนำไปใช้ในการพัฒนากลยุทธ์และนโยบายเพื่อเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุทั้งในระดับองค์กรและระดับประเทศ โดยสรุปได้ ดังนี้

1. การเปลี่ยนแปลงบทบาทผู้นำ : จากผู้บริหารสู่ผู้สนับสนุนชีวิตหลังเกษียณ

งานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นที่ผู้นำองค์กรต้องปรับบทบาทจากการเป็นเพียงผู้บริหารที่มุ่งเน้นผลลัพธ์ทางธุรกิจ สู่การเป็นผู้สนับสนุนที่เข้าใจและคำนึงถึงความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานหลังเกษียณ การเปลี่ยนแปลงนี้ช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความผูกพันระหว่างพนักงานและองค์กร ทำให้การเตรียมความพร้อมสำหรับการเกษียณไม่ใช่เพียงแค่การปฏิบัติตามนโยบาย แต่เป็นการสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีในระยะยาว

2. ความสำคัญของการเตรียมความพร้อมเชิงรุก : การเปลี่ยนวิกฤตเป็นโอกาสหลัง COVID-19

สถานการณ์ COVID-19 ไม่เพียงแต่เป็นวิกฤต แต่ยังเป็นโอกาสที่ทำให้เห็นถึงความสำคัญของการเตรียมความพร้อมสำหรับการเกษียณในมุมมองใหม่ ๆ งานวิจัยนี้เน้นย้ำว่าผู้นำองค์กรต้องมีการเตรียมความพร้อมเชิงรุก โดยไม่เพียงแต่ปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง แต่ยังต้องนำการเปลี่ยนแปลงนั้นมาใช้เป็นโอกาสในการพัฒนากลยุทธ์และสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเกษียณอายุที่มีคุณภาพ ช่วยให้พนักงานสามารถเกษียณอย่างมีศักดิ์ศรีและมีความสุขในทุกมิติของชีวิต

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย เรื่อง บทบาทของผู้นำองค์กรในการพัฒนากลยุทธ์การเตรียมความพร้อมสำหรับการเกษียณอายุหลังสถานการณ์ COVID-19 ผู้วิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะจากการศึกษาครั้งนี้และข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไปไว้ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

ผู้นำ ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการบริหารองค์กร แต่ผู้นำที่มีภาวะความเป็นผู้นำจะเป็นผู้ที่ทำให้องค์กรอยู่รอดและประสบผลสำเร็จ ดังนั้น ก่อนที่จะขับเคลื่อนนโยบายในการเตรียมความพร้อมสำหรับการเกษียณอายุหลังสถานการณ์ COVID-19 ภายในองค์กรนั้น ผู้นำองค์กรต้องมีการส่งเสริมสนับสนุนให้ความรู้แก่พนักงานเพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจ และเล็งเห็นถึงความสำคัญของการเตรียมความพร้อมในการเกษียณอายุเสียก่อน

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่คาดว่าจะเกี่ยวข้องกับการเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณอายุของพนักงานที่กำลังเข้าสู่วัยเกษียณ เช่น การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณอายุ และทัศนคติต่อการเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณอายุ เป็นต้น

2.2 ควรศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวกับปัญหา และอุปสรรคในการเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณอายุของพนักงานที่กำลังเข้าสู่วัยเกษียณ โดยควรมีทั้งการศึกษาเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มพนักงานที่กำลังเข้าสู่วัยเกษียณ เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง (References)

- กนกอร สมปราษฎ. (2562). **ภาวะผู้นำกับคุณภาพสถานศึกษา**. ขอนแก่น: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- กัณฑ์กณัฐ สุวรรณรัชภูมิ. (2556). ภาวะผู้นำกลยุทธ์ : รูปแบบของผู้ในยุคใหม่. **วารสารบริหารการศึกษา**. 10(18): 1-12.
- กัณฑ์กัณฑ์ ศุภกุลสวัสดิ์. (2565). ภาวะผู้นำกับการพัฒนาองค์การสมัยใหม่. **Journal of Modern Learning Development**. 7(8): 431-444.
- คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2566). **ดัชนีชี้วัดความพร้อมเพื่อการเกษียณปี 2566**. กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จำเนียร จวงตระกูล. (2562). การวิเคราะห์เนื้อหาในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ. **PAAT Journal**. 2(2): 1-14.
- ธีรศักดิ์ ชนะบางแก้ว. (2557). **ภาวะผู้นำ** [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.baanjomut.com> สืบค้นเมื่อ 10 กรกฎาคม 2567.
- นลินี ณ นคร รักธรรม. (2565). ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในองค์การ. **วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์**. 24(2): 171-180.
- เนตรพัฒนา ยาวีราข. (2552). **ภาวะผู้นำและผู้นำเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ: เซ็นทรัลเอ็กซ์เพรส.
- ปิยดา วงศ์วิวัฒน์. (2562). การเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. **วารสารสมาคมนักวิจัย**. 24(3): 348-361.
- ศิริชัย กาญจนวาสี. (2552). **ทฤษฎีการประเมิน**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี. (2560). **พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน (ฉบับที่ 6) พ.ศ. 2560**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2560/A/088/7.PDF>. สืบค้นเมื่อ 10 กรกฎาคม 2567.
- สุภาลักษณ์ จันทา. (2560). การเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณอายุของพนักงานบริษัทผลิตอุปกรณ์กีฬาแห่งหนึ่งในจังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สุวัฒน์ชัย ฉวีศักดิ์. (2565). การศึกษาภาวะผู้นำเชิงสถานการณ์ของผู้บริหารสถานศึกษาอาชีวศึกษาจังหวัดพิษณุโลก สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.
- สุวิธยา สิริยานนท์. (2564). การประเมินอภิมาน และการประยุกต์ใช้แนวทางการประเมินอภิมาน. **วารสารการวัดผลการศึกษา**. 38(104): 197-208.
- อุทุมพร จันทรสิงห์. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษากับการทำงานเป็นทีมในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 2. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.



บ่มเพาะและพัฒนาศักยภาพวิศวกรสังคมของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
Cultivation and Development of The Potential of Social Engineers of
Songkhla Rajabhat University Students

ปาริชาติ จันทรศรีบุตร¹ จิราภา คงเขียว² จิราภรณ์ กวดขัน³ พิษณุพีไล ขุนพรพรณราย⁴ สกรรจ์ รอดคล้าย⁵
Parichat Jansriboot, Jirapa kongkeaw, Jiraporn Guadkhan,
Pitchpilai Khoonphunnarai, Sakan Rodklai

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อบ่มเพาะทักษะวิศวกรสังคมแก่นักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา และ 2) เพื่อให้วิศวกรสังคมบูรณาการองค์ความรู้หรือสร้างนวัตกรรมเพื่อแก้ปัญหาชุมชน การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ประชากรคือ นักศึกษาจำนวน 102 คน โดยใช้รูปแบบการอบรมให้ความรู้เรื่องเครื่องมือวิศวกรสังคม และเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถามเพื่อประเมินผลความพึงพอใจในการอบรม และประเมินผลความรู้ที่ได้รับก่อนและหลังการอบรม และแบบสอบถามปลายเปิดเพื่อสะท้อนคิดแต่ละเครื่องมือของวิศวกรสังคม คณะผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วย T-Test นักศึกษาลงพื้นที่เพื่อนำเครื่องมือและองค์ความรู้ที่ได้รับจากการอบรมไปใช้แก้ปัญหาและพัฒนาชุมชน โดยเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR) ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า 1) ผู้เข้าอบรมมีความพึงพอใจในกระบวนการอบรมการใช้เครื่องมือต่าง ๆ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก จากการประเมินความรู้ความเข้าใจจากการเข้าร่วมกิจกรรมพบว่า หลังการอบรมนักศึกษามีความรู้ความเข้าใจในแต่ละกิจกรรมฝึกปฏิบัติการการใช้เครื่องมือต่าง ๆ เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 2) ผู้ผ่านการอบรมวิศวกรสังคม ได้ลงปฏิบัติการในพื้นที่โดยบูรณาการองค์ความรู้หรือสร้างนวัตกรรมเพื่อแก้ปัญหาชุมชน ฝึกฝนทักษะนักคิด นักสื่อสาร นักประสาน และนักสร้างนวัตกรรมชุมชน

คำสำคัญ (Keywords) : การบ่มเพาะ; พัฒนา; วิศวกรสังคม

Received: 2025-03-16 Revised: 2025-04-03 Accepted: 2025-04-05

¹ อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร สาขาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา Lecturer of Human Resource Management, Songkhla Rajabhat University. E-mail: parichart.ju@skru.ac.th

² อาจารย์ประจำ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา Lecturer of Faculty of Science and Technology, Songkhla Rajabhat University. E-mail: jirapa.ko@skru.ac.th

³ อาจารย์ประจำ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา Lecturer of Faculty of Science and Technology, Songkhla Rajabhat University. E-mail: jiraporn.gu@skru.ac.th

⁴ อาจารย์ประจำ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา Lecturer of Faculty of Science and Technology, Songkhla Rajabhat University. E-mail: pitchpilai.kh@skru.ac.th

⁵ อาจารย์ประจำ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา Lecturer of Faculty of Science and Technology, Songkhla Rajabhat University. E-mail: sakan.ro@skru.ac.th

Abstract

The research article's objectives were : 1) to cultivate social engineering skills among Songkhla Rajabhat University students, and 2) to enable social engineers to integrate knowledge or create innovations to solve community problems. This study employed both quantitative and qualitative research methods. The population consisted of 102 students. The research utilized a training model on social engineering tools and collected quantitative data from questionnaires to evaluate training satisfaction and assess knowledge gained before and after training. Open-ended questionnaires were used to reflect on each social engineering tool. The research team analyzed data using frequency statistics, percentages, means, and standard deviations, and tested hypotheses using T-Test. Students conducted fieldwork to apply the tools and knowledge gained from the training to solve problems and develop communities, with qualitative data collected through Participatory Action Research (PAR). The research findings revealed that: 1) Participants reported high overall satisfaction with the training process for using various tools. The assessment of knowledge and understanding from participation in activities showed that after training, students had significantly increased knowledge and understanding in each practical activity using various tools at the 0.01 significance level. 2) Trained social engineers conducted field operations by integrating knowledge or creating innovations to solve community problems, practicing skills as thinkers, communicators, coordinators, and community innovation creators.

Keywords: cultivation; develop; social engineer

บทนำ (Introduction)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ให้ความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อย่างต่อเนื่องในทุก ๆ มิติ ทั้งนี้เนื่องจากมนุษย์เป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุดและเป็นปัจจัยสู่ความสำเร็จของการพัฒนาประเทศ เครื่องมือหนึ่งที่สำคัญในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์นั้นคือการศึกษา ดังนั้น คุณภาพการศึกษาเป็นสิ่งที่สะท้อนถึงคุณภาพของทรัพยากรมนุษย์ของประเทศด้วยเช่นกัน (ธีรวิ ทองเจือ และ ปรีดี ทুমเมฆ, 2560 : 392) จากการปฏิรูปการศึกษาอย่างต่อเนื่องของประเทศไทย คณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา ประกาศ รายละเอียดผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 อาศัยอำนาจตามความในข้อ 7 วรรคสอง แห่งกฎกระทรวง มาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 ได้กำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ตามคุณวุฒิแต่ละระดับและต้องสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของหลักสูตร สถาบันอุดมศึกษา วิชาชีพ ประเทศชาติ และบริบทโลก ประกอบด้วยอย่างน้อย 4 ด้าน ได้แก่ ความรู้ (Knowledge) 2 ทักษะ (Skills) 3 จริยธรรม (Ethics) 4 ลักษณะบุคคล (Character) และผู้เรียนควรมีทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 (รายละเอียดผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ.2565, 2565)

นอกจากนี้พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 10 ทรงให้ความสำคัญในด้านการศึกษาและพระราชทานพระบรมราโชบาย ด้านการศึกษา เพื่อให้สถาบันการศึกษาทุกสถาบันน้อมนำไปปฏิบัติให้เกิดผลต่อผู้เรียนอย่างแท้จริง โดยมีใจความดังต่อไปนี้ “สถาบันการศึกษามุ่งสร้างพื้นฐานให้แก่ผู้เรียน 4 ประการ

ได้แก่ 1. มีทัศนคติที่ถูกต้องต่อบานเมือง 2. มีพื้นฐานชีวิตที่มั่นคง - มีคุณธรรม 3. มีงานทำ - มีอาชีพ และ 4. เป็นพลเมืองที่ดี” อีกทั้งมหาวิทยาลัยราชภัฏทั่วประเทศทั้ง 38 แห่งได้น้อมนำพระบรมราโชบายที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงแนะนำให้มหาวิทยาลัยราชภัฏ “ให้ทำงานให้เข้าเป้าในการยกระดับคุณภาพการศึกษาและพัฒนาท้องถิ่นในท้องถิ่น โดยเน้นการเข้าถึงประชาชนและต้องวิเคราะห์และรับทราบปัญหาความต้องการของประชาชนในท้องถิ่น” (มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม, 2566)

เมื่อวันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2561 สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาได้เชิญนายกสภามหาวิทยาลัยราชภัฏทั้ง 38 แห่งทั่วประเทศ เพื่อน้อมนำพระบรมราโชบายเรื่องการศึกษาในสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวถ่ายทอดสู่มหาวิทยาลัยราชภัฏ โดยมีองคมนตรี 4 ท่าน เป็นผู้ประชุมถ่ายทอด ซึ่งประกอบด้วย (1) พลเอก สุรยุทธ์ จุลานนท์ (2) ศาสตราจารย์เกียรติคุณ นายแพทย์เกษม วัฒนชัย (3) พลอากาศเอก ชลิต พุกผาสุข และ (4) พลเอก ดาว์พงษ์ รัตนสุวรรณ ทั้งนี้ องค์กรมนตรีทั้ง 4 ท่านได้เน้นย้ำให้มหาวิทยาลัยราชภัฏทำงานให้เข้าเป้าการเป็นมหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น และให้มหาวิทยาลัยไปดำเนินการเน้นภารกิจที่สำคัญใน 2 เรื่องใหญ่ ได้แก่ (1) ภารกิจการพัฒนาท้องถิ่นในท้องถิ่น และ (2) ภารกิจยกระดับคุณภาพการศึกษาและการพัฒนาวิชาชีพครู (โกวิทย์ พวงงาม, 2561) จากภารกิจดังกล่าวมหาวิทยาลัยราชภัฏทั้ง 38 แห่งรวมตัวกันเพื่อทำโครงการวิศวกรรมสังคมขึ้นมาเพื่อเป็นกิจกรรมในการพัฒนาทักษะ Soft-Skill ของนักศึกษาและบูรณาการความรู้ที่นักศึกษาได้รับมาพัฒนาชุมชนต่อไป

ดังนั้น โครงการวิศวกรรมสังคมถือได้ว่าเป็นภารกิจหนึ่งของการพัฒนาท้องถิ่น โดยมีหลักการคือต้องการให้มหาวิทยาลัยราชภัฏเข้าถึงประชาชน รู้จักท้องถิ่นตนเองให้ดีขึ้น ที่สำคัญเป็นการน้อมนำ “ศาสตร์พระราชา” และการดำเนินงาน ตามโครงการพระราชดำริ ทั้งการส่งเสริมการวิจัย การสร้างพื้นที่การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง เป็นพื้นที่ปฏิบัติการทางสังคม (Social Lab) เพื่อเป็นต้นแบบที่มีกิจกรรมและโครงการที่เป็นต้นแบบ (Best Practice) ในด้านต่าง ๆ โดยใช้กระบวนการที่ชื่อว่า “วิศวกรรมสังคม” ในการอบรมและ ฝึกปฏิบัติผ่านเครื่องมือ 5 เครื่องมือ ดังนี้ (นงรัตน์ อัสโร, 2564: 60-61)

1) เครื่องมือ “ฟ้าประทาน” เป็นการฝึกการแยกแยะข้อเท็จจริง (Fact) ออกจากอารมณ์ (Emotion) และความรู้สึก (Feeling) ฝึกการสังเกตและสืบเสาะหาข้อมูลบนหลักเหตุ - ผล ยอมรับความเห็นต่าง สามารถหาจุดร่วมเพื่อพัฒนา (ตัวเอง องค์กร สังคม) และตีความหมายข้อมูลทุกมิติให้ตรงกับความเป็นจริงที่สุดของชุมชน

2) เครื่องมือ “นาฬิกาชีวิต” ฝึกการเข้าใจและเคารพวิถีชีวิตของเพื่อนร่วมงานและคนในชุมชน เลือกเวลาและประเด็นส่วนร่วมได้อย่างเหมาะสม (Put the right man to the right job) เป็นการฝึกความคุ้นชินกับการตั้งคำถามหลัก ได้แก่ ทำอะไร (What) ทำที่ไหน (Where) ทำอย่างไร (How) ทำไมต้องทำ (Why) ศึกษาใคร (Who) และเก็บข้อมูลเมื่อไหร่ (When) มีการบันทึกข้อมูล วิเคราะห์ สรุปผลให้เกิดความชัดเจน

3) เครื่องมือ “Timeline พัฒนาการ” เป็นกระบวนการฝึกการลำดับเหตุการณ์ผ่านเรื่องเล่า โดยใช้ทักษะการตั้งคำถามเพื่อรวบรวมข้อมูลตามลำดับเวลาและลำดับเหตุการณ์อย่างเป็นระบบ เพื่อให้สามารถวิเคราะห์ศักยภาพและทุนทางสังคมหรือทุนชุมชนที่จะช่วยให้เข้าใจวิถีแห่งสรรพสิ่ง (ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด, 2564) เป็นการระดมพล สร้างความร่วมมือและการมีส่วนร่วม

4) เครื่องมือ “Timeline กระบวนการ” เป็นกระบวนการฝึกถอดรหัสขั้นตอนหรือกระบวนการด้วยการตั้งคำถามอย่างสงสัย ใครรู้ และบันทึกข้อมูล เรียงลำดับอย่างเป็นระบบ เพื่อให้เข้าใจวิธีการได้มาของสิ่งที่ศึกษาอย่างถ่องแท้แบบหยั่งรากลึกและครบถ้วน จนสามารถนำไปสู่การคิดวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อการพัฒนากระบวนการ (Process development) (ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด, 2564)

5) เครื่องมือ “M.I.C. model” เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น” เป็นกระบวนการฝึกคิดเชิงสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรม ซึ่งสามารถนำเอาผลลัพธ์จากเครื่องมือ “Timeline กระบวนการ” มาพัฒนาต่อยอดเพิ่มประสิทธิภาพ คุณภาพ มูลค่า หรือคุณค่าให้สูงขึ้นโดยยุบรวมขั้นตอน (Process Modification) ปรับปรุงขั้นตอนกระบวนการ (Process Improvement) หรือเพิ่มเติมขั้นตอนใหม่ในกระบวนการ (Process Creation) ตามลำดับ (ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด, 2564)

โครงการวิศวกรสังคมมีแนวคิดในการใช้ชุมชนท้องถิ่นเป็นห้องเรียนสำหรับการทำกิจกรรมนักศึกษา ระหว่างเรียนในมหาวิทยาลัยเพื่อสร้าง “Soft Skill” ที่จำเป็นสำหรับการใช้ชีวิตในศตวรรษที่ 21 และเสริมสร้างทักษะแห่งอนาคต โดยผู้สอนจะต้องปรับวิธีคิดเปลี่ยนวิธีสอนให้ผู้เรียนเข้าร่วมกิจกรรมอย่างมีแบบแผน ปรับห้องเรียนสี่เหลี่ยมเป็นห้องเรียนชุมชน ด้วยการสนับสนุนของผู้บริหารและคณาจารย์รุ่นใหม่เพื่อให้ “ทักษะวิศวกรสังคม” ติดตัวนักศึกษาไปประยุกต์ใช้ในชีวิตและทำงานในอนาคต (นงรัตน์ อีสโร, 2564: 60) อีกทั้งมุ่งพัฒนานักศึกษาให้เกิดทักษะทางสังคมด้วยกระบวนการวิศวกรสังคม 4 ประการ ได้แก่ 1) นักคิด : ทักษะการคิดวิเคราะห์เชิงเหตุ-ผล (Cause-Effect) เห็นปัญหาเป็นเรื่องท้าทาย 2) นักสื่อสาร : ทักษะการสื่อสาร องค์ความรู้เพื่อแก้ปัญหา 3) นักประสานงาน : ทักษะในการทำงานร่วมกับผู้อื่นโดยปราศจากข้อขัดแย้ง สามารถระดมทรัพยากร สรรพกำลังในท้องถิ่นเพื่อร่วมกันแก้ปัญหาได้ และ 4) นวัตกรรม : ทักษะการสร้างนวัตกรรม เพื่อสังคม (นงรัตน์ อีสโร, 2564: 61)

มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลาได้เห็นความสำคัญต่อการกิจที่สำคัญทั้ง 2 ดังกล่าวอันได้แก่ ภารกิจการพัฒนาท้องถิ่นและภารกิจยกระดับคุณภาพการศึกษาและการพัฒนาวิชาชีพครู จึงได้กำหนดวิสัยทัศน์ไว้ว่า “เป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำเพื่อพัฒนาท้องถิ่นภาคใต้สู่สากล” โดยมี Objective and Key Results (OKRs) ของแผนยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570) มีรายละเอียดในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 การยกระดับคุณภาพการศึกษา วัตถุประสงค์ที่ 3.1 ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ได้กำหนดให้ใช้กระบวนการ “วิศวกรสังคม” เป็นกลไกการพัฒนา Soft Skill และคุณลักษณะของนักศึกษาและบัณฑิตให้เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง และกำหนด Key Results 3.1.1 นักศึกษาได้รับการพัฒนา Soft Skill ด้วยกระบวนการวิศวกรสังคมสู่การพัฒนาท้องถิ่น อีกทั้งจากการดำเนินงานภายใต้ยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่น ที่ผ่านมามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลาได้มีการเน้นการนำเอาศาสตร์พระราชามาประยุกต์ใช้เพื่อช่วยแก้ไขปัญหาความยากจน ลดความเหลื่อมล้ำ สร้างทางเลือกในการประกอบอาชีพให้กับคนในชุมชน รวมถึงมุ่งเน้นการสร้างสมดุลในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยการนำเอาองค์ความรู้ และนวัตกรรม ทั้งทางด้านวิทยาศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปศาสตร์ มาผสมผสานเข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดการบูรณาการองค์ความรู้ (มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา, 2567) จากหลักการและเหตุผลดังกล่าว คณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาวิจัยหัวข้อ “บ่มเพาะและพัฒนาศักยภาพวิศวกรสังคมของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา” เพื่อตอบวัตถุประสงค์และยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา อีกทั้งยังช่วยเสริมสร้างให้บัณฑิตมีคุณลักษณะตามพระบรมราโชบายด้านการศึกษา 4 ประการ อันได้แก่ 1) มีทัศนคติที่ถูกต้องต่อบ้านเมือง 2) มีพื้นฐานชีวิตที่มั่นคง - มีคุณธรรม 3) มีงานทำ - มีอาชีพ และ 4) เป็นพลเมืองที่ดี นอกจากการเสริมสร้างบัณฑิตให้มีคุณลักษณะ 4 ประการดังกล่าว นักศึกษาที่ผ่านการอบรมสามารถนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้เพื่อวิเคราะห์ปัญหาบนฐานข้อมูลชุมชนท้องถิ่น ดังนั้น “การบ่มเพาะและพัฒนาศักยภาพวิศวกรสังคมของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา” เป็นการฝึกฝนจากการอบรมและการลงมือปฏิบัติจริงจากสถานการณ์จริง อันจะทำให้นักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการได้พัฒนาทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 และเพื่อให้นักศึกษามี

ทักษะในการดำรงชีวิตและการทำงานในอนาคต สามารถแก้ปัญหาและพัฒนาท้องถิ่นของตนได้ รวมถึงสามารถนำทักษะที่ได้รับไปบูรณาการสู่การพัฒนาและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในเชิงพื้นที่ ชุมชนท้องถิ่นได้อย่างเป็นรูปธรรมต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย คือ เป็นคนดี มีทักษะชีวิต มีจิตสาธารณะ

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. บ่มเพาะทักษะวิศวกรสังคมแก่นักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
2. เพื่อให้วิศวกรสังคมบูรณาการองค์ความรู้หรือสร้างนวัตกรรมเพื่อแก้ปัญหาชุมชน

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (The Research and development) โดยมีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้กำหนดขอบเขตที่จะทำการศึกษาจากกรอบแนวคิดจากกระบวนการวิศวกรสังคมของ ภูสิทธิ์ คำชะโนด เพื่อบ่มเพาะและพัฒนาศักยภาพวิศวกรสังคม โดยใช้รูปแบบการอบรมให้ความรู้เรื่องเครื่องมือวิศวกรสังคมจำนวน 5 เครื่องมือ เก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากการประเมินผลก่อนและหลังการอบรมให้ความรู้ และให้นักศึกษาลงพื้นที่เพื่อนำเครื่องมือและองค์ความรู้ที่ได้รับจากการอบรมไปใช้แก้ปัญหาและพัฒนาชุมชน โดยเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิจัยแบบมีส่วนร่วม

1.2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา จำนวน 102 คนที่สมัครใจเข้าร่วมโครงการ และนักศึกษาที่ผ่านการคัดเลือกนักศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 5 กลุ่ม

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ความรับผิดชอบของมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ได้แก่จังหวัดสงขลาและสตูล

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการระหว่าง พฤษภาคม 2565-พฤษภาคม 2566

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 แบบประเมินก่อนและหลังการอบรม เป็นมาตราส่วนประเมินค่าแบบลิเคอร์ท 5 ระดับ

2.3 แบบประเมินความพึงพอใจในกระบวนการอบรมของเครื่องมือวิศวกรสังคม

2.3 การสัมภาษณ์เพื่อประเมินทักษะวิศวกรสังคมและสิ่งที่ชุมชนได้รับ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล มีขั้นตอนการดำเนินงาน 6 ขั้นตอนหลัก ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 จัดโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ

จัดโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการให้ความรู้ ทักษะ และเครื่องมือวิศวกรสังคมแก่นักศึกษา ระยะเวลาอบรม 2 วัน ใช้เครื่องมือประเมินผลก่อนและหลังการอบรม ซึ่งผ่านการตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 คน

ขั้นตอนที่ 2 สำรวจพื้นที่และศึกษาปัญหาชุมชน

นักศึกษาที่ผ่านการอบรมรวมกลุ่มโดยใช้แนวคิด "ชวนเพื่อน ชวนน้อง ชอร้องพี่" ลงพื้นที่ในเขตจังหวัดสงขลาและสตูล เพื่อสำรวจประเด็นปัญหาชุมชน วิเคราะห์ข้อมูลชุมชนโดยใช้เครื่องมือวิศวกรสังคมจัดกลุ่ม

นักศึกษาตามหลักเกณฑ์: กลุ่มละไม่เกิน 15 คน ประกอบด้วยอย่างน้อย 2 สาขาวิชา มีอาจารย์ที่ปรึกษากลุ่มละไม่เกิน 3 คน

ขั้นตอนที่ 3 นำเสนอและคัดเลือกกิจกรรม

นักศึกษาแต่ละกลุ่มนำเสนอกิจกรรมวิศวกรรมสังคม คณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกกิจกรรมตามเกณฑ์: เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในขั้นตอนที่ 2 สามารถบูรณาการองค์ความรู้หรือสร้างนวัตกรรมเพื่อแก้ปัญหาพร้อมกับชุมชนได้ มีแนวโน้มเกิดผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน มีการใช้เครื่องมือวิศวกรรมสังคมในการสำรวจและศึกษาปัญหา คัดเลือกกิจกรรมวิศวกรรมสังคม 5 กลุ่มจาก 9 กลุ่ม

ขั้นตอนที่ 4 ลงพื้นที่ดำเนินกิจกรรม

นักศึกษาวิศวกรสังคมลงพื้นที่ดำเนินกิจกรรม เพื่อพัฒนาและแก้ปัญหาร่วมกับชุมชน มีอาจารย์ที่ปรึกษาคอยดูแลให้คำแนะนำ คณะผู้วิจัยติดตามการดำเนินงานเป็นระยะ

ขั้นตอนที่ 5 ประเมินผลการดำเนินกิจกรรม นักศึกษาทั้ง 5 กลุ่มส่งผลงานเข้าประกวด

คณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คนเป็นผู้พิจารณา เกณฑ์การพิจารณา : มีการบูรณาการองค์ความรู้หรือสร้างนวัตกรรมเพื่อแก้ปัญหา เกิดผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน นักศึกษามีทักษะวิศวกรรมสังคมทั้ง 4 ด้าน (นักคิด นักสื่อสาร นักประสาน และนักสร้างนวัตกรรม)

ขั้นตอนที่ 6 สรุปผลการดำเนินกิจกรรม

จัดทำเอกสารสรุปผลการดำเนินกิจกรรมและประเมินผลลัพธ์ที่นักศึกษาได้รับและชุมชนได้รับ โดยแบบสัมภาษณ์

ผลการวิจัย (Research Results)

วัตถุประสงค์ 1 บ่มเพาะทักษะวิศวกรรมสังคมแก่นักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

มีนักศึกษาเข้าร่วมอบรมจากทุกคณะจำนวน 120 คน ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จำนวน 35 คน (ร้อยละ 34.32) รองลงมาเป็นนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ จำนวน 27 คน (ร้อยละ 26.47) คณะครุศาสตร์ จำนวน 18 คน (ร้อยละ 17.65) คณะศิลปกรรมศาสตร์ จำนวน 8 คน (ร้อยละ 7.84) คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำนวน 7 คน (ร้อยละ 6.86) คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม จำนวน 4 คน (ร้อยละ 3.92) และคณะเทคโนโลยีการเกษตร จำนวน 3 คน (ร้อยละ 2.94)

ตารางที่ 1 สรุปการประเมินผลก่อนและหลังการอบรมเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในเครื่องมือวิศวกรรมสังคม จำนวน 5 ข้อ

ความรู้ความเข้าใจ เครื่องมือวิศวกรรมสังคม	คะแนนก่อนอบรม		คะแนนหลังอบรม		P-value
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	
1. ฟ้าปะทาน	3.43	0.94	4.30	0.73	0.00**
2. นาฬิกาชีวิต	3.70	0.80	4.44	0.71	0.00**
3. Timeline กระบวนการ	3.57	0.96	4.37	0.78	0.00**
4. Timeline พัฒนาการ	3.50	0.90	4.37	0.71	0.00**
5. M.I.C. Model	3.29	1.01	3.99	1.00	0.00**
รวม	3.50	0.72	4.29	0.60	0.00**

**** ระดับนัยสำคัญ 0.01**

จากตารางที่ 1 การประเมินความรู้ความเข้าใจจากการเข้าร่วมกิจกรรมก่อนและหลังการอบรมพบว่า หลังการอบรมนักศึกษามีความรู้ความเข้าใจในแต่ละกิจกรรมฝึกปฏิบัติการการใช้เครื่องมือต่าง ๆ เพิ่มขึ้นอย่างชัดเจนอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 โดยเฉพาะความรู้ความเข้าใจในเครื่องมือนาฬิกาชีวิต มีค่าเฉลี่ยหลังอบรมสูงสุด ($\mu = 4.44, \sigma = 0.71$) รองลงมาความรู้ความเข้าใจในเครื่องมือ Timeline พัฒนาการ ($\mu = 4.37, \sigma = 0.71$) และ Timeline กระบวนการ ($\mu = 4.37, \sigma = 0.78$)

ตารางที่ 2 แสดงความพึงพอใจในกระบวนการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการการสร้างทักษะวิศวกรสังคมโดยผ่านเครื่องมือ ทั้ง 5 เครื่องมือ

หัวข้อประเมิน	ค่าความพึงพอใจ		แปลผล
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	
1.กระบวนการอบรมการใช้เครื่องมือฟ้าประทาน	4.24	0.64	มาก
2.กระบวนการอบรมการใช้เครื่องมือนาฬิกาชีวิต	4.45	0.61	มาก
3.กระบวนการอบรมการใช้เครื่องมือ Timeline กระบวนการ	4.38	0.56	มาก
4.กระบวนการอบรมการใช้เครื่องมือ Timeline พัฒนาการ	4.34	0.59	มาก
5.กระบวนการอบรมการใช้เครื่องมือ M.I.C. Model	4.14	0.78	มาก
รวม	4.31	0.65	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้เข้าอบรมมีความพึงพอใจในกระบวนการอบรมการใช้เครื่องมือต่าง ๆ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.31, \sigma = 0.65$) และเมื่อพิจารณากระบวนการฝึกอบรมแต่ละเครื่องมือทุกเครื่องมือผู้เข้าอบรมมีความพึงพอใจในระดับมาก เรียงตามลำดับต่อไปนี้ กระบวนการอบรมการใช้เครื่องมือนาฬิกาชีวิต ($\mu = 4.45, \sigma = 0.61$) กระบวนการอบรมการใช้เครื่องมือ TimeLine กระบวนการ ($\mu = 4.38, S.D = 0.56$) กระบวนการอบรมการใช้เครื่องมือ TimeLine พัฒนาการ ($\mu = 4.34, \sigma = 0.59$) กระบวนการอบรมการใช้เครื่องมือฟ้าประทาน ($\mu = 4.24, \sigma = 0.64$) กระบวนการอบรมการใช้เครื่องมือ M.I.C. Model ($\mu = 4.14, \sigma = 0.78$)

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อให้วิศวกรสังคมบูรณาการองค์ความรู้หรือสร้างนวัตกรรมเพื่อแก้ปัญหาชุมชน ผลที่เกิดขึ้นกับนักศึกษาผู้ดำเนินกิจกรรมโครงการ

นักศึกษาทั้ง 5 กลุ่ม ที่นำกระบวนการวิศวกรสังคมลงพื้นที่ชุมชน เพื่อบูรณาการองค์ความรู้หรือสร้างนวัตกรรมเพื่อแก้ไขปัญหาชุมชน ลงพื้นที่สำรวจชุมชน สิ่งที่นักศึกษาได้รับ คือ

1. ได้ใช้ทักษะการสังเกตแยกแยะข้อเท็จจริงกับความรู้สึก บันทึกข้อมูลนำมาวิเคราะห์ด้วยเหตุผล ฝึกตั้งสมมติฐาน แล้วนำมาอภิปรายแลกเปลี่ยนเรียนรู้กัน และยอมรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่างกัน

2. นักศึกษาได้เรียนรู้การทำงานร่วมกับเพื่อนในกลุ่มและคนในชุมชนอย่างเป็นกัลยาณมิตร ได้ฝึกคิดอย่างมีเหตุผล และคาดการณ์สิ่งที่จะเกิดจากผลการกระทำและเห็นความจำเป็นในการตั้งคำถาม 3 ประเด็น คือ ทำอะไร ทำอย่างไร และทำไมจึงทำ นอกจากนั้น ในการลงพื้นที่ชุมชน นักศึกษายังต้องตั้งคำถามเพื่อทราบ

ข้อมูลประเด็นปัญหาในชุมชนเพื่อเรียนรู้อดีต และปัจจุบัน คือสิ่งที่ตนกำลังศึกษาเพื่อจะนำไปดำเนินการแก้ปัญหา และวางแผนอนาคตที่ดีกว่าเดิมจากการแก้ปัญหาของตน ในการวางแผนดำเนินการ นักศึกษามีการร่วมกันกำหนดขั้นตอนการดำเนินงาน รู้จักการเรียงลำดับก่อนหลังตามความจำเป็น มีมนุษยสัมพันธ์ ภาวะผู้นำและการทำงานเป็นทีม การเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้อื่น มีทักษะชีวิต เปลี่ยนแปลงตัวเองไปในทางที่ดีมากขึ้น กล้าตัดสินใจ และเป็นคนที่มีความมั่นใจ

3. การลงพื้นที่และทำกิจกรรมวิศวะกรสังคมได้ขัดเกลาและส่งเสริมให้นักศึกษาฝึกฝนตนเองให้มีคุณลักษณะของความเป็นนักคิด นักสื่อสาร นักประสาน และนักสร้างนวัตกรรมชุมชน ซึ่งเป็นการพัฒนาศักยภาพของนักศึกษาให้สอดคล้องกับทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 และเป็นไปตามอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ซึ่งจะช่วยสร้างคุณประโยชน์แก่ชุมชนได้มากขึ้นในอนาคต

ผลที่เกิดกับชุมชน

1. กิจกรรมวิศวะกรสังคม “การสร้างบ้านปลา” เพื่อเพิ่มทรัพยากรสัตว์น้ำชายฝั่งสำหรับชาวประมงพื้นบ้าน ณ ชุมชนบ้านบ่ออิฐ หลังจากนักศึกษาทยอยวางบ้านปลาในทะเลใกล้ชายฝั่งไประยะหนึ่ง ผู้ใหญ่บ้านและชาวบ้านบ่ออิฐแจ้งว่า มีสัตว์น้ำชายฝั่งเพิ่มมากขึ้น ชาวประมงในหมู่บ้านสามารถจับสัตว์น้ำประเภทปลาและกุ้งได้มากขึ้น โดยไม่ต้องออกไปไกลฝั่ง และเริ่มมีชาวประมงพื้นที่อื่นเข้ามาจับปลาด้วย ทำให้ผู้ใหญ่บ้านต้องเจรจาเรื่องเขตพื้นที่ที่ชาวประมงพื้นบ้านชุมชนบ่ออิฐ มีการวางบ้านปลาในเขตพื้นที่ตน

2. กิจกรรมวิศวะกรสังคม “การปลูกเตยทะเล” เพื่อรักษาและเพิ่มพื้นที่หาดทรายชายฝั่งทะเล ณ ชุมชนบ้านบ่ออิฐ นักศึกษาได้ร่วมกับนักเรียน และผู้นำชุมชนปลูกเตยทะเล จำนวน 60 ต้น ในบริเวณพื้นที่ 800 ตารางเมตร โดยเว้นระยะห่างจากฝั่ง 4 เมตร เป็นกิจกรรมเริ่มต้น ต้องทำต่อเนื่องและคาดหวังผลที่จะเกิดขึ้นในระยะยาว

กิจกรรมทั้งสองกิจกรรมนี้เป็นกิจกรรมที่บูรณาการและทำงานร่วมกันของนักศึกษาทั้ง 2 กลุ่ม หลังจากนักศึกษาดำเนินการสร้างบ้านปลา และเห็นผลการเพิ่มขึ้นของจำนวนสัตว์น้ำชายฝั่ง นักศึกษาจึงมุ่งจะสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน โดยให้ชุมชนพึ่งตนเองได้ จึงได้จัดทำศูนย์การเรียนรู้วิศวะกรสังคมบ้านบ่ออิฐ เรื่องการสร้างบ้านปลา และการปลูกเตยทะเล โดยประสานความร่วมมือกับโรงเรียนบ้านบ่ออิฐและโรงเรียนเกาะแก้วพิทยาสรรค์ ครูและนักเรียนทั้งสองโรงเรียนได้เรียนรู้การสร้างบ้านปลา และเรียนรู้เรื่องการปลูกพันธุ์ไม้ชายฝั่ง เพื่อรักษาทรัพยากรทางทะเลในพื้นที่ชุมชนของตน

3. กิจกรรมวิศวะกรสังคม “พี่ชวนน้องอ่านเขียน” ส่งเสริมให้นักเรียนสามารถอ่านออกเขียนได้ เกิดผลดีแก่โรงเรียนและชุมชน คือ นักเรียนสามารถอ่านเขียนสะกดคำได้ สามารถจับใจความได้ เป็นการปูพื้นฐานในการเรียนวิชาภาษาไทยในระดับที่สูงขึ้นและใช้ในการเรียนวิชาอื่น ๆ

4. กิจกรรมวิศวะกรสังคม “การส่งเสริมการปลูกพืชผักสวนครัวและผลิตเห็ดในโรงเรียน” เพื่อใช้ประกอบอาหารกลางวัน และเสริมสร้างรายได้เสริมให้แก่ชุมชน นักศึกษาได้ให้ความรู้แก่ครูและนักเรียนในการจัดทำแปลงพืชผักสวนครัว และการเตรียมพื้นที่สำหรับวางก้อนเชื้อสำหรับเพาะเห็ดโคนน้อย และลงมือทำแปลงและปลูกพืชผักสวนครัว และวางก้อนเห็ดโคนน้อย พร้อมกับแนะนำวิธีการดูแล เห็ดโคนน้อยจะเก็บเกี่ยวได้ภายใน 1 สัปดาห์ สวนพืชผักอื่น ๆ ประเภทพริกชี้ฟ้า พริกชี้ฟ้า มะเขือยาว มะเขือเปราะ ตะไคร้ กระเพรา และโหระพา ใช้เวลา 60-90 วันจึงจะเก็บเกี่ยวได้ นอกจากนั้นยังได้ให้ปลูกต้นมะละกออีกด้วย นอกจากนี้ นักเรียนจะมีผลผลิตสำหรับทำอาหารกลางวันแล้ว ยังสามารถนำความรู้ที่ได้ไปปลูกพืชผักและเพาะเห็ดที่บ้านเป็นรายได้เสริมได้

5. กิจกรรมวิศวกรสังคม “การเลี้ยงแหนแดง” เพื่อลดต้นทุนในการซื้ออาหารให้สัตว์ของเกษตรกร นักศึกษาได้จัดกิจกรรมอบรมให้ความรู้เรื่องการปลูกแหนแดงเพื่อลดต้นทุนการเลี้ยงสัตว์ ทั้งยังทำให้สัตว์ได้รับอาหารที่มีโปรตีนสูง ส่งผลให้เนื้อสัตว์มีคุณภาพตามความต้องการของตลาด เกษตรกรได้ฝึกเลี้ยงแหนแดง ซึ่งสามารถเติบโตเร็วใช้เวลาเพียง 14 วัน ก็สามารถเก็บเกี่ยวนำไปเลี้ยงสัตว์ได้ ปัญหาที่เกิดขึ้นเมื่อเกษตรกรบางคนได้แยกแหนแดงไปปลูกในพื้นที่นาของตนเอง บางแห่งมีแดดจัดทำให้แหนแดงแห้งตายไป นักศึกษากลุ่มที่รับผิดชอบและอาจารย์ที่ปรึกษาจึงให้คำแนะนำเรื่องอุณหภูมิที่เหมาะสมในการปลูกแหนแดงอยู่ระหว่าง 20-30 องศาเซลเซียส หรือที่มีแสงรำไร

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

ผู้วิจัยนำเสนอการอภิปรายเป็นประเด็น ดังนี้

1. บ่มเพาะทักษะวิศวกรสังคมแก่นักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา โดยใช้รูปแบบการอบรมให้ความรู้เรื่องเครื่องมือวิศวกรสังคมจำนวน 5 เครื่องมือ เก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากการประเมินผลก่อนและหลังการอบรมให้ความรู้ และความพึงพอใจในการบวนการฝึกอบรมแต่ละเครื่องมือ พบว่า หลังการอบรมนักศึกษามีความรู้ความเข้าใจใน แต่ละกิจกรรมของการอบรมและฝึกปฏิบัติการการใช้เครื่องมือต่าง ๆ เพิ่มขึ้นอย่างชัดเจนอย่างมีนัยสำคัญ ทั้ง 5 เครื่องมือ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เมธาวิณ สาระยาน และคณะ (2564) ซึ่งพบว่า นักศึกษาต้นแบบที่ผ่านกระบวนการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับทักษะและเครื่องมือวิศวกรสังคม มีผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคะแนนค่าเฉลี่ยผลการประเมินความรู้เกี่ยวกับเครื่องมือก่อนและหลังการอบรมโดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ แก้วตา ผิวพรรณ (2565: 154) พบว่า วิศวกรสังคมของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ที่ได้รับการฝึกอบรมตามหลักการวิศวกรสังคมหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ความสอดคล้องดังกล่าวอาจเป็นผลมาจากการใช้กระบวนการถ่ายทอดความรู้เครื่องมือวิศวกรสังคมที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน โดยมุ่งเน้นการเรียนรู้เชิงปฏิบัติและวิธีการใช้เครื่องมือวิศวกรสังคมซึ่งมีความเป็นรูปธรรม ทำให้นักศึกษาเข้าใจและเห็นภาพการประยุกต์ใช้ได้ชัดเจน ลักษณะของการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติจริงนี้ช่วยให้ผู้เรียนสามารถเชื่อมโยงทฤษฎีกับการประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริงได้ดีกว่าการเรียนรู้เชิงทฤษฎีเพียงอย่างเดียว

อีกทั้งผลการประเมินความความพึงพอใจในกระบวนการอบรมการใช้เครื่องมือวิศวกรสังคมทั้ง 5 เครื่องมือของมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.31$, $\sigma = 0.65$) ซึ่งสอดคล้องกับ แก้วตา ผิวพรรณ (2565: 158) ที่พบว่าผลการประเมินความพึงพอใจของโครงการบ่มเพาะวิศวกรสังคมเพื่อพัฒนานวัตกรรมในการเพิ่มศักยภาพพัฒนาเชิงพื้นที่ในอำเภอเขาค้อ มีความพึงพอใจค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ความสอดคล้องในประเด็นความพึงพอใจนี้สะท้อนให้เห็นว่าการออกแบบกระบวนการฝึกอบรมวิศวกรสังคมที่ใช้ในมหาวิทยาลัยราชภัฏทั้งสองแห่งมีประสิทธิภาพในการสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ที่ดีให้แก่ผู้เข้าร่วมโครงการ โดยอาจมีองค์ประกอบสำคัญ เช่น เนื้อหาที่เหมาะสม วิทยากรที่มีความเชี่ยวชาญ กิจกรรมที่น่าสนใจและท้าทาย ตลอดจนบรรยากาศการเรียนรู้ที่เอื้อต่อการมีส่วนร่วมของผู้เรียน ซึ่งอาจมีการพัฒนารูปแบบการฝึกอบรมบนกรอบมาตรฐานและแนวคิดเดียวกัน ทั้งนี้อาจเป็นผลมาจากการขับเคลื่อนนโยบายยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นที่มีการกำหนดแนวทางการพัฒนาวิศวกรสังคมอย่างเป็นระบบและเป็นมาตรฐานเดียวกัน

2. เพื่อให้วิศวกรสังคมบูรณาการองค์ความรู้หรือสร้างนวัตกรรมเพื่อแก้ปัญหาชุมชน

การบ่มเพาะและการพัฒนาศักยภาพของวิศวกรสังคมแก่นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลาในการพัฒนาทักษะของวิศวกรสังคม 4 ประการ ได้แก่ 1) นักคิด 2) นักประสาน 3) นักสื่อสาร และ 4) นักสร้างนวัตกรรมชุมชน ผ่านการอบรมและฝึกปฏิบัติการใช้เครื่องมือ 5 เครื่องมือของวิศวกรสังคมไปใช้วิเคราะห์ปัญหาบนฐานข้อมูลชุมชนนั้น ส่งผลให้นักศึกษามีการพัฒนาทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 หลายด้าน จากผลการสะท้อนคิดของนักศึกษา พบว่านักศึกษาได้พัฒนาทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ ภาวะผู้นำและการทำงานเป็นทีม การแสดงความคิดเห็น ทักษะการวางแผน การตั้งคำถาม การสังเกต การตอบคำถามการวิเคราะห์ การเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้อื่น มีทักษะชีวิต เปลี่ยนแปลงตัวเองไปในทางที่ดีมากขึ้น กล้าตัดสินใจ และเป็นคนที่มีจิตอาสา สิ่งเหล่านี้สอดคล้องกับหลักการพัฒนามนุษย์ของพระครูพิทักษ์ศิลปาคม (2564: 192) ที่กล่าวว่าการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้สมบูรณ์จะต้องประกอบด้วยการพัฒนา 4 ด้าน คือ การพัฒนาทางด้านร่างกาย การพัฒนาศีล การพัฒนาจิต และการพัฒนาปัญญา

นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของศิริศักดิ์ เงินไทย (2561) พบว่า การจัดกิจกรรมต้องสอดแทรกความรับผิดชอบต่อตัวเองและสังคม โดยการสร้างนวัตกรรมการจัดกิจกรรมที่สร้างสรรค์ สอดแทรกทักษะวิชาชีพ ให้นักศึกษารู้จักบริหารจัดการตัวเอง สร้างกระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ประกอบกับเป็นกระบวนการที่มุ่งพัฒนาในด้านคิด การลงมือปฏิบัติและสามารถแก้ปัญหาได้ พัฒนางานและเจตคติที่ดี การศึกษาในศตวรรษที่ 21 จะต้องบ่มเพาะให้บัณฑิตมีทักษะที่จำเป็นต่อการทำงานในศตวรรษที่ 21 มีความรู้ขั้นลึกในสาขาวิชาเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่และพัฒนานวัตกรรมได้ โดยมีการปรับโครงสร้างการพัฒนา กิจกรรมนักศึกษาต้องมีทักษะ ด้านคนและสังคม (Soft Skill) ดังนี้ ทักษะด้านการคิด ทักษะด้านการทำงานร่วมกับผู้อื่น การทำงานในองค์การ ทักษะภาวะผู้นำและการกำกับดูแล ศิริศักดิ์ เงินไทย (2561) ยังเสนอแนะว่า การจัดกิจกรรมนักศึกษาเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัณฑิตไทยให้มีคุณภาพ ต้องให้นักศึกษาได้เข้าร่วมและเกิดการเรียนรู้ ในด้านต่าง ๆ อย่างมีความสุข จะต้องอาศัยทั้งอาจารย์ บุคลากรด้านกิจการนักศึกษา และโดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องอาศัยผู้นำนักศึกษาที่จะร่วมริเริ่มและดำเนินงานกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ ชักนำเพื่อนนักศึกษาเข้าร่วมกิจกรรม และชักจูงให้บรรดานักศึกษาทั้งสถาบันให้เข้าร่วมกิจกรรม ความสอดคล้องระหว่างการพัฒนาทักษะวิศวกรสังคมกับหลักการพัฒนามนุษย์ของพระครูพิทักษ์ศิลปาคม (2564: 194) และผลการศึกษาของศิริศักดิ์ เงินไทย (2561) แสดงให้เห็นถึงความถูกต้องเหมาะสมของแนวทางการพัฒนานักศึกษาในลักษณะบูรณาการที่มุ่งเน้นการพัฒนาทั้งด้านความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะที่พึงประสงค์ เพื่อให้นักศึกษามีความพร้อมสำหรับการเป็นพลเมืองที่มีคุณภาพในศตวรรษที่ 21

ส่วนการบูรณาการองค์ความรู้หรือสร้างนวัตกรรมเพื่อแก้ปัญหาชุมชน กิจกรรมวิศวกรสังคม “การสร้างบ้านปลา” เพื่อเพิ่มทรัพยากรสัตว์น้ำชายฝั่งสำหรับการประมงพื้นบ้าน และ “การปลูกเตยทะเล” เพื่อรักษาและเพิ่มพื้นที่หาดทรายชายฝั่งทะเลนั้น เนื่องจากเป็นพื้นที่เดียวกันคือชุมชนบ้านบ่ออิฐ นักศึกษาทั้ง 2 กลุ่มจึงได้รวมตัวกันจัดทำศูนย์การเรียนรู้วิศวกรสังคมบ้านบ่ออิฐ เรื่องการสร้างบ้านปลาและการปลูกเตยทะเล โดยประสานความร่วมมือกับโรงเรียนบ้านบ่ออิฐ และโรงเรียนเกาะแก้วพิทยาสรรค์ ครูและนักเรียน ทั้งสองโรงเรียนได้เรียนรู้การสร้างบ้านปลา และเรียนรู้เรื่องการปลูกเตยทะเล และพันธุ์ไม้ชายฝั่ง เพื่อรักษาทรัพยากรทางทะเลในพื้นที่ชุมชนของตน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มทรัพยากรทางทะเล รักษาแหล่งท่องเที่ยว สร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน โดยให้ชุมชนพึ่งตนเองได้ สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสงขลาในประเด็นการพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว และความมั่นคงด้านอาหาร (สงขลา, 2566)

กิจกรรมวิศวกรสังคม “พี่ชวนน้องอ่านเขียน” ส่งเสริมให้นักเรียนสามารถอ่านออกเขียนได้ เป็นการพัฒนาเยาวชน ให้มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในศตวรรษที่ 21 ซึ่งเป็นทักษะด้านความรู้ (Hard Skill) พื้นฐานที่ทุกคนต้องมีทั้งการอ่านออกเขียนได้เป็นทักษะที่จะสามารถนำไปสื่อสาร เรียนรู้ และต่อยอดความรู้ในด้านอื่นๆ ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาประเทศ

กิจกรรมวิศวกรสังคม “การส่งเสริมการปลูกพืชผักสวนครัวและผลิตเห็ดในโรงเรียน” เพื่อใช้ประกอบอาหารกลางวันและสร้างรายได้เสริมให้แก่ชุมชน สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสงขลาในประเด็นความมั่นคงด้านอาหาร (สงขลา, 2566)

กิจกรรมวิศวกรสังคม “เลี้ยงแห่นางแมว” เพื่อลดต้นทุนในการซื้ออาหารให้สัตว์ของเกษตรกร สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสงขลาในประเด็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน ปัจจุบันคุณภาพชีวิตได้รับการกำหนดให้เป็นเป้าหมายสูงสุดในการพัฒนาประเทศ (สงขลา, 2566)

จากกิจกรรมวิศวกรสังคมทั้ง 5 กิจกรรม นักศึกษาได้พัฒนาทักษะกระบวนการวิศวกรสังคม คือ นักศึกษาได้ใช้ทักษะการสังเกตแยกแยะข้อเท็จจริงกับความรู้สึก วิเคราะห์ด้วยเหตุผล อภิปรายแลกเปลี่ยนเรียนรู้กัน และยอมรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่างกัน ทำงานร่วมกับเพื่อนในกลุ่มและคนในชุมชนอย่างเป็นกัลยาณมิตร แก้ปัญหา และการวางแผนดำเนินการ นักศึกษาร่วมกันกำหนดขั้นตอนการดำเนินงาน รู้จักการเรียงลำดับก่อนหลังตามความจำเป็น ได้ฝึกฝนตนเองให้มีคุณลักษณะของความเป็นนักคิด นักสื่อสาร นักประสาน และนักสร้างนวัตกรรมชุมชน ซึ่งจะสามารถสร้างคุณประโยชน์แก่ชุมชนได้มากขึ้นในอนาคต สิ่งที่นักศึกษาได้รับจากการทำกิจกรรมวิศวกรสังคมสอดคล้องกับการเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 คือการสร้างเสริมองค์ความรู้และต้องให้ความสำคัญกับเรื่องการสร้างเสริมทักษะชีวิตและทักษะอาชีพด้วย (Life and Career Skills) (ชุดิมา ไชยเสน, 2563) อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของเมธาวิณ สารยาน และคณะ (2564) พบว่า การพัฒนานักศึกษาให้มีทักษะในการพัฒนาตนเองโดยใช้กระบวนการวิศวกรสังคม กิจกรรมเหล่านี้ช่วยพัฒนานักศึกษาให้มีความรู้ ทักษะและทัศนคติที่ดีในการพัฒนาชุมชน สังคม และประเทศชาติ มุ่งให้นักศึกษาเกิดทักษะการเป็นนักคิด นักสื่อสาร นักประสานและนักสร้างนวัตกรรมชุมชน พลิกจุด แสงอาวุธ และบุษยมาศ เหมณี (2565: 76) พบว่าการพัฒนาทักษะวิศวกรสังคมทั้ง 4 ด้าน คือ 1) ทักษะการคิดวิเคราะห์เชิงเหตุผล โดยการจัดกิจกรรมอบรมทักษะด้านการคิดให้นักศึกษา ทำให้นักศึกษาเข้าใจการคิดเชิงเหตุ-ผลมากขึ้น และสามารถนำความรู้ไปพัฒนาสังคมต่อไปได้ 2) ทักษะการสื่อสาร โดยการสอนของมหาวิทยาลัยเปิดให้มีการถาม-ตอบ และมีชมรมเสริมทักษะการสื่อสาร เพื่อให้นักศึกษามีความเข้าใจในการใช้คำได้อย่างถูกต้องชัดเจน 3) ทักษะการทำงานร่วมกับผู้อื่นโดยปราศจากข้อขัดแย้ง พบว่ามหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานีมีการให้แบ่งกลุ่มเพื่อทำกิจกรรมเพื่อฝึกให้นักศึกษาได้ทำงานร่วมกับผู้อื่น และมีการจัดกิจกรรมนอกสถานที่โดยได้รับความร่วมมือจากองค์กรที่เกี่ยวข้องทำให้เกิดข้อตกลงร่วมกัน การวางแผนงาน รวมไปถึงการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี และ 4) ทักษะการสร้างนวัตกรรมเพื่อชุมชน พบว่ามหาวิทยาลัยราชภัฏ สุราษฎร์ธานีสอนให้นักศึกษามองเห็นถึงการพัฒนาจากการนำศาสตร์ที่ได้จากการเรียนรู้จากมหาวิทยาลัยไปพัฒนาชุมชน เช่น การประกวดการสร้างนวัตกรรมระดับมหาวิทยาลัย เพื่อให้นักศึกษามีความกล้าคิดกล้าแสดงออกถึงความสามารถของตนเองเพื่อนำทักษะเหล่านี้ไปยกระดับท้องถิ่นต่อไป ความสอดคล้องนี้อาจเกิดจากการที่มหาวิทยาลัยราชภัฏทั่วประเทศมีการกำหนดกรอบแนวคิดและนโยบายในการพัฒนาทักษะวิศวกรสังคมที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน ทำให้ผลลัพธ์ของการพัฒนานักศึกษามีแนวโน้มไปในทิศทางเดียวกัน ทั้งสามงานวิจัยพบว่า การพัฒนาทักษะวิศวกรสังคมช่วยส่งเสริมให้นักศึกษามีสมรรถนะที่จำเป็น

สำหรับการทำงานพัฒนาชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งความสามารถในการสังเกต วิเคราะห์ สื่อสาร ประสานงาน และสร้างนวัตกรรม ซึ่งเป็นทักษะที่มีความสำคัญในการทำงานร่วมกับชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

จากการวิเคราะห์งานวิจัย “บ่มเพาะและพัฒนาศักยภาพวิศวกรสังคมของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา” มีองค์ความรู้ที่สำคัญ ดังนี้

1. กระบวนการพัฒนาทักษะวิศวกรสังคม งานวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าการพัฒนานักศึกษาให้เป็นวิศวกรสังคมที่มีประสิทธิภาพสามารถทำได้ผ่านกระบวนการบ่มเพาะที่มีขั้นตอนชัดเจน เริ่มจากการอบรมเชิงปฏิบัติการให้ความรู้เกี่ยวกับเครื่องมือวิศวกรสังคม 5 เครื่องมือ จากนั้นนักศึกษาได้นำความรู้ไปปฏิบัติจริงในชุมชน ลงมือทำโครงการ และบูรณาการองค์ความรู้เพื่อแก้ปัญหาชุมชน ซึ่งกระบวนการนี้ทำให้เกิดการพัฒนาทักษะทั้ง 4 ด้านของวิศวกรสังคม ได้แก่ การเป็นนักคิด นักสื่อสาร นักประสาน และนักสร้างนวัตกรรมชุมชน

2. การพัฒนา Soft Skills ที่สำคัญในศตวรรษที่ 21 งานวิจัยพบว่าการพัฒนาวิศวกรสังคมไม่เพียงแต่พัฒนาความรู้ทางวิชาการ แต่ยังเป็นการพัฒนาทักษะชีวิต (Soft Skills) ที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 ด้วยทักษะที่นักศึกษาได้รับการพัฒนา ได้แก่: มนุษยสัมพันธ์และการทำงานเป็นทีม ภาวะผู้นำและการตัดสินใจ ทักษะการวางแผนและการคิดวิเคราะห์ ทักษะการสื่อสารและการแสดงความคิดเห็น การมีจิตอาสาและความรับผิดชอบต่อสังคม ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้อื่น

3. แนวทางการใช้ชุมชนเป็นฐานในการเรียนรู้ งานวิจัยนี้นำเสนอแนวคิด "ชุมชนเป็นห้องเรียน" ในการพัฒนาทักษะนักศึกษา โดยเปลี่ยนรูปแบบการเรียนรู้จากห้องเรียนสี่เหลี่ยมเป็นห้องเรียนชุมชน ให้นักศึกษาได้เรียนรู้ผ่านการปฏิบัติจริงในสถานการณ์จริง มีขั้นตอนสำคัญดังนี้: การสำรวจพื้นที่และศึกษาปัญหาชุมชนโดยนักศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูลชุมชนโดยใช้เครื่องมือวิศวกรสังคม การพัฒนาและนำเสนอโครงการแก้ปัญหาชุมชน การลงมือปฏิบัติโครงการในชุมชนจริง การประเมินผลและถอดบทเรียนร่วมกัน แนวทางนี้ช่วยให้นักศึกษาได้พัฒนาทักษะวิศวกรสังคมผ่านประสบการณ์จริง ซึ่งมีประสิทธิภาพมากกว่าการเรียนรู้ในห้องเรียนแบบดั้งเดิม

องค์ความรู้เหล่านี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาทักษะของนักศึกษาในสถาบันการศึกษาอื่นๆ และเป็นต้นแบบของการใช้กระบวนการวิศวกรสังคมในการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืนต่อไป

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 มหาวิทยาลัยหรือสถาบันการศึกษาควรมีการพัฒนารายวิชาวิศวกรสังคมเป็นรายวิชาในหมวดการศึกษาทั่วไปและสนับสนุนให้อาจารย์มีความรู้ความเข้าใจเรื่องทักษะกระบวนการวิศวกรสังคมและนำไปประยุกต์ใช้ในรายวิชาที่สอน

1.2 มหาวิทยาลัยหรือสถาบันการศึกษาควรมีการสร้างเครือข่ายเพื่อสร้างวิศวกรสังคม เพื่อใช้ชุมชนเป็นฐานการเรียนรู้ให้กับนักศึกษาโดยใช้ทักษะกระบวนการวิศวกรสังคม

2. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

มหาวิทยาลัยควรมีนโยบายสร้างบัณฑิตวิศวกรสังคมและกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย

3. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

3.1 สร้างเครื่องมือประเมินทักษะในการพัฒนานักศึกษาด้วยกระบวนการวิศวกรสังคมที่เป็นมาตรฐาน

3.2 ควรเลือกพื้นที่อย่างน้อย 1 พื้นที่ สำหรับบูรณาการศาสตร์เพื่อให้เกิดการพัฒนาชุมชนอย่างต่อเนื่อง และสามารถต่อยอดเพื่อเป็นชุมชนต้นแบบ

เอกสารอ้างอิง (References)

- แก้วตา ผิวพรรณ. (2565). โครงการบ่มเพาะวิศวกรสังคมเพื่อพัฒนานวัตกรรมในการเพิ่มศักยภาพพัฒนาเชิงพื้นที่ในอำเภอเขาค้อ. **مجร การพัฒนาสังคม**. 7(3): 148-163.
- โกวิทย์ พวงงาม. (2561). มหาวิทยาลัยราชภัฏ ตอบโจทย์การพัฒนาท้องถิ่นอย่างไร. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: https://www.matichon.co.th/education/news_950982 สืบค้นเมื่อ 23 สิงหาคม 2565.
- รายละเอียดผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ.2565. (2565, 9 กันยายน).
- ราชกิจจานุเบกษา**. เล่ม 139 (ตอนพิเศษ 212 ง).
- ชุดิมา ไชยเสน. (2563). การศึกษาทักษะที่พึงประสงค์ในศตวรรษที่ 21 ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ประจำปีการศึกษา 2562. **รายงานวิจัย**. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- ธีรวิ ทองเจือ และปรีดี ทুমเมฆ. (2560). แนวทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ในศตวรรษที่ 21: มิติด้านการศึกษา. **สันติศึกษาปริทรรศน์ มจร**. 5(3): 389-403.
- นงรัตน์ อัสโร. (2564). พระบรมราโชบายด้านการศึกษาต่อกับภารกิจของกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏในการเป็นสถาบันอุดมศึกษาเพื่อพัฒนาท้องถิ่น. **ทหารพัฒนา**. 45(2): 53-63.
- พระครูพิทักษ์ศิลปาคม. (2564). คุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ในศตวรรษที่ 21 ตามแนวไตรสิกขา. **ศิลปะศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูมิ**. 3(2): 190-201.
- พลกฤต แสงอาวุธ และบุษยมาศ เหมณี. (2565). การนำนโยบายการพัฒนาทักษะวิศวกรสังคมไปปฏิบัติศึกษาเฉพาะกรณีโครงการยุวชน มรส. สร้างชาติ. **วารสารวิชาการธรรมทรรศน์**. 22(2): 71-82.
- ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด. (2564). **แนวคิดของวิศวกรสังคม**. เอกสารประกอบการสอนวิศวกรสังคม. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: https://elfhs.ssru.ac.th/phusit_ph/pluginfile.php/42/block_html/content สืบค้นเมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2565.
- มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม. (2566.). **พระบรมราโชบายด้านการศึกษาในหลวงรัชกาลที่ 10**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: https://op.chandra.ac.th/plan/images/pdf/plan_law%20R10.pdf สืบค้นเมื่อ 30 มกราคม 2566.
- มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา. (2567). **แผนยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 (ฉบับปรับปรุงระยะครึ่งแผน) และฉบับทบทวนประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: https://plan.skru.ac.th/admin/attach_file/news/1000395/1000395.pdf สืบค้นเมื่อวันที่ 25 มิถุนายน 2567.
- เมธาวิณ สาระยาน, และคณะ (2564). ศึกษาการพัฒนานักศึกษาด้านแบบโดยใช้กระบวนการวิศวกรสังคมเพื่อสร้างนวัตกรรมการพัฒนาท้องถิ่นบนเส้นทางทอ่งเทียวกจากเขาวังสู่เขาแด่น จังหวัดเพชรบุรี. **รายงานการวิจัย**. มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี. สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.).

ศิริศักดิ์ เงินไทย. (2561). นวัตกรรมในการพัฒนากิจกรรมนักศึกษาของสำนักพัฒนานักศึกษา มหาวิทยาลัย
เจ้าพระยาจันทนนครสวรรค์. การค้นคว้าอิสระ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัย
รามคำแหง.

สงขลา. (2566). วิสัยทัศน์จังหวัดสงขลา. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: [https://www.songkhla.go.th/
content/vision](https://www.songkhla.go.th/content/vision) สืบค้นเมื่อ 22 มกราคม 2566.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารออมสินในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

Factors Affecting Organizational Commitment of Government Savings Bank Employees in Chiang Mai Province

ภณกร วีระพงษ์¹ ศุภสันต์ ปรีดาวิภาต² ภครภัสร์ ลิ้มประนะ³ อุษณีย์ มหากิจศิริ⁴
Pontakorn Werapong, Supasan Preedawiphat, Phakkrapat Limprana, Usanee Mahagitsiri

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านลักษณะงาน แรงจูงใจในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารออมสิน ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ (2) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านลักษณะงานและแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารออมสิน ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ โดยการเก็บแบบสอบถามกับพนักงานธนาคารออมสิน ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 285 คน สถิติ คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยการทดสอบความแตกต่างระหว่าง ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษา พบว่า (1) มีแรงจูงใจในการทำงาน ด้านผลตอบแทน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้า และ ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ส่วนปัจจัยด้านลักษณะงาน ด้านความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ความท้าทายในการทำงาน ความมีอิสระในงาน และมีความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารออมสิน ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ในภาพรวม ในระดับมาก (2) แรงจูงใจในการทำงานด้านผลตอบแทน ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน และปัจจัยด้านลักษณะงาน ด้านความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง ด้านความมีอิสระในงานส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานธนาคารออมสิน ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

คำสำคัญ (Keywords) ปัจจัยลักษณะงาน; แรงจูงใจ; ความผูกพัน

Abstract

This research aimed to study (1) the factors of job characteristics, work motivation and organizational commitment of the Government Savings Bank employees in Chiang Mai province, (2) study the factors of job characteristics and work motivation affecting their

Received: 2025-02-21 Revised: 2025-04-06 Accepted: 2025-04-07

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต กลุ่มวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย Master of Business Administration (MBA) student, Management, Faculty of Business Administration, University of the Thai Chamber of Commerce. E-mail: pontakornbell@gmail.com

² อาจารย์ที่ปรึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย Advisor, Faculty of Business Administration, University of the Thai Chamber of Commerce. E-mail: supasan_pre@utcc.ac.th

³ อาจารย์ที่ปรึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย Advisor, Faculty of Business Administration, University of the Thai Chamber of Commerce. E-mail: phakkrapat@gmail.com

⁴ อาจารย์ที่ปรึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย Advisor, Faculty of Business Administration, University of the Thai Chamber of Commerce. E-mail: President@kfu.co.th

organizational commitments. This research used a quantitative method by a questionnaire collection of 285 Government Savings Bank employees in Chiang Mai province. The statistical instruments were frequency, percentage, mean, standard deviation, and hypothesis testing by testing the difference between the means of 2 sample groups, one-way analysis of variance, and multiple regression analysis.

The results of the study found that (1) the motivation to work in terms of compensation had the highest mean value, followed by stability and advancement, and relationships with coworkers. As for the factor of job characteristics, the readiness for change had the highest mean value, followed by challenge in work, freedom in work, and organizational commitment of the Government Savings Bank employees in Chiang Mai province at a high level overall. (2) Work motivation in terms of compensation, relationship with coworkers, and work characteristics, readiness for change, and freedom in work affected their commitments at a significance level of 0.05.

Keywords: job characteristics; motivation; commitments

บทนำ (Introduction)

องค์กรที่จะประสบความสำเร็จได้นั้น ส่วนใหญ่เกิดจากการมีระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่ดี สามารถบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ภายในองค์กร ให้มีความรู้ ความสามารถ และมีความพร้อมที่จะเอื้อประโยชน์ให้องค์กรดำเนินภารกิจต่างๆ ไปสู่เป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ปรารธนา ผกาแก้ว, 2561) ดังนั้น คุณภาพของบุคลากรหรือทรัพยากรมนุษย์จึงเป็นหนึ่งในตัวแปรที่สำคัญในการที่องค์กรจะบรรลุถึงเป้าหมายได้สำเร็จโดยคุณลักษณะที่สนับสนุนให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล คือ ความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้บุคลากรทุ่มเทความพยายามในการทำงานอย่างเต็มที่เพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมายในด้านต่าง ๆ (ปรารธนา ผกาแก้ว, 2561: 2) ซึ่งความผูกพันต่อองค์กรถือเป็นทัศนคติหรือความรู้สึกที่มีต่อองค์กรของบุคคล ซึ่งสะท้อนออกมาในพฤติกรรมการทำงาน เช่น การทุ่มเทให้กับงาน ความร่วมมือกับเพื่อนร่วมงาน ความตั้งใจที่จะทำงานกับองค์กรต่อไป เป็นต้น ซึ่งความผูกพันต่อองค์กรมีความสำคัญต่อองค์กรเป็นอย่างมาก (ปริยาพร วงศ์อนุตรโรจน์, 2562: 54) เพราะส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กร บุคคลที่มีความผูกพันต่อองค์กรสูงจะทำงานอย่างกระตือรือร้น มีความคิดสร้างสรรค์ และมุ่งมั่นที่จะทำงานให้องค์กรประสบความสำเร็จ องค์กรจึงควรให้ความสำคัญในการพัฒนาความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน จากการวิเคราะห์สถานการณ์และแนวโน้มภายในด้านการพัฒนาบุคลากรและการบริหารงานบุคคลของธนาคารออมสิน ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าบุคลากร (Staff) มีความพร้อมที่จะพัฒนาความรู้ใหม่ ๆ ยอมรับ และมีการปรับแนวคิดในการทำงาน รวมทั้งมีความสามารถ เสียสละ เข้าถึง และเป็นที่ยอมรับของเกษตรกร แต่ในภาพรวมของธนาคารออมสิน ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ มีพนักงานธนาคารออมสินโอนย้ายไปปฏิบัติงานกับหน่วยงานอื่น มีการลาออกก่อนวัยเกษียณ ร้อยละ 5 ในปี 2567 (ธนาคารออมสินเขตเชียงใหม่, 2567: 47) และในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารออมสินในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องพิจารณาความเชื่อมโยงระหว่างแรงจูงใจกับลักษณะงาน เนื่องจากทั้งสองปัจจัยมีความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลต่อกัน โดยลักษณะงานที่ทำหาย

มีความหลากหลาย และมีอิสระในการตัดสินใจ จะส่งเสริมให้เกิดแรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) ซึ่งเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญที่ทำให้พนักงานรู้สึกว่าการงานมีความหมายและคุณค่า นำไปสู่ความผูกพันต่อองค์กรในระยะยาว ในขณะเดียวกัน ระบบการให้รางวัลและผลตอบแทนที่เป็นธรรม การได้รับการยอมรับจากผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน ซึ่งเป็นแรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) จะช่วยเสริมให้พนักงานมีความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมในการทำงาน และส่งผลโดยตรงต่อระดับความผูกพันที่มีต่อองค์กร ซึ่งการศึกษาความเชื่อมโยงระหว่างปัจจัยทั้งสองนี้จะช่วยให้ธนาคารออมสินสามารถออกแบบลักษณะงานและระบบการจูงใจที่เหมาะสม เพื่อรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพไว้กับองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารออมสินในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

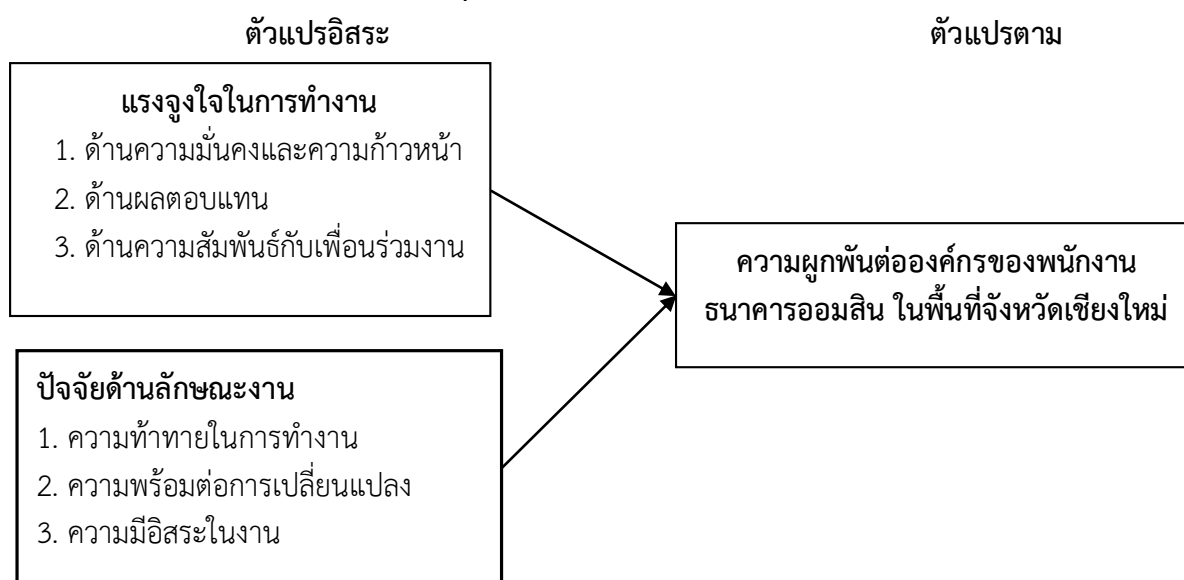
วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านลักษณะงาน แรงจูงใจในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารออมสิน ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านลักษณะงานและแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารออมสิน ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

สมมติฐานการวิจัย (Research Hypothesis)

1. แรงจูงใจในการทำงานส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน ธนาคารออมสินในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่
2. ปัจจัยด้านลักษณะงานส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน ธนาคารออมสินในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาถึงความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ของธนาคารออมสิน ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ โดยแบ่งประเด็นการศึกษาตามตัวแปรประกอบด้วย ตัวแปรอิสระ ได้แก่ (1) แรงจูงใจในการทำงาน ประกอบด้วย ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้า ด้านผลตอบแทน ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (2) ปัจจัยด้านลักษณะงาน ประกอบด้วย ความท้าทายในการทำงาน ความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง ความมีอิสระในงานและตัวแปรตาม ได้แก่ ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ของธนาคารออมสิน ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

1.2 ขอบเขตด้านประชากร กลุ่มตัวอย่าง โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานธนาคารออมสิน ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 987 ราย (ธนาคารออมสินเขตเชียงใหม่, 2567: 87-88) โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง จากสูตรคำนวณของทาโรยามาเน่ (Taro Yamane, 1973) กำหนดสัดส่วนการสุ่มตัวอย่างเป็น 50% หรือ 0.50 จากประชากรทั้งหมด ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมให้คาดเคลื่อนได้ 5% จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ทั้งสิ้น 285 ราย

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ คือ พื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา ดำเนินการศึกษาในช่วงเดือนมิถุนายน-ธันวาคม 2567 และเก็บข้อมูลในช่วงเดือนกันยายน-ตุลาคม 2567

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การวิจัยเชิงปริมาณ ประกอบด้วยเครื่องมือสำหรับคำถาม ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 คำถามปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ พื้นที่ในการปฏิบัติงาน ระดับการศึกษา เป็นมาตรวัดแบบ Nominal ส่วน อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์การทำงาน เป็นมาตรวัดแบบ Ordinal โดยเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-Ended Response Question) (อภิญา อิงอาจ, 2557: 32)

ส่วนที่ 2 คำถามแรงจูงใจในการทำงาน ประกอบ ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้า ด้านผลตอบแทน และ ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน

ส่วนที่ 3 คำถามปัจจัยด้านลักษณะงาน ประกอบด้วย ความท้าทายในการทำงาน ความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง ความมีอิสระในงาน

ส่วนที่ 4 คำถามความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารออมสิน ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

คำถามส่วนที่ 2-4 โดยเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-Ended Question) โดยแบ่งเกณฑ์การวัดแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) เป็น 5 ระดับตั้งแต่ระดับน้อยที่สุด (1 คะแนน) ถึง มากที่สุด (5 คะแนน) (อภิญา อิงอาจ, 2557: 32)

โดยผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของ แบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาจากการ วิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม จำนวน 30 ชุด ปรากฏว่าได้ผลเท่ากับ 0.963 ซึ่งโดยปกติถ้าค่าความเชื่อมั่นต้องมีค่าเกิด 0.80 ขึ้นไป ถือว่าใช้ได้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสุ่มง่าย (Simple Random Sampling) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลในรูปแบบออนไลน์ผ่าน Link จาก Google Form

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยสถิติ โดยใช้ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย (Research Methods)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านลักษณะงาน แรงจูงใจในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารออมสิน ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจในการทำงาน

แรงจูงใจในการทำงาน	ระดับความคิดเห็น			
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล	อันดับที่
ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้า	3.95	0.822	มาก	2
ด้านผลตอบแทน	3.91	0.866	มาก	3
ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน	4.01	0.762	มาก	1
ค่าเฉลี่ยรวม	3.95	0.816	มาก	

ด้านแรงจูงใจในการทำงาน สรุปแรงจูงใจในการทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจในการทำงาน ในภาพรวม ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.95, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.816) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยสูงสุด ดังนี้ ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.01, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.762) รองลงมาคือ ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้า ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.95, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.822) และ ด้านผลตอบแทน ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.91, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.866)

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านลักษณะงาน

ปัจจัยด้านลักษณะงาน	ระดับความคิดเห็น			
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล	อันดับที่
ความท้าทายในการทำงาน	4.06	0.805	มาก	2
ความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง	4.12	0.737	มาก	1
ความมีอิสระในงาน	3.89	0.870	มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม	4.02	0.804	มาก	

ด้านข้อมูลปัจจัยด้านลักษณะงาน สรุปปัจจัยด้านลักษณะงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะงาน ในภาพรวม ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.02, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.804) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยสูงสุด ดังนี้ ความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.12, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.737) รองลงมาคือ ความท้าทายในการทำงาน ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.06 , ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.805) และ ความมีอิสระในงาน ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.89, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.870)

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ความผูกพันต่อองค์กร

ความผูกพันต่อองค์กร	ระดับความคิดเห็น			
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล	อันดับที่
1. กลุ่มตัวอย่างภูมิใจที่จะบอกกับใครๆ ว่ากลุ่มตัวอย่าง เป็นบุคลากรในธนาคารออมสินของกลุ่มตัวอย่าง	3.97	0.817	มาก	4
2. กลุ่มตัวอย่างรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของธนาคารออมสิน รู้สึกรักและผูกพันกับธนาคารออมสิน	4.08	0.639	มาก	1
3. กลุ่มตัวอย่างไม่คิดจะเปลี่ยนสถานที่ทำงานใหม่แม้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีโอกาสก็ตาม	4.02	0.724	มาก	2
4. แม้กลุ่มตัวอย่างจะต้องทำงานในธนาคารออมสินนี้ เหน็ดเหนื่อยหรือมีอุปสรรคเพียงใดก็ไม่คิดที่จะลาออก	3.96	0.770	มาก	5
5. กลุ่มตัวอย่างมีความผูกพันต่อธนาคารออมสิน	4.01	0.769	มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม	4.01	0.744	มาก	

ด้านข้อมูลความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารออมสิน ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ สรุปปัจจัยด้านลักษณะงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารออมสิน ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ในภาพรวม ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.01, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.744) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของธนาคารออมสิน รู้สึกรักและผูกพันกับธนาคารออมสิน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.08, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.639) รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างไม่คิดจะเปลี่ยนสถานที่ทำงานใหม่แม้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีโอกาสก็ตาม ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.02, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.724) กลุ่มตัวอย่างมีความผูกพันต่อธนาคารออมสิน ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.01, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.769) กลุ่มตัวอย่างภูมิใจที่จะบอกกับใครๆ ว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นบุคลากร ในธนาคารออมสินของกลุ่มตัวอย่าง ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.97, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.817) และอันดับสุดท้าย คือ แม้กลุ่มตัวอย่างจะต้องทำงานในธนาคารออมสินนี้เหน็ดเหนื่อยหรือมีอุปสรรคเพียงใดก็ไม่คิดที่จะลาออก ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.96, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.770)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านลักษณะงานและแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารออมสิน ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

สมมติฐานข้อที่ 1 แรงจูงใจในการทำงานส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน ธนาคารออมสิน ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

ตัวแปร	B	SE	Beta	t	Sig.	Collinearity	
						Statistics	
						Tolerance	VIF
ค่าคงที่	0.964	0.315		3.063	0.002		
ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้า (X ₁)	0.056	0.078	0.042	0.720	0.472	0.709	1.410
ด้านผลตอบแทน (X ₂)	0.246	0.073	0.196	3.363	0.001*	0.727	1.376
ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (X ₃)	0.465	0.055	0.447	8.482	0.000*	0.886	1.129

R = 0.555 R² = 0.308 Adjusted R² = 0.301 *Sig.> 0.05

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ

ตัวแปร	B	SE	Beta	t	Sig.	Collinearity	
						Statistics	
						Tolerance	VIF
ค่าคงที่	0.785	0.417		1.882	0.061		
ด้านความท้าทายในการทำงาน (X ₁)	0.105	0.080	0.074	1.301	0.194	0.885	1.130
ด้านความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง (X ₂)	0.314	0.074	0.235	4.259	0.000*	0.931	1.074
ด้านความมีอิสระในงาน (X ₃)	0.388	0.075	0.300	5.175	0.000*	0.843	1.186

R = 0.454 R² = 0.206 Adjusted R² = 0.197 *Sig.< 0.05

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะงาน ด้านความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง ด้านความมีอิสระในงานส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน ธนาคารออมสิน ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สามารถแสดงสมการได้ ดังนี้

สมการทำนายในรูปของคะแนนดิบ

$$\text{standardized } \hat{Y} = 0.785 + 0.235 (X_2) + 0.300(X_3)$$

เมื่อ $\hat{Y}$ = ความผูกพันในองค์กรของพนักงาน ธนาคารออมสิน ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

X_2 = ด้านความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง

X_3 = ด้านความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง

ถ้าเพิ่มปัจจัยด้านลักษณะงาน ด้านความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงขึ้น 1 หน่วยในขณะที่ปัจจัยอื่นคงที่ จะทำให้ความผูกพันในองค์กรของพนักงาน ธนาคารออมสิน ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ เปลี่ยนแปลงไป 0.235 หน่วย ในทิศทางเดียวกัน

ถ้าเพิ่มปัจจัยด้านลักษณะงาน ด้านความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงขึ้น 1 หน่วยในขณะที่ปัจจัยอื่นคงที่ จะทำให้ความผูกพันในองค์กรของพนักงาน ธนาคารออมสิน ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ เปลี่ยนแปลงไป 0.300 หน่วย ในทิศทางเดียวกัน

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

ในการอภิปรายผล สามารถอภิปรายตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านลักษณะงาน แรงจูงใจในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารออมสิน ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษา พบว่า พนักงานธนาคารออมสิน ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่มีแรงจูงใจในการทำงาน ด้านผลตอบแทน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้า และ ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ส่วนปัจจัยด้านลักษณะงาน ด้านความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ความท้าทายในการทำงาน ความมีอิสระในงาน และมีความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารออมสิน ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ในภาพรวม ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจาก ความต้องการพื้นฐานทางเศรษฐกิจและความมั่นคงในชีวิตการทำงาน ในขณะเดียวกัน ด้านลักษณะงานพบว่าพนักงานมีความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงมากที่สุด รองลงมาคือความท้าทายในการทำงานและความมีอิสระในงาน แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมองค์กรที่เปิดรับการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล ทั้งนี้ ความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งเป็นผลมาจากการที่ธนาคารออมสินเป็นองค์กรที่มีความมั่นคง มีผลตอบแทนที่ดี และมีโอกาสก้าวหน้าในอาชีพ ปัจจัยเหล่านี้ล้วนสอดคล้องกับทฤษฎีแรงจูงใจที่ชี้ให้เห็นว่าการตอบสนองความต้องการทั้งระดับพื้นฐานและระดับสูงมีความสำคัญต่อประสิทธิภาพและความผูกพันในการทำงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของจันทกานต์ ศรีทองเอี่ยม (2563: 15) พบว่า พนักงานเจนเนอรัลชานวีย มีความคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงาน ด้านปัจจัยจูงใจ ปัจจัยค่าจ้าง และความผูกพันอยู่ในระดับมาก

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านลักษณะงานและแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารออมสิน ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

ความมั่นคงและความก้าวหน้า สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า แรงจูงใจในการทำงาน ความมั่นคงและความก้าวหน้า ไม่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน ธนากรอมสิน ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้เนื่องจาก ธนากรอมสินเป็นรัฐวิสาหกิจที่มีความมั่นคงสูงอยู่แล้ว มีระบบการเลื่อนตำแหน่งตามอายุงานที่ชัดเจน พนักงานจึงรับรู้ถึงความมั่นคงและความก้าวหน้าเป็นสิ่งที่ได้รับโดยอัตโนมัติ ไม่ต้องกังวลประกอบกับวัฒนธรรมท้องถิ่นของชาวเชียงใหม่ที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิตและความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงานมากกว่าการไขว่คว้าความก้าวหน้าในอาชีพ พนักงานจึงอาจให้ความสำคัญกับปัจจัยอื่น เช่น บรรยากาศในการทำงาน ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน และการได้ทำงานในภูมิภานามากกว่า ขัดแย้งกับงานวิจัยของวรรณธพร ศฤงคาร (2563: 66) พบว่า ความมั่นคงและความก้าวหน้า มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับสูง ซึ่งสาเหตุของความขัดแย้งเพราะพนักงานในจังหวัดเชียงใหม่อาจมีค่านิยมที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิต การได้อยู่ใกล้ครอบครัว และความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงานมากกว่าความก้าวหน้าในอาชีพ ค่านิยมเหล่านี้ อาจส่งผลต่อการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าที่น้อยลง

ด้านผลตอบแทน สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า แรงจูงใจในการทำงานด้านผลตอบแทน ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน ธนากรอมสิน ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้เนื่องจากผลตอบแทนที่เหมาะสมสร้างความมั่นคงทางการเงินและความรู้สึกได้รับการยอมรับในคุณค่าของงาน ทำให้มีแรงจูงใจในการทุ่มเทการทำงาน และเกิดความผูกพันต่อองค์กรในระยะยาว สอดคล้องกับงานวิจัยของสุทธิพงษ์ เกียรติวิชัย (2564) พบว่า แรงจูงใจด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของธำรงค์ ผลขาว (2564: 98) พบว่า ปัจจัยด้านผลตอบแทนความผูกพันกรณีศึกษาหน่วยงานของสถาบันอุดมศึกษาแห่งหนึ่ง

ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า แรงจูงใจในการทำงานด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน ธนากรอมสิน ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้เนื่องจาก ความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงานช่วยสร้างบรรยากาศการทำงานที่เป็นมิตร เกิดความร่วมมือ และความสุขในการทำงาน ปัจจัยนี้ร่วมกันตอบสนองความต้องการทั้งด้านวัตถุและจิตใจ ทำให้พนักงานรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร มีแรงจูงใจในการทุ่มเทการทำงาน และเกิดความผูกพันต่อองค์กรในระยะยาว สอดคล้องกับงานวิจัยของวรรณธพร ศฤงคาร (2563: 66) พบว่า ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชามีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับสูง

ด้านความท้าทายในการทำงาน สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า แรงจูงใจในการทำงานด้านความท้าทายในการทำงาน ไม่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน ธนากรอมสิน ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้เนื่องจาก ลักษณะงานของธนากรเป็นงานที่มีระบบและขั้นตอนที่ชัดเจน มีมาตรฐานการปฏิบัติงานที่กำหนดไว้แล้ว ประกอบกับวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นความมั่นคง ทำให้พนักงานให้ความสำคัญกับปัจจัยอื่นมากกว่า เช่น ค่าตอบแทน สวัสดิการ และความมั่นคงในอาชีพ นอกจากนี้ ด้วยวิถีชีวิตของคนเชียงใหม่ที่เน้นความสบายและไม่เร่งรีบ จึงทำให้พนักงานพึงพอใจกับการทำงานที่ไม่กดดันมากเกินไป ขัดแย้งกับงานวิจัยของอรรธรณ มากสังข์ (2563: 114) พบว่า ความท้าทายในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในภาพรวม ซึ่งสาเหตุที่ขัดแย้งเกิดจากความแตกต่างของบริบทเชิงวัฒนธรรมและภูมิศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อค่านิยมในการทำงานของพนักงาน กล่าวคือ จังหวัดเชียงใหม่มีวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เน้นความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงาน ซึ่งสะท้อนผ่านวิถีชีวิตที่ไม่เร่งรีบและเน้นความสุขทางจิตใจมากกว่า

ความสำเร็จทางวัตถุ ในขณะที่งานวิจัยของอรรถรรณศึกษาพนักงานในเขตชลบุรี ซึ่งเป็นพื้นที่อุตสาหกรรมและการท่องเที่ยวที่มีการแข่งขันสูง ทำให้พนักงานในพื้นที่ดังกล่าวอาจให้คุณค่ากับความท้าทายและความก้าวหน้าในอาชีพมากกว่า นอกจากนี้ โครงสร้างองค์กรและลักษณะงานของธนาคารออมสินในแต่ละภูมิภาคอาจมีความแตกต่างกัน โดยสาขาในเชียงใหม่อาจเน้นการให้บริการลูกค้าท้องถิ่นที่มีความต้องการไม่ซับซ้อนมากนัก ในขณะที่สาขาในเขตชลบุรีอาจต้องรองรับลูกค้าที่หลากหลายทั้งนักลงทุน นักท่องเที่ยว และภาคธุรกิจ ทำให้มีความท้าทายในการทำงานที่แตกต่างกัน ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลให้พนักงานในแต่ละพื้นที่มีการให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

ด้านความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะงานด้านความมีอิสระในงานส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน ธนาคารออมสิน ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้เนื่องจาก ความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงช่วยให้พนักงานปรับตัวได้ดีในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับงานวิจัยของสุทธิพงษ์ เกียรติวิชัย (2564: 79) พบว่า ปัจจัยลักษณะงานด้านความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง ที่จะทุ่มเทพยายามปฏิบัติงานเพื่อองค์กร ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน

ด้านความมีอิสระในงาน สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะงานด้านความมีอิสระในงานส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน ธนาคารออมสิน ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้เนื่องจาก ความมีอิสระในงานเพิ่มความรู้สึกรับผิดชอบและเป็นเจ้าของงาน ปัจจัยเหล่านี้ร่วมกันสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่เอื้อต่อการพัฒนาตนเองและความก้าวหน้าในอาชีพ ส่งผลให้พนักงานรู้สึกเติบโตไปพร้อมกับองค์กรและเกิดความผูกพันในระยะ สอดคล้องกับงานวิจัยของเทียนศรี บางม่วงงาม (2562: 12) พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะงานด้านความมีอิสระในงาน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรที่ผ่านโครงการอบรมวิศวกรใหม่ของบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

จากการศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารออมสินในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ พบข้อค้นพบที่องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย ในด้านลักษณะประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นพนักงานเพศหญิง มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี และมีประสบการณ์การทำงานมากกว่า 10 ปี อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าปัจจัยส่วนบุคคลเหล่านี้ไม่ได้ส่งผลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญ สะท้อนให้เห็นว่าความผูกพันต่อองค์กรนั้นไม่ได้ขึ้นอยู่กับคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ แต่อาจเกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านอื่นๆ มากกว่า เมื่อพิจารณาถึงแรงจูงใจในการทำงาน พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญประกอบด้วยสองด้านหลัก คือ ผลตอบแทนและความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน แม้ว่าด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าจะมีค่าเฉลี่ยสูง แต่กลับไม่ได้ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อความผูกพัน สะท้อนให้เห็นว่าพนักงานให้ความสำคัญกับผลตอบแทนที่จับต้องได้และบรรยากาศการทำงานที่ดีมากกว่า ในส่วนของปัจจัยด้านลักษณะงาน ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงและความมีอิสระในการทำงานเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร สะท้อนให้เห็นว่าพนักงานต้องการความยืดหยุ่นในการทำงานและโอกาสในการพัฒนาตนเอง โดยภาพรวม ระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ย 4.01 โดยเฉพาะในด้านความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรที่มีค่าเฉลี่ยสูงถึง 4.08 อย่างไรก็ตาม น่าสังเกตว่าความตั้งใจที่จะอยู่กับองค์กรแม้จะเผชิญกับอุปสรรคมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าที่ 3.96 และจากผลการวิจัยนี้

สามารถนำไปสู่ข้อเสนอแนะในการบริหารทรัพยากรบุคคลของธนาคารออมสิน โดยควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบผลตอบแทนที่เป็นธรรมและแข่งขันได้ ส่งเสริมกิจกรรมที่เสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างพนักงาน เพิ่มความยืดหยุ่นและอิสระในการทำงาน ตลอดจนสนับสนุนการพัฒนาทักษะเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง การดำเนินการตามข้อเสนอแนะเหล่านี้จะช่วยเสริมสร้างความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลดีต่อการรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพให้อยู่กับองค์กรในระยะยาว

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1.1 ธนาคารควรพัฒนาระบบการประเมินผลงานที่ชัดเจนและเป็นธรรม โดยกำหนดเกณฑ์วัดผลงานที่สอดคล้องกับลักษณะงานของแต่ละตำแหน่ง พร้อมทั้งสื่อสารเกณฑ์ให้พนักงานทราบอย่างทั่วถึง นอกจากนี้ ควรนำระบบผลตอบแทนตามผลงานมาใช้เพิ่มเติมจากระบบเงินเดือนปกติ เพื่อสร้างแรงจูงใจให้แก่พนักงานที่มีผลงานโดดเด่น

1.2 ธนาคารควรพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมเฉพาะทางที่เน้นการพัฒนาทักษะดิจิทัลและนวัตกรรมทางการเงิน โดยจัดทำเป็นแผนพัฒนารายบุคคลที่สอดคล้องกับความต้องการและศักยภาพของพนักงานแต่ละคน พร้อมทั้งสร้างระบบการจัดการความรู้เพื่อรวบรวมและแบ่งปันความรู้ในองค์กร ซึ่งจะช่วยให้พนักงานเข้าถึงข้อมูลที่เป็นได้สะดวกยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

2.1 ธนาคารออมสินควรพัฒนาระบบการบริหารทรัพยากรบุคคลที่ครอบคลุมทุกมิติ โดยคำนึงถึงความหลากหลายของพนักงานทั้งในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์การทำงาน ระบบนี้ควรรวมถึงการปรับปรุงโครงสร้างผลตอบแทนให้เหมาะสมและเป็นธรรม การสร้างเส้นทางความก้าวหน้าในอาชีพที่ชัดเจน

2.2 ธนาคารควรมุ่งเน้นการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เปิดกว้างต่อการเปลี่ยนแปลงและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงานทุกระดับ โดยเริ่มจากการสื่อสารวิสัยทัศน์และเป้าหมายขององค์กรอย่างชัดเจน เปิดโอกาสให้พนักงานแสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ จัดกิจกรรมที่ส่งเสริมการทำงานเป็นทีมและการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างแผนกและระหว่างรุ่น

2.3 ธนาคารควรพิจารณาปรับปรุงลักษณะงานให้มีความท้าทายและให้อิสระในการทำงานมากขึ้น โดยอาจเริ่มจากการวิเคราะห์และออกแบบงานใหม่ให้มีความหลากหลายของทักษะที่ใช้ มีความสำคัญต่อเป้าหมายขององค์กร และให้พนักงานมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเกี่ยวกับวิธีการทำงานของตนเอง

3. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

3.1 ในการศึกษาครั้งต่อไปควรขยายขอบเขตการวิจัยให้ครอบคลุมพื้นที่อื่นๆ นอกเหนือจากจังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการศึกษาเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารออมสินในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทย เช่น ภาคกลาง ภาคใต้ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และกรุงเทพมหานคร การศึกษาในลักษณะนี้จะช่วยให้เห็นถึงความแตกต่างหรือความเหมือนของปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรในแต่ละพื้นที่ ซึ่งอาจได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมท้องถิ่น สภาพเศรษฐกิจ และลักษณะการดำเนินงานที่แตกต่างกัน

3.2 ในการศึกษาครั้งต่อไปควรทำการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับพนักงานธนาคารออมสินในระดับต่างๆ เพื่อเข้าใจประสบการณ์การทำงาน

ความรู้สึก และมุมมองของพนักงานที่มีต่อองค์กรอย่างลึกซึ้ง การศึกษาในลักษณะนี้จะช่วยให้เข้าใจปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความผูกพันในองค์กรในมิติที่ละเอียดและซับซ้อนมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง (References)

- จันทกานต์ ศรีทองเอี่ยม. (2563). ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานและความผูกพันของพนักงานเจนเนอเรชั่นวาย กรณีศึกษาการไฟฟ้านครหลวง. การค้นคว้าอิสระปริญญา บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- เทียนศรี บางม่วงงาม. (2562). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรที่ผ่านโครงการอบรมวิศวกรใหม่ กรณีศึกษา : บริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเกริก.
- ธนาคารออมสินเขตเชียงใหม่. (2567). รายงานผลการดำเนินงาน ประจำปี 2567. เชียงใหม่: ธนาคารออมสินเขตเชียงใหม่.
- ธำรงค์ ผลขาว. (2564). ศึกษาแรงจูงใจในการทำงาน แนวโน้มการลาออก ความสุขและความผูกพันกรณีศึกษาหน่วยงานของสถาบันอุดมศึกษาแห่งหนึ่ง กรุงเทพมหานคร. วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. 1(3): 3.
- ปรารธนา ผกาแก้ว. (2561). การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ และกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ระดับปริญญาตรีขึ้นไป ในกลุ่มบริษัทผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ปริญญา เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2562). จิตวิทยาการบริหารงานบุคคล. กรุงเทพฯ: บริษัทพิมพ์ดี จำกัด.
- วรรณชนพร ศฤงคาร. (2563). ปัจจัยในงานและระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน. การศึกษาอิสระปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- สุทธิพงษ์ เกียรติวิทย์. (2564). ศึกษาแรงจูงใจด้านสวัสดิการ ปัจจัยด้านลักษณะงาน ที่ส่งผลกระทบต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานสายบริการลูกค้า ธนาคารกรุงเทพ สาขาไมโครบรานซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร. การศึกษาอิสระปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- อภิญา อิงอาจ. (2557). การวิเคราะห์เชิงสถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- อรรธรณ มากสังข์. (2563). ศึกษาปัจจัยองค์กรที่มีผลกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารออมสินสาขาในเขตชลบุรี 2. การศึกษาอิสระปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: an introductory analysis*. New York: Harper. & Row.

ปัจจัยของอัตราส่วนกำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม และอัตราผลตอบแทนจาก
ส่วนของผู้ถือหุ้นส่งผลกระทบต่อคุณภาพกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์
แห่งประเทศไทย กรณีศึกษากลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจบริการ

Factors of Net Profit Ratio, Return on Assets, and Return on Equity Affecting
the Earnings Quality of Companies Listed on the Stock Exchange of Thailand:
A Case Study of Service Industry Group

สุชาร์ตน์ บุญอยู่¹ กนกอร บุญมาเกิด²

Sucharat Boonyoo, Kanokorn Boonmakerd

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตราส่วนกำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กรณีศึกษากลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจบริการ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยของกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจบริการ จำนวน 132 ตัวอย่าง เครื่องมือในการวิจัย คือ กระจายทำการ เก็บรวบรวมข้อมูลจากงบการเงิน รายงานประจำปี และแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี แล้วนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากกระจายทำการมาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติที่ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณด้วยวิธี Enter

ผลการวิจัยพบว่า อัตราส่วนกำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นส่งผลกระทบต่อคุณภาพกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กรณีศึกษากลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.507-0.746 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.841 และมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) มีอำนาจในการพยากรณ์รวมเท่ากับร้อยละ 70.70 ข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัยสะท้อนได้ว่า อัตราส่วนกำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นจะเป็นความสามารถในการทำกำไรในปัจจุบันที่เกิดขึ้นจากผลการดำเนินงานที่เป็นความจริงและสามารถพยากรณ์กำไรในอนาคต โดยกำไรที่ได้จะมีเสถียรภาพอันก่อให้เกิดคุณภาพกำไรของธุรกิจในระดับที่สูงขึ้น

คำสำคัญ (Keywords) : อัตราส่วนกำไรสุทธิ; อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม;
อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น

Received: 2025-03-23 Revised: 2025-04-07 Accepted: 2025-04-10

¹ นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์
Student, Doctor of Philosophy Program in Business Administration, Graduate School, Southeast Asia
University. Email: aj.sucharat@gmail.com

² อาจารย์หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์
Lecturer, Doctor of Philosophy Program in Business Administration, Graduate School, Southeast Asia
University. Email: boonmakerd2559@gmail.com

Abstract

This research article aimed to study the net profit ratio, return on assets, and return on equity affecting the earnings quality of companies listed on the stock exchange of Thailand: A case study of service industry group. It was quantitative research. Samples in this study were companies listed on the stock exchange of Thailand, service business industry group 132 samples. Research tool was papers for collecting information from financial statement on the annual company report and then the data collected from the papers were analyzed by using statistics consisting of percentage, means, maximum, minimum, standard deviation and multiple regression analysis by Enter method.

The findings revealed that the net profit ratio, return on assets, and return on equity affected the earnings quality of companies listed on the stock exchange of Thailand: A case study of service industry group at the 0.01 significance level, with correlation coefficients ranging from 0.507 to 0.746. The multiple correlation coefficient (R) was 0.841, and the coefficient of determination (R^2) was 70.70%, indicating the predictive power of the model. The findings from the research reflect that the net profit ratio, return on assets and return on equity are the current profitability that arises from actual operating results and can predict future profits. The profits will be stable, which will result in a higher level of business earnings quality as well.

Keyword: net profit ratio; return on assets; return on equity

บทนำ (Introduction)

ปัจจุบันในยุคโลกาภิวัตน์สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเทคโนโลยี ทำให้หลายธุรกิจต่างมุ่งเน้นการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและทำกำไรให้ได้มากที่สุด เพื่อความอยู่รอดในการแข่งขันทางธุรกิจ หลายธุรกิจอาจไม่รู้มาก่อนว่าฐานะทางการเงินของธุรกิจถือเป็นปัจจัยที่สำคัญของธุรกิจในการพิจารณาว่า ธุรกิจนั้นยังสามารถดำเนินธุรกิจได้หรือไม่ ดังนั้นฐานะทางการเงินของธุรกิจจึงมีความสำคัญมาก อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจเอง (Yuen et al., 2022: 346) โดยความเป็นอยู่ทางการเงินสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการวัดความสำเร็จของธุรกิจได้ และบางธุรกิจก็ใช้เป็นเครื่องมือในการตัดสินใจและวางแผนสำหรับอนาคต การเงินไม่ได้เป็นเพียงประเด็นที่เกี่ยวกับกำไรขาดทุน งบดุล และกระแสเงินสดเท่านั้น แต่ยังเกี่ยวข้องกับอัตราส่วนกำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นที่สะท้อนถึงความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจ (Kontus & Mihanovic, 2019: 3255) ธุรกิจบางแห่งที่มียอดขายสูงก็ไม่สามารถอยู่รอดได้ในการแข่งขันยุคใหม่ เพื่อความอยู่รอดและเจริญรุ่งเรืองในยุคนี้ ยอดขายจึงไม่ใช่ปัจจัยเดียวที่วัดได้ การไม่ชำระหนี้อาจทำให้ธุรกิจแห่งหนึ่งล้มละลายได้ (Herliza, Yulianti & Ferina, 2021: 219) ธุรกิจขนาดใหญ่ ๆ หลายแห่งประสบปัญหาในการรักษาไว้ของสภาพทางการเงิน ธุรกิจจะไม่สามารถครอบคลุมและจัดการหนี้ก้อนโตได้ดี ดังนั้นการล้มละลายจึงเกิดขึ้นแม้ว่าจะสร้างยอดขายที่ดี โดยการวิเคราะห์ฐานะทางการเงินของธุรกิจจึงมีความสำคัญมากสำหรับธุรกิจในการรักษาความอยู่รอดของธุรกิจ แม้แต่ธุรกิจขนาดเล็กก็ไม่ควรมองข้ามการวิเคราะห์ทางการเงิน เนื่องจากการวิเคราะห์ทางการเงินมีความ

เชื่อมโยงอย่างมาก ซึ่งธุรกิจจะสามารถชำระหนี้ระยะสั้นได้หรือไม่ จึงทำให้ธุรกิจควรทราบสถานะทางการเงินของตนได้ (Djohan, 2023: 325) โดยภาพรวมธุรกิจของไทยที่ผ่านมามีการชะลอตัวทั้งมูลค่าการลงทุนของภาครัฐบาลและเอกชนที่ลดลงร้อยละ -2.3 และ -0.8 ตามลำดับ อาจเป็นผลมาจากความล่าช้าในการประมูลโครงการหรือแม้แต่ปัจจัยเสี่ยงต่าง ๆ ของธุรกิจ เช่น การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและการเบิกจ่ายงบประมาณของภาครัฐที่ล่าช้า ทำให้รายได้ของผู้ประกอบการไม่เป็นไปตามเป้าหมาย การขาดแหล่งเงินทุนหมุนเวียนที่สถาบันการเงินระมัดระวังการให้สินเชื่อ การขาดแคลนแรงงานภาคการใช้แรงงานที่มีต้นทุนสูงขึ้นจากการบริหารจัดการแรงงานต่างด้าวปี 2566 และภาวะทางเศรษฐกิจ จึงก่อให้เกิดการระมัดระวังในการลงทุนของผู้ประกอบการ (ศูนย์วิจัยธนาคารออมสิน, 2567: 2) จากปัจจัยเสี่ยงที่รุ่มลือทางธุรกิจตามสภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศหรือแม้แต่ปัจจัยภายนอกประเทศล้วนส่งผลต่อภาคธุรกิจทั้งทางด้านการเจริญเติบโต ความเสี่ยงของธุรกิจที่ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย การขาดสภาพคล่องทางการเงินในการดำเนินธุรกิจ และการชำระหนี้ที่ล่าช้ากว่ากำหนด จึงเป็นความเสี่ยงที่บริษัทจะล้มเหลวทางการเงินถึงการล้มละลายได้ (Boonyoo et al., 2022: 1285)

บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจบริการเป็นบริษัทมหาชนจำกัดที่ได้รับอนุมัติจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยให้สามารถออกและเสนอขายหลักทรัพย์ต่อประชาชน และได้รับอนุมัติจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยให้เข้าเป็นบริษัทจดทะเบียนใน SET ตามขนาดของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว และจากผลสำรวจของสภาธุรกิจตลาดทุนไทย ณ เดือนมีนาคม 2567 รายงานกลุ่มนักลงทุน พบว่า ความเชื่อมั่นกลุ่มนักลงทุนบุคคลปรับลดร้อยละ 6.5 อยู่ที่ระดับ 107.58 กลุ่มบัญชีบริษัทหลักทรัพย์ปรับเพิ่มร้อยละ 14.3 มาอยู่ที่ระดับ 114.29 กลุ่มนักลงทุนสถาบันในประเทศปรับเพิ่มร้อยละ 16.1 อยู่ที่ระดับ 141.67 และกลุ่มนักลงทุนต่างประเทศทรงตัวอยู่ที่ระดับ 100.00 ตลอดเดือนมีนาคม 2567 SET Index แกว่งตัวอยู่ในกรอบแคบระหว่าง 1,359.26 ถึง 1,394.93 เนื่องจากขาดปัจจัยสนับสนุน อีกทั้งนักลงทุนต่างชาติยังไม่กลับเข้ามาลงทุนมากนัก จึงส่งผลให้บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่อง แต่อย่างไรก็ตามบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจบริการก็ยังคงเป็นกลุ่มที่น่าสนใจในการลงทุน จากการสำรวจของสภาธุรกิจตลาดทุนไทยในปี 2567 พบว่า นักลงทุนยังคงสนใจลงทุนในกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจบริการที่อยู่ในหมวดท่องเที่ยวและสันทนาการมากที่สุด รองลงมา คือ หมวดการแพทย์ และหมวดพาณิชย์ จึงทำให้การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจบริการ (สภาธุรกิจตลาดทุนไทย, 2567: 1) และจากการศึกษาวิจัยการที่จะทำให้ธุรกิจมีคุณภาพกำไรที่ดีและมีประสิทธิภาพทางการเงินนั้น จำเป็นที่ผู้ประกอบการต้องสร้างสภาพคล่องทางการเงินให้เกิดขึ้นแก่ธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นอัตราส่วนกำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่กลุ่มทุน ซึ่งจากการศึกษาของชญาดา จวงสังข์ และพรทิพา แสงเขียว (2564: 72) ที่กล่าวว่า อัตราส่วนกำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นเป็นอัตราส่วนในการวัดความสามารถในการทำกำไรของบริษัทที่ทำให้นักลงทุนนิยมนำอัตราส่วนดังกล่าวมาประกอบการตัดสินใจในการลงทุนในหลักทรัพย์ โดยอัตราส่วนนี้จะมีความสัมพันธ์กับคุณภาพกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เช่นเดียวกับการศึกษาของ Oktavianto & Samryn (2017: 15) ที่กล่าวว่า ความสามารถในการทำกำไรที่ประกอบด้วย อัตราส่วนกำไรสุทธิที่เป็นความสามารถในการทำกำไรสุทธิที่เปรียบเทียบกับยอดขาย อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวมที่เป็นความสามารถของธุรกิจในการ

ใช้ทรัพยากรทางการเงินเพื่อสร้างมูลค่าให้กับผู้ถือหุ้น และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นมีแนวโน้มเป็นอัตราส่วนที่ผู้ถือหุ้นสามารถกำหนดผลตอบแทนจากการลงทุนในแต่ละจำนวนเงินที่ลงทุนได้ดี จะสามารถทำให้องค์กรธุรกิจสร้างคุณภาพของกำไรที่สามารถนำมาใช้กำหนดเป้าหมาย งบประมาณ การประสานงาน ผลการประเมินการดำเนินงานขององค์กรและพื้นฐานในการตัดสินใจได้ (Warrad, 2017: 62) โดยความสามารถในการทำกำไรสูงก็จะสามารถสร้างคุณภาพกำไรให้เกิดเป็นมูลค่าที่เพิ่มขึ้นให้กับมูลค่าของธุรกิจ ซึ่งสะท้อนในราคาหุ้นของธุรกิจ ผู้ลงทุนสามารถลงทุนในธุรกิจในระดับที่สูงขึ้น หากผลกำไรที่ธุรกิจได้รับในแต่ละปีสามารถแสดงให้เห็นได้จากการใช้อัตราส่วนต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Harahap, Juliana & Lindayani, 2018: 55)

จากประเด็นดังกล่าวข้างต้นจึงเป็นเหตุให้ผู้วิจัยศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยของอัตราส่วนกำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นส่งผลกระทบต่อคุณภาพกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กรณีศึกษากลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจบริการ เพื่อเป็นแนวทางให้ทราบถึงอัตราส่วนกำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น และคุณภาพกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจบริการที่สามารถนำไปศึกษาพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาวิจัยให้นักศึกษา นักวิจัย นักวิชาการ หรือบุคคลที่สนใจนำผลการวิจัยที่ได้ไปศึกษาต่อยอดให้เกิดเป็นองค์ความรู้ใหม่ นอกจากนี้ยังสามารถนำไปใช้เป็นกลไกการบริหารจัดการที่ดีที่จะสามารถสร้างโอกาสในการพัฒนาให้ผลการดำเนินงานที่เป็นความสามารถในการทำกำไรเปลี่ยนแปลงเป็นคุณภาพกำไรของบริษัทที่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อเป็นตัวกำหนดความสามารถของธุรกิจในการสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันและโอกาสในการลงทุนที่สูงขึ้น ซึ่งจะสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักลงทุนด้วย

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

เพื่อศึกษาอัตราส่วนกำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กรณีศึกษากลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจบริการ

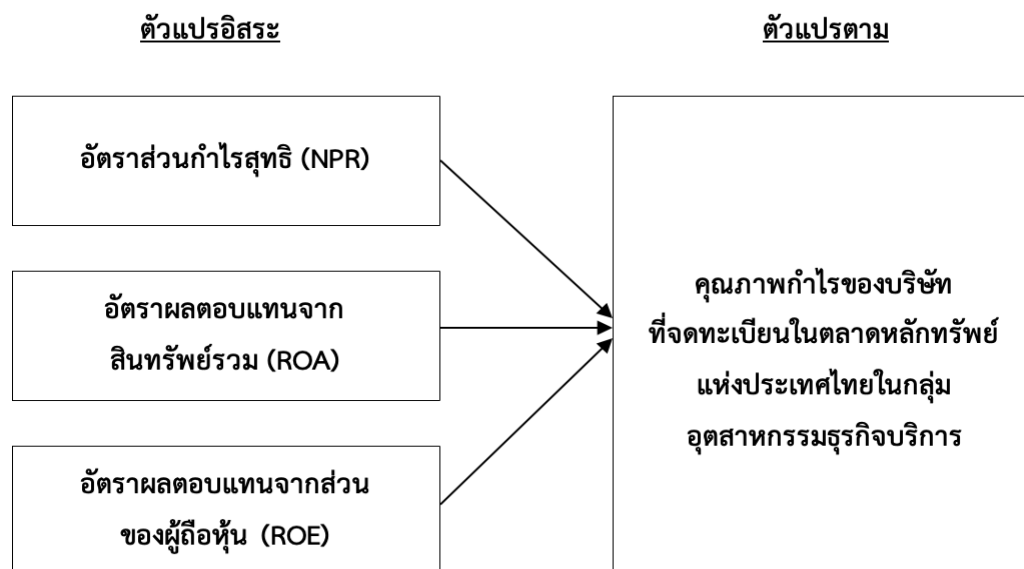
สมมติฐานการวิจัย (Research Hypothesis)

1. อัตราส่วนกำไรสุทธิส่งผลกระทบต่อคุณภาพกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กรณีศึกษากลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจบริการ
2. อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวมส่งผลกระทบต่อคุณภาพกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กรณีศึกษากลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจบริการ
3. อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กรณีศึกษากลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจบริการ

กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึง “ปัจจัยของอัตราส่วนกำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นส่งผลกระทบต่อคุณภาพกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาด

หลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กรณีศึกษากลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจบริการ” โดยผู้วิจัยได้ทำการพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัยจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาในรูปแบบของการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Methodology) เพื่อให้ได้มาของข้อมูลที่สามารถตอบคำถามการวิจัยและวัตถุประสงค์ของการวิจัย รวมถึงข้อมูลที่ได้มาต้องมีความสอดคล้องเชื่อมโยงกับกรอบแนวคิดในการวิจัย เพื่อให้ได้มาของข้อมูลที่มีคุณภาพที่ดี เชื่อถือได้ และถูกต้องตามระเบียบวิธีการวิจัย จึงทำให้การศึกษานี้มุ่งเน้นนำเสนอข้อมูลหลักที่เป็นข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยแต่ละรูปแบบมีรายละเอียด ดังนี้

1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษานี้ได้มุ่งถึงปัจจัยของอัตราส่วนกำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นส่งผลกระทบต่อคุณภาพกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กรณีศึกษากลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจบริการ โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรอิสระ คือ อัตราส่วนกำไรสุทธิ (Net Profit Ratio -NPR) อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม (Return on Assets-ROA) และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (Return on Equity-ROE) ส่วนตัวแปรตาม คือ คุณภาพกำไร (Earnings Quality-EQ)

1.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้มีการกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยของกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจบริการ จำนวน 132 ตัวอย่าง ซึ่งจะต้องมีผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ไม่เป็นบริษัทที่ถูกพิจารณาหรืออยู่ระหว่างการพิจารณาเพิกถอน และมีข้อมูลงบการเงินในฐานะข้อมูลตลอดระยะเวลา 5 ปี ตั้งแต่ปี 2563-2567 โดยการวิจัยครั้งนี้ได้มีวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) ประกอบด้วย ขั้นที่หนึ่ง กำหนดวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ

(Stratified Random Sampling) จำแนกตามคุณลักษณะของกลุ่มแบ่งเป็น 6 กลุ่ม คือ พาณิชยกรรม (Commerce) บริการทางการแพทย์ (Health Care Services) สื่อและสิ่งพิมพ์ (Media & Publishing) บริการเฉพาะกิจ (Professional Services) การท่องเที่ยวและสันทนาการ (Tourism & Leisure) ขนส่งและโลจิสติกส์ (Transportation & Logistics) และขั้นที่สอง กำหนดวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย (Simple Random Sampling) (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2567)

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากงบการเงินที่เป็นรูปแบบรายงานประจำปีและแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปีตั้งแต่ปี 2563-2567 ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจบริการ

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ซึ่งทำการศึกษาระหว่างเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2568

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยของกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจบริการ ด้วยกระดาดำทำการและการเก็บจากงบการเงินที่เป็นรูปแบบรายงานประจำปีและแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปีตั้งแต่ปี 2563-2567 ซึ่งได้ดำเนินการแบ่งเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับอัตราส่วนกำไรสุทธิของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยของกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจบริการ ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยของกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจบริการ ส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยของกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจบริการ และส่วนที่ 4 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยของกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจบริการ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณที่ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยของกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจบริการ (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2567) ด้วยกระดาดำทำการ ซึ่งได้ทำการรวบรวมข้อมูลที่เป็นงบการเงิน รูปแบบรายงานประจำปี และแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปีตั้งแต่ปี 2563-2567 จำนวน 132 บริษัท ซึ่งการเก็บข้อมูลได้มีการตรวจสอบข้อมูลและทำการบันทึกข้อมูลแล้ว จึงนำมาประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมงบการเงินที่เป็นรูปแบบรายงานประจำปีและแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปีตั้งแต่ปี 2563-2567 มาทำการจัดสรรในระบบ เพื่อจัดเตรียมข้อมูลไปทำการวิเคราะห์สถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปต่อไป ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งวิธีการวิเคราะห์สถิติที่ประกอบด้วย 2 ขั้นตอน คือ

ขั้นที่ 1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ได้จำแนกการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา คือ การวิเคราะห์ข้อมูลระดับของอัตราส่วนกำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น และคุณภาพกำไร ด้วยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าต่ำสุด (Minimum) ค่าสูงสุด (Maximum) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ขั้นที่ 2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) เป็นการวิเคราะห์เพื่อตอบวัตถุประสงค์ในการวิจัยและทำการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ได้กำหนดไว้ ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ซึ่งการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหรือตัวแปรต้นที่ทำหน้าที่พยากรณ์ตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป กับตัวแปรตาม 1 ตัว ในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณนั้นจะต้องหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple correlation coefficient) เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหรือตัวแปรต้นจำนวนทั้ง 2 ตัวขึ้นไป กับตัวแปรตามว่ามีความสัมพันธ์กันเช่นใด สำหรับการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณจะต้องหาสมการถดถอย เพื่อใช้ในการพยากรณ์ของตัวแปรตาม (Y) และหาค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน รวมทั้งหาค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple correlation) ซึ่งสามารถเขียนเป็นความสัมพันธ์ได้

ผลการวิจัย (Research Results)

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้มีการแสดงผลการวิจัยตามรายละเอียด ดังนี้

1. สรุปผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาของปัจจัยอัตราส่วนกำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น และคุณภาพกำไร ที่สามารถแสดงให้เห็นได้ถึงการหาค่าเฉลี่ย ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังแสดงได้ตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
อัตราส่วนกำไรสุทธิ (NPR)	0.61	-163.43	82.98	28.976
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม (ROA)	6.99	-32.83	41.43	10.127
อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	8.68	-54.76	89.15	19.704
คุณภาพกำไร (EQ)	18.43	1.08	142.79	18.254

จากตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าต่ำสุด (Minimum) ค่าสูงสุด (Maximum) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์เป็นบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจบริการ จำนวน 132 บริษัท พบว่า (1) อัตราส่วนกำไรสุทธิ (NPR) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 0.61 ค่าต่ำสุดอยู่ที่ -163.43 ค่าสูงสุดอยู่ที่ 82.98 และมีการกระจายตัวของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 28.976 (2) อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม (ROA) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 6.99 ค่าต่ำสุดอยู่ที่ -32.83 ค่าสูงสุดอยู่ที่ 41.43 และมีการกระจายตัวของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 10.127 (3) อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 8.68 ค่าต่ำสุดอยู่ที่ -54.76 ค่าสูงสุดอยู่ที่ 89.15 และมีการกระจายตัวของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 19.704 และ (4) คุณภาพกำไร (EQ) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 18.43 ค่าต่ำสุดอยู่ที่ 1.08 ค่าสูงสุดอยู่ที่ 142.79 และมีการกระจายตัวของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 18.254

2. สรุปผลการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานของปัจจัยอัตราส่วนกำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นส่งผลกระทบต่อคุณภาพกำไร ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจบริการที่สามารถแสดงการวิเคราะห์ได้

เป็น 2 ขั้นตอน คือ ขั้นที่ 1 เป็นการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร และขั้นที่ 2 เป็นทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยการวิเคราะห์สถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ขั้นที่ 1 ทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรจากข้อมูลกลุ่มตัวอย่างด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) และทดสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ด้วยการหาค่า Tolerance และค่า VIF ได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์และค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ

ตัวแปร	EQ	NPR	ROA	ROE	Tolerance	VIF
EQ	1.000	0.746**	0.686**	0.682**		
NPR	-	1.000	0.507**	0.514**	0.700	1.430
ROA		-	1.000	0.738**	0.434	2.306
ROE				1.000	0.429	2.329

หมายเหตุ (EQ หมายถึง คุณภาพกำไร, NPR หมายถึง อัตราส่วนกำไรสุทธิ, ROA หมายถึง อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม, ROE หมายถึง อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น) (** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01)

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า อัตราส่วนกำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพกำไร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.507-0.746 ซึ่งการพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกันเองแล้ว พบว่า มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และเมื่อพิจารณาตัวแปรพยากรณ์ปัจจัยของอัตราส่วนกำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นตามค่า Tolerance พบว่า ค่าที่ได้อยู่ระหว่าง 0.429-0.700 ที่มีค่าไม่เข้าใกล้ 0 และค่า VIF ของตัวแปรอิสระมีค่าอยู่ที่ 1.430-2.329 ซึ่งมีความน้อยกว่า 10 แสดงให้เห็นว่า อัตราส่วนกำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นไม่พบปัญหาสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) จึงเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์สถิติการถดถอยพหุคูณต่อไป

ขั้นที่ 2 การวิเคราะห์สถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เป็นการหาความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างกลุ่มตัวแปรอิสระตั้งแต่ 2 ตัวแปรขึ้นไปและตัวแปรตามดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์สถิติการถดถอยพหุคูณของตัวแปรอัตราส่วนกำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นส่งผลกระทบต่อคุณภาพกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจบริการ

	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	0.477	0.256		1.858	0.066
อัตราส่วนกำไรสุทธิ (NPR)	0.400	0.053	0.492	7.492	0.001**
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม (ROA)	0.260	0.083	0.263	3.150	0.002**
อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	0.241	0.086	0.235	2.802	0.006**

หมายเหตุ $R=0.841$, $R^2=0.707$, Adjusted $R^2=0.698$, $F=78.164$, $Sig.=0.000$ (** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01)

จากตารางที่ 3 สามารถอธิบายตัวแปรพยากรณ์อัตราส่วนกำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นส่งผลกระทบต่อคุณภาพกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจบริการ คือ การพิจารณาความเหมาะสมของสมการการถดถอยพหุคูณ พบว่า ค่า R เท่ากับ 0.841 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน โดยมีสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ (R^2) ที่สามารถอธิบายความผันแปรของอัตราส่วนกำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นได้ร้อยละ 0.707 ส่วนค่า F เท่ากับ 78.164 ที่แสดงให้เห็นว่า การถดถอยพหุคูณมีสัดส่วนที่อธิบายการเปลี่ยนแปลงของคุณภาพกำไรได้มากกว่าสัดส่วนที่อธิบายไม่ได้ถึง 78.164 เท่า นอกจากนี้ค่า Sig ได้เท่ากับ 0.000 แสดงให้เห็นว่า อัตราส่วนกำไรสุทธิ (NPR) อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม (ROA) และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และเมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการทำนายคุณภาพกำไรได้ดีที่สุด คือ อัตราส่วนกำไรสุทธิ ($\beta=0.492$) อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม ($\beta=0.263$) และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น ($\beta=0.235$)

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

จากผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ว่า อัตราส่วนกำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กรณีศึกษาในกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจบริการ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า อัตราส่วนกำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นส่งผลกระทบต่อคุณภาพกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยของกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งจากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ธุรกิจสามารถทำกำไรจากการขายสินค้าและบริการที่สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี จึงทำให้อัตราส่วนกำไรสุทธิสูงขึ้น เพื่อให้ทราบถึงความสามารถในการทำกำไรสุทธิของธุรกิจภายหลังจากหักค่าใช้จ่ายทุกรายการแล้ว โดยจะใช้วัดความสามารถของธุรกิจในการควบคุมต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ อีกทั้งอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวมก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่เป็นความสามารถของธุรกิจในการใช้ทรัพยากรทางการเงิน เพื่อสร้างมูลค่าให้กับผู้ถือหุ้น โดยอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวมจะสามารถดึงดูดผู้ลงทุนให้เข้ามาลงทุนได้ และเป็นการนำทรัพย์สินต่าง ๆ มาใช้ประโยชน์ในการลงทุนได้ เช่นเดียวกับอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นก็เช่นกันเป็นปัจจัยที่แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มของธุรกิจที่เริ่มดีขึ้น เนื่องจากสามารถเพิ่มผลกำไรและประสิทธิภาพการใช้จ่ายเงินของธุรกิจที่ทำให้เกิดคุณภาพของกำไรในปัจจุบันที่เกิดขึ้นจากผลการดำเนินงานที่เป็นความจริงและสามารถใช้ในการพยากรณ์กำไรในอนาคตได้

จากผลการศึกษาดังกล่าวข้างต้นสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ Harahap, Juliana & Lindayani (2018: 55) พบว่า อัตราส่วนกำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นที่เป็นองค์ประกอบของความสามารถในการทำกำไร เมื่อธุรกิจสามารถสร้างผลกำไรจากการขายและการลงทุน ซึ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ประกอบด้วย เจ้าหนี้ ผู้ผลิต และนักลงทุนสามารถสร้างรายได้จากการขายและการลงทุนของธุรกิจ โดยระดับความสามารถในการทำกำไรที่สูงขึ้นจะทำให้ราคาตลาดหุ้นของธุรกิจเพิ่มขึ้น คุณภาพกำไรก็จะเพิ่มขึ้นเช่นกัน (Widajatun et al., 2020: 7220) โดยการเติบโตของกำไรที่เพิ่มขึ้นและลดลงของกำไรประจำปีที่แสดงเป็นรูปของเปอร์เซ็นต์ที่บ่งบอกได้ว่า ธุรกิจสามารถสร้างผลกำไรที่เพิ่มขึ้นใน

แต่ละปีและมีแนวโน้มที่จะมีผลประโยชน์ทางการเงินที่ดีขึ้น (Indrawati & Rahmawati, 2023: 5) อีกทั้งการศึกษาวิจัยของ Oktavianto & Samryn (2017: 15) ก็พบเช่นเดียวกันว่า ผลกระทบ ของอัตราส่วนกำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นส่งผลกระทบต่อคุณภาพกำไรจากการลงทุนเช่นกัน เมื่ออัตราส่วนกำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นมีแนวโน้มที่ดีสำหรับอนาคต องค์กรธุรกิจก็จะสามารถสร้างกำไรในระดับที่สูงขึ้นและเกิดความอยู่รอดขององค์กรธุรกิจในระดับมากขึ้น โดยส่วนของเจ้าของที่ประกอบด้วย ส่วนทุน กำไรสะสม และเงินสำรองต่าง ๆ ที่ไม่รวมหนี้สินระยะสั้น หรือหนี้สินระยะยาว และอัตราส่วนนี้จะเป็นการวัดผลตอบแทนต่อเจ้าของผู้ถือหุ้นที่เป็นผลตอบแทนจากการลงทุนของผู้ถือหุ้น โดยเฉพาะแสดงให้เห็นถึงความสามารถของฝ่ายบริหารที่ใช้สินทรัพย์ให้มีประโยชน์ให้มากที่สุดที่สะท้อนให้เกิดเป็นคุณภาพกำไรที่มีมูลค่าเพิ่มแก่องค์กร (Pandapotan & Lastiningsih, 2020: 59)

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย คือ อัตราส่วนกำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นถือเป็นองค์ประกอบที่สะท้อนให้เกิดเป็นความสามารถในการทำกำไร เมื่อธุรกิจสามารถสร้างอัตราส่วนกำไรสุทธิที่สามารถหารายได้ อีกทั้งสามารถบริหารจัดการต้นทุนและค่าใช้จ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และถ้าอัตราส่วนกำไรสุทธิมีอัตราส่วนที่มากก็จะส่งผลให้ผลการดำเนินงานของธุรกิจที่เกิดจากผลกำไรสะท้อนได้ถึงคุณภาพกำไรของธุรกิจในระดับสูง อีกทั้งในส่วนของผู้ถือหุ้นที่มากก็จะทำให้ธุรกิจสามารถใช้สินทรัพย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพในการทำกำไร คุณภาพกำไรก็เกิดสูงขึ้นตามเช่นกัน และเมื่ออัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นที่เป็นความสามารถของธุรกิจในการนำเงินลงทุนของผู้ถือหุ้นไปทำให้เกิดการเติบโตในระดับที่สูงจะบ่งบอกได้ถึงความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจที่จะนำไปสู่คุณภาพกำไรของธุรกิจที่มีเสถียรภาพหรือความมั่นคงอย่างยั่งยืน ไม่มีการผันผวนและสามารถจัดสรรจ่ายเป็นเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นได้

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ผู้ประกอบการธุรกิจบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจบริการควรให้ความสำคัญกับการสร้างอัตราส่วนกำไรสุทธิด้วยการสร้างอัตราส่วนเปรียบเทียบผลกำไรสุทธิกับยอดขายให้เกิดเป็นความสามารถในการทำกำไร พร้อมกับควบคุมค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ของธุรกิจ เพื่อทำให้เกิดความสามารถในการทำกำไรสุทธิของกิจการภายหลังจากการหักค่าใช้จ่ายทุกรายการแล้วในระดับที่สูงขึ้น

1.2 ผู้ประกอบการธุรกิจบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจบริการควรให้ความสำคัญกับการสร้างอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวมด้วยการสร้างอัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไรเทียบกับสินทรัพย์รวมที่ก่อให้เกิดผลตอบแทนกลับคืนมา โดยธุรกิจที่สามารถให้ผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวมสูงจะสามารถใช้สินทรัพย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.3 ผู้ประกอบการธุรกิจบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจบริการควรให้ความสำคัญกับการสร้างอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นด้วยการสร้าง

อัตราส่วนการแสดงความสามารถในการทำกำไรที่เทียบกับส่วนของเจ้าของที่จะประเมินค่าของอัตราผลตอบแทนของผู้ถือหุ้นในฐานะเจ้าของกิจการจะได้รับ เมื่ออัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นอยู่ในระดับสูงจะแสดงได้ถึงธุรกิจสามารถให้ผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นสูง โดยผู้ถือหุ้นจะมีโอกาสได้รับผลตอบแทนที่สูงด้วย

1.4 ผู้ประกอบการธุรกิจบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจบริการควรให้ความสำคัญกับการสร้างคุณภาพกำไรด้วยการมุ่งเน้นให้เกิดผลการดำเนินงานของธุรกิจที่ทำให้เกิดรายได้มากกว่ารายจ่าย เพื่อสร้างให้เป็นกระแสเงินสดที่นำมาใช้ในการหมุนเวียนในธุรกิจได้อย่างเพียงพอแบบต่อเนื่อง และมีเสถียรภาพหรือความมั่นคงอย่างยั่งยืนสูง โดยไม่ผันผวนขึ้นลงจากแนวโน้มกำไรในอดีต

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยครั้งต่อไปควรทำการศึกษาเพิ่มเติมถึงบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่มต่าง ๆ อาทิ กลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร กลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค กลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงิน เป็นต้น เพื่อให้เกิดการเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจว่ามีความสัมพันธ์หรือแตกต่างกันอยู่ในระดับใด และอย่างไร

2.2 การศึกษาครั้งต่อไปควรดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลย้อนหลังที่มากกว่า 5 ปี เพื่อเปรียบเทียบผลการศึกษาถึงอัตราส่วนกำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น และคุณภาพกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจบริการ เพื่อให้เกิดการทดสอบผลการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2.3 การศึกษาครั้งต่อไปควรดำเนินการศึกษาถึงตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเพื่อความยั่งยืนที่ประกอบด้วย ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) เพื่อเป็นหลักที่คำนึงถึงด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ด้านสังคม (Social) เพื่อเป็นหลักที่ชี้วัดว่า บริษัทมีการจัดการความสัมพันธ์และมีการสื่อสารกับลูกค้า ลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสีย และธรรมาภิบาล (Governance) เพื่อเป็นหลักการใช้วัดบริษัทที่มีการจัดการบริการความสัมพันธ์เชิงการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใส และตรวจสอบได้

เอกสารอ้างอิง (References)

- ชญาดา จวงสังข์ และพรทิวา แสงเขียว. (2564). ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการทำกำไรกับคุณภาพกำไรของกลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น*. 18(2): 72-81.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2567). ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย: ดัชนีราคากลุ่มอุตสาหกรรมและหมวดธุรกิจ SET. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: [https:// www. set.or.th/th/market/index/set/ overview](https://www.set.or.th/th/market/index/set/overview). สืบค้นเมื่อ 10 เมษายน 2567.
- ศูนย์วิจัยธนาคารออมสิน. (2567). รายงานภาวะเศรษฐกิจฐานรากเดือนธันวาคม 2566-มกราคม 2567. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : https://www.gsb.or.th/gsbresearch/wp-content/uploads/2024/04/GR_outlook_12_1_detail.pdf. สืบค้นเมื่อ 10 เมษายน 2567.
- สภาธุรกิจตลาดทุนไทย. (2567). รายงานดัชนีความเชื่อมั่นนักลงทุน ฉบับเดือนเมษายน 2567. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : https://www.fetco.or.th/wp-content/uploads/2024/04/2.-ICI-Report_April-2024_TH.pdf. สืบค้นเมื่อ 10 เมษายน 2567.

- Boonyoo, S., Sangtian, W., Boonmakerd, K., Pakdeeagsorn, C., & Boonyoo, T. (2022). The relationship between good corporate governance and financial ratio of Listed companies in Thailand. **Journal of Positive School Psychology**. 6(9): 1282-1289.
- Djohan, S. D. (2023). The analysis of liquidity ratio as tool to measure financial position in PT. Ipulug Indonesia at Medan. **International Journal of Health, Economics, and Social Sciencess**. 5(3): 322-327.
- Harahap, C. D., Juliana, I., & Lindayani, F. F. (2018). The impact of environmental performance and profitability on firm value. **Indonesian Management and Accounting Research**. 17(1): 53-70.
- Herliza, H., Yulianti, O., & Ferina, Z. I. (2021). Analysis of financial statements for assessing performance at PT. Enseval Putera Megatradin TBK. **Journal of Indonesian Management**. 1(3): 217-222.
- Indrawati, I., & Rahmawati, A. (2023). The effect of financial performance on company quality earnings. **AKRUAL: Journal Akuntansi**. 15(1): 1-13.
- Kontus, E., & Mihanovic, D. (2019). Management of liquidity and liquid assets in small and medium-sized enterprises. **Economic Research-Ekonomska Istrazivanja**. 32(1): 3253-3271.
- Oktavianto, S., & Samryn, L. M. (2017). The effect of liquidity and profit ability to return on investment. **Journal of Technology and Operations Management**. 12(2): 15-24.
- Pandapotan, I., & Lastiningsih, N. (2020). The effect of capital structure, liquidity, and company size towards profitability. **Journal of Economics and Behavioral Studies**. 12(4): 59-66.
- Warrad, L. H. (2017). The influence of leverage and profitability on earnings quality: Jordanian case. **International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences**. 7(10): 62-81.
- Widajatun, V. W., Rahmadzikrishafira, T. F., Nugraha, N. M., & Susanti, N. (2020). Effect of profitability on firm values with managerial ownership as a variable control (Construction and building sub sector listed in the Indonesia stock exchange for the 2014-2018 period). **International Journal of Psychosocial Rehabilitation**. 24(7): 7220-7229.
- Yuen, M. K., Ngo, T., Le, T. D. Q., & Ho, T. H. (2022). The environment, social and governance (ESG) activities and profitability under Covid-19: Evidence from the global banking sector. **Journal of Economics and Development**. 24(4): 345-364.

หลักเกณฑ์การเสนอบทความและคำแนะนำสำหรับผู้พิมพ์ เพื่อตีพิมพ์ในวารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์

นโยบายและขอบเขตการตีพิมพ์เผยแพร่

“วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์” เป็นวารสารสำหรับการเผยแพร่ผลงานวิชาการของคณาจารย์ นักวิชาการ นิสิต นักศึกษา ผู้สนใจทั่วไป และแขนงวิชาที่เกี่ยวข้องซึ่งเป็นผลงานในเชิงบูรณาการทางสังคมศาสตร์ หลักรัฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ บริหารธุรกิจ บริหารการศึกษา พระพุทธศาสนาและปรัชญา ตลอดจน บทวิเคราะห์ที่เสนอทางออกให้กับปัญหาที่อยู่ในความสนใจของสังคม

การพิจารณาและคัดเลือกบทความ

บทความแต่ละบทความจะได้รับพิจารณาจากคณะกรรมการกลั่นกรองบทความวารสาร (Peer Review) จากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน หลากหลายสถาบัน โดยบทความผู้พิมพ์ภายนอกได้รับการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกหน่วยงานที่จัดทำวารสาร และมีความเชี่ยวชาญตรงตามสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง และได้รับความเห็นชอบจากกองบรรณาธิการก่อนตีพิมพ์ ทั้งนี้ จะมีรูปแบบที่ผู้พิจารณาบทความไม่ทราบชื่อผู้พิมพ์บทความ และผู้พิมพ์บทความไม่ทราบชื่อผู้พิจารณาบทความเช่นเดียวกัน (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 ผู้นิพนธ์ต้องแปลเป็นภาษาอังกฤษด้วย

2. บทความวิชาการ

หัวข้อและเนื้อหาควรชี้ประเด็นที่ต้องการนำเสนอให้ชัดเจนและมีลำดับเนื้อหาที่เหมาะสม เพื่อให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจได้ชัดเจน รวมถึง ใช้ทฤษฎีวิเคราะห์และเสนอแนะประเด็นอย่างสมบูรณ์ ควรมีองค์ประกอบ ดังนี้

2.1 ชื่อเรื่อง (Title) ให้มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยพิมพ์ชื่อเรื่องเป็นภาษาไทยและตามด้วยภาษาอังกฤษบรรทัดถัดมา

2.2 ผู้นิพนธ์ (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 ผู้นิพนธ์ต้องแปลเป็นภาษาอังกฤษด้วย

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) ให้เรียงตามลำดับอักษรของผู้นิพนธ์ 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.