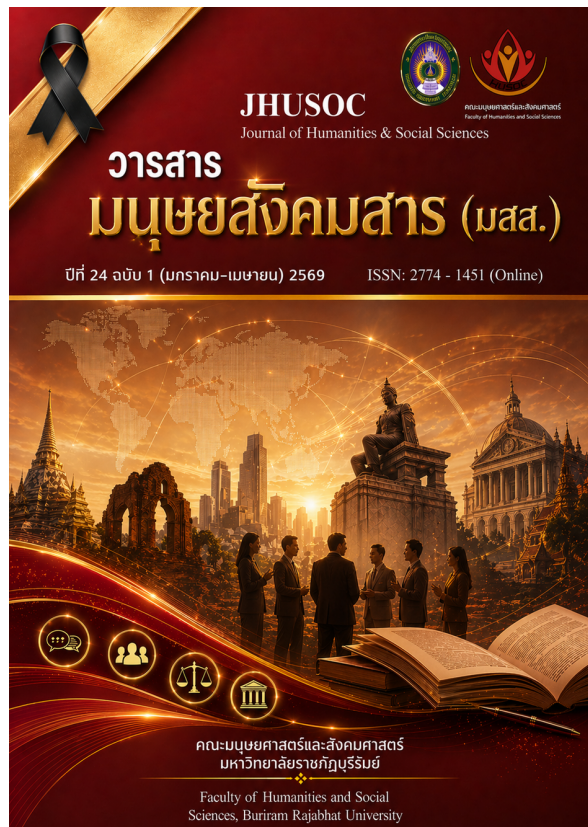




คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
ปีที่ 24 ฉบับที่ 1 (มกราคม-เมษายน) 2569

มนุษยสังคมสาร (มสส.)

ปีที่ 24 ฉบับที่ 1 (มกราคม-เมษายน) 2569

ISSN : 2774-1451 (Online)



ชื่อเดิม วารสารวิชาการ รมยสาร / ISSN 2774-1451

เจ้าของ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

ที่ปรึกษากองบรรณาธิการ

มาลิณี จุโฑปะมา

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

malinee.ch@bru.ac.th

กองบรรณาธิการ

- ชลวิทย์ เจียรจิตต์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
cholvit@gswu.ac.th
- เกรียงไกร เจริญธนาวัฒน์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Tham38@hotmail.com
- สราวุธ ปิตียาศักดิ์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
Spitiyas@hotmail.com
- สมศักดิ์ สามัคคีธรรม
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
Somsak.0610@gmail.com
- ศุภชัย สิงห์ยะบุศย์
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
supachai.si@msu.ac.th
- ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร
มหาวิทยาลัยศิลปากร
Thongphon.p@gmail.com
- เอกฉันท จารุเมธีชน
มหาวิทยาลัยสงขลบุรีรัมย์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
ekkachat06@gmail.com



มนุษยสังคมสาร (มสส.)

ปีที่ 24 ฉบับ 1 (มกราคม-เมษายน) 2569

ISSN : 2774-1451 (Online)

- โกวิท พิมพวง
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
bigko009@hotmail.com
- กัตัญญ แก้วหานาม
มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์
dr.kathanyoo@ksu.ac.th
- จิรายุ ทรัพย์สิน
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
jirayu2515@srru.ac.th
- นวมินทร์ ประชนันท์
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
nawaminpt@yahoo.com
- อัครพนธ์ เนื้อไม้หอม
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
akkarapon.nm@bru.ac.th
- บุณยเสนอ ตริวิเศษ
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
bunsanoe.tw@bru.ac.th
- ชินานาง สวัสดิ์รัมย์
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
Chinanang.sw@live.bru.ac.th

บรรณาธิการ

- นพดล ธีระวงศ์ภิญโญ
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
noppadon.tr@bru.ac.th

รองบรรณาธิการ

- สถาพร วิชัยรัมย์
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
sathaporn.wc@bru.ac.th

มนุษยสังคมสาร (มสส.)

ปีที่ 24 ฉบับ 1 (มกราคม-เมษายน) 2569

ISSN : 2774-1451 (Online)

■ สมศักดิ์ พันธุ์ศิริ
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
somsak.ps@bru.ac.th

■ สากล พรหมสถิตย์
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
sakon.pt@bru.ac.th

ตรวจสอบภาษาอังกฤษ

■ สิทธิศักดิ์ พงผือฮี
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
sittisak.pp@bru.ac.th

■ พุทธชาติ ลิ้มศิริเรืองไร
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
puttachart.ls@bru.ac.th

เตรียมต้นฉบับและจัดทำรูปเล่ม

■ จรรย์รัตน์ อุ๋นรัมย์
Nittya.or@bru.ac.th

ประชาสัมพันธ์และกราฟิกดีไซน์

■ สุรพงศ์ กันถัด
surapong.kt@bru.ac.th

เผยแพร่ปีละ 3 ฉบับ (ม.ค.- เม.ย. / พ.ค.- ส.ค. / ก.ย.- ธ.ค.)

Former Name: Rommayasan / ISSN 1686-0101

Publisher

Faculty of Humanities and Social Sciences Buriram Rajabhat University

Editorial Advisor

Malinee Chutopama

President of Buriram Rajabhat University

malinee.ch@bru.ac.th

Editorial Board

- Prayong Saenburan
Mahamakut Buddhist University Isan Campus
prayong.san@mbu.ac.th
- Supphachai Singyabut
Mahasarakham University
supachai.si@msu.ac.th
- Thongphon Phonhomsakha Na Sakonnakhon
Silpakorn University
Thongphon.p@gmail.com
- Panonueeng Suthat Na Ayutthaya
Bansomdejchaopraya Rajabhat University
panor.sudas@gmail.com
- Cholvit Jeanrajit
Srinakharinwirot University
cholvit@g.swu.ac.th
- Ekkachat Jarumetheechon
Buriram Buddhist College Mahachulalongkornrajavidyalaya University
ekkachat06@gmail.com
- Kowit Pimpuang
Kasetsart University
bigko009@hotmail.com

มนุษยสังคมสาร (มสส.)

ปีที่ 24 ฉบับ 1 (มกราคม-เมษายน) 2569

ISSN : 2774-1451 (Online)

■ Kathanyoo Kaewhanam
Kalasin University
dr.kathanyoo@ksu.ac.th

■ Jirayu Sinsap
Surindra Rajabhat University
jirayu2515@srnu.ac.th

■ Nawamin Prachanant
Buriram Rajabhat University
nawaminpt@yahoo.com

■ Bunsanoe Triwiset
Buriram Rajabhat University

■ Chinanang Sawadram
Buriram Rajabhat University
Chinanang.sw@live.bru.ac.th

Editor-in-Chief

Noppadon Teerawongpinyo
Faculty of Humanities and Social Sciences, Buriram Rajabhat University
noppadon.tr@bru.ac.th

Associate Editors

■ Sathaporn Wichairam
Faculty of Humanities and Social Sciences, Buriram Rajabhat University

■ Somsak Phansiri
Faculty of Humanities and Social Sciences, Buriram Rajabhat University

■ Sakon Phromsathit
Faculty of Humanities and Social Sciences, Buriram Rajabhat University

มนุษยสังคมสาร (มสส.)

ปีที่ 24 ฉบับ 1 (มกราคม-เมษายน) 2569

ISSN : 2774-1451 (Online)

English Editor

- Manuscript Preparation and Journal Design
- Jaralrat Oonram
Jhusoc@bru.ac.th

Public Relations and Graphic Design

- Surapong Kuntud
surapong.kt@bru.ac.th

Periodicity

Three issues per year (January-April, May-October, September-December)



มนุษยสังคมสาร (มสส.)

ปีที่ 24 ฉบับ 1 (มกราคม-เมษายน) 2569

ISSN : 2774-1451 (Online)



“มนุษยสังคมสาร” คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี มีนโยบายในการรับตีพิมพ์ เผยแพร่บทความที่ครอบคลุมสาขาวิชาหลัก (Main subject Category) คือ Social Sciences และจะต้องอยู่ใน 3 กลุ่มสาขาวิชา (Subject areas) คือ 1) Arts and Humanities, 2) Economics, Econometrics and Finance, 3) Social Sciences ซึ่งจะต้องอยู่ใน 5 กลุ่มย่อย (Sub-subject areas) คือ 1) General Arts and Humanities, 2) Language and Linguistics, 3) General Economics, Econometrics and Finance, 4) General Social Sciences, 5) Sociology and Political Sciences

“มนุษยสังคมสาร” มีกำหนดการเผยแพร่ปีละ 3 ฉบับ (มกราคม-เมษายน / พฤษภาคม-สิงหาคม / กันยายน-ธันวาคม) แต่อาจจะออกเป็นฉบับพิเศษ (Special issue) ในการร่วมประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติกับทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ไม่เกินปีละ 2 ฉบับ

ทุกบทความใน “มนุษยสังคมสาร” จะต้องผ่านการพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer reviewer) ในสาขาที่เกี่ยวข้องซึ่งเป็นบุคคลภายนอกจากหลากหลายสถาบัน อย่างน้อย 3 คน โดยผู้ทรงคุณวุฒิไม่ทราบชื่อผู้ตีพิมพ์บทความนั้น (Double-blind peer review) ทั้งนี้ เพื่อให้บทความมีคุณภาพและได้มาตรฐานทางวิชาการ บทความที่ส่งมาขอรับการตีพิมพ์ใน “มนุษยสังคมสาร” จะต้องไม่เคยตีพิมพ์หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตีพิมพ์ในวารสารอื่น ผู้ตีพิมพ์บทความจะต้องปฏิบัติตามระบบการอ้างอิงเอกสารและหลักเกณฑ์การเสนอบทความวิชาการหรือบทความวิจัยอย่างเคร่งครัด

ผู้ตีพิมพ์ที่จะส่งบทความมาตีพิมพ์เผยแพร่ใน “มนุษยสังคมสาร” จะต้องส่งผลการคัดลอกหรือลอกเลียนผลงาน (Plagiarism) ด้วยโปรแกรมอักขราวิสุทธิ์ ผ่านเว็บไซต์ <http://plag.grad.chula.ac.th/> โดยร้อยละของความซ้ำซ้อนของบทความไม่เกินร้อยละ 10 ทั้งนี้ ให้ผู้ตีพิมพ์แนบผลการคัดลอกหรือลอกเลียนผลงานส่งมาที่วารสารพร้อมกับบทความด้วย

ข้อความภายในบทความที่ตีพิมพ์ใน “มนุษยสังคมสาร” ทั้งหมด รวมถึงรูปภาพประกอบ ตาราง เป็นลิขสิทธิ์ของ “มนุษยสังคมสาร” การนำเนื้อหา ข้อความหรือข้อคิดเห็น รูปภาพ ตารางที่ปรากฏในบทความไปจัดพิมพ์เผยแพร่ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ ต้องได้รับอนุญาตจากกองบรรณาธิการวารสารอย่างเป็นทางการเป็นลายลักษณ์อักษร วารสารอนุญาตให้สามารถนำไฟล์บทความไปเผยแพร่ต่อเพื่อประโยชน์ทางวิชาการได้ แต่ต้องแสดงที่มาจากวารสาร โดยห้ามแก้ไขตัดแปลงเนื้อหาใด ๆ ที่ปรากฏในวารสารนี้ ทศนะและความคิดเห็น ตลอดถึงข้อผิดพลาดใด ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นในบทความใน “มนุษยสังคมสาร” ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้ตีพิมพ์บทความนั้น โดยไม่เกี่ยวข้องกับกองบรรณาธิการ



มนุษยสังคมสาร (มสส.)

ปีที่ 24 ฉบับ 1 (มกราคม-เมษายน) 2569

ISSN : 2774-1451 (Online)

Journal of Humanities & Social Sciences (JHUSOC) is the academic journal of the Faculty of Humanities and Social Sciences, Buriram Rajabhat University. The journal has a policy for publishing articles covering the main subject category of Social Sciences. This category includes the following three subject areas: 1) Arts and Humanities, 2) Economics, Econometrics, and Finance, and 3) Social Sciences. Moreover, the manuscripts must also be under the following five sub-subject areas: 1) General Arts and Humanities, 2) Language and Linguistics, 3) General Economics, Econometrics, and Finance, 4) General Social Sciences, and 5) Sociology and Political Sciences.

The journal is published three times a year: January-April, May-August, and September-December. However, JHUSOC, with no more than two (2) issues per year, might be published as a special issue upon joining in the special academic events of national and international conferences held both in Thailand and other countries.

All articles in this journal must be reviewed by at least three (3) external peer reviewers in the relevant fields from different institutes. More importantly, the authors' and reviewers' identities are concealed from each other (Double-blind peer review) in order to have the articles with high quality and academic standards. The articles submitted for publication in JHUSOC have not already been published elsewhere or are not under consideration by peer reviewers for publication in other journals. The authors must strictly comply with the reference system and the criteria for the publication of academic or research articles set by the journal.

The authors who will submit their articles to be published in JHUSOC must submit the plagiarism results obtained from the Akkaravisut program via the website <http://plag.grad.chula.ac.th/> of which the similarity index for plagiarism check is not more than 10%. Moreover, the authors must also attach these results to the journal together with their articles.

All messages in the articles published in JHUSOC, including illustrations, and tables, are the copyright of the journal, so the use of contents, messages or comments, pictures, and tables in a particular article in various formats for commercial purposes must have the written permission from the journal editorial board. However, the article files used for academic purposes are permitted by the journal, but the journal citation is needed. The journal contents cannot be modified. Moreover, the views, opinions, and errors that may be found in the articles published in JHUSOC are the responsibility of the authors, and the editorial board is not responsible for these.

บทบรรณาธิการ

ปีที่ 24 ฉบับที่ 1 (มกราคม-เมษายน) 2569

ISSN : 2774-1451 (Online)



วารสารมนุษยสังคมสาร ปีที่ 25 ฉบับที่ 1 (มกราคม-เมษายน) 2569 นำเสนอบทความวิจัยรวม 9 บทความ ซึ่งครอบคลุมเนื้อหาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ โดยทุกบทความผ่านการกลั่นกรองจากผู้ทรงคุณวุฒิ เฉพาะทาง 3 ท่าน และผ่านการตรวจสอบความซ้ำซ้อนด้วยโปรแกรมอักขราวิสุทธิ์แล้ว เพื่อรักษามาตรฐานทางวิชาการระดับสากล

กองบรรณาธิการขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้นิพนธ์ และคณะทำงานทุกท่าน ที่มีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนวารสารให้เป็นพื้นที่เผยแพร่องค์ความรู้ เพื่อประโยชน์ต่อแวดวงวิชาการและสังคมอย่างยั่งยืน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพดล ชีระวงศ์ภิญโญ
บรรณาธิการ



สารบัญ

ปีที่ 24 ฉบับที่ 1 (มกราคม-เมษายน) 2569

ISSN : 2774-1451 (Online)

หน้า

- ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเกษตรกรในการส่งเสริมการจัดทำบัญชีเพื่อการลดภาระหนี้สิน:
กรณีศึกษาโครงการศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริ 1
Government-Farmer Collaboration in Promoting Household Accounting to Reduce
Debt Burden: A Case Study of the Royal Development Study Center
สุพริฏ เจตนาเสน / ปารณีย์ ศรีแก้ว
Suparat Jetanasen / Paranee Srikaew
- การจัดการเปลือกโกโก้เหลือทิ้งสู่ผลิตภัณฑ์เครื่องหนังผ่านกระบวนการคิดเชิงออกแบบ 15
ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG
Management of Cocoa Shell Waste into Leather Products Through Design Thinking
Processes Under The BCG Economic Concept
ปิรันธ ชินโชติ / อภิลักษณ์ ธรรมวิมุตติ / อภิเชษฐ์ ขำเลิศ / นงลักษณ์ เพิ่มชาติ4 /
ธีรวุฒิ แสงมณีเดช
Pirun Chinachot / Apiluck Thammawimutti / Apichet Khamlert /
Nongluck Permchart / Thirawut Saengmaneedech
- การสร้างอัตลักษณ์ภูมิปัญญาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเชิง 30
พาณิชย์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสมุนไพร บ้านระกาใต้ ตำบลบ้านปรือ อำเภอกะสัง จังหวัดบุรีรัมย์
Creation of community product wisdom Identity to Increase the commercial
competitiveness of Ban Ra Ka Tai Women's Herbal Processing Group, Ban Prue
Sub-district, Krasang District, Buriram Province
จันทิราพร ศิรินนท์
Jantiraporn Sirinon
- อิทธิพลของความฉลาดทางวัฒนธรรม และวัฒนธรรมองค์การต่อความผูกพันต่อองค์การ 46
ของพนักงานสัญชาติไทยในองค์กรข้ามชาติ: กรณีศึกษา บริษัทเดลต้าอิเล็กทรอนิกส์
(ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
The Influence of Cultural Intelligence (CQ) and Organizational Culture on Organizational
Commitment Among Thai Employees in Multinational Corporations (MNCs): A Case
Study of Delta Electronics (Thailand) Public Company Limited
อภิญญา สามารถกุล / ฐิติมา ไชยะกุล
Apinya Samartkul / Thitima Chaiyakul

- รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน
ของเทศบาลนครบุรีรัมย์ 58
The structure of the concept of relationships among the important
elements of the municipality Buriram
ธนพัฒน์ จงมีสุข / ภารัญโรจน์ ศิวรังศรีรัชต์ / ธนกร เพชรสินจร
Thanapat Jongmeesuk / Pharanroj Siwarangsirat / Thanakorn Phetchsinjorn
- Navigating the Path to Viability: Lessons in Adaptation and Strategy from
Si Sa Ket's Community Enterprises 71
Siriwuth Wannathong
- การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ 87
Digital Media Literacy of Buriram Rajabhat University Students
จุฑามาศ พรหมทอง
Jutamas Promthong
- แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากร วิทยาลัยสงฆ์บุรีรัมย์ 102
Work Motivation of Personnel at Buriram Buddhist College
รังสิทธิ วิหกเหิน / พระศรีปริยัติธาดา / ชัยภัทร สุริยะโรจนกุล
Rangsitti Wihokhern / Phra Sripariyattidhada / Chaiphat Suriyarojanakul
- ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับขอบเขตของความพ้นวิสัยในการชำระหนี้:
ศึกษากรณีพฤติการณ์อันเป็นรากฐานแห่งสัญญาเปลี่ยนแปลงไป 114
Legal issues concerning the scope of impossibility of performance of
a contract: A study of cases where the circumstances underlying
the contract have changed
กัลยาณี ธีระวงศ์ภิญโญ
Kanlayanee Theerawongpinyo

ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเกษตรกรในการส่งเสริมการจัดทำบัญชีเพื่อการลดภาระหนี้สิน: กรณีศึกษาโครงการศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริ

Government–Farmer Collaboration in Promoting Household Accounting to Reduce Debt Burden: A Case Study of the Royal Development Study Center

สุพรัญ เจตนาเสน^{1*} / ปารณีย์ ศรีแก้ว²

Suparat Jetanasen / Paranee Srikaew

^{1*} นักศึกษาประจำบัณฑิตวิทยาลัย สาขารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Student of the Master of lecturer Of Graduate School in science of administration,

Suan Sunandha Rajabhat University

อีเมล : suparatjetanasen@gmail.com

² อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย สาขารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Lecturers Of Graduate School in science of administration, Suan Sunandha Rajabhat University

อีเมล : suparatjetanasen@gmail.com

DOI: <http://doi.org/10.14456/jhusoc.2026.1>

Received: 15 January 2026 ; Revised: 23 April 2026 ; Accepted: 27 April 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทและประสิทธิผลเชิงนโยบายของกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ในการส่งเสริมการจัดทำบัญชีแก่เกษตรกรภายใต้โครงการศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริ รวมทั้งศึกษาความร่วมมือระหว่างภาครัฐและประชาชน และเสนอแนวทางในการแก้ไขปัญหาการจัดทำบัญชีของเกษตรกร งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ข้าราชการผู้รับผิดชอบโครงการและเกษตรกรที่เข้าร่วมการฝึกอบรมในโครงการศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริของกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 10 คน ผลการศึกษาพบว่า กรมตรวจบัญชีสหกรณ์มีบทบาทสำคัญในการนำนโยบายส่งเสริมการจัดทำบัญชีไปสู่การปฏิบัติ ผ่านการถ่ายทอดความรู้ การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ และการติดตามให้คำแนะนำอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลให้เกษตรกรมีความตระหนักและมีวินัยทางการเงินเพิ่มขึ้น สามารถใช้ข้อมูลทางบัญชีในการวางแผนรายรับรายจ่ายและควบคุมต้นทุนการผลิตได้ดีขึ้น อย่างไรก็ตาม ยังพบข้อจำกัดด้านความต่อเนื่องในการจัดทำบัญชี ความเข้าใจด้านบัญชีของเกษตรกรบางกลุ่ม และข้อจำกัดด้านทรัพยากรบุคคลของหน่วยงานภาครัฐ ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเกษตรกรเป็นปัจจัย

¹ Corresponding author's E-mail: suparatjetanasen@gmail.com

สำคัญต่อความสำเร็จของนโยบาย โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมของเกษตรกรและการสนับสนุนอย่างสม่ำเสมอจากหน่วยงานรัฐ ทั้งนี้ งานวิจัยเสนอให้มีการพัฒนารูปแบบการติดตามผลที่เหมาะสมกับบริบทพื้นที่เพื่อเพิ่มประสิทธิผลของนโยบายในระยะยาว

คำสำคัญ : ความร่วมมือระหว่างรัฐและประชาชน, การจัดทำบัญชี, ประสิทธิภาพเชิงนโยบาย

Abstract

This study aims to examine the policy effectiveness and roles of the Cooperative Auditing Department in promoting accounting practices among farmers under the Royal Development Study Center Project. It also explores the cooperation between the government and farmers and proposes guidelines to improve farmers' accounting practices. This research employs a qualitative approach using in-depth interviews with key informants, including government officials responsible for the project and farmers who participated in the training program at the Royal Development Study Center Project of the Cooperative Auditing Department in Chachoengsao Province. A purposive sampling method was used to select a total of 10 participants. The findings reveal that the Cooperative Auditing Department plays a significant role in implementing the accounting promotion policy through knowledge transfer, practical training, and continuous guidance. As a result, farmers have increased financial awareness and discipline, enabling them to utilize accounting information for income and expense planning and production cost control. However, limitations were found in terms of continuity in accounting practices, varying levels of accounting knowledge among farmers, and constraints in governmental human resources. The study also indicates that cooperation between the government and farmers is a crucial factor for policy success, particularly farmers' participation and consistent support from public agencies. The findings suggest that developing an appropriate follow-up mechanism tailored to local contexts would enhance the long-term effectiveness of the policy.

Keywords: Public–community cooperation, Accounting practices, Perceived policy effectiveness

บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรมที่ภาคการเกษตรมีบทบาทสำคัญต่อโครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมมาอย่างยาวนาน ทั้งในฐานะแหล่งสร้างรายได้ การจ้างงาน และหลักประกันด้านความมั่นคงทางอาหารของประเทศ อย่างไรก็ตาม ภายใต้บริบทการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม เกษตรกรไทยยังคงเผชิญกับปัญหาเชิงโครงสร้าง โดยเฉพาะปัญหานี้สินครัวเรือนภาคการเกษตรซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องและส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของเกษตรกร ตลอดจนเสถียรภาพทางเศรษฐกิจในระดับฐานราก (พิมพ์รัก พุ่มเจริญ, 2559; สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2562; ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2564)

ปัญหานี้สินเกษตรกรเกิดจากทั้งปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในครัวเรือน โดยเฉพาะความผันผวนของรายได้จากการผลิตทางการเกษตร ต้นทุนการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้น และข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนในระบบ ขณะเดียวกัน เกษตรกรจำนวนมากยังขาดความรู้และทักษะด้านการบริหารจัดการการเงินและการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายอย่างเป็นระบบ ส่งผลให้ไม่สามารถประเมินสถานะทางการเงิน วางแผนการผลิต และบริหารจัดการหนี้สินได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งนำไปสู่การสะสมหนี้สินในระยะยาว (กวิน มุสิกกา, 2561; ธัญญพัทธ์ วัฒนจิรพันธุ์ และจงจิต ลีอ่อนรัมย์, 2565) ปัญหาดังกล่าวยังเชื่อมโยงกับกับดักหนี้และข้อจำกัดในการพัฒนาเศรษฐกิจการเงินครัวเรือนฐานรากของประเทศ (โสมาตรมี จันทรัตน์ และคณะ, 2565)

รัฐบาลไทยจึงได้ให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหาหนี้สินเกษตรกรผ่านนโยบายและมาตรการต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ซึ่งมุ่งเน้นการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่เกษตรกรและภาคการเกษตรอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาความสามารถในการบริหารจัดการการเงินครัวเรือน การจัดทำบัญชี และการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565; เพียงกมล มานะรัตน์ และอัญชญา ณ ระนอง, 2564) นอกจากนี้ ยังมีการผลักดันแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงและการสร้างกลไกเชิงนโยบายเพื่อแก้ไขปัญหาหนี้สินเกษตรกรอย่างตรงจุดและยั่งยืน (ธัญญพัทธ์ วัฒนจิรพันธุ์ และจงจิต ลีอ่อนรัมย์, 2565; สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์, 2566)

กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ในฐานะหน่วยงานหลักภายใต้กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้มีบทบาทสำคัญในการนำนโยบายดังกล่าวไปสู่การปฏิบัติผ่านโครงการศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริ โดยมุ่งส่งเสริมการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายและบัญชีต้นทุนประกอบอาชีพแก่เกษตรกรในพื้นที่โครงการ เพื่อเสริมสร้างวินัยทางการเงินและลดภาระหนี้สินอย่างเป็นรูปธรรม (กรมตรวจบัญชีสหกรณ์, 2562) ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิจัยเรื่อง “ประสิทธิผลของการจัดทำบัญชีต่อการลดภาระหนี้สินของเกษตรกรในโครงการศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริของกรมตรวจบัญชีสหกรณ์” เพื่อศึกษาบทบาทและประสิทธิผลเชิงนโยบายของกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ รวมถึงความร่วมมือระหว่างภาครัฐและประชาชน อันจะนำไปสู่แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพและยั่งยืนยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาบทบาทและประสิทธิผลเชิงนโยบายของกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ในการส่งเสริมการจัดทำบัญชีแก่เกษตรกรในโครงการศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริ
2. เพื่อศึกษาความร่วมมือระหว่างภาครัฐและประชาชน ในการส่งเสริมการจัดทำบัญชีแก่เกษตรกรในโครงการศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริของกรมตรวจบัญชีสหกรณ์
3. เพื่อเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาในการจัดทำบัญชีของเกษตรกร ในโครงการศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริของกรมตรวจบัญชีสหกรณ์

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการศึกษาเพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทและประสิทธิผลเชิงนโยบายของกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ในการส่งเสริมการจัดทำบัญชีแก่เกษตรกรในโครงการศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริ และความร่วมมือระหว่างภาครัฐและประชาชนในการส่งเสริมการจัดทำบัญชี โดยเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีขอบเขตการวิจัยดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา งานวิจัยนี้ เป็นการศึกษาเพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทและประสิทธิผลเชิงนโยบายของกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ในการส่งเสริมการจัดทำบัญชีแก่เกษตรกรในโครงการศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริ

ขอบเขตด้านตัวแปร ตัวแปรอิสระ คือ บทบาทของกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ และความร่วมมือระหว่างภาครัฐและประชาชน และตัวแปรตาม คือ ประสิทธิภาพเชิงนโยบายในการส่งเสริมการจัดทำบัญชี และปัญหาในการจัดทำบัญชีของเกษตรกร

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ข้าราชการผู้รับผิดชอบโครงการของกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ และเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริทั้ง 6 ศูนย์ จำนวน 90 คน สำหรับกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จากประชากรดังกล่าว จำนวน 10 คน ประกอบด้วย ข้าราชการผู้รับผิดชอบโครงการ จำนวน 3 คน และเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน 7 คน โดยคัดเลือกจากผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวข้องกับโครงการโดยตรง เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ขอบเขตด้านระยะเวลาและพื้นที่ โดยเริ่มศึกษาตั้งแต่ 1 มกราคม ถึง 30 เมษายน พ.ศ. 2568 โดยมีพื้นที่การศึกษา คือ โครงการศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริ กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา

วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา

ผู้วิจัยนำข้อมูลจากการศึกษาเอกสาร การทบทวนวรรณกรรม และการสัมภาษณ์เชิงลึก มาวิเคราะห์เชิงคุณภาพ โดยเริ่มจากการรวบรวมและตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล พร้อมถอดเทปการสัมภาษณ์เป็นลายลักษณ์อักษร จากนั้นจัดระเบียบและจำแนกข้อมูลตามประเด็นและวัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิเคราะห์ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ควบคู่กับการเข้ารหัสข้อมูล (Coding) เพื่อค้นหารูปแบบและประเด็นสำคัญ และจัดกลุ่มข้อมูลตามกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งวิเคราะห์เชิงตีความเพื่อเชื่อมโยงข้อมูลกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีการปรับข้อสรุปให้สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อย่างต่อเนื่อง

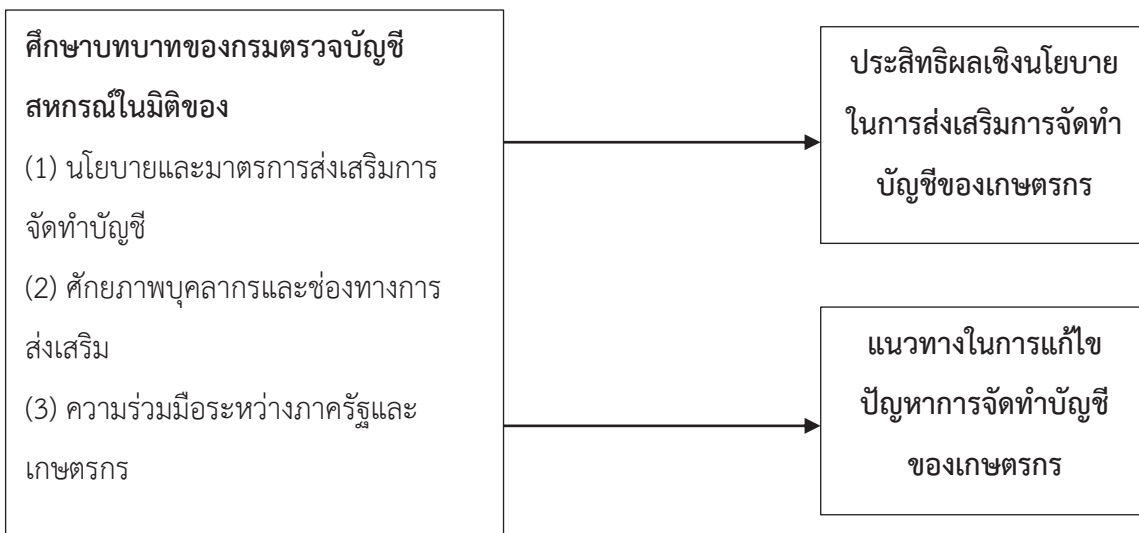
ทั้งนี้ ผู้วิจัยตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วยวิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) และการตรวจสอบกับผู้ให้ข้อมูล (Member Checking) และนำเสนอผลการวิเคราะห์ในลักษณะเชิงพรรณนา โดยเรียบเรียงอย่างเป็นระบบ พร้อมยกคำกล่าวจากผู้ให้สัมภาษณ์เพื่อสนับสนุนข้อค้นพบของการวิจัย

ภาพ 1

กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ผลการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ซึ่งประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ของกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ที่รับผิดชอบโครงการ และเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ผลการวิจัยได้นำเสนอโดยจัดเรียงตามวัตถุประสงค์และคำถามการวิจัย ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาบทบาทและประสิทธิผลเชิงนโยบายของกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ในการส่งเสริมการจัดทำบัญชีแก่เกษตรกรในโครงการศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริ

ผลการศึกษาการดำเนินงานของกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ ทั้งจากมุมมองของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานและเกษตรกรผู้เข้าร่วมโครงการ พบว่า กรมตรวจบัญชีสหกรณ์มีบทบาทสำคัญในการผลักดันให้เกษตรกรในพื้นที่ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริมีความรู้ ความเข้าใจ และพฤติกรรมการจัดทำบัญชีที่ถูกต้องและต่อเนื่อง ซึ่งนำไปสู่การสร้างวินัยทางการเงินและลดภาระหนี้สินในระดับครัวเรือนอย่างเป็นรูปธรรม โดยการศึกษาบทบาทเชิงนโยบายของกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ พบว่า กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ได้ดำเนินการภายใต้นโยบายหลักของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ที่มุ่งเน้นการพัฒนาเกษตรกรให้มีความรู้ด้านบัญชีและสามารถบริหารจัดการการเงินได้ด้วยตนเอง โดยยึดแนวพระราชดำริเรื่อง “เศรษฐกิจพอเพียง” เป็นแนวทางสำคัญจากข้อมูลในส่วนของเจ้าหน้าที่ระบุว่า นโยบายดังกล่าวมิได้มุ่งเพียงให้เกษตรกรบันทึกรายรับรายจ่ายเท่านั้น แต่ต้องการ “เปลี่ยนพฤติกรรม” ของเกษตรกรให้รู้จักคิด วิเคราะห์ และวางแผนก่อนใช้จ่าย เพื่อให้สามารถดำรงชีวิตอย่างพอเพียงและยั่งยืน อีกทั้งเจ้าหน้าที่ในทุกกระดับมีความเข้าใจตรงกันว่า “บัญชีครัวเรือน” เป็นเครื่องมือทางนโยบายที่ช่วยให้เกษตรกรสามารถประเมินตนเองได้ และเป็นพื้นฐานของการตัดสินใจทางเศรษฐกิจในครัวเรือน ซึ่งสอดคล้องกับ ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 1 ตัวแทนกลุ่มข้าราชการผู้รับผิดชอบโครงการของกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ ที่ได้แสดงทัศนะว่า

“...เรามองว่าการสอนให้เกษตรกรทำบัญชีไม่ใช่เรื่องของตัวเลขเท่านั้น แต่คือการสอนให้เขาเข้าใจชีวิต เข้าใจการใช้จ่ายของตัวเอง และรู้จักประมาณตนตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง...”

จากข้อมูลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า กรมตรวจบัญชีสหกรณ์มีบทบาทเป็นทั้ง “ผู้ขับเคลื่อนนโยบาย” และ “ครูในชุมชน” ที่ช่วยให้เกษตรกรสามารถแปลงหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปสู่การปฏิบัติจริงผ่านการทำบัญชีรายวัน รายเดือน และรายปี เช่นเดียวกับ ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 2 ตัวแทนกลุ่มข้าราชการผู้รับผิดชอบโครงการของกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ ที่ได้แสดงทัศนะว่า

“...นโยบายของกรมฯ เป็นการต่อยอดแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงโดยตรงครับ เราทำหน้าที่เชื่อมโยงแนวคิดลงสู่การปฏิบัติในหมู่บ้าน ทำให้คนเห็นว่าการทำบัญชีคือเครื่องมือของการใช้ชีวิตอย่างพอเพียงจริง....” ซึ่งทางด้านของเกษตรกร ที่เข้าร่วมโครงการ รู้สึกถึงบทบาทของกรมฯ ในลักษณะหน่วยงานที่เข้ามาช่วยจริง ไม่ใช่แค่มาอบรมแล้วจากไป ดังที่ ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 4 ตัวแทน เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ ที่ได้ให้มุมมองไว้ว่า “เจ้าหน้าที่เขามาแนะนำดีมากครับ ไม่ใช่แค่สอน แต่ตามดูเราทุกเดือนว่าทำได้ไหม ถ้าเขาไม่มาก็คงไม่ทำต่อครับ”

ต่อมา จากการศึกษาประสิทธิผลเชิงนโยบายของการดำเนินงานกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ พบว่า โครงการส่งเสริมการทำบัญชีเกษตรกรก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรมในหลายมิติ ทั้งในระดับ

บุคคล ครัวเรือน และชุมชน โดยสามารถจำแนกผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นออกเป็น 3 ด้านหลัก ได้แก่ ด้านพฤติกรรมทางการเงิน ด้านเศรษฐกิจครัวเรือน และด้านสังคมและการเรียนรู้ร่วมกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1 ด้านพฤติกรรมทางการเงิน จากการเข้าร่วมโครงการส่งผลให้เกษตรกรเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางการเงินอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง เกษตรกรส่วนใหญ่เริ่มตระหนักและเห็นคุณค่าของการจดบัญชี มีวินัยทางการเงินที่ดีขึ้นอย่างชัดเจน โดยเฉพาะเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 6 เดือน สามารถบันทึกรายรับรายจ่ายได้ด้วยตนเองอย่างสม่ำเสมอ และที่สำคัญคือ สามารถนำข้อมูลในสมุดบัญชีมาใช้ในการประกอบการตัดสินใจทั้งด้านการผลิตและการใช้จ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับทัศนะที่ว่า “เมื่อก่อนผมไม่รู้เลยว่าขาดทุนตรงไหน พอได้จดครบปี มันเห็นชัดเลยว่าปุ๋ยใช้เยอะเกินไป ปีต่อมาก็ลดลง หนี้ก็ลดตามครับ” (ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 6) ในทำนองเดียวกัน เกษตรกรผู้เข้าร่วมโครงการอีกท่านหนึ่งกล่าวว่า “เมื่อก่อนซื้ออาหารวัวมากเกินไป พอทำบัญชีเห็นตัวเลขชัด ก็เริ่มลดลง หนี้ลดด้วยค่ะ” (ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 7)

นอกจากนี้ ข้าราชการผู้รับผิดชอบโครงการยืนยันถึงผลลัพธ์ดังกล่าวว่า “เราติดตามเห็นผลจริง เกษตรกรที่ทำบัญชีต่อเนื่องหนี้ลดลงเฉลี่ย 20–30% ในปีแรก” (ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 1) แสดงให้เห็นว่า การมีวินัยในการจดบันทึกนำไปสู่การรู้จักวิเคราะห์ต้นทุน สามารถแยกแยะค่าใช้จ่ายที่จำเป็นและไม่จำเป็นได้อย่างชัดเจน และปรับพฤติกรรมการใช้จ่ายให้สอดคล้องกับศักยภาพทางเศรษฐกิจของครัวเรือนได้

2. ด้านเศรษฐกิจครัวเรือน ผลลัพธ์ด้านเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นมีความชัดเจนและเป็นรูปธรรม เกษตรกรหลายรายสามารถลดภาระหนี้สินลงได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะในกลุ่มแม่บ้านและเกษตรกรที่ทำบัญชีอย่างต่อเนื่องเกินหนึ่งปี พบว่า บางครอบครัวที่เคยมีภาระหนี้สินกับสถาบันการเงินมากกว่า 200,000 บาท สามารถลดหนี้ลงเหลือไม่ถึงครึ่งหนึ่งภายหลังเข้าร่วมโครงการ นอกจากนี้ หลายครอบครัวเริ่มมีเงินออมและสามารถวางแผนการเงินในระยะยาวได้ดีขึ้น ดังที่สะท้อนผ่านมุมมองของผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 7 และ ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 9 ดังนั้น “บัญชีครัวเรือน” ไม่เพียงแต่เป็นเครื่องมือช่วยลดหนี้เท่านั้น แต่ยังช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้แก่สถาบันการเงิน เช่น ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ให้เห็นถึงศักยภาพและความน่าเชื่อถือของเกษตรกร ส่งผลให้การขอสินเชื่อเพื่อพัฒนาอาชีพทำได้ง่ายขึ้น และในบางกรณีสามารถเจรจาอัตราดอกเบี้ยให้ลดลงได้

ข้าราชการผู้รับผิดชอบโครงการอธิบายว่า “ธ.ก.ส. เขาให้สินเชื่อง่ายขึ้นกับคนที่ทำบัญชี เพราะมันแสดงให้เห็นว่าวางแผนการเงินได้จริง” (ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 3) เกษตรกรผู้เข้าร่วมโครงการยืนยันว่า “พอมีบัญชี ธนาคารก็เชื่อถือขึ้นครับ ตอนนี้ก็ไปทำบ่อเก็บน้ำเพิ่มได้เลย” (ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 9) แสดงให้เห็นว่า บัญชีครัวเรือนกลายเป็นเครื่องมือสร้างความเชื่อมั่นและเปิดโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อพัฒนาอาชีพอย่างเป็นทางการ

3 ด้านสังคมและการเรียนรู้ร่วมกัน จากการทำบัญชีไม่เพียงส่งผลในระดับบุคคลและครัวเรือนเท่านั้น แต่ยังก่อให้เกิดผลกระทบเชิงบวกในระดับชุมชนอีกด้วย พบว่า มีการเกิดกลุ่มการเรียนรู้ร่วมกันขึ้นภายในหมู่บ้าน เกษตรกรบางกลุ่มนัดหมายกันทำบัญชีพร้อมกันทุกเดือน เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์และตรวจสอบซึ่งกันและกัน ในบางพื้นที่มีการจัดกิจกรรมเดือนละหนึ่งครั้ง ซึ่งเป็นเวทีให้เกษตรกรได้มาพบปะ แลกเปลี่ยนข้อมูล และช่วยเหลือกันแก้ปัญหาทางการเงิน

เกษตรกรผู้เข้าร่วมโครงการสะท้อนบรรยากาศของกิจกรรมดังกล่าวว่า “เรานัดกันจัดพร้อมกันหลังเก็บผลไม้ สนุกดีค่ะ ได้คุยกันว่าบ้านไหนใช้เงินกับอะไรเยอะไปบ้าง” (ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 5) การเกิดกลุ่มเรียนรู้เช่นนี้ส่งผลให้เกิดความเข้มแข็งของชุมชน สร้างเครือข่ายสนับสนุนทางสังคมระหว่างเกษตรกรด้วยกัน

ดังนั้น บทบาทของกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ในการส่งเสริมการจัดทำบัญชีแก่เกษตรกรในโครงการศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริ สามารถสะท้อนประสิทธิผลเชิงนโยบายได้อย่างชัดเจน ทั้งในด้านการสร้างวินัยทางการเงิน การลดหนี้สิน และการส่งเสริมเศรษฐกิจพอเพียงในระดับครัวเรือน และจากผลการดำเนินโครงการที่ปรากฏในทั้งสามด้าน สะท้อนให้เห็นว่า กรมตรวจบัญชีสหกรณ์สามารถสร้างผลลัพธ์เชิงนโยบายได้อย่างมีประสิทธิภาพในหลายมิติ ทั้งในระดับครัวเรือนและระดับชุมชน โครงการส่งเสริมการทำบัญชีเกษตรกรไม่เพียงแต่เป็นเครื่องมือทางเทคนิคในการจัดการการเงิน แต่ยังเป็นกลไกในการพัฒนาศักยภาพของเกษตรกรอย่างรอบด้าน ตั้งแต่การสร้างวินัยทางการเงิน การเพิ่มขีดความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ไปจนถึงการสร้างเครือข่ายสังคมและการเรียนรู้ร่วมกันในชุมชน ซึ่งล้วนเป็นรากฐานสำคัญในการยกระดับคุณภาพชีวิตและความมั่นคงทางเศรษฐกิจของเกษตรกรไทยอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความร่วมมือระหว่างภาครัฐและประชาชน ในการส่งเสริมการจัดทำบัญชีแก่เกษตรกรในโครงการศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริของกรมตรวจบัญชีสหกรณ์

จากผลการศึกษาพบว่า ความร่วมมือระหว่างกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ในฐานะหน่วยงานภาครัฐกับประชาชนในพื้นที่ โดยเฉพาะกลุ่มเกษตรกร มีลักษณะที่สอดคล้องกับแนวคิดทางทฤษฎีที่สำคัญหลายประการ ได้แก่ แนวคิด "การมีส่วนร่วมของประชาชน (Public Participation)" และแนวคิด "เครือข่ายนโยบาย (Policy Network)" โดยมีลักษณะเป็นการทำงานร่วมกันอย่างต่อเนื่องภายใต้ฐานของความไว้วางใจและการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน ส่งผลให้เกิดการขับเคลื่อนนโยบายในระดับพื้นที่ที่มีทั้งประสิทธิภาพและความยั่งยืน

ลักษณะของความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับประชาชน เป็นความร่วมมือที่เกิดขึ้นระหว่างเจ้าหน้าที่กรมตรวจบัญชีสหกรณ์กับเกษตรกรสะท้อนถึงแนวคิดของ Locke ที่เห็นว่า รัฐควรได้รับความยินยอมจากประชาชน (Consent of the Governed) ในการดำเนินงานใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพวกเขา ในกรณีของโครงการนี้ เจ้าหน้าที่รัฐไม่ได้ใช้วิธีการสั่งการหรือบังคับ แต่ใช้การสื่อสารแบบ "แนวราบ (Horizontal Collaboration)" โดยเปิดพื้นที่ให้เกษตรกรได้แสดงความคิดเห็นและร่วมตัดสินใจอย่างเท่าเทียม

ข้าราชการผู้รับผิดชอบโครงการอธิบายแนวทางการทำงานว่า "เราไม่ได้บอกให้เขาทำ แต่ให้เขาเข้าใจว่าทำบัญชีแล้วจะเห็นเงินของตัวเองมากขึ้น ถ้าเขาเห็นประโยชน์ เขาก็อยากทำเองโดยไม่ต้องบังคับ" (ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 1) แนวทางการทำงานดังกล่าวได้รับการตอบรับเชิงบวกจากเกษตรกรผู้เข้าร่วมโครงการ ดังที่เกษตรกรท่านหนึ่งกล่าวว่า "เขามาอธิบายให้ฟังว่าทำบัญชีแล้วจะช่วยให้ไม่ขาดทุน เราก็ตองทำดู เห็นจริงว่ารู้รายจ่ายมากขึ้น หนี้ลดลงเลยครับ" (ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 4)

ที่สำคัญคือ เจ้าหน้าที่ได้สร้างความสัมพันธ์อันใกล้ชิดกับชุมชนผ่านการเยี่ยมบ้านและให้คำปรึกษาอย่างต่อเนื่อง เกษตรกรท่านหนึ่งสะท้อนถึงความสัมพันธ์นี้ว่า "เจ้าหน้าที่เขามาเยี่ยมบ้าน ช่วยดูสมุดให้ตลอด เหมือนเป็นคนในชุมชน เราก็อไวใจ ทำให้โครงการนี้อยู่ได้นานค่ะ" (ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 5) ข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงไว้วางใจ (Mutual Trust) ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของเครือข่ายนโยบายที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืน

ลักษณะความร่วมมือภายในชุมชนและเครือข่ายเกษตรกร ผลการวิจัยพบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนได้ขยายตัวจากระดับบุคคลไปสู่ "ระดับกลุ่มและชุมชน" อย่างเป็นธรรมชาติ โดยเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการได้เกิดการรวมกลุ่มกันอย่างสมัครใจ เช่น กลุ่มแม่บ้านทำบัญชี หรือกลุ่มจดบัญชีประจำหมู่บ้าน ซึ่งการรวมกลุ่มดังกล่าวเป็นการเสริมสร้างทุนทางสังคม (Social Capital) ในท้องถิ่นที่มีคุณค่าและยั่งยืน

เกษตรกรผู้เข้าร่วมโครงการอธิบายถึงกระบวนการทำงานร่วมกันว่า "เราจัดกลุ่มกันมานั่งจดบัญชีทุกสัปดาห์ ใครไม่เข้าใจก็ช่วยกัน บางทีก็โทรถามเจ้าหน้าที่ เขาก็ช่วยตอบ" (ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 6) ทางด้านหน่วยงานรัฐก็ได้สนับสนุนการสร้างเสริมความเข้มแข็งของกลุ่มดังกล่าว โดยข้าราชการผู้รับผิดชอบโครงการกล่าวว่า "เราสนับสนุนให้ชุมชนตั้ง 'แกนนำบัญชีหมู่บ้าน' เพื่อช่วยดูแลกันเอง เขาจะได้ไม่ต้องรอเจ้าหน้าที่อย่างเดียว" (ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 2)

การแพร่กระจายความรู้ภายในชุมชนเกิดขึ้นแบบเป็นธรรมชาติผ่านการเรียนรู้จากเพื่อนบ้าน ดังที่เกษตรกรท่านหนึ่งเล่าว่า "ตอนนี้เพื่อนบ้านมาขอดูสมุดบัญชีของผมด้วย เพราะอยากรู้ว่าจดยังไงให้ได้ผลดี พอเขาเห็น เขาก็เริ่มทำตาม" (ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 7) การรวมกลุ่มและแลกเปลี่ยนความรู้ในชุมชน

ลักษณะความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐอื่นและองค์กรท้องถิ่น โครงการนี้มีการบูรณาการความร่วมมือระหว่างหลายหน่วยงานอย่างเป็นระบบ ได้แก่ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สำนักงานเกษตรอำเภอ และองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด "เครือข่ายนโยบาย (Policy Network)" ที่เน้นการเชื่อมโยงของหลายภาคส่วนในการขับเคลื่อนนโยบายสาธารณะให้เกิดประสิทธิผล

ข้าราชการผู้รับผิดชอบโครงการอธิบายรูปแบบการทำงานร่วมกันว่า "เราทำงานร่วมกับ ธ.ก.ส. และเกษตรอำเภอค่ะ เขาช่วยเรื่องตลาดและการคำนวณต้นทุน ส่วนเราช่วยเรื่องบัญชี พอรวมกันแล้วเกษตรกรได้ประโยชน์ครบวงจร" (ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 3) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นก็มีส่วนร่วมสนับสนุนอย่างสำคัญ ดังที่ตัวแทนองค์กรท้องถิ่นกล่าวว่า "อบต. เขามาช่วยจัดสถานที่อบรมและทำป้ายประชาสัมพันธ์ บางทีช่วยค่าอาหารกลางวันให้ด้วยค่ะ" (ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 8)

ความร่วมมือที่เกิดขึ้นได้สร้างความเชื่อมั่นและการยอมรับจากหน่วยงานต่าง ๆ อย่างกว้างขวาง ดังที่ข้าราชการผู้รับผิดชอบโครงการสะท้อนว่า "หน่วยงานต่าง ๆ เขาเห็นว่าโครงการนี้จำเป็นต้องได้จริง เราเลยได้ความร่วมมือดี ตอนนี้นางหมูป่านกลายเป็นพื้นที่ต้นแบบไปแล้ว" (ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 2) การทำงานร่วมกันในลักษณะนี้ทำให้เกิดการประสานทรัพยากรและองค์ความรู้จากหลายภาคส่วนอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับหลักการ "การบริหารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Management)" ที่มุ่งเน้นการใช้ศักยภาพของทุกฝ่ายเพื่อบรรลุเป้าหมายร่วมกัน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาในการจัดทำบัญชีของเกษตรกร ในโครงการศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริของกรมตรวจบัญชีสหกรณ์

ผลการศึกษาเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เกษตรกรและเจ้าหน้าที่กรมตรวจบัญชีสหกรณ์พบว่า แม้โครงการส่งเสริมการจัดทำบัญชีจะสามารถช่วยสร้างวินัยทางการเงินและลดภาระหนี้สินของเกษตรกรได้อย่างเป็นรูปธรรม แต่ยังคงมีปัญหาและอุปสรรคหลายประการในการดำเนินงานในระดับพื้นที่ ทั้งด้านทักษะ ความเข้าใจ เวลา และทรัพยากร ซึ่งจำเป็นต้องได้รับการแก้ไขอย่างเป็นระบบ โดยแนวทางการแก้ไขที่นำเสนอในงานวิจัยนี้ได้รับการพัฒนาขึ้นจากการบูรณาการผลการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกรอบแนวคิดทางทฤษฎีที่สำคัญ ได้แก่ แนวคิด "การบริหารภาครัฐแนวใหม่ (New Public Service: NPS)" ของ Denhardt & Denhardt ที่เน้นหลักการ "การรับใช้ประชาชน ไม่ใช่ควบคุมประชาชน (Serve, not steer)" รวมถึงแนวคิด "การเรียนรู้ของชุมชน (Community Learning)" และ "ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง" เพื่อสร้างความยั่งยืนในการจัดทำบัญชีของเกษตรกรในระยะยาว โดยปัญหาที่มักพบในโครงการมีดังนี้

ปัญหาแรก คือ ปัญหาด้านความรู้และทักษะของเกษตรกร เกษตรกรจำนวนมากยังขาดความเข้าใจในหลักการบัญชีพื้นฐาน ไม่สามารถแยกประเภทรายรับรายจ่ายได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง นอกจากนี้เกษตรกรบางรายยังมีข้อจำกัดด้านการอ่านเขียนและทักษะทางคณิตศาสตร์ ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลจากแบบสอบถามภาคสนามที่พบว่า ปัญหานี้เป็นอุปสรรคสำคัญที่สุดต่อการทำบัญชีอย่างต่อเนื่องเกษตรกรผู้เข้าร่วมโครงการสะท้อนถึงปัญหานี้ว่า "ตอนแรกผมไม่รู้เลยว่าค่าใช้จ่ายบางอย่างต้องแยกประเภท พอจดมั่วไปหมดก็อ่านไม่รู้เรื่อง ต้องให้เจ้าหน้าที่มานั่งอธิบายทีละช่องครับ" (ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 4) ข้าราชการผู้รับผิดชอบโครงการอธิบายถึงการปรับวิธีการสอนว่า "บางคนอ่านหนังสือไม่ออก เราต้องใช้สัญลักษณ์หรือสีแทนตัวเลข เช่น สีเขียวคือรายรับ สีแดงคือรายจ่าย เขาจะจำได้ง่ายขึ้นค่ะ" (ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 1) เช่นเดียวกับเกษตรกรอีกท่านหนึ่งแสดงความต้องการที่ชัดเจนว่า "ตอนนี้อยากให้มีแบบฟอร์มที่ง่ายกว่านี้ ตัวอักษรใหญ่ ๆ หน่อย จะได้ทำเองโดยไม่ต้องพึ่งลูกหลาน" (ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 5) แสดงให้เห็นถึงความต้องการเครื่องมือที่เหมาะสมกับศักยภาพและข้อจำกัดของผู้ใช้งานจริง

จากข้อมูลที่ได้จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เพื่อแก้ปัญหาดังกล่าวควรมีแนวทางการพัฒนาใน 3 ด้านหลัก ดังนี้ ประการแรก จัดทำแบบฟอร์มบัญชีรูปแบบใหม่ที่ใช้ภาพ สี และสัญลักษณ์แทนตัวเลขหรือตัวอักษร เพื่อให้เกษตรกรที่มีข้อจำกัดด้านการอ่านเขียนสามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประการที่สอง พัฒนา

คู่มือบัญชีสำหรับผู้สูงอายุและผู้มีทักษะต่ำ ที่มีเนื้อหาเข้าใจง่าย ใช้ภาษาที่เรียบง่าย และมีตัวอย่างที่เป็นรูปธรรม และประการที่สามและสำคัญที่สุด จัดตั้ง "กลุ่มครูบัญชีชุมชน" ที่ประกอบด้วยเกษตรกรรุ่นใหม่หรือผู้นำท้องถิ่นที่มีความรู้ความสามารถ เพื่อทำหน้าที่เป็นพี่เลี้ยงให้แก่เกษตรกรในหมู่บ้าน สร้างการเรียนรู้แบบเพื่อนช่วยเพื่อนที่มีความใกล้ชิดและเข้าใจบริบทของชุมชน

ปัญหาที่ 2 คือ ปัญหาด้านเวลาและแรงจูงใจ จากการสัมภาษณ์พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีภาระงานมากและใช้เวลากับการทำการเกษตรเป็นหลัก ทำให้มีกละเลยการบันทึกบัญชีอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้เกษตรกรบางรายรู้สึกว่ "ไม่เห็นผลทันที" จากการทำบัญชี จึงขาดกำลังใจและแรงจูงใจที่จะทำต่อไปในระยะยาว ทางด้านเกษตรกรท่านหนึ่งอธิบายถึงปัญหานี้ว่า "บางวันกลับจากบ่อก็กเหนื่อยมาก ไม่ได้จด บางทีก็ลืม พอทิ้งไว้หลายวันก็ไม่รู้จะเริ่มตรงไหน" (ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 6) แสดงให้เห็นถึงความท้าทายในการสร้างนิสัยการบันทึกอย่างสม่ำเสมอท่ามกลางความเหน็ดเหนื่อยจากการทำงาน

จากข้อมูลที่ได้จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เพื่อแก้ไขปัญหาด้านเวลาและแรงจูงใจ ควรมีแนวทางดังนี้ ประการแรก นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้เป็นเครื่องมือสนับสนุน เช่น การพัฒนาแอปพลิเคชันบันทึกบัญชีที่ใช้งานง่าย หรือการจัดตั้งกลุ่มไลน์เพื่อเตือนความจำและให้คำปรึกษารายเดือน ซึ่งจะช่วยลดภาระในการจดจำ และสร้างความสะดวกในการบันทึกข้อมูล และประการที่สอง จัดกิจกรรมเชิงสร้างแรงจูงใจ เช่น "ประกวดบัญชีดีเด่นระดับตำบล" เพื่อสร้างการยอมรับและความภาคภูมิใจให้แก่เกษตรกรที่ทำบัญชีได้ดี รวมถึงการมอบรางวัลหรือสิทธิประโยชน์ที่เป็นรูปธรรม

และปัญหาสุดท้าย คือ ปัญหาด้านทรัพยากรและเครื่องมือ บางพื้นที่ยังประสบปัญหาการขาดแคลนวัสดุอุปกรณ์พื้นฐาน เช่น สมุดบัญชี ปากกา หรือเอกสารตัวอย่างที่มีคุณภาพ นอกจากนี้ งบประมาณสนับสนุนจากส่วนกลางบางครั้งมีความล่าช้า ทำให้การฝึกอบรมและการดำเนินงานขาดความต่อเนื่อง ดังที่ข้าราชการผู้รับผิดชอบโครงการอธิบายว่า "งบประมาณมาช้า ทำให้เราแจกสมุดไม่ทัน บางคนเลยใช้กระดาษทั่วไป ซึ่งพอเวลาผ่านไปก็หาย" (ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 3) เกษตรกรยังได้เสนอแนะว่า "อยากได้สมุดแบบแข็งแรงกว่านี้ เพราะจดทั้งปี มันขาดง่ายอะ" (ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 8) และปัญหาอีกประการหนึ่งคือความพร้อมด้านเทคโนโลยี เกษตรกรท่านหนึ่งสะท้อนว่า "บางคนไม่มีสมาร์โฟน ใช้แอปไม่ได้ ถ้ามีศูนย์เรียนรู้ในหมู่บ้านก็จะดีจะได้มานั่งทำพร้อมกัน" (ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 9) แสดงให้เห็นถึงความต้องการพื้นที่และเครื่องมือที่เป็นสาธารณะสำหรับชุมชน

จากข้อมูลที่ได้จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เพื่อแก้ไขปัญหาด้านทรัพยากรและเครื่องมือควรมีเสนอแนวทางดังนี้ ประการแรก จัดตั้ง "ศูนย์บริการบัญชีชุมชน" ในระดับหมู่บ้านหรือตำบล เพื่อให้เกษตรกรสามารถมาเยี่ยมชม อุปกรณ์ รับคำแนะนำ หรือใช้เครื่องมือร่วมกันได้ ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนและเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงบริการ และประการที่สอง เพิ่มงบประมาณสนับสนุนในระดับท้องถิ่น โดยการบูรณาการความร่วมมือกับองค์กร

บริหารส่วนตำบล (อบต.) และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) เพื่อให้เกิดความยืดหยุ่น และรวดเร็วในการจัดสรรทรัพยากร

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเกษตรกรในการส่งเสริมการจัดทำบัญชีเพื่อการลดภาระหนี้สิน: กรณีศึกษาโครงการศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบและลักษณะของความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ของกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ และเกษตรกรในการส่งเสริมการจัดทำบัญชี ผลการวิจัย พบว่า ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเกษตรกรภายใต้โครงการดังกล่าวมีลักษณะเป็นความร่วมมือเชิงสนับสนุนและการมีส่วนร่วม โดยภาครัฐทำหน้าที่เป็นผู้ออกแบบนโยบาย ผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้ และผู้สนับสนุนทรัพยากร ขณะที่เกษตรกรมีบทบาทเป็นผู้มีส่วนร่วมในการเรียนรู้และนำความรู้ไปปรับใช้ในบริบทของตนเอง บทบาทของกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ในฐานะหน่วยงานกลางมีความสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างความเชื่อมโยงระหว่างนโยบายระดับบนกับการปฏิบัติในระดับพื้นที่ ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับแนวคิดการนำนโยบายไปปฏิบัติที่ชี้ให้เห็นว่า ความสำเร็จของนโยบายขึ้นอยู่กับการทำงานร่วมกันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระดับพื้นที่ (กวิณ มุสิกกา, 2561; เพียงกมล มานะรัตน์ และอัญชญา ณ ระนอง, 2564)

ในด้านผลลัพธ์ของความร่วมมือ ผลการวิจัยพบว่า การส่งเสริมการจัดทำบัญชีภายใต้ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเกษตรกรช่วยเสริมสร้างความตระหนักรู้และวินัยทางการเงินแก่เกษตรกร ทำให้สามารถมองเห็นภาพรวมของรายรับ รายจ่าย ต้นทุน และภาระหนี้สินของตนเองได้ชัดเจนยิ่งขึ้น แม้การจัดทำบัญชีจะยังไม่ส่งผลให้หนี้สินลดลงอย่างเป็นรูปธรรมในระยะสั้น แต่ช่วยชะลอการเพิ่มขึ้นของหนี้สิน และวางรากฐานสำคัญในการบริหารจัดการหนี้สินในระยะยาว ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พิมพรัก พุ่มเจริญ (2559) และธัญญพัทธ์ วัฒนจิรพันธุ์ และจจจิต ลีอ่อนรัมย์ (2565) ที่ชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาศักยภาพด้านการเงินของเกษตรกรเป็นกลไกสำคัญในการแก้ไขปัญหาหนี้สินอย่างยั่งยืน

อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยยังพบข้อจำกัดของความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเกษตรกร ได้แก่ ความแตกต่างด้านระดับการศึกษา อายุ และภาระงานของเกษตรกร ซึ่งส่งผลต่อระดับการมีส่วนร่วมและความต่อเนื่องในการจัดทำบัญชี นอกจากนี้ ข้อจำกัดด้านทรัพยากรบุคคลและเวลาในการติดตามผลของภาครัฐ ยังส่งผลต่อประสิทธิภาพของการสร้างความร่วมมือในระยะยาว ประเด็นดังกล่าวสอดคล้องกับงานของ อรกช ลิ้มสมบัติอนันต์ และวลัยพร รัตนเศรษฐ (2563) ที่ชี้ให้เห็นว่าความร่วมมือเชิงนโยบายจะประสบความสำเร็จได้ต้องอาศัยกลไกการประสานงานและการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องจากทุกภาคส่วน

โดยสรุป การศึกษานี้สะท้อนให้เห็นว่า ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเกษตรกรในการส่งเสริมการจัดทำบัญชีภายใต้โครงการศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริ เป็นปัจจัยสำคัญที่เอื้อต่อการเสริมสร้างวินัยทางการเงินและการลดความเสี่ยงด้านหนี้สินของเกษตรกรในระยะยาว ทั้งนี้ การพัฒนาความร่วมมือให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืน จำเป็นต้องอาศัยการปรับรูปแบบการดำเนินงานให้สอดคล้องกับบริบท

พื้นที่ การเพิ่มการมีส่วนร่วมของเกษตรกร และการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องจากภาครัฐ ผลการวิจัยจึงสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลเชิงประจักษ์ในการพัฒนานโยบายและการนำนโยบายไปปฏิบัติด้านการแก้ไขปัญหาหนี้สินเกษตรกรในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงบริหาร

1. พัฒนาระบบสนับสนุนที่หลากหลายและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย โดยกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ ควรพัฒนาเครื่องมือและแบบฟอร์มบัญชีที่หลากหลายให้เหมาะสมกับศักยภาพของเกษตรกรแต่ละกลุ่ม
2. จัดตั้ง "ศูนย์บริการบัญชีชุมชน" ในระดับตำบล เพื่อเป็นศูนย์กลางในการให้บริการและสนับสนุนเกษตรกร
3. บูรณาการความร่วมมือกับสถาบันการเงินอย่างเป็นระบบ โดยพัฒนาความร่วมมือกับ ธ.ก.ส. และสถาบันการเงินอื่น ๆ เพิ่มแรงจูงใจในการทำบัญชีครัวเรือน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ขยายขอบเขตการศึกษาให้ครอบคลุมพื้นที่และบริบทที่หลากหลาย โดยการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างภูมิภาค ซึ่งทำการวิจัยในพื้นที่ภาคต่าง ๆ ที่มีบริบททางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมแตกต่างกัน เพื่อดูว่าปัจจัยใดที่ส่งผลต่อความสำเร็จของโครงการในแต่ละพื้นที่
2. อาจใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) คือ รวมการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามขนาดใหญ่ร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตการณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมทั้งเชิงสถิติและเชิงความหมาย

เอกสารอ้างอิง

- กวิน มุลิกา. (2561). *แนวทางการบริหารหนี้สินเกษตรกรไทย* [ดุชนินพนธ์ การจัดการสาธารณะดุชนินบัณฑิตวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์]. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- กรมตรวจบัญชีสหกรณ์. (2562). *คู่มือการดำเนินงานโครงการศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริ*. กรุงเทพฯ. กรมตรวจบัญชีสหกรณ์.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2564). *รายงานภาวะเศรษฐกิจการเงินไทยและหนี้ครัวเรือน*.
<https://www.bot.or.th/content/dam/bot/documents/th/research-and-publications/reports/financial-stability-report/FSR2021.pdf>
- ธัญญพัทธ์ วัฒนจิรพันธุ์ และจงจิต ลีอ่อนรัมย์. (2565). แนวทางการแก้ไขปัญหาหนี้สินเกษตรกรตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มเกษตรกรตำบลไร่หลักทอง อำเภอพนสนิม จังหวัดชลบุรี. *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 6(6), 298-312.

- พิมพ์รัก พุ่มเจริญ. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการจัดทำบัญชีรายรับ – รายจ่ายของ
เกษตรกรและแนวทางในการส่งเสริมให้เกษตรกรมีการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายที่เหมาะสม [การ
ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เพียกมล มานะรัตน์ และอัญญา ณ ระนอง. (2564). การศึกษาบทบาทภาคประชาสังคม
ภาคเอกชน และภาครัฐ ในการนำนโยบายเกษตรอินทรีย์ไปปฏิบัติ: กรณีศึกษาการส่งเสริมการปลูก
ข้าวอินทรีย์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง. วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยวิทยาเชิงพุทธ,
6(10), 311-332.
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI). (2562). โครงการศึกษาภาวะหนี้สินเกษตรกรและแนวทางการ
ปรับปรุงศักยภาพการดำเนินงานกองทุนในกำกับดูแลของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
<https://shorturl.asia/Nk490>
- สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์. (2566). ชำระดีมีโชค และธนาคารใกล้บ้าน: วิธีกระตุ้นที่ตรง
จุดและตรงใจเพื่อแก้หนี้เกษตรกร. ธนาคารแห่งประเทศไทย. <https://shorturl.asia/H8G3X>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม
แห่งชาติ ฉบับที่ 13 พ.ศ. 2566-2570. สำนักนายกรัฐมนตรี.
- โสธรศรี จันทรัตน์ ลัทธพร รัตนวรารักษ์ และชญานิ ชวะโนทย์. (2565). กีบัดกหนี้ กีบการพัฒนา
เศรษฐกิจการเงินครัวเรือนฐานราก. <https://www.pier.or.th/abridged/2022/15/>
- อรกข ลิ้มสมบัติอนันต์ และวลัยพร รัตนเศรษฐ. (2563). ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน
และภาคประชาสังคมในการขับเคลื่อนนโยบายส่งเสริมตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น กรณีศึกษา
ตลาดน้ำในจังหวัดนนทบุรี. [https://www.dpu.ac.th/grad/admin/upload/content/
files/year10-3/10-44.pdf](https://www.dpu.ac.th/grad/admin/upload/content/files/year10-3/10-44.pdf)

การจัดการเปลือกโกโก้เหลือทิ้งสู่ผลิตภัณฑ์เครื่องหนังผ่านกระบวนการคิด
เชิงออกแบบภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG

Management of Cocoa Shell Waste into Leather Products Through Design
Thinking Processes Under The BCG Economic Concept

ปิรันช ชินโชติ¹ / อภิลักษณ์ ธรรมวิมุตติ² / อภิเชษฐ์ ขำเลิศ³ /
นงลักษณ์ เพิ่มชาติ⁴ / ธีรวุฒิ แสงมณีเดช^{5*}

Pirun Chinachot / Apiluck Thammawimutti / Apichet Khamlert /
Nongluck Permchart / Thirawut Saengmaneedech

^{1-5*} สาขาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

General Management, Faculty of Management Science, Muban Chombueng Rajabhat University

อีเมล : thirawut.article@gmail.com

DOI: <http://doi.org/10.14456/jhusoc.2026.2>

Received: 23 January 2026 ; Revised: 23 April 2026 ; Accepted: 27 April 2026

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการจัดการเปลือกโกโก้เหลือทิ้งสู่ผลิตภัณฑ์เครื่องหนังผ่านกระบวนการคิดเชิงออกแบบภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG ผลการศึกษา พบว่า เปลือกโกโก้เหลือทิ้งในอำเภอสวนผึ้ง เป็นปัญหาของชุมชน ในมิติสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และ สังคม การประยุกต์ใช้แนวคิดกระบวนการคิดเชิงออกแบบ กับ แนวคิดเศรษฐกิจ BCG เป็นกลไกสำคัญในการเปลี่ยนของเหลือทิ้งที่อาจกลายเป็นขยะอินทรีย์ให้กลายเป็นวัตถุดิบหลัก เพื่อนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องหนังแฟชั่นร่วมสมัย ซึ่งช่วยแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม ยกระดับเศรษฐกิจฐานราก และ เพิ่มมูลค่าทรัพยากรท้องถิ่นอย่างยั่งยืน ข้อค้นพบโดยการประยุกต์ใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG ตามกระบวนการคิดเชิงออกแบบ 5 ขั้นตอน ดังนี้ 1. การเข้าใจผู้บริโภค เปลี่ยนมุมมองต่อเปลือกโกโก้จากขยะให้เป็นทรัพยากรชีวภาพ เพื่อลดต้นทุนการจัดของเสียและสร้างรายได้เสริมให้เกษตรกร 2. การวิเคราะห์และกำหนดโจทย์การสร้างผลิตภัณฑ์เครื่องหนังที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 3. การสร้างแนวคิดพัฒนานวัตกรรมหนังชีวภาพจากผงเปลือกโกโก้ผสมยางพาราตามหลักเศรษฐกิจสีเขียวไร้สารเคมี 4. การสร้างต้นแบบโดยการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัยมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและย่อยสลายได้จริง 5. การทดสอบและปรับปรุงนำผลิตภัณฑ์วางจำหน่าย ณ ตลาดโอ๊ะป่อย และ ตลาดบัพพาโรมาเก็ต เพื่อรับฟังเสียงสะท้อนจากตลาดชุมชนนำมาพัฒนาคุณภาพสินค้าและสร้างวงจรเศรษฐกิจหมุนเวียนที่วัดผลได้จริงในชุมชน

คำสำคัญ : เปลือกโกโก้เหลือทิ้ง, การคิดเชิงออกแบบ, เศรษฐกิจชีวภาพ, เศรษฐกิจหมุนเวียน, เศรษฐกิจสีเขียว

¹ Corresponding author's E-mail: thirawut.article@gmail.com

Abstract

This academic article aims to study the management of cocoa husk waste into leather products through design thinking under the BCG economic model. The study found that cocoa husk waste in Suan Phueng District poses a community problem in environmental, economic, and social dimensions. Applying design thinking to the BCG economic model is a crucial mechanism for transforming waste that might otherwise become organic waste into a primary raw material for processing into contemporary fashion leather products. This helps solve environmental problems, upgrades the grassroots economy, and sustainably increases the value of local resources. The findings, applied through the five-step design thinking process under the BCG economic model, are as follows: 1. Understanding consumers: Shifting the perspective of cocoa husks from waste to a bio-resource to reduce waste disposal costs and create supplementary income for farmers. 2. Analyzing and defining the requirements for creating environmentally friendly leather products. 3. Developing an innovative bio-leather product from cocoa husk powder mixed with natural rubber, based on green economy principles and without chemicals. 4. Creating a prototype by transforming the product into a unique, biodegradable contemporary fashion product. 5. Testing and improving the product by marketing it at Oh Poi Market and Buffalo Market to gather feedback from the community markets, leading to product quality improvement and the creation of a measurable circular economy within the community.

Keywords: Cocoa shell waste, Design thinking, Bio economy, Circular economy, Green economy

บทนำ

ประเทศไทยได้ดำเนินนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจ ภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติจนถึงปัจจุบันฉบับที่ 13 (พ.ศ.2566-2570) ได้ให้ความสำคัญการยกระดับฐานทรัพยากรและชีวภาพโดยคำนึงการใช้ประโยชน์เชิงนิเวศอย่างเป็นระบบตลอดมา ซึ่งแผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับปัจจุบันได้มุ่งเน้นการพัฒนาโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตจากฐานความรู้ เทคโนโลยี และความยั่งยืน โดยผ่านการขับเคลื่อนจากแนวคิดเศรษฐกิจ BCG (BCG Economy) ประกอบด้วย เศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และ เศรษฐกิจสีเขียว มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญเพื่อเพิ่มมูลค่าวัตถุดิบภายในประเทศ และ ลดของเสียจากการผลิต พร้อมทั้งยกระดับความสามารถของชุมชนและผู้ประกอบการในท้องถิ่นสู่ห่วงโซ่มูลค่าใหม่ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565) นำไปสู่การสร้างรายได้ให้ชุมชนซึ่งเกิดจากการแปรรูปวัตถุดิบในท้องถิ่นทำให้เกิดประโยชน์สูงสุด จังหวัดราชบุรี ได้มีแผนการกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาจังหวัดที่สอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

แผนพัฒนาจังหวัดราชบุรี (พ.ศ. 2566-2570) เป็นการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ที่ 3 ได้ให้ความสำคัญในการเพิ่มศักยภาพของอุตสาหกรรมเกษตร ในการสร้างอัตลักษณ์สินค้าเกษตรให้โดดเด่น ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ รวมทั้งการยกระดับเศรษฐกิจฐานราก และ การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน (สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดราชบุรี, 2566)

อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ไม่ได้เป็นแหล่งปลูกโกโก้ขนาดใหญ่เหมือนในภาคใต้หรือจังหวัดที่เป็นแหล่งปลูกหลักของพืชเขตร้อนอื่น ๆ แต่เป็นพื้นที่ที่มีการปลูกอ้อยเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้ราคาอ้อยเกิดความผันผวน ทำให้เกษตรกรบางส่วนหันมาปลูกโกโก้ทดแทน และมีเกษตรกรที่สนใจเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากจนทำให้พื้นที่อำเภอสวนผึ้งมีปริมาณผลผลิตโกโก้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงหลายปีที่ผ่านมา เกษตรกรในพื้นที่ได้รับการสนับสนุนจากสถาบันการศึกษา และหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทำให้มีทักษะในการแปรรูปเมล็ดโกโก้เพื่อทำช็อกโกแลตแบบต่าง ๆ ขณะเดียวกันกลับพบปัญหาสำคัญ คือ มีเปลือกโกโก้เหลือทิ้งจำนวนมากในแต่ละรอบการผลิต และ ไม่ได้ถูกนำไปใช้ประโยชน์อย่างคุ้มค่าทำให้เกิดของเสียทางการเกษตรและเพิ่มภาระในการจัดการขยะอินทรีย์ของชุมชน วิสาหกิจชุมชนพัฒนาเกษตรแปรรูปโกโก้และการท่องเที่ยวราชบุรีจึงร่วมกับสาขาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึงได้นำปัญหานี้มาต่อยอด พร้อมศึกษาความเป็นไปได้ในการใช้เปลือกโกโก้เพื่อสร้างเป็นวัสดุทดแทนหนังสัตว์และหนังสังเคราะห์ สาเหตุปัญหาที่พบ คือ 1. เกษตรกรผู้ปลูกโกโก้ต้องเผชิญกับเปลือกโกโก้เหลือทิ้งเป็นจำนวนมาก 2. การจัดการที่ไม่ถูกวิธี เช่น การทับถม ความชื้น และเชื้อรา ที่อาจจะลุกลามไปสู่ต้นโกโก้ที่อาจเป็นภาระและต้นทุนที่สูงเปล่า ทั้งนี้ มีการส่งเสริมพัฒนาโกโก้ให้เป็นผลิตภัณฑ์เกษตร และสินค้าชุมชนนำกิจกรรมปลูกและแปรรูปโกโก้มาผสมผสานกับการสร้างประสบการณ์แก่ผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว ส่งผลให้โกโก้เป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจท้องถิ่น แม้จะยังไม่เป็นแหล่งปลูกเชิงอุตสาหกรรมที่ใหญ่โต แต่มีแนวโน้มการใช้ทรัพยากรชีวภาพ เช่น โกโก้ในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและเพิ่มช่องทางรายได้ให้เกษตรกรในท้องถิ่น

จากปัญหาของเปลือกโกโก้ที่ไร้ค่าเหลือทิ้ง ก่อให้เกิดขยะในชุมชนนำมาสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านกระบวนการคิดเชิงออกแบบภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG ซึ่งทำให้เกิดสินค้านวัตกรรมที่ผ่านการแปรรูป คือ ผลิตภัณฑ์เครื่องหนังประเภทกระเป๋าถือหนังและพวงกุญแจที่ทำจากเปลือกโกโก้ ทั้งนี้เปลือกโกโก้จึงเป็นทรัพยากรชีวภาพที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ ส่งผลให้วิสาหกิจชุมชนมีรายได้ สินค้ากระเป๋าและพวงกุญแจหนังที่ผลิตขึ้นมีลักษณะเป็นงานคราฟต์ (Eco Crafts) ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ที่เชื่อมคนเมืองกับของท้องถิ่นไว้ด้วยกัน วัตถุดิบท้องถิ่นที่นำมาตีความเป็นงานร่วมสมัย มี 2 สี คือ สีน้ำตาลเข้มและสีน้ำตาลอ่อนจากเปลือกโกโก้ซึ่งสีของเปลือกขึ้นอยู่กับสภาพภูมิอากาศในแต่ละฤดู ภายใต้ตราสินค้า ECOKOKO ซึ่งกำลังได้รับความสนใจจากผู้บริโภคทั่วโลกที่ให้ความสำคัญกับวัสดุทดแทนหนังสัตว์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และ การพัฒนาวัสดุชีวภาพทดแทนหนังสัตว์จากเปลือกโกโก้จึงตอบสนองทั้งความต้องการของตลาด ความท้าทายด้านสิ่งแวดล้อม และเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ของประเทศและจังหวัดราชบุรี

อย่างไรก็ตาม บทบาทที่สำคัญในฐานะกรอบความคิดหรือการต่อยอดองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นเป็นสินค้านวัตกรรมที่ช่วยให้สามารถเข้าใจปัญหาของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง การแก้โจทย์ปัญหาของชุมชน และ สร้างแนวทางแก้ไขที่สร้างสรรค์ ทั้งนี้ ทางมหาวิทยาลัยฯ มียุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นการเป็นมหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นและ

ชุมชน จึงได้ร่วมกับนักศึกษาและวิสาหกิจชุมชนฯพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และ ลดปัญหาการเกิดขยะจากเปลือกโกโก้เหลือทิ้ง จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้เขียนจึงได้จัดทำบทความวิชาการเพื่อเป็นการทบทวนแนวคิดทางการจัดการโดยประยุกต์ใช้แนวคิด Design Thinking เพื่อเชื่อมโยงนโยบายของรัฐบาลด้านสิ่งแวดล้อม รวมถึงความต้องการของตลาดผู้บริโภค และ แนวคิดเศรษฐกิจ BCG (Bio-Circular-Green Economy) เพื่อสะท้อนบทบาทของการจัดการทรัพยากรของท้องถิ่นภายใต้กระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจสมัยใหม่ อีกทั้งเป็นต้นแบบสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์วัสดุชีวภาพจากของเหลือทิ้งทางการเกษตรในพื้นที่อื่นของประเทศต่อไป

การจัดการเปลือกโกโก้เหลือทิ้งสู่ผลิตภัณฑ์เครื่องหนังผ่านกระบวนการคิดเชิงออกแบบภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG

พื้นที่อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี มีการปลูกอ้อยเป็นจำนวนมาก ต่อมาราคาอ้อยเกิดความผันผวน ทำให้เกษตรกรบางส่วนหันมาปลูกโกโก้ทดแทนและมีผู้ที่สนใจเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากจนทำให้พื้นที่อำเภอสวนผึ้งมีปริมาณผลผลิตโกโก้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ขณะเดียวกันกลับพบปัญหาสำคัญคือ มี เปลือกโกโก้เหลือทิ้งจำนวนมากในแต่ละรอบการผลิต และ ไม่ได้ถูกนำไปใช้ประโยชน์อย่างคุ้มค่าทำให้เกิดของเสียทางการเกษตร และ เพิ่มภาระต่อการจัดการขยะอินทรีย์ในชุมชน ทั้งนี้ วิสาหกิจชุมชนพัฒนาเกษตรแปรรูปโกโก้และการท่องเที่ยวราชบุรีจึงร่วมกับสาขาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึงนำปัญหานี้มาต่อยอด โดยการใช้เปลือกโกโก้มาสร้างเป็นวัสดุแทนหนังสัตว์และหนังสังเคราะห์เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์เครื่องหนังที่มีมูลค่าเพิ่มจากเปลือกโกโก้ที่เป็นของเหลือทิ้งทางการเกษตร (Waste) มาผลิตเป็นแผ่นหนังเทียมและขึ้นรูปทรงเพื่อทำการตัดเย็บเป็นกระเป๋าถือและพวงกุญแจ โดยไม่พึ่งพาวัตถุดิบที่มาจากสัตว์หรือปิโตรเลียมจนได้เป็นวัสดุทดแทนหนังเทียมจากเปลือกโกโก้ (Cocoa Bio-leather) ที่มีความทนทาน ความยืดหยุ่น และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวจากลวดลายธรรมชาติของโกโก้ ทั้งนี้ได้นำแนวคิดทางการจัดการมาประยุกต์ใช้แนวคิดของดับเบิลยู. เอ็ดเวิร์ดส์ เดมมิง (W. Edwards Deming ,1986) การบริหารจัดการเพื่อให้เกิดคุณภาพและประสิทธิภาพโดยใช้หลัก PDCA (Plan , Do , Check , Act) ได้ทำการสังเคราะห์ตามกระบวนการ ดังนี้ ขั้นที่ 1 การวางแผน เริ่มจากวิเคราะห์พื้นที่ชุมชนในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี พบว่า มีเปลือกโกโก้เหลือทิ้งจำนวนมากซึ่งไม่ก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจ แต่อาจกลายเป็นขยะอินทรีย์และภาระของชุมชนได้ จากนั้นกำหนดเป้าหมายในการสร้างผลิตภัณฑ์เพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม และ ตอบโจทย์เศรษฐกิจ BCG ให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัดราชบุรี (พ.ศ.2566-2570) พร้อมกันนี้ได้วางแผนร่วมมือเพื่อกำหนดบทบาทระหว่างวิสาหกิจชุมชนฯ(ผู้สนับสนุนวัตถุดิบ) และ สาขาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง (ผู้สนับสนุนองค์ความรู้ด้านการจัดการและการสร้างผลิตภัณฑ์) ขั้นที่ 2 การลงมือปฏิบัติ นำเปลือกโกโก้มาผ่านกระบวนการแปรรูปจนได้แผ่นหนังเทียมชีวภาพ และ ส่งต่อไปร้านเพื่อทำการขึ้นรูปทรงเพื่อตัดเย็บเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ คือ กระเป๋าและพวงกุญแจ ขั้นที่ 3 การตรวจสอบ ทดสอบความทนทาน และ ความยืดหยุ่นตามมาตรฐานที่ต้องการพร้อมทั้งประเมินลวดลายแบบธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ขั้นที่ 4 การปรับปรุงให้ความใส่ใจตั้งแต่ขั้นตอนการผลิต เพื่อรักษาคุณภาพของหนังเทียมทุกรอบการผลิตอย่างสม่ำเสมอ เมื่อผ่านการปรับปรุงแล้วได้ทดสอบโดยการวางจำหน่ายที่ตลาดโอ๊ะป่อย

และตลาดควาย อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี เพื่อนำรายได้ที่เกิดขึ้นกลับคืนสู่เกษตรกรในอำเภอสวนผึ้ง ทั้งนี้ยังได้พัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งหากพบปัญหาในเรื่องของความทนทานและความยืดหยุ่น หรือ สี อาจเปลี่ยนแปลงได้ ตามสภาพภูมิอากาศ หรือ อุณหภูมิ จะกลับเข้าสู่กระบวนการตรวจสอบและกระบวนการคิดเชิงออกแบบเพื่อปรับปรุงให้ดีขึ้นต่อไป

สรุป เปลือกโกโก้เหลือทิ้งถือได้ว่าเป็นการบูรณาการแนวคิดเศรษฐกิจ BCG ร่วมกับ วงจรการบริหารงานคุณภาพ PDCA โดยความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจชุมชน และ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง เพื่อเปลี่ยนขยะอินทรีย์ทางการเกษตรที่มีมูลค่าเศรษฐกิจเป็นศูนย์ผ่านกระบวนการสร้างและการออกแบบให้เป็นผลิตภัณฑ์เครื่องหนังแฟชั่นที่มีมูลค่าเศรษฐกิจ และ เป็นการส่งเสริมอัตลักษณ์ผ่านผลิตภัณฑ์ใหม่ให้กับชุมชน อีกทั้งสามารถสร้างรายได้กลับสู่เกษตรกรโดยวางจำหน่ายในตลาดท่องเที่ยวของท้องถิ่น ได้แก่ ตลาดโอ๊ะป่อย ตั้งอยู่ที่อำเภอสวนผึ้ง และ ตลาดบัวฟาโรม่าเก็ด (ตลาดควาย) ตั้งอยู่ที่อำเภอจอมบึง เป็นต้น ยังเป็นการส่งเสริมพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน

การประยุกต์ใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบสู่ผลิตภัณฑ์เครื่องหนังภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG

ผู้เขียนได้มีการรวบรวมข้อมูลภาคสนาม การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม การจดบันทึก และ นำมาสังเคราะห์ร่วมกับการทบทวนวรรณกรรมและแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง กระบวนการคิดเชิงออกแบบสู่ผลิตภัณฑ์เครื่องหนังภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG : เป็นแนวคิดทางการจัดการที่มีบทบาทสำคัญของผลิตภัณฑ์เครื่องหนังที่ทำมาจากเปลือกโกโก้ คือ แนวคิด Design Thinking มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้คำนิยามที่เกี่ยวข้องหลากหลายประเด็น ผู้เขียนได้สังเคราะห์และสรุป กล่าวคือ เริ่มจากการมองปัญหาและความต้องการของชุมชนหรือท้องถิ่น โดยทำความเข้าใจอย่างถ่องแท้และลึกซึ้งเพื่อนำมาออกแบบและคิดอย่างสร้างสรรค์พร้อมหาทางแก้ปัญหาที่เหมาะสมซึ่งอาจเกิดจากการหลอมหลวมของศาสตร์ทางการจัดการหลายแขนง เช่น พฤติกรรมผู้บริโภค การแก้ปัญหาอย่างเป็นขั้นตอน ความคิดสร้างสรรค์ และนำไปสู่การออกแบบ เป็นต้น ทั้งนี้กระบวนการคิดเชิงออกแบบได้ถูกนำมาใช้เพื่อการแก้ปัญหาเชิงธุรกิจและสังคม (Stanford D.School, 2023; Brown, 2008) ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ความเข้าใจผู้ใช้หรือผู้บริโภค (Empathy) ในขั้นตอนนี้เป็นขั้นที่สะท้อนถึงปัญหาจากเปลือกโกโก้เหลือทิ้งที่ไร้ค่าจนกลายเป็นขยะ และ ความต้องการจริงที่จะนำเปลือกโกโก้ที่ไร้ค่ามาสู่การสร้างมูลค่าที่ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง และ สร้างรายได้ให้กับวิสาหกิจชุมชนฯ ในภาคเกษตรกรรมมีความซับซ้อนทั้งในด้านบริบทสภาพแวดล้อม และ ต้นทุนการผลิต สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kenny, U., Regan, Á., Hearne, D., & O'Meara, C. (2021) พบว่า การเริ่มต้นจากการเก็บข้อมูลในพื้นที่จริงหรือข้อมูลในภาคสนามผ่านการใช้เครื่องมือการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และ การทำแผนที่ของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทำให้เข้าใจปัญหาของเกษตรกรได้อย่างเป็นระบบ ทั้งนี้ ผู้เขียนได้ทำการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ทำให้มีความเข้าใจบริบททางเศรษฐกิจของวิสาหกิจชุมชนฯ และ เกษตรกรเป็นอย่างดีที่มีความกังวลต่อเปลือกโกโก้ ดังนั้นจึงมีเข้าใจในปัญหาเชิงระบบได้อย่างชัดเจนว่า เปลือกโกโก้เหลือทิ้งยังไม่ถูกนำไปประโยชน์ในด้านอื่นๆต่ออาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนทางการเกษตรในอนาคตได้ ขั้นตอนนี้ได้นำมาสังเคราะห์ร่วมกับแนวคิด BCG ดังนี้ เมื่อเกษตรกรผู้ปลูกโกโก้ หากเผชิญกับปัญหาเปลือกโกโก้เหลือทิ้งที่มี

ปริมาณมาก ไม่มีตลาดรองรับเปลือกเหลือทิ้ง อีกทั้งหากราคาโกโก้มีราคาผันผวน อาจส่งต่อต้นทุนการจัดการของเสียค่อนข้างสูง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Diefenthaler, P. S., et al. (2025) พบว่า การจัดการทรัพยากรทางชีวภาพ สิ่งที่ต้องตระหนักเป็นผลมาจากทรัพยากรธรรมชาติอันทำให้เกิดผลกระทบทางเศรษฐกิจของเกษตรกร และต้องหานวัตกรรมที่สร้างมูลค่าตั้งแต่ผู้ผลิตต้นน้ำจนถึงผู้ใช้ปลายน้ำ และสอดคล้องกับยุทธศาสตร์โมเดลเศรษฐกิจ BCG ของประเทศไทยที่เน้นภาคเกษตรกรรม โดยนำของเหลือทิ้งมาแปรรูปให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น(สำนักงานสภาพัฒน์, 2565) เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy) ได้ดำเนินการสร้างผลิตภัณฑ์ชีวภาพ เป็นวัสดุทดแทนหนังเทียมจากเปลือกโกโก้ เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) เน้นการจัดการของเหลือทิ้งที่มาจากเปลือกโกโก้กลับเข้าสู่กระบวนการผลิตเพื่อทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่และสร้างมูลค่าเชิงพาณิชย์ได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Bocken et al. (2019) พบว่า การนำของเหลือทิ้งมาพัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด ควรเริ่มจากการเข้าใจปัญหาของผู้ผลิตต้นน้ำและนำมาแปรรูปเพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่เชิงเศรษฐกิจ และเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) นำเปลือกโกโก้ที่เหลือทิ้งไร้ค่าที่ไม่ใช่ปัญหาของชุมชนอีกต่อไปสู่การนำมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องหนังแฟชั่นที่มีมูลค่าเชิงพาณิชย์ได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Loiseau et al. (2016) พบว่า การสร้างหรือการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มาจากวัสดุเหลือใช้ และนำมากลับมาใช้ได้อีกครั้ง เป็นการลดการใช้ทรัพยากรให้น้อยที่สุด ดังนั้น ความเข้าใจของผู้ใช้หรือผู้บริโภคไม่ใช่เพียงแค่เข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้ใช้นั้นแต่ต้องทำความเข้าใจโครงสร้างเศรษฐกิจท้องถิ่น วิถีชีวิต และ รายได้ของเกษตรกร นำไปสู่การพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องหนังจากเปลือกโกโก้

ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์และกำหนดปัญหา (Define) ขั้นตอนนี้เกิดขึ้นจากการเจาะลึกจากขั้นความเข้าใจผู้ใช้หรือผู้บริโภค (Empathy) ไปสู่ปัญหาหลัก คือ เกษตรกรหรือวิสาหกิจชุมชนขาดความรู้ในการจัดการเปลือกโกโก้เหลือทิ้ง ขาดทักษะความรู้ด้านการแปรรูปที่ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมทั้งขาดความเชื่อมโยงระหว่างต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนตีความ การจัดระบบ กำหนดปัญหา เพื่อตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้หรือผู้บริโภค กล่าวได้ว่า ขั้นตอนนี้เป็นหัวใจสำคัญในการสร้าง หรือ กำหนดปัญหาที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลง จึงต้องอาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากผู้บริโภคเป็นสิ่งที่กำหนดตัวแปรปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจ Kenny et al. (2021) การกำหนดปัญหาภายใต้กรอบแนวคิด BCG เป็นแนวทางการพัฒนายุทธศาสตร์ของประเทศไทยที่เน้นการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดอย่างยั่งยืน (สำนักงานสภาพัฒน์, 2565) ขั้นตอนนี้ได้นำมาสังเคราะห์ร่วมกับแนวคิด BCG ดังนี้ เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy) เปลือกโกโก้เป็นทรัพยากรที่มีมูลค่าต่ำในภาคเกษตรกรรมเนื่องจากถูกว่าเป็นขยะเหลือทิ้งที่ไร้ค่า ส่งผลให้เกษตรกรหรือวิสาหกิจชุมชนขาดแบกรับภาระการกำจัดหรือค่าการขนย้ายจนกลายเป็นต้นทุนที่ลดทอนรายได้สุทธิ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Dissanayake, D. G. K., & Weerasinghe, D. U. (2021) พบว่า กากและเส้นใยเหลือทิ้งทางการเกษตรจำนวนมากถูกปล่อยทิ้งให้เน่าเสีย ทั้งที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นวัสดุชีวภาพ (bio-based materials) ที่มีมูลค่าการตลาดสูง โดยเฉพาะวัสดุแบบ bio-leather ที่มีคุณสมบัติทดแทนหนังสัตว์ได้ดี และเป็นที่ต้องการในอุตสาหกรรมแฟชั่นยั่งยืนทั่วโลก เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) การจัดการกับเปลือกโกโก้เหลือทิ้งมีลักษณะเป็นแบบเส้นตรง โดยเริ่มจาก เก็บผล แปรรูปเบื้องต้น ทิ้งเปลือก ในระยะยาวส่งผลต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมในชุมชนได้ ซึ่งไม่สอดคล้อง

กับแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนที่เน้นให้ของเสียกลับสู่ระบบการผลิตอีกครั้ง (สำนักงานสภาพัฒน์, 2565) งานวิจัยของ Bocken (2020) พบว่านวัตกรรมวัสดุหมุนเวียนจะมีประสิทธิภาพสูงสุดและเป็นกรอบแนวคิดเดียวกับเศรษฐกิจหมุนเวียน เมื่อมีกลไกสนับสนุนทั้งด้านนโยบาย เทคโนโลยี และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) เป็นโครงสร้างทางเศรษฐกิจใหม่ด้านสิ่งแวดล้อม การนำมาเปลี่ยนจากโกโก้ที่เหลือทิ้งนำมากลับมาแปรรูปเป็นหนังสือภาพ เพื่อสร้างเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องหนังนำไปสู่การตลาดผลกระทบ 2 ประการ คือ ประการที่หนึ่ง ลดการพึ่งพาหนังสัตว์ที่ทำให้เกิดคาร์บอนสูงและมลพิษทางน้ำจากอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ประการที่สอง ลดการปล่อยก๊าซมีเทนจากการเน่าเสียของเปลือกโกโก้ และ สร้างผลิตภัณฑ์สีเขียวในตลาดแฟชั่นที่สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลกภายใต้ระบบเศรษฐกิจใหม่

ขั้นตอนที่ 3 การสร้างแนวคิด (Ideate) เริ่มจากการประชุมอาจารย์และนักศึกษาในสาขาการจัดการทั่วไปจากการลงพื้นที่ในวิสาหกิจชุมชนฯ พบกับกลุ่มเกษตรกร เรื่อง ปัญหาเปลือกโกโก้เหลือทิ้งเป็นจำนวนมาก ได้แนวทางการแก้ไขปัญหาเบื้องต้น คือ การนำเปลือกโกโก้เหลือทิ้งมาสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงพาณิชย์ โดยใช้แนวคิดกระบวนการคิดเชิงออกแบบเป็นทฤษฎีเริ่มต้น เพื่อเกิดผลิตภัณฑ์ใหม่โดยอยู่ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG ตามแผนพัฒนาจังหวัดราชบุรี (พ.ศ.2566-2570) จากนั้นมีการระดมสมองและกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกิดขึ้นร่วมกัน นำไปสู่การสร้างแผ่นหนังจากเปลือกโกโก้ที่เหลือทิ้ง แล้วนำมาตัดเย็บเพื่อออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์กระเป๋าหนังและพวงกุญแจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Brown (2009) & Kelley (2013) พบว่า การสร้างแนวคิดที่ดีต้องเกิดในบรรยากาศที่เปิดกว้าง ปราศจากการตัดสิน และ ให้ความสำคัญกับปริมาณของแนวคิดก่อนคุณภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Liedtka (2015) พบว่า แนวคิดที่เหมาะสมที่สุด จะสร้างนวัตกรรมที่เกิดขึ้นจริงในชุมชน จำเป็นต้องอาศัยการผสมผสานความรู้จากผู้ใช้ ผู้เชี่ยวชาญ และ ผู้ผลิตในห่วงโซ่มูลค่า เพื่อให้แนวคิดที่กำหนดขึ้นและนำไปใช้ให้สอดคล้องกับเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี ขั้นตอนนี้ได้นำมาสังเคราะห์ร่วมกับแนวคิด BCG ดังนี้ เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy) เปลือกโกโก้ที่เหลือทิ้งทำให้เกิดมูลค่าสูงสุดโดยการผ่านกระบวนการผลิตแปรรูปใช้ยางพาราเป็นส่วนผสมและนำมาใส่แบบพิมพ์เพื่อทำเป็นแผ่นหนัง จนกลายเป็นวัสดุชีวภาพผสมเส้นใยพืชท้องถิ่น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Dissanayake, D. G. K., & Weerasinghe, D. U. (2021) พบว่า เส้นใยจากของเสียทางการเกษตรสามารถถูกแปรรูปให้มีคุณสมบัติคล้ายหนังสัตว์ได้ โดยไม่ต้องใช้กระบวนการฟอกหนังที่มีสารเคมีอันตราย เช่น โครเมียม และ ยังลดการใช้น้ำได้ถึง 70–80% เมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมฟอกหนังทั่วไป เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) เปลือกโกโก้ที่เหลือทิ้งในปริมาณจำนวนมาก ไม่เพียงแต่เป็นการแปรรูปเพื่อเกิดผลิตภัณฑ์ใหม่เท่านั้น แต่เป็นการขยายไปสู่ห่วงโซ่มูลค่าหมุนเวียน ตั้งแต่ ต้นน้ำ(เกษตรกร) ทำหน้าที่บริหารจัดการเปลือกโกโก้ให้ปลอดสารเคมี เพื่อให้ได้เส้นใยที่ปลอดสาร กลางน้ำ (ผู้ผลิตหนังโกโก้และนักออกแบบ) ทำหน้าที่ออกแบบและพัฒนาคุณสมบัติของแผ่นหนังให้มีความทนทาน มีสีเป็นไปตามธรรมชาติและเข้าสู่กระบวนการผลิตแบบ Zerowaste จนถึงปลายน้ำ (ผู้บริโภคหรือผู้ประกอบการ) เมื่อผลิตภัณฑ์หมดอายุการใช้งานจะถูกย่อยสลายตามกาลเวลา เศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) ผลิตภัณฑ์กระเป๋าหนังและพวงกุญแจที่ถูกผลิตขึ้นจากเปลือกโกโก้เป็นแฟชั่นของการรักษ์โลกด้านสิ่งแวดล้อมเสมือนหนึ่งเป็นอุตสาหกรรมแฟชั่นสีเขียว ถือว่าเป็นการเปลี่ยนระบบเศรษฐกิจแฟชั่นทั้งห่วงโซ่อุปทาน กล่าวคือ การนำเปลือกโกโก้ที่เหลือทิ้งมาพัฒนาแปรรูปให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่

ที่ไม่ผ่านการใช้เทคโนโลยีใดๆ แต่เป็นการเปลี่ยนระบบการจัดการด้านแฟชั่นไปสู่การผลิตที่ไม่มีผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม แทนการลดการใช้หนังสือ พลาสติก และสารเคมี มีผลต่อการลดคาร์บอนในการผลิตและทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ

ขั้นตอนที่ 4 การสร้างต้นแบบ (Prototype) เริ่มต้นด้วยการเตรียมวัตถุดิบและอุปกรณ์ ประกอบด้วย เปลือกโกโก้เหลือทิ้ง, ยางพารา, น้ำเปล่า, ผ้าแคนวาส และบล็อกไม้พาเรท เป็นต้น จากนั้นเข้าสู่กระบวนการผลิต นำเปลือกโกโก้มาปั่นเป็นผง นำผงโกโก้ที่ได้มาผสม น้ำเปล่าและส่วนประกอบอื่น ๆ และเริ่มการขึ้นผ้าบนบล็อกไม้ที่ได้เตรียมไว้ จากนั้นนำส่วนผสมมาทาลงบนผ้าโดยวิธีการทำจะทาไปบริเวณทั่วผ้าที่ขึ้นตั้ง แล้วนำไปตากแดดจนกว่าจะแห้งสนิท ทำวนไปประมาณ 4-5 รอบ จากนั้นพอได้ผิวสัมผัสและ ความหนา นำมาทาน้ำยาเคลือบด้านแล้วตัดออกจากบล็อกไม้ จัดเก็บหนังที่ทำเสร็จแล้วไว้ในคลังที่มีอุณหภูมิพอเหมาะ เพื่อรอนำส่งไปต่อให้ร้านตัดเย็บเพื่อขึ้นรูปเป็นกระเป๋า และ พวงกุญแจตามทีออกแบบไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kelley,T., & Kelley,D. (2013) พบว่าการสร้างต้นแบบไม่ใช่เพียงการสร้างผลิตภัณฑ์ตัวอย่างให้เสร็จสมบูรณ์แต่เป็นการเรียนรู้จากความผิดพลาดอย่างรวดเร็ว ผ่านกระบวนการเริ่มทำ เริ่มทดลอง แก้ไข ทดลองอีกครั้งเป็นวงจรเรียนรู้เชิงทดลอง เพื่อให้เกิดสินค้าใหม่หรือนวัตกรรมใหม่ที่มีประสิทธิภาพที่สุด ดังภาพ

ภาพ 1

แผ่นหนังและกระเป๋าสีเปลือกโกโก้



ภาพ 2

กระเป๋าหนังเปลือกโกโก้สีอ่อนและเข้ม



ภาพ 3

พวงกุญแจและกระเป๋าเปลือกโกโก้



ภาพ 4

พวงกุญแจสีเปลือกโกโก้



ขั้นตอนนี้ได้นำมาสังเคราะห์ร่วมกับแนวคิด BCG ดังนี้ เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy) เป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่จับต้องได้โดยใช้ของเหลือทิ้งจากเปลือกโกโก้ ผ่านกระบวนการแปรรูปที่ใช้ของเหลือทิ้งนำสู่การสร้างมูลค่าและคุณค่ามากที่สุด มีความหนา ความยืดหยุ่น และกันน้ำ เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) เน้นการผลิตที่ลดของเหลือทิ้งหรือของเสียให้เป็นศูนย์ (Zero waste) ผ่านการหมุนเวียนทรัพยากร สามารถย่อยสลายได้เมื่อหมดอายุการใช้งาน และ นำเศษจากการผลิตกลับคืนสู่ระบบได้เพื่อผลิตเป็นวัตถุดิบใหม่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Geissdoerfer et al. (2017) พบว่า การสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่ดีตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำเป็นสิ่งที่ทดสอบผลิตภัณฑ์ได้ดี ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์เครื่องหนังจากเปลือกโกโก้ถือว่าการนำของเหลือทิ้งที่จะกลายเป็นขยะ นำมาสร้างสรรค์ใหม่ โดยทำการแปรรูป ตกแต่ง จนทำให้เกิดการเพิ่มมูลค่าและคุณค่าทางศิลปะและประโยชน์ในการใช้สอยหรือกลายเป็นของสวยงามที่สามารถนำไปสู่แฟชั่นได้ เศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) มุ่งเน้นการมิตรเป็นต่อสิ่งแวดล้อมและไม่เป็นอันตรายต่อมนุษย์ สีของกระเป๋าน้ำและพวงกุญแจ เป็นสีธรรมชาติที่ไม่เป็นอันตรายต่อมนุษย์ ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ไม่มีสารเคมีที่เป็นอันตรายต่อธรรมชาติ ทั้งนี้กระเป๋าน้ำและพวงกุญแจ อาจเป็นหนึ่งในสินค้าอุปโภคบริโภคทางแฟชั่น หากได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและส่งผลต่ออุตสาหกรรมแฟชั่นได้

ขั้นตอนที่ 5 การทดสอบและปรับปรุง (Test) ในขั้นนี้เป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการคิดเชิงออกแบบ โดยนำขั้นตอนที่ 4 คือ การนำต้นแบบที่พัฒนาขึ้นจากเปลือกโกโก้มาวางจำหน่ายที่ตลาดชุมชน เพื่อประเมินความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง สถานที่จำหน่าย ได้แก่ ตลาดโอ๊ะป่อยในอำเภอสวนผึ้ง เป็นตลาดวัฒนธรรมที่มีการจำหน่ายอาหารพื้นถิ่น และ สินค้าชุมชน ในบรรยากาศเป็นธรรมชาติติดแม่น้ำลำภาชี และ ตลาดบัพพาไรมาเก็ด (ตลาดควาย) เป็นตลาดเปิดใหม่สไตล์วินเทจในอำเภोजอมบึง ที่เป็นจุดเช็คอินแห่งใหม่ของนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบของฝากประจำถิ่น และ ผลิตภัณฑ์งานฝีมือจากชุมชน ถูกค้าเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และวัฒนธรรม ใส่ใจสิ่งแวดล้อมที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอำเภอสวนผึ้งและอำเภोजอมบึง เมื่อผลิตภัณฑ์ได้จำหน่ายแล้วได้รับฟังความคิดเห็นและคำแนะนำจากกลุ่มผู้บริโภคหรือผู้ซื้อหรือนักท่องเที่ยว นำมาปรับปรุงเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้นต่อไป จากนั้นนำมาสังเคราะห์เพื่อหาแนวทางการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้นจะวนกลับเข้าไปสู่ขั้นตอนที่ 1 ถึง 4 เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์เครื่องหนังที่สมบูรณ์แบบที่สุด

ภาพ 5

สถานที่จำหน่ายและบูธจัดแสดงกระเป๋าและพวงกุญแจจากเปลือกโกโก้ ณ ตลาดโอ๊ะป่อย อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี



ขั้นตอนนี้ได้นำมาสังเคราะห์ร่วมกับแนวคิด BCG ดังนี้ เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy) การพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ไม่สามารถเลียนแบบได้อาจต้องมีหน่วยงานวิจัย หรือ สถาบันการศึกษาเข้ามาช่วยวิเคราะห์ สังเคราะห์ และวิจัยเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์แบบที่สุด เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ถือเป็นการรักษาและสร้างระบบนิเวศแบบไร้ขยะ และเป็นการเปลี่ยนของเหลือทิ้งที่ไร้ค่า หรือ อาจกลายเป็นขยะอินทรีย์ทางการเกษตรให้กลับเข้าสู่ห่วงโซ่อุปทานในฐานะผลิตภัณฑ์ใหม่ เศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) ผลิตภัณฑ์ถือว่าเป็นสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพแก่ผู้ใช้หรือผู้บริโภคอย่างแท้จริง โดยไม่มีอันตรายจากสารเคมีใดๆ และ จากสิ่งที่เกิดขึ้นเป็นสื่อจากธรรมชาติปลอดภัยทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค

ผู้เขียนได้ทำการสังเคราะห์เพื่อหาความเชื่อมโยงระหว่างกระบวนการคิดเชิงออกแบบ และ แนวคิด เศรษฐกิจ BCG นำเสนอสรุปผ่านตารางสังเคราะห์ที่แสดงให้เห็นถึงจุดเปลี่ยนจากเปลือกโกโก้เหลือทิ้งที่ไร้ค่าสู่ ผลิตภัณฑ์เครื่องหนังที่สามารถเพิ่มมูลค่าเชิงพาณิชย์ได้ ดังตารางนี้

ตาราง 1

ความเชื่อมโยงระหว่างกระบวนการคิดเชิงออกแบบและแนวคิดเศรษฐกิจ BCG

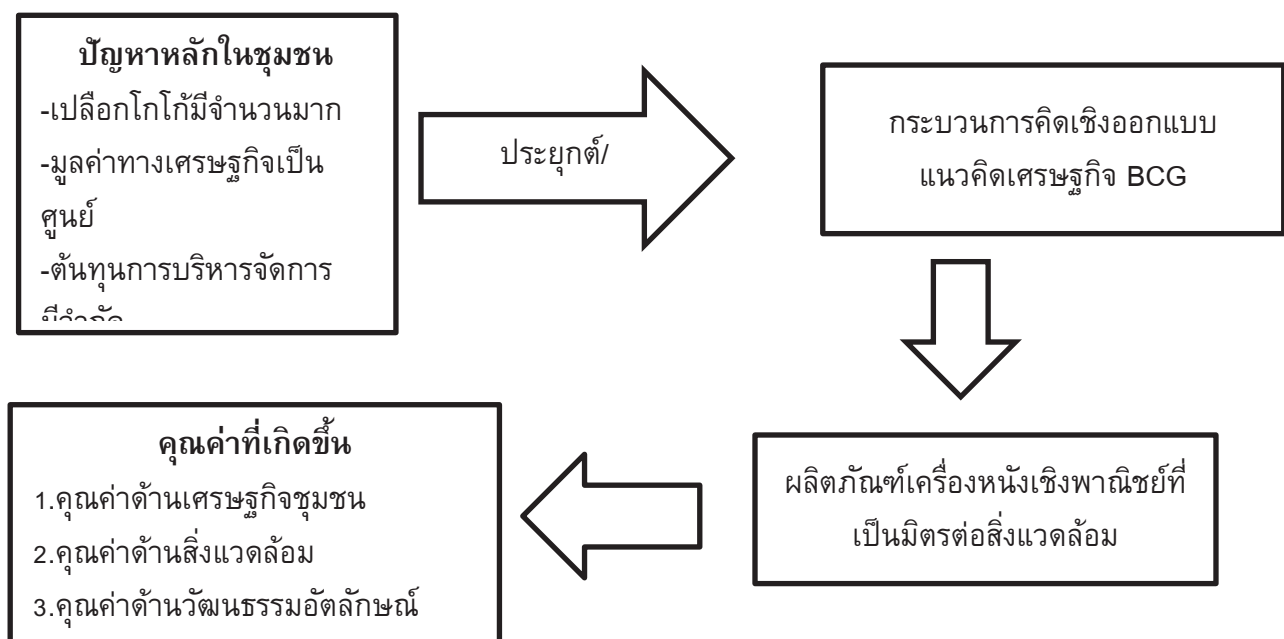
กระบวนการคิดเชิงออกแบบ	การลงมือปฏิบัติ	การสังเคราะห์ร่วมกับแนวคิด BCG	ผลลัพธ์ที่ได้
เข้าใจผู้ใช้หรือผู้บริโภค	ลงพื้นที่ชุมชนรับฟังปัญหาเรื่องเปลือกโกโก้ที่มีจำนวนมากอาจกลายเป็นขยะ	พิจารณาเปลือกโกโก้ไม่ใช่ขยะแต่เป็นทรัพยากรที่น่าสนใจ	เปลี่ยนเปลือกโกโก้ที่อาจกลายเป็นขยะให้เป็นวัตถุดิบต้นน้ำ
เข้าใจปัญหาและตีโจทย์ให้แตก	ระบุเป้าหมายในการทำเครื่องหนังและทำจริงให้ได้	ออกแบบและนำวัสดุกลับมาใช้ได้	ไม่สร้างขยะใหม่ให้เกิดขึ้นในอนาคต

ตาราง 1 (ต่อ)

กระบวนการคิด เชิงออกแบบ	การลงมือปฏิบัติ	การสังเคราะห์ ร่วมกับแนวคิด BCG	ผลลัพธ์ที่ได้
ระดมความคิดเพื่อให้ เกิดงานที่สร้างสรรค์	ทดลองเพื่อค้นหาสูตรและ ส่วนผสมที่ลงตัวระหว่างผงเปลือก โกโก้กับยางพารา	ไม่ผสมสารเคมี	ได้แผ่นหนังสือเปลือกโกโก้ที่ เป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่นสวน ผึ้ง
สร้างต้นแบบ	นำแผ่นหนังสือที่ได้มาผลิตเป็น กระเป๋าและพวงกุญแจหนังภายใต้ ตราสินค้า ECOKOKO	เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่า และย่อยสลายได้ตาม ธรรมชาติ	ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อม
ทดสอบและปรับปรุง เพื่อให้เกิดการพัฒนา	นำผลิตภัณฑ์ไปวางจำหน่ายที่ ตลาดโอ๊ะป่อยเพื่อการตอบรับ และความคิดเห็นของผู้บริโภคหรือ ผู้ซื้อแล้วนำความคิดเห็นปรับปรุง พัฒนาต่อ	เกิดความคุ้มค่าทาง เศรษฐกิจในระดับ ชุมชน	เกิดผลิตภัณฑ์ชุมชนของ ท้องถิ่นและรายได้ให้กับ ชุมชนส่งผลให้เกิด เศรษฐกิจชุมชนยั่งยืน

สรุป จากกระบวนการคิดเชิงออกแบบทั้ง 5 ขั้นตอนดังกล่าวร่วมกับการสังเคราะห์ภายใต้แนวคิด BCG เกิดขึ้นจากการบูรณาการเปลี่ยนแปลงเปลือกโกโก้เหลือทิ้ง ซึ่งอาจเป็นขยะอินทรีย์ที่เป็นปัญหากับเกษตรกรให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ทางแฟชั่นที่เป็นรูปธรรม ทั้งนี้การออกแบบที่เกิดขึ้นได้มองข้ามข้อจำกัดต่างๆ และ อยู่บนพื้นฐานความยั่งยืนและผลกำไรทางธุรกิจที่สามารถผสมผสานได้อย่างลงตัว เน้นการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีระบบอีกทั้งเป็นการบูรณาการความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยและชุมชนท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำมาต่อยอดในงานวิจัยและเกิดการขยายผลเพื่อสร้างมาตรฐานให้กับอุตสาหกรรมเครื่องหนังของประเทศ

ข้อค้นพบ



จากการสังเคราะห์ข้อมูล และ เนื้อหา รวมถึงการบูรณาการแนวคิด ทฤษฎีเพื่อนำข้อมูลมาเสนอเป็นบทความวิชาการ ปัญหาหลักที่เกิดขึ้นในชุมชนคือการมีเปลือกโกโก้เหลือทิ้งในปริมาณมาก ซึ่งนอกจากจะไม่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจแล้ว ยังเป็นภาระและต้นทุนในการบริหารจัดการขยะอินทรีย์ ในการแก้โจทย์ปัญหาของชุมชนและสร้างแนวทางแก้ไขที่สร้างสรรค์ชุมชนนี้ได้นำตามแนวคิดเศรษฐกิจ BCG คือ การผสมผสานแนวคิดของเศรษฐกิจชีวภาพ (Bio) เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular) และ เศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยนำแนวคิดกระบวนการคิดเชิงออกแบบ 5 ขั้นตอน คือ 1. ความเข้าใจผู้ใช้หรือผู้บริโภค (Empathy) เปลี่ยนความคิด (Mindset) ของคนในชุมชนที่มองว่าเปลือกโกโก้ คือ ขยะ ให้กลายเป็นวัตถุดิบที่มีมูลค่าสูงโดยการแปรรูปให้เป็นผลิตภัณฑ์เครื่องหนังที่สามารถต่อยอดเชิงพาณิชย์ได้ 2. การวิเคราะห์และกำหนดปัญหา (Define) ระบุเป้าหมาย (Define) ว่าต้องผลิตเครื่องหนังที่ไม่เป็นขยะเหลือทิ้ง (Zero Waste) โดยนำแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) มาใช้กำหนดมาตรฐานการผลิต เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดผลิตภัณฑ์กลายเป็นขยะใหม่ในอนาคต 3. การสร้างแนวคิด (Ideate) เกิดจากการผลิตหนังชีวภาพ (Bio-Leather) โดยใช้นวัตกรรมผสมผสานเปลือกโกโก้กับยางพาราแบบไม่ใช้สารเคมีผสม ซึ่งเป็นหัวใจของเศรษฐกิจสีเขียว 4. การสร้างต้นแบบ (Prototype) เปลี่ยนแผ่นหนังดิบให้เป็นสินค้า ได้แก่ กระเป๋า, พวงกุญแจ ภายใต้แบรนด์ ECOKOKO เป็นการยกระดับสินค้าชุมชนให้มีภาพลักษณ์ระดับสากล โดยมีจุดขายที่สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่ม (High Value) และ 5. การทดสอบและปรับปรุง (Test) การใช้ตลาดชุมชน คือ ตลาดโอ๊ะป่อย และ ตลาดบัพพาโรมาเกีต (ตลาดควาย) เป็นสถานที่จำหน่ายเริ่มต้น เพื่อฟังเสียงจากผู้บริโภคหรือใช้จริง พร้อมทั้งนำไปปรับปรุงสินค้าได้ทันที สิ่งที่เกิดขึ้นถือได้ว่าเป็นเศรษฐกิจแบ่งปันอย่างแท้จริง กล่าวคือ รายได้ที่เกิดขึ้นไม่ได้กระจุกตัวอยู่แบรนด์สินค้าเท่านั้นแต่กระจายตั้งแต่คนเก็บเปลือกโกโก้สู่ร้านค้าชุมชน (ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ) และการบริหารจัดการเพื่อให้เกิดคุณภาพและประสิทธิภาพโดยใช้วงจรการบริหารงานคุณภาพ (PDCA) ของดัดเบิลยู. เอ็ดเวิร์ดส์ เดมมิง (W. Edwards Deming) เริ่มจาก 1. การวางแผน (Plan) เป็นวางแผนแบบบูรณาการโดยกำหนดเป้าหมายล่วงหน้าว่าผลิตภัณฑ์ต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้และไม่ใช้สารเคมีเพื่อลดความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมตั้งแต่ต้นทาง 2. การลงมือปฏิบัติ (Do) เริ่มผสมผสานเปลือกโกโก้กับยางพาราโดยการลองผิดลองถูกเพื่อให้ได้สูตรที่ลงตัวและมาตรฐานจนผลิตเป็นสินค้าเครื่องหนังภายใต้แบรนด์ ECOKOKO 3. การตรวจสอบ (Check) นำสินค้าไปวางจำหน่ายที่ตลาดโอ๊ะป่อย และตลาดบัพพาโรมาเกีต (ตลาดควาย) เพื่อสังเกตพฤติกรรมลูกค้าและเก็บข้อมูลคำติชมเพื่อดูว่าสิ่งที่ชุมชนคิดตรงกับที่ผู้บริโภคอยากซื้อหรือไม่ และ 4. การปรับปรุง (Act) นำความคิดเห็นจากลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวมาพัฒนาต่อยอดเพื่อให้เกิดเป็นมาตรฐานโดยชุมชนสามารถผลิตซ้ำได้จึงเกิดเป็นเศรษฐกิจหมุนเวียนที่สามารถวัดผลได้จริงเป็นการสร้างรายได้กลับสู่ชุมชน ทั้งนี้เมื่อนำ PDCA มาสังเคราะห์ร่วมกับ BCG และ Design Thinking ผลลัพธ์ที่ได้จะไม่ใช่แค่สินค้าหรือผลิตภัณฑ์เพียงเท่านั้น แต่ คือ ระบบนิเวศที่มีคุณภาพ โดยที่ผลิตภัณฑ์เครื่องหนังสามารถตอบโจทย์และแก้ปัญหาของชุมชนได้ส่งผลการมีประสิทธิภาพการผลิต และคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนไปพร้อมกัน โดยเข้ามาเป็นเครื่องมือหลักในการแก้ปัญหา ตามแผนภาพข้างต้น ข้อค้นพบที่เกิดขึ้นจากการสังเคราะห์ ได้สรุปประเด็น ดังนี้ 1. เปลือกโกโก้ที่จะกลายเป็นขยะเปลี่ยนให้เป็นวัตถุดิบหลักถือได้ว่าเป็นการสร้างมูลค่าใหม่เพื่อนำไปผลิตเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องหนังแฟชั่น ได้แก่ กระเป๋าถือและพวงกุญแจที่มีความสวยงามและทนทาน 2. คุณค่าที่

เกิดขึ้นในชุมชน ประกอบด้วย ด้านเศรษฐกิจชุมชน เป็นการสร้างรายได้กลับคืนสู่เกษตรกรและวิสาหกิจ ด้านสิ่งแวดล้อม เป็นการลดมลพิษที่เกิดจากการทับถมของเปลือกโกโก้ทำให้เกิดก๊าซมีเทน และ ด้านวัฒนธรรม เป็นการนำเสนออัตลักษณ์ใหม่ให้กับชุมชนสวนผึ้งผ่านผลิตภัณฑ์เครื่องหนังที่ใช้วัตถุดิบหลักในท้องถิ่น

สรุป

เปลือกโกโก้เหลือทิ้งในอำเภอสวนผึ้งซึ่งเป็นปัญหาในมิติสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และ สังคม การประยุกต์ใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบ กับ แนวคิดเศรษฐกิจ BCG จึงเป็นกลไกสำคัญในการเปลี่ยนของเหลือทิ้งหรือไร้ค่าให้กลายเป็นวัตถุดิบหลักในระบบเศรษฐกิจใหม่ จากการลงพื้นที่ในชุมชนทำให้เห็นว่าเกษตรกรต้องการแนวทางที่สามารถจัดการของเสียได้จริง ไม่เพิ่มภาระต้นทุน และ ช่วยสร้างรายได้ ดังนั้นจึงเกิดความร่วมมือกันระหว่างมหาวิทยาลัย และ วิสาหกิจชุมชน ทำให้เกิดข้อค้นพบจากเปลือกโกโก้ และนำไปทำการแปรรูปจนกลายเป็นแผ่นหนังชีวภาพซึ่งเป็นตัวอย่างของการเพิ่มมูลค่าที่เชื่อมโยงระหว่างเกษตรกร มหาวิทยาลัย ผู้ผลิต ผู้บริโภค ให้กลายเป็นห่วงโซ่ใหม่ที่มีความหมายต่อเศรษฐกิจท้องถิ่น

เอกสารอ้างอิง

สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดราชบุรี.(2566). แผนปฏิบัติราชการประจำปีของจังหวัดราชบุรี พ.ศ. 2568.

<https://ratchaburi.prd.go.th/>

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13.

_____. (2565). โมเดลเศรษฐกิจ BCG ของประเทศไทย. สศช.

_____. (2565). ราชกิจจานุเบกษา เผยแพร่ประกาศใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566–2570). <https://www.nesdc.go.th/the-royal-gazette-published-the-announcement-of-the-13th-national-economic-and-social-development-plan/>

Bocken, N. M. P., Miller, K., Weissbrod, I., Holgado, M., & Evans, S. (2019). Slowing and Closing the loop: A circular economy approach to reducing resource use in product design. *Journal of Industrial Ecology*, 23(2), 293–305.

Brown, T. (2008). Design thinking. *Harvard Business Review*, 86(6), 84–92.

_____. (2009). *Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation*. Harper Business.

Deming, W. E. (1986). *Out of the crisis*. Cambridge, MA: Massachusetts Institute of Technology, Center for Advanced Engineering Study

- Diefenthaler, P. S., et al. (2025). *Intention in coastal environments for agricultural usage: a review of design thinking approaches*. International Food and Agribusiness Management Review.
- Dissanayake, D. G. K., & Weerasinghe, D. U. (2021). *Development of bio-leather from agricultural waste fibers: A sustainable approach to textile innovation*. Journal of Natural Fibers, 18(10), 1508–1521.
- Geissdoerfer, M., Savaget, P., Bocken, N. M. P., & Hultink, E. J. (2017). The circular economy A new sustainability paradigm? Journal of Cleaner Production, duction. *Journal of Product Innovation Management*, 32(6), 925–938.
- Kelley, T., & Kelley, D. (2013). *Creative confidence: Unleashing the creative potential within us all*. Crown Publishing.
- Kenny, U., Regan, Á., Hearne, D., & O'Meara, C. (2021). *Empathising, defining and ideating With the farming community to develop a geotagged photo app for smart devices: A Design thinking approach*. Agricultural Systems, 194, 103248.
- Liedtka, J. (2015). *Linking design thinking with innovation outcomes through cognitive bias re*
- Loiseau, E., Saikku, L., Antikainen, R., Droste, N., Hansjürgens, B., Pitkänen, K., Thomsen, M. (2016). *Green economy and related concepts: An overview*. Journal of Cleaner Production, 139, 361–371.
- Stanford d.school. (2023). *An introduction to design thinking process guide*. Hasso Plattner Institute of Design at Stanford University. <https://dschool.stanford.edu>

การสร้างอัตลักษณ์ภูมิปัญญาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน
เชิงพาณิชย์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสมุนไพรสตรีบ้านระกาใต้
ตำบลบ้านปรือ อำเภอกะสัง จังหวัดบุรีรัมย์

Creation of community product wisdom Identity to Increase the
commercial competitiveness of Ban Ra Ka Tai Women's Herbal
Processing Group, Ban Prue Sub-district, Krasang District,
Buriram Province

จันทิราพร ศิรินนท์¹

Jantiraporn Sirinon

^{1*} สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

Management Program, Faculty of Management Science, Buriram Rajabhat University

อีเมล : jantiraporn.sr@bru.ac.th

DOI: <http://doi.org/10.14456/jhusoc.2026.3>

Received: 5 March 2026; Revised: 25 April 2026; Accepted: 27 April 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้การวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาอัตลักษณ์ภูมิปัญญาผลิตภัณฑ์ชุมชน 2) สร้างอัตลักษณ์ภูมิปัญญาผลิตภัณฑ์ชุมชน และ 3) ประเมินความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ภูมิปัญญาผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสมุนไพรสตรีบ้านระกาใต้ ตำบลบ้านปรือ อำเภอกะสัง จังหวัดบุรีรัมย์ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยกลุ่มสมาชิกวิสาหกิจชุมชนจำนวน 30 คน และกลุ่มผู้บริโภคจำนวน 132 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่แบบสอบถาม การสัมภาษณ์เจาะลึก และการสนทนากลุ่ม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ด้านอัตลักษณ์ วิสาหกิจชุมชนมีจุดเด่นด้านการแปรรูปสมุนไพรธรรมชาติ โดยเฉพาะการใช้มะเฟืองเป็นวัตถุดิบหลัก จึงนำลักษณะเด่นของใบมะเฟืองสีเขียวและผลสุกสีเหลืองทองมากำหนดเป็นอัตลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ ด้านการออกแบบตราสัญลักษณ์ยังคงโครงสร้างเดิมเพื่อรักษาการสื่อถึงผู้ก่อตั้ง แต่ปรับปรุงองค์ประกอบกราฟิกโดยใช้สีเขียวและสีเหลืองเพื่อสะท้อนถึงทรัพยากรธรรมชาติ รูปแบบตัวอักษรได้รับการออกแบบใหม่ให้มีความทันสมัยและสร้างความโดดเด่นจดจำง่าย สำหรับบรรจุภัณฑ์เลือกใช้รูปทรงกลมที่เน้นการใช้งานง่าย พกพาสะดวก และออกแบบให้รองรับการใช้งานด้วยไม้พายตักเนื้อครีมที่มีที่เก็บในตัว เพื่อสุขอนามัยและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ ด้าน

¹ Corresponding author's E-mail: jantiraporn.sr@bru.ac.th

ความพึงพอใจ ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดโดยเฉพาะในด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ภูมิปัญญาความเป็นเอกลักษณ์ของตราสัญลักษณ์ และความครบถ้วนชัดเจนของข้อมูลบนฉลาก ส่วนด้านกราฟิก การใช้สี และความเหมาะสมของขนาดบรรจุภัณฑ์อยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ อัตลักษณ์ที่พัฒนาขึ้นไม่เพียงแต่ช่วยยกระดับภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ให้มีความเป็นสากล แต่ยังเป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้างความแตกต่างเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันเชิงพาณิชย์และสร้างความยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม

คำสำคัญ : อัตลักษณ์ภูมิปัญญา, ผลิตภัณฑ์ชุมชน, ความสามารถในการแข่งขัน, วิสาหกิจชุมชน

Abstract

This mixed-methods research aimed to 1) study the identity of community product wisdom, 2) create a new identity for community product wisdom, and 3) evaluate consumer satisfaction with the packaging reflecting the community product wisdom identity of the Ban Raka Tai Women's Herbal Processing Community Enterprise Group, Ban Prue Subdistrict, Krasang District, Buriram Province. The research population consisted of 30 community enterprise members and 132 consumers. Research tools included questionnaires, in-depth interviews, and focus group discussions. Statistical analysis included percentages, means, and standard deviations. The results showed that, in terms of identity, the community enterprise excels in processing natural herbs, particularly using starfruit as a primary raw material. Therefore, the distinctive green color of starfruit leaves and the golden yellow color of ripe fruit were used to define the packaging identity. In terms of design, the logo retains its original structure to convey the founder's identity, but the graphic elements have been improved using green and yellow colors to reflect natural resources. The typography has been redesigned to be modern, distinctive, and easily memorable. For packaging, a round shape was chosen for ease of use and portability. The design incorporates a spatula with an integrated storage compartment for hygienic and safe product handling. Regarding consumer satisfaction... Consumers expressed the highest level of satisfaction with the packaging overall, particularly regarding its structure, which reflects the brand's identity, wisdom, uniqueness, and the completeness and clarity of information on the label. Graphics, color usage, and the appropriateness of the packaging size were also rated highly. Furthermore, the developed brand identity not only enhances the product's international image but also serves as a key

differentiation strategy to increase commercial competitiveness and create tangible sustainability for the community's grassroots economy.

Keywords: Community Wisdom Identity, Community Products, Competitiveness, Community Enterprise

บทนำ

ปัจจุบันธุรกิจต้องเผชิญกับการแข่งขันอย่างรุนแรงไม่ว่าจะเป็นปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง วัฒนธรรม เทคโนโลยี รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงในความต้องการของผู้บริโภคที่ไม่หยุดนิ่ง ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันเกิดขึ้นทั้งระดับโลก ระดับภายในประเทศ และระดับภูมิภาค เนื่องจากธุรกิจที่มุ่งเน้นการผลิตสินค้าที่นำเอาทรัพยากรในท้องถิ่นพร้อมก็นำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนา และสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ สร้างความเป็นเอกลักษณ์จุดเด่น และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อนำเสนอแก่ผู้บริโภค เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้กับ ชุมชน สร้างความเข้มแข็งสามารถพึ่งพาตนเองอันนำไปสู่สภาพชีวิตที่ดีของชุมชน ดังนั้นผู้ประกอบการจึงมุ่งแสวงหากลยุทธ์ทางการแข่งขันเพื่อนำมาใช้ในการแข่งขันของธุรกิจอันนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรงโดยยกระดับฐานะผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้นและสามารถแข่งขันภายในตลาดระดับสากลมากขึ้น นอกจากนั้นยังมีกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด ที่ธุรกิจต้องใช้ความพยายามตั้งใจให้ลูกค้าเกิดความชอบในสินค้าและดึงดูดความสนใจที่จะซื้อสินค้าในที่สุด (Kotler, 1997) อย่างไรก็ตาม ปัญหาสำคัญของผลิตภัณฑ์ชุมชนไทยในหลายพื้นที่ คือการมีลักษณะผลิตภัณฑ์ที่คล้ายคลึงกัน พัฒนามาจากฐานภูมิปัญญาที่ใกล้เคียงกัน ทำให้ขาดความแตกต่างเฉพาะตัว (Uniqueness) ซึ่งส่งผลกระทบต่อศักยภาพในการจำหน่าย และการแข่งขันในตลาดระดับสากล จินตนา กาญจนวิสุทธิ (2562) ได้เสนอแนะแนวทางในประเด็นปัญหาดังกล่าวไว้ว่า ควรหาอัตลักษณ์ของสินค้าเพื่อสร้างเป็น จุดขาย วิสาหกิจชุมชนที่มุ่งเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอ หากมีการสร้างอัตลักษณ์ของสินค้าเองหรือเรื่องราวในผลิตภัณฑ์หรือแหล่งผลิตก็สามารถเป็นแนวทางที่ ทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่สนใจได้มากขึ้น “อัตลักษณ์” หรือ “เอกลักษณ์” จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะขาดไม่ได้ในตัวผลิตภัณฑ์หรือสินค้า โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์หรือสินค้าชุมชนที่จะต้องหาความแตกต่างสร้างความน่าสนใจก่อให้เกิดความรู้สึกน่าค้นหาแก่ผู้บริโภคให้ได้ อันจะนำไปต่อยอดสู่การสร้างและสื่อสารแบรนด์ของผลิตภัณฑ์สินค้านั้น ๆ ให้เป็นที่สนใจแก่ผู้บริโภคอย่างมั่นคงและยั่งยืน เมธาวี จำเนียร และ อภิสรา กฤตาวาณิช (2564) ผลิตภัณฑ์ชุมชนในฐานะของที่ระลึกที่มีเอกลักษณ์จะมีบทบาทสำคัญช่วยสร้างชุมชนแหล่งท่องเที่ยวให้มีอัตลักษณ์ที่ชัดเจนมากขึ้น โดยสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวในชุมชนและซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นเอกลักษณ์นั้นกลับไป ดังนั้นจุดขายของผลิตภัณฑ์ชุมชน คือ การขายอัตลักษณ์หรือเอกลักษณ์ของชุมชนที่ถูกถ่ายทอดผ่านคุณภาพและบรรจุภัณฑ์ที่สามารถสื่อสารตัวตนได้อย่างโดดเด่น

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสมุนไพรสตรีบ้านระกาใต้ ตำบลบ้านปรือ อำเภอกะสัง จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพร เช่น เซรัม นมขมิ้น และโทนเนอร์มะเฟือง โดยใช้ส่วนผสมวัตถุดิบธรรมชาติในท้องถิ่นเป็นหลัก แม้ผลิตภัณฑ์จะได้รับการยอมรับในระดับหนึ่ง แต่ยังประสบปัญหาสำคัญด้านการตลาดและภาพลักษณ์ โดยเฉพาะบรรจุภัณฑ์ที่ยังขาดความโดดเด่น สวยงาม และขาดมาตรฐานของฉลากและตราสินค้า ที่สำคัญคือยังขาดการแสดงออกถึงเอกลักษณ์ของชุมชนที่เป็นรูปธรรมชัดเจน ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ไม่สามารถสร้างกระแสนิยมหรือความได้เปรียบทางการแข่งขันในเชิงพาณิชย์ได้อย่างเต็มที่ ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมุ่งเน้นศึกษาการสร้างอัตลักษณ์ภูมิปัญญาผลิตภัณฑ์ชุมชนผ่านการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่โดดเด่น แม้ที่ผ่านมาจะมีการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ชุมชนอย่างกว้างขวาง แต่ส่วนใหญ่ยังเน้นเพียงความสวยงามทางการออกแบบ โดยยังขาดการเชื่อมโยงเชิงลึกระหว่างทุนทางภูมิปัญญาเฉพาะถิ่น (Local Wisdom) กับอัตลักษณ์ภาพลักษณ์เชิงการค้า (Commercial Identity) โดยเฉพาะในกลุ่มสมุนไพรชุมชนในจังหวัดบุรีรัมย์ งานวิจัยนี้จึงมุ่งเติมเต็มช่องว่างดังกล่าวด้วยการประเมินผลการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่ออัตลักษณ์ที่สร้างขึ้นใหม่ เพื่อยืนยันถึงความสามารถในการแข่งขันเชิงพาณิชย์ที่จับต้องได้ ซึ่งจะเป็นแนวทางในการส่งเสริมรายได้และความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืนของชุมชนบ้านระกาใต้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ภูมิปัญญาผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสมุนไพร สตรี บ้านระกาใต้ ตำบลบ้านปรือ อำเภอกะสัง จังหวัดบุรีรัมย์
2. เพื่อสร้างอัตลักษณ์ภูมิปัญญาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเชิงพาณิชย์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสมุนไพรสตรีบ้านระกาใต้ ตำบลบ้านปรือ อำเภอกะสัง จังหวัดบุรีรัมย์
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ภูมิปัญญาผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสมุนไพรสตรีบ้านระกาใต้ ตำบลบ้านปรือ อำเภอกะสัง จังหวัดบุรีรัมย์

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) โดยใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) มีรายละเอียดการดำเนินการดังนี้

1. กลุ่มเป้าหมาย

การศึกษานี้ผู้วิจัยกำหนดหน่วยการวิเคราะห์ (Unit of analysis) และได้ดำเนินการเลือกกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจง (Purposive sampling) ได้แก่

- 1.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) คือ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสมุนไพร บ้านระกาใต้ ตำบลบ้านปรือ อำเภอกะสัง จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 30 คน ประกอบด้วย ประธานกลุ่ม คณะกรรมการ และสมาชิก เพื่อให้ข้อมูลด้านภูมิปัญญาและอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์

1.2 กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคร คือ ผู้บริโภคที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์และรับรู้ถึงอัตลักษณ์บรรจุภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน จำนวน 132 คน ซึ่งได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้ที่เข้ามาใช้บริการจริงในพื้นที่และผ่านช่องทางการจำหน่ายของชุมชน ในช่วงระยะเวลาการเก็บข้อมูล 6 เดือน (มีนาคม - สิงหาคม 2567)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) เป็นการวิจัยเชิงสำรวจเชิงลำดับ (Exploratory Sequential Design) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) การสัมภาษณ์ (Interview) 2) การสนทนากลุ่ม (Focus group) และ 3) แบบสอบถาม (Questionnaire)

การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

1. ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างอัตลักษณ์ภูมิปัญญาผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสมุนไพรสดริ้วบ้านระกาใต้ ตำบลบ้านปรือ อำเภอกะสัง จังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อหาแนวทางในการกำหนดข้อคำถามในการสร้างแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม

2. สร้างแบบสัมภาษณ์ ตามระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยศึกษาประเด็นคำถามจากวัตถุประสงค์ของการวิจัย แนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เนื้อหาคำถามสามารถปรับได้ตามลักษณะของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ โดยอาศัยวิธีการตั้งคำถามที่มีความเข้าใจง่าย

3. สร้างแบบสอบถามได้จากการทบทวนเอกสารวิชาการ แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยการทดสอบหาค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และความเชื่อถือของเครื่องมือ (Reliability) การหาค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหาตามเทคนิค Index of Item Objective Congruence : IOC โดยข้อคำถามมีค่า IOC มากกว่า 0.50 ทุกข้อ สำหรับการหาความเชื่อถือของเครื่องมือใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach, 1984) หาค่าความเชื่อมั่นได้ของแต่ละตัวแปรโดยทุกตัวแปรมีความเชื่อถือได้มากกว่า 0.80 ซึ่งแสดงว่าเครื่องมือแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือมาก สามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ศึกษาแหล่งข้อมูลทุติยภูมิโดยศึกษาแนวคิดทฤษฎี งานวิจัย และเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน

3.2 ศึกษาจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ โดยลงพื้นที่สำรวจเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีเชิงคุณภาพ มีรายละเอียดดังนี้

3.2.1 การสัมภาษณ์ (Interview) เจาะลึกประเด็นต่าง ๆ เกี่ยวกับความเป็นตัวตนที่มีลักษณะโดดเด่นของวิสาหกิจชุมชน เป็นการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) โดยใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง ประกอบด้วย ประธาน คณะกรรมการ และสมาชิก

3.2.2 การสนทนากลุ่ม (Focus Group) เป็นการระดมสมองและอภิปรายในเรื่องอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนและการสร้างอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนซึ่งผู้เข้าร่วมสนทนาจำนวน 30 คน ใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง ตามประเด็นของการศึกษา

3.3 การเก็บรวบรวมเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่เข้ามาซื้อผลิตภัณฑ์และรับรู้ถึงอัตลักษณ์บรรจุภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน จำนวน 132 คน ในช่วงระยะเวลาการเก็บข้อมูล 6 เดือน (มีนาคม - สิงหาคม 2567) โดยใช้การเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้ที่เข้ามาใช้บริการจริงในพื้นที่และช่องทางตลาดของชุมชน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความเที่ยงตรงจากผู้ใช้งานจริง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลแบบบูรณาการเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์การวิจัยที่ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยแบ่งกระบวนการวิเคราะห์ ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data Analysis) ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยใช้แนวทางการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เป็นหลัก เริ่มจากการนำข้อมูลที่ได้มาจัดกระทำอย่างเป็นระบบผ่านการตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล และจำแนกข้อมูลตามประเด็นเนื้อหาหลัก (Key Issues) ที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ภูมิปัญญาและต้นทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน บ้านระกาใต้ จากนั้นผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั้งหมดมาดำเนินการวิเคราะห์ สังเคราะห์ และนำเสนอด้วยการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) เพื่อสรุปให้เห็นถึงภาพรวมของข้อมูลนำไปสู่การกำหนดเป็น แนวทางการพัฒนา บรรจุภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของวิสาหกิจชุมชนอย่างแท้จริง

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data Analysis) สำหรับการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สรุปและแปรผลข้อมูลในรูปแบบของ ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนการใช้การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) สรุปผลข้อมูลและแปรผล (Best, 1993, p. 14) เพื่อวัดระดับความพึงพอใจ โดยมีการแปรผลข้อมูลตามเกณฑ์มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

การสร้างอัตลักษณ์ภูมิปัญญาผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสมุนไพรสดริ บ้านระกาใต้ ตำบลบ้านปรือ อำเภอกะสัง จังหวัดบุรีรัมย์ สามารถสรุปผลตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

วัตถุประสงค์การวิจัย 1) เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ภูมิปัญญาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเชิงพาณิชย์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสมุนไพรสดริบ้านระกาใต้ ตำบลบ้านปรือ อำเภอกะสัง จังหวัดบุรีรัมย์ ผลการศึกษาพบว่า จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก พบว่า ข้อมูลของบ้านระกาใต้ ปู ยา ตา

ยาย อพยพมาจากบ้านสวาย ตำบลสวาย อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ ปู่ ย่า ตายาย ได้เล่าว่าพวกท่านได้มาจับจองที่ทางตรงบ้านระกาใต้ในปัจจุบัน เพราะว่าพื้นที่โคกสูงมีลำห้วยที่ลึกอยู่ข้างหมู่บ้าน ช้าง ๆ ลำห้วยทั้งสองข้างจะมีต้นระกาที่มีหนามขึ้นเป็นจำนวนมากมีแต่ต้นใหญ่ ๆ จึงเห็นพ้องกันตั้งตรงโคกเป็นหมู่บ้านว่าระกา คำว่าได้มีมาทีหลัง เพราะตำบลบ้านปรือมีหมู่บ้านที่ชื่อว่าระกามากถึง 3 หมู่บ้าน บ้านระกาใต้อยู่ทางทิศใต้ จึงได้ชื่อว่าบ้านระกาใต้ เป็นต้นมา บ้านระกาใต้เป็นชุมชนขนาดเล็กอยู่ในเขตปกครองของตำบลบ้านปรือ อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์ มีจำนวนประชากรทั้งหมด 507 คน ทิศตะวันออกติดบ้านเพชร หมู่ที่ 3 ทิศเหนือติดบ้านสำโรง หมู่ที่ 5 ทิศใต้ติดบ้านสมบูรณ์ หมู่ที่ 13 ตำบลบ้านปรือ ทิศตะวันตกติดบ้านประดู่ หมู่ที่ 8 ตำบลสูงเนิน วัฒนธรรมและประเพณี บ้านระกาใต้มีภาษาถิ่นในการสื่อสารประจำวัน อาทิเช่น ภาษาถิ่นเขมร และไทย และยังมีการอนุรักษ์สืบสานประเพณีวัฒนธรรมหลากหลาย เช่น ประเพณีแซนโฎนตา ประเพณีเรียกขวัญข้าว ประเพณีรดน้ำดำหัวผู้สูงอายุ และประเพณีที่สำคัญต่าง ๆ ในชุมชนบ้านระกาใต้ จะมีวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรสดที่บ้านระกาใต้ที่มีชื่อเสียงในเรื่องการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางสมุนไพร ตั้งอยู่ที่บ้านเลขที่ 48/1 หมู่ 10 ตำบลบ้านปรือ อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์ โดยมีนางวัฒนา เหล่าศิลาวัฒน์ เป็นประธานและเจ้าของตำหรับสมุนไพร จุดเริ่มต้นของการทำสมุนไพรนี้เริ่มต้นมาจากการเห็นการดูแลรักษาไถ่ถอนของคุณพ่อ โดยไถ่ถอนของคุณพ่อที่ตีจนหน้าดำไปหมด และคุณพ่อได้นำผงขมิ้นผสมน้ำอุ่นมาเช็ดหน้าให้กับไถ่ถอน คุณแม่วัฒนาก็ได้สังเกตเห็นว่า 3-4 วันแรกหน้าไถ่ถอนเริ่มออกแดง และมีเซลล์ผิวใหม่ขึ้นมา พอครบ 1 สัปดาห์ หน้าของไถ่ถอนก็เริ่มขาวและกลับมาเป็นปกติ คุณแม่วัฒนาจึงมีความคิดว่าขนาดหน้าของไถ่ถอนที่ทาด้วยขมิ้นยังขาวขึ้นมาได้ใบหน้าของคนก็ต้องขาวได้เช่นกัน ประกอบกับช่วงนั้นใบหน้าของคุณแม่วัฒนามีฝ้าเต็มใบหน้า จึงได้นำขมิ้นไปตากแห้งและลองผัดลองถูกลูกลอกออกมาเป็นผงทาหน้า โดยได้ทดลองหลายครั้งจนกระทั่งออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้ได้ จึงนำไปแจกจ่ายให้กับสมาชิกในกลุ่มทดลองใช้ ผลการทดสอบปรากฏว่าได้ผลดีจึงได้ทำขายในชุมชน จากนั้นนำไปตรวจสอบมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เพื่อขึ้นทะเบียน อย. มาตรฐานผลิตภัณฑ์ โดยมีคุณพ่อซึ่งเป็นผู้ใหญ่บ้านและประธาน อสม. ในเวลานั้น ให้คำปรึกษาอย่างใกล้ชิด ในปีพ.ศ. 2541 เริ่มปรุงสมุนไพรขึ้นมา 2 ตัว คือ สมุนไพรหน้าขัดผิวเนียนใช้นวดหรือขัดใบหน้าและผิวกาย และสมุนไพรพอกหน้าผิวเนียนใช้พอกใบหน้า หลังจากนั้นมีการแปรรูปสมุนไพรตัวใหม่อีกหลายตัว เช่น สบู่เหลวสมุนไพรจากมะขาม มะรุ้ม มะละกอ สมุนไพรแก้สรีรวิทยา นมขมิ้น วานหอมโลชั่น ลูกประคบสมุนไพร อบไอน้ำ (ชีวจิต) เซรั่มนมขมิ้น และครีมสมุนไพรโบราณ เป็นต้น ในระยะ 2 ปีแรกจะผลิตและจำหน่ายส่วนตัว คุณภาพปากต่อปากจนมีชื่อเสียงไปทั่วตำบลและอำเภอ จึงมีความคิดขยายกิจการโดยการรวมกลุ่มสตรีในชุมชนมาร่วมกันได้สมาชิกแรกเข้าในปี พ.ศ. 2543 จำนวน 20 คน ปัจจุบันมีสมาชิกทั้งสิ้น 30 คน และได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานทางราชการในการประชาสัมพันธ์และการตลาด กระทั่งเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในปัจจุบัน

“...ในชุมชนของเรามีการปลูกมะเฟืองไว้ตามบ้านเรือนทั่วไป ซึ่งเรามองเห็นศักยภาพที่จะนำจุดเด่นนี้มาใช้ โดยทางกลุ่มตั้งใจที่จะนำสีเขียวสดจากใบมะเฟืองและสีเหลืองทองของผลสุกมาเป็นโทนสีหลักในการสื่อสารอัตลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้สีเหล่านี้เป็นตัวแทนของความสดใหม่จากธรรมชาติและคุณค่าของสมุนไพรในท้องถิ่น เมื่อนำองค์ประกอบเหล่านี้มาพัฒนาเป็นตราสินค้าและฉลาก จึงช่วยให้ผลิตภัณฑ์มี

เอกลักษณ์ที่โดดเด่นและทำให้ผู้บริโภคจดจำได้ทันทีว่าเป็นผลิตภัณฑ์จากกลุ่มสตรีระกาใต้ แม้มะเฟืองจะเป็นพืชที่หาได้ง่ายแต่การนำมาออกแบบให้มีเอกลักษณ์เฉพาะจะช่วยทำให้กิจกรรมของกลุ่มเราเป็นที่รู้จักต่อบุคคลภายนอกได้ชัดเจนขึ้น...” (นางวัฒนา เหล่าศิลาวัฒน์, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2566)

สภาพปัจจุบันผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสมุนไพรสตรีบ้านระกาใต้ มีการใช้บรรจุภัณฑ์และฉลากที่ไม่มีจุดเด่น ไม่ทันสมัย ไม่สามารถที่จะดึงดูดผู้บริโภคให้ซื้อสินค้า ฉลากที่ใช้ยังไม่เป็นรูปแบบเดียวกัน จุดเด่นที่วิสาหกิจชุมชนมีคือ ความสามารถในการผลิตเครื่องสำอางที่ทำมาจากสมุนไพรที่มีอยู่ในชุมชนนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ได้หลากหลาย ถือเป็นภูมิปัญญาและต้นทุนทางเศรษฐกิจที่หาเทียบได้ยาก มีศักยภาพในการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างทางเลือกในการผลิตและการจัดจำหน่ายสร้างความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภค วิสาหกิจชุมชนได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าในการตัดสินใจซื้อสินค้า ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ ฉลาก มาตรฐานผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ยอมรับตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันบรรจุภัณฑ์ที่วิสาหกิจชุมชนต้องการเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ มีความสวยงาม ทันสมัย และสิ่งที่โดดเด่น อัตลักษณ์ด้านแนวคิดการพัฒนามาจากภูมิปัญญาและประสบการณ์ในอดีตที่ใช้สมุนไพรชุมชนมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์, อัตลักษณ์ด้านประเภทผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่มาจากการแปรรูปสมุนไพรธรรมชาติ, อัตลักษณ์ด้านเทคนิควิธีการพัฒนาใช้การแปรรูปสมุนไพรธรรมชาติด้วยวิธีการหมัก ต้ม ขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์นั้น ๆ, อัตลักษณ์ด้านบุคลิกภาพ เป็นการจัดทำผลิตภัณฑ์ที่สื่อถึงความเป็นมิตรกับธรรมชาติ, อัตลักษณ์ด้านรูปลักษณ์ เป็นการจัดทำผลิตภัณฑ์ให้มีรูปลักษณ์ที่มีสี กลิ่นของผลิตภัณฑ์ที่เป็นธรรมชาติ และอัตลักษณ์ด้านคุณสมบัติประโยชน์ผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ให้สรรพคุณช่วยในเรื่องผิวหน้าและผิวกายให้ดูสดชื่น ชุ่มชื้น ซึ่งการพัฒนาเป็นการนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นซึ่งเป็นแนวคิดหรือองค์ความรู้เดิมมาพัฒนาต่อยอดให้เกิดเป็นชิ้นงานหรือผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ หรือนำเทคนิคหรือวิธีการกระบวนการต่าง ๆ มาใช้ในขั้นตอนของการสร้างผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างเช่น การใช้ผลไม้ธรรมชาติเข้ามาใช้กับตัวผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์และความโดดเด่นของตัวผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ยังสามารถที่จะใส่เรื่องราวของตัวผลิตภัณฑ์เข้าไปได้ด้วยเนื่องจากว่าผลิตภัณฑ์ที่มีที่มาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นมีวิธีการมีวิถีชีวิตการดำเนินชีวิตหรือบริบทของพื้นที่ก็สามารถนำมาเป็นเรื่องราวในการเพิ่มมูลค่าหรือสร้างเป็นสิ่งที่น่าสนใจให้กับผู้บริโภคเป็นวิธีการนำเสนอตัวผลิตภัณฑ์อีกรูปแบบหนึ่งที่สร้างความน่าสนใจ ด้านอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของวิสาหกิจชุมชนซึ่งเป็นวิสาหกิจชุมชนที่มีชื่อเสียงด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรธรรมชาติจากการระดมความคิดร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรบ้านระกาใต้ พบว่า ทางกลุ่มฯ ต้องการนำอัตลักษณ์ของผลไม้มะเฟืองที่มีใบสีเขียว สีเหลืองทองของผลมะเฟืองสุกมาเป็นอัตลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการระดมความคิดเห็นร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้างต้น ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์และสังเคราะห์เป็นมิติอัตลักษณ์เพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ดังตาราง 1

ตาราง 1

สรุปผลการวิเคราะห์อัตลักษณ์ภูมิปัญญาผลิตภัณฑ์ชุมชนและการประยุกต์สู่การออกแบบบรรจุภัณฑ์ของ
วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสมุนไพรสตรีบ้านระกาใต้

อัตลักษณ์	รายละเอียดจากภูมิปัญญา และผลการศึกษา	องค์ประกอบ การออกแบบบรรจุภัณฑ์
ด้านแนวคิด	การนำภูมิปัญญาและประสบการณ์ในอดีตมา แปรรูปสมุนไพรชุมชน	การสร้าง Storytelling โดยการใส่ เรื่องราวของแบรนด์บนบรรจุภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างความน่าสนใจ
ด้านผลิตภัณฑ์	เครื่องสำอางที่ทำมาจากสมุนไพรธรรมชาติ	การจัดวางข้อความบ่งบอกประเภท สินค้าที่ชัดเจน และการขอมาตรฐาน อย. เพื่อความน่าเชื่อถือ
ด้านเทคนิควิธี	กระบวนการผลิตแบบดั้งเดิม เช่น การหมัก การต้ม และการตากแห้ง	การใช้สัญลักษณ์ที่สื่อกระบวนการ ธรรมชาติ
ด้านบุคลิกภาพ	ความเป็นมิตรกับธรรมชาติ และความตั้งใจ ของวิสาหกิจชุมชน	ออกแบบให้ดูสะอาดตา ทันสมัยแต่ ยังคงกลิ่นอายของความเป็นธรรมชาติ
ด้านรูปลักษณ์	อัตลักษณ์ของมะเฟืองใบสีเขียวสด ผลสุก สีเหลืองทอง และรูปลักษณ์ที่ดูเป็นธรรมชาติ	เน้นใช้กราฟิกที่ไม่ซับซ้อน สื่อถึง ความเป็นธรรมชาติ เช่น สี ใช้โทน สีเขียวสดและสีเหลืองทอง เป็นสีหลัก
ด้านคุณสมบัติ	สรรพคุณช่วยลดความหมองคล้ำ ทำให้ผิว กระจ่างใสขึ้น และช่วยลดจุดด่างดำหรือรอย สิวให้ดูจางลง ทำให้ผิวนุ่ม	เลือกรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่รักษา คุณภาพสมุนไพรได้ดี ใช้งานง่าย และดูทันสมัยดึงดูดใจ

วัตถุประสงค์การวิจัย 2) เพื่อสร้างอัตลักษณ์ภูมิปัญญาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถใน
การแข่งขันเชิงพาณิชย์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสมุนไพรสตรีบ้านระกาใต้ ตำบลบ้านปรือ อำเภอกะสัง
จังหวัดบุรีรัมย์ ใช้การจัดเวทีระดมสมองในการสร้างอัตลักษณ์ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นเพื่อเพิ่มขีด
ความสามารถในการแข่งขันเชิงพาณิชย์ โดยใช้กระบวนการสร้างอัตลักษณ์จากการศึกษาข้อมูลอัตลักษณ์
ผลิตภัณฑ์ชุมชนได้สมุนไพรที่นำมาแปรรูปเป็นเครื่องสำอางและบรรจุภัณฑ์ที่เป็นความต้องการของวิสาหกิจ
ชุมชน ผลการวิจัยพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์สลีปปิ้งมาส์กมะเฟืองและได้สร้างอัตลักษณ์บนบรรจุ
ภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นของบรรจุภัณฑ์ใหม่ ประกอบด้วย

1. ตราสัญลักษณ์เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้เกิดอัตลักษณ์ มีตราสัญลักษณ์ติดอยู่ด้านหน้าอย่าง
ชัดเจน ไม่เพียงเป็นส่วนที่ทำให้คนจดจำชื่อผลิตภัณฑ์ได้เพียงเท่านั้น ด้านการออกแบบตราสัญลักษณ์สำหรับ
ผลิตภัณฑ์ชุมชน ปรากฏว่าวิสาหกิจชุมชนยังคงใช้ตราสัญลักษณ์เดิมเนื่องจากการสื่อสารถึงชื่อผู้ก่อตั้ง

วิสาหกิจชุมชน และสัญลักษณ์ใบไม้สีเขียวบ่งบอกถึงความเป็นธรรมชาติที่ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดที่ดำเนินการผลิตนั้นมาจากสมุนไพรธรรมชาติ

2. สีอัตลักษณ์ แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ เนื่องจากเป็นองค์ประกอบที่สามารถรับรู้และระลึกถึงได้โดยไม่มีความซับซ้อน สีของบรรจุภัณฑ์พิจารณาจากตัวผลิตภัณฑ์มะเฟืองแปรรูป ได้แก่ สีเหลือง และสีเขียว เป็นสีที่สะท้อนความเป็นธรรมชาติของทรัพยากรที่นำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้มาจากมะเฟือง จึงได้พัฒนาแบบและใช้รูปลักษณะมะเฟืองเพื่อสื่อสารถึงบุคลิกของผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นธรรมชาติ

3. ภาพอัตลักษณ์ ใช้ประกอบการสื่อสารภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน ออกแบบและพัฒนาขึ้นจากภาพที่เป็นวัตถุดิบธรรมชาติที่นำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้มาจากมะเฟือง

4. ตัวพิมพ์หรือรูปแบบอักษร ใช้สื่อสารอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ เพราะตัวพิมพ์ปรากฏอยู่ในสื่อเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ถูกนำเสนอต่อผู้บริโภค รูปแบบตัวอักษรได้รับการออกแบบขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับความทันสมัยและมีมิติที่โดดเด่นเหมาะสมกับบุคลิกของผลิตภัณฑ์

5. บรรจุภัณฑ์เป็นรูปทรงกลมให้ง่ายต่อการจัดวางซ้อนทับกันทำให้ไม่เปลืองพื้นที่ต่อการจัดวางสินค้าสำหรับการจัดจำหน่าย และสื่อถึงการใช้งานที่ง่าย พกพาสะดวก ป้องกันตัวสินค้าให้มีความปลอดภัย และมีไม้น้ำสำหรับดักเนื้อครีมเพื่อใช้ทาบนใบหน้าได้อย่างสะดวก พร้อมทั้งมีที่เก็บในตัวของกระปุก

ภาพ 1

บรรจุภัณฑ์ที่แสดงถึงความเป็นอัตลักษณ์



วัตถุประสงค์การวิจัย 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ภูมิปัญญาผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสมุนไพรสตรีบ้านระกาใต้ ตำบลบ้านปรือ อำเภอกะสัง จังหวัดบุรีรัมย์ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 129 คน (ร้อยละ 97.73) ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 86 คน (ร้อยละ 65.15) มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 115 คน (ร้อยละ 87.12) ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 84 คน (ร้อยละ 63.64) และมีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 5,001 – 15,000 บาท จำนวน 96 คน (ร้อยละ 72.73)

ตาราง 2

ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์อัตลักษณ์ภูมิปัญญาผลิตภัณฑ์ชุมชน

รายการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์			
1. บรรจุภัณฑ์ที่มีรูปทรงที่แข็งแรงทนทานพกพาได้สะดวกและมีความสวยงามทันสมัย	3.94	0.84	มาก
2. บรรจุภัณฑ์สามารถเก็บรักษาสภาพผลิตภัณฑ์ได้ดี	3.76	0.82	มาก
3. บรรจุภัณฑ์บ่งบอกถึงความเป็นอัตลักษณ์ภูมิปัญญาผลิตภัณฑ์ชุมชน	4.34	0.78	มากที่สุด
รวม	4.01	0.81	มาก
ด้านกราฟิกบรรจุภัณฑ์			
1. สีบนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมและสื่อถึงสินค้าได้ดี	3.99	0.43	มาก
2. ภาพประกอบง่ายต่อการจำ	3.77	0.91	มาก
3. สีบรรจุภัณฑ์สวยงาม สะดุดตา	3.92	0.62	มาก
รวม	3.89	0.65	มาก
ด้านตราสัญลักษณ์			
1. ตราสัญลักษณ์มีความโดดเด่น สามารถจดจำได้ง่าย	3.93	0.69	มาก
2. ตราสัญลักษณ์มีความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน	4.21	0.86	มากที่สุด
3. ตราสัญลักษณ์สามารถบอกถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์	4.10	0.62	มาก
รวม	4.08	0.72	มาก
ด้านการแสดงข้อมูลบนฉลาก			
1. ระบุชื่อผลิตภัณฑ์ชัดเจน เข้าใจง่าย	4.00	0.60	มาก
2. ตัวอักษรและขนาดอ่านง่าย มองเห็นชัดเจน	3.83	0.85	มาก
3. ข้อมูลรายละเอียดผลิตภัณฑ์ครบถ้วนถูกต้อง	4.32	0.82	มากที่สุด
รวม	4.05	0.76	มาก

ตาราง 2 (ต่อ)

รายการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านปริมาตรหรือปริมาณ			
1. ปริมาตรสุทธิของบรรจุภัณฑ์	3.90	0.77	มาก
2. ความเหมาะสมของขนาดบรรจุภัณฑ์	3.95	0.74	มาก
3. ราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมตามขนาดของบรรจุภัณฑ์	3.86	0.68	มาก
รวม	3.90	0.73	มาก
รวมทุกด้าน	3.99	0.73	มาก

จากการวิเคราะห์ข้อมูลในตาราง 2 พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์อัตลักษณ์ภูมิปัญญาผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสมุนไพรสดรีบ้านระกาใต้ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก $\bar{X} = 3.99$ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ด้านตราสัญลักษณ์ $\bar{X} = 4.08$ รองลงมาคือ ด้านการแสดงข้อมูลบนฉลาก $\bar{X} = 4.05$ และด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ $\bar{X} = 4.01$ ตามลำดับ

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่องการสร้างอัตลักษณ์ภูมิปัญญาผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสมุนไพรสดรีบ้านระกาใต้ ตำบลบ้านปรือ อำเภอกะสัง จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า

1. สภาพปัจจุบันผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสมุนไพรสดรีบ้านระกาใต้ มีการใช้บรรจุภัณฑ์และฉลากที่ไม่มีจุดเด่น ไม่ทันสมัย ไม่สามารถที่จะดึงดูดผู้บริโภคให้ซื้อสินค้า ฉลากที่ใช้ยังไม่เป็นรูปแบบเดียวกัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคสามารถอภิปรายในมิติการออกแบบบรรจุภัณฑ์กับการรับรู้ของผู้บริโภคได้ว่า บรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางสำคัญในการสร้างสัมผัสแรก (First Impression) หากบรรจุภัณฑ์ขาดเอกลักษณ์จะเกิดช่องว่างในการสื่อสารระหว่างคุณค่าของภูมิปัญญาชุมชนกับความคาดหวังของลูกค้า การปรับปรุงบรรจุภัณฑ์จึงเป็นการสร้างการรับรู้ในคุณค่า (Perceived Value) เพื่อยกระดับภาพลักษณ์จากสินค้าในครัวเรือนสู่ระดับพาณิชย์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kiguchi (2017) ศึกษาการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูปสับปะรด นางแล : กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสับปะรด และสมุนไพรขางคำ ตำบลนางแล อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย การออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเกรียบสับปะรด บรรจุภัณฑ์สับปะรดผสมขิงกวน และบรรจุภัณฑ์ ขิงผง โดยใช้แนวคิดจากสับปะรด ผู้ออกแบบได้คลี่คลายรูปร่างและรูปทรงของผลสับปะรดเพื่อใช้เป็นรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์ รวมถึงการใช้สีของสับปะรดมาออกแบบเป็นลวดลายกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ข้าวเกรียบสับปะรดและบรรจุภัณฑ์สับปะรดผสมขิงกวน ส่วนบรรจุภัณฑ์ขิงผง

ใช้สีของขิงและนำส่วนประกอบต่าง ๆ ของต้นขิงมาออกแบบเป็นลวดลายกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ การออกแบบสัญลักษณ์ใช้รูปร่าง สับปะรดและไผ่ขาง เพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์

2. สร้างอัตลักษณ์ภูมิปัญญาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเชิงพาณิชย์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสมุนไพรสตรีบ้านระกาใต้ ตำบลบ้านปรือ อำเภอกะสัง จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า ตราสัญลักษณ์ชุมชนยังคงใช้ตราสัญลักษณ์เดิมเนื่องจากการสื่อสารถึงชื่อผู้ก่อตั้งวิสาหกิจชุมชน และสัญลักษณ์ใบไม้สีเขียวบ่งบอกถึงความเป็นธรรมชาติที่ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดที่ดำเนินการผลิตนั้นมาจากสมุนไพรธรรมชาติ สีอัตลักษณ์ สีของบรรจุภัณฑ์พิจารณาจากตัวผลิตภัณฑ์มะเฟืองแปรรูป ได้แก่ สีเหลือง และสีเขียว เป็นสีที่สะท้อนความเป็นธรรมชาติของทรัพยากรที่นำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้มาจากมะเฟือง จึงได้พัฒนาแบบและใช้รูปลักษณะมะเฟืองเพื่อสื่อสารถึงบุคลิกของผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นธรรมชาติ ภาพอัตลักษณ์ออกแบบและพัฒนาขึ้นจากภาพที่เป็นวัตถุดิบธรรมชาติที่นำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้มาจากมะเฟือง ตัวพิมพ์หรือรูปแบบอักษรออกแบบขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับความทันสมัยและมีมิติที่โดดเด่นเหมาะสมกับบุคลิกของผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์เป็นรูปทรงกลมให้ง่ายต่อการจัดวางซ้อนทับกันทำให้ไม่เปลือง พื้นที่ต่อการจัดวางสินค้าสำหรับการจัดจำหน่าย และสื่อถึงการใช้งานที่ง่าย พกพาสะดวก ป้องกันตัวสินค้าให้มีความปลอดภัย และมีไม้พายสำหรับตักเนื้อครีมเพื่อใช้ทาบนใบหน้าได้อย่างสะดวก พร้อมทั้งมีที่เก็บในตัวของกระปุก สามารถอธิบายในมิติอัตลักษณ์และทุนวัฒนธรรมได้ว่าการนำพืชท้องถิ่นอย่างมะเฟืองมาเป็นต้นแบบการออกแบบ ไม่ใช่เพียงการใช้รูปทรงทางกายภาพ แต่เป็นการดึงเอาทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital) มาแปรรูปเป็นทรัพย์สินทางปัญญา การใช้สัญลักษณ์ใบไม้และรูปลักษณะมะเฟืองเป็นการสร้างความผูกพันเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Connection) ที่สื่อถึงความซื่อสัตย์ในตำรับสมุนไพรและความบริสุทธิ์จากธรรมชาติ สอดคล้องกับงานวิจัยนฤจิต แสนปากดี และคณะ (2565) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่ม กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองด้วยอัตลักษณ์ชาวผู้ไทบ้านกุดหว้า จังหวัดกาฬสินธุ์ ผลการวิจัยพบว่า 1) สมาชิกกลุ่มสามารถนำวัสดุธรรมชาติในท้องถิ่นมาเย็บและทอผ้าพื้นเมืองได้หลายสีโดยไม่ต้องพึ่งสีเคมี 2) มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์แบบใหม่จากผ้าทอพื้นเมืองด้วยสีธรรมชาติ เป็นผลิตภัณฑ์แชนเมตมีการออกแบบลายปักมือลงบนผลิตภัณฑ์โดยใช้ด้ายปักที่ย้อมด้วยสีธรรมชาติ ลวดลายที่ปักออกแบบเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่นของชาวผู้ไทบ้านกุดหว้า นอกจากนั้นยังพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์และลวดลายของกลุ่มเพื่อการจดจำและนำไปสู่การจดอนุสิทธิบัตรของตราสินค้าภายใต้แบรนด์สินค้าใหม่ชื่อ Goodwaa สามารถนำมาใช้ในเชิงพาณิชย์ต่อไป 3) มีการส่งเสริมการจำหน่ายในตลาดออนไลน์ ทำให้กลุ่มพัฒนาอาชีพสตรีบ้านกุดหว้ามียอดขายเพิ่มขึ้นก่อให้เกิดอาชีพและรายได้เสริมจากเดิมคิดเป็นร้อยละ 100 อีกทั้งยังเป็นต้นแบบการพัฒนาให้กับกลุ่มอาชีพอื่น ๆ ต่อไปได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของเจนยุทธ ศรีธีรบุญ (2560) ศึกษาการออกแบบอัตลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมสมุนไพรไทย บ้านนาชุม จังหวัดพิษณุโลก พบว่าการออกแบบบรรจุภัณฑ์แชมพูและครีมนวดผมสมุนไพรเพื่อจัดจำหน่ายที่เหมาะสม โดยการดำเนินการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โครงสร้างเป็นขวดพลาสติกใส ทำจากวัสดุพอลิเอทิลีน เทเรฟทาเลต ฝาปิดเป็นแบบหัวปั๊ม ขนาดบรรจุ 250 มิลลิลิตร แนวคิดในการออกแบบลวดลายกราฟิกได้มา

จากผ้าทอลายดอกป๊อบ ซึ่งเป็นผ้าทอพื้นเมืองจังหวัดพิษณุโลก โดยนำลวดลายนี้มาออกแบบใหม่ให้เป็นพื้นหลังของฉลาก และใช้ดอกป๊อบซึ่งเป็นดอกไม้ของต้นไม้ประจำจังหวัดพิษณุโลกมาผสมผสานกับภาพประกอบที่แสดงถึงส่วนผสมหลักของสมุนไพรที่อยู่ในแชมพูและครีมนวดผม โดยออกแบบให้ดูทันสมัย และบ่งบอกความเป็นตัวตนของจังหวัดพิษณุโลก

3. ประเมินความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ภูมิปัญญาผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสมุนไพรสบู่บ้านระกาใต้ ตำบลบ้านปรือ อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์ ผลการวิจัยพบว่า ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์บ่งบอกถึงความเป็นอัตลักษณ์ภูมิปัญญาผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านกราฟิกบรรจุภัณฑ์ สีสันบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมและสื่อถึงสินค้าได้ดี ด้านตราสัญลักษณ์ มีความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ด้านการแสดงข้อมูลบนฉลาก ข้อมูล รายละเอียดผลิตภัณฑ์ครบถ้วนถูกต้อง และด้านปริมาตรหรือปริมาณ ความเหมาะสมของขนาดบรรจุภัณฑ์ สามารถอธิบายในมิติผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันทางการตลาดได้ว่าการผสมภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ากับฟังก์ชันการใช้งานที่ทันสมัย เป็นการสร้างจุดขายที่แตกต่าง (Unique Selling Point) ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน ทำให้วิสาหกิจชุมชนสามารถขยายฐานลูกค้าจากคนในพื้นที่สู่ตลาดที่กว้างขึ้นได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของบุญส่ง อุดมกิจโกศล (2561) ได้ทำการวิจัยสร้างสรรค์เรื่องการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ “บ้านแล้” ชุมชนบางกระดีเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร ใช้แนวคิดในการออกแบบ คือ 1) ตราสินค้า (branding) ด้วยชื่อแบรนด์ “บ้านแล้” หมายถึง บ้านที่เป็นแหล่งเรียนรู้การทำแล้ ผลิตและจำหน่ายแล้ในชุมชนบางกระดี เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร โดยออกแบบตราสัญลักษณ์ให้มีลักษณะเป็นแบบผสมผสาน (combination) เป็นการออกแบบที่ใช้ทั้งตัวอักษรและกราฟิกมาประยุกต์เข้าด้วยกัน มีแนวคิดและได้รับแรงบันดาลใจในการออกแบบมาจากบ้านมอญโบราณ ด้วยการนำจั่วบ้านมอญโบราณ มาลดทอนรูปแบบให้ดูจดจำง่าย สื่อความหมายถึงคำว่า “บ้าน” ร่วมกับการใช้รูปแบบอักษรชื่อ BoonHome (บุญโฮม) ที่มีลักษณะแสดงถึงความเป็นไทย มอญ เพื่อเน้นถึงตราสินค้าให้ผู้บริโภคเกิดการจดจำและเข้าใจ ใช้สัญลักษณ์ “แล้” แทนตัวสระ-แ ในการออกแบบสีที่ใช้ในการออกแบบคือ สีแดง ได้จากการวิเคราะห์สีอัตลักษณ์ชุมชนบางกระดี และเป็นสีประจำชาติของชาติพันธุ์มอญ 2) บรรจุภัณฑ์ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ฉลากสินค้า (label) และป้ายสินค้า (hang tag) ออกแบบและจัดวางองค์ประกอบตามหลักการออกแบบร่วมกับการเพิ่มลวดลาย (icon pattern) ซึ่งได้จากการนำส่วนต่าง ๆ ของต้นจาก ได้แก่ แส้ตบจากลูกจากมาจัดวางให้เกิดลวดลายช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้กับบรรจุภัณฑ์ ซึ่งใช้ความมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว (originality) ภูมิปัญญาท้องถิ่น (local wisdom) และศิลปวัฒนธรรม (art & culture) เป็นจุดขายที่แตกต่าง (unique selling point) นำไปสู่การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ผู้สร้างสรรค์ได้มีการศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง รวมถึงกลุ่มเป้าหมายเพื่อนำมาวิเคราะห์ในการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ “บ้านแล้” ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ โดยอาศัยทฤษฎีทางการออกแบบและหลักการสร้างแบรนด์ โดยองค์ประกอบที่ทำให้เกิดอัตลักษณ์ ผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย ตราสินค้า (logo) สี (color) ภาพ (imagery) ตัวอักษร (typography)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 วิสาหกิจชุมชนสามารถที่จะนำรูปแบบการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ไปใช้เป็นแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น ๆ ทำให้เกิดศักยภาพทางการแข่งขันในการสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์โดยมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่แปลกใหม่ มีความโดดเด่น ออกแบบลวดลายให้มีความหลากหลาย ยกย่องสินค้าให้ได้มาตรฐาน มีความเป็นอัตลักษณ์จากการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ส่งมอบให้ทันเวลาที่ลูกค้าต้องการ และรับฟังข้อเสนอแนะเพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค

1.2 วิสาหกิจชุมชนนำผลวิจัยเกี่ยวกับการสร้างอัตลักษณ์ภูมิปัญญาผลิตภัณฑ์ชุมชนมาใช้ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัยสอดคล้องกับเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาติดตามและประเมินผลการสร้างอัตลักษณ์ภูมิปัญญาผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสมุนไพรสตรีบ้านระกาใต้ ตำบลบ้านปรือ อำเภอกะสัง จังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อที่จะได้ทราบประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนใช้เป็นแนวทางให้กับวิสาหกิจชุมชนรายอื่นได้นำไปพัฒนาสู่ความสำเร็จในธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

2.2 ควรมีการศึกษาอิทธิพลของการสร้างอัตลักษณ์ภูมิปัญญาผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนเพื่อทำให้เกิดประสิทธิภาพและศักยภาพทางการแข่งขัน

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดีด้วยความกรุณาและการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ และสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ที่ได้มอบทุนสนับสนุนการวิจัยประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 รวมทั้งวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรสตรีบ้านระกาใต้ ตำบลบ้านปรือ อำเภอกะสัง จังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งให้ข้อมูลและให้ความร่วมมืออย่างดียิ่ง ผู้วิจัยสำนึกในพระคุณและความเมตตาของทุกหน่วยงานและทุกท่านมา ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

- จินตนา กาญจนวิสุทธิ. (2562). *เส้นทางวิสาหกิจชุมชน เพื่อการพัฒนาอาชีพและการพึ่งตนเอง* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: มินิ เซอร์วิส ซัพพลาย.
- เจนยุทธ์ ศรีหิรัญ. (2560). การออกแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยแผ่นทอดกรอบสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อการส่งออกสู่สาธารณรัฐประชาชนจีน. *วารสารวิชาการศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์: มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 8(2), 132-142.

นฤชิต แสนปากดี, ยุทธพงษ์ เชื้อนแก้ว, เกริกไกร นรภาร, ธวัชชัย เคหะบาล, และพงศกร ชาวเชียงใหม่.

(2565). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่ม: กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองด้วยอัตลักษณ์ชาวผู้ไทบ้านกุดหว้า จังหวัดกาฬสินธุ์. *วารสารวิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย*, 21(1), 38-43.

บุญส่ง อุดมกิจโกศล. (2561). *การออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ “บ้านแล้” ชุมชนบางกระดี่ เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.

เมธาวี จำเนียร และอภิสร่า กฤตาวาณิชย์. (2564). อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การสร้างและสื่อสารแบรนด์กรณีศึกษา การแสดงรำโทนนกพิทิต, *วารสารราชพฤกษ์*, 19(2), 1-12.

Best, J. W. (1993). *Research in education* (4th ed). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Cronbach, L. J. (1984). *Essential of psychological testing* (4th ed.). Harper & Row.

Kiguchi, M. (2017). Packaging design for pineapple processing products: A case study of pineapple and pineapple processing enterprises, Chiang Mai. *Proceedings of the 13th Naresuan Research Conference: Research and Innovation Economic and Social Propulsion, Phitsanulok: Naresuan University*, pp. 1731 – 1740.

Kotler, P. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implement, and Control*. (9th ed.). New Jersey: Prentice-Hall, Inc.

อิทธิพลของความฉลาดทางวัฒนธรรม และวัฒนธรรมองค์การ
ต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงานสัญชาติไทยในองค์กรข้ามชาติ:
กรณีศึกษา บริษัทเดลต้าอิเล็กทรอนิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

The Influence of Cultural Intelligence (CQ) and Organizational Culture on
Organizational Commitment Among Thai Employees in Multinational
Corporations (MNCs): A Case Study of Delta Electronics (Thailand) Public
Company Limited

อภิญญา สามารถกุล¹ / ฐิติมา ไชยะกุล²
Apinya Samartkul / Thitima Chaiyakul

¹* คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Faculty of Management Sciences, Kasetsart University

อีเมล : missapinya16@gmail.com

² คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Faculty of Management Sciences, Kasetsart University

อีเมล : thitima.c@ku.th

DOI: <http://doi.org/10.14456/jhusoc.2026.4>

Received: 3 April 2026 ; Revised: 24 April 2026 ; Accepted: 27 April 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาอิทธิพลของความฉลาดทางวัฒนธรรมและวัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงานสัญชาติไทยในองค์กรข้ามชาติ กรณีศึกษาบริษัทเดลต้าอิเล็กทรอนิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) 2) เพื่อศึกษาบทบาทของวัฒนธรรมองค์การในฐานะตัวแปรกำกับความสัมพันธ์ระหว่างความฉลาดทางวัฒนธรรมและความผูกพันต่อองค์การของพนักงานสัญชาติไทยในองค์กรข้ามชาติ กรณีศึกษาบริษัท เดลต้าอิเล็กทรอนิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ประชากรเป็นพนักงานสัญชาติไทยที่ปฏิบัติงานในบริษัทเดลต้าอิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน โดยใช้รูปแบบการสุ่มแบบสะดวก เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ สถิติที่ใช้คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงลำดับขั้น โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ผลการวิจัยพบว่า 1) ความฉลาดทางวัฒนธรรมและวัฒนธรรมองค์การมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงานสัญชาติไทยในองค์กรข้ามชาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 2) วัฒนธรรมองค์การมีบทบาทเป็นตัวแปรกำกับความสัมพันธ์ระหว่างความ

¹ Corresponding* author E-mail: missapinya16@gmail.com

ฉลาดทางวัฒนธรรมและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานสัญชาติไทยในองค์กรข้ามชาติ โดยผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า ทั้งความฉลาดทางวัฒนธรรมซึ่งเป็นปัจจัยระดับบุคคล และวัฒนธรรมองค์กรซึ่งเป็นปัจจัยเชิงค่านิยมระดับองค์กร ต่างมีบทบาทสำคัญต่อการเสริมสร้างความผูกพันต่อองค์กร โดยเฉพาะในบริบทขององค์กรข้ามชาติที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ทั้งนี้ วัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมมีแนวโน้มช่วยเพิ่มระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานให้สูงขึ้นตามไปด้วย

คำสำคัญ : ความฉลาดทางวัฒนธรรม, วัฒนธรรมองค์กร, ความผูกพันต่อองค์กร, องค์กรข้ามชาติ

Abstract

This research aims to: (1) examine the influence of cultural intelligence and organizational culture on organizational commitment among Thai employees in multinational corporations, using Delta Electronics (Thailand) Public Company Limited as a case study; and (2) investigate the role of organizational culture as a moderating variable in the relationship between cultural intelligence and organizational commitment among Thai employees in multinational corporations, specifically in the case of Delta Electronics (Thailand) Public Company Limited. The population consisted of Thai employees working at Delta Electronics. A sample of 385 respondents was selected using convenience sampling. The research instrument was a questionnaire. This study employed a quantitative research approach. The statistical methods used included frequency, percentage, mean, standard deviation, multiple regression analysis, and hierarchical regression analysis, with the level of statistical significance set at .01. The results revealed that: (1) cultural intelligence and organizational culture had a statistically significant positive influence on organizational commitment among Thai employees in multinational organizations at the .001 significance level; and (2) organizational culture played a moderating role in the relationship between cultural intelligence and organizational commitment among Thai employees in multinational organizations. The findings indicate that both cultural intelligence, as an individual-level factor, and organizational culture, as a value-based organizational factor, play important roles in enhancing organizational commitment, particularly in multinational contexts characterized by cultural diversity. Moreover, a participative organizational culture tends to enhance employee commitment within multinational organizations.

Keywords: Cultural Intelligence (CQ), Organizational Culture, Organizational, Commitment and Multinational Corporations (MNCs)

บทนำ

ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตที่สำคัญของอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และเทคโนโลยีขั้นสูงในระดับภูมิภาค ทำให้องค์กรข้ามชาติที่ดำเนินธุรกิจในประเทศต้องบริหารจัดการบุคลากรที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะบริษัท Delta Electronics (Thailand) Public Company Limited ซึ่งมีสำนักงานใหญ่ในไต้หวันและใช้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตหลัก (Delta Annual Report, 2024) ลักษณะการทำงานขององค์กรจึงเป็นพหุวัฒนธรรมที่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารชาวไต้หวันและพนักงานชาวไทย ซึ่งสะท้อนความแตกต่างทางวัฒนธรรมที่สำคัญ โดยเฉพาะระหว่างวัฒนธรรมแบบวัฒนธรรมที่อาศัยบริบทในการสื่อสารสูง (High-context) ของไทย และลักษณะการสื่อสารที่ค่อนข้างตรงและเป็นระบบมากกว่าของไต้หวัน ความแตกต่างดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพ การสื่อสารในองค์กร และความสัมพันธ์ในการทำงาน ซึ่งมีผลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน จากรายงานประจำปี พบว่าพนักงานของบริษัทเดลต้า มีอัตราการลาออกของพนักงานในระดับสูงถึง 32.9% (ปี 2023) จึงมีความเหมาะสมในการศึกษาประเด็นด้านความผูกพันต่อองค์กร

แม้ว่างานวิจัยที่ผ่านมาจะให้ความสำคัญกับความฉลาดทางวัฒนธรรม (Cultural Intelligence: CQ) และความผูกพันต่อองค์กร แต่ยังมีข้อจำกัดในการศึกษาบริบทเฉพาะของความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารชาวไต้หวันและพนักงานชาวไทยในองค์กรข้ามชาติ ซึ่งเป็นบริบทที่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรมและโครงสร้างอำนาจที่ชัดเจน ดังนั้น การศึกษานี้จึงมุ่งเติมเต็มช่องว่างทางวิชาการ (research gap) โดยวิเคราะห์อิทธิพลของความฉลาดทางวัฒนธรรมและบริบทวัฒนธรรมองค์กรต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานชาวไทยในองค์กรข้ามชาติสัญชาติไต้หวัน เพื่อขยายความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยทางวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานในบริบทพหุวัฒนธรรม

แนวคิดความฉลาดทางวัฒนธรรมได้รับการพัฒนาโดย Earley และ Ang (2007) ซึ่งอธิบายว่าความสามารถของบุคคลในการปรับตัวและทำงานอย่างมีประสิทธิภาพในสภาพแวดล้อมที่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรมเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กรข้ามชาติ ขณะเดียวกัน วัฒนธรรมองค์กรตามแนวคิดของ Denison (1990) ซึ่งประกอบด้วยมิติด้านพันธกิจ การมีส่วนร่วม ความสอดคล้อง และความสามารถในการปรับตัว ก็มีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทางและค่านิยมของบุคลากรในองค์กร ความผูกพันต่อองค์กรตามแนวคิดของ Meyer และ Allen (1991) ประกอบด้วยองค์ประกอบด้านอารมณ์ ด้านต้นทุนที่ต้องเสีย และด้านความผูกพันตามหน้าที่ ซึ่งล้วนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจคงอยู่ในองค์กร การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความฉลาดทางวัฒนธรรม วัฒนธรรมองค์กร และความผูกพันต่อองค์กรในบริบทองค์กรข้ามชาติในประเทศไทยดังกรณีศึกษาบริษัทเดลต้าอิเล็กทรอนิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) จึงมีความสำคัญทั้งในเชิงทฤษฎีและเชิงปฏิบัติ

ในบริบทของประเทศไทย งานวิจัยของ สมชาย วงศ์วิวัฒน์ และสุดาพร พัฒนากุล (2566) พบว่า วัฒนธรรมองค์การที่ส่งเสริมการทำงานเป็นทีมร่วมกับระดับความฉลาดทางวัฒนธรรม (Cultural Intelligence: CQ) ที่สูงของพนักงาน มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กร โดยเฉพาะในมิติความผูกพันเชิงอารมณ์และความผูกพันตามหน้าที่ ในขณะเดียวกัน Shariat Nejad, Sepahvand และ Salehabadi (2025) ชี้ให้เห็นว่า เมื่อพนักงานมีระดับ CQ ต่ำร่วมกับวัฒนธรรมองค์การที่ไม่สนับสนุนการทำงานร่วมกัน จะก่อให้เกิดบรรยากาศของความไม่ไว้วางใจ ส่งผลให้ระดับความผูกพันต่อองค์กรลดลงอย่างมีนัยสำคัญ

จากหลักฐานดังกล่าว สามารถอภิปรายเชิงทฤษฎีได้ว่า ความฉลาดทางวัฒนธรรม (CQ) ซึ่งเป็นปัจจัยระดับบุคคล (individual-level factor) และวัฒนธรรมองค์การ (organizational culture) ซึ่งเป็นปัจจัยระดับสภาพแวดล้อม (contextual-level factor) ไม่ควรถูกพิจารณาแยกจากกัน เนื่องจากพฤติกรรมการทำงานในบริบทวัฒนธรรมเกิดจาก “ปฏิสัมพันธ์” ระหว่างความสามารถของบุคคลในการปรับตัวทางวัฒนธรรม กับบรรทัดฐานและค่านิยมขององค์กร กล่าวคือ CQ อาจไม่สามารถแสดงศักยภาพได้อย่างเต็มที่หากอยู่ในวัฒนธรรมองค์การที่ไม่สนับสนุนการเรียนรู้และการทำงานร่วมกัน ในทางกลับกัน วัฒนธรรมองค์การที่เข้มแข็งอาจเพิ่มประสิทธิผลของ CQ ในการสร้างความเข้าใจ ความไว้วางใจ และความผูกพันต่อองค์กร ดังนั้น การผสมผสานของสองปัจจัยนี้จึงมีศักยภาพในการอธิบายความผูกพันต่อองค์กรได้ดีกว่าการพิจารณาเพียงตัวแปรใดตัวแปรหนึ่ง

ดังนั้น การศึกษานี้จึงเสนอกรอบแนวคิดที่ว่า ความฉลาดทางวัฒนธรรม (Cultural Intelligence: CQ) ตามแนวคิดของ Ang et al. (2007) และวัฒนธรรมองค์การตามแนวคิดของ Denison (1990) มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในบริบทวัฒนธรรม พร้อมทั้งเพิ่มการทดสอบบทบาทตัวแปรกำกับวัฒนธรรมองค์การ เพื่อพิจารณาว่า ความฉลาดทางวัฒนธรรมจะส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรได้มากขึ้นหรือไม่ ภายใต้ระดับความเข้มแข็งของวัฒนธรรมองค์การที่แตกต่างกัน

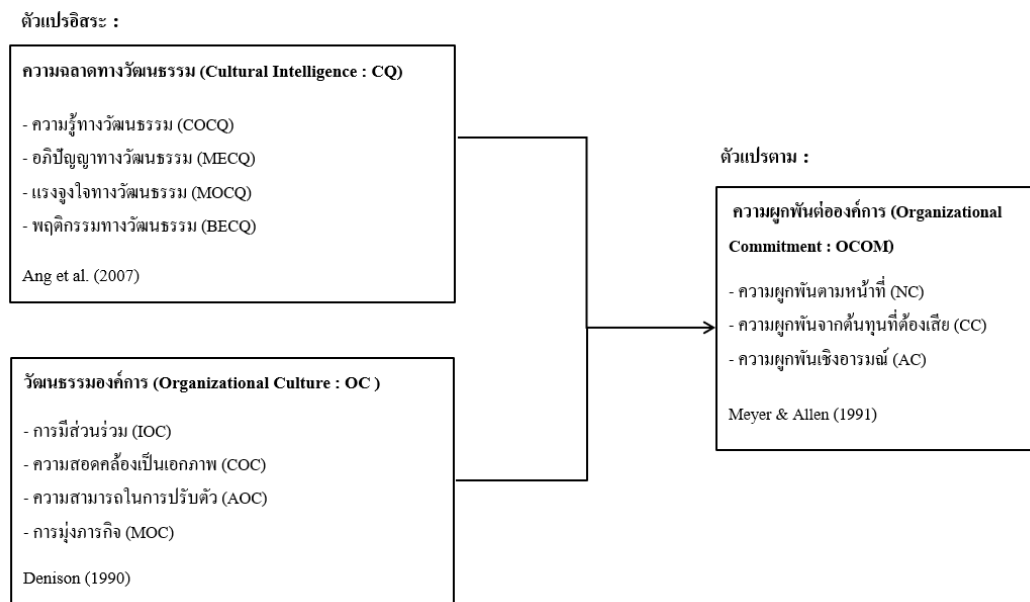
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความฉลาดทางวัฒนธรรมและวัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานสัญชาติไทยในองค์กรข้ามชาติ กรณีศึกษาบริษัทเดลต้า อิเลคโทรนิคส์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อศึกษาบทบาทของวัฒนธรรมองค์การในฐานะตัวแปรกำกับความสัมพันธ์ระหว่างความฉลาดทางวัฒนธรรมต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานสัญชาติไทยในองค์กรข้ามชาติ กรณีศึกษาบริษัทเดลต้า อิเลคโทรนิคส์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ภาพ 1

กรอบแนวคิดในการวิจัย



สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ความฉลาดทางวัฒนธรรมและวัฒนธรรมองค์การมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานสัญญาชาติไทยในองค์กรข้ามชาติ กรณีศึกษาบริษัทเดลต้า อีเลคโทรนิคส์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานที่ 2 วัฒนธรรมองค์การมีบทบาทเป็นตัวแปรกำกับต่อความสัมพันธ์ระหว่างความฉลาดทางวัฒนธรรมและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานสัญญาชาติไทยในองค์กรข้ามชาติ กรณีศึกษาบริษัทเดลต้า อีเลคโทรนิคส์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

วิธีดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบการวิจัย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้รูปแบบการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลระหว่างตัวแปร โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามในช่วงเวลาเดียว (Cross-sectional Study)

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรคือพนักงานสัญญาชาติไทยที่ปฏิบัติงานในบริษัทเดลต้า อีเลคโทรนิคส์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) รวม 28,290 คน (Delta Annual Report 2024) แต่เนื่องจากประชากรมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาและในจำนวนนี้เป็นผลรวมทั้งพนักงานชาวไทยและชาวต่างชาติซึ่งตาม

วัตถุประสงค์ต้องการศึกษาเฉพาะพนักงานสาธารณสุขไทยเท่านั้น จึงใช้สูตรไม่ทราบประชากรโดยคำนวณตามสูตรของ Cochran (1977) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert Scale) แบบสอบถามครอบคลุมตัวแปรหลัก 3 ด้าน ได้แก่ แบบสอบถามเกี่ยวกับความฉลาดทางวัฒนธรรมจำนวน 20 ข้อ แบบสอบถามเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์การจำนวน 20 ข้อ และแบบสอบถามเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์การจำนวน 15 ข้อ แบบสอบถามได้รับการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหา (IOC) เท่ากับ 0.95 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐาน 0.50 นอกจากนี้ยังได้ดำเนินการทดสอบนำร่อง (Pilot Test) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน และมีค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือวิจัยในแต่ละตัวแปรอยู่ในระดับสูง โดยความฉลาดทางวัฒนธรรมมีค่าเฉลี่ย Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.875 วัฒนธรรมองค์การเท่ากับ 0.874 และความผูกพันต่อองค์การเท่ากับ 0.874 แสดงให้เห็นว่าเครื่องมือมีความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์ดีและสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้อย่างเหมาะสม

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล ในการเก็บข้อมูลจริงผู้วิจัยสามารถเก็บแบบสอบถามได้จำนวน 402 ชุด จากการตอบแบบสอบถามผ่าน google form ที่ได้กระจายไปยังช่องทางกลุ่มไลน์ กลุ่มเฟสบุ๊ค ของพนักงาน ซึ่งมากกว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำที่คำนวณได้ และได้นำมาตัดแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ (Missing) เหลือแบบสอบถามที่สามารถใช้ได้ทั้งสิ้น 385 ชุด จึงถือว่ามีความเพียงพอและเหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

5. การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและระดับของตัวแปร โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ จากนั้นจึงทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณสำหรับสมมติฐานหลัก และใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงลำดับขั้น (Hierarchical Multiple Regression) โดยสร้างตัวแปรปฏิสัมพันธ์แบบ Mean-centered เพื่อตรวจสอบบทบาทเชิงกำกับของวัฒนธรรมองค์การต่อความสัมพันธ์ระหว่างความฉลาดทางวัฒนธรรมและความผูกพันต่อองค์การ

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ เพื่อทดสอบอิทธิพลของความฉลาดทางวัฒนธรรม และวัฒนธรรมองค์การมีต่อความผูกพันต่อองค์การ และใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงลำดับขั้น เพื่อทดสอบอิทธิพลร่วมระหว่างความฉลาดทางวัฒนธรรมกับวัฒนธรรมองค์การ ที่มีต่อความผูกพันต่อองค์การ โดยกำหนดให้ความผูกพันต่อองค์การเป็นตัวแปรตาม

ก่อนดำเนินการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์ถดถอย เพื่อประเมินความเหมาะสมของข้อมูล ผลการตรวจสอบพบว่า ค่าคลาดเคลื่อนมีการแจกแจงใกล้เคียงแบบปกติจากการพิจารณา Histogram และ Normal P-P Plot ขณะที่ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่

ความฉลาดทางวัฒนธรรม (CQ) และวัฒนธรรมองค์การ (OC) กับตัวแปรตามมีลักษณะเป็นเชิงเส้น ไม่พบปัญหาความสัมพันธ์ซ้ำซ้อนของตัวแปรอิสระ โดยค่า VIF อยู่ระหว่าง 3.51–3.54 และค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.282–0.285 การกระจายตัวของข้อมูลเป็นไปอย่างสม่ำเสมอ และไม่พบรูปแบบผิดปกติ ค่าคลาดเคลื่อนมีความเป็นอิสระต่อกัน โดยมีค่า Durbin–Watson เท่ากับ 1.26 ซึ่งอยู่ในช่วงที่ยอมรับได้

ตาราง 1

ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในการวิจัย

ตัวแปร	CQ	OC	CQxOC	OCOM
ความฉลาดทางวัฒนธรรม (CQ)	1	.845***	.217***	.801***
วัฒนธรรมองค์การ (OC)		1	.195***	.815***
ปฏิสัมพันธ์ความฉลาดทางวัฒนธรรม และวัฒนธรรมองค์การ (CQxOC)			1	.269***
ความผูกพันต่อองค์การ (OCOM)				1

*** $p < .001$.

จากตาราง 1 ในด้านการตรวจสอบปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ พบว่าไม่มีความเสี่ยงของ Multicollinearity ในระดับรุนแรง เนื่องจากค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทั้งหมดมีค่าไม่เกิน .90 ตามเกณฑ์ของ Hair et al. (2010) อีกทั้งค่า Durbin–Watson เท่ากับ 1.26 ซึ่งอยู่ในช่วงที่ยอมรับได้ แสดงให้เห็นว่าข้อมูลไม่มีปัญหาความสัมพันธ์ของค่าความคลาดเคลื่อน และเหมาะสมต่อการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าความสัมพันธ์ระหว่าง CQ และ OC จะอยู่ในระดับสูงมาก ($r = .845$) ซึ่งอาจสะท้อนถึงความเป็นไปได้ของความซ้ำซ้อนเชิงโครงสร้างของตัวแปร แต่ยังไม่ถึงระดับที่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity อย่างรุนแรง ตามเกณฑ์ทางสถิติของ Gujarati (2003) ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการควบคุมผลกระทบดังกล่าวโดยใช้วิธีการปรับค่าเฉลี่ย (mean centering) ก่อนการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ เพื่อเพิ่มเสถียรภาพของค่าประมาณและลดปัญหาความสัมพันธ์ร่วมของตัวแปร โดยสรุป ข้อมูลเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ จึงมีความเหมาะสมสำหรับการทดสอบสมมติฐานในขั้นตอนถัดไป ดังตาราง 2

ตาราง 2

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบลำดับขั้นเพื่อทดสอบอิทธิพลร่วมของวัฒนธรรมองค์การและความฉลาดทางวัฒนธรรม ต่อความผูกพันต่อองค์กร (OCOM)

Model	ตัวแปร	B	SE	β	t	Sig.
Model 1 (Main Effects)	ค่าคงที่	3.201***	.019	–	169.316	< .001
	ความฉลาดทางวัฒนธรรม (CQ)	.456***	.046	.469	9.718	< .001
	วัฒนธรรมองค์การ (OC)	.418***	.049	.392	7.974	< .001
Model 2 (Interaction)	ค่าคงที่	3.170***	.019	–	169.316	< .001
	ความฉลาดทางวัฒนธรรม (CQ)	.448***	.046	.469	9.718	< .001
	วัฒนธรรมองค์การ (OC)	.388***	.049	.392	7.974	< .001
	ปฏิสัมพันธ์ (CQxOC)	.088**	.029	.085	2.986	.003
Model 1 (CQ, OC)		$R^2 = .748$, $F = 565.741$, $p < .001$				
Model 2 (CQ, OC, CQxOC)		$R^2 = .754$, $\Delta R^2 = .006$, $F \text{ Change} = 161.588^*$, $p < .001$				

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

จากตาราง 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบลำดับขั้น (Hierarchical Multiple Regression) เพื่อทดสอบอิทธิพลของความฉลาดทางวัฒนธรรม (Cultural Intelligence: CQ) และวัฒนธรรมองค์การ (Organizational Culture: OC) รวมถึงบทบาทของตัวแปรปฏิสัมพันธ์ (CQxOC) ต่อความผูกพันต่อองค์กร (Organizational Commitment: OCOM) สามารถอธิบายผลได้ดังนี้

โมเดลที่ 1 ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรอิสระ ได้แก่ ความฉลาดทางวัฒนธรรม (CQ) และวัฒนธรรมองค์การ (OC) พบว่า โมเดลมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ($F = 565.741$, $p < .001$) และสามารถอธิบายความแปรปรวนของความผูกพันต่อองค์กรได้ร้อยละ 74.8 ($R^2 = .748$) ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณา รายตัวแปร พบว่า ความฉลาดทางวัฒนธรรม (CQ) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = .469$, $t = 9.718$, $p < .001$) วัฒนธรรมองค์การ (OC) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ($\beta = .392$, $t = 7.974$, $p < .001$)

ผลการวิเคราะห์ในโมเดลที่ 2 (Interaction Model) เมื่อเพิ่มตัวแปรปฏิสัมพันธ์ระหว่างความฉลาดทางวัฒนธรรมและวัฒนธรรมองค์การ (CQxOC) ซึ่งได้จากการปรับค่าแบบ Mean-Centering ลงในโมเดลที่ 2 พบว่า โมเดลโดยรวมยังคงมีนัยสำคัญทางสถิติ และมีความสามารถในการอธิบายความแปรปรวนของความผูกพันต่อองค์กรเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 75.4 ($R^2 = .754$) โดยค่า $\Delta R^2 = .006$ แสดงให้เห็นว่า การเพิ่มตัวแปร

ปฏิสัมพันธ์ช่วยเพิ่มอำนาจในการอธิบายโมเดลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 (F Change = 161.588, $p < .001$)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย พบว่า ตัวแปรปฏิสัมพันธ์ ($CQ \times OC$) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($\beta = .085$, $t = 2.986$, $p = .003$) ผลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า วัฒนธรรมองค์การมีบทบาทเป็นตัวแปรกำกับ (Moderating Variable) ที่ส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างความฉลาดทางวัฒนธรรมกับความผูกพันต่อองค์กรให้มีความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาอิทธิพลของความฉลาดทางวัฒนธรรม วัฒนธรรมองค์การ และอิทธิพลเชิงปฏิสัมพันธ์ระหว่างความฉลาดทางวัฒนธรรมกับวัฒนธรรมองค์การที่มีต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานของพนักงานสัญชาติไทยในองค์กรข้ามชาติ : กรณีศึกษา บริษัทเตลต้า อีเลคโทรนิคส์ ประเทศไทย (จำกัด) มหาชน ผลการศึกษาพบว่า พนักงานมีระดับความฉลาดทางวัฒนธรรม วัฒนธรรมองค์การ และความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับปานกลางทุกมิติ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการพัฒนาองค์กร ทั้งในด้านการเสริมสร้างองค์ความรู้และทักษะทางวัฒนธรรม การปรับปรุงระบบและบรรยากาศการทำงาน และการส่งเสริมความผูกพันของพนักงานให้เกิดความเข้มแข็งและยั่งยืนมากยิ่งขึ้นในอนาคต

อิทธิพลของความฉลาดทางวัฒนธรรมและวัฒนธรรมองค์การต่อความผูกพันต่อองค์กร
ผลการศึกษาพบว่า ความฉลาดทางวัฒนธรรมและวัฒนธรรมองค์การมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าความผูกพันต่อองค์กรในบริบทขององค์กรข้ามชาติเป็นผลลัพธ์ของปฏิสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยระดับบุคคลและปัจจัยระดับองค์การอย่างมีนัยสำคัญ โดยความฉลาดทางวัฒนธรรม (Cultural Intelligence: CQ) ในฐานะความสามารถของบุคคลในการรับรู้ ทำความเข้าใจ และปรับตัวต่อความแตกต่างทางวัฒนธรรม ทำงานร่วมกับวัฒนธรรมองค์การ (Organizational Culture: OC) ซึ่งเป็นระบบค่านิยมและบรรทัดฐานที่กำหนดพฤติกรรมการทำงานภายในองค์กร ในการเสริมสร้างความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน โดยเฉพาะในบริบทที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมสูง ทั้งนี้ การมีระดับ CQ ที่เหมาะสมควบคู่กับวัฒนธรรมองค์การที่เอื้อต่อการมีส่วนร่วม การสื่อสารแบบเปิด และการยอมรับความแตกต่าง จะนำไปสู่การก่อรูปของความสัมพันธ์เชิงบวก ความไว้วางใจ และความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับความผูกพันต่อองค์กรอย่างยั่งยืน

ในเชิงประจักษ์ ผลการวิเคราะห์พบว่า ทั้งความฉลาดทางวัฒนธรรมและวัฒนธรรมองค์การต่างมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยผลดังกล่าวสอดคล้องกับกรอบแนวคิดของ Earley และ Ang (2003) ที่อธิบายบทบาทของ CQ ในการเพิ่มประสิทธิผลของการทำงานในบริบทพหุวัฒนธรรม และแนวคิดของ Denison (1990) ที่ชี้ให้เห็นถึงบทบาทของวัฒนธรรมองค์การในการหล่อหลอมพฤติกรรมและทัศนคติของบุคลากร นอกจากนี้ ผลการศึกษายังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฟิริสตู

พันละเกตุ (2564) ซึ่งพบว่าความฉลาดทางวัฒนธรรมมีส่วนช่วยยกระดับประสิทธิภาพการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม อันนำไปสู่ความสัมพันธ์เชิงบวกในองค์กร รวมถึงข้อค้นพบของ หัสสบดี เทียมทรัพย์ (2562) และ E-Vahdati et al. (2023) ที่เน้นย้ำว่าวัฒนธรรมองค์กรเป็นกลไกสำคัญในการลดช่องว่างทางวัฒนธรรมและส่งเสริมความเข้าใจร่วมกันในองค์กรข้ามชาติ

โดยสรุป ผลการวิจัยนี้เน้นย้ำว่าการเสริมสร้างความผูกพันต่อองค์กรในบริบทพหุวัฒนธรรมจำเป็นต้องอาศัยทั้งการพัฒนาศักยภาพรายบุคคลด้านความฉลาดทางวัฒนธรรมควบคู่ไปกับการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนและเอื้อต่อการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะนำไปสู่ผลลัพธ์เชิงบวกทั้งในระดับบุคคลและระดับองค์กรในระยะยาว

บทบาทตัวแปรกำกับของวัฒนธรรมองค์กร ผลการศึกษาพบว่า วัฒนธรรมองค์กรมีบทบาทเป็นตัวแปรกำกับต่อความสัมพันธ์ระหว่างความฉลาดทางวัฒนธรรมและความผูกพันต่อองค์กรซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Alvi et al., 2014 ที่ระบุว่า แม้ปัจจัยกระตุ้นภายนอกจะดี แต่ถ้าวัฒนธรรมองค์กรไม่สนับสนุน อิทธิพลที่จะส่งไปถึงความผูกพันต่อองค์กรก็จะลดลง อย่างไรก็ตาม ในส่วนของอิทธิพลกำกับ (Moderating Effect) พบว่ามีนัยสำคัญที่ระดับ .01 ขนาดของอิทธิพลดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งสะท้อนว่าบทบาทของตัวแปรกำกับมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรในเชิงปฏิบัติค่อนข้างจำกัด กล่าวคือ แม้ว่าวัฒนธรรมองค์กรจะสามารถเสริมแรงหรือปรับระดับความสัมพันธ์ระหว่างความฉลาดทางวัฒนธรรมกับความผูกพันต่อองค์กรได้ แต่ผลกระทบที่เพิ่มขึ้นมีเพียงเล็กน้อย ดังนั้น ในเชิงการนำไปใช้ องค์กรอาจไม่สามารถพึ่งพาปฏิสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งสองเพียงอย่างเดียวในการเพิ่มความผูกพันของพนักงานได้ แต่ควรพิจารณาปัจจัยอื่นร่วมด้วย เช่น ภาวะผู้นำ บรรยากาศองค์กร หรือระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่มีนัยสำคัญในทางปฏิบัติมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ ผลการวิจัยดังกล่าวยังคงมีคุณค่าในเชิงทฤษฎี เนื่องจากช่วยยืนยันการมีอยู่ของบทบาทตัวแปรกำกับ แม้จะมีขนาดอิทธิพลในระดับต่ำก็ตาม ซึ่งอาจสะท้อนให้เห็นว่าในกลุ่มตัวอย่างนี้ อิทธิพลของความฉลาดทางวัฒนธรรมที่มีต่อความผูกพันนั้นค่อนข้างมีความมั่นคงด้วยตัวเอง โดยไม่ขึ้นอยู่กับสภาพวัฒนธรรมองค์กรมากนัก แต่หากองค์กรมีวัฒนธรรมที่เข้มแข็ง ผลของความฉลาดทางวัฒนธรรมต่อความผูกพันของพนักงานจะเพิ่มสูงขึ้น

ผลการวิจัยนี้สนับสนุนแนวคิดความฉลาดทางวัฒนธรรมที่อธิบายว่าบุคคลที่มีความสามารถในการเข้าใจและปรับตัวต่อความแตกต่างทางวัฒนธรรมจะสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีแนวโน้มเกิดทัศนคติเชิงบวกต่อองค์กร ขณะเดียวกันยังสอดคล้องกับแนวคิดวัฒนธรรมองค์กรที่มองว่า ค่านิยม ความเชื่อ และบรรยากาศในองค์กรมีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดพฤติกรรมของพนักงาน ที่สำคัญ ผลการค้นพบเกี่ยวกับอิทธิพลของปฏิสัมพันธ์ระหว่างความฉลาดทางวัฒนธรรมและวัฒนธรรมองค์กรยังช่วยขยายองค์ความรู้เดิม โดยแสดงให้เห็นว่าวัฒนธรรมองค์กรไม่ได้ทำหน้าที่เป็นเพียงตัวแปรอิสระเท่านั้น แต่ยังเป็นตัวแปรกำกับที่ช่วยเสริมให้ความสัมพันธ์ระหว่างความฉลาดทางวัฒนธรรมและความผูกพันต่อองค์กรมีความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้นซึ่งมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในบริบทขององค์กรข้ามชาติในประเทศไทย ที่ต้องอาศัยการทำงานร่วมกันระหว่างผู้บริหารต่างชาติและพนักงานชาวไทย

ข้อเสนอแนะ

องค์การควรกำหนดนโยบายพัฒนาความฉลาดทางวัฒนธรรมของบุคลากรอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง โดยมุ่งเสริมสร้างทั้งด้านความรู้ แรงจูงใจ และพฤติกรรมผ่านกิจกรรมที่เป็นรูปธรรม เช่น การพี่เลี้ยงข้ามวัฒนธรรม (Cross-cultural Mentoring) การทำงานร่วมกับทีมต่างประเทศในรูปแบบโครงการแลกเปลี่ยนเสมือนจริง (Virtual Exchange Programs) การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการด้วยกรณีศึกษาและสถานการณ์จำลอง รวมถึงกิจกรรมสะท้อนการเรียนรู้ภายในทีม ทั้งนี้ แนวทางดังกล่าวจะช่วยให้บุคลากรสามารถปรับตัวและทำงานในสภาพแวดล้อมพหุวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ และส่งเสริมความผูกพันต่อองค์กรในระยะยาว

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการวิจัยที่พบว่าความฉลาดทางวัฒนธรรมและวัฒนธรรมองค์การมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง การศึกษาในอนาคตควรพิจารณาใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่ออธิบายปรากฏการณ์ดังกล่าวในเชิงลึก โดยเฉพาะการใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) หรือการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) กับพนักงานในองค์กรข้ามชาติ

เอกสารอ้างอิง

- พิธีษฐ พันละเกตุ. (2564). ความพึงพอใจในการสื่อสารกับความฉลาดทางวัฒนธรรมของพนักงานองค์กรข้ามชาติ: ศึกษาเฉพาะกรณีบริษัทดีแคทลอน (ประเทศไทย) จำกัด [วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2021/TU_2021_6307011301_15828_21431.pdf
- สมชาย วงศ์วิวัฒน์ และสุตาพร พัฒนากุล. (2566). วัฒนธรรมองค์การและความฉลาดทางวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรในอุตสาหกรรมการผลิต. *วารสารการจัดการสมัยใหม่*, 15(2), 45–60.
- หัสสบดี เทียมทรัพย์. (2562). วัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในอุตสาหกรรมการผลิต. *วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์*, 12(2), 45–60.
- Ang, S., & Van Dyne, L. (Eds.). (2007). *Handbook of cultural intelligence: Theory, measurement, and applications*. M.E. Sharpe.
- Alvi, A. K., Abbasi, A. S., Haider, R., & Ahmed, A. A. (2014). Relationship of organizational culture and organizational commitment with employees' job satisfaction. *European Journal of Business and Management*, 6(27), 30–39.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Delta Electronics (Thailand) Public Company Limited. (2024). *Annual report 2024*. <https://www.deltathailand.com/en/pdf/ir/annual-report>
- Denison, D. R. (1990). *Corporate culture and organizational effectiveness*. John Wiley & Sons.

- Earley, P. C., & Ang, S. (2003). *Cultural intelligence: Individual interactions across cultures*. Stanford University Press.
- E-Vahdati, S., Zulkifli, N., & Yusoff, R. M. (2023). The influence of organizational culture on employee commitment in multicultural organizations. *Sustainability*, 15(5), Article 4123. <https://doi.org/10.3390/su15054123>
- Gujarati, D. N. (2003). *Basic econometrics* (4th ed.). McGraw-Hill.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson.
- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 1(1), 61–89. [https://doi.org/10.1016/1053-4822\(91\)90011-Z](https://doi.org/10.1016/1053-4822(91)90011-Z)
- Shariat Nejad, A., Sepahvand, R., & Salehabadi, S. (2025). Emergence of exploitative leadership: The moderating roles of organizational culture and cultural intelligence on commitment. *Leadership & Organization Development Journal*, 46(1), 45–62.

รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพ การดำเนินงานของเทศบาลนครบุรีรัมย์

The structure of the concept of relationships among
the important elements of the municipality Buriram

ธนพัฒน์ จงมีสุข^{1*} / ภรณ์โรจน์ ศิวรังศรีรัชต์² / ธนกร เพชรสินจอร์³

Thanapat Jongmeesuk / Pharanroj Siwarangsrirat / Thanakorn Phetchsinjorn

^{1*}อาจารย์ประจำสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

Lecturers on Master of Public Administration Program, Faculty of Humanities and Social Sciences,
Buriram Rajabhat University

อีเมล : Thanapat.jm@bru.ac.th

²อาจารย์ประจำสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

Lecturers on Master of Public Administration Program, Faculty of Humanities and Social Sciences,
Buriram Rajabhat University

อีเมล : rachata.ub@bru.ac.th

³อาจารย์ประจำสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

Lecturers on Master of Public Administration Program, Faculty of Humanities and Social Sciences,
Buriram Rajabhat University

อีเมล : Thanakorn_ps@bru.ac.th

DOI: <http://doi.org/10.14456/jhusoc.2026.5>

Received: 21 April 2026; Revised: 23 April 2026; Accepted: 27 April 2026

บทคัดย่อ

บทความวิจัยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นประชาชนต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของเทศบาลนครเมืองบุรีรัมย์ 2) เพื่อได้ค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตต่อรูปแบบปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน 3) เพื่อได้รูปแบบโมเดลตัวแปรขึ้นกลางเชิงสาเหตุปัจจัยรูปแบบต่อประสิทธิภาพการพัฒนาเป็นเทศบาลนครเมืองบุรีรัมย์ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 382 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสหสัมพันธ์ ผลการวิจัยพบว่า 1. ระดับความคิดเห็นภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =3.80 S.D. 0.86) 2. ค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปร 33 คู่ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมด 528 คู่ มีค่าอยู่ระหว่าง 0.124 - 0.933 ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ด้วยตนเองเกือบทุกคู่มีค่าความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าความสัมพันธ์แนวบวกอยู่ระหว่าง 3.932 ถึง 3.605 โดยมีค่าเฉลี่ยของตัวแปรอยู่ระหว่าง 0.941 ถึง 0.733 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.464 ถึง 0.681 ค่าสัมประสิทธิ์

¹ Corresponding author's E-mail: Thanapat.jm@bru.ac.th

สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตตัวแปรแฝง พบว่า ทั้งหมดมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยแยกได้เป็น 4 กลุ่ม 3. รูปแบบโมเดลตัวแปรชั้นกลางเชิงสาเหตุของปัจจัยที่ผลต่อประสิทธิภาพการพัฒนาเป็นเทศบาลนครเมืองบุรีรัมย์ ขั้นตอนการวิเคราะห์การพัฒนา ได้แก่ ด้านการตรงต่อเวลา (PRTI) 0.263 ด้านความพึงพอใจ (SAA) 0.223 ด้านการประชาสัมพันธ์ (PUR) 0.150 ด้านการปฏิบัติงาน (PEO) 0.115

คำสำคัญ : การพัฒนาเทศบาลนคร, ความคิดเห็นของประชาชน, เทศบาลนครเมืองบุรีรัมย์

Abstract

The research objectives 1) to study the level of public opinion on the performance of Buriram Municipality 2) to obtain the correlation value of the observed variables to the model of factors affecting 3) to obtain the model of the causal intermediate variable model of the model factors on the performance of Buriram Municipality. The sample group was selected from 382 people. The data were analyzed using statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation, and descriptive analysis. The research results found that: 1. The overall level of aspects is high. ($\bar{X}=3.80$ S.D. 0.86) 2. The correlation values of all 33 pairs of observed variables and the correlation between all 528 pairs of variables, with values between 0.124 and 0.933. The correlations between almost all pairs of observed variables were statistically significant. The positive correlation value is between 3.932 and 3.605, with the mean of the variable between 0.941 and 0.733, and the standard deviation is between 0.464 and 0.681. When considering the correlation coefficient between the observed variables in the same latent variable, it was found that all of them are statistically significant at the 0.01 level, and can be considered in 4 groups. 3. Model of the causal intermediate variable of the causal relationship model of the factors affecting the efficiency of the development of Buriram City Municipality at the analysis step. Transformational leadership, including punctuality Punctuality (PRTI) 0.263 Customer Satisfaction (SAA) 0.223 Public Relations (PUR) 0.150 Performance Efficiency (PEO) 0.115

Keywords: Municipality development, Public opinion, Buriram Municipality

บทนำ

เทศบาลองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีอิสระในการบริหารจัดการทำบริการสาธารณะการส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการศึกษาการเงินและการคลังและการกำกับดูแลองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นซึ่งต้องทำเพียงเท่าที่จำเป็นเพื่อการคุ้มครองประโยชน์ของประชาชนในท้องถิ่นหรือประโยชน์ของประเทศเป็นส่วนรวมการป้องกันการทุจริตและการใช้จ่ายเงินอย่างมีประสิทธิภาพโดยคำนึงถึงความเหมาะสมและความแตกต่างขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแต่ละรูปแบบและต้องมีบทบัญญัติเกี่ยวกับการป้องกันการขัดกันแห่งผลประโยชน์และการป้องกันการก้าวก่ายการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการส่วนท้องถิ่นด้วย (จักรพันธ์ ฉายสถิต, 2560)

ภารกิจที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบต่าง ๆ ได้รับมอบหมายจากรัฐบาลเป็นภารกิจตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ที่มีจุดมุ่งหมายให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน ได้มีความรับผิดชอบร่วมกับหน่วยงานของรัฐทุกภาคส่วน ที่จะต้องเป็นผู้นำไปปฏิบัติ โดยรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 มาตรา 260 ได้บัญญัติให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีอำนาจหน้าที่โดยทั่วไปในการดูแล และจัดทำบริการสาธารณะเพื่อประโยชน์ของประชาชนในท้องถิ่น และย่อมมีความเป็นอิสระในการกำหนดนโยบาย การบริหาร การจัดบริการสาธารณะ การบริหารงานบุคคล การเงินและการคลัง และมีอำนาจหน้าที่ของตนเอง โดยเฉพาะ (พระมหากษัตริย์ จันทร์สง่า, 2561) เทศบาลนครนครบุรีรัมย์ซึ่งมีภารกิจให้บริการสาธารณะตามกฎหมายดังกล่าวข้างต้นจึงจำเป็นต้องมีมาตรฐานให้บริการประชาชนตามแนวทางของกระทรวงมหาดไทยที่มุ่งเน้นการสนับสนุนการบริหารจัดการที่ดีซึ่งประกอบด้วยหลักนิติธรรมหลักคุณธรรม หลักความโปร่งใสหลักการมีส่วนร่วมหลักความรับผิดชอบต่อสังคมและหลักความคุ้มค่าเพื่อให้การปฏิบัติราชการของเทศบาลเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลซึ่งครอบคลุมถึงคุณภาพในการให้บริการและการตอบสนองความต้องการของประชาชนในท้องถิ่น และส่งเสริมภาคประชาชนให้มีส่วนร่วมในการบริหารงาน และตรวจสอบการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (เกียรติศักดิ์ มาลีหาล, 2562)

จากประเด็นปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของเทศบาลนครเมืองบุรีรัมย์ เพื่อเป็นข้อมูลให้ฝ่ายบริหารนำไปวางแผนงานปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อหน่วยงานและจะได้แก้ไขเปลี่ยนแปลงปรับปรุงพัฒนางานบริการสาธารณะให้มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลสะดวกรวดเร็วตอบสนองความต้องการของประชาชนได้ตรงจุดเพื่อรองรับการขยายโครงสร้างงานบริการสาธารณะที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคตและให้ประชาชนเกิดความพึงพอใจในการรับบริการสาธารณะให้ได้มากที่สุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นประชาชนที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของเทศบาลนครเมืองบุรีรัมย์
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรต่อรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของเทศบาลนครบุรีรัมย์
3. เพื่อได้โมเดลตัวแปรชั้นกลางเชิงสาเหตุปัจจัยรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการพัฒนามาเป็นเทศบาลนครเมืองบุรีรัมย์

วิธีดำเนินการวิจัย

1. กลุ่มประชากรและตัวอย่างในการศึกษา คือ ประชาชนที่เข้ามารับการบริการในเทศบาลนครเมืองบุรีรัมย์ จำนวน 50,632 คน กลุ่มตัวอย่าง ได้จากการสุ่มจากประชากร โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ตามตารางของ เครจซีและ มอร์แกน (Krejcie & Morgan. 1970, 606 - 610; อ้างถึงในประสิทธิ์ สุวรรณรักษ์ 2555, 148 - 149) ได้จำนวนประชาชน 382 คน แล้วใช้วิธีสุ่มตัวอย่างง่าย

2. เครื่องมือสำหรับการเก็บข้อมูล วิธีการวิจัยการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยออกแบบ เครื่องมือที่ใช้แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) นิยมใช้ Likert Scale 5 ระดับ (มากที่สุด-น้อยที่สุด)

3. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อคำนวณสถิติและวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ทางสถิติโดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่

3.1 สถิติเชิงพรรณนา ผู้วิจัยนำสถิติเชิงพรรณนามาใช้ในการอธิบายคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่างโดยอธิบายปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน ตำแหน่งปัจจุบัน ด้วยการหาค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation)

3.2 การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) เป็นเทคนิคการวิเคราะห์หลายตัวแปร โดยเป็นได้ทั้งเทคนิคการหาสาเหตุ และการหาความสัมพันธ์ ซึ่งสามารถตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและสามารถตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลที่สร้างขึ้นกับข้อมูลจริง การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) นักวิจัยสามารถตรวจสอบชุดของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการพัฒนางานของเทศบาลนครเมืองบุรีรัมย์ ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้วิธีการประเมินความสอดคล้องของโมเดล

ตาราง 1

ผลการวิเคราะห์โดยภาพรวมและรายด้านระดับความคิดเห็นประชาชนที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของเทศบาลนครเมืองบุรีรัมย์ ทั้ง 4 ด้าน

ระดับความคิดเห็นประชาชนที่มีต่อ ประสิทธิภาพการดำเนินงาน	จำนวนประชากร (N = 382)			
	$\bar{X}$	(S.D.)	แปรความ	อันดับ
ด้านการปฏิบัติงานของบุคลากร	3.84	0.84	มาก	2
ด้านประชาสัมพันธ์	3.83	0.85	มาก	1
ด้านความพึงพอใจ	3.75	0.86	มาก	4
ด้านการให้บริการอย่างตรงเวลา	3.80	0.89	มาก	3
รวม	3.80	0.86	มาก	

จากตาราง 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความคิดสร้างสรรค์ที่มี ผลต่อโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.86) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้านเช่นกัน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการปฏิบัติงานของบุคลากร ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.84) รองลงมาด้านประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = 0.85) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุดด้านความพึงพอใจ ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.86) ตามลำดับ

ตาราง 2

ค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตต่อรูปแบบปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานเทศบาลนครบุรีรัมย์

Item	ข้อที่	องค์ประกอบ 1	ค่ารวม
RTOD	27	0.934	0.331
TPBB	10	0.871	0.435
ATWC	20	0.855	0.416
DWPD	28	0.806	0.396
VRCB	12	0.756	0.414
SECD	18	0.735	0.464
ORND	25	0.662	0.405
UINB	14	0.655	0.536
CTCC	21	0.607	0.504

ตาราง 2 (ต่อ)

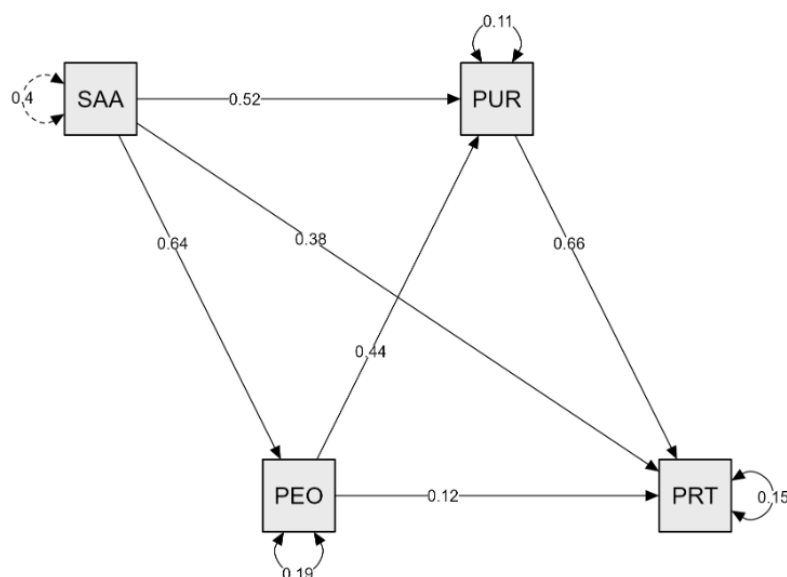
Item	ข้อที่	องค์ประกอบ 1	ค่ารวม
SIVC	19	0.542	0.598
PRIB	8	0.463	0.658
BGLD	23	0.437	0.412
PUND	22	0.847	0.394
ASTA	7	0.844	0.431
SIOC	17	0.804	0.365
NCDC	15	0.799	0.529
PRAB	9	0.778	0.446
PLYD	24	0.745	0.356
GHRA	1	0.732	0.673
KAAA	3	0.604	0.587
RBED	26	0.587	0.377
SIOA	5	0.455	0.546
TRMB	11	0.444	0.429
SIOA	6	0.423	0.594

จากตาราง 2 พบว่า ตัวแปรแฝงการปฏิบัติงานของบุคลากร ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ในกลุ่มนี้มีขนาด ความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ ($0.185 < r < 0.2$) จำนวน 1 คู่ ค่อนข้างต่ำ ($0.1 < r < 0.2$) จำนวน 2 คู่ ปานกลาง ($0.4 < r < 0.6$) จำนวน 2 คู่ และค่อนข้างสูง ($0.6 < r < 0.8$) จำนวน 1 คู่ โดยตัวแปรคู่ที่มีความสัมพันธ์ กันสูงสุด คือ มีการให้บริการตาม ลำดับก่อน และหลัง อย่างยุติธรรม (SIO) กับคิดการจัดรูปแบบการให้บริการเป็นระบบ มีการอธิบายขั้นตอนการดำเนินการโดยชัดเจน (AST) มีค่าความสัมพันธ์ 0.535 ส่วนตัวแปรคู่ที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุด คือ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความเต็ม ใจที่จะบริการผู้มาติดต่อ (GHR) กับการให้บริการด้วยความรวดเร็ว และเอาใจใส่ (SWS) มีค่าความสัมพันธ์ 0.232 โดยความสัมพันธ์ของตัวแปรทุกคู่มีทิศทางเดียวกันในทางบวก แสดงว่า ตัวแปรสังเกตได้ในกลุ่มนี้ หากตัวแปรตัวหนึ่งมีขนาดสูงตัวแปรอีกตัวหนึ่ง ก็จะมีขนาดสูงด้วย หรือมีความแปรผันตรงต่อกัน ตัวแปรแฝงการประชาสัมพันธ์ ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ในกลุ่มนี้มีขนาด ความสัมพันธ์อยู่ในระดับ ค่อนข้างต่ำ ($0.2 < r < 0.4$) จำนวน 2 คู่ ปานกลาง ($0.4 < r < 0.6$) จำนวน 2 คู่ และค่อนข้างสูง ($0.6 < r < 0.8$) จำนวน 3 คู่ โดยตัวแปรคู่ที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุด คือ สื่อประชาสัมพันธ์ ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ ป้ายประกาศ และสื่อ ออนไลน์มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร อย่างสม่ำเสมอ (TRM) กับการมีช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย (VRC) มีค่าความสัมพันธ์ 0.590 ส่วนตัวแปรคู่ที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุด คือ

การให้ข้อมูลประชาสัมพันธ์ได้อย่างครบถ้วน (PRI) กับการประชาสัมพันธ์กิจกรรมบริการใหม่ ๆ สม่่าเสมอ และทั่วถึง (PRA) มีค่า ความสัมพันธ์ 0.225 โดยความสัมพันธ์ของตัวแปรทุกคู่มีทิศทางเดียวกันในทางบวก แสดงว่า ตัวแปร สังเกตได้ในกลุ่มนี้หากตัวแปรตัวหนึ่งมีขนาดสูงตัวแปรอีกตัวหนึ่งก็จะมีขนาดสูงด้วย หรือ มีความแปร ผันตรงต่อกัน ตัวแปรแฝงความพึงพอใจ ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ในกลุ่มนี้มี ขนาดความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ ($0.1 < r < 0.2$) จำนวน 2 คู่ ค่อนข้างต่ำ ($0.2 < r < 0.3$) จำนวน 2 คู่ ปาน กลาง ($0.3 < r < 0.5$) จำนวน 1 คู่ และสูง ($0.5 < r < 0.6$) จำนวน 3 คู่ โดยตัวแปรคู่ที่มี ความสัมพันธ์กัน สูงสุด คือ ให้บริการเป็นไปตามลำดับ (TPB) กับมีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อประสานงาน (PRA) มี ค่าความสัมพันธ์ 0.621 ส่วนตัวแปรคู่ที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุด คือการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน (PRI) กับการมีช่องทางการให้บริการที่สะดวก (UIN) มีค่าความสัมพันธ์ 0.146 โดยความสัมพันธ์ ของตัวแปรทุกคู่ มีทิศทางเดียวกันในทางบวก แสดงว่า ตัวแปรสังเกตได้ในกลุ่มนี้หากตัวแปรตัวหนึ่งมี ขนาดสูงตัวแปรอีกตัว หนึ่งก็จะมีขนาดสูงด้วย หรือมีความแปรผันตรงต่อกัน ตัวแปรแฝงการให้บริการอย่างตรงเวลา ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ในกลุ่มนี้มีขนาด ความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำที่สุด ($0.1 < r < 0.2$) จำนวน 1 คู่ ระดับต่ำ ($0.2 < r < 0.3$) จำนวน 2 คู่ ค่อนข้างต่ำ ($0.3 < r < 0.4$) จำนวน 2 คู่ ปานกลาง ($0.4 < r < 0.6$) จำนวน 3 คู่ ค่อนข้างสูง ($0.6 < r < 0.7$) จำนวน 1 คู่ และสูง ($0.8 < r < 0.9$) จำนวน 1 คู่ โดยตัว แปรคู่ที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุด คือ ความน่าเชื่อถือของบุคลากร (PLY) กับความรับผิดชอบในการตรงต่อ เวลา (RBE) มีค่าความสัมพันธ์ 0.631 ส่วนตัวแปรคู่ที่มี ความสัมพันธ์กันต่ำสุด คือการที่ไม่ตรงต่อเวลา (DWP) กับความน่าเคารพในการตรงต่อเวลา (RTO) มีค่าความสัมพันธ์ 0.141 โดยความสัมพันธ์ของตัว แปรมีทิศทางลบทางบวก แสดงว่า ตัวแปรสังเกตได้ในกลุ่มนี้หากตัวแปรตัว หนึ่งมีขนาดสูงตัวแปรอีกตัว หนึ่งก็จะมีขนาดสูงด้วย หรือมีความแปรผันตรงต่อกัน

ภาพ 1

เพื่อได้รูปแบบโมเดลตัวแปรชั้นกลางเชิงสาเหตุปัจจุบันรูปแบบต่อประสิทธิภาพการพัฒนาเป็นเทศบาลนคร เมืองบุรีรัมย์



จากภาพ 1 พบว่า ขั้นตอนการวิเคราะห์การพัฒนาเป็นเทศบาลนครเมืองบุรีรัมย์ ได้แก่ การตรงต่อเวลา (PUN) การมาสาย (BGL) นำเชือถือของบุคลากร (PLY) และการปฏิบัติงาน (ORN) ส่วนปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อภาวะผู้นำ คือ ความฉลาดทางอารมณ์ (EIQ) ความเชื่อมั่น (CONF) วิสัยทัศน์ (VISI) และความคิดสร้างสรรค์ (CREA) ขั้นตอนการวิเคราะห์ ชื่อเรื่อง ที่ส่งผลกระทบต่อองค์ประกอบปัจจัยด้านการปฏิบัติงาน (PEOP) ส่งผลต่อ ด้านการให้บริการอย่างตรงต่อเวลา (PRIT) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.125 ด้านการปฏิบัติงาน (PEOP) ส่งผลต่อด้านการประชาสัมพันธ์ (PURE) และส่งผลต่อด้านการให้บริการอย่างตรงต่อเวลา (PRTI) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.289 ด้านการปฏิบัติงาน (PEOP) ส่งผลต่อด้านการให้บริการอย่างตรงต่อเวลา (PRTI) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.414 ด้านการประชาสัมพันธ์ (PURE) ส่งผลต่อ ด้านการให้บริการตรงต่อเวลา (PRTI) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.656 ด้านการปฏิบัติงาน (PEOP) ส่งผลต่อ ด้านการให้บริการอย่างตรงต่อเวลา (PRTI) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.125 ด้านการปฏิบัติงาน (PEOP) ส่งผลต่อ ด้านการประชาสัมพันธ์ (PURE) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.441 ด้านความพึงพอใจ (SAAS) ส่งผลต่อ ด้านการปฏิบัติงาน (PEOP) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.643 ด้านความพึงพอใจ (SAAS) ส่งผลต่อ ด้านการประชาสัมพันธ์ (PURE) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.519 ด้านความพึงพอใจ (SAAS) ส่งผลต่อ ด้านการให้บริการอย่างตรงต่อเวลา (PRTI) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.385

ตาราง 3

ผลการวิเคราะห์ตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของโมเดลของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของเทศบาลนครเมืองบุรีรัมย์

ตัวบ่งชี้	น้ำหนัก องค์ประกอบ (b)	ค่ามาตรฐาน (β)	SE	Z-value	R ²
ประชาสัมพันธ์ (PUR) → ตรงต่อเวลา (PRT)	0.656	0.804	0.076	8.682	0.757
ปฏิบัติงาน (PEO) → ตรงต่อเวลา(PRT)	0.125	0.254	0.066	1.892	
ปฏิบัติงาน (PEO) → ประชาสัมพันธ์ (PUR)	0.441	0.535	0.048	9.172	0.731
ความพึงพอใจ (SAA) → ปฏิบัติงาน(PEO)	0.643	0.730	0.044	14.549	0.464
ความพึงพอใจ(SAA) → ประชาสัมพันธ์ (PUR)	0.519	0.608	0.045	11.441	
ความพึงพอใจ(SAA) → ตรงต่อเวลา (PRT)	0.385	0.515	0.066	5.786	

จากตาราง 3 พบว่า ผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของเทศบาลนครเมืองบุรีรัมย์ จากการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างที่

2 จำนวน 382 คน เพื่อยืนยันโมเดลการวัดลักษณะความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน โดยพิจารณาการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับขั้นที่หนึ่ง พบว่าค่าน้ำหนักองค์ประกอบในรูปคะแนนมาตรฐาน (β) มีค่าระหว่าง 0.325 - 0.788 และค่าน้ำหนัก องค์ประกอบในรูปคะแนนดิบ (b) มีค่าระหว่าง 0.748 - 1.247 ทั้ง 20 ตัวบ่งชี้มีค่าเป็นบวก และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ทุกตัว (D-value = 0.000) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับขั้นที่สองของโมเดล พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบในรูปคะแนนมาตรฐาน (β) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.441 ถึง 0.966 ทุกองค์ประกอบมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยองค์ประกอบที่ 3 ทักษะการดำรงชีวิตในสังคม (SOC) มีความสำคัญสูงสุด มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบในรูปคะแนนมาตรฐาน (B) 0.966 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบในรูปคะแนนดิบ 2.577 มีความแปรผันร่วมกับตัวบ่งชี้อื่นๆ ร้อยละ 93.30 รองลงมาคือ องค์ประกอบที่ 2 ให้เรียนรู้ (PUR) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบในรูปคะแนนมาตรฐาน (β) 0.872 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบในรูปคะแนนดิบ 2.576 มีความแปรผันร่วมกับตัวบ่งชี้ อื่นๆ ร้อยละ 76.1 และ องค์ประกอบที่ 1 คุณลักษณะภายในตนเอง (INT) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบในรูปคะแนนมาตรฐาน(β) เท่ากับ 0.441 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบในรูปคะแนนดิบ 1.000 มีความแปรผันร่วมกับตัวบ่งบ่งชี้ ร้อยละ 19.40

อภิปรายผล

ผลการศึกษารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการพัฒนาเป็นเทศบาลนครเมืองบุรีรัมย์ อภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการพัฒนาเป็นเทศบาลนครเมืองบุรีรัมย์ พบว่า เมื่อทำการสกัดองค์ประกอบเบื้องต้นมีองค์ประกอบที่มีค่าไอเกน (Eigen Value) มากกว่า 1 จำนวน 9 องค์ประกอบ เมื่อทำการหมุนแกนองค์ประกอบแบบวาริแมกซ์ โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาว่าตัวแปรใดจะอยู่ในองค์ประกอบใดเมื่อค่าน้ำหนักขององค์ประกอบของตัวแปรนั้นมีค่าตั้งแต่ 0.933 ขึ้นไปและมีเกณฑ์ขั้นต่ำ คือ ในแต่ละองค์ประกอบจะต้องมีตัวแปรตั้งแต่ 3 ตัวแปรขึ้นไป ทำให้ได้องค์ประกอบที่ชัด 8 องค์ประกอบและสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 62.418 ได้แก่ ด้านการปฏิบัติงานของบุคลากร ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการให้บริการอย่างตรงเวลา และ ด้านความพึงพอใจ และผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างกรอบแนวคิด และสังเคราะห์ตัวแปรจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการปฏิบัติงานของบุคลากร ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการให้บริการอย่างตรงเวลา และ ด้านความพึงพอใจ ดังนั้นจึงพบว่า มี 4 องค์ประกอบที่ได้ผลแตกต่างจากการสังเคราะห์งานวิจัยก่อนหน้านี้ อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาเนื้อหาขององค์ประกอบแล้วก็พบว่าต่างก็เป็นส่วนหนึ่งของกันและกัน และเป็นเรื่องเดียวกัน ข้อคำถามเป็นไปในทางเดียวกันจึงทำให้ไม่สามารถแยกด้านออกจากกันได้ แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานไว้เป็นประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1. ความสามารถในการแยกแยะเรื่องราว หมายถึง การที่จะสามารถมองเห็นความแตกต่าง หรือความสามารถในการที่จะบอกได้ถูกต้อง สำคัญอย่างไร หรือสามารถเห็นถึงความแตกต่างว่าอันใดถูกต้อง และอันใดไม่ถูกต้อง 2. ความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหา หมายถึง สามารถพาคำตอบเพื่อแก้ปัญหาต่าง ๆ ความสามารถในการแก้ปัญหานี้จะกระทำได้โดยการสอนพนักงานให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างอาการและสาเหตุที่จะเกิดขึ้น และแนวทางการแก้ไข 3. ความสามารถจดจำเรื่องที่ผ่านมา หมายถึง การสามารถรู้ได้ว่าอะไรหรือต้องใช้จะไร ตลอดจนสามารถรับรู้ลำดับหรือระเบียบของการปฏิบัติงานของงานนั้น ๆ ซึ่งเป็นความสามารถเชิงสติปัญญา 4. ความสามารถในการดัดแปลง หมายถึง ความสามารถในการรู้จักประยุกต์เครื่องมือหรือเครื่องกลต่าง ๆ เพื่อปฏิบัติงานที่ต้องการให้เสร็จสิ้นลงไปได้ 5. ความสามารถในการพูด หมายถึง ความสามารถในการถ่ายทอดหรือพูดซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการสื่อความรู้ความเข้าใจ และเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่งสำหรับประสิทธิภาพในการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับ ภทรนพ ศรีไทย (2559, 20) ได้ศึกษา ความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรวิทยาลัยชุมชนสระแก้ว ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยสัมพันธ์กันในทางบวก คือ หากแรงจูงใจมีค่ามากประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานก็จะมากขึ้นด้วย เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า แรงจูงใจด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับสูง ด้านสถานะของอาชีพ และด้านสภาพการทำงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับปานกลาง ด้านนโยบายและการบริหารงาน ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน ด้านความมั่นคงในงาน ด้านความรับผิดชอบ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และด้านการปกครองบังคับบัญชา มีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับต่ำ ส่วนด้านลักษณะของงานที่ทำ และด้านเงินเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติ และ อภิชัย จตุพรวาที (2557, 9) กล่าวว่า ประสิทธิภาพหมายถึงการวัดผลการทำงานขององค์การนั้นว่าทำงานได้ปริมาณงานมากน้อยแค่ไหน ใช้เงิน ใช้เวลา ใช้แรงงานไปมากน้อยแค่ไหน เป็นผลดีต่อผู้รับบริการมากน้อยแค่ไหน โดยรวมความมีประสิทธิภาพจะให้ความหมายถึง การทำงานได้ปริมาณและคุณภาพมาก องค์การโดยรวมมีความสมัคสมานสามัคคีมีสันติภาพและมี ความสุขรวม เป็นผลดีต่อส่วนร่วมและรับบริการแต่ใช้แรงงานและงบประมาณน้อย

2. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis : CFA) พบว่า พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าไคกำลังสอง (χ^2) เท่ากับ 2276.252 มีดีกรีอิสระความน่าจะเป็น (P -value) เท่ากับ 0.051 ที่องศาเสรี (df) เท่ากับ 977 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน GFI เท่ากับ 0.984 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้ AGFI เท่ากับ 0.952 ค่ารากเฉลี่ยกำลังสองของเศษเหลือในรูปของคะแนนมาตรฐาน SRMR เท่ากับ 0.010 และค่ารากเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อน RMSEA เท่ากับ 0.013 ซึ่งค่าสถิติมีความเหมาะสม ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ผลต่อประสิทธิภาพการพัฒนาเป็นเทศบาลนครเมืองบุรีรัมย์ ทั้ง 4 ด้าน มีค่าเป็นบวก มีค่าตั้งแต่ 0.124 ถึง 0.933

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกค่าโดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบเรียงลำดับจากมากไปน้อยคือ องค์ประกอบด้านการติดตามตรวจสอบการดำเนินโครงการ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด เท่ากับ 0.933 ด้านการปฏิบัติงานของบุคลากรมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ 0.913 ด้านการประชาสัมพันธ์ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ 0.874 ด้านด้านความพึงพอใจ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ 0.819 และด้านด้านการให้บริการอย่างตรงต่อเวลา มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ 0.785 ตามลำดับ ทั้งนี้ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันมีข้อคำถามที่เที่ยงตรงกับองค์ประกอบที่วัดและมีค่าสถิติผ่านเกณฑ์ สอดคล้องกับการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างด้วยการพิจารณาความสอดคล้องของโมเดลตามสมการโครงสร้างตามทฤษฎีกับข้อมูลเชิงประจักษ์มีค่าสถิติดังนี้ 1) ค่าไคกำลังสอง (χ^2) ต้องมีค่ามากกว่า 0.050 หรือไม่มีระดับนัยสำคัญ 2) ค่าสถิติไคกำลังสองสัมพันธ์ (χ^2/d) ควรมีค่าน้อยกว่า 5.000 3) ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) ควรมีค่ามากกว่า 0.900 4) ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) ควรมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.900 5) ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ ควรมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.900 ขึ้นไป 6) ค่าดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของเศษเหลือ ควรมีค่าน้อยกว่า 0.050 ถือว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ 7) ค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคาดเคลื่อนโดยประมาณที่ดีควรมีค่าน้อยกว่า 0.050 ดังนั้นโมเดลที่ปรับแก้มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี คำถามที่ใช้ในการวิจัยสามารถนำไปใช้สำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ผลต่อประสิทธิภาพการพัฒนาเป็นเทศบาลนครเมืองบุรีรัมย์ ซึ่งสอดคล้องกับ วรณิ เบ็ญจวัฒนาผล, นงพงา สีสานนะ, และ ดิเรก ธรรมารักษ์ (2560, น. 135-140) ได้ศึกษา การบริหารงานประชาสัมพันธ์ในมหาวิทยาลัยเอกชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ วิเคราะห์ลักษณะการบริหารงานประชาสัมพันธ์ในมหาวิทยาลัยเอกชน ผลการวิจัยพบว่า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่ประสบความสำเร็จในการนำไปใช้กับมหาวิทยาลัยเอกชนนั้น ประกอบด้วย การมีนโยบายที่ชัดเจน การจัดกิจกรรมและวิธีการที่หลากหลาย การใช้เครื่องมือและช่องทางการสื่อสารที่ทันสมัย มีเครือข่ายการประสานงานในการประชาสัมพันธ์ การมีความคิด ริเริ่มสร้างสรรค์ที่แตกต่าง ความพร้อมขององค์กรและบุคลากร การมีส่วนร่วมของผู้นำและการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชน งานวิจัยของพชรุไพ ประภัสสร (2557) พบว่า ขาดระบบและทีมงานในการติดตามและ ประเมินการทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้การเทคโนโลยีการติดตามเป็นเครื่องมือในการ ประชาสัมพันธ์จะช่วยอำนวยความสะดวกได้หลายด้านไม่ว่าจะเป็นการบริหารข้อมูลภายใน ห้องสมุดหรือการจัดการความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการ การติดตามประเมินผลและคาดการณ์อนาคตด้วยความแม่นยำและ รวดเร็ว

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ด้านการประชาสัมพันธ์ พบปัญหาเกี่ยวกับผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ขาด ประสิทธิภาพในการทำงานประชาสัมพันธ์ มีข้อเสนอแนะ คือ จัดฝึกอบรมและพัฒนาทักษะให้กับผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการทำงานประชาสัมพันธ์ ประเมินผลการทำงานของผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอเป็นต้น

1.2 ด้านการปฏิบัติงานของบุคลากร พบปัญหาบุคลากรขาดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ทำให้ไม่สามารถจัดการกับสถานการณ์ที่ซับซ้อนได้ มีข้อเสนอแนะ คือ การทำงานร่วมกับผู้มีประสบการณ์ให้บุคลากรทำงานร่วมกับผู้มีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานเพื่อให้ได้รับคำแนะนำและคำติชม เป็นต้น

1.3 ด้านการให้บริการอย่างตรงต่อเวลา พบปัญหาการไม่สามารถควบคุมเวลาได้ การไม่ตรงต่อเวลาอาจทำให้ไม่สามารถควบคุมเวลาได้เนื่องจากอาจมีปัจจัยอื่นๆที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของบริการ มีข้อเสนอแนะ คือ การวางแผนและจัดสรรเวลาอย่างเหมาะสม เพื่อให้สามารถควบคุมเวลาได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นต้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาเกี่ยวกับการดำเนินงานของบุคลากรในวิธีการหรือช่องทางแต่ละประเภทอย่างละเอียด เพื่อให้ได้คำตอบในเชิงลึกและสามารถนำไปพัฒนางานให้สอดคล้องมากยิ่งขึ้นต่อไป

2.2 ศึกษารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ผลต่อประสิทธิภาพการพัฒนาเป็นเทศบาลนครเมืองบุรีรัมย์

2.3 ศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จในการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลนครเมืองบุรีรัมย์

เอกสารอ้างอิง

- เกียรติศักดิ์ มาลีหวล. (2562). *คุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลท่าตูม อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์]. คลังปัญญา มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์.
- จักรพันธ์ ฉายสกลิต. (2560). *คุณภาพการให้บริการเทศบาลตำบลลำพาน อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม]. คลังปัญญา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- ประสิทธิ์ สุวรรณรักษ์. (2555). *ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 10). คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.

- พชรไพ ประภัสสร. (2557). ปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 7(1), 1-13.
- พระมหาคณาธิป จันทร์สง่า. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของข้าราชการสำนักงานเขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสยาม]. คลังปัญญา มหาวิทยาลัยสยาม.
- ภัทรนนท์ ศรีไทย. (2559). ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรวิทยาลัยชุมชนสระแก้ว [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา]. คลังปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วรรณิ์ เบญจวัฒนาผล, นงพงา ลีลายนะ, และดิเรก ธรรมารักษ์. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการในสถาบันเทคโนโลยีปทุมวัน. *วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ*, 3(2), 133-146.
- อภิชัย จตุพรวาที. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของอาสาสมัครคุมประพฤติจังหวัดนครสวรรค์ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย]. คลังปัญญา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

Navigating the Path to Viability: Lessons in Adaptation and Strategy from Si Sa Ket's Community Enterprises

Siriwuth Wannathong¹

¹Department of History, Faculty of Humanities and Social Sciences, Si Sa Ket Rajabhat University

E-mail: siriwuth.w@sskru.ac.th

DOI: <http://doi.org/10.14456/jhusoc.2026.6>

Received: 21 April 2026 ; Revised: 27 April 2026 ; Accepted: 27 April 2026

Abstract

This study examined the viability and sustainability of Community Enterprises (CEs) in the border areas of Si Sa Ket Province, Thailand, with particular attention to the operational, financial, governance, and market-related challenges that shaped their long-term survival. Using a qualitative multiple-case study design, data were collected from 60 key informants across selected Community Enterprise areas through semi-structured interviews, focus group discussions, participant observation, and document analysis. The participants included community leaders, local residents, Community Enterprise committee members, Community Enterprise members, and community committee members. Data were analyzed thematically to identify recurring patterns of challenge, adaptation, and strategic response.

The findings revealed four major factors that influenced CE sustainability. First, external support strengthened initial capacity but also created dependency when it was supply-driven and short-term. Second, transparent and participatory governance was essential for building trust, accountability, and collective action. Third, market orientation was necessary for transforming local products and cultural resources into sustainable economic value. Fourth, intergenerational collaboration was critical for linking traditional knowledge with digital skills and future succession. Based on these findings, the study proposed a sustainability framework built on four core pillars: adaptive external support, participatory governance, market-oriented value creation, and intergenerational capability development. The study contributed practical insights for policymakers, development agencies, and community leaders seeking to strengthen rural Community Enterprises in peripheral borderland contexts.

¹ Corresponding author's E-mail: siriwuth.w@sskru.ac.th

Keywords: Community Enterprise, Sustainability Framework, Rural Livelihoods, Participatory Governance, Market Orientation, Strategic Adaptation, Si Sa Ket Province

Research Objective

To thoroughly analyze the main issues, flexible solutions, and strategic planning techniques of Community Enterprises in Si Sa Ket's border regions in order to compile useful insights and create a framework that improves their long-term viability and sustainability.

Introduction

Community Enterprises (CEs) have been perceived as effective tools for grassroots and local development, empowering local communities to reduce poverty and to preserve and develop community-based cultural identity and heritages, in line with broader community interests. CEs are embedded in social networks and address a wide range of social, cultural and community needs and interests. They reflect and embody community-based social organization, local knowledge and innovation and cultural values and practices. Therefore, CEs are small economic ventures with social goals; they require community involvement and participation, and operate to promote collective benefits that serve broader community interests. Seen from a theoretical perspective, CEs are hybrid social enterprises and combine goals of economic efficiency and growth, social well-being, cultural preservation and community development and empowerment.

In the Thai development context, the Sufficiency Economy Philosophy (SEP) is an important conceptual base for sustainability of Community Enterprises. While Western resilience theory is useful in explaining how community enterprises survive, innovate and grow under difficult circumstances, an alternative perspective is provided by the Sufficiency Economy Philosophy which guides moderate, reasonable and safe development with provisions for self-protection through knowledge and morality. The concept of sustainability of Community Enterprises therefore can be interpreted within the framework of SEP principles such as moderation, reasonableness, self-immunity, adequate knowledge and morality. This study attempted to explain sustainability of Community Enterprises integrating SEP and Western resilience theory, their processes of adaptation, learning and change and transformation to development and improvements.

The socio-spatial context of Si Sa Ket Province, a country's inland centre of a Thai-Cambodian borderland, provides a unique setting for this study. Unlike CEs in non-border rural areas, community enterprises in Si Sa Ket have to operate under circumstances that are affected by borderland dynamics, both positive and negative. On the positive side, potential cultural exchange, tourism, product differentiation and the utilisation of shared cultural heritage as cultural capital offer chances for CEs to create value from local products, traditions, ethnic identities and borderland experiences and stories. These can be transformed into distinctive market value in different markets, particularly in tourism, handicrafts, local food and community-based cultural experiences. However, CEs in Si Sa Ket are also confronted with challenges stemming from their location in a peripheral border region, such as a lack of access to essential infrastructure, stable markets, logistical structures and digital platforms and adequate institutions. This study examines how CEs in Si Sa Ket Province handle the tensions between their social mission and market-oriented strategies for survival.

The borderland dimension further enhances the relevance of social enterprise hybridity in the peripheral areas. Although rural Community Enterprises seek to serve the community, at the same time they have to be financially sustainable in order to deliver more services to their members. Hybridity in the CEs is therefore pronounced in so far as they struggle to serve several goals at once: profiting from their businesses, maintaining and supporting cultural heritage and unique local identity, enhancing community involvement and supporting government's rural development agenda, and competing on the market against for-profit businesses. In border provinces, including Si Sa Ket, enterprises with potentially competitive products and services encounter handicaps, both operational and spatial, that derive from their locations on the border. Therefore, the sustainability of CEs in Si Sa Ket cannot be explained by the production capability and community orientation of the CEs alone. Rather, sustainability must be understood in relation to the interactions of three sets of factors: place-based cultural capital, borderland market conditions, and governance and support arrangements, as well as strategies for adaptation pursued by CEs.

Community Enterprises (CEs) and social capital have been viewed as effective means for rural livelihood improvement. However, previous studies on CEs have paid little attention to how such organizations adapt to changing socio-economic situations, particularly in peripheral borderland areas of Thailand. The literature has concentrated on general success factors, the roles of institutions and organizations in supporting CEs, and the economic outcomes generated

by CEs. There is a particular need to examine how the borderland location of CEs influences enterprise hybridity, market-orientation, governance and sustainability. This study focuses on Si Sa Ket Province in northern Si Sa Ket as a case study site to explore how CEs in a rural border region develop adaptive strategies to enhance their sustainability. The cultural resources available in the community, peripheral logistics, external development interventions and community-based entrepreneurship are the key factors driving CEs in the area.

To address this knowledge gap, the study adopts an integrated framework combining the Sufficiency Economy Philosophy, resilience theory, social enterprise hybridity and community capital perspectives. Employing this approach, the study analyses the sustainability of Community Enterprises in border areas of Si Sa Ket through in-depth case studies. The analysis examines the elements that facilitate sustainability, specifically the mobilisation of local community capital; the acceptance and effective utilisation of external support; ability to adapt to unpredictable external markets; effective management of internal governance practices; and adequate knowledge transfer to new generations of operators. The paper also seeks to move beyond simple categorisation of enterprise success or failure and instead explains under what circumstances a community enterprise adapts to survive while others fail to do so.

This study aims to identify major problems of operational, financial, governance and competitive issues that affect Community Enterprises in border provinces of Si Sa Ket. It also seeks to explore their adaptation strategies and based on the empirical findings develops a framework for sustainability of community enterprises. The study connects Socio-Ecological Production Possibilities (SEP) framework with resilience theory to explain sustainability of community enterprises in a Thai borderland context. The findings can provide useful implications for policymakers, development agencies and CEs' stakeholders to enhance effectiveness of community enterprises in rural periphery. The balance of cultural value and social mission and market orientation in rural setting are significant factors to be considered.

Research Methodology

This study aimed to explore the viability and sustainability of Community Enterprises in border areas of Si Sa Ket Province, Thailand. A qualitative, multiple-case study methodology was utilized in the study. Three Community Enterprise areas in the study area were chosen as cases for in-depth examination as they represented different socio-economic characteristics and also different organizations in term of enterprise types and development phases. By examining the

challenges faced, the responses made and the ways in which they coped with problem to sustain themselves, their operational challenges and coping strategies, the governance structure of the enterprises and how entrepreneurial they were in terms of market orientation, the study was able to draw comparison among the cases and shed lights on differences and similarities.

The sample population consisted of the stakeholders, comprising the individuals directly involved in or impacted by the Community Enterprise operations in those areas. The sample consisted of 60 key informants, twenty informants per Community Enterprise area, including three areas. The key informants were selected from the sampling frame using criterion-based purposive sampling approach. In other words, the informants who were directly or indirectly involved in the Community Enterprise, have experience related to Community Enterprise operations, community development, local governance, and community participation were selected.

The key informants were organized into five groups: community leaders, local residents, Community Enterprise committee members, Community Enterprise members and community committee members.

Table 1

Key Informants by Area and Participant Group

Case area	Community leaders	Local residents	CE committee	CE members	Community committee	Total
Area 1	4	4	4	4	4	20
Area 2	4	4	4	4	4	20
Area 3	4	4	4	4	4	20
Total	12	12	12	12	12	60

Note. CE = Community Enterprise. The distribution may be adjusted slightly according to actual community roles while maintaining the total of 20 participants per area and 60 participants overall.

Research Findings

The complex factors, which influenced the paths taken by the four studied Community Enterprises (CEs) of Si Sa Ket; Ruen Mai Herbal Products, Ban Suay Community-Based Tourism Initiative, Khao Klang Organic Growers Group and Sila Hom Weaving Cooperative, have been thematically extracted and presented in four major themes. The themes specifically reveal the double-edged role of external support, the internal governance and the gendered dynamics of leadership, market myopia and strategic adaptation, and the generational divide and succession

imperative. The study, therefore, illustrates that sustainability of CE depends on a combination of factors including production capacity and the interactions between external support, internal governance, market learning, intergenerational collaboration and the ability to convert community resources into economic value. These four cases and four themes were the basis for the original study findings.

Theme 1: The Double-Edged Sword of External Support

External support from government agencies and Non-Government Organizations (NGOs) appears to play a paradoxical role in promoting and developing the Community Enterprises. On the one hand support can generate initial momentum, facilitate better techniques, supply new inputs and gadgets and even motivate members temporarily. However, such support can create dependency by being supply driven rather than demand driven, lacking linkage with market and having a limited duration. As a result, it is possible to speak of a project-induced capacity bubble. During the period of the support the performance of an enterprise can appear to improve but as soon as the project ends, the support, the mentoring and the institutions vanish leaving the enterprise to its pre-project state. This observation corresponds with critiques of participatory development that argues externally driven interventions can undermine local agency when they do not strengthen long term capacity and ownership.

Focusing on three cases, Ruen Mai Herbal Products, Khao Klang Organic Growers Group, and Sila Hom Weaving Cooperative, this paper analyzes why production support provided by NGOs often fails to lead to sustained impact. During the period of support, these groups received materials and tools to improve production techniques, or short-term project funding for specialized activities such as product design. They also received technical training, often confined to a brief workshop or visit. Yet, the support did not extend to assistance with strategic planning, market access, or financial management. Consequently, the groups were unable to continue their production after the support had ended. For example, the Khao Klang Organic Growers Group collapsed because the group came to rely on low-priced inputs and market connections promised by the NGO. Eventually, the group lacked funds to repay loans and to pay farmers for their produce. Ruen Mai Herbal Products learned how to better package and present their products as a result of NGO support, but were unable to sustain this level of quality using their limited internal skills and financial resources. The paper concludes that this pattern of aid stems from development programs that stress short-term production outputs over organizational learning and local adaptation, and that ignore the impermanence of external support.

In contrast to the material-focused support for Ban Tha Meun, the support for Ban Suay Community-Based Tourism Initiative inspired a more robust movement for autonomy. Rather than simply building a facility, support in this case entailed mentoring, business planning, market linkage, and community participation. Support facilitated community members' analysis of local resources and identification of unique strengths and selling points and directly connected them with larger tourist markets. In contrast to the three cases above, external support in this case inspired development by building local agency rather than taking it over. This finding is consistent with the capability approach, which emphasizes development as a matter of increasing the capacity of individuals and groups to make choices that enhance their well-being and dignity (Sen, 1999). The four cases may be positioned along a Dependency–Autonomy Continuum as follows:

Position on Continuum	Community Enterprise Case	Main Pattern
High Dependency	Khao Klang Organic Growers Group	Relied heavily on external inputs and promised markets; collapsed after support declined
Moderate to High Dependency	Ruen Mai Herbal Products	Improved during project support but struggled to sustain gains after funding ended
Moderate Dependency	Sila Hom Weaving Cooperative	Developed production skills but remained weak in market access and strategic autonomy
Higher Autonomy	Ban Suay Community-Based Tourism Initiative	Used external support to build planning capacity, market linkage, and self-directed adaptation

The continuum ranged from assistance which concentrated on equipment and short-term gains, fostering fragile capacity, to support for business development that focused on learning, networking and gaining market intelligence, to promote greater adaptability and autonomy. This finding is consistent with the view that sustainable development interventions should be treated as learning processes rather than as one-off hardware transfers (Chambers, 1997; Korten, 1980; Sen, 1999).

Theme 2: Internal Governance, Leadership, and Gendered Authority

These findings were also extended to internal governance, suggesting that CE sustainability is also greatly influenced by the quality of internal governance practices. Sustainable CEs possessed effective internal governance, characterized by transparency, joint decision making, clear division of roles and financial accountability. Unsustainable CEs, by contrast, were marked by a culture of centralization, informal financial practices, small involvement of members, and an unstable organizational structure. This finding is consistent with the institutional and collective action theories that define the factors that contribute to sustainable group action including rules, trust, reciprocity and accountability (North, 1990; Ostrom, 1990; Putnam, 1993).

A common thread in these cases was what we came to call the benevolent leader trap. When groups began to organize their production for export, they tended to center decision-making, financial management, communication with buyers, and problem-solving around a respected leader. This leader took on a central role in Sila Hom cooperative management, overseeing production coordination as well as external contacts. In the case of the Khao Klang growers' group, the leader took on all responsibility for financial management and was even the sole point of contact with buyers. At first, such leadership brought much-needed stability and direction. However, in the long run, this trap meant that Sila Hom and Khao Klang failed to develop shared leadership and learn from each other. We saw in these cases how overly centralized leadership in local institutions can create serious vulnerabilities to continuity when that leader is no longer able to manage the group's affairs. This is a problem that has been identified in the agricultural extension literature, and is related to the concept of hidden bias in organization (Uphoff, 1986; Pretty, 1995).

Leadership in rural Thai Community Enterprises is shaped by gendered perceptions of leadership. Community Enterprises in rural areas are often based around women's traditional skills and knowledge, for example in weaving, food processing, herbs and community-based tourism. In many cases, women are responsible for much of the practical production and day-to-day management of the enterprise. However, formal leadership roles and external representation can be influenced by a variety of gendered perceptions of leadership at local level, including those that reflect broader national and global gender equalities agendas. These studies found that women leaders were perceived by others, including members of the Community Enterprise and external stakeholders, to be trustworthy leaders because they were seen as caring, patient and responsible. They were able to build strong reciprocity and emotional trust with members.

However, the studies also found that women leaders often became ‘mother-like’ or ‘caretakers’ of the enterprise, concentrating responsibility in one person. This was seen as natural and appropriate. The findings relate to broader understandings of social capital, where trust and shared norms can facilitate collective action, but can be fragile if they are primarily based on personal relationships rather than institutions (Bourdieu, 1986; Putnam, 1993).

Social norms around gender shaped attitudes to trust and centralization in Natural Resource User Groups. Many members reported that female leaders enhanced group cooperation because they were seen as reliable, moral and community-focused. However, female leaders who did not combine these qualities with transparent institutions around rotation of roles, financial reporting and succession planning risked being drawn further into the benevolent leader trap. This finding highlight that the issue is not female leaders per se but rather the lack of institutional translations of individual trust into effective governance. Consistent with Ostrom’s (1990) findings, these institutions involve rules, accountability and monitoring by several parties.

Ban Suay Community-Based Tourism Initiative showed a more sustainable approach to governance. Members had formalized their roles and made participatory and transparent decisions regarding spending of profit. Trust was transferred from a dependence on personal relationships to mechanisms of shared financial control, transparent financial books and regular discussion meetings. These elements facilitated member participation and assured that the rural enterprise could realize benefits from tourism for community development. The model for successful rural enterprise management revealed here transferred from personality-based leadership to system-based leadership and recognized gendered divisions of labor and authority. This approach is consistent with good governance principles as described by the World Bank (1992) and corroborated by other social sciences theories including institutional theory (North, 1990) and common pool resource theory (Ostrom, 1990).

Theme 3: Market Myopia and Strategic Adaptation

Themes Three describes a divergence between production-focused Community Enterprises (CEs) and market-oriented enterprises. Whilst a number of the CEs included in this research possessed local knowledge, cultural capital and production skills they did not achieve sustainable ‘value’ from this talent. This can be seen as a form of ‘market myopia’, whereby production-driven enterprises have insufficiently considered customer needs and tastes, pricing, brand positioning, supply-chain and market narratives and competitive advantage.

The Sila Hom Weaving Cooperative manages stands and sells woven products from its community. Every woman in the community is a weaver, retaining traditional methods and patterns. Yet, while their product does have quality, the issue lies in its inconsistency in size, price, design, and function making it hard to compete in other markets. Similarly, the Khao Klang Organic Growers Group practicing organic farming is not enough; the group lacks branding, certification, and market storytelling which fails to project the added value of their product to receive the corresponding higher price. High quality does not automatically translate into market success for community enterprise products. The value must be positioned, communicated, and perceived by consumers in the market.

In contrast, the Ban Suay Community-Based Tourism Initiative had developed a strong strategy for the “Silk & Forest Experience”. Rather than just offering another generic homestay, the group had drawn on local resources including the forest ecology, the silk heritage and the skills of the elder weavers, local cuisine and community history. These resources had been combined and communicated through storytelling, cultural performance and walk in the forest, through photography, word of mouth and use of social media to create high perceived value for a niche market of tourists interested in culture, nature and community learning. (Barney, 1991; Pine & Gilmore, 1999).

The case reveals that CE sustainability depends not only on making good products but also on identifying and matching market opportunities, mobilizing local resources, and satisfying shifting customer needs (Teece, 2007). Unlike other successful CEs who focused on making good products that automatically would appeal to consumers, Ban Suay experiences demonstrated that cultural and natural capital could be transformed and offered as attractive experiences for consumers. This case illustrates that CE viability depends on market orientation, customer awareness, product differentiation, telling of stories that matter to customers, and the capacity for innovation in both a commercial sense and within larger livelihood and sustainability frameworks.

Theme 4: The Generational Divide and the Succession Imperative

Community Enterprises (CEs) are intergenerational community-based groups where older members hold tacit knowledge, cultural memory and/or production and technical skills that have been passed down through generations. However, they struggle to apply these skills to update their traditional marketing through digital channels such as websites and social media, e-commerce, accounting, financial management and online customer engagement. This capability

gap between members' inherited knowledge and the skills required for effective digital marketing, limits the potential for rural people to move out of economic marginalization and address the rural digital divide (Heeks, 2002; World Bank, 2016).

Members from the weaving and herbal product groups were mostly older community members who were not able to access online markets. In contrast, the younger members of the community have tended to migrate to urban areas in search of stable and secure income, career progression and greater opportunities for social mobility. However, the Ban Suay Community-Based Tourism Initiative has shown that youth migration does not necessarily mean long-term disengagement. With CEs that allow for flexible participation, with opportunities for earning income, with space for digital innovation and creativity, and with a focus on local identity, young people can be encouraged to return to their rural community. (Todaro, 1969; Scoones, 1998)

Success at Ban Suay came from turning generational differences into a community strength. Elder members taught the cultural traditions, stories of local history, and intricate details of traditional weavers' work while younger members managed the social media, dealt with customers, took photographs, wrote content for online promotions, organized tours, and managed various booking systems. This division of labour was an embedded succession strategy as young people could gradually learn, become involved, and share the tasks. It decreased the risk of intergenerational knowledge loss and increased the ability of the community enterprise to adapt.

Creating sustainably functioning Community Enterprises (CEs) for environmental sustainability requires more than equipping community members with technical knowledge to manage natural resources effectively. It also necessitates an organizational design and structure that assigns significant economic value, social status, and identity to the engagement of youth. When tradition is combined with technology; social capital with governance systems; and the wisdom of experienced elders with innovation pursued by youth, communities create conditions conducive to sustainability. Berkes & Ross (2013), Folke (2006) and Flora & Flora (2013) see social capital and communal-level governance as crucial indicators of sustainability, while Flora & Flora (2013) and Putnam (1993) suggest that local organizations and social connections, respectively, give youth a meaningful and identity-forming role.

Recommendations

To enhance sustainability of Community Enterprises (CEs) promotion in Si Sa Ket, support to CEs must gradually shift from supply-oriented focusing on money, materials and equipment for

immediate operation, to more process-oriented, long-term, and community-centered capacity building. Government agencies, NGOs, universities and other development organizations can play key roles by offering CEs on-going mentoring support in the form of facilitation of ongoing problem identification, planning, testing and evaluation, reflection and review, and planning adjustment cycles. The ultimate goal is to strengthen CEs' critical thinking skills as well as their ability to manage finances, design and market products, and engage in adaptive planning.

CEs should be encouraged to test products, services and marketing concepts in a 'market sandbox' a low-risk, pilot-scale environment before they are scaled up. For example, weaving groups could develop and test some small lifestyle products such as scarves, bags and souvenirs with some customers. Herbal product groups could test packaging and/or product combinations at local fairs, online or in partner shops. Tourism enterprises could test and develop short experiences and trial them on small groups before upscaling. Data and analysis of customer feedback, costs, prices and sales should be recorded to inform the decision-making process.

Another aspect to be strengthened for increasing CE sustainability is internal governance. Each CE should set up simple operational systems (e.g., on leadership, financial accounting, decision-making, profit distribution, scheduled meetings, and leadership succession). These would encompass regular member meetings and monthly financial reports. The CE leader should further distribute leadership across committees (or functional roles: finance, production, marketing, documentation, and contact with third parties) in order to avoid dependence on a single leader and to create shared responsibility.

Moving from an output-orientation at the policy and institutional levels, that is, moving away from focusing on short-term outputs such as production levels or training completion, programmes supported at the provincial and local levels should adopt a multi stage funding approach that starts with diagnosis and planning, followed by piloting, market testing and scaling up after evidence of concept has been gathered. Support criteria under the Community Enterprise Promotion Act and similar development strategies at the provincial levels should include criteria such as good governance, community participation, transparency in financial reporting, testing of market value and utilization of local resources and lessons learned during implementation.

In addition to basic digital literacy support, also provide support to design, photograph and upload products as well as manage an online store. Establish local or district / provincial level Community Digital Hubs where crafts can be photographed and products uploaded, where stories of crafts and producers can be captured, where customer service can be provided, where

online payments can be facilitated and delivery arrangements made as well as where data analysis can take place. This will be particularly helpful for older producers and traditional craft makers who can benefit from market access but may not have the skills to manage online aspects of their business.

We also propose the development of Intermediary Social Enterprises which would facilitate CEs connection to digital marketplace, tourism websites, universities, private companies, and logistics services etc. These intermediaries could assist CEs in the processes of branding, product packaging and standardization, online marketing, customer service, and negotiation in markets. Inter-generational collaboration should also be integrated into the sustainability plan of CEs. Young participants can assist in digital communication, tourism management, online sales, product design, and visual storytelling. The elder members will provide cultural knowledge, training, and quality control. Associating these roles with income-sharing or incentives would make them meaningful and attractive for involvement of different generations, fostering a combination of traditional skills and modern practices for sustainability.

In order to support the sustainability of CE's, support should move beyond the enterprise itself and encourage the development of sustainability-oriented networks at the local level. These networks could be created by partnerships between agencies at the provincial level, educational institutions, local governments, private sector organizations and community-based organizations. A Community Enterprise Learning Network for Si Sa Ket could organize a product testing fair, cross-case studies, mentoring, online and offline market days. These support structures would allow CEs to gain access to knowledge, skill and market opportunity. Long term they could help CEs transition from a project to a sustainable, market and socially oriented enterprise genuinely rooted in their community.

References

- Andriesse, E., Pham, Q. T. N., Dinh, T. L. T., Kongkaew, C., Markphol, A., & Kittitornkool, J. (2022). Rural livelihoods amidst the COVID-19 pandemic: Farmers and fishers in Thailand and Vietnam. In S. D. Brunn & D. Gilbreath (Eds.), *COVID-19 and a world of ad hoc geographies* (Vol. 1, pp. 1589–1607). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-94350-9_86
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>

- Battilana, J., & Lee, M. (2014). Advancing research on hybrid organizing: Insights from the study of social enterprises. *Academy of Management Annals*, 8(1), 397–441. <https://doi.org/10.5465/19416520.2014.893615>
- Berkes, F., & Ross, H. (2013). Community resilience: Toward an integrated approach. *Society & Natural Resources*, 26(1), 5–20. <https://doi.org/10.1080/08941920.2012.736605>
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241–258). Greenwood Press.
- Chambers, R. (1997). *Whose reality counts? Putting the first last*. Intermediate Technology Publications.
- Department for International Development. (1999). *Sustainable livelihoods guidance sheets*. Department for International Development.
- Defourny, J., & Nyssens, M. (2010). Conceptions of social enterprise and social entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and divergences. *Journal of Social Entrepreneurship*, 1(1), 32–53. <https://doi.org/10.1080/19420670903442053>
- Easterly, W. (2006). *The white man's burden: Why the West's efforts to aid the rest have done so much ill and so little good*. Penguin Press.
- Fahmi, F. Z., & Arifianto, A. (2022). Digitalization and social innovation in rural areas: A case study from Indonesia. *Rural Sociology*, 87(2), 339–369. <https://doi.org/10.1111/ruso.12418>
- Flora, C. B., & Flora, J. L. (2013). *Rural communities: Legacy and change* (4th ed.). Westview Press.
- Folke, C. (2006). Resilience: The emergence of a perspective for social–ecological systems analyses. *Global Environmental Change*, 16(3), 253–267. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2006.04.002>
- Granovetter, M. (1985). Economic action and social structure: The problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91(3), 481–510. <https://doi.org/10.1086/228311>
- Heeks, R. (2002). Information systems and developing countries: Failure, success, and local improvisations. *The Information Society*, 18(2), 101–112. <https://doi.org/10.1080/01972240290075039>
- Korten, D. C. (1980). Community organization and rural development: A learning process approach. *Public Administration Review*, 40(5), 480–511. <https://doi.org/10.2307/3110204>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Kretzmann, J. P., & McKnight, J. L. (1993). *Building communities from the inside out: A path toward finding and mobilizing a community's assets*. ACTA Publications.

- Levitt, T. (1960). Marketing myopia. *Harvard Business Review*, 38(4), 45–56.
- Mansuri, G., & Rao, V. (2013). *Localizing development: Does participation work?* World Bank.
<https://doi.org/10.1596/978-0-8213-8256-1>
- Morgan, G. (1997). *Images of organization* (2nd ed.). Sage Publications.
- North, D. C. (1990). *Institutions, institutional change and economic performance*. Cambridge University Press.
- Office of the National Economic and Social Development Board. (2007). *Sufficiency economy implications and applications*. Office of the National Economic and Social Development Board.
- O'Shaughnessy, M., Christmann, G. B., & Richter, R. (2023). Introduction: Dynamics of social innovations in rural communities. *Journal of Rural Studies*, 99, 187–192.
<https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2022.09.010>
- Ostrom, E. (1990). *Governing the commons: The evolution of institutions for collective action*. Cambridge University Press.
- Piboolsravut, P. (2004). Sufficiency economy. *ASEAN Economic Bulletin*, 21(1), 127–134.
<https://doi.org/10.1355/AE21-1H>
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: Work is theatre and every business a stage*. Harvard Business School Press.
- Polanyi, K. (1944). *The great transformation: The political and economic origins of our time*. Farrar & Rinehart.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
- Pretty, J. N. (1995). Participatory learning for sustainable agriculture. *World Development*, 23(8), 1247–1263. [https://doi.org/10.1016/0305-750X\(95\)00046-F](https://doi.org/10.1016/0305-750X(95)00046-F)
- Putnam, R. D. (1993). *Making democracy work: Civic traditions in modern Italy*. Princeton University Press.
- Rigg, J., & Salamanca, A. (2011). Connecting lives, living, and location: Mobility and spatial signatures in Northeast Thailand, 1982–2009. *Critical Asian Studies*, 43(4), 551–575.
<https://doi.org/10.1080/14672715.2011.623522>
- Rigg, J., Salamanca, A., & Thompson, E. C. (2016). The puzzle of East and Southeast Asia's persistent smallholder. *Journal of Rural Studies*, 43, 118–133.
<https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2015.11.003>

- Scoones, I. (1998). *Sustainable rural livelihoods: A framework for analysis* (IDS Working Paper No. 72). Institute of Development Studies.
- Scott, J. C. (1998). *Seeing like a state: How certain schemes to improve the human condition have failed*. Yale University Press.
- Sen, A. (1999). *Development as freedom*. Oxford University Press.
- Teece, D. J. (2007). Explicating dynamic capabilities: The nature and microfoundations of sustainable enterprise performance. *Strategic Management Journal*, 28(13), 1319–1350. <https://doi.org/10.1002/smj.640>
- Todaro, M. P. (1969). A model of labor migration and urban unemployment in less developed countries. *The American Economic Review*, 59(1), 138–148.
- Tran, T. T. S., Nemeth, N., & Sarker, M. S. I. (2024). Digital marketing in community-based enterprises: A systematic literature review and research agenda. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10, Article 100414. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100414>
- UNDP. (2007). *Thailand human development report 2007: Sufficiency economy and human development*. United Nations Development Programme.
- UNESCO. (2013). *Creative economy report 2013 special edition: Widening local development pathways*. UNESCO.
- Uphoff, N. (1986). *Local institutional development: An analytical sourcebook with cases*. Kumarian Press.
- Woolcock, M. (1998). Social capital and economic development: Toward a theoretical synthesis and policy framework. *Theory and Society*, 27(2), 151–208. <https://doi.org/10.1023/A:1006884930135>
- World Bank. (1992). *Governance and development*. World Bank.
- World Bank. (2016). *World development report 2016: Digital dividends*. World Bank. <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-0671-1>

การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Digital Media Literacy of Buriram Rajabhat University Students

จุฑามาศ พรหมทอง¹

Jutamas Promthong

¹อาจารย์ประจำสาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

Lecturer in Library and Information Science, Faculty of Humanities and Social Sciences,
Buriram Rajabhat University

อีเมล : jutamat.pt@bru.ac.th

DOI: <http://doi.org/10.14456/jhusoc.2026.7>

Received: 23 April 2026; Revised: 25 April 2026; Accepted: 27 April 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ และ 2) ศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ จำนวน 384 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ Yamane (1973) ที่ระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม เก็บรวบรวมข้อมูลรูปแบบออนไลน์และกระดาษ ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2568 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) นักศึกษามีระดับการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.18) โดยด้านการเข้าถึงสื่อมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือด้านความเข้าใจ การประเมินคุณค่าสื่อ การวิเคราะห์สื่อ และการใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์ ส่วนปัญหาและอุปสรรคโดยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.02) ปัญหาที่พบมากที่สุด ได้แก่ ด้านความเข้าใจ รองลงมาคือ ด้านการเข้าถึงสื่อ ด้านการใช้สื่อ ด้านการวิเคราะห์สื่อ และด้านการประเมินคุณค่าสื่อ ตามลำดับ ผลการวิจัยสะท้อนว่านักศึกษามีศักยภาพด้านการใช้สื่อดิจิทัลในระดับดี แต่ยังควรได้รับการพัฒนาทักษะด้านการคัดกรอง วิเคราะห์ และจัดการข้อมูล ผลการศึกษาสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาหลักสูตร การจัดการเรียนการสอน และการกำหนดนโยบายส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลในระดับอุดมศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

คำสำคัญ : การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล, นักศึกษา, สื่อดิจิทัล, มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

¹ Corresponding author's E-mail: jutamat.pt@bru.ac.th

Abstract

This study aimed to: 1) examine the level of digital media literacy among students at Buriram Rajabhat University, and 2) investigate the problems and barriers related to digital media literacy. The sample consisted of 384 students from Buriram Rajabhat University, determined using Yamane's (1973) formula with a margin of error of 0.05. The research instrument was a structured questionnaire administered through both online and paper-based formats during the first semester of the 2025 academic year. Data were analyzed using mean and standard deviation. The findings revealed that the overall level of digital media literacy among students was high (Mean = 4.18). Among the assessed dimensions, media access had the highest mean score, followed by media comprehension, media evaluation, media analysis, and creative media use, respectively. Overall, problems and barriers related to digital media literacy were at a low level (Mean = 2.02). The most prominent challenges were in media comprehension, followed by media access, creative media use, media analysis, and media evaluation. The results indicate that students possess strong competencies in digital media usage; however, they still require further development in critical skills related to information filtering, analytical thinking, and data management. These findings provide valuable empirical evidence for curriculum development, instructional improvement, and policy formulation to enhance digital media literacy in higher education more effectively.

Keywords: Digital Media Literacy, Students, Digital Media, Buriram Rajabhat University

บทนำ

รัฐบาลไทยให้ความสำคัญต่อการพัฒนาทักษะดิจิทัลของประชาชนเพื่อขับเคลื่อนประเทศสู่เศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล โดยกำหนดวิสัยทัศน์และแนวทางการพัฒนาตามภูมิทัศน์ดิจิทัล 4 ระยะ คือ การสร้างฐานรากด้านโครงสร้างพื้นฐาน การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน การเปลี่ยนผ่านสู่การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างเต็มศักยภาพ และการก้าวสู่การเป็นผู้นำดิจิทัลระดับโลก (สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561) สอดคล้องกับกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมได้ส่งเสริมการพัฒนาพลเมืองดิจิทัล เพื่อให้ประชาชนสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างรู้เท่าทัน มีวิจารณญาณ และใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2568) อย่างไรก็ตาม ในทางปฏิบัติยังพบว่า ประชาชนเผชิญปัญหาการรับข้อมูลจำนวนมาก ขาดทักษะในการคัดกรองและประเมินความน่าเชื่อถือของสื่อ ตลอดจนข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล ปัญหาดังกล่าวส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิต การทำความเข้าใจ และการใช้สื่ออย่างมีวิจารณญาณ ซึ่งอาจนำไปสู่การรับหรือเผยแพร่ข้อมูลที่คลาดเคลื่อน

ขณะเดียวกัน สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมได้กำหนดแผนกลยุทธ์ด้านดิจิทัล (พ.ศ. 2566–2568) เพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลทางการศึกษาให้มีคุณภาพและปลอดภัย รองรับ การเชื่อมต่อและการแลกเปลี่ยนข้อมูล พร้อมส่งเสริมการใช้ทรัพยากรร่วมกันภายในเครือข่ายการศึกษา นโยบายดังกล่าวสนับสนุนการพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษา เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการเข้าถึง วิเคราะห์ ประเมิน และใช้สื่อดิจิทัลอย่างเหมาะสม อันนำไปสู่การเรียนรู้อย่างมีคุณภาพและการเป็นพลเมืองดิจิทัลที่มีความรับผิดชอบ (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2568)

นักศึกษาระดับอุดมศึกษาเป็นกลุ่มที่มีการเข้าถึงและใช้สื่อดิจิทัลอย่างเข้มข้น แต่ยังพบข้อจำกัดด้านความสามารถในการคิดเชิงวิพากษ์ โดยเฉพาะการวิเคราะห์ แยกแยะ และประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูล ส่งผลให้เสี่ยงต่อปัญหาการใช้สื่ออย่างไม่รู้เท่าทัน เช่น การเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล การถูกชักจูงจากข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง การละเมิดลิขสิทธิ์ การเผยแพร่ข่าวปลอม ตลอดจนผลกระทบต่อสุขภาพ การเรียน และความสัมพันธ์ทางสังคม รวมถึงอาจก่อให้เกิดข้อพิพาทหรือผลกระทบในระดับสังคมได้ (ปองปรารณ สุนทรเณสัช, 2564) ดังนั้นการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลจึงมีความสำคัญต่อทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ที่ช่วยเสริมสร้างความสามารถในการใช้สื่ออย่างมีวิจารณญาณ มีความรับผิดชอบ และมีเหตุผล อันเป็นพื้นฐานของการเรียนรู้อย่างมีคุณภาพและการเป็นพลเมืองดิจิทัลที่ดีในสังคม

การศึกษาการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์มีความจำเป็น เนื่องจากสื่อดิจิทัลมีทั้งข้อมูลที่ถูกต้องและบิดเบือน ขณะที่นักศึกษาเป็นกลุ่มผู้ใช้สื่อหลักในการเรียนรู้ การสื่อสาร และการตัดสินใจ หากขาดทักษะในการวิเคราะห์ ตรวจสอบ และประเมินข้อมูล อาจนำไปสู่การใช้สื่ออย่างไม่เหมาะสมและส่งผลกระทบต่อตนเองและสังคม อีกทั้งมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์มีบทบาทสำคัญในการพัฒนากำลังคนระดับภูมิภาค การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งสร้างข้อมูลเชิงประจักษ์เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาหลักสูตร การจัดการเรียนการสอน และการส่งเสริมทักษะการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของผู้เรียนอย่างมีวิจารณญาณและความรับผิดชอบในฐานะพลเมืองดิจิทัลต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ที่กำลังศึกษาอยู่ปีการศึกษา 2568 มี 7 คณะ ประกอบด้วย คณะครุศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม คณะเกษตรศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ และคณะพยาบาลศาสตร์ จำนวนทั้งหมด 9,922 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง กำหนดโดยใช้สูตรของทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1973) ที่ระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 จากประชากรทั้งหมด 9,922 คน ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน จากนั้นจัดสรรกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการ

รูปแบบแบ่งชั้นตามสัดส่วนประชากรของแต่ละคณะ โดยใช้การเทียบบัญญัติไตรยางศ์ คือคณะครุศาสตร์ จำนวน 103 คน คณะวิทยาศาสตร์ จำนวน 62 คน คณะเทคโนโลยีการเกษตร จำนวน 17 คน คณะวิทยาการจัดการ จำนวน 74 คน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำนวน 86 คน คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม จำนวน 30 คน และคณะพยาบาลศาสตร์ จำนวน 9 คน รวมทั้งสิ้น 384 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยพัฒนาขึ้นโดยอาศัยแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ชั้นปี สาขาวิชา และคณะ ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 สภาพการใช้สื่อของนักศึกษาในปัจจุบัน ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ในการใช้สื่อ ประเภทสื่อและแพลตฟอร์มที่นิยม รูปแบบการใช้สื่อ ระยะเวลา และความถี่ในการใช้สื่อ

ส่วนที่ 3 การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ครอบคลุม 5 ด้าน ได้แก่ (1) การเข้าถึงสื่อ จำนวน 5 ข้อ (2) การวิเคราะห์สื่อ จำนวน 5 ข้อ (3) การเข้าใจสื่อ จำนวน 5 ข้อ (4) การประเมินค่า จำนวน 5 ข้อ และ (5) การใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์ จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคของการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของนักศึกษา ครอบคลุม 5 ด้าน ได้แก่ (1) การเข้าถึงสื่อ จำนวน 5 ข้อ (2) การวิเคราะห์สื่อ จำนวน 5 ข้อ (3) การเข้าใจสื่อ จำนวน 4 ข้อ (4) การประเมินค่า จำนวน 5 ข้อ และ (5) การใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์ จำนวน 5 ข้อ มีลักษณะเป็นคำถามแบบเลือกตอบและคำถามปลายเปิด

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของนักศึกษา เป็นคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม

ผู้วิจัยตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 คน และคำนวณค่า IOC ได้เท่ากับ 0.98 แสดงว่าเครื่องมือมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับวัตถุประสงค์การวิจัย

ผู้วิจัยได้ทดลองใช้แบบสอบถามกับนักศึกษาที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความชัดเจนและความเหมาะสมของเครื่องมือ โดยมีค่าความเชื่อมั่นตามสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคเท่ากับ 0.96 แสดงว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือสูงและเหมาะสมสำหรับการวิจัย

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามทั้งรูปแบบออนไลน์และกระดาษจากกลุ่มตัวอย่าง พร้อมชี้แจงวัตถุประสงค์และขอความยินยอม จากนั้นตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูลก่อนนำไปวิเคราะห์

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามแนวทางลิเคิร์ต (Likert Scale) และแปลผลระดับความคิดเห็นตามเกณฑ์ของ Best (1977) ดังนี้

4.21 – 5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด

3.41 – 4.20 หมายถึง ระดับมาก

2.61 – 3.40 หมายถึง ระดับปานกลาง

1.81 – 2.60 หมายถึง ระดับน้อย

1.00 – 1.80 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

5. จริยธรรมการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการตามหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ โดยขอความยินยอมจากผู้เข้าร่วมโดยสมัครใจ รักษาความลับของข้อมูล ไม่เปิดเผยตัวตน และใช้ข้อมูลเพื่อประโยชน์ทางวิชาการเท่านั้น

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 201 คน (ร้อยละ 52.34) รองลงมาเป็นเพศหญิง จำนวน 183 คน (ร้อยละ 47.66) และส่วนใหญ่อยู่ในชั้นปีที่ 4 จำนวน 138 คน (ร้อยละ 35.94) รองลงมาคือ ชั้นปีที่ 3 จำนวน 101 คน (ร้อยละ 26.30) ชั้นปีที่ 2 จำนวน 97 คน (ร้อยละ 25.26) และชั้นปีที่ 1 จำนวน 48 คน (ร้อยละ 12.50)

ความถี่ในการใช้งานสื่อดิจิทัล พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้งานระดับมากที่สุด จำนวน 162 คน (ร้อยละ 42.19) รองลงมา ระดับปานกลาง จำนวน 106 คน (ร้อยละ 27.60) ระดับมาก จำนวน 80 คน (ร้อยละ 20.83) ระดับน้อยมาก จำนวน 22 คน (ร้อยละ 5.73) และระดับน้อย จำนวน 14 คน (ร้อยละ 3.65)

2. ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของนักศึกษา

ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของนักศึกษา พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้สื่อเพื่อสืบค้นข้อมูลเพื่อการเรียน จำนวน 319 คน (ร้อยละ 83.07) รองลงมาเพื่อความบันเทิง (ร้อยละ 36.20) และเพื่ออัปเดตข่าวสาร (ร้อยละ 31.00) ขณะที่การใช้เพื่อสื่อสารและประสานงาน (ร้อยละ 24.22) และการสร้างหรือเผยแพร่เนื้อหา (ร้อยละ 14.84)

ประเภทสื่อและแพลตฟอร์มที่ใช้ พบว่า สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางหลัก (ร้อยละ 75.00) รองลงมา คือ แหล่งค้นคว้า (ร้อยละ 37.00) แพลตฟอร์มวิดีโอ (ร้อยละ 30.73) และแอปพลิเคชันสื่อสาร (ร้อยละ 30.21) ส่วนเว็บไซต์ข่าวมีการใช้งานน้อยที่สุด (ร้อยละ 12.24)

ด้านรูปแบบการใช้สื่อ พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้สื่อหลายหน้าจอพร้อมกัน (Multitasking) (ร้อยละ 75.52) รองลงมา คือ การเสฟสื่อสั้นและรวดเร็ว (ร้อยละ 27.34) และการแชร์เนื้อหาที่สนใจ (ร้อยละ 19.53) การใช้เพื่อสร้างแบรนด์ส่วนตัว (ร้อยละ 17.71) และการแสดงความคิดเห็น (ร้อยละ 13.00)

นอกจากนี้ด้านระยะเวลาและความถี่ในการใช้งาน พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้สื่อดิจิทัลเฉลี่ยวันละ 6-10 ชั่วโมง (ร้อยละ 52.34) ช่วงเวลาใช้งานสูงสุดระหว่าง 19.00-24.00 น. (ร้อยละ 35.42) และบางส่วนมีการใช้งานต่อเนื่องเป็นเวลานานโดยไม่พัก (ร้อยละ 12.24)

3. วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ศึกษาการรับรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

ผลการวิเคราะห์ระดับการรับรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการเข้าถึงสื่อดิจิทัลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.26$) รองลงมา ได้แก่ ด้านการเข้าใจสื่อ ($\bar{X} = 4.19$) ด้านการประเมินคุณค่าสื่อ ($\bar{X} = 4.18$) และด้านการวิเคราะห์สื่อ ($\bar{X} = 4.15$) ตามลำดับ ส่วนด้านการใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{X} = 4.12$) ดังแสดงในตารางที่ 1

ตาราง 1

ภาพรวมระดับการรับรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

รายการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับการรับรู้เท่าทันสื่อ
ด้านการเข้าถึงสื่อ	4.26	0.86	มากที่สุด
ด้านการวิเคราะห์สื่อ	4.15	0.08	มาก
ด้านการเข้าใจ	4.19	0.09	มาก
ด้านการประเมินคุณค่า	4.18	0.09	มาก
ด้านการใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์	4.12	0.12	มาก
รวม	4.18	0.24	มาก

ผลการวิเคราะห์ด้านการเข้าถึงสื่อดิจิทัลโดยรวมพบว่า นักศึกษามีระดับการรับรู้เท่าทันอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.86) โดยมีความสามารถสูงสุดในการใช้หลายแพลตฟอร์มเพื่อเข้าถึงข้อมูล ($\bar{X} = 4.49$) และเลือกช่องทางรับข่าวสารได้เหมาะสม ($\bar{X} = 4.42$) ขณะที่การเข้าถึงข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตได้ทุกที่ทุกเวลาอยู่ในระดับต่ำสุด ($\bar{X} = 3.90$ ดังตารางที่ 2

ตาราง 2

ระดับการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ด้านการเข้าถึงสื่อดิจิทัล

ด้านการเข้าถึงสื่อดิจิทัล	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับการรู้เท่าทันสื่อ
1. ท่านสามารถเข้าถึงข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตได้ทุกที่ทุกเวลา	3.90	1.16	มาก
2. ท่านสามารถใช้หลายแพลตฟอร์มเพื่อเข้าถึงข้อมูลที่หลากหลาย	4.49	0.71	มากที่สุด
3. ท่านรู้จักวิธีใช้เครื่องมือค้นหาขั้นสูงเพื่อหาข้อมูล	4.25	0.91	มาก
4. ท่านสามารถเลือกช่องทางที่เหมาะสมในการเสพข่าวสาร	4.42	0.78	มาก
5. ท่านเข้าใจวิธีใช้งานแอปพลิเคชันหรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ	4.26	0.75	มาก
รวม	4.26	0.86	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ด้านการวิเคราะห์สื่อโดยรวมพบว่า นักศึกษามีระดับการรู้เท่าทันอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = 0.80) โดยมีความสามารถสูงสุดในการแยกแยะข้อเท็จจริง ข้อคิดเห็น และข้อมูลเกินจริง ($\bar{X} = 4.27$) รองลงมาคือการแยกแยะข่าวจริงกับข่าวปลอม ($\bar{X} = 4.17$) ขณะที่การวิเคราะห์เจตนาและอคติของสื่อมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{X} = 4.03$) ดังตารางที่ 3

ตาราง 3

ระดับการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ด้านการวิเคราะห์สื่อ

ด้านการวิเคราะห์สื่อ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับการรู้เท่าทันสื่อ
1. ท่านสามารถแยกแยะข่าวจริงกับข่าวปลอมได้	4.17	0.88	มาก
2. ท่านสามารถแยกแยะข้อเท็จจริง ข้อเสนอเกินจริง และความคิดเห็นได้	4.27	0.75	มาก
3. ท่านสามารถวิเคราะห์เจตนาและอคติของสื่อได้	4.03	0.94	มาก
4. ท่านสามารถตรวจสอบความสอดคล้องของข้อมูลจากหลายแหล่ง	4.12	0.88	มาก
5. ท่านสามารถระบุสื่อที่มีโฆษณาแฝงหรือชักจูงจิตใจได้	4.14	0.76	มาก
รวม	4.15	0.08	มาก

ผลการวิเคราะห์ด้านความเข้าใจสื่อโดยรวมพบว่า นักศึกษามีระดับการรู้เท่าทันอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = 0.84) โดยมีความสามารถสูงสุดในการตีความข้อมูลจากสื่อหลายประเภทได้อย่างถูกต้อง ($\bar{X} = 4.28$)

รองลงมาคือความเข้าใจบริบทของข้อมูล ($\bar{X} = 4.24$) ขณะที่การสรุปใจความสำคัญของเนื้อหาที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{X} = 4.11$) ดังตารางที่ 4

ตาราง 4

ระดับการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ด้านการเข้าใจสื่อ

ด้านความเข้าใจ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ การรู้เท่าทันสื่อ
1. ท่านเข้าใจเนื้อหาของสื่อดิจิทัลได้อย่างชัดเจน	4.22	0.92	มาก
2. ท่านเข้าใจบริบทและสถานการณ์ของข้อมูล	4.24	0.77	มากที่สุด
3. ท่านเข้าใจผลกระทบของเนื้อหาสื่อที่มีต่อสังคมและตนเอง	4.13	0.95	มาก
4. ท่านสามารถสรุปใจความสำคัญของเนื้อหาได้	4.11	0.77	มาก
5. ท่านสามารถตีความข้อมูลจากสื่อหลายประเภทได้อย่างถูกต้อง	4.28	0.80	มาก
รวม	4.19	0.84	มาก

ผลการวิเคราะห์ด้านการประเมินคุณค่าสื่อโดยรวมพบว่า นักศึกษามีระดับการรู้เท่าทันอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.82) โดยมีความสามารถสูงสุดในการตรวจสอบความทันสมัยของข้อมูล ($\bar{X} = 4.29$) รองลงมาคือการพิจารณาความเหมาะสมของเนื้อหา ก่อนเผยแพร่ ($\bar{X} = 4.24$) ขณะที่การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{X} = 4.05$) ดังตารางที่ 5

ตาราง 5

ระดับการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ด้านการประเมินคุณค่าสื่อ

ด้านการประเมินคุณค่าสื่อ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ การรู้เท่าทันสื่อ
1. ท่านตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลก่อนเชื่อหรือแชร์	4.05	0.97	มาก
2. ท่านตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของเนื้อหา	4.18	0.72	มาก
3. ท่านสามารถแยกข้อเท็จจริงออกจากความคิดเห็นหรือโฆษณาได้	4.12	0.83	มาก

ตาราง 5 (ต่อ)

ด้านการประเมินคุณค่าสื่อ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ การรู้เท่าทันสื่อ
4. ท่านพิจารณาความเหมาะสมและผลกระทบของเนื้อหา ต่อผู้รับสารก่อนแชร์	4.24	0.80	มากที่สุด
5. ท่านสามารถตรวจสอบวันที่เผยแพร่และความทันสมัย ของข้อมูล	4.29	0.80	มากที่สุด
รวม	4.18	0.82	มาก

ผลการวิเคราะห์ด้านการใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์โดยรวมพบว่า นักศึกษามีระดับการรู้เท่าทันอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$, S.D. = 0.91) โดยมีความสามารถสูงสุดในการสร้างเนื้อหาดิจิทัลด้วยตนเอง ($\bar{X} = 4.31$) รองลงมาคือการผสมผสานข้อมูลจากหลายแหล่งเพื่อสร้างสื่อใหม่ ($\bar{X} = 4.14$) ขณะที่การใช้สื่อเพื่อเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{X} = 4.03$) ดังตาราง 6

ตาราง 6

ระดับการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ด้านการใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์

ด้านการใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ การรู้เท่าทันสื่อ
1. ท่านสามารถสร้างเนื้อหาสื่อดิจิทัลด้วยตนเอง เช่น วิดีโอ อินโฟกราฟิก หรือบทความ	4.31	0.97	มากที่สุด
2. ท่านใช้สื่อดิจิทัลเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเชิงบวกกับ ผู้อื่น	4.08	0.76	มาก
3. ท่านใช้สื่อเพื่อเผยแพร่ข้อมูลหรือความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อ สังคม	4.03	1.00	มาก
4. ท่านทดลองใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการสร้างสื่อ	4.05	0.81	มาก
5. ท่านผสมผสานข้อมูลจากหลายแหล่งเพื่อสร้างเนื้อหาใหม่	4.14	1.01	มาก
รวม	4.12	0.91	มาก

4. ปัญหาและอุปสรรคของการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

ผลการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคของการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลโดยรวมพบว่า อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.02$, S.D. = 0.08) โดยปัญหาด้านความเข้าใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 2.11$) รองลงมาคือด้านการเข้าถึงสื่อ ($\bar{X} = 2.10$) ขณะที่ปัญหาด้านการประเมินคุณค่าสื่อมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{X} = 1.81$) ดังตาราง 7

ตาราง 7

ภาพรวมปัญหาและอุปสรรคของการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

รายการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับปัญหา
ด้านการเข้าถึงสื่อ	2.10	0.13	น้อย
ด้านการวิเคราะห์สื่อ	2.02	0.09	น้อย
ด้านการเข้าใจ	2.11	0.07	น้อย
ด้านการประเมินคุณค่า	1.81	0.03	น้อย
ด้านการใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์	2.04	0.08	น้อย
รวม	2.02	0.08	น้อย

ผลการวิเคราะห์ปัญหาด้านการเข้าถึงสื่อดิจิทัลพบว่า ปัญหาสูงสุดคืออินเทอร์เน็ตไม่เสถียรหรือความเร็วต่ำ ($\bar{X} = 2.64$) รองลงมาคือการขาดความรู้ด้านสิทธิ์การเข้าถึงข้อมูล ($\bar{X} = 2.03$) และทักษะการใช้เครื่องมือค้นหา ($\bar{X} = 2.01$) ขณะที่ปัญหาด้านอุปกรณ์และการรู้จักแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่า

ผลการวิเคราะห์ปัญหาด้านการวิเคราะห์สื่อพบว่า ปัญหาสูงสุดคือข้อมูลจำนวนมากเกินไปทำให้วิเคราะห์ไม่ครบถ้วน ($\bar{X} = 2.27$) รองลงมาคือการขาดทักษะเชื่อมโยงข้อมูลจากหลายแหล่ง ($\bar{X} = 2.04$) และการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูล ($\bar{X} = 2.01$) ขณะที่ปัญหาการแยกแยะข้อเท็จจริงกับข้อมูลบิดเบือนมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{X} = 1.89$)

ผลการวิเคราะห์ปัญหาด้านความเข้าใจพบว่า ปัญหาสูงสุดคือการรับข้อมูลมากเกินไปจนเกิดความสับสน ($\bar{X} = 2.32$) รองลงมาคือการตีความภาษาและสัญลักษณ์คลาดเคลื่อน ($\bar{X} = 2.25$) และความไม่ชัดเจนในการเข้าใจสื่อบางประเภท ($\bar{X} = 1.98$) ขณะที่ปัญหาการแยกข้อเท็จจริงกับความคิดเห็นมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{X} = 1.90$)

ผลการวิเคราะห์ปัญหาด้านการประเมินคุณค่าสื่อพบว่า ปัญหาสูงสุดคือการตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูล ($\bar{X} = 1.90$) รองลงมาคือการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูล ($\bar{X} = 1.88$) และการประเมินข้อมูลบิดเบือน ($\bar{X} = 1.77$) ขณะที่การเปรียบเทียบข้อมูลจากหลายแหล่งมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{X} = 1.73$)

ผลการวิเคราะห์ปัญหาด้านการใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์พบว่า ปัญหาสูงสุดคือการขาดแนวทางหรือคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ ($\bar{X} = 2.15$) รองลงมา คือ การขาดความคิดสร้างสรรค์ในการประยุกต์ใช้สื่อ ($\bar{X} = 2.07$) และทักษะการออกแบบสื่อดิจิทัล ($\bar{X} = 2.05$) ขณะที่การรู้จักเครื่องมือหรือเทคโนโลยีใหม่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{X} = 1.92$)

อภิปรายผล

1. สภาพการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ส่วนใหญ่ใช้สื่อดิจิทัลเพื่อสืบค้นข้อมูลทางการเรียนเป็นหลัก สะท้อนว่าสื่อดิจิทัลเป็นโครงสร้างพื้นฐานสำคัญของการเรียนรู้ ช่วยส่งเสริมการเข้าถึงข้อมูล การเรียนรู้ด้วยตนเอง และการพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์ สอดคล้องกับ ธนารักษ์ สารเถื่อนแก้วชัยชัย อธิเกียรติ และทิชพร นามวงศ์ (2567) ที่ชี้ว่าสื่อดิจิทัลมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องในยุคดิจิทัล

นักศึกษานิยมใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram, TikTok และ X (Twitter) มากที่สุด เนื่องจากเป็นสื่อที่เข้าถึงง่าย สะดวก รวดเร็ว และรองรับการสื่อสารแบบมีปฏิสัมพันธ์ ช่วยให้สามารถติดต่อ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น รับข่าวสาร และแสดงตัวตนได้อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งระบบคัดเลือกเนื้อหาตามความสนใจยังส่งเสริมการใช้งานอย่างสม่ำเสมอ สอดคล้องกับ จุฑามาต ฉัตรสุริยวงศ์ (2564) ที่ระบุว่าสื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางสำคัญในการสื่อสาร แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคมได้ทุกที่ทุกเวลา

นักศึกษาส่วนใหญ่มีรูปแบบการใช้สื่อแบบหลายหน้าจอพร้อมกัน (Multitasking) เช่น เรียนออนไลน์ควบคู่กับการใช้โทรศัพท์มือถือ สะท้อนพฤติกรรมการบริโภคสื่อในยุคดิจิทัลที่เน้นความสะดวก รวดเร็ว และการเข้าถึงข้อมูลหลายช่องทางพร้อมกัน แม้ช่วยตอบสนองด้านการสื่อสารและความบันเทิง แต่ก็อาจส่งผลกระทบต่อสมาธิและประสิทธิภาพในการประมวลผลข้อมูล สอดคล้องกับ นักรบ นาคสุวรรณ (2564) ที่ระบุว่าการใช้สื่อสังคมออนไลน์ส่งเสริมพฤติกรรมการใช้สื่อหลายช่องทางพร้อมกันเพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลาย

นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้สื่อดิจิทัลเฉลี่ยวันละ 6–10 ชั่วโมง สะท้อนว่าสื่อดิจิทัลได้กลายเป็นส่วนสำคัญของชีวิตประจำวันทั้งด้านการเรียนรู้ การสื่อสาร และความบันเทิง เนื่องจากเข้าถึงสะดวกและตอบสนองความต้องการได้รวดเร็ว สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรภัทร ภูขวัญทอง และคณะ (2564) และศรัลย์ สมสวัสดิ์ และคณะ (2565) ที่พบว่านักศึกษามีการใช้สื่อดิจิทัลเป็นประจำทุกวันเพื่อการสื่อสารและติดตามข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์

2. ระดับการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

2.1 ด้านการเข้าถึงสื่อ

นักศึกษาสามารถเลือกช่องทางที่เหมาะสมในการรับข่าวสารได้ในระดับมากที่สุด สะท้อนถึงความสามารถในการคัดเลือก เข้าถึง และใช้ประโยชน์จากแหล่งข้อมูลดิจิทัลที่หลากหลายให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันเป็นผลจากความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีและแพลตฟอร์มสื่อสมัยใหม่ สอดคล้องกับ แววดา เตชาทวีวรรณ (2559) และณัฏฐพัชร คุ่มบัว และคณะ (2563) ที่ระบุว่าการรู้เท่าทันสื่อครอบคลุมความสามารถในการเลือกใช้อ้างอิง การเข้าถึงสารสนเทศ และการประเมินข้อมูลได้อย่างเหมาะสม

2.2 ด้านการวิเคราะห์สื่อ

นักศึกษามีความสามารถในการแยกแยะข้อเท็จจริง ข้อเสนอเกินจริง และความคิดเห็นในระดับมากที่สุด สะท้อนถึงการมีทักษะการคิดเชิงวิพากษ์และการวิเคราะห์สื่อที่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจากกระบวนการเรียนรู้และการเผชิญกับข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายในชีวิตประจำวัน ส่งผลให้สามารถคัดกรองและประเมินสารสนเทศได้อย่างมีเหตุผล ลดความเสี่ยงต่อการรับข้อมูลที่คลาดเคลื่อน สอดคล้องกับ จุฬารัตน์ บุชบงก

(2561) และศิริกาญจน์ จันทน์วิชน และคณะ (2565) ที่ระบุว่าความรู้เท่าทันสื่อเป็นทักษะสำคัญของผู้เรียนในการวิเคราะห์ ตีความ และประเมินข้อมูลอย่างมีวิจารณญาณในบริบทสังคมดิจิทัล

2.3 ด้านการเข้าใจสื่อ

นักศึกษาสามารถตีความข้อมูลจากสื่อหลายประเภทได้อย่างถูกต้องในระดับมากที่สุด สะท้อนถึงความสามารถในการทำความเข้าใจเนื้อหา จับประเด็นสำคัญ เชื่อมโยงข้อมูลกับบริบท และวิเคราะห์ความหมายแฝงของสื่อได้อย่างเหมาะสม ช่วยลดความคลาดเคลื่อนในการรับสารและสนับสนุนการตัดสินใจอย่างมีเหตุผล สอดคล้องกับ อังคณา แวชอบหา (2564) และจุฑามาศ ฉัตรสุริยวงศ์ (2564) ที่ชี้ว่าการเข้าใจสื่ออย่างแท้จริงต้องครอบคลุมการตีความ วิเคราะห์เจตนา และประเมินอิทธิพลของสื่ออย่างมีวิจารณญาณ

2.4 ด้านการประเมินคุณค่าสื่อ

นักศึกษาพิจารณาความเหมาะสมและผลกระทบของเนื้อหา ก่อนการแชร์ได้ในระดับมากที่สุด สะท้อนถึงความสามารถในการประเมินคุณค่าสื่ออย่างมีวิจารณญาณ ตระหนักถึงผลกระทบต่อผู้อื่นและสังคม รวมถึงการใช้สื่ออย่างมีจริยธรรมและความรับผิดชอบ สอดคล้องกับ จุฑามาศ ฉัตรสุริยวงศ์ (2564) และธนาพันธ์ ชัยเทพ และกิตติมา ชาญวิชัย (2564) ที่ชี้ว่าการรู้เท่าทันสื่อครอบคลุมการประเมินคุณค่าเนื้อหา การตระหนักถึงผลกระทบ และการใช้สื่ออย่างเหมาะสมต่อสังคม

2.5 ด้านการใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์

นักศึกษาสามารถสร้างเนื้อหาสื่อดิจิทัลได้ในระดับมากที่สุด สะท้อนถึงศักยภาพในการใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์ผ่านการออกแบบ ผลิต และเผยแพร่เนื้อหาดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้และการสื่อสารอย่างเหมาะสม อย่างไรก็ตาม การพัฒนาทักษะดังกล่าวควรได้รับการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องด้านการฝึกอบรมและทรัพยากรเทคโนโลยี สอดคล้องกับ เพ็ญพนอ พ่วงแพ และคณะ (2565) และณัฐพัชร์ คุ่มบัว และคณะ (2563) ที่ชี้ว่าการส่งเสริมการผลิตสื่อและการใช้เทคโนโลยีอย่างมีจริยธรรมช่วยพัฒนาศักยภาพผู้เรียนในยุคดิจิทัล

3. ปัญหาและอุปสรรคของการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

3.1 ปัญหาและอุปสรรคด้านการเข้าถึงสื่อ

ภาพรวมปัญหาด้านการเข้าถึงสื่อของนักศึกษาจะอยู่ในระดับน้อย แต่ปัญหาอินเทอร์เน็ตไม่เสถียรหรือความเร็วต่ำยังเป็นอุปสรรคสำคัญสูงสุดต่อการเข้าถึงสื่อดิจิทัล ส่งผลต่อความต่อเนื่องในการสืบค้นข้อมูลและการเรียนรู้ สอดคล้องกับ อุบลรัตน์ ยารังกา (2554) ที่ระบุว่าโครงสร้างพื้นฐานด้านอินเทอร์เน็ตมีผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพในการเข้าถึงสารสนเทศ

3.2 ปัญหาและอุปสรรคด้านการวิเคราะห์สื่อ

ปัญหาด้านการวิเคราะห์สื่อของนักศึกษาจะอยู่ในระดับน้อย แต่ปัญหาข้อมูลจำนวนมากเกินไปจนวิเคราะห์ได้ไม่ครบถ้วนมีระดับสูงสุด สะท้อนภาวะข้อมูลล้นเกินที่ส่งผลต่อการคัดกรอง ประมวลผล และคิดเชิงวิพากษ์อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับโครงการสุขภาพคนไทย (2567) และปองปรารณ สุนทรเกสัช (2563) ที่ชี้ถึงความจำเป็นในการพัฒนาทักษะการจัดการข้อมูลและการวิเคราะห์สื่ออย่างเป็นระบบในยุคดิจิทัล

3.3 ปัญหาการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของนักศึกษาด้านการเข้าใจ

ปัญหาด้านความเข้าใจสื่อของนักศึกษาจะอยู่ในระดับน้อย แต่การรับข้อมูลมากเกินไปจนเกิดความสับสนและไม่เข้าใจภาพรวมเป็นปัญหาสูงสุด สะท้อนภาวะข้อมูลล้นเกินที่ส่งผลต่อการสังเคราะห์และประมวลผลข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับโครงการสุขภาพคนไทย (2567) ที่ชี้ว่าการรับข้อมูลจำนวนมากอาจกระทบต่อความเข้าใจและการรับรู้ของผู้ใช้สื่อดิจิทัล

3.4 ปัญหาการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของนักศึกษาด้านการประเมินคุณค่าสื่อ

ปัญหาด้านการประเมินคุณค่าสื่อของนักศึกษาจะอยู่ในระดับน้อย แต่การตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลยังเป็นปัญหาสูงสุด สะท้อนข้อจำกัดด้านการประเมินความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลและการตัดสินคุณค่าของสื่อ สอดคล้องกับ พวงเพชร วอนวัฒนา (2563) และมาตี ลิมสกุล (2561) ที่ชี้ถึงความจำเป็นในการพัฒนาทักษะการตรวจสอบ วิเคราะห์ และประเมินข้อมูลอย่างรอบด้าน

3.5 ปัญหาการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของนักศึกษาด้านการใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์

ปัญหาด้านการใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์ของนักศึกษาจะอยู่ในระดับน้อย แต่การขาดแนวทางหรือคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญเป็นอุปสรรคสูงสุด สะท้อนว่าการพัฒนาทักษะการผลิตสื่อยังขาดการสนับสนุนเชิงระบบด้านการฝึกปฏิบัติและการให้คำปรึกษาอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ศักยภาพด้านการสร้างสรรค์สื่อยังพัฒนาได้ไม่เต็มที่ ซึ่งแตกต่างจาก ศรวิสัย สมสวัสดิ์ (2565) ที่พบว่าผู้เรียนสามารถใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างสรรค์สื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพเมื่อได้รับการสนับสนุนด้านทรัพยากรและการพัฒนาที่เหมาะสม

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 สถานศึกษาควรบูรณาการทักษะการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลเข้าในหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน โดยเน้นการพัฒนาทักษะการคิดเชิงวิพากษ์ การคัดกรองข้อมูล และการประเมินความน่าเชื่อถือของแหล่งสารสนเทศ

1.2 ควรจัดกิจกรรมหรือโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อเสริมสร้างทักษะการใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์และมีจริยธรรม เช่น การผลิตสื่อดิจิทัล การตรวจสอบข่าวสาร และการใช้สื่ออย่างปลอดภัย

1.3 มหาวิทยาลัยควรสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีและแหล่งเรียนรู้ดิจิทัล รวมถึงการให้คำปรึกษาและคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อส่งเสริมให้นักศึกษาสามารถใช้และพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของนักศึกษา เช่น ด้านทักษะดิจิทัล พฤติกรรมการใช้สื่อ หรือบริบททางสังคม เพื่ออธิบายความแตกต่างของระดับการรู้เท่าทันสื่อได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

2.2 ควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังมหาวิทยาลัยอื่นหรือเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ได้ข้อสรุปที่สามารถอธิบายภาพรวมและนำไปประยุกต์ใช้ได้กว้างขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2568). แผนปฏิบัติการกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ระยะ 5 ปี พ.ศ. 2566–2570 (ฉบับปรับปรุงประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568). สำนักงานปลัดกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.
- โครงการสุขภาพคนไทย. (2567). การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสุขภาพของประชาชน. ใน *สุขภาพคนไทย 2567* (น. 8–9). สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- จิรภัทร ภู่วัฒนทอง จุฑาภรณ์ ภารพบ และเวคิน หนูนางค์. (2564). การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ของ นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 21–34.
- จุฑามาศ ฉัตรสุริยวงศ์. (2564). พฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์กับการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาในเขต กรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- จุฬารัตน์ บุชงก์. (2561). การพัฒนารูปแบบการรู้เท่าทันสื่อในศตวรรษที่ 21 ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี. *วารสารนิสิตวัง*, 25(2).
- ณัฐพัชร คุ่มบัว และคณะ. (2563). การรู้เท่าทันสื่อสังคมเรื่องเพศของนักเรียนนักศึกษาสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์. *วารสารนิเทศศาสตร์ มสธ.*, 10(1), 32–44.
- ธนาพันธ์ ชัยเทพ และกิตติมา ชาญวิชัย. (2564). การรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตภาคเหนือ. *Journal of Business, Innovation and Sustainability (JBIS)*, 16(2), 97–106.
- ธนารักษ์ สารเลื่อนแก้ว ชันธชัย อธิเกียรติ และทิชพร นามวงศ์. (2567). การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมทักษะ การเรียนรู้ของผู้เรียนในยุคดิจิทัล. *Journal of Applied Education*, 2(5), 37–44.
- นักรบ นาคสุวรรณ. (2564). การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาไทยในยุคดิจิทัล. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 15(1), 490–502.
- ปองปรารณ สุนทรเกษ. (2563). การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของนักศึกษานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง*, 10(1).
- เพ็ญพนอ พ่วงแพ และคณะ. (2565). สภาพปัญหาและความต้องการใช้นวัตกรรมทางการศึกษาเพื่อพัฒนาการจัดการ การศึกษา. *วารสารศิลปการศึกษาศาสตร์วิจัย*, 14(1), 116–126.
- พวงเพชร วอนวัฒนา. (2563). ปัจจัยในการสำเร็จการศึกษาล่าช้าและสำเร็จการศึกษาตามเกณฑ์ของนิสิตระดับ บัณฑิตศึกษา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. *วารสารวิชาการ มจร บุรีรัมย์*, 5(2).
- มาตี ลิ้มสกุล. (2561). การรู้เท่าทันสื่อของเด็กและเยาวชนภายใต้วาทกรรมความสวยในโฆษณาโทรทัศน์. *วารสาร สังคมสงเคราะห์ศาสตร์*, 26(2), 59–80.
- ศรวิสัย สมสวัสดิ์. (2565). การรู้เท่าทันสื่อเฟซบุ๊กของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช).

- ศิริกาญจน์ จันทน์วิชน วิภากร วัฒนสินธุ์ และศุภรรรชตรา แสนวา. (2565). ทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของ
นักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารบรรณศาสตร์
มศว*, 15(1), 36–51.
- สำนักงานคณะกรรมการการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561). *นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการ
พัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (พ.ศ. 2561–2580)*. กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2568). *แผนกลยุทธ์ด้านดิจิทัล ประจำปี
งบประมาณ พ.ศ. 2566–2568*.
- อังคณา แวซอเหาะ. (2564). การรู้เท่าทันสื่อ: ทักษะที่ต้องรู้และนำไปใช้ในยุคนวัตกรรมออนไลน์. *วารสารศิลปศาสตร์
(วังนางเลิ้ง) มทร. พระนคร*, 1(1), 38–55.
- อุบลรัตน์ ยารังกา. (2554). *ปัญหาและแนวทางการพัฒนาการให้บริการสารสนเทศอินเทอร์เน็ตไร้สายของเทศบาลตำบล
แม่แจ่ม อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช)*.
- แววตา เตชาทวิวรรณ. (2559). *การรู้สารสนเทศสำหรับการเรียบเรียงโครงงาน (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. มหาวิทยาลัยศรีนคริน
ทรวิโรฒ.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). Harper & Row.

แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากร วิทยาลัยสงฆ์บุรีรัมย์ Work Motivation of Personnel at Buriram Buddhist College

รังสิทธิ วิทกเหิน^{1*} / พระศรีปริยัตติธาดา² / ชัยภัทร สุริยะโรจนกุล³

Rangsitti Wihokhern / Phra Sripariyattidhada / Chaiphat Suriyarojanakul

¹⁻³อาจารย์ประจำวิทยาลัยสงฆ์บุรีรัมย์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

Lecturer at Buriram Buddhist College, Mahachulalongkornrajavidyalaya University

อีเมล: aramboy2516@gmail.com

DOI: <http://doi.org/10.14456/jhusoc.2026.8>

Received: 23 April 2026; Revised: 25 April 2026; Accepted: 27 April 2026

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรวิทยาลัยสงฆ์บุรีรัมย์ และ 2) เพื่อศึกษาความคิดเห็นและข้อเสนอแนะแนวทางการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรวิทยาลัยสงฆ์บุรีรัมย์ กลุ่มตัวอย่างได้แก่บุคลากรวิทยาลัยสงฆ์บุรีรัมย์จำนวน 45 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามมี 3 ลักษณะ คือ แบบตรวจสอบรายการ แบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ และแบบปลายเปิด มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.864 สถิติพื้นฐานที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรวิทยาลัยสงฆ์บุรีรัมย์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับ ค่าเฉลี่ยจากสูงไปหาต่ำได้ดังนี้ ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ด้านความรับผิดชอบ ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ และด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน ตามลำดับ 2) ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานคือ ควรมีการจัดกิจกรรมเพิ่ม เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างเพื่อนร่วมงาน รองลงมาคือ ควรให้ผู้บังคับบัญชาได้แสดงความคิดเห็น ปัญหา และข้อเสนอแนะต่าง ๆ ในการปฏิบัติงานมากกว่าเดิม และการได้รับการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชาในการพิจารณาความดีความชอบอย่างมีหลักเกณฑ์ มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับทุกฝ่ายตามลำดับ

คำสำคัญ : แรงจูงใจ, การปฏิบัติงาน, บุคลากร

¹ Corresponding author's E-mail: aramboy2516@gmail.com

Abstract

This research aimed to (1) examine the level of work motivation among personnel at Buriram Buddhist College, and (2) investigate opinions and recommendations for strategies to enhance work motivation among personnel at Buriram Buddhist College. The sample comprised 45 personnel members from the college. Three types of questionnaires were employed for data collection: checklist format, Likert-type 5-point scale, and open-ended questions. The reliability coefficient was 0.864. Data analysis employed basic statistics including percentage, mean, standard deviation, and content analysis. The findings revealed that. 1) The overall level of work motivation among college personnel was high. Analysis by dimensions showed that all dimensions were at a high level, ranked by mean scores from highest to lowest as follows: achievement in work performance, nature of work tasks, responsibility, recognition and acknowledgment, and career advancement in position, respectively. 2) Recommendations for enhancing work motivation included: organizing activities to foster positive relationships among colleagues; encouraging subordinates to express their opinions, concerns, and suggestions regarding work performance; and providing supervisor support for performance evaluation based on transparent, standardized criteria acceptable to all parties, respectively.

Keywords: Work motivation, Work performance, Personnel of Buddhist college

บทนำ

สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษามีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ เช่น การผลิตทรัพยากรมนุษย์ให้มีความรู้ ทักษะ และสมรรถนะตามที่สังคมต้องการ ด้านการวิจัยและการพัฒนา สร้างสรรค์ความรู้ใหม่ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อแก้ปัญหาของสังคม ด้านการให้บริการแก่สังคม ถ่ายทอดความรู้และทักษะแก่ชุมชน ตลอดจนเป็นแหล่งปรึกษาและให้คำแนะนำในการแก้ปัญหาต่างๆ ด้านการพัฒนาวัฒนธรรมและค่านิยม สืบสานและพัฒนาวัฒนธรรม ชุมชน และสำหรับประเทศไทยสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาเป็นกำลังสำคัญของการพัฒนาประเทศตามแผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของรัฐบาล ซึ่งในปัจจุบันมีอยู่เป็นจำนวนมากกระจายครอบคลุมอยู่ทั่วประเทศนับเป็นการขยายโอกาสทางการศึกษาแก่ประชาชนของรัฐ โดยในปี พ.ศ. 2564 ประเทศไทยมีจำนวนสถาบันอุดมศึกษาเพิ่มขึ้นจาก 128 แห่งในปี 2540 เป็นกว่า 170 แห่ง (กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2565) โดยมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย เป็นสถาบันการศึกษาที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อสนับสนุนพระพุทธศาสนา

และสังคม มีการจัดการเรียนการสอนตั้งแต่ระดับปริญญาตรีจนถึงระดับบัณฑิตศึกษาสำหรับพระภิกษุสามเณร และคฤหัสถ์ (มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, 2564)

วิทยาลัยสงฆ์บุรีรัมย์ เป็นสถาบันการศึกษาระดับวิทยาลัยที่มีขนาดกลางในจังหวัดบุรีรัมย์ ส่วนมหาวิทยาลัยสงฆ์ (มจร) เป็นสถาบันการศึกษาระดับมหาวิทยาลัยแห่งชาติที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพฯ และที่อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา (Mahachulalongkornrajavidyalaya University, 2021) โดยบริบททั่วไปคือ มีการบริหารที่มีโครงสร้างองค์กรที่ค่อนข้างเรียบง่ายและสามารถบริหารจัดการได้อย่างใกล้ชิด ในด้านทรัพยากรบุคลากร มหาวิทยาลัยสงฆ์มีจำนวนบุคลากรวิชาการที่มีคุณวุฒิส่งขึ้น (ปริญญาโท ปริญญาเอก) มีสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพที่ดีขึ้น มีห้องปฏิบัติการ ห้องสมุด และอาคารสถานที่ทันสมัย (Phuengprasert & Boon-itt, 2020) และในปัจจุบันวิทยาลัยสงฆ์บุรีรัมย์ อาจมีความท้าทายในการจ้างบุคลากรที่มีคุณวุฒิส่ง ด้วยเพราะได้รับเงินสนับสนุนจำกัด และอาจมีระบบการพัฒนาที่ไม่เป็นทางการนัก (Kositauwong et al., 2021)

ความสำเร็จของวิทยาลัยสงฆ์ในการบรรลุเป้าหมายดังกล่าวขึ้นอยู่กับบุคลากรที่มีความรู้ ทักษะ และความพร้อมในการปฏิบัติงาน (Phuengprasert & Boon-itt, 2020) บุคลากรที่มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานสูง จะมีความทุ่มเทและผลงานที่ดี ซึ่งโดยทั่วไปแสดงออกมาในรูปของการปฏิบัติหน้าที่ อุตสาหะ และความเต็มใจในการพัฒนาตนเอง (Ryan & Deci, 2000) ส่งผลให้องค์กรที่ประสบความสำเร็จ ได้ แต่ถ้าบุคลากรในองค์กรขาดประสิทธิภาพ ไม่มีความรู้ ความสามารถ ขาดแรงจูงใจในการทำงาน ไม่มีความรักความผูกพันต่อองค์กรแล้ว ก็เกิดปัญหาต่อการปฏิบัติงานตามมา เช่น การทำงานไม่เต็มประสิทธิภาพ ทำให้ไม่ได้ผลลัพธ์ตามที่ต้องการ เกิดการโยกย้ายเปลี่ยนงานบ่อย อัตราการเข้าออกจากงานค่อนข้างสูง ซึ่งในที่สุดองค์กรนั้นก็กลายเป็นองค์กรที่ไม่สามารถประสบความสำเร็จ การสร้างองค์กรให้เป็นองค์กรแห่งความสุขจึงเป็นสิ่งจำเป็น และมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อบุคลากร เมื่อบุคลากรได้รับการดูแลมีสุขภาพทางร่างกายและจิตใจดีขึ้น มีคุณธรรม มีแรงจูงใจในการทำงาน จะนำไปสู่ความผูกพันต่อองค์กรปฏิบัติงานอย่างทุ่มเท ส่งผลให้องค์กรเติบโตอย่างมั่นคง ความมั่นคงขององค์กรนำมาซึ่งความมั่นคงของบุคลากรอย่างประสานสอดคล้อง (สุภาวดี ขุนทองจันทร์, 2558)

จากความเป็นมาและปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรวิทยาลัยสงฆ์บุรีรัมย์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการปรับปรุงระบบการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เพื่อศักยภาพของบุคลากรวิทยาลัยสงฆ์บุรีรัมย์ ให้มีคุณภาพสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้หน่วยงานมีความก้าวหน้ายิ่งขึ้นไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ของบุคลากรวิทยาลัยสงฆ์บุรีรัมย์
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นและข้อเสนอแนะแนวทางการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรวิทยาลัยสงฆ์บุรีรัมย์

คำถามการวิจัย

1. ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรวิทยาลัยสงฆ์บุรีรัมย์ อยู่ในระดับใด
2. การสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรวิทยาลัยสงฆ์บุรีรัมย์ควรเป็นอย่างไร

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ บุคลากรที่ปฏิบัติงานในวิทยาลัยสงฆ์บุรีรัมย์ ประกอบด้วย ผู้บริหาร คณาจารย์ บุคลากร เจ้าหน้าที่ จำนวน 45 คน เนื่องจากประชากรมีจำนวนขนาดเล็ก ผู้วิจัยจึงใช้ประชากรทั้งหมดเป็นกลุ่มตัวอย่าง

2. ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรต้น คือ ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ระดับการศึกษา ระยะเวลาการปฏิบัติงาน

ตัวแปรตาม คือ แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ประกอบด้วย ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ด้านความรับผิดชอบ และด้านการก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากเอกสารแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษามี 3 ลักษณะ คือ แบบตรวจสอบรายการ แบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ และแบบคำถามปลายเปิดหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ได้ดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 แล้วนำไปทดลองกับบุคลากรของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตสุรินทร์ จำนวน 30 คน จากนั้นนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นตามวิธีของครอนบาค (Cronbach's Reliability Coefficient Alpha) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.864

4. การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ในระยะเวลาที่กำหนด โดยการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคลากรที่ปฏิบัติงานวิทยาลัยสงฆ์บุรีรัมย์ ที่สามารถนำไปวิเคราะห์ข้อมูลได้ทั้งหมด 45 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ดังนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ด้วยการแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ แล้วนำเสนอเป็นตารางจำนวนร้อยละ

4.2 ศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรวิทยาลัยสงฆ์บุรีรัมย์ วิเคราะห์ด้วยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ที่เป็นคำถามปลายเปิด นำมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยจัดคำตอบเข้าประเด็นเดียวกัน แล้วแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ เสนอข้อมูลเป็นตารางประกอบคำบรรยาย

ผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่องแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรวิทยาลัยสงฆ์บุรีรัมย์ ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัย ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรวิทยาลัยสงฆ์บุรีรัมย์ ผลการวิจัยพบว่า

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ปรากฏดังตาราง 1 ดังนี้

ตาราง 1

จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะตัวแปร	จำนวน (คน) N=45	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 บรรพชิต	16	35.55
1.2 คลุหส์ถ์ชาย	17	37.77
1.3 คลุหส์ถ์หญิง	12	26.66
2. อายุ		
2.1 20-30 ปี	12	26.66
2.2 31-40 ปี	19	42.22
2.3 41-50 ปี	11	24.44
2.4 51-60 ปี	7	15.55
3. ตำแหน่งงาน		
3.1 ข้าราชการ	-	-
3.2 พนักงานมหาวิทยาลัย	21	46.66
3.3 ลูกจ้างมหาวิทยาลัย	24	53.33
4. ระดับการศึกษา		

4.1 ปริญญาตรี	13	28.88
4.2 ปริญญาโท	8	17.77
4.3 ปริญญาเอก	24	53.33
5. ระยะเวลาการปฏิบัติงาน		
5.1 1-5 ปี	8	28.88
5.2 6-10 ปี	14	31.11
5.3 10-15 ปี	12	26.66
5.4 15 ปีขึ้นไป	11	24.44

จากตาราง 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 45 คน เมื่อจำแนกตามเพศเป็น
 บรรพชิต จำนวน 16 รูป คิดเป็นร้อยละ 35.55 ศฤงคารชาย จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 37.77 ศฤงคาร
 หญิง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 26.66

เมื่อจำแนกตามช่วงอายุ ปรากฏว่า ช่วงอายุ 31-40 ปีปี มีจำนวนมากที่สุด จำนวน 19 คน คิดเป็น
 ร้อยละ 42.22 รองลงมา ช่วงอายุ 20-30 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 26.66 และช่วงอายุ 41-50 ปี
 จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 24.44 และช่วงอายุ 51-60 ปี มีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ
 15.55

เมื่อจำแนกตามตำแหน่งงาน ปรากฏว่าตำแหน่งพนักงานมหาวิทยาลัย มีจำนวนมากที่สุด จำนวน
 21 คน คิดเป็นร้อยละ 46.66 และตำแหน่งลูกจ้างมหาวิทยาลัย จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 53.33

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา ปรากฏว่ามีการศึกษาระดับชั้นปริญญาเอก มีจำนวนมากที่สุด
 จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 53.33 รองลงมาระดับปริญญาตรี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 28.88
 และระดับปริญญาโท มีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 8 คน ที่คิดเป็นร้อยละ 17.77

เมื่อจำแนกตามระยะเวลาการปฏิบัติงาน ปรากฏว่าช่วงเวลา 6-10 ปี มีจำนวนมากที่สุด จำนวน 14
 คน คิดเป็นร้อยละ 31.11 รองลงมาช่วงเวลา 10-15 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 26.66 และช่วงเวลา 15
 ปีขึ้นไป จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 24.44 ช่วงเวลา 1-5 ปี มีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อย
 ละ 28.88

ตอนที่ 2 ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรวิทยาลัยสงฆ์บุรีรัมย์ ปรากฏดังตาราง 2
 ดังนี้

ตาราง 2

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรวิทยาลัยสงฆ์บุรีรัมย์ โดย
 ภาพรวมรายด้าน

แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	ระดับแรงจูงใจ
-------------------------	---------------

	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. ด้านความสำเร็จในการทำงาน	4.25	0.51	มาก
2. ด้านการได้รับความยอมรับนับถือ	3.95	0.57	มาก
3. ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ	4.12	0.53	มาก
4. ด้านความรับผิดชอบ	3.97	0.51	มาก
5. ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน	3.70	0.50	มาก
รวมเฉลี่ย	3.99	0.49	มาก

จากตาราง 2 พบว่าแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรวิทยาลัยสงฆ์บุรีรัมย์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ คือ ความสำเร็จในการทำงาน ($\bar{X} = 4.25$) รองลงมา คือ ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ($\bar{X} = 4.12$) ด้านความรับผิดชอบ ($\bar{X} = 3.97$) ด้านการได้รับความยอมรับนับถือ ($\bar{X} = 3.95$) ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน ($\bar{X} = 3.70$) ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ผลการวิจัยปรากฏผลดังตาราง 3 ดังนี้

ตาราง 3

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ลำดับที่	ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	ควรมีการจัดกิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างเพื่อนร่วมงานมีการจัดกิจกรรมเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ถ่ายทอดความรู้ระหว่างกองงานที่ปฏิบัติ มีการประชุมวางแผนร่วมกันเพื่อความคุ้นเคยต่อกัน	17	42.50
2	ควรให้ผู้ได้บังคับบัญชาได้แสดงความคิดเห็นปัญหา และข้อเสนอแนะต่าง ๆ ในการปฏิบัติงานมากกว่าเดิม	13	32.50
3	ควรได้รับการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชาในการพิจารณาความดีความชอบอย่างมีหลักเกณฑ์ มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับทุกฝ่าย	10	25.00
รวม		40	100.00

จากตาราง 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่มีจำนวนมากที่สุดคือ ควรมีการจัดกิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างเพื่อนร่วมงาน มีการจัดกิจกรรมเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ถ่ายทอดความรู้

ระหว่างกองงานที่ปฏิบัติ มีการประชุมวางแผนร่วมกันเพื่อความคุ้นเคยต่อกัน คิดเป็นร้อยละ 42.50 รองลงมา คือ ควรให้ผู้ได้บังคับบัญชาได้แสดงความคิดเห็น ปัญหา และข้อเสนอแนะต่าง ๆ ในการปฏิบัติงานอย่าง หลากหลายมากขึ้นคิดเป็นร้อยละ 32.50 และควรได้รับการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชาในการพิจารณาความดี ความชอบอย่างมีหลักเกณฑ์ มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับทุกฝ่าย คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากการศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรวิทยาลัยสงฆ์บุรีรัมย์ ทั้ง 5 ด้าน ทำให้ทราบ ถึงระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรวิทยาลัยสงฆ์บุรีรัมย์ และมีประเด็นที่ค้นพบ อันจะเป็นข้อมูล ให้กับวิทยาลัยสงฆ์บุรีรัมย์ นำไปปรับปรุงพัฒนาการบริหารจัดการในหน่วยงาน ซึ่งอภิปรายผลได้ดังนี้

1. จากการวิจัยพบว่า ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรวิทยาลัยสงฆ์บุรีรัมย์ อยู่ในระดับ มาก ทั้งนี้ เนื่องมาจากระบบการบริหารงานในบุคลากรที่ปฏิบัติงานในวิทยาลัยสงฆ์บุรีรัมย์ เป็นองค์กรที่ กำหนดนโยบาย แผนงานที่ชัดเจน บุคลากรมีส่วนร่วมในการดำเนินงานขององค์กร มีการกำหนดงานอย่าง ชัดเจน มีการมอบหมายความรับผิดชอบ โดยคำนึงถึงความเหมาะสมกับความรู้ความสามารถ และรับผิดชอบ กับผลงานที่ได้รับมอบหมาย ทำให้บุคลากรมีความพอใจในงานที่ปฏิบัติ และมีความรู้สึกว่าตนเองมี ความสามารถและเป็นส่วนสำคัญขององค์กร สอดคล้องตามทฤษฎีของเฮิร์ซเบิร์ก (Herzberg, 1959 อ้างถึง ใน สมคิด บางโม, 2557) ที่กล่าวว่า องค์ประกอบปัจจัยจูงใจ ได้แก่ ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านการ ได้รับการยอมรับนับถือ ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ ด้านความรับผิดชอบ และด้านความก้าวหน้าในตำแหน่ง หน้าที่การงาน เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ ทำให้เกิดความสุขในการทำงาน เมื่อคนได้รับการตอบสนองด้วย ปัจจัยชนิดนี้จะช่วยเพิ่มแรงจูงใจในการทำงานผลที่ตามมาคือ คนจะเกิดความพึงพอใจในงาน ผลการวิจัย สอดคล้องกับงานวิจัยของพงษ์ศักดิ์ เกษวงษ์รอก (2561) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของ พนักงานเทศบาลเมืองสระแก้ว จังหวัดสระแก้ว ผลการศึกษาพบว่า ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของ พนักงานเทศบาลเมืองสระแก้ว จังหวัดสระแก้ว โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

2. เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถอภิปรายได้ดังนี้

2.1 ด้านความสำเร็จในการทำงาน พบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรวิทยาลัยสงฆ์ บุรีรัมย์ อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เพราะบุคลากรตระหนักดีว่าความสำเร็จในการทำงานส่งผลต่อความภาคภูมิใจ ในงานที่ได้ปฏิบัติ จนเกิดผลสำเร็จ บุคลากรมีความมุ่งมั่นพากเพียรในการดำเนินงานต่าง ๆ โดยมุ่งเน้นคุณภาพ ของงานอยู่เสมอ หากเกิดปัญหาหรืออุปสรรคสามารถแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดจากการปฏิบัติงานได้ และมีความพร้อมที่จะพัฒนาตนเองและงานให้ดีขึ้น เพื่อให้บรรลุเป้าหมายและได้รับการยกย่องในการปฏิบัติงาน ผลการวิจัย สอดคล้องกับงานวิจัยของ โชติกา ระโส (2561) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ของบุคลากร มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ผลการศึกษามาพบว่า ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของ บุคลากร มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ด้านความสำเร็จในการทำงาน อยู่ในระดับมาก

2.2 ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ พบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรวิทยาลัยสงฆ์บุรีรัมย์ อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เพราะบุคลากรสามารถปฏิบัติงานจนให้เป็นที่ยอมรับนับถือจากผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน เมื่อบุคลากรได้รับความเชื่อถือและความไว้วางใจแล้ว ย่อมเกิดความพอใจที่จะปฏิบัติงานและทำให้ได้รับการยอมรับในความสามารถในการปฏิบัติงานจนบรรลุผลสำเร็จ ทำให้ผู้บังคับบัญชามอบหมายงานที่สำคัญให้ปฏิบัติอยู่เสมอและผู้บังคับบัญชาชื่นชมต่อการปฏิบัติงานที่มาจากการเสียสละและความทุ่มเท จึงมีส่วนช่วยส่งเสริมให้บุคลากรมีเกียรติและศักดิ์ศรีในสังคมทำให้บุคลากรมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานก็จะมากขึ้นตามไปด้วย ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุดุลย์ ทองจำรุณ (2556) ได้ศึกษาวิจัย เรื่องแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรที่ปฏิบัติงานในเทศบาลเขตพื้นที่อำเภอแก้งคร้อ จังหวัดชัยภูมิ ผลการศึกษาพบว่า บุคลากรเทศบาลมีระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านการได้รับการยอมรับนับถือ อยู่ในระดับสูงสุด

2.3 ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ พบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรวิทยาลัยสงฆ์บุรีรัมย์ อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เพราะลักษณะของงานที่ปฏิบัติมีการแบ่งขอบข่ายงานที่ชัดเจน และมีความเหมาะสมกับความรู้ความสามารถ ทำให้บุคลากรมีความเป็นอิสระ ในการตัดสินใจในการปฏิบัติงานได้อย่างเต็มที่และมีการส่งเสริมให้เกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ในการปฏิบัติงานในหน้าที่ได้สำเร็จ โดยไม่รู้สึกรังเกียจความยากลำบากในงานที่ปฏิบัติ ทำให้เกิดการพัฒนาศักยภาพของตนเองและมีโอกาสก้าวหน้าในงานที่ปฏิบัติ ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ เฉลิม สุขเจริญ (2557) ได้ศึกษาวิจัย เรื่องแรงจูงใจในการทำงานกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า ระดับแรงจูงใจในการทำงานของบุคลากร องค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ อยู่ในระดับมากที่สุด

2.4 ด้านความรับผิดชอบ พบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรวิทยาลัยสงฆ์บุรีรัมย์ อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เพราะงานที่บุคลากรได้รับมีการวางแผนในการปฏิบัติงานตามหน้าที่ความรับผิดชอบที่กำหนดไว้อย่างชัดเจน มีมอบหมายงานที่เหมาะสมกับความถนัดและตรงตามความสามารถ ปริมาณงานมีความเหมาะสมส่งผลให้บุคลากรปฏิบัติงานให้อย่างเต็มที่ และทันตามกำหนดเวลาที่ได้รับมอบหมายของตนเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรัญญา ชื่นชม (2563) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ภูมิภาคที่ 12 ผลการศึกษาพบว่า ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ภูมิภาคที่ 12 ด้านความรับผิดชอบ อยู่ในระดับมาก

2.5 ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน พบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรวิทยาลัยสงฆ์บุรีรัมย์ อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เพราะบุคลากรได้ใช้ความรู้ความสามารถของตนเองในการปฏิบัติงานอย่างเต็มที่และงานที่บุคลากรปฏิบัติอยู่นั้นส่งผลให้เกิดประสบการณ์และความชำนาญ ในการปฏิบัติงานเพิ่มขึ้น รวมทั้งได้รับการสนับสนุนให้ศึกษาต่อและมีการจัดอบรมสัมมนาเกี่ยวกับหน้าที่ของตนเอง จึงส่งผลให้บุคลากรมีความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน สอดคล้องกับวิจัยของ นิธิกานต์ นะคะรัมย์ (2558) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษาปัจจัยที่สนับสนุนแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารออมสินใน

เขตจังหวัดบุรีรัมย์ ผลการศึกษาพบว่า ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารในเขตจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงานอยู่ในระดับมาก

3. ข้อเสนอแนะในการพัฒนาแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน พบว่า ควรมีการจัดกิจกรรมอื่น ๆ เพิ่มขึ้น เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างเพื่อนร่วมงาน ควรเปิดโอกาสให้ผู้ได้บังคับบัญชา ได้แสดงความคิดเห็น วิเคราะห์ปัญหา และมีการเสนอแนะอย่างหลากหลายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน และ ควรได้รับการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชาในการพิจารณาความดีความชอบอย่างมีหลักเกณฑ์และมาตรฐานเป็นที่ยอมรับทุกฝ่าย ตามลำดับ ทั้งนี้เป็นเพราะแรงจูงใจเมื่อได้รับการพัฒนาแล้ว จะส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน เพราะแรงจูงใจมีความเกี่ยวข้องกับปัจจัยภายใน สอดคล้องกับแนวคิดความต้องการของมนุษย์ที่สมุทร ชำนาญ (2554) ได้ศึกษาและได้ข้อสรุปว่า ความต้องการทางสังคมเป็นกิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์ระหว่างกันเป็น สิ่งจูงใจสำคัญต่อพฤติกรรมการทำงาน รวมถึงการได้รับการยอมรับจากเพื่อนสมาชิกขององค์กรและมีความรู้สึกรู้ว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของสมาชิกในองค์กร สอดคล้องกับการศึกษาของพัชรพรรณ ทาศรี (2564) ที่พบว่าแรงจูงใจในการปฏิบัติงานจะเกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ประกอบด้วย การช่วยเหลือซึ่งกันและกันในการทำงานจากเพื่อนร่วมงาน ความสนิทสนมความจริงใจ และความเป็นกันเอง การเอาใจใส่ของผู้บังคับบัญชา ความเป็นอิสระในการสร้างสรรค์ผลงาน หน่วยงานมีการจัดทำหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนในการพิจารณาเลื่อนขึ้นเงินเดือนให้มีความยุติธรรมเสมอภาคและกระจายไปทุกระดับชั้นอย่างเท่าเทียม และ สอดคล้องกับการศึกษาของพระธวัชชัย ชยวุฒโท พิสิฐธิ์ โคตรสุโพธิ์ และเทพประวิณ จันทรแรง (2565) ที่พบว่า การสร้างองค์กรแห่งความสุขจะส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน โดยให้ความสำคัญกับทรัพยากรบุคคล คุณภาพชีวิต ความรักความผูกพันต่อองค์กร และความสุขในการทำงาน โดยการมีส่วนร่วมของบุคลากรทุกฝ่าย

สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่องแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรวิทยาลัยสงฆ์บุรีรัมย์ ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัย ดังนี้

1. ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรวิทยาลัยสงฆ์บุรีรัมย์ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับเฉลี่ยจากสูงไปหาต่ำได้ดังนี้ ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ด้านความรับผิดชอบ ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ และด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน ตามลำดับ

2. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่มีจำนวนมากที่สุดคือ ควรมีการจัดกิจกรรมอื่น ๆ เพิ่มขึ้น เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างเพื่อนร่วมงาน รองลงมาคือ ควรเปิดโอกาสให้ผู้ได้บังคับบัญชา ได้แสดงความคิดเห็น วิเคราะห์ปัญหา และมีการเสนอแนะอย่างหลากหลายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน และ ควรได้รับการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชาในการพิจารณาความดีความชอบอย่างมีหลักเกณฑ์และมาตรฐานเป็นที่ยอมรับทุกฝ่าย ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1.1 ผลวิจัยพบว่า ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรวิทยาลัยสงฆ์บุรีรัมย์ ด้านความสำเร็จในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ดังนั้น ผู้บริหารวิทยาลัยสงฆ์บุรีรัมย์ และผู้ที่เกี่ยวข้อง ควรกำหนดมาตรฐานเป้าหมายในการปฏิบัติงานให้สูงขึ้นกว่าเดิมอยู่เสมอ เพื่อให้เกิดความท้าทาย และเกิดความภาคภูมิใจ ความสำเร็จของงานและทีมงาน ส่งเสริมให้บุคลากรวางแผนการทำงาน ปฏิบัติตามแผน ประเมินผลการปฏิบัติงาน และปรับปรุงแก้ไขงานเพื่อให้งานมีคุณภาพ และประสิทธิภาพ กำหนดหลักเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานที่เหมาะสม และดำเนินการประเมินด้วยความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ และให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการทำงาน ร่วมแก้ปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นในการปฏิบัติงาน เพื่อให้บุคลากรเกิดแรงจูงใจในการทำงานและปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 ผลการวิจัยพบว่า ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรวิทยาลัยสงฆ์บุรีรัมย์ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา คือ ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ดังนั้น ผู้บริหารวิทยาลัยสงฆ์บุรีรัมย์ และผู้ที่เกี่ยวข้อง ควรมอบหมายงานที่เหมาะสมกับความรู้ความสามารถของบุคลากรให้รู้สีกว่างานที่ปฏิบัติอยู่เป็นงานที่มีความสำคัญต่อองค์กร และทำให้เกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรของมหาวิทยาลัยสงฆ์พื้นที่จังหวัดอื่น ๆ เพื่อมีการเปรียบเทียบจุดอ่อนจุดแข็งของแนวทางการพัฒนาแรงจูงใจของบุคลากร

2.2 ควรมีการวิจัยถึงปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากรวิทยาลัยสงฆ์บุรีรัมย์ เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติและการแก้ไขให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2.3 ควรวิจัยเชิงคุณภาพเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรวิทยาลัยสงฆ์บุรีรัมย์ เพื่อเจาะลึกถึงสาเหตุ การแก้ไขและปัจจัยจะไปสู่ความสำเร็จในการปฏิบัติงานของบุคลากรวิทยาลัยสงฆ์บุรีรัมย์

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2565). รายงานประจำปี 2564. สำนักงาน

ปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.

เฉลิม สุขเจริญ. (2557). แรงจูงใจในการทำงานกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหาร

ส่วนจังหวัดชลบุรี. สารนิพนธ์ รม. (ศิลปศาสตร์) กรุงเทพฯ ฯ มหาวิทยาลัยเกริก.

โชติกา ระโส. (2561). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานบุคลากร มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.

ปริญญานิพนธ์ กศ.ม. (การอุดมศึกษา). กรุงเทพฯ ฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ชูวงศ์ ฉายะบุตร. (2557). การปกครองท้องถิ่นไทย. กรุงเทพฯ ฯ : บริษัทพิมพ์เนชั่นดิง เซ็นเตอร์ จำกัด.

นิธิกานต์ นะคะรัมย์. (2558). การศึกษาปัจจัยที่สนับสนุนแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน

- ธนาคารออมสินในเขตจังหวัดบุรีรัมย์. การค้นคว้าอิสระ ศศ.ม. (เศรษฐศาสตร์การเมืองและการบริหาร). บุรีรัมย์ : มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- พงษ์ศักดิ์ เกษวงศ์รอก. (2561). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานเทศบาลเมืองสระแก้ว จังหวัดสระแก้ว. สารนิพนธ์ รป.ม. (รัฐประศาสนศาสตร์). พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- พระธวัชชัย ชยวุฒโท พิสิษฐ์ โคตรสุโพธิ์ และเทพประวิณ จันทร์แรง. (2565). รูปแบบองค์กรแห่งความสุขตามหลักสารานุกรมของวิทยาลัยสงฆ์ลำพูน. วารสารปัญญา, 29(3), 1-14.
- พัชรพรรณ ทาศรี. (2564). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานเทศบาลเมืองแสนสุข. งานนิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต (ร.ม.) คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2564). รายงานการประเมินตนเอง (SAR) ประจำปีการศึกษา 2563. พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- วรัญญา ขึ้นชม. (2563). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน [การค้นคว้าอิสระ บธ บ. วิทยาการจัดการ]. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สุภาวดี ขุนทองจันทร์. (2558). การบริหารทรัพยากรมนุษย์. กรุงเทพฯ ฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- สมคิด บางโม. (2557). องค์การและการจัดการ (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ ฯ : วิทย์พัฒน์.
- สมุทร ชำนาญ. (2554). ภาวะผู้นำทางการศึกษา ทฤษฎีและปฏิบัติ. ระยอง: พี.เอส.การพิมพ์.
- อดุลย์ ทองจำรุณ. (2556). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรที่ปฏิบัติงานในเทศบาลเขตพื้นที่อำเภอแก่งศรีภูมิ จังหวัดชัยภูมิ [การค้นคว้าอิสระ วศ.ม. วิศวกรรมโยธา]. นครราชสีมา สำนักวิชาวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- Herzberg, F., Mausner.b., & Snyderman, B.B. (1959). *The motivation to work*. John wiley & Son.
- Kositauwong, S., Pattanasingam, K., & Sivajon, M. (2021). Motivational factors affecting employee retention in religious organizations in Thailand. *Journal of Organizational Psychology*, 15(3), 234-251.
- Mahachulalongkornrajavidyalaya University. (2021). *Institutional profile and strategic plan*. Bangkok: Author.
- Phuengprasert, W., & Boon-itt, S. (2020). Factors influencing employee performance in educational organizations in Thailand. *NIDA Journal of Management*, 40(1), 78-95.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Intrinsic and extrinsic motivations: Classic definitions and new directions. *Contemporary Educational Psychology*, 25(1), 54-67.

ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับขอบเขตของความพ้นวิสัยในการชำระหนี้:
ศึกษากรณีพฤติการณ์อันเป็นรากฐานแห่งสัญญาเปลี่ยนแปลงไป

Legal issues concerning the scope of impossibility of performance of a
contract: A study of cases where the circumstances underlying the contract
have changed

กัลยาณี ธีระวงศ์ภิญโญ¹

Kanlayanee theerawongpinyo

¹ สาขาวิชานิติศาสตร์, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, สังกัดมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

Laws, Department of Humanities and Social Sciences, Buriram Rajabhat University

อีเมล : kanlayanee.th@bru.ac.th

DOI: <http://doi.org/10.14456/jhusoc.2026.9>

Received: 23 April 2026 ; Revised: 30 April 2026 ; Accepted: 2 May 2026

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับขอบเขตของ "ความพ้นวิสัย" ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 218 และ 219 ในบริบทของสังคมเศรษฐกิจปัจจุบันที่เกิดความผันผวนอย่างรุนแรงจากวิกฤตการณ์ต่าง ๆ ซึ่งส่งผลให้พฤติการณ์อันเป็นรากฐานแห่งสัญญาเปลี่ยนแปลงไป จนทำให้การชำระหนี้แม้จะไม่ใช่พ้นวิสัยในเชิงกายภาพ แต่ส่งผลให้ลูกหนี้ต้องชำระหนี้ที่เป็นภาระหนักสมเกินควร

จากการศึกษาพบว่า กฎหมายลักษณะหนี้ของไทยยังคงจำกัดขอบเขตความพ้นวิสัยในการชำระหนี้ไว้เพียงการพ้นวิสัยในเชิงกายภาพและเชิงกฎหมายเท่านั้น โดยไม่มีบทบัญญัติที่รับรองความพ้นวิสัยในเชิงเศรษฐกิจ หรือหลักพฤติการณ์เปลี่ยนแปลงไป ivo อย่างชัดเจน ส่งผลให้เกิดความไม่เป็นธรรมแก่คู่สัญญาในกรณีที่ต้นทุนการชำระหนี้พุ่งสูงขึ้นมหาศาลหรือมูลค่าของหนี้ลดลงจนเสียสมดุลแห่งสัญญา เมื่อเปรียบเทียบกับกฎหมายต่างประเทศ เช่น เยอรมนี ฝรั่งเศส พบว่าระบบกฎหมายที่พัฒนาแล้วได้มีการวางกลไกการเยียวยาด้วยการปรับปรุงสัญญา แต่ยังคงรักษาความศักดิ์สิทธิ์ของสัญญาควบคู่ไปกับหลักความเป็นธรรม

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยเห็นควรให้มีการแก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ โดยการบัญญัติหลักพฤติการณ์เปลี่ยนแปลงไปให้เป็นสิทธิของคู่สัญญาในการร้องขอเจรจาใหม่ และให้อำนาจศาลในการปรับปรุงเนื้อหาแห่งสัญญาเพื่อกระจายความเสี่ยงและรักษาดุลยภาพแห่งสัญญา ivo อย่างเหมาะสม อันจะเป็นการอุดช่องว่างทางกฎหมายและสร้างมาตรฐานใหม่ในการคุ้มครองคู่สัญญาภายใต้หลักความซื่อสัตย์สุจริตอย่างแท้จริง

¹ Corresponding author's E-mail: kanlayanee.th@bru.ac.th

คำสำคัญ : การชำระหนี้, พันวิสัย, ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์

Abstract

This research aims to analyze legal issues concerning the scope of "Impossibility of Performance" under Sections 218 and 219 of the Thai Civil and Commercial Code within the context of today's highly volatile economic environment. Such volatility often leads to a fundamental change in circumstances where performance, while physically possible, becomes excessively onerous (Hardship) for the debtor.

The study finds that Thai law remains restricted to physical and legal impossibility, lacking explicit recognition of "Economic Impossibility" or the principle of Rebus Sic Stantibus. This creates a legal gap and unfairness when performance costs skyrocket or the value of performance collapses, disrupting the contractual equilibrium. Comparative analysis with German law, French law, and the UNIDROIT Principles reveals that modern legal systems provide a "Contract Adjustment" mechanism to preserve the sanctity of contracts while ensuring equity.

The research recommends amending the Civil and Commercial Code to include the "Change of Circumstances" principle. This would grant parties the right to renegotiate and empower courts to adjust contractual terms to redistribute risks and restore equilibrium. Such amendments would bridge current legal gaps and establish a new standard for protecting contracting parties under the overarching principle of good faith.

Keywords: Debt repayment, Impossible, Civil and Commercial Code

บทนำ

รากฐานของนิติสัมพันธ์ในระบบกฎหมายแพ่งตั้งอยู่บน หลักความศักดิ์สิทธิ์ของการแสดงเจตนา อย่างไรก็ดี เสรีภาพในการกำหนดเนื้อหาและกฎหมายที่ใช้บังคับกับสัญญานั้นมิได้มีลักษณะเด็ดขาด (สุภาพร เหลืองภทรวงศ์, 2538, หน้า 1) และแม้ว่า หลักสัญญาต้องเป็นสัญญา จะเป็นหลักการสากลที่กำหนดให้ คู่สัญญาต้องผูกพันตามหน้าที่อย่างเคร่งครัด (บรรเจิด สิงคะเนติ, 2555, หน้า 167) แต่ในทางปฏิบัติ เมื่อมี เหตุการณ์ภายนอกที่ไม่อาจคาดหมายได้เกิดขึ้น ย่อมส่งผลกระทบต่อความสามารถในการชำระหนี้ของ ลูกหนี้ ทำให้การบังคับตามเจตนาเดิมที่ระบุไว้ในสัญญาอาจไม่สามารถบรรลุเป้าหมายตามที่คู่สัญญาประสงค์ได้

ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ของประเทศไทย ได้วางหลักเกณฑ์รองรับกรณีดังกล่าวไว้ในเรื่อง การชำระหนี้กลายเป็นพ้นวิสัย ตามมาตรา 218 และ 219 ซึ่งโดยสภาพแล้ว กฎหมายไทยจะมุ่งเน้นไปที่ความ พ้นวิสัยในทางกายภาพ เช่น ทรัพย์สินเป็นวัตถุแห่งหนี้ถูกทำลาย หรือความพ้นวิสัยในทางกฎหมาย เช่น มีข้อ ห้ามทางกฎหมายเกิดขึ้นภายหลัง แต่ในโลกยุคปัจจุบันที่ระบบเศรษฐกิจมีความสลับซับซ้อนและผันผวนอย่าง รุนแรงจากปัจจัยต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นวิกฤตการณ์โรคระบาด สงครามระหว่างประเทศ หรือภาวะเงินเฟ้อขึ้น รุนแรง เหตุการณ์เหล่านี้มักสร้างสถานการณ์ที่การชำระหนี้ยังคงเป็นไปได้ในทางกายภาพ แต่อาจส่งผลถึงการ ชำระหนี้ที่เป็นภาระหนักเกินควรแก่คู่สัญญา (Hardship) หรือต้องใช้ค่าใช้จ่ายที่สูงเกินกว่าที่วิญญูชนจะ คาดหมายได้ในขณะทำสัญญา

ปัญหาที่สำคัญ คือ กฎหมายลักษณะหนี้ของไทยในปัจจุบันยังขาดบทบัญญัติในการรับรองหลัก พฤติการณ์อันเป็นรากฐานแห่งสัญญาเปลี่ยนแปลงไป ทำให้เมื่อเกิดความไม่สมดุลอย่างร้ายแรงของมูลหนี้ ลูกหนี้ไทยมักมีทางเลือกเพียงสองทาง คือต้องยอมแบกรับภาระหนี้จนอาจนำไปสู่ภาวะล้มละลาย หรือต้อง พยายามพิสูจน์ให้เข้าหลักเกณฑ์การพ้นวิสัยตามมาตรา 219 ซึ่งมีขอบเขตจำกัดและพิสูจน์ได้ยากในเชิง เศรษฐศาสตร์ แม้ศาลจะพยายามใช้หลักความซื่อสัตย์สุจริต ตามมาตรา 5 มาบรรเทาผลร้ายเป็นรายกรณี แต่ ความคลุมเครือของขอบเขตอำนาจศาลในการปรับปรุงเนื้อหาของสัญญายังคงเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการสร้าง ความเป็นธรรมและรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ ในขณะที่เยอรมันได้พัฒนาทฤษฎีทั่วไปว่าด้วยพฤติการณ์ อันเป็นรากฐานแห่งสัญญาเปลี่ยนแปลงไปขึ้น และศาลก็ได้นำเอาหลักการพื้นฐานจากทฤษฎีดังกล่าวมาปรับใช้ แก่ข้อพิพาทหลายคดี (กิตติศักดิ์ ปรกติ , 2554, หน้า 136)

ด้วยเหตุนี้ ผู้เขียนจึงเล็งเห็นถึงความจำเป็นในการศึกษาและวิเคราะห์ขอบเขตของความพ้นวิสัยในการ ชำระหนี้ของกฎหมายไทยเปรียบเทียบกับหลักการในต่างประเทศ เพื่อหาแนวทางทางกฎหมายที่เหมาะสมใน การรองรับพฤติการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้กฎหมายลักษณะหนี้ของไทยสามารถปรับตัวเข้ากับวิกฤตการณ์ สมัยใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และรักษาดุลยภาพแห่งสิทธิและหน้าที่ระหว่างเจ้าหนี้และลูกหนี้ได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และขอบเขตทางกฎหมายเกี่ยวกับความพ้นวิสัยในการชำระหนี้ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ของไทย
2. เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบกลไกทางกฎหมายในการรองรับหลักพฤติการณ์อันเป็นรากฐานแห่งสัญญาเปลี่ยนแปลงไปในกฎหมายต่างประเทศ
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการตีความกฎหมายหรือการแก้ไขเพิ่มเติมบทบัญญัติแห่งกฎหมายเพื่อรองรับความไม่เป็นธรรมจากการเปลี่ยนแปลงพฤติการณ์

วิธีดำเนินการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัยทางกฎหมายเชิงคุณภาพ (Qualitative Legal Research) ประกอบด้วย การศึกษาเอกสาร (Documentary Research) โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากบทบัญญัติแห่งกฎหมาย ทฤษฎีทางนิติศาสตร์ และแนวคำพิพากษา เพื่อหาขอบเขตและช่องว่างของกฎหมายไทยและต่างประเทศ การรวบรวมข้อมูล โดยรวบรวมข้อมูลจากข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Sources) ประกอบด้วยประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ของไทย (บรรพ 2 ว่าด้วยหนี้) คำพิพากษาศาลฎีกาที่เกี่ยวข้องกับความพ้นวิสัยและการผินผันชำระหนี้ และกฎหมายต่างประเทศที่เป็นต้นแบบ เช่น ประมวลกฎหมายแพ่งเยอรมัน (BGB) และฝรั่งเศส (Code Civil) ตลอดจนรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Sources) ได้แก่ ตำรากฎหมายหนี้ กฎหมายนิติกรรม-สัญญา ของนักวิชาการผู้ทรงคุณวุฒิ วิทยานิพนธ์ บทความวิชาการ และวารสารทางกฎหมาย โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ การวิเคราะห์เชิงประวัติศาสตร์ (Historical Analysis) ศึกษารากฐานของมาตรา 218 และ 219 เพื่อทำความเข้าใจว่าเหตุใดกฎหมายไทยจึงวางหลักความพ้นวิสัยไว้ในขอบเขตที่จำกัด ทั้งการวิเคราะห์เชิงตีความ (Interpretative Analysis) เป็นการวิเคราะห์การใช้และการตีความคำว่า "พ้นวิสัย" ในทางปฏิบัติของศาลไทย เพื่อให้เห็นปัญหาที่เกิดขึ้นเมื่อลูกหนี้เผชิญกับสถานะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรุนแรง และการวิเคราะห์กฎหมายเปรียบเทียบ (Comparative Analysis) เพื่อเปรียบเทียบโครงสร้างกฎหมายของไทยกับระบบกฎหมายในต่างประเทศ

ผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์เชิงประวัติศาสตร์ (Historical Analysis) ศึกษารากฐานของมาตรา 218 และ 219 เพื่อทำความเข้าใจว่าเหตุใดกฎหมายไทยจึงวางหลักความพ้นวิสัยไว้ในขอบเขตที่จำกัด ดังนี้

1) รากฐานจากประมวลกฎหมายแพ่งเยอรมัน (German Civil Code: BGB)

กฎหมายลักษณะหนี้ของไทยได้รับอิทธิพลอย่างสูงจาก BGB ของเยอรมนีฉบับดั้งเดิม (ค.ศ. 1900) ซึ่งมีแนวคิดหลักสองประการคือแนวคิดความเป็นเหตุเป็นผลทางวัตถุ และแนวคิดเสรีภาพในการทำสัญญา ดังนี้ (1) หลักความเป็นเหตุเป็นผลทางวัตถุ กล่าวคือ ในยุคนั้น นักกฎหมายเยอรมันเน้นเรื่องวัตถุแห่งหนี้ หากตัวทรัพย์สินยังอยู่ การชำระหนี้ก็ยังไม่พ้นวิสัย (Physical Possibility) 2) หลักเสรีภาพในการทำสัญญา โดยเชื่อว่า

บุคคลเมื่อตกลงกันแล้วต้องผูกพันตามนั้นอย่างเคร่งครัด ความยากลำบากส่วนตัวของลูกหนี้ (เช่น ขาดทุนหรือจนลง) ไม่ควรเป็นเหตุให้หลุดพ้นจากหนี้ เพราะจะทำให้ความมั่นคงแห่งนิติฐานะเสียไป ซึ่งประเทศไทยได้นำหลักดังกล่าวมาบัญญัติในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ตามมาตรา 218 และ 219 โดยคณะกรรมการร่างกฎหมายของไทย (ซึ่งมีทั้งชาวฝรั่งเศสและที่ปรึกษาที่เชี่ยวชาญกฎหมายเยอรมัน) ผ่านนำแนวคิดเรื่องการชำระหนี้กลายเป็นพันธีย มาบัญญัติไว้ โดยมุ่งเน้นไปที่พฤติกรรมที่เกิดหลังก่อหนี้ ต้องเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นภายหลังสัญญา ซึ่งมีตัวชี้วัดความรับผิดชอบเป็นตัวแบ่งเขต (ถ้าผิดต้องซ่อมหรือจ่ายตามมาตรา 218 แต่ถ้าไม่ผิดก็หลุดพ้นตาม มาตรา 219)

2) เหตุผลที่กฎหมายไทยวางขอบเขตไว้จำกัด

สาเหตุที่มาตรา 218 และ 219 ของไทยไม่มีช่องว่างให้พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปส่งผลให้การชำระหนี้ที่เป็นภาระหนักเกินควรแก่คู่สัญญา (Hardship) ได้ทำงานสะดวก มีหลักการที่สำคัญ ดังนี้

(1) การเน้นความชัดเจนแน่นอน เนื่องจากในขณะที่ยังร่างกฎหมาย (ช่วง พ.ศ. 2460-2470) ประเทศไทยกำลังปฏิรูประบบกฎหมายเพื่อให้ต่างชาติยอมรับและยกเลิกสิทธิสภาพนอกอาณาเขต การวางหลักกฎหมายที่เข้มงวดและชัดเจน จึงสำคัญว่าการวางหลักที่เปิดช่องให้ศาลใช้ดุลพินิจได้กว้างขวาง (ซึ่งอาจถูกมองว่าไม่แน่นอน)

(2) ทฤษฎีรากฐานสัญญาในอดีตยังไม่แพร่หลาย เพราะในยุคที่ไทยร่างบรรพ 2 ทฤษฎีเรื่องพฤติกรรมอันเป็นรากฐานแห่งสัญญาเปลี่ยนแปลงไป ในเยอรมนียังเป็นเพียงแนวคิดทางวิชาการและแนวคำพิพากษาบางส่วนเท่านั้น ยังไม่ได้ถูกบัญญัติเป็นลายลักษณ์อักษรใน BGB (เยอรมนีเพิ่งมาบัญญัติ มาตรา 313 อย่างเป็นทางการเมื่อปี ค.ศ. 2002) ไทยจึงรับมาเฉพาะหลักความพันธียแบบดั้งเดิม

(3) การแยกเหตุสุดวิสัย ออกจากความพันธีย

ไทยมีการบัญญัติเรื่อง "เหตุสุดวิสัย" ไว้ในมาตรา 8 ซึ่งมักถูกนำมาใช้เป็นข้อยกเว้นความรับผิดชอบ แต่ศาลไทยตีความคำว่า "พันธีย" ในมาตรา 219 โดยยึดโยงกับมาตรฐานของเหตุสุดวิสัยที่สูงมาก คือต้องเป็นเหตุที่ไม่อาจป้องกันได้แม้จะใช้ความระมัดระวังตามควร ทำให้กรณีแค่เศรษฐกิจตกต่ำ หรือ ของแพงขึ้น ไม่ถือเป็นเหตุที่ป้องกันไม่ได้ในสายตาของศาล

ดังนั้น จึงเห็นได้ว่ารากฐานทางประวัติศาสตร์แสดงให้เห็นว่ามาตรา 218 และ 219 ของไทยถูกออกแบบมาเพื่อใช้กับโลกในยุคที่การค้าขายยังไม่ซับซ้อนและมีความผันผวนต่ำ เมื่อนำมาใช้กับโลกยุคปัจจุบันที่เกิดวิกฤตเศรษฐกิจหรือโรคระบาด ซึ่งการชำระหนี้ไม่ได้พันธียโดยเด็ดขาด แต่ยากจนไม่คุ้มที่จะทำกฎหมายไทยที่อิงรากฐานเดิมจึงดูเข้มงวดเกินไปจนอาจเกิดความไม่เป็นธรรม

สรุปได้ว่ายุคแรกคือช่วงนศตวรรษที่ 19 มีแนวคิดหลักในเรื่องสัญญาคือกฎหมาย จึงเน้นการพันธียทางกายภาพ ส่งผลต่อกฎหมายไทยในการนำมาใช้เป็นรากฐานของมาตรา 218 และมาตรา 219 ที่เน้นความพันธียโดยเด็ดขาด ต่อมาในศตวรรษที่ 20 เริ่มมีแนวคิดเรื่องความสุจริตและการปรับปรุงสัญญา ไทยเริ่มนำมาใช้ผ่านการตีความ มาตรา 5 แต่ตัวบท มาตรา 219 ยังไม่เปลี่ยน และแม้ต่อมาศตวรรษที่ 21 แนวคิดเรื่อง "พฤติกรรมอันเป็นรากฐานแห่งสัญญาเปลี่ยนแปลงไป" และการชำระหนี้เป็นภาระหนักเกิน

ควรแก่คู่สัญญา (Hardship) ในการปฏิบัติตามสัญญาเข้ามาทำให้กฎหมายแพ่งของเยอรมันและฝรั่งเศสปรับเปลี่ยนไปใช้หลักดังกล่าวเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป แต่กฎหมายไทยยังไม่มีมีการปรับแต่อย่างใดจึงเป็นช่องว่างของกฎหมายไทย

2. การตีความ “ความพินวิสัย” ในทัศนะของศาลไทยกับต่างประเทศ

ในทางปฏิบัติของศาลไทยยึดถือแนวทาง “ความพินวิสัยโดยเด็ดขาด” เป็นหลักในการวินิจฉัยมาตรา 219 โดยมีเกณฑ์การตีความต้องไม่ใช่แค่การชำระหนี้เป็นภาระหนักเกินควรแก่คู่สัญญา โดยศาลมักวินิจฉัยว่า หากลูกหนี้ยังสามารถชำระหนี้ได้ แม้จะต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงขึ้นมาก หรือต้องประสบภาวะขาดทุนอย่างรุนแรง พฤติการณ์เช่นนี้ยังไม่ถือเป็นความพินวิสัย เพราะโดยสภาพหนี้ยังสามารถชำระได้อยู่ ดังนั้น การไม่มี “เงิน” หรือการชำระหนี้เป็นภาระหนักเกินควรแก่คู่สัญญา ไม่ใช่ความพินวิสัย ซึ่งมีแนวคำพิพากษาศาลฎีกาวางบรรทัดฐานไว้อย่างต่อเนื่องว่า “เงิน” เป็นทรัพย์สินทั่วไปที่หาทดแทนได้เสมอ การที่ลูกหนี้ประสบวิกฤตการเงินจนไม่มีเงินชำระหนี้ จึงไม่ถือว่าเป็นพฤติการณ์ที่ทำให้การชำระหนี้กลายเป็นพินวิสัย ดังเห็นได้จากการวิเคราะห์แนวคำพิพากษา เช่น คำพิพากษาศาลฎีกาที่ 9047/2544 หรือ 3506/2546 ซึ่งวินิจฉัยว่าวิกฤตเศรษฐกิจที่ส่งผลให้ลูกหนี้ไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามปกติ ไม่ถือเป็นเหตุสุดวิสัยที่ทำให้การชำระหนี้กลายเป็นพินวิสัย ตามมาตรา 219 ดังนั้น ลูกหนี้ยังคงมีหน้าที่ต้องชำระหนี้ต่อไป (ช่วงวิกฤตต้มยำกุ้งปี 2540 หรือวิกฤต COVID-19) พบปัญหาการตีความที่สำคัญ 3 ประการ

1) การจำกัดขอบเขตเหตุสุดวิสัย

ศาลไทยมักเชื่อมโยงมาตรา 219 เข้ากับนิยามเหตุสุดวิสัยในมาตรา 8 ซึ่งมีมาตรฐานความระมัดระวังที่สูงมาก ดังนั้น จึงมีปัญหว่าหากมีวิกฤตเศรษฐกิจหรือการลดค่าเงินบาท มักถูกมองว่าเป็นความเสี่ยงทางธุรกิจ ที่ลูกหนี้ควรคาดหมายได้หรือป้องกันได้ ทำให้ลูกหนี้ไม่สามารถหลุดพ้นจากหนี้ตามมาตรา 219 แม้พฤติการณ์ที่เป็นรากฐานของสัญญาจะพังทลายลงแล้วก็ตาม

2) ความล้มเหลวของทฤษฎีรากฐานแห่งสัญญา

ในระบบกฎหมายต่างประเทศ หากวัตถุประสงค์หลักของสัญญาถูกทำลายไปจนหมดสิ้น (เช่นเช่าสถานที่เพื่อจัดงานแต่มีคำสั่งห้ามจัดงาน) ศาลอาจถือว่าพินวิสัย ในขณะที่ของไทย ศาลจะเน้นที่การกระทำชำระหนี้ มากกว่าวัตถุประสงค์ของคู่สัญญา หากลูกหนี้ยังส่งมอบของได้ หรือเจ้าหนี้ยังส่งมอบสถานที่ได้ ศาลมักมองว่าหนี้ไม่พินวิสัย โดยไม่คำนึงว่าการชำระหนี้ดังนั้นมีมีความหมายต่อคู่สัญญาอยู่หรือไม่

3) การใช้หลักความสุจริต (มาตรา 5) ที่ยังไม่แพร่หลาย

แม้มาตรา 5 จะเปิดช่องให้ศาลใช้ดุลพินิจควบคุมความไม่เป็นธรรมได้ แต่พบว่า ศาลไทยมักใช้มาตรา 5 อย่างระมัดระวัง และมักไม่นำมาใช้เพื่อ “ลดหนี้” หรือ “แก้ไขสัญญา” โดยตรง แต่จะใช้ในการจำกัดสิทธิบางประการเท่านั้น ทำให้ลูกหนี้ที่เผชิญภาวะเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงไม่มีเครื่องมือในการปรับสมดุลสัญญา

ดังนั้นจึงอาจสรุปได้ว่าการตีความของศาลไทยยังยึดหลักทรัพย์สินที่เป็นวัตถุแห่งหนี้ถูกทำลาย จึงเป็นการพินวิสัยโดยเด็ดขาด ทำให้หลุดพ้นจากหนี้ ตามมาตรา 219 แต่หากเป็นเพียงต้นทุนการชำระหนี้สูงขึ้นเช่น

ยังไม่ถือว่าเป็นพันธสัญญา แม้จะเป็นเพียงความยากลำบากในการชำระหนี้ ส่งผลให้ยังคงต้องชำระหนี้ตามเดิม หรือกรณีมีสถานการณ์วิกฤตเศรษฐกิจ หรือค่าเงินผันผวน การชำระหนี้ก็ยังไม่เป็นพันธสัญญา ถือว่าเป็นความเสี่ยงทางธุรกิจ ซึ่งลูกหนี้ยังต้องชำระหนี้ตามเดิม

ในขณะที่เมื่อมีการวิเคราะห์เชิงตีความของต่างประเทศ จะเห็นพลวัตที่ชัดเจนในการขยายขอบเขตจาก "ความพันธสัญญาทางกายภาพ" ไปสู่ "ความพันธสัญญาทางเศรษฐกิจ" หรือ "ความยากลำบากอย่างยิ่ง" เพื่อรักษาความเป็นธรรมในสัญญา ในขณะที่ในระบบ Civil Law (เยอรมนี/ฝรั่งเศส) และ Common Law (อังกฤษ/อเมริกา) มีแนวทางที่น่าสนใจ ดังนี้

1. ระบบกฎหมายเยอรมัน (German Law - BGB)

เยอรมนีเป็นต้นแบบที่ไทยรับมา แต่เขาได้ก้าวข้ามข้อจำกัดเดิมไปแล้วผ่านการตีความและแก้ไขกฎหมาย จาก "พันธสัญญา" สู่ "พฤติการณ์พื้นฐานเปลี่ยนแปลง" เดิม BGB ใช้หลักความพันธสัญญา เช่นไทยในปัจจุบัน แต่ศาลเยอรมันเริ่มใช้หลักการลื่นไถ่แห่งรากฐานของนิติกรรม มาช่วยในกรณีที่หนี้ยังชำระได้ แต่การบังคับให้ชำระจะขัดต่อหลักความสุจริตอย่างร้ายแรง ปัจจุบันเยอรมนีเขียนไว้ชัดเจนว่า หากพฤติการณ์ที่เป็นรากฐานสัญญาเปลี่ยนไปจนคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งไม่อาจถูกคาดหวังให้ปฏิบัติตามสัญญาเดิมได้ ศาลมีอำนาจสั่ง "ปรับปรุงสัญญา" (Adaptation) ให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน หรือถ้าปรับไม่ได้จริงๆ จึงจะให้สิทธิ "เลิกสัญญา" (มาตรา 313)

2. ระบบกฎหมายฝรั่งเศส (French Law - Code Civil)

ฝรั่งเศสเคยเป็นระบบที่เคร่งครัดเรื่องสัญญามากที่สุดระบบหนึ่ง แต่ได้มีการปฏิรูปครั้งใหญ่ในปี 2016 โดยก่อนปี 2016 ฝรั่งเศสไม่ยอมรับการแก้ไขสัญญาเพราะเหตุเศรษฐกิจเปลี่ยน (ยกเว้นศาลปกครอง) แต่กฎหมายใหม่ยอมรับว่า หากเหตุการณ์ที่คาดหมายไม่ได้ทำให้การชำระหนี้ "ภาระหนักเกินควรแก่คู่สัญญา" คู่สัญญาต้องเจรจาใหม่ (มาตรา 1195) โดยบทบาทของศาล หากเจรจาไม่สำเร็จ ศาลฝรั่งเศสมีอำนาจสั่งแก้ไขเนื้อหาสัญญา หรือสั่งให้สัญญาลิ้นสุดลงตามเงื่อนไขที่ศาลเห็นสมควร ซึ่งต่างจากไทยที่ศาลแทบไม่มีอำนาจแก้ไขเนื้อหาสัญญาเลย

3. ระบบกฎหมายอังกฤษ-อเมริกัน (Common Law)

ในระบบนี้ใช้หลักที่เรียกว่า "Frustration of Contract" ซึ่งมีการตีความที่ลุ่มลึกที่ไม่ใช่แค่การชำระหนี้เป็นไปไม่ได้ (Impossibility) แต่หมายถึง "วัตถุประสงค์ของสัญญาถูกทำลาย" เช่น คดีดังในอังกฤษ (Krell v Henry) เรื่องเช่าโรงเบียร์ดูขบวนพยุหยาตรา เมื่อขบวนถูกยกเลิก แม้ตัวโรงเบียร์ยังอยู่ (ไม่พันธสัญญาทางกายภาพ) แต่ศาลถือว่าสัญญาเป็นอันสิ้นสุดเพราะวัตถุประสงค์ที่เป็นรากฐานได้หายไปแล้ว สอดคล้องกับกฎหมายของอเมริกา ซึ่งยอมรับว่าหากการชำระหนี้กลายเป็นเรื่องที่ไม่ได้ในทางปฏิบัติเชิงพาณิชย์ (เช่น ต้นทุนพุ่งสูงขึ้นอย่างรุนแรงเนื่องจากสงครามหรือการปิดเส้นทางขนส่งหลัก) ลูกหนี้อาจได้รับยกเว้นความรับผิดชอบ

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเกณฑ์การพิจารณาความพันธสัญญาในการชำระหนี้ของกฎหมายไทยต้องเป็นพันธสัญญา โดยเด็ดขาดเท่านั้น ในขณะที่กฎหมายเยอรมันและฝรั่งเศส พิจารณาพฤติการณ์พื้นฐานเปลี่ยน หรือภาระที่

เพิ่มขึ้นในการปรับใช้กับการชำระหนี้ที่พ้นวิสัยด้วย ส่วนกฎหมายของอังกฤษและอเมริกาถือว่าวัตถุประสงค์ถูกทำลายหรือทำไม่ได้ในเชิงพาณิชย์ประกอบการพิจารณาถึงการชำระหนี้ที่เป็นพ้นวิสัย ซึ่งส่งผลทางกฎหมายกล่าวคือของไทยหลุดพ้นจากหนี้ หรือต้องชำระตามเดิม ในขณะที่เยอรมันและฝรั่งเศส สามารถปรับปรุงเนื้อหาสัญญา หรือเลิกสัญญาได้ ส่วนอังกฤษและอเมริกาสัญญาสิ้นสุดลงโดยอัตโนมัติได้ ซึ่งจะเห็นได้ว่ากฎหมายไทยศาลมีอำนาจพิจารณาว่า "ผิดหรือไม่ผิด" ในขณะที่เยอรมันและฝรั่งเศสให้อำนาจศาลเข้าไปแทรกแซงและแก้ไขสัญญาได้ ส่วนอังกฤษและอเมริกาสามารถวินิจฉัยความสิ้นสุดของสัญญาได้

3. การวิเคราะห์กฎหมายเปรียบเทียบ (Comparative Analysis) เพื่อเปรียบเทียบโครงสร้างกฎหมายของไทยกับระบบกฎหมายในต่างประเทศ

1) การเปรียบเทียบเชิงโครงสร้าง

การวิเคราะห์เปรียบเทียบ (Comparative Analysis) ในส่วนนี้ จะช่วยให้เห็นว่าระบบ Civil Law ร่วมสมัยได้พัฒนาเครื่องมือเพื่ออุดช่องว่างที่ไทยยังเผชิญอยู่ได้อย่างไร โดยเราจะเปรียบเทียบโครงสร้างใน 3 มิติหลัก คือ ฐานความคิด กลไกการแก้ปัญหา และอำนาจของศาล ดังนี้

(1) การเปรียบเทียบเชิงโครงสร้าง

ในกฎหมายไทยโครงสร้างหลักจะอยู่ที่มาตรา 218 และ 219 ซึ่งเน้นความพ้นวิสัยเป็นศูนย์กลาง ประกอบกับต้องเป็นพ้นวิสัยโดยเด็ดขาด ผลทางกฎหมายหนี้ถึงจะระงับ หรือ จ่ายค่าสินไหม ในขณะที่กฎหมายเยอรมัน ตาม BGB มาตรา 275 สามารถพิจารณาด้านพฤติการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ตามมาตรา 313 ได้ รวมถึงความพ้นวิสัยทางเศรษฐกิจ ส่งผลให้ศาลสามารถปรับปรุงสัญญา (Adaptation) ได้ ซึ่งสอดคล้องกับกฎหมายฝรั่งเศส (Code Civil) มาตรา 1218 (เหตุสุดวิสัย) ประกอบกับสิ่งที่ไม่คาดคิดเกิดขึ้นได้ ตามมาตรา 1195 รวมถึงกรณี "ภาระหนักเกินควรแก่คู่สัญญา" เช่นนี้คู่สัญญาสามารถมีการเจรจาใหม่ หรือศาลปรับปรุงสัญญาได้

ดังนั้นจึงเห็นได้ว่าในระบบต่างประเทศ โดยเฉพาะเยอรมนีและฝรั่งเศสโครงสร้าง กฎหมายเรื่องนี้ได้พัฒนาจากระบบปิดที่เน้นแค่ความพ้นวิสัย ไปสู่ระบบเปิดที่กลับมาเน้นความยุติธรรมตามพฤติการณ์

2) วิเคราะห์เชิงกลไกด้านการจัดการเมื่อพฤติการณ์เปลี่ยนแปลง

(1) ระบบไทย การปรับตัวผ่านการตีความ

โครงสร้างไทยไม่มีมาตราที่รองรับหลักการชำระหนี้ที่เป็นภาระหนักเกินควรแก่คู่สัญญา (Hardship) โดยตรง ศาลไทยจึงพยายามใช้มาตราที่มีอยู่เดิม เช่น มาตรา 8 (เหตุสุดวิสัย) แต่ศาลมักตีความจำกัดเฉพาะเหตุที่ป้องกันไม่ได้จริงๆ และมาตรา 5 (หลักความสุจริต) ใช้เป็นดาบสุดท้ายเพื่อจำกัดสิทธิเจ้าหนี้ไม่ให้บังคับหนี้ที่ดูไม่เป็นธรรมเกินไป แต่ศาลไม่มีอำนาจเขียนสัญญาใหม่ให้คู่สัญญา

(2) ระบบเยอรมันหลักรากฐานแห่งนิติกรรม

เยอรมนีมองว่าสัญญา "รากฐาน" หากรากฐานนั้นพังทลาย (เช่น ค่าเงินเพื่อรุนแรงหลังสงคราม) โครงสร้างกฎหมาย มาตรา 313 จะทำงานทันที โดยการแบ่งสัดส่วนความเสี่ยง กล่าวคือกฎหมายจะไม่ปล่อยให้ลูกหนี้รับภาระฝ่ายเดียว แต่จะบังคับให้คู่สัญญาต้องเฉลี่ยความเสียหายกันตามหลักความสุจริต

(3) ระบบฝรั่งเศสใช้หลักสถานการณ์ที่ไม่อาจคาดหมายได้

ฝรั่งเศสเพิ่งเปลี่ยนโครงสร้างในปี 2016 เพื่อเพิ่มความยืดหยุ่น โดยนำหลักการการเจรจามาใช้เมื่อพฤติการณ์เปลี่ยน กล่าวคือคู่สัญญาต้องกลับมาเจรจากันก่อน หากตกลงไม่ได้จึงจะไปถึงมือศาล ซึ่งเป็นการลดภาระคดีและรักษาความสัมพันธ์ทางธุรกิจ

3. จุดต่างที่สำคัญทางนิติวิธี

ความแตกต่างที่ชัดเจนที่สุดคือบทบาทของศาลในการแทรกแซงสัญญาประเทศไทย ศาลจะยึดถือว่าสัญญาคือเจตนาของคู่สัญญา ศาลไม่มีหน้าที่แก้ราคาหรือแก้วันเวลาในสัญญา (ยกเว้นเรื่องเบี้ยปรับ) หากทำไม่ได้ก็คือพ้นวิสัย ถ้าทำได้ก็ต้องทำตามเดิม ในขณะที่ต่างประเทศ เช่น ศาลในระบบเยอรมันและฝรั่งเศสมีบทบาทเป็นผู้รักษาสถิติ ศาลสามารถสั่งแก้ไขเนื้อหาสัญญาเพื่อให้คู่สัญญาเดินหน้าต่อไปได้ แทนที่จะสั่งให้สัญญาเป็นโมฆะหรือระงับไป

สรุปจากการวิเคราะห์เปรียบเทียบสามารถสรุปข้อบกพร่องเชิงโครงสร้างของไทยได้ว่ายังขาดมิติความพ้นวิสัยเชิงเปรียบเทียบ โดยกฎหมายไทยมองว่าหนี้เป็นไปไม่ได้ หรือเป็นไปไม่ได้ โดยไม่ได้มองว่าหนี้คุ้มค่าที่จะทำต่อไปในทางธรรมหรือไม่ ดังนั้นจึงส่งผลทางกฎหมายที่ไม่ยืดหยุ่น กล่าวคือ มาตรา 219 ให้ผลเพียงอย่างเดียวคือหนี้ระงับ แต่ในทางธุรกิจ บางครั้งคู่สัญญาต้องการเพียงแค่การลดราคา หรือการขยายเวลา ซึ่งโครงสร้างปัจจุบันของไทยไม่รองรับการบังคับโดยศาล

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับขอบเขตของความพ้นวิสัยในการชำระหนี้ ศึกษากรณีพฤติการณ์อันเป็นรากฐานแห่งสัญญาเปลี่ยนแปลงไป พบว่า แม้หลักการเป็นพ้นวิสัยในการชำระหนี้กฎหมายไทยจะครอบคลุมถึงอุปสรรคทางกายภาพ แต่ยังมีข้อจำกัดทางกฎหมายที่ขาดการรับรองความพ้นวิสัยในเชิงเศรษฐกิจ และหลักพฤติการณ์เปลี่ยนแปลงไป อย่างเป็นรูปธรรม ส่งผลให้คู่สัญญาต้องแบกรับภาระที่เกินสมควรเมื่อสภาวะการณ์เปลี่ยนไปอย่างรุนแรง ซึ่งเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับหลายประเทศ จะพบการปรับเปลี่ยนแนวคิดจากการยุติสัญญาเพียงอย่างเดียว ไปสู่การปรับปรุงเนื้อหาแห่งสัญญา เพื่อดำรงไว้ซึ่งดุลยภาพและความเป็นธรรมตามหลักความซื่อสัตย์สุจริต ซึ่งสอดคล้องกับ อรรถพล ศรีสวัสดิ์นุภาพ (2551) ที่กล่าวว่า หลักการชำระหนี้กลายเป็นพ้นวิสัยเป็นหลักกฎหมายสำคัญที่มีผลต่อความรับผิดชอบของลูกหนี้ โดยหากการพ้นวิสัยมิได้เกิดจากความผิดของลูกหนี้ ลูกหนี้ย่อมหลุดพ้นจากการชำระหนี้ตามมาตรา 219 แห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ แต่หากเป็นความผิดของลูกหนี้ ลูกหนี้ยังคงต้องรับผิดชอบใช้ค่าสินไหมทดแทนตามมาตรา 218 ทั้งนี้ กฎหมายเยอรมันได้มีการแก้ไขมาตรา 275 (2) เพื่อขยายความให้ครอบคลุมถึงกรณีที่ค่าใช้จ่ายหรืออุปสรรคในการชำระหนี้สูงเกินกว่าผลประโยชน์ที่เจ้าหนี้จะได้รับ ซึ่งถือเป็นการพ้นวิสัยทาง

เศรษฐกิจตามแนวคำพิพากษาเดิม นอกจากนี้ยังได้เพิ่มมาตรา 275 (3) เพื่อรับรองสิทธิของลูกหนี้ในการปฏิเสธการชำระหนี้ในบางกรณีให้ชัดเจนยิ่งขึ้น และสอดคล้องกับ ก้องพัฒน์ แสงโทโพธนารัตน์ (2568, หน้า 45) ซึ่งกล่าวว่าในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ของไทยนั้นยังไม่ครอบคลุมถึงเรื่องที่เกี่ยวข้องกับหลักเมื่อสถานการณ์เปลี่ยนแปลงไปสัญญาไม่ต้องเป็นสัญญา (Rebus Sic Stantibus) หากมีการนำหลักสุจริตเข้ามาปรับใช้ เมื่อมีวิกฤตการณ์เศรษฐกิจอาจสามารถ อาจพิจารณาให้ในกรณีที่ผู้เข้าทำสัญญา หากในส่วนของการหนี้ยังมีได้ตกเป็นอันพั่ววิสัย อาจจะเป็นมาตรการอันดีที่ช่วยในการบรรเทาผ่อนผันจากการปรับสัญญาหรือแก้ไขบางส่วนเพื่อให้รองรับกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนไปได้ แต่ถ้าหากพิจารณาแล้วพบว่ามิได้ก่อประโยชน์อื่นใดสิทธิในการบอกเลิกสัญญาให้เจ้าหนี้และลูกหนี้หมดพันธะทางกฎหมาย

ข้อเสนอแนะ

เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในสัญญาและมีการเฉลี่ยความเสี่ยงจากเหตุการณ์ภายนอกอย่างเหมาะสม ผู้เขียนขอเสนอให้มีการแก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์และการให้อำนาจศาลให้การแก้ไขเปลี่ยนแปลงสัญญา เพื่อรับรองหลักพฤติการณ์อันเป็นรากฐานแห่งสัญญาเปลี่ยนแปลงไป โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออุดช่องว่างทางกฎหมายระหว่างเหตุพัววิสัยและความยากลำบากในการชำระหนี้ ในกรณีที่การชำระหนี้ยังไม่เป็นพั่ววิสัยตามมาตรา 219 แต่การบังคับตามสัญญาอาจก่อให้เกิดความไม่ธรรม ทั้งนี้เพื่อรักษาความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ลดการฟ้องร้องที่นำไปสู่การล้มละลาย และยกระดับกฎหมายไทยให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากลเช่นเดียวกับประมวลกฎหมายแพ่งของเยอรมนีและฝรั่งเศส โดย

1) การบัญญัติมาตราใหม่ในลักษณะ มาตรา 219/1 ดังนี้ “ในกรณีที่พฤติการณ์อันเป็นรากฐานแห่งการทำสัญญาได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมอย่างร้ายแรงภายหลังการก่อหนี้ โดยพฤติการณ์ดังกล่าวนั้นคู่สัญญาไม่อาจคาดหมายได้ในขณะทำสัญญา และมีใช้ความผิดของคู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง

หากการเปลี่ยนแปลงพฤติการณ์ดังกล่าวส่งผลให้การชำระหนี้ตามเงื่อนไขเดิมกลายเป็นภาระเกินสมควรแก่ลูกหนี้ หรือทำให้ประโยชน์ที่เจ้าหนี้จะได้รับสูญสิ้นไปจนขัดต่อหลักความสุจริตอย่างร้ายแรง คู่สัญญาฝ่ายที่ได้รับผลกระทบมีสิทธิร้องขอให้มีการเจรจาเพื่อปรับปรุงเนื้อหาแห่งสัญญาใหม่ให้สอดคล้องกับพฤติการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

หากคู่สัญญาไม่สามารถตกลงกันได้ภายในเวลาอันสมควร คู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งอาจร้องขอต่อศาลเพื่อให้ศาลมีคำสั่งอย่างใดอย่างหนึ่งดังต่อไปนี้ (1) ปรับปรุงเนื้อหาแห่งสัญญาเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมแก่คู่สัญญาตามหลักความสุจริต (2) สั่งให้สัญญานั้นระงับลงทั้งหมดหรือบางส่วน ตามวันเวลาและเงื่อนไขที่ศาลเห็นสมควร”

2. ให้ศาลมีอำนาจปรับปรุงสัญญา เพื่อรักษาความสัมพันธ์ทางสัญญาไว้ แทนการเลิกสัญญาเพียงอย่างเดียว ซึ่งจะส่งผลดีต่อระบบเศรษฐกิจในภาพรวมมากกว่า ซึ่งการให้อำนาจดุลพินิจแก่ศาล เป็นการขยายบทบาทศาลไทยจากเพียงผู้พิจารณาถูก ผิด มาเป็น ผู้รักษาสมดุลทางสัญญา โดยอาศัยหลักความสุจริตเป็นบรรทัดฐาน

เอกสารอ้างอิง

- ก้องพัฒน์ แสงโทโพธนารัตน์ . (2568). การประยุกต์ใช้หลัก Rebus Sic Stantibus ในกฎหมายไทยเพื่อ
บรรเทาภาระหนี้ของคู่สัญญาในวิกฤตการณ์อันไม่คาดคิด. วารสารบัณฑิตกฎหมายเพื่อการพัฒนา, (1),
45. <https://so14.tci-thaijo.org/index.php/LAWFORDEV/article/view/1297>
- กิตติศักดิ์ ปกติ. (2554). หลักสุจริตและเหตุเหนือความคาดหมายในการชำระหนี้ในระบบกฎหมายเยอรมัน
ฝรั่งเศส แองโกลอเมริกันและไทย. กรุงเทพฯ: วิญญูชน.
- บรรเจิด สิงคะเนติ. (2555). การตรวจสอบความชอบด้วยรัฐธรรมนูญของบทบัญญัติแห่งกฎหมาย. กรุงเทพฯ:
สำนักงานศาลรัฐธรรมนูญ. [https://www.senate.go.th/assets/portals/93/fileups/272/files/
Sub_Jun/12know/K93_jul_7_4.pdf](https://www.senate.go.th/assets/portals/93/fileups/272/files/Sub_Jun/12know/K93_jul_7_4.pdf)
- สุภาพร เหลืองภัทรวงศ์. (2538). หลักความศักดิ์สิทธิ์แห่งการแสดงเจตนาและข้อจำกัดในสัญญาระหว่าง
เอกชนที่มีองค์ประกอบระหว่างประเทศ. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- อรรถพล ศรีสวัสดิ์นุภาพ . (2551). หลักการชำระหนี้กลายเป็นพันวิสัย. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ หลักสูตรนิติ
ศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

หลักเกณฑ์การเขียนบทความวิชาการหรือบทความวิจัย เพื่อตีพิมพ์ในวารสารมนุษยสังคมสาร (มสส.)

1. ส่งบทความวิจัยฉบับเต็มในรูปแบบของ Word File จำนวน 1 ชุด เป็นแฟ้มข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์โดยใช้โปรแกรม Microsoft Office Word 2010 เป็นต้นไป ที่เว็บไซต์ <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jhusoc/index>
2. เป็นบทความที่ครอบคลุมสาขาวิชาหลัก (Main subject Category) คือ Social Sciences และจะต้องอยู่ใน 3 กลุ่มสาขาวิชา (Subject areas) คือ 1) Arts and Humanities, 2) Economics, Econometrics and Finance, 3) Social Sciences ซึ่งจะต้องอยู่ใน 5 กลุ่มย่อย (Sub-subject areas) คือ 1) General Arts and Humanities, 2) Language and Linguistics, 3) General Economics, Econometrics and Finance, 4) General Social Sciences, 5) Sociology and Political Sciences
3. ความยาวของบทความโดยนับรวมรูปภาพ ตาราง เอกสารอ้างอิง และประวัติผู้เขียน จำนวน 12-15 หน้ากระดาษ A4
4. แบบอักษร (Font) บทความ
 - 4.1 ให้พิมพ์ด้วยตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 และพิมพ์เนื้อหาในลักษณะคอลัมน์เดียว (One column) กำหนดระยะห่างระหว่างบรรทัดเป็นแบบระยะพิมพ์เดี่ยว (Single space) ระยะขอบบน - ล่าง 2.54 เซนติเมตร และระยะขอบซ้าย - ขวา 2.54 เซนติเมตร
 - 4.2 ชื่อบทความทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ พิมพ์ด้วยตัวหนาโดยใช้ขนาดอักษร 18 กึ่งกลางหน้ากระดาษ กรณีเป็นภาษาอังกฤษ ให้ใช้อักษรตัวแรกเป็นตัวใหญ่สำหรับคำหลักต่าง ๆ ในกรณีที่บทความเป็นภาษาอังกฤษหรือภาษาอื่น ให้เขียนชื่อบทความเป็นภาษาอังกฤษเท่านั้น
 - 4.3 ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน (และอาจารย์ที่ปรึกษา) ให้มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และให้ใช้หมายเลขกำกับชื่อผู้เขียนหรืออาจารย์ที่ปรึกษาเฉพาะที่เป็นภาษาไทยเท่านั้น พิมพ์ด้วยตัวหนาโดยใช้ขนาดอักษร 16 กึ่งกลางหน้ากระดาษ
 - 4.4 ชื่อสาขาวิชา คณะ และสถาบันการศึกษาต้นสังกัด ให้พิมพ์ที่บรรทัดล่างต่อจากชื่อผู้วิจัย ชิดขอบซ้าย พิมพ์อักษรเป็นตัวบางขนาด 14 ใช้เขียนทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ แต่ให้ใช้หมายเลขกำกับเฉพาะที่ภาษาไทยเท่านั้น
5. เป็นบทความภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ ในกรณีที่บทความภาษาอังกฤษต้องผ่านการตรวจสอบความถูกต้องและลงนามรับรองจากผู้เชี่ยวชาญ ด้านภาษาอังกฤษก่อนส่งให้บรรณาธิการ
6. ต้องเป็นบทความที่ไม่เคยตีพิมพ์หรือเผยแพร่ที่ใดมาก่อนหรืออยู่ระหว่างการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตีพิมพ์ในวารสารอื่น
7. บทความต้องมีสาระสังเขป (บทคัดย่อ) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษไม่เกิน 1 หน้ากระดาษ A4 หรือระหว่าง 200-250 คำ ในกรณีที่บทความเป็นภาษาอังกฤษ ให้เขียนบทคัดย่อเป็นภาษาอังกฤษเท่านั้น
8. ผู้เขียนบทความจะต้องปฏิบัติตามระบบการอ้างอิงเอกสารและหลักเกณฑ์การเสนอบทความวิชาการหรือบทความวิจัยเพื่อตีพิมพ์ในมนุษยสังคมสาร อย่างเคร่งครัด

9. บทความที่ส่งมาตีพิมพ์จะได้รับการกลั่นกรองจากผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องจำนวน 3 ท่าน ตามประกาศ ก.พ.อ. เรื่องหลักเกณฑ์และวิธีการพิจารณาแต่งตั้งให้บุคคลดำรงตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ รองศาสตราจารย์ ศาสตราจารย์ (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2564
10. ผลการพิจารณาให้ตีพิมพ์บทความในมนุษยสังคมสาร ให้ถือมติของกองบรรณาธิการเป็นที่สุด
11. บทความที่ไม่ผ่านการพิจารณาให้ตีพิมพ์ กองบรรณาธิการจะแจ้งให้ทราบ

ส่วนประกอบของบทความ

บทความวิชาการ

ในการเขียนบทความวิชาการ ควรชี้ประเด็นที่ต้องการนำเสนอให้ชัดเจนและมีลำดับเนื้อหาที่เหมาะสม บทความวิชาการควรมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้

1. ชื่อเรื่อง (Title) ใช้คำที่สั้น กระชับ และมีความหมายชัดเจน ให้เขียนเป็นระดับกลุ่มคำไม่ใช่ระดับประโยค และต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยพิมพ์ชื่อเรื่องเป็นภาษาไทยก่อนและตามด้วยชื่อเรื่องภาษาอังกฤษในบรรทัดต่อมา แต่ให้เขียนชื่อเรื่องเป็นภาษาอังกฤษเท่านั้นในกรณีที่บทความเขียนเป็นภาษาอังกฤษหรือภาษาต่างประเทศอื่น ๆ ความยาวระหว่าง 12-20 คำ
2. บทคัดย่อ (Abstract) สรุปเนื้อหาของบทความให้ได้ใจความชัดเจน ให้เขียนทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยเขียนเป็นภาษาไทยก่อน ความยาวไม่เกิน 1 หน้ากระดาษ หรือระหว่าง 200-250 คำ ในกรณีที่บทความเขียนเป็นภาษาอังกฤษให้เขียนบทคัดย่อเป็นภาษาอังกฤษเท่านั้น
3. คำสำคัญ (Keyword) ระบุคำสำคัญของเนื้อหาที่เหมาะสมสำหรับนำไปใช้เป็นส่วนสืบค้นในระบบฐานข้อมูลได้บทคัดย่อ ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จำนวน 3-5 คำ ในกรณีที่บทความเขียนเป็นภาษาอังกฤษให้เขียนคำสำคัญเป็นภาษาอังกฤษเท่านั้น
4. บทนำ (Introduction) นำเสนอข้อมูลเบื้องต้นของเนื้อหา รวมทั้งระบุถึงขอบเขตเนื้อหาของบทความ
5. เนื้อหา (Body of text) ระบุเนื้อหาหลักของบทความ โดยแบ่งออกเป็นประเด็นย่อย ๆ และมีการจัดเรียงลำดับหัวข้อตามรายละเอียดของเนื้อหา
6. เอกสารอ้างอิง (References) อ้างอิงแบบแทรกในเนื้อหา (In-text citation) โดยใช้ระบบนาม-ปี (Author-Year) ตามรูปแบบ APA (American Psychological Association) ฉบับพิมพ์ครั้งที่ 7 (7th edition) และเอกสารอ้างอิงทุกรายการที่ปรากฏในบทความต้องมีรายชื่อปรากฏอยู่ในรายการเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ (References) ด้วย

บทความวิจัย

ให้นำเสนอผลการวิจัยที่ค้นพบอย่างเป็นระบบ โดยบทความวิจัยมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้

1. ชื่อเรื่อง (Title) ใช้คำที่สั้น กระชับ และมีความหมายชัดเจน ให้เขียนเป็นระดับกลุ่มคำไม่ใช่ระดับประโยค และต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยพิมพ์ชื่อเรื่องเป็นภาษาไทยก่อนและตามด้วยชื่อเรื่องภาษาอังกฤษในบรรทัดต่อมา แต่ให้เขียนชื่อเรื่องเป็นภาษาอังกฤษเท่านั้นในกรณีที่บทความเขียนเป็นภาษาอังกฤษหรือภาษาต่างประเทศอื่น ๆ ความยาวระหว่าง 12-20 คำ
2. บทคัดย่อ (Abstract) สรุปสาระสำคัญของงานวิจัยซึ่งประกอบด้วย วัตถุประสงค์การวิจัย ประชากร กลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือวิจัย สถิติที่ใช้ในการเคราะห์ข้อมูล และผลการวิจัย ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ความยาวแต่ละภาษาไม่เกิน 1 หน้า หรือระหว่าง 200-250 คำ ในกรณีที่บทความเขียนเป็นภาษาอังกฤษให้เขียนบทคัดย่อเป็นภาษาอังกฤษเท่านั้น
3. คำสำคัญ (Keywords) ระบุดำสำคัญของเนื้อหาที่เหมาะสมสำหรับนำไปใช้เป็นคำสืบค้นในระบบฐานข้อมูลได้บทคัดย่อ ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จำนวน 3-5 คำ ในกรณีที่บทความเขียนเป็นภาษาอังกฤษให้เขียนคำสำคัญเป็นภาษาอังกฤษเท่านั้น
4. บทนำ (Introduction) ระบุดึงความสำคัญของปัญหาที่ศึกษา วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและประโยชน์โดยรวมที่จะเกิดขึ้นจากผลวิจัย
5. วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Objective) ระบุมุ่งประสงค์ในการทำวิจัยให้ชัดเจนและสะท้อนถึงภาพรวมทั้งหมดของงานวิจัย
6. วิธีดำเนินการวิจัย (Methodology) ระบุมิธีวิจัยที่ครอบคลุมถึงประชากร กลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือวิจัย ขั้นตอนการเก็บข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
7. ผลการวิจัย (Results) ระบุมูลผลการวิจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย
8. สรุปและอภิปรายผล (Discussion) นำเสนอผลการวิจัยโดยอ้างอิงถึงทฤษฎีต่างๆ เพื่อสนับสนุนผลการวิจัยที่ค้นพบหรือเห็นแย้งที่สมเหตุสมผล
9. ข้อเสนอแนะ (Recommendations) เสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์และเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยในครั้งต่อไป
10. เอกสารอ้างอิง (References) ใช้การอ้างอิงตามรูปแบบ APA (American Psychological Association) ฉบับพิมพ์ครั้งที่ 7 (7th edition)

(สามารถดูหลักเกณฑ์และรูปแบบการอ้างอิงเอกสารเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์ <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jhusoc/index>)

Manuscript Preparation Guidelines for the Submission of Academic and Research Articles in Journal of Humanities and Social Sciences (JHUSOC)

1. The full article should be submitted in the Word File as an electronic file using Microsoft Office Word 2010 onwards via the website: <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jhusoc/index>.

2. The article must be relevant to the main subject category i.e. Social Sciences. This category includes the following three subject areas: 1) Arts and Humanities, 2) Economics, Econometrics and Finance, and 3) Social Sciences. Moreover, the manuscript must be under the following five sub-subject areas: 1) General Arts and Humanities, 2) Language and Linguistics, 3) General Economics, Econometrics and Finance, 4) General Social Sciences, and 5) Sociology and Political Sciences.

3. The article must be typed on A4 paper to include figures, tables, references, and author's brief personal data. Moreover, it should be between 12-15 pages in length.

4. Font

4.1 TH SarabunPSK with font size 16 is required. The article must be typed in one column and single spacing. The top-bottom margins of 2.54 cm. and the left-right margins of 2.54 cm. are used.

4.2 Both Thai and English article titles should be in bold face, font size 18 with initial caps of the content words, and be centered. Only English title is required for the article written in English or other languages.

4.3 The author's name (and the advisor's name) must be written in both Thai and English. It must also be typed in bold using font size 16 and centered on the page. For the Thai article, the author's or advisor's name is numbered in order.

4.4 Department(s)/program(s), faculty(s) and affiliation(s) must be written in both Thai and English, and set flush on the left using font size 14 below the author's name. For the Thai article, their Thai information is numbered in order.

5. Either Thai or English article can be submitted. In the case of an English article, it must be verified and signed by an English language expert before being sent to the editor.

6. The article submitted for publication in JHUSOC has not already been published elsewhere or is not under consideration by peer reviewers for publication in other journals.

7. The article must contain both Thai and English abstracts with no more than 1 page of A4, or between 200-250 words. Only English abstract is required for the article written in English or other languages.

8. The author must strictly comply with the reference system and the criteria for the publication of academic or research articles set by the journal.

9. The article will be reviewed by three peer reviews. This goes in line with the Office of Civil Service Commission's announcement relevant to the criteria and procedures for considering the academic appointment of university lecturers (Issue no. 4) B.E. 2564.

10. The Editorial board is responsible for the final decision regarding acceptance or rejection of the article published in the journal.

11. The author will be officially informed if his/her article is not accepted. However, the manuscript will not be sent back to him/her.

Components of Academic Articles

To write an academic article, clear points should be identified and appropriate sequences of the content should be considered. The article should consist of the following parts:

1. Title: The title should possess the short, concise and meaningful words. It should be written in a word level, not a sentence level. The title with 12-20 words must be written in both Thai and English. Moreover, the Thai title is typed first, followed by the English one on the next line. However, only English title is required for the article written in English or other foreign languages.

2. Abstract: The article contents are clearly summarized. Both Thai and English abstracts are required. A one-page Thai abstract with 200-250 words is written first, followed by the English one with the same number of words. It is noted that only English abstract is required for the article written in English.

3. Keyword: The keywords appropriate for retrieving information from the database are identified. Both Thai and English 3-5 keywords are required and must be placed below the abstract. It is noted that only English keywords are required for the article written in English.

4. Introduction: The article background is presented. The article scope is also specified.

5. Body of Text: The main contents and sub-topics of the article are identified. Moreover, the topics are sorted by the contents.

6. References: In-text citation is based on the author-year system of the APA (American Psychological Association) style (7th edition). It is noted that all entries in the text should be listed in the references.

Components of Research Articles

The research results should be presented systematically. The research article should be composed of the following parts:

1. Title: The title should possess the short, concise and meaningful words. It should be written in a word level, not a sentence level. The title with 12-20 words must be written in both Thai and English. Moreover, the Thai title is typed first, followed by the English one on the next line. However, only English title is required for the article written in English or other foreign languages.

2. Abstract: The important research components, including objectives, population, sample group, instruments, statistics for data analysis, and research results. Both Thai and English abstracts must be written. The length of each language is not more than 1 page or between 200-250 words. It is noted that only English abstract is required for the article written in English.

3. Keyword: The keywords appropriate for retrieving information from the database are identified. Both Thai and English 3-5 keywords are required and must be placed below the abstract. It is noted that only English keywords are required for the article written in English.

4. Introduction: The significance of research problems is identified. The relevant literature is reviewed. In addition, the overall benefits obtained from the research results are also presented.

5. Objective: The research objectives are clearly identified to reflect the overall picture of the research.

6. Methodology: The research methods, including population, samples, instruments, steps of data collection, and statistics for data analysis, are clearly indicated.

7. Results: The research results obtained from analyzing the data are clearly interpreted according to the research objectives.

8. Discussion: The research results are discussed with theoretical support so as to check whether the current research results are in line with or against the previous studies.

9. Recommendations: Utilization of the research results, and guidelines for the next research should be recommended.

10. References: The references must be based on APA (American Psychological Association) style (7th edition).

(For more details on the citation guidelines and reference format, please visit the journal's website at <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jhusoc/index>)