

วารสาร นวัตกรรม และการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ปีที่ 9 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2567
Vol. 9 No. 2 July-December 2024

PRINT ISSN 2465-4477
ONLINE ISSN 2697-6277



**JOURNAL OF INNOVATION
AND MANAGEMENT**
SUAN SUNANDHA RAJABHAT UNIVERSITY

วารสารนวัตกรรมและการจัดการ Journal of Innovation and Management

วารสารนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เป็นวารสารทางวิชาการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและเผยแพร่ผลงานทางวิชาการและนวัตกรรมที่มีคุณภาพทางด้านทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ใน 5 สาขาวิชา ได้แก่ (1) General Business, Management and Accounting (2) Management Information Systems (3) Management of Technology and Innovation (4) Organizational Behavior and Human Resource Management และ (5) Tourism, Leisure and Hospitality Management โดยจัดพิมพ์เผยแพร่ปีละ 2 ฉบับ ในเดือนมกราคม-มิถุนายน และเดือนกรกฎาคม-ธันวาคม สำหรับฉบับนี้เป็นปีที่ 9 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2567) โดยจัดส่งให้หน่วยงานและสถาบันการศึกษาต่างๆ ตลอดจนบุคคลทั่วไปที่ตอบรับการเป็นสมาชิก ตามใบสมัครท้ายเล่ม

กองบรรณาธิการ วารสารนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา มีความยินดีรับบทความวิจัย (Research article) บทความทางวิชาการ (Academic article) และบทวิจารณ์หนังสือ (Book review) ที่ยังไม่เคยเผยแพร่ในวารสารฉบับอื่นมาก่อน ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่ <https://www.tci-thaijo.org/index.php/journalcim>

สำนักงานกองบรรณาธิการ

วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ อาคาร 37 ชั้น 1

เลขที่ 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ถนนอุททองนอก แขวงวังศิระพยาบาล เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300

โทรศัพท์ 02-160-1452 โทรสาร 02-160-1184

E-mail: journalcim@ssru.ac.th, cimjssru@gmail.com

Website: <https://www.tci-thaijo.org/index.php/journalcim>

- กองบรรณาธิการสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาและตัดสินใจตีพิมพ์บทความในวารสาร
- บทความทุกเรื่องจะได้รับการตรวจสอบทางวิชาการโดยผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer reviewer) แต่ข้อความและเนื้อหาในบทความที่ตีพิมพ์เป็นความรับผิดชอบของผู้เขียน มิใช่ความคิดเห็นและความรับผิดชอบของวารสาร
- การคัดลอกอ้างอิงต้องดำเนินการตามการปฏิบัติในหมู่นักวิชาการโดยทั่วไป และสอดคล้องกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

บทบรรณาธิการ

วารสารนวัตกรรมและการจัดการ (Journal of Innovation and Management : JIM) มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เป็นวารสารทางวิชาการที่ออกปีละ 2 ฉบับ ในเดือน มกราคม-มิถุนายน และเดือนกรกฎาคม-ธันวาคม สำหรับฉบับนี้เป็นปีที่ 9 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2567) โดยกองบรรณาธิการยังคงให้ความสำคัญในการพิจารณาและคัดเลือกบทความที่มีคุณภาพมาลงตีพิมพ์โดยทุกบทความได้ผ่านการกลั่นกรองจากกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกที่ตรงสาขาเพื่อตรวจสอบคุณภาพของบทความก่อนลงตีพิมพ์ โดยผู้ประเมินไม่ทราบชื่อผู้แต่งและผู้แต่งไม่ทราบชื่อ ผู้ประเมินบทความ (Double-blind peer review) สำหรับวารสารฉบับนี้ ประกอบด้วย บทความวิจัย จำนวน 13 เรื่อง เช่น “การพลิกโฉมห้องเรียนอาชีพโดยครอบครัวการพลิกโฉมห้องเรียนอาชีพโดยครอบครัว” “ปัจจัยสมรรถนะของผู้ตรวจสอบภายในที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพรายงานตรวจสอบภายในของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย” เป็นต้น และบทความวิชาการ จำนวน 2 เรื่อง เช่น “การวิจัยเชิงบูรณาการ: แนวคิด ประเภท และการประยุกต์ใช้”

กองบรรณาธิการวารสารนวัตกรรมและการจัดการ มีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาวารสารให้มีคุณภาพสูงขึ้น ขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกทุกท่านที่กรุณาเป็นผู้ประเมินบทความอย่างมีคุณภาพให้กับกองบรรณาธิการ และขอเชิญชวนคณาจารย์ นักวิจัย นักวิชาการ นิสิตและนักศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา เสนอบทความเข้ารับการพิจารณา กลั่นกรองตีพิมพ์เพื่อเผยแพร่สู่สาธารณะและอาจนำไปสู่การใช้ประโยชน์ต่อไป ทั้งนี้ กองบรรณาธิการหวังเป็นอย่างยิ่งว่าวารสารฉบับนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับท่านผู้อ่าน นักวิชาการและผู้สนใจ ขอขอบคุณสมาชิกวารสาร ที่ได้ให้ความสนใจติดตามวารสารนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา โดยท่านสามารถสืบค้นข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์ของวารสารต่อไป

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หทัยพันธ์ สุนทรพิพิธ
บรรณาธิการ วารสารนวัตกรรมและการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

วารสารนวัตกรรมและการจัดการ

Journal of Innovation and Management

Print ISSN 2465-4477

Online ISSN 2697-6277

ปีที่ 9 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2567) Vol. 9 No. 2 (July-December 2024)

วัตถุประสงค์

- เพื่อเผยแพร่ผลงานทางวิชาการและนวัตกรรมที่มีคุณภาพทางด้านทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ใน 5 สาขาวิชา ได้แก่ (1) General Business, Management and Accounting (2) Management Information Systems (3) Management of Technology and Innovation (4) Organizational Behavior and Human Resource Management และ (5) Tourism, Leisure and Hospitality Management
- เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นให้เกิดการวิจัย การพัฒนานวัตกรรม และการพัฒนาองค์ความรู้ในศาสตร์สาขาวิชาต่างๆ แก่อาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัย นิสิต นักศึกษา และบุคคลทั่วไป ทั้งแวดวงวิชาการและสังคมทั่วไป

เจ้าของ

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร.ชุดิภาณูจน์ ศรีวิบูลย์ อธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
รองศาสตราจารย์ ดร.บัณฑิต ผังนรินทร์ รองอธิการบดี ฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชลภััสสรณ์ สิทธิวงศ์ชัย คณบดี วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หทัยพันธุ์ สุนทรพิพิธ

กองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ ดร.ดิเรก ปัทมสิริวัฒน์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ศาสตราจารย์ ดร.อรรดา จันทน์ฉาย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ศาสตราจารย์ ดร.สุภาวดี จันทวานิช จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา ยุพาพันธ์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
รองศาสตราจารย์ ดร.สุภาส อังศุโชติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.สุบิน ยุระรัช มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ดร.วิทยา เจียรพันธุ์ สมาคมนักวิจัย

ฝ่ายจัดการและเลขานุการกองบรรณาธิการ

ดร.พาโชค เลิศอัศวภัทร
นางสาวกษิมารา ศรสวรรค์

ฝ่ายประชาสัมพันธ์ จัดจำหน่าย และสมาชิก

นางพัทธนันท์ ไรจน์รุ่งวัฒน

ฝ่ายศิลปกรรมและจัดทำรูปเล่ม

นายพิชญานันท์ ก้อนทองคำ

ฝ่ายพิสูจน์อักษร

ดร.ศิริกัญญา ศิริภูพานันท์

กำหนดการเผยแพร่

ปีละ 2 ฉบับ ประจำเดือน มกราคม-มิถุนายน และเดือนกรกฎาคม-ธันวาคม

ลิขสิทธิ์

บทความที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ถือเป็นกรรมสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ห้ามนำข้อความทั้งหมดไปตีพิมพ์ซ้ำ ยกเว้นได้รับอนุญาตจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

สถานที่พิมพ์

บริษัท จรัสสินทวงค์การพิมพ์ จำกัด

เลขที่ 219, 220, 221, 223, 225, 227, 229, 231, 233 ซอยเพชรเกษม 102/2 แขวงบางแคเหนือ เขตบางแค กรุงเทพมหานคร 10160

สารบัญ

วารสารนวัตกรรมและการจัดการ

Journal of Innovation and Management

ปีที่ 9 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2567)

บทความวิจัย

- 07 การพลิกโฉมห้องเรียนอาชีพโดยครอบครัว
วุฒิพงศ์ จันทรเมืองไทย, ชุมพล รอดแจ่ม, อนพัทธ์ หนองคู
- 20 ปัจจัยสมรรถนะของผู้ตรวจสอบภายในที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพรายงานตรวจสอบภายใน
ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
รัฐิยา ส่งสุข
- 35 การจัดการความเสี่ยงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กรณีศึกษา ภาคบริการ
ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล เพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนขององค์กร
มุกดาฉาย แสนเมือง
- 54 ตัวแบบสมการโครงสร้างของระดับความเชื่อทางศาสนา การรับรู้คุณภาพที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติ
และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ผ่านมาตรฐานฮาลาลของมุสลิมในประเทศไทย
กษมรา ครุวรรณ, ครุวรรณ มะหะหมัด, กิรดา หวังใช้, นันทวัฒน์ มะลา, สราวุธ และชั้น
- 70 แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพภาพปฏิบัติงานในการเตรียมสินค้าเพื่อการขนส่ง
กรณีศึกษา บริษัท ซีพีแอนด์ซี จำกัด มหาชน สาขาแม่โคโร ศาลายา
ศศิวิมล ร่องวิไล, เก่งมณี ต้นวงศ์
- 81 กระบวนการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ
พริณธร แสนสุข, สุกัญญา สมไพบุลย์
- 96 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการสนามกอล์ฟค่ายรัตนรังสรรค์
ว่าที่ร้อยตรีสุชนันต์ กมลานนท์, อนุชิต กุลวานิช
- 108 การสอนแบบอิงโมเดลและการฝึกปฏิบัติที่มีต่อผลการเรียนรู้ในรายวิชา สถิติขั้นสูงสำหรับ
การวิจัยทางการบริหารการศึกษา
สุบิน ยุระรัช
- 120 แนวทางการพัฒนาทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการ
วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเพชรบุรี
ชุมพล รอดแจ่ม, วุฒิพงศ์ จันทรเมืองไทย, จักรวาล สุขไมตรี
- 135 นวัตกรรมการบริหารจัดการชุมชนเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจฐานรากของ
วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดสมุทรสงคราม
ชุมพล รอดแจ่ม, ปัญญาดา จันทกิจ, เอกโอฬาร โชติอนุสรณ์
- 148 การสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ทัศนคติและความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์
วีดีโอเกมที่มีการเจือปนความจริงแท้ในประเทศไทย
พาโชค เลิศอัศวภัทร
- 165 A Model of Technology Integration for Teaching for University Instructors in
Guangxi, China
Yang Liu, Poonpilas Asavisanu
- 185 A Model for Enhancing Students' Self-Management Skills in Public Universities in
Guiyang City, Guizhou Province, China
Ying Gu

บทความวิชาการ

- 201 การวิจัยเชิงบูรณาการ: แนวคิด ประเภท และการประยุกต์ใช้
สุบิน ยุระรัช, ศิริพร ทองแก้ว
- 214 ความสำคัญของโลกมุสลิมในมุมมองของไทย: กรณีศึกษา วิสัยทัศน์ 2030 ของชาอู่อีอาระเบีย
ญิฮาด มะลูลีม, นัศรูน กูใหญ่

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความ

(Peer Reviewers)

ศาสตราจารย์ ดร.นิพนธ์ ตั้งจธรรม	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา ยูพาพิน	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ศาสตราจารย์ ดร.ภูมิฐาน รังคกุลวัฒน์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.กัญญาณทน กาญจนทวีกุล	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น
รองศาสตราจารย์ ดร.จันทนา วัฒนะกาญจนะ	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
รองศาสตราจารย์ ดร.ฉัฐไชย์ สีนาวงค์	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
รองศาสตราจารย์ ดร.ชุตินาถ ตรีวิบูลย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐ์ กุลสิทธิ์	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
รองศาสตราจารย์ ดร.ธนาสฤษฎ์ สตะเวทิน	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
รองศาสตราจารย์ ดร.บัณฑิต ผังนิรันดร์	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
รองศาสตราจารย์ ดร.ปริญญ์ จิตราภรณ์	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
รองศาสตราจารย์ ดร.พัชร์ผจง วัฒนสินธุ์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.ภัทราวดี มากมี	มหาวิทยาลัยบูรพา
รองศาสตราจารย์ ดร.โยธิน แสงวงศ์	มหาวิทยาลัยมหิดล
รองศาสตราจารย์ ดร.รวีวรรณ ชินะตระกูล	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
รองศาสตราจารย์ ดร.วัชรินทร์ อินทพรหม	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา เมฆขำ	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
รองศาสตราจารย์ ดร.สามารถ ทองเผื่อ	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
รองศาสตราจารย์ ดร.สุบิน ยุระรัช	มหาวิทยาลัยศรีปทุม
รองศาสตราจารย์ ดร.สุภมาส อังคุโชติ	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.สุรพล ราชภัณฑารักษ์	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกพัชร กอประเสริฐ	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จักรกฤษณ์ โปณะทอง	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิรนนท์ เข็มขันธุ์	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยวิชญ์ ม่วงหมี่	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุมพล รอดแจ่ม	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โชติมา ไชยวงศ์เกียรติ	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ญาณัญญา ศิริภัทรธาดา	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิติมา โหล้ยอง	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณฐา เศวตนรากุล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐกานต์ พงษ์สรนันท์	มหาวิทยาลัยบูรพา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เดช ธรรมศิริ	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนภัทร ปังฉิมม	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนภัทร ยี่ชะเด	มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิปไตย โสถิวิวัฒน์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิพนธ์ โชะเฮง	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บรรเจิด จงอภิรัตนกุล	มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีรธร บุญยรัตน์	มหาวิทยาลัยนเรศวร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูณัช รัตนชัย	มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มานิชญ์ อารีย์	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.वासुกาญจน์ งามโหม	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิภาดา เกษตรเอี่ยม	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภรา เจริญภูมิ	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภิรา อำนวยสวัสดิ์	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุพัตรา ปราณี	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนันต์ สุนทราเมธากุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัมพร ปัญญา	มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุมาวดี เดชธำรงค์	มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นิศาตร์ อิศระมนโรส	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภัทราพร ปุณะตุง	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รติรัตน์ ณ สงขลา	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ดร.กมลลักษณ์ โพธิ์พันธุ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ดร.กฤต พิริยัชกุล	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ดร.กัญญา จิรวิภาวัช	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
ดร.ขวัญจิตต์ สุวรรณพรรัตน์	มหาวิทยาลัยทักษิณ
ดร.จักรกฤษ มานน้อย	มหาวิทยาลัยเกริก
ดร.เจษฎา จันทวงศ์	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ดร.ฉัตรรัตน์ ไทระไคยะ	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ดร.โชคกามาศ พลศรี	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
ดร.ณัฐพล จันทระโสภณ	มหาวิทยาลัยรังสิต
ดร.ดวงกมล จงเจริญ	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ดร.ธีรพงศ์ พงษ์เพ็ง	มหาวิทยาลัยมหิดล
ดร.เปรมกมล จันทร์กวีกุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ดร.พงศกร พิษยนัย	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
ดร.พงศ์สุภา เฉลิมกลิ่น	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
ดร.พัชรีย์ กล่อมเมือง	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ดร.เพ็ญประภา มังกรวงษ์	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ดร.ภฤศญา ปิยะนุสรณ์	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ดร.มีนมาศ พรานป่า	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ดร.เยาวพา กองเกตุ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
ดร.วนิดา บุญโหม	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
ดร.วิญญู ปรอยกระโทก	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ดร.วิไลลักษณ์ รักบำรุง	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ดร.ศราวดี อารีย์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ดร.สมคะเน ยอดพราหมณ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
ดร.สิริอร จุลทรัพย์ แก้วมรกต	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ดร.สุชาดา แสงดวงดี	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
ดร.สุนิต เวชโช	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ดร.แสงดาว ประสิทธิ์สุข

ดร.อมรรัตน์ ภัทรกิจธรรม

Asst.Prof.Dr.Mohd Rizaimy Shahrudin

Asst.Prof.Dr.Majid Khan

Asst.Prof.Dr.Muhammad Shahid Khan

Dr.Ju-Long Chen

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ

Universiti Teknologi MARA, Malaysia

National University of Sciences and
Technology, Pakistan

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Chihlee University of Technology, Taiwan

การพลิกโฉมห้องเรียนอาชีพโดยครอบครัว

วุฒิพงศ์ จันทรเมืองไทย^{1,*}, ชุมพล รอดแจ่ม², อนพัทธ์ หนองคู³

^{1,2,3} วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Received: 22 April 2024

Revised: 21 June 2024

Accepted: 7 October 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการพลิกโฉมห้องเรียนอาชีพโดยครอบครัว และสร้างรูปแบบที่เหมาะสมต่อการพัฒนาห้องเรียนอาชีพโดยครอบครัว เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ศึกษาจากแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาห้องเรียนอาชีพ และการจัดการศึกษาโดยครอบครัว โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล มี 2 ระยะ ได้แก่ ระยะที่ 1 ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองจากการสืบค้นผลงานวิจัยและวรรณกรรมย้อนหลังไม่เกิน 3 ปี จากฐานข้อมูลหรือแหล่งสารสนเทศออนไลน์ และระยะที่ 2 ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา และสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัด จำนวน 84 คน โดยใช้แบบสำรวจ ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบที่เหมาะสมในการพลิกโฉมห้องเรียนอาชีพโดยครอบครัว คือ “4 Learning go Career Classroom by Families Model” ประกอบด้วย (1) กระบวนการเรียนรู้โดยครอบครัว ใน 5 องค์ประกอบ ได้แก่ หลักสูตรและการจัดการเรียนรู้ การใช้สื่อและแหล่งเรียนรู้ กระบวนการจัดการเรียนการสอน และการประเมินผลการเรียนรู้ และ (2) การพลิกโฉมห้องเรียนอาชีพ ใน 3 องค์ประกอบ ได้แก่ การจัดการอาชีวศึกษา ครอบครัว และสถานประกอบการ ซึ่งจะเป็แนวทางให้สถาบันการศึกษาเพื่อออกแบบปรับปรุงหลักสูตรให้ก้าวทันต่อความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยี การปรับปรุงกระบวนการสอนด้วยครอบครัวให้ทันสมัย ดึงดูดใจให้พ่อแม่ ผู้ปกครอง และผู้เรียนให้สามารถตัดสินใจได้ไม่ยาก นอกจากนี้ยังรวมถึงการได้รับความรู้ ทักษะจากการปฏิบัติงานจริง การนำ 4 Learning go Career Classroom by Families Model มาปรับใช้ในสถาบันอาชีวศึกษา ซึ่งจะเป็แนวทางให้สถาบันอาชีวศึกษาเพื่อออกแบบหลักสูตรการจัดการเรียนรู้โดยครอบครัวให้ก้าวทันต่อความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยี เพื่อเป็นต้นแบบห้องเรียนอาชีพโดยครอบครัว และควรให้องค์กรด้านอาชีวศึกษาส่งเสริมให้มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรมต่อไป

คำสำคัญ: การพลิกโฉม ห้องเรียนอาชีพ ครอบครัว

* ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: wutipong.ja@ssru.ac.th

Reinventing the Career Classroom by Families

Wutipong Janmuangthai^{1,*}, Chumpon Rodjam², Anaphat Nongkoo³

^{1,2,3} College of Innovation and Management, Suan Sunandha Rajabhat University

Received: 22 April 2024

Revised: 21 June 2024

Accepted: 7 October 2024

ABSTRACT

The objective of this research was to study the reinventing of the career classroom by families, and create a model suitable for professional classroom development by families. It is qualitative research, learn from the concept of career classroom development and family-based education management. The researcher collected data in two phases: Phase 1, the researcher collected data from the research results and the past 3 years from the database or online information source, and Phase 2, the researcher collected data from the Secondary Education Regional Office and the Provincial Vocational Education Office, 84 people using a survey. The study found that: the right model for reinventing the career classroom by the families is 4 Learning go Career Classroom by Families Model, consist of (1) The family-based learning process decided into 5 Elements: curriculum and learning management, media and learning support resources, teaching learning process and assessment of learning, and (2) transforming the career classroom in 3 elements: vocational education, family and organization. This will be guide line educational schools to design and improve their curriculum to keep pace with the advancement of technology. Modernizing the family-based teaching process appeals to parents, guardian and learners to be able to make decisions that are not difficult. It also includes acquiring knowledge and practical skills. Leading 4 Learning go Career Classroom by Families Model to apply it in vocational institutions. This will guide vocational institutions to design family-based learning management courses to keep pace with the advancement of technology, to be a model for professional classrooms by families and vocational education organizations should be encouraged to continue to take continuous and concrete action.

Keywords: Reinventing, Career Classroom, Families

* Corresponding Author; E-mail: wutipong.ja@ssru.ac.th

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การจัดการศึกษาควรออกแบบให้บุคคลได้รับการพัฒนาตามความสามารถและความพร้อมของแต่ละบุคคล เพื่อให้บุคคลมีความรู้ คุณลักษณะอันพึงประสงค์ อยู่ร่วมกับผู้อื่นได้ในสังคม รวมทั้งมีทักษะและสมรรถนะในการทำงาน อันนำไปสู่การประกอบอาชีพตามความถนัดและความสนใจ สอดคล้องตามความต้องการของตลาดงาน การพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศ (Office of the National Economics and Social Development Council, 2018) ซึ่งการที่บุคคลจะมีทักษะและสมรรถนะสอดคล้องกับความต้องการของตลาดงาน การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศนั้น ต้องมีการผลิตและพัฒนาบุคคลด้วยการวางรากฐานทางทักษะการประกอบอาชีพ ให้บุคคลมีความรู้และทักษะพื้นฐานด้านการประกอบอาชีพ ค่านิยมการเรียนรู้เพื่อการมีงานทำ โดยพัฒนาหลักสูตร และการจัดการเรียนรู้ด้านการประกอบอาชีพ ส่งเสริมทักษะด้านการประกอบอาชีพ ทักษะการทำงาน รวมถึงส่งเสริมการประกอบอาชีพอิสระแก่นักเรียน กระแสโลกาภิวัตน์ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในบริบทของโลก เป็นผลให้เกิดความท้าทายในการพัฒนาและการอยู่รอดของประเทศ ประกอบกับการเข้าสู่ศตวรรษที่ 21 ที่โครงสร้างของสังคมเปลี่ยนไปยังผลให้ทุกประเทศต้องเตรียมพร้อมในการเข้าสู่สังคมรูปแบบใหม่ รวมถึงด้านเทคโนโลยี เศรษฐกิจ และการเมือง เกิดการรวมกลุ่มเศรษฐกิจในระดับภูมิภาคมากขึ้น เช่น การรวมกลุ่มเขตการค้าเสรีอเมริกาเหนือ และการรวมกลุ่มสหภาพยุโรป คือ การรวมตัวกันเป็นยุโรปตลาดเดียว ด้วยสาเหตุของการแข่งขันทางการค้า และการดึงดูดการลงทุนที่รวมถึงการลงทุนในประเทศเศรษฐกิจใหม่ เช่น จีน อินเดียและรัสเซีย ดังนั้น การรวมตัวของกลุ่มประเทศอาเซียน นับได้ว่ามีความสำคัญต่อการแข่งขันกับภูมิภาคอื่น และเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศอาเซียน จึงต้องแสดงบทบาทเพื่อให้เห็นถึงความมั่นคง และการก้าวทันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงในการเตรียมความพร้อมของการสร้างกลไก และการพัฒนาคนให้มีศักยภาพที่สูงขึ้น (Office of the Education Council Secretariat, 2017)

จากระบบการศึกษาของประเทศ แสดงให้เห็นถึงการขยายตัวจากการศึกษาในระบบโรงเรียนไปสู่การศึกษาในรูปแบบที่มีความแตกต่างหลากหลายออกไป และการปรับบทบาทของภาครัฐ จากการดำเนินการเองมาเป็นการส่งเสริมสนับสนุน เปิดให้สถาบันทางสังคมทั้งมวลได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา เพื่อร่วมกันสร้างสรรค์นวัตกรรมของการศึกษาเรียนรู้ให้เกิดขึ้นในสังคมไทย จากบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัติการศึกษาดังกล่าว จึงนำไปสู่การศึกษาทางเลือก หมายถึง การจัดการศึกษาเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียนที่ไม่ประสงค์จะเรียนในระบบการศึกษาตามปกติ ซึ่งมีเหตุผลมาจากพื้นฐานของบุคคลตามปรัชญาความเชื่อทางการศึกษา และการเรียนรู้หรือตามปรัชญาความเชื่อทางการเมือง ศาสนา และความศรัทธา หรือเป็นการสนองความต้องการส่วนบุคคลเป็นการเฉพาะมิใช่การศึกษาที่จัดให้กับบุคคลทั่วไป หรือแม้กระทั่งการสนองตอบของบุคคลที่จะปฏิเสธระบบความสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนและผู้เรียน ในการศึกษาแบบปกติจากความหมายดังกล่าวข้างต้น ตัวอย่างการจัดการศึกษาทางเลือกในปัจจุบัน สามารถเห็นได้จากรูปแบบของการจัดการศึกษาโดยครอบครัว (Home - school) ซึ่งมีจุดเน้นที่ความสัมพันธ์ระหว่างผู้สอน ผู้เรียน เนื้อหาหลักสูตร การจัดบรรยากาศให้เข้ากับสภาพความเป็นจริง ดังนั้น การจัดการศึกษาโดยครอบครัวจึงถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาทางเลือกในประเทศไทย และเป็นการจัดการศึกษาที่ได้รับรองว่าถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งครอบครัวที่จัดการศึกษาให้แก่บุตรหลานหรือสมาชิกในครอบครัวจะได้รับสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ทั้งมีศักดิ์และสิทธิเท่าเทียมกับผู้อยู่ในระบบการศึกษาอื่น ๆ เมื่อมีลักษณะเช่นนี้ การจัดการศึกษาโดยครอบครัวซึ่งถือเป็นทางเลือกใหม่ทางการศึกษา จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทราบคำจำกัดความเพื่อให้เกิดความเข้าใจยิ่งขึ้น

การจัดการศึกษาโดยครอบครัว คือ การจัดการศึกษาโดยครอบครัวให้กับลูกในวัยเรียนที่บ้าน โดยมีพ่อ แม่ ญาติ หรือบุคคลที่มีความรู้ ความสามารถเป็นผู้สอน และถ่ายทอดความรู้ให้เน้นการจัดการเรียนการสอน ที่ยึดความจำเป็น เอาความพร้อม ความสนใจของผู้เรียนเป็นสำคัญ (Lsabel, 1998) แม้การจัดการศึกษาโดยครอบครัวจะได้รับการยอมรับ ในทางกฎหมาย แต่ในทางปฏิบัติยังมีประเด็นที่มองต่างมุมกันระหว่างภาครัฐ ครอบครัวและบุคคลทั่วไปในสังคม คือ บรรทัดฐานที่ใช้ในการตัดสินมาตรฐานของคุณภาพในการจัดการศึกษาระหว่างแผนในระบบโรงเรียนและการศึกษาที่ จัดโดยครอบครัวซึ่งผู้ปกครองเป็นผู้กำหนดแผน เป้าหมาย กระบวนการและวิธีการเรียนรู้ ตลอดจนการประเมินผล และการเลื่อนระดับชั้น ข้อสังเกตจากหลายฝ่ายในด้านการใช้ชีวิตของผู้เรียนที่จัดการศึกษาโดยครอบครัวที่มักพบเจอ กับกลุ่มบุคคลเดียวกันเป็นประจำ ซึ่งอาจส่งผลต่อการปรับตัวการอยู่ร่วมกับกลุ่มบุคคลอื่นในสังคมและการทำงานเป็น ทีม นอกจากนี้บุคคลที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษาโดยครอบครัว ยังมองว่าการจัดการศึกษาโดยครอบครัว ทำให้เด็กขาดความรู้ ระเบียบวินัย จนทำให้เด็กแปลกแยก เข้ากับใครไม่ได้เพราะขาดทักษะทางสังคม (Korkmaz & Duman, 2013) ส่วนด้านรูปแบบของการจัดการศึกษาโดยครอบครัวนั้น เป็นรูปแบบที่จัดขึ้นตามวัตถุประสงค์ของ ครอบครัวที่จะจัดการศึกษา 4 รูปแบบด้วยกัน คือ จัดการศึกษาแบบมีข้อตกลงกับทางโรงเรียน จัดการศึกษาแบบ ครอบครัวเดียว จัดการศึกษาแบบกลุ่มครอบครัวที่มีแนวคิดคล้าย ๆ กัน และจัดการศึกษาแบบรวมศูนย์

อย่างไรก็ตามผู้วิจัย พบว่า การศึกษาที่เกี่ยวกับการจัดการศึกษาโดยครอบครัวในประเทศที่สืบค้นได้จาก ฐานข้อมูลวิจัย ณ วันที่ 15 ธันวาคม พ.ศ. 2566 โดยใช้คำสำคัญว่า Homeschool โฮมสคูลหรือการจัดการศึกษาโดย ครอบครัว โดยส่วนใหญ่ เป็นการศึกษาค้นคว้า รูปแบบ วิธีการ เกี่ยวกับการจัดการศึกษาโดยครอบครัว สำหรับ การจัดการศึกษาขั้นพื้นฐาน แต่ยังไม่พบเรื่องใดที่ศึกษาเกี่ยวกับการจัดการศึกษาโดยครอบครัวด้านการอาชีวศึกษา หรือรูปแบบห้องเรียนอาชีพโดยครอบครัว บางเรื่องไม่ได้พูดถึงกระบวนการจัดการศึกษาและปัจจัยที่สนับสนุนการจัด การศึกษาโดยครอบครัวทางด้านการอาชีวศึกษา

ผู้วิจัยในฐานะนักการศึกษาที่มีความสนใจใคร่เรียนรู้และมีความพยายามทำความเข้าใจเรื่องการจัดศึกษา โดยครอบครัว สำหรับอาชีวศึกษา จากการทบทวนเอกสาร พบว่า ในปัจจุบันมีการจัดการศึกษาโดยครอบครัวมากขึ้น แต่เป็นการศึกษาขั้นพื้นฐานเท่านั้น ในขณะที่เดียวกันก็พบว่า คนทั่วไปส่วนใหญ่โดยเฉพาะผู้ที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับ ภาคการศึกษา ยังมีความไม่เข้าใจในเรื่องการจัดกระบวนการเรียนรู้ การวัดประเมิน การติดต่อประสานงาน กับเจ้าหน้าที่ของรัฐค่อนข้างมากเกี่ยวกับนวัตกรรมทางการศึกษา ซึ่งผู้วิจัยสนใจพลิกโฉมห้องเรียนอาชีพโดยครอบครัว สำหรับอาชีวศึกษา โดยทำการสอบถามครอบครัวที่มีบุตรกำลังศึกษาอยู่ในสายอาชีวศึกษา พบว่า ถ้าครอบครัว สามารถจัดการศึกษาทางด้านอาชีพให้แก่บุตรหลานได้ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าถึงความต้องการความรู้จากประสบการณ์ จริงโดยสถานประกอบการหรือธุรกิจของครอบครัวเอง เพื่อนำไปต่อยอดทางการศึกษาให้บุตรหลานต่อไปในอนาคต จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจใคร่รู้และต้องการศึกษา “การพลิกโฉมห้องเรียนอาชีพโดยครอบครัว” เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการเติม เต็มโอกาสทางการศึกษาของอาชีวศึกษา อันเป็นแนวทางในการพัฒนาขีดความสามารถของสถาบันอาชีวศึกษาใน การออกแบบปรับปรุงหลักสูตร รวมทั้งการกำหนดนโยบายและมาตรฐานทางการศึกษาที่เกี่ยวข้องต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการพลิกโฉมห้องเรียนอาชีพโดยครอบครัว
2. เพื่อสร้างรูปแบบที่เหมาะสมต่อการพัฒนาห้องเรียนอาชีพโดยครอบครัว

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาห้องเรียนอาชีพ

ห้องเรียนอาชีพ เปรียบเสมือนโลกเสมือนจริงสำหรับการศึกษาที่มีรูปแบบทั่วไปที่ใช้ในการออกแบบ ระบบ การเรียนการสอนทักษะทางด้านอาชีพ การเชื่อมโยงลักษณะบุคลิกภาพกับอาชีพที่คาดหวัง (Lounsbury, Steel, Gibson, & Drost, 2008) กล่าวว่า คุณลักษณะที่ประเมินโดย Type Coach และ Holland Code ได้แก่ ความเป็นอิสระ ความเฉลียวฉลาดสูง และความสนใจในการปฏิบัติตามขั้นตอน และกิจวัตรที่กำหนดไว้ ซึ่งสอดคล้องกับอาชีพเสมือน กฎหมายในศาล คุณลักษณะที่ประเมินจะเป็นประโยชน์ แต่คุณลักษณะและทักษะที่สำคัญที่สุดจะปรากฏขึ้นในขณะ ที่ปฏิบัติงานจริง ตัวอย่างเช่น ลักษณะนิสัยในการแก้ปัญหาและการใช้เหตุผลของทุกปัญหามีเหตุผลนั้นสมบูรณ์ แบบสำหรับการเป็นเสมือนกฎหมาย อย่างไรก็ตาม ลักษณะเหล่านี้จะพัฒนาและแข็งแกร่งขึ้นเมื่อเริ่มทำงาน วิสัยทัศน์ เชิงกลยุทธ์ และทักษะการคิดที่เหมาะสมเป็นลักษณะของบุคลิกภาพที่ทำให้การเลือกอาชีพได้อย่างเหมาะสม อย่างไรก็ตาม นี่ไม่ได้หมายความว่าไม่เผชิญกับความท้าทายใด ๆ ในอาชีพการงานในที่สุด

โมดูลการสอน ประกอบด้วย ความรู้และทักษะเฉพาะที่จำเป็นสำหรับการเตรียมการ และการดำเนินการสอน ที่ประสบความสำเร็จภายในหลักสูตรที่ผู้ช่วยสอนและนักวิจัยรุ่นเยาว์มีส่วนร่วม ผลลัพธ์ของการสอนก่อนหน้านี้แสดง ผ่าน (1) บันทึกของชั้นเรียนที่ดำเนินการ (ชื่อเรื่อง บทบาท และชั่วโมงการสอน) (2) บันทึกการให้คำปรึกษาและ การทำงานร่วมกับนักเรียน และ (3) ประเภทและจำนวนของสื่อการเรียนการสอนและแบบเรียนที่ผลิตขึ้น ผลลัพธ์ของ การได้รับความรู้และทักษะของผู้เรียน โดยแสดงออกจากความรู้ที่ได้รับ และวิธีการสอน รวมถึงแผนการปรับปรุง ความสามารถในการสอน ซึ่งโมดูลการทำงานระดับมืออาชีพ มุ่งเน้นไปที่ความรู้และทักษะเฉพาะของผู้เรียนที่ได้รับ จากการนำโครงการวิจัยไปใช้ในอุตสาหกรรมและชีวิตจริง (รวมถึงใบรับรอง) พร้อมการแสดงผลประสิทธิผลของ พวกเขาในการเข้าร่วมโครงการวิชาชีพและสิ่งพิมพ์ระดับมืออาชีพ ในส่วนนี้จำเป็นต้องกำหนดเป้าหมายทางวิชาชีพ แต่ละรายการพร้อมกับกิจกรรมและทรัพยากรที่จำเป็น (Coric Samardzija & Balaban, 2011)

ดังนั้น ห้องเรียนอาชีพ คือ การออกแบบกระบวนการเรียนการสอนให้มีสภาพแวดล้อมคล้ายกับเรียนใน ห้องเรียนแบบปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนกับผู้ประกอบการ โดยมีบรรยากาศเสมือนพบกันจริง ปฏิบัติงานจริง ฝึกประสบการณ์จริง กระบวนการเรียนการสอนจึงไม่ใช่การเดินทางไปเรียนในห้องเรียนแต่เป็นการเข้าถึงข้อมูลเนื้อหา การลงมือปฏิบัติจริงจากสถานประกอบการ โดยจัดกระบวนการศึกษาแบบห้องเรียนอาชีพมุ่งพัฒนาและเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมของผู้เรียนในด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย ด้านทักษะหรือความชำนาญ ด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านเจตคติ เพื่อให้สามารถประกอบอาชีพที่ตนเลือกเรียน ให้มีความสามารถในการประกอบสัมมาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บริบทการศึกษาไทย

ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อแนวโน้มของการศึกษาในประเทศไทย แท้จริงแล้วไม่ได้มีเพียงเรื่องของกระบวนการสอน ครูผู้สอน หรือตัวเด็กเองเท่านั้น แต่รวมไปถึงปัจจัยภายนอกที่สำคัญและมีผลกับความสำเร็จ และการพัฒนาของ การศึกษาในประเทศไทยจะพัฒนาได้ดีขึ้นมากน้อยเพียงใด จะเจริญทัดเทียมหรือมากกว่าประเทศอื่น ๆ ได้นั้นจึงจำเป็น จะต้องวิเคราะห์ศึกษาปัจจัยภายนอกต่าง ๆ ด้วย ดัง 5 ประการที่สำคัญที่มีผลต่อแนวโน้มของการศึกษาไทยในอนาคต ดังต่อไปนี้ (1) ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีมีผลต่อการกำหนดคุณสมบัติและคุณภาพของ แรงงานในอนาคต เทคโนโลยีสารสนเทศ เทคโนโลยีการขนส่ง เทคโนโลยีการผลิต นวัตกรรมเทคโนโลยี เทคโนโลยีชีวภาพ ฯลฯ ซึ่งเทคโนโลยีเหล่านี้มีประโยชน์ในการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของประเทศ ดังนั้น การจัดการศึกษาจึงต้องมี

การเพิ่มเติมความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในหลักสูตรการเรียนการสอน และปรับปรุงให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี (2) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจปัจจัยทางเศรษฐกิจมีผลต่อตลาดแรงงานและตลาดการศึกษา เนื่องจาก การกำหนดลักษณะของแรงงานที่ต้องการ ดังนั้น การศึกษาต้องพัฒนาคนให้มีทักษะการทำวิจัย ให้สามารถสร้างนวัตกรรมใหม่ที่มีคุณค่าต่อระบบเศรษฐกิจ การเปิดเสรีทางการค้าและการลงทุน เกิดการเคลื่อนย้ายสินค้า และเงินลงทุนจากต่างประเทศมากขึ้น ประเทศต่าง ๆ ไม่เพียงแต่ต้องลดการกีดกันการแข่งขันเท่านั้น ยังต้องแข่งขันกันด้วยสินค้าที่มีคุณภาพ ซึ่งต้องอาศัยแรงงานที่มีฝีมือ มีทักษะความสามารถที่หลากหลาย เช่น ความรู้ด้านเทคโนโลยี ภาษาต่างประเทศ การบริหาร ซึ่งเป็นหน้าที่ของผู้บริหารการศึกษาที่จะพัฒนาคนให้มีคุณภาพ (3) ปัจจัยด้านระบบราชการ การปฏิรูปการศึกษาที่ผ่านมาเคลื่อนไป อย่างยากลำบาก เนื่องด้วย ระบบราชการเป็นอุปสรรค ซึ่งเกิดจากความล่าช้าในการประสานงาน เนื่องจากการทำงานตามระบบราชการไทยมักทำงานแบบต่างคนต่างทำไม่ไปในทิศทางเดียวกัน นอกจากนี้ ยังมีลักษณะของการรวมศูนย์ที่ส่วนกลางมากเกินไป การทำงานแบบราชการ ที่ยึดกฎระเบียบตายตัว ขาดความยืดหยุ่น และเอื้อต่อการปฏิบัติงานของผู้บริหารการศึกษา และครูบางส่วนที่ไม่ยอมปรับตัว (4) ปัจจัยด้านการเมือง กล่าวกันว่า การปฏิรูปหรือพัฒนาการจัดการศึกษาจะสำเร็จหรือล้มเหลวขึ้นอยู่กับการเมืองมากกว่าแนวทางและวิธีการ แต่หากการเมืองไทยมีเงื่อนไขบางประการที่เป็นอุปสรรค จะส่งผลให้การปฏิรูปการศึกษาไทยไม่ก้าวหน้าหรือประสบความสำเร็จเท่าที่ควร บางครั้งผู้ที่เข้ามาดำรงตำแหน่ง จึงมิใช่ผู้มีความรู้ในด้านการศึกษาอย่างแท้จริง ความไม่สอดคล้องของเป้าหมายของการจัดการศึกษากับเป้าหมายทางการเมือง เป้าหมายของนักการเมืองหลายคน ดังนั้น นักการเมืองจึงเลือกดำเนินนโยบายที่เห็นผลในระยะสั้น เพื่อให้ตนเองได้รับเลือกตั้งเข้ามาอีกครั้ง อันเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการศึกษาไทย และ (5) ปัจจัยด้านวัฒนธรรม สังคมไทยมีเงื่อนไขทางวัฒนธรรมหลายประการที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาคุณภาพการจัดการศึกษาไทย ดังเช่น การขาดวัฒนธรรมการมีส่วนร่วม สังคมไทยในปัจจุบันขาดความเหนียวแน่น ขาดความร่วมมือร่วมใจ คนในสังคมจึงมองการศึกษาว่าเป็นเรื่องของรัฐบาลไม่เกี่ยวกับตนเอง จึงเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาคุณภาพการศึกษา อีกทั้งสังคมไทยยังมีลักษณะสังคมอุปถัมภ์ เห็นแก่พวกพ้องมากกว่าส่วนรวม ผู้ซึ่งมีอำนาจมักแสวงหาผลประโยชน์เพื่อตนเองและพวกพ้อง โดยที่ประชาชนไม่กล้าขัดขวาง เพราะต้องพึ่งพาอาศัย

จากที่กล่าวมาข้างต้นเห็นได้ว่า การศึกษาเป็นกระบวนการที่ทำให้คนมีความรู้และคุณสมบัติต่าง ๆ ที่ช่วยให้คนนั้นอยู่รอดในโลกได้เป็นประโยชน์ต่อตนเองครอบครัวและสังคมส่วนรวม ดังนั้น คุณภาพการศึกษาจึงสะท้อนถึงคุณภาพของคนที่เป็นผลผลิตของการจัดการศึกษาอย่างไรก็ตามในสถานการณ์ปัจจุบันสถานศึกษาส่วนใหญ่ยังมีความเหลื่อมล้ำและแตกต่างกันทั้งในด้านงบประมาณคุณภาพบุคลากรหรือแม้แต่ปัจจัยด้านผู้เรียน รวมทั้งปัจจัยอื่น ๆ

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการศึกษาโดยครอบครัว

สำหรับประเทศไทยกระบวนการศึกษาได้เปลี่ยนผ่านจากการศึกษาในบ้าน วัด มาเป็นการศึกษาที่มีระบบระเบียบแบบแผนในสถานศึกษามานับร้อยปีเศษ สร้างความเจริญพัฒนาให้กับประเทศชาติมาอย่างยาวนาน โดยเฉพาะความเจริญทางวัตถุแต่ความเจริญทางด้านจิตใจ กลับถดถอยลงละไม่ได้รับผลทางการศึกษาเท่าที่ควร ประเทศไทยจึงประสบกับปัญหาคุณธรรม จริยธรรมของประชาชน ผู้เรียนบางส่วนทำตัวแปลกแยกจากชุมชนท้องถิ่นรากเหง้าและวัฒนธรรมดั้งเดิม ขาดการคิดวิเคราะห์อย่างมีเหตุผล ไม่สามารถจัดการและแก้ปัญหาของตนเองและกลุ่มได้กลายมาเป็นความแตกแยกในชาติอย่างรุนแรงในปัจจุบัน (Samakoses, 2010)

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ได้มีบทบัญญัติส่งเสริมสนับสนุน ในส่วนที่เกี่ยวกับสิทธิของ ครอบครัวในการจัดการศึกษาอยู่หลายมาตรา โดยเฉพาะในมาตรา 12 ที่รับรองให้สิทธิครอบครัวสามารถจัดการศึกษา ขั้นพื้นฐานให้กับบุตรของตนเองได้ให้หลักประกันไว้ ในมาตรา 13 และมาตรา 14 บิดา มารดา หรือผู้ปกครองที่จัดการศึกษาขั้นพื้นฐานให้กับบุตร หรือบุคคลในความดูแล มีสิทธิได้รับเงินอุดหนุนจากรัฐและสิทธิประโยชน์อื่น ๆ เช่น การลดหย่อน หรือยกเว้นภาษี เป็นต้น มาตรา 15 และมาตรา 18 ให้มีความหลากหลายในรูปแบบการจัดการศึกษา ยืดหยุ่นแตกต่างกันไปได้มาตรา 38 ให้อยู่ในการส่งเสริมสนับสนุนของเขตพื้นที่การศึกษา

การรวมตัวกันของกลุ่มครอบครัวบ้านเรียน จะกระทำอยู่ใน 2 ลักษณะ คือ

1. กลุ่มครอบครัวบ้านเรียน ที่มีลักษณะเป็นข่ายประสานงาน สมาชิกดูแล จัดการศึกษาให้กับบุตรของตนเอง เป็นหลัก พร้อมไปกับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ร่วมกันตามเวลาและสถานที่ที่นัดหมายเป็นครั้ง ๆ ไป มีการประสานงาน แบบหลวม ๆ ไม่เป็นทางการนัก ได้แก่ กลุ่มบ้านเรียนปัญญากร และกลุ่มประสานใจ

2. กลุ่มครอบครัวบ้านเรียน ที่มีลักษณะรวมศูนย์การจัดการในทีเดียว ครอบครัวที่มีจุดมุ่งหมายหรือปรัชญา การศึกษาที่ยึดถือร่วมกัน ได้ร่วมกันดำเนินการจัดการศึกษาในสถานที่ตั้งแห่งหนึ่ง อาจมีการมอบหมายหรือจ้างครู ผู้ดำเนินการโดยอยู่ในการกำกับดูแลของคณะครอบครัว กลุ่มลักษณะนี้มีความเป็นไปได้ที่จะจัดตั้งเป็นสถานศึกษาใน อนาคต (Office of the National Education Commission, 1999)

โดยสรุป การจัดการศึกษาโดยครอบครัวในปัจจุบันดำเนินการไปในทิศทางบวก เมื่อได้รับการรับรองอย่างเป็นทางการทางกฎหมาย รวมถึงการเปลี่ยนแปลงทางความคิดเกี่ยวกับการศึกษา และความก้าวหน้าของเทคโนโลยี สารสนเทศ เช่น อินเทอร์เน็ตที่เข้าถึงได้ง่ายขึ้นเป็นตัวช่วยให้เกิดความเข้าใจ การจัดการศึกษาโดยครอบครัวมากขึ้น จำนวนครอบครัวที่จัดการศึกษาโดยครอบครัว ก็ขยายตัวและรวมกลุ่มกันจนกลายเป็นเครือข่ายครอบครัวที่สามารถ ช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการศึกษาโดยครอบครัวผ่าน ประสบการณ์ของครอบครัวที่ทำมาก่อน คำแนะนำในการจัดการศึกษา และการทำกิจกรรมร่วมกันทั้งในระดับจังหวัด และภูมิภาค ซึ่งเอื้อให้ครอบครัวผู้จัดการศึกษาสามารถค้นพบธรรมชาติของการเรียนรู้ของครอบครัว และดำเนินการ จัดการศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

การจัดกระบวนการเรียนรู้ ถือเป็นเครื่องมือในการเข้าถึงการศึกษาที่แท้จริง ซึ่งเป็นธรรมชาติจริงของมนุษย์ เราจึงจำเป็นต้องมีกระบวนการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับธรรมชาติในการเรียนรู้ของมนุษย์เช่นกัน ดังนั้นต้อง ตระหนักว่ากระบวนการเรียนรู้ของการศึกษาโดยครอบครัวนั้นออกมา จากการศึกษาในระบบ เพื่อเข้าไปสู่การเรียนรู้ อย่างสร้างสรรค์และตอบสนองความต้องการของผู้เรียนได้มากกว่า ประกอบด้วย (1) หลักสูตร (2) วิธีการจัดการเรียน การสอน (3) การใช้สื่อและแหล่งเรียนรู้ และ (4) การประเมินผลการเรียนรู้

การจัดการศึกษาโดยครอบครัว เป็นการศึกษาในรูปแบบหนึ่งที่ถูกวางแผนขึ้นอย่างตั้งใจโดยเน้นการจัดการ เรียนการสอนเป็นกิจกรรมซึ่งมีพ่อแม่ ผู้ปกครองเป็นผู้กำกับดูแล และรับผิดชอบในแต่ละกิจกรรม ซึ่งอาจจะเป็นผู้สอน โดยตรงหรือเป็นผู้อำนวยความสะดวกในการจัดการศึกษารูปแบบนี้ขึ้นก็ได้ เช่น การพาลูกออกไปทำกิจกรรมร่วมกับชุมชนหรือ สังคม และสถานประกอบการ การมีข้อตกลงในการจัดการศึกษาร่วมกับสถานศึกษา การนำผู้มีความรู้ความสามารถ ผู้เชี่ยวชาญหรือปราชญ์ชาวบ้านมาให้ความรู้แก่ลูกโดยตรง หรืออาจจะรวมกลุ่มครอบครัวจัดการเรียนการสอนจัด กิจกรรมการเรียนรู้ร่วมกัน ซึ่งการเรียนรู้ส่วนใหญ่เกิดขึ้นที่บ้าน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Ku-or (2021) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยและแนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการศึกษาโดยครอบครัว: การประยุกต์ใช้การวิเคราะห์ชาติพันธุ์วรรณนาอภิมานและการวิเคราะห์ผลกระทบไขว้ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ (1) สังเคราะห์ปัจจัยที่เป็นแนวทางสู่ความสำเร็จในการจัดการศึกษาโดยครอบครัวจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และ (2) เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการศึกษาโดยครอบครัวเพื่อพัฒนาสู่ความสำเร็จโดยการวิเคราะห์ผลกระทบไขว้ ประชากร คือ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษาโดยครอบครัว ที่จัดทำระหว่างปี พ.ศ. 2543 - 2560 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบบันทึกคุณลักษณะงานวิจัย แบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับแนวทางการจัดการศึกษาโดยครอบครัว เพื่อพัฒนาสู่ความสำเร็จในการจัดการศึกษา วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติบรรยาย การวิเคราะห์เนื้อหา การวิเคราะห์ชาติพันธุ์วรรณนาอภิมาน และการวิเคราะห์ผลกระทบไขว้ พบว่า มีงานวิจัยทั้งหมด 29 เรื่อง ส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ และเป็นวิทยานิพนธ์/ปริญญาานิพนธ์ระดับปริญญาโท ศึกษาในประเด็นการจัดการศึกษา และการพัฒนารูปการจัดการศึกษาโดยครอบครัวมากที่สุด กลุ่มผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ คือ ผู้จัดการศึกษา ได้แก่ พ่อแม่ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ มีการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ผลการสังเคราะห์ปัจจัยที่เป็นแนวทางจัดการศึกษาโดยครอบครัวเพื่อพัฒนาสู่ความสำเร็จ ด้านผู้จัดการศึกษามี 2 ปัจจัย ได้แก่ (1) การมีความรัก มีความทุ่มเท และตั้งใจจริงของผู้จัดการศึกษา ทำให้เกิดแนวทางอื่นตามมา 7 แนวทาง และ (2) การที่ผู้จัดการศึกษามีเวลาที่จะใช้จัดกิจกรรมการเรียนการสอนและกิจกรรมอื่น ๆ เพื่อพัฒนาผู้เรียนได้อย่างเต็มที่ ทำให้เกิดแนวทางอื่นตามมา 6 แนวทาง ด้านลักษณะการจัดการศึกษามี 2 ปัจจัย ได้แก่ (1) มีการพัฒนาหลักสูตรและเนื้อหาสาระให้ยืดหยุ่น สอดคล้องกับพัฒนาการ ความต้องการ และความสนใจของผู้เรียน ทำให้เกิดแนวทางอื่นตามมา 6 แนวทาง และ (2) การเน้นให้ผู้เรียนสามารถนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในชีวิตได้จริงตามความถนัดและความสนใจ ทำให้เกิดแนวทางอื่นตามมา 4 แนวทาง ด้านคุณลักษณะ ของผู้เรียนมี 4 ปัจจัย ได้แก่ (1) การเป็นผู้ที่รู้จักเข้าใจตนเอง เข้าใจความรู้สึกของผู้อื่น เข้าใจสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงและสภาพแวดล้อมได้เป็นอย่างดี ทำให้เกิดแนวทางอื่นตามมา 6 แนวทาง (2) การเป็นผู้ใฝ่รู้ใฝ่เรียน มีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาตนเอง ทำให้เกิดแนวทางอื่นตามมา 6 แนวทาง (3) การมีระเบียบวินัย ทำให้เกิดแนวทางอื่นตามมา 5 แนวทาง และ (4) การมีความรับผิดชอบต่องานตัวเอง และสังคม ทำให้เกิดแนวทางอื่นตามมา 5 แนวทาง ด้านเครือข่ายและความร่วมมือ มี 1 ปัจจัย คือ การพัฒนาเครือข่าย ผู้จัดการศึกษาโดยครอบครัวเพื่อรับและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร เช่น การใช้เว็บไซต์ Home School การสร้างเว็บไซต์เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการประชุมระหว่างผู้ปกครองในการวางแผนการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน ทำให้เกิดแนวทางอื่นตามมา 1 แนวทาง และด้านหน่วยงานภาครัฐ มี 1 ปัจจัย คือ การที่เจ้าหน้าที่ของรัฐมีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับการจัดการศึกษาโดยครอบครัว ทำให้เกิดแนวทางอื่นตามมา 22 แนวทาง

Rangseechatchawan (2018) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบของการจัดการศึกษาบ้านเรียนและการมีส่วนร่วมของหน่วยงานภาครัฐที่มีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบของการจัดการศึกษาบ้านเรียนที่มีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน และศึกษาถึงการมีส่วนร่วมของหน่วยงานภาครัฐที่มีต่อการจัดการศึกษาบ้านเรียน ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย ผู้ปกครอง ผู้เรียนที่ได้จัดให้มีการเรียนการสอนแบบบ้านเรียน แล้วในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ผู้บริหารหรือบุคลากรของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาและมัธยมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งรับผิดชอบดูแลเรื่องของการจัดการศึกษาบ้านเรียน เก็บข้อมูลโดยการวิเคราะห์เอกสารจากสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา และลงพื้นที่แลกเปลี่ยนเรียนรู้ รวมถึงสัมภาษณ์เชิงลึกกับ

ผู้จัดการศึกษาโดยตรง ได้แก่ หัวหน้าครอบครัวผู้จัดการศึกษาและผู้เรียน แล้วนำมาวิเคราะห์และสรุปผล โดยหาค่าความถี่และอธิบายด้วยวิธีการพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า ผู้จัดการศึกษาแบบบ้านเรียนเป็นมารดามากกว่าบิดา ส่วนใหญ่มีเชื้อชาติไทย สัญชาติไทย นับถือศาสนาพุทธ วุฒิการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี ผู้จัดการศึกษามีอาชีพประกอบธุรกิจ ส่วนตัวมากที่สุด ซึ่งผู้เรียนส่วนใหญ่ มีอายุ 11 – 15 ปี และมีความสนใจด้านศิลปะมากที่สุด เหตุผลของครอบครัวที่มีการจัดการเรียนการสอนแบบบ้านเรียน เนื่องจากการเรียนการสอนในระบบไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้เรียนได้ ทำให้ผู้เรียนไม่สามารถศึกษาด้านที่ตนเองสนใจได้อย่างเต็มที่ รูปแบบการจัดการศึกษาแบบบ้านเรียน ส่วนมากจะจัดแบบมีข้อตกลงร่วมกับโรงเรียน หรือหน่วยงานอื่น โดยมีการเข้าไปใช้ทรัพยากรของโรงเรียน หรือทำกิจกรรมร่วมกัน มีแนวทางในการจัดทำแผนการศึกษาด้วยการจัดการศึกษาเองร่วมกับศึกษาจากคู่มือของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา รองลงมา การศึกษาเองร่วมกับการประยุกต์จากแผนของครอบครัวอื่นที่ได้รับอนุญาตแล้ว บุคคลที่มีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาแบบบ้านเรียน มากที่สุดคือ บุคคลภายในครอบครัว รองลงมาคือ ครูพิเศษที่จัดทำแบบบ้านเรียน การมีส่วนร่วมของหน่วยงานของรัฐ ในขั้นตอนแรกมีการมอบคู่มือการจัดแผนการศึกษาแบบบ้านเรียน การจัดหาแผนตัวอย่างในการจัดการศึกษาแบบบ้านเรียน และการจัดบุคลากรให้คำแนะนำปรึกษาเกี่ยวกับการจัดการศึกษาแบบบ้านเรียน กระบวนการที่มีส่วนร่วมของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ในการตรวจสอบและพิจารณาความถูกต้องของแผนการจัดการศึกษา พบว่า ครอบครัวผู้จัดการศึกษา มีการปรับปรุงแผนการจัดการศึกษาตามข้อเสนอแนะของกรรมการ อีกทั้ง มีการประชุมคณะกรรมการพิจารณาแผนและแต่งตั้งคณะกรรมการจากผู้แทนครอบครัวให้ส่วนร่วมในการตรวจสอบและพิจารณา

วิธีดำเนินการวิจัย

แบบแผนการวิจัย

การศึกษครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ได้แบ่งตามระยะของการวิจัยออกเป็น 2 ระยะ ได้แก่ ระยะที่ 1 การสังเคราะห์การจัดการศึกษาโดยครอบครัว และระยะที่ 2 การวิเคราะห์รูปแบบของห้องเรียนอาชีพโดยครอบครัว

ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ตัวแทนของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา (สพม.) และสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัด (อศจ.) จำนวน 84 คน

เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มี 2 ฉบับ ได้แก่ แบบบันทึกข้อมูล และแบบสำรวจข้อมูล ระยะที่ 1 เครื่องมือวิจัยคือ แบบบันทึกข้อมูล เพื่อบันทึกรายละเอียดเกี่ยวกับการจัดการศึกษาโดยครอบครัว จากฐานข้อมูล และระยะที่ 2 เครื่องมือวิจัย คือ แบบสำรวจข้อมูล เพื่อใช้สำรวจห้องเรียนอาชีพโดยครอบครัว โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเด็น คือ (1) รูปแบบของห้องเรียนอาชีพโดยครอบครัว และ (2) การนำห้องเรียนอาชีพโดยครอบครัวไปใช้ประโยชน์ เครื่องมือวิจัยทั้ง 2 ฉบับ ซึ่งเป็นเครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพทั้งหมด ได้รับการตรวจสอบคุณภาพด้านความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการศึกษาโดยครอบครัว จำนวน 3 คน ด้วยการวิเคราะห์ค่า IOC (Index of Item-Objective Congruence) เพื่อประเมินความเหมาะสมของคำถามสัมภาษณ์กับวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัด ผลการวิเคราะห์พบว่า ได้ค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.66 - 1.00

การเก็บรวบรวมข้อมูล

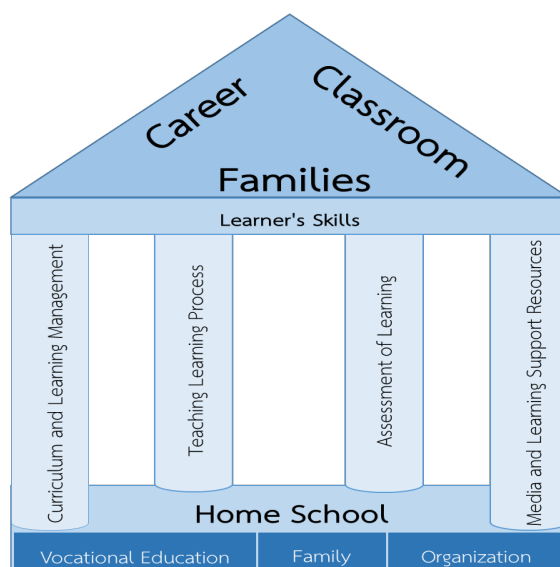
ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล มี 2 ระยะ ได้แก่ ระยะที่ 1 ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองจากการสืบค้นผลงานวิจัยและนวัตกรรมการสอนย้อนหลังไม่เกิน 3 ปี จากฐานข้อมูลหรือแหล่งสารสนเทศออนไลน์ (Secondary Data) และระยะที่ 2 ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา (สพม.) และสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัด (อศจ.) จำนวน 84 คน โดยใช้แบบสำรวจที่สร้างขึ้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ระยะ ได้แก่ ระยะที่ 1 ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ตามแนวทางของ Hubbard and Power (1999) และระยะที่ 2 ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาและสร้างรูปแบบที่เหมาะสมในการพลิกโฉมห้องเรียนอาชีพโดยครอบครัว แบ่งได้ 2 ส่วน ได้แก่ (1) การพลิกโฉมห้องเรียนอาชีพ ประกอบด้วย การได้รับความร่วมมือจาก การจัดการอาชีวศึกษา ครอบครัว และสถานประกอบการ และ (2) กระบวนการเรียนรู้โดยครอบครัว ประกอบด้วย หลักสูตร วิธีการจัดการเรียนการสอน การใช้สื่อและแหล่งเรียนรู้ และการประเมินผลการเรียนรู้ ซึ่งผู้เขียนได้นำมาจัดกลุ่มใหม่เพื่อสร้างรูปแบบที่เหมาะสมในการพลิกโฉมห้องเรียนอาชีพโดยครอบครัว ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดการพลิกโฉมห้องเรียนอาชีพโดยครอบครัว

จากภาพที่ 1 รูปแบบที่เหมาะสมในการพลิกโฉมห้องเรียนอาชีพโดยครอบครัว คือ 4 Learning go Career Classroom by Families Model ประกอบด้วย (1) กระบวนการเรียนรู้โดยครอบครัว ใน 5 องค์ประกอบ ได้แก่ หลักสูตรและการจัดการเรียนรู้ (Curriculum and Learning Management) การใช้สื่อและแหล่งเรียนรู้ (Media and Learning Support Resources) กระบวนการจัดการเรียนการสอน (Teaching Learning Process) และการประเมินผลการเรียนรู้

(Assessment of Learning) และ (2) การพลิกโฉมห้องเรียนอาชีพ ใน 3 องค์ประกอบ ได้แก่ การอาชีวศึกษา (Vocational Education) ครอบครัว (Family) และสถานประกอบการ (Organization) ซึ่งจะเป็นแนวทางให้สถาบันการศึกษาเพื่อออกแบบปรับปรุงหลักสูตรให้ก้าวทันต่อความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยี การปรับปรุงกระบวนการสอนด้วยครอบครัวให้ทันสมัยดึงดูดใจให้พ่อแม่ ผู้ปกครอง และผู้เรียนให้สามารถตัดสินใจได้ไม่ยาก นอกจากนี้ ยังรวมถึงการได้รับความรู้ ทักษะจากการปฏิบัติงานจริง โดยผ่านการให้ความคิดเห็นจากผู้แทนของจากสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา (สพม.) และสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัด (อศจ.) ตามมาตรฐานการจัดการจัดการศึกษาโดยครอบครัว

อภิปรายผล

จากการการสังเคราะห์การจัดการศึกษาโดยครอบครัว โดยใช้ข้อมูลจากการสืบค้นผลงานวิจัยและนวัตกรรมย้อนหลังไม่เกิน 3 ปี จากฐานข้อมูลหรือแหล่งสารสนเทศออนไลน์ และการวิเคราะห์รูปแบบของห้องเรียนอาชีพโดยครอบครัว จากตัวแทนของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา (สพม.) และสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัด (อศจ.) จำนวน 84 คน โดยรูปแบบเป็นไปตามมาตรฐานการจัดการจัดการศึกษาโดยครอบครัว พบว่า 4 Learning go Career Classroom by Families Model เป็นรูปแบบที่เหมาะสมในการพลิกโฉมห้องเรียนอาชีพโดยครอบครัว ประกอบด้วย (1) กระบวนการเรียนรู้โดยครอบครัว ใน 5 องค์ประกอบ ได้แก่ หลักสูตรและการจัดการเรียนรู้ (Curriculum and Learning Management) การใช้สื่อและแหล่งเรียนรู้ (Media and Learning Support Resources) กระบวนการจัดการเรียนการสอน (Teaching Learning Process) และการประเมินผลการเรียนรู้ (Assessment of Learning) สอดคล้องกับแนวคิดของวอลดอร์ฟ (Waldorf, 1925) กล่าวว่าหัวใจสำคัญของการศึกษาแบบวอลดอร์ฟ คือ ความเชื่อมั่นว่าคุณค่าอันลึกซึ้งที่สุดและเป็นสากลที่สุดของมนุษย์จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อการศึกษานำมาซึ่งความสมดุลระหว่างความสามารถในการคิด รู้สึกและพลังเจตจำนง ซึ่งดำรงอยู่ในตัวเด็กแต่ละคนหรืออีกนัยหนึ่งก็คือ การศึกษาแบบวอลดอร์ฟ มุ่งหวังจะพัฒนามนุษย์ให้เป็นผู้ซึ่งมีความคิดแยกกาย สดใส มีพลัง และสร้างสรรค์ ผู้ซึ่งมีความรู้สึกในใจเปี่ยมล้นไปด้วยความเมตตา กล้าหาญ ศรัทธาต่อชีวิตและมีจิตใจใฝ่รู้ ผู้มีพลังเจตจำนงแน่วแน่ สามารถบรรลุภารกิจแห่งชีวิตที่ตนเองเป็นผู้เลือกสรร การศึกษาแบบวอลดอร์ฟมุ่งหมายที่จะดึงศักยภาพซึ่งแฝงเร้นอยู่ในตัวเด็กแต่ละคนให้แสดงออกมา ไม่ใช่มุ่งจะนำข้อมูลความรู้จากภายนอกใส่เข้าไปในเด็กเพื่อการผลิตซ้ำ โดยนัยนี้จึงเอื้ออำนวยให้อุณหภูมิตั้งหลายค้นพบพลัง ความกระตือรือร้น และปัญญาที่ตนเองมีอยู่ เพื่อนำมาซึ่งคุณภาพสูงสุดของตัวเขาเอง การศึกษาแบบวอลดอร์ฟให้ความสำคัญกับวัยเด็ก ด้วยเห็นว่าวัยเด็กเป็นช่วงเวลาที่สำคัญของความเป็นมนุษย์ ซึ่งมนุษย์ทุกคนต้องก้าวผ่านและควรจะได้รับรู้และประสบการณ์ที่เหมาะสม ซึ่งจะทำให้เติบโตเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ได้

ในเรื่องทัศนคติต่อความเป็นมนุษย์ วอลดอร์ฟเชื่อว่าความเป็นมนุษย์ประกอบไปด้วย 3 มิติ คือ (1) รูปร่าง (Body) คือ ส่วนที่ประกอบขึ้นเป็นรูปร่างของมนุษย์ ทำให้เราสามารถรับรู้โลก รู้จักตัวเองและสิ่งต่าง ๆ โดยรอบ ตลอดจนสามารถลงมือ กระทำการต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงโลก (2) จิตใจ (Soul) คือ มิติของโลกภายในใจเรา ทำให้เราเกิดความรู้สึกต่อโลก ต่อตัวเอง และสิ่งต่าง ๆ และ (3) สำนึกและจิตวิญญาณ (Spirit) คือ มิติซึ่งก่อให้เกิดความตระหนักรู้ในตนและนำไปสู่การแสวงหาความเป็นจริงแห่งชีวิตโดยนัยนี้ การพัฒนาความคิดของมนุษย์จึงจำเป็นต้องอยู่บนพื้นฐานแห่งการแสวงหาสัจจะ การเข้าใจสิ่งต่าง ๆ ตามภาวะที่เป็นจริง และงานวิจัยของ Kinney (2010) ที่ได้ศึกษา ประสิทธิภาพ อิทธิพลของหลักสูตรการเรียนการสอนและการอ่านของการจัดการศึกษาโดยครอบครัว

ต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนด้านการอ่านของนักเรียนเกรด 1 เป็นการตรวจสอบปัจจัยที่มีต่อผลสัมฤทธิ์การอ่านของนักเรียนเกรด 1 จำนวน 3 คน ที่เรียนในสภาพแวดล้อมที่จัดการศึกษาโดยครอบครัว พบว่า นักเรียนสองคนอ่านได้สูงกว่าระดับชั้นของตนเอง และมีสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจในระดับกลางและสูง อีกคนหนึ่งมาจากสถานะทางเศรษฐกิจและสังคมระดับล่างอ่านหนังสือได้ต่ำกว่าระดับชั้นของตนเอง แต่นักเรียนคนดังกล่าวมีผู้ปกครองที่มีการศึกษาระดับสูงสุด (ระดับบัณฑิตศึกษา) ในขณะที่นักเรียนสองคนที่อ่านได้ดีกว่ามีผู้ปกครองที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่า (มหาวิทยาลัย) พ่อแม่ของเด็กทั้งสามคนพอใจกับระดับของการมีปฏิสัมพันธ์กับคุณครู ท้ายสุดแล้ว จากนั้นนักเรียนที่อ่านได้สูงกว่าระดับชั้นของตนเองทำบทเรียนเสร็จทั้งหมดและผ่านการประเมิน ในขณะที่นักเรียนที่อ่านหนังสือได้ต่ำกว่าทำไม่เสร็จ และไม่ผ่านการประเมินทั้งหมดที่ถูกทดสอบ

ส่วนในประเด็นที่ (2) การพลิกโฉมห้องเรียนอาชีพ ใน 3 องค์ประกอบ ได้แก่ การอาชีวศึกษา (Vocational Education) ครอบครัว (Family) และสถานประกอบการ (Organization) ซึ่งสอดคล้องแนวคิดของกับ Lounsbury, Steel, Gibson, & Drost (2008) กล่าวว่า คุณลักษณะที่ประเมินโดย Type Coach และ Holland Code ได้แก่ ความเป็นอิสระของแต่ละครอบครัว ความเฉลียวฉลาดสูง และความสนใจในการปฏิบัติตามขั้นตอน และกิจวัตรที่กำหนดไว้ ซึ่งสอดคล้องกับอาชีพเสมือนกฎหมายในศาล คุณลักษณะที่ประเมินจะเป็นประโยชน์ แต่คุณลักษณะและทักษะที่สำคัญที่สุดจะปรากฏขึ้นในขณะที่ปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการ ตัวอย่างเช่น ลักษณะนิสัยในการแก้ปัญหาและการใช้เหตุผลของทุกปัญหามีเหตุผลนั้นสมบูรณ์แบบสำหรับการเป็นเสมือนกฎหมาย อย่างไรก็ตาม ลักษณะเหล่านี้จะพัฒนาและแข็งแกร่งขึ้นเมื่อเริ่มทำงาน วิสัยทัศน์เชิงกลยุทธ์ และทักษะการคิดที่เหมาะสมเป็นลักษณะของบุคลิกภาพที่ทำให้การเลือกอาชีพได้อย่างเหมาะสม อย่างไรก็ตาม นี่ไม่ได้หมายความว่าจะไม่เผชิญกับความท้าทายใด ๆ ในอาชีพการงานในที่สุด

ข้อเสนอแนะ

เพื่อส่งเสริมให้สถาบันอาชีวศึกษา สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในระดับชาติและนานาชาติ ด้วยการนำ 4 Learning go Career Classroom by Families Model ไปเป็นต้นแบบในการพลิกโฉมห้องเรียนอาชีพโดยครอบครัว และควรให้องค์กรทางด้านการอาชีวศึกษาส่งเสริมให้มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรมต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- Coric Samardzija, A. & Balaban, I. (2011). Case studies of assessment ePortfolios. *The Proceedings of the 14th International Conference on Interactive Collaborative Learning (ICL)*, 2011, 89–94.
- Korkmaz, H. & Duman, G. (2013). Public understanding about homeschooling: A preliminary study. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 16, 3891-3897.
- Kinney, K. J. (2010). *Determining effectiveness: Influences of homeschool instruction and reading curriculum on reading achievement of first graders* (Doctoral dissertation). Available from ProQuest Dissertations and Theses database. (UMI No. 3397562)

- Ku-or, P. (2021). *Factors and Approaches to Success of Home School Education: Application a Meta-Ethnography Research and Cross-Impact Analysis*. Thesis of the Degree of Master of Education Program in Educational Evaluation and Research. Chiang Mai: Chiang Mai University
- Lounsbury, J. W., Steel, R. P., Gibson, L. W., & Drost, A. W. (2008). Personality traits and career satisfaction of human resource professionals. *Human Resource Development International*, 11(4), 351–366.
- Lsabel. (1998). Improving comprehension with questioning the author: A fresh and expanded view of a powerful approach. New York: Scholastic.
- Office of the Education Council Secretariat. (2017). *Home School: Leveraging Network Organizations*. Bangkok: Prikwarn Graphic.
- Office of the National Economics and Social Development Council. (2018). *National Strategy for 20 years (2018-2037)*. Bangkok: Office of the Secretary of the National Strategy Committee, Office of the National Economics and Social Development Council.
- Office of the National Education Commission. (1999). *National Education Act of B.E 1999*. Bangkok: Office of the National Education Commission.
- Pimpa, P. (2018). Current Thai Studies. *Journal of Mahamakut Buddhist University Roi Et Campus*, 7(1), 242–249.
- Rangseechatchawan, D. (2018). A Study of Homeschool Educational Management Model and Government Agencies Involvement Consistent with Learners' Needs. Chiang Mai: Chiang Mai Rajabhat University Intellectual Repository.
- Samakoses, V. (2010). *Recommendations for alternative education systems suitable for the well-being of Thai people*. Bangkok: Parbpim.
- Waldorf. (1925). *Schools as Professional Learning Communities: Collaborative Activities and Strategies for Professional Development*. 2nd ed. California: Corwin Press.

ปัจจัยสมรรถนะของผู้ตรวจสอบภายในที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพรายงานตรวจสอบภายใน ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

รฐิยา ส่งสุข*

สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

Received: 1 August 2024

Revised: 20 September 2024

Accepted: 7 October 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับความคิดเห็นปัจจัยสมรรถนะของผู้ตรวจสอบภายในและคุณภาพรายงานตรวจสอบภายในของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และ (2) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสมรรถนะของผู้ตรวจสอบภายในที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพรายงานตรวจสอบภายในของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือผู้ตรวจสอบภายในตั้งแต่ระดับหัวหน้าแผนกหรือเทียบเท่า จาก 235 บริษัท (235 คน) เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ สถิติสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าร้อยละ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์หาคู่ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษา พบว่า (1) ระดับความคิดเห็นปัจจัยสมรรถนะของผู้ตรวจสอบภายใน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.06) และคุณภาพรายงานตรวจสอบภายใน ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.22) (2) ปัจจัยสมรรถนะ ของผู้ตรวจสอบภายในมีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพรายงานตรวจสอบภายในทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านความถูกต้อง ด้านความเที่ยงธรรม ด้านความชัดเจน ด้านความรัดกุม ด้านความสร้างสรรค์ ด้านความครบถ้วน และด้านความทันกาล ที่ระดับนัยสำคัญ .05

คำสำคัญ: สมรรถนะ การตรวจสอบภายใน รายงานการตรวจสอบภายใน

* ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: rathiya_so@rmutto.ac.th

Factors Related to Internal Auditors' Competencies That Influence the Quality of Internal Audit Reports of Listed Companies on the Stock Exchange of Thailand

Rathiya Songsuk*

Accounting Major, Faculty of Business Administration and Information
Technology, Rajamangala University of Technology Tawan-ok

Received: 1 August 2024

Revised: 20 September 2024

Accepted: 7 October 2024

ABSTRACT

This research aimed to (1) examine the perceptions of internal auditors' competency factors and the quality of internal audit reports of companies listed on the Stock Exchange of Thailand, and (2) analyze the relationship between internal auditors' competency factors and the quality of internal audit reports in these companies. The sample consisted of 235 internal auditors at the department head level or equivalent from 235 companies. Data were collected via an online questionnaire and analyzed using descriptive statistics, including mean, standard deviation, percentage, multiple correlation, and multiple regression analysis. The findings revealed that (1) the overall perception of internal auditors' competency factors was rated high (mean = 4.06), and the overall quality of internal audit reports was rated very high (mean = 4.22); (2) the competency factors of internal auditors were significantly associated with the quality of internal audit reports across seven dimensions: correctness, fairness, clarity, conciseness, creativity, completeness, and timeliness, at a significance level of 0.05.

Keywords: Competency, Internal Audit, Internal Audit Report

* Corresponding Author; E-mail: rathiya_so@rmutto.ac.th

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

บทบาทของผู้ตรวจสอบภายในในประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงตามกาลเวลา โดยขึ้นอยู่กับผู้บริหารและความเข้าใจในหน้าที่ของผู้ตรวจสอบเอง ซึ่งสะท้อนถึงทัศนคติของผู้คนในองค์กร มีวิวัฒนาการจากยุคที่เน้นการแข่งขันระหว่างผู้ตรวจสอบและผู้รับการตรวจสอบ (Competition) ซึ่งต่างฝ่ายต่างพยายามปกป้องผลประโยชน์ของตนเอง โดยไม่ได้คำนึงถึงองค์กร ($1+1=0$) ไปสู่ยุคความร่วมมือ (Cooperation) ที่ทั้งสองฝ่ายทำงานร่วมกันแต่ยังคงรักษาหน้าที่ของตนเองเป็นหลัก ($1+1=2$) จนถึงยุคปัจจุบันที่เน้นการทำงานร่วมกันอย่างสร้างสรรค์ (Collaboration) โดยทั้งสองฝ่ายทำงานเป็นทีมเดียวกันเพื่อบรรลุเป้าหมายร่วมกัน ($1+1=3$) แม้การทำงานร่วมกันแบบนี้อาจทำให้ความเป็นอิสระของผู้ตรวจสอบลดลง แต่เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความสำเร็จขององค์กร ผ่านการสร้างความรู้ความไว้วางใจ และการจัดการความหวาดระแวง บทบาทของผู้ตรวจสอบภายในจึงเปลี่ยนจากผู้จับผิดมาเป็นที่ปรึกษา ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างความสำเร็จขององค์กร (Churangsarit, 2017)

ปัจจุบัน บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเริ่มตระหนักถึงความสำคัญของการตรวจสอบภายใน โดยอาจจัดตั้งหน่วยงานตรวจสอบภายในเองหรือใช้บริการจากภายนอก (Outsource) อย่างไรก็ตามงานตรวจสอบภายในในประเทศไทยยังขาดแคลนผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และทักษะที่เพียงพอ ทำให้การสร้างความมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กรไม่เป็นไปอย่างเต็มที่ คุณภาพของรายงานตรวจสอบภายในถือเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างคุณค่า ซึ่งต้องมีความถูกต้อง เที่ยงธรรม ชัดเจน รัดกุม สร้างสรรค์ ครบถ้วน และทันกาล (The Institute of Internal Auditors, 2017) โดยคุณภาพของรายงานนี้ขึ้นอยู่กับสมรรถนะของผู้ตรวจสอบภายในใน 8 ด้าน ได้แก่ มาตรฐานวิชาชีพ สมรรถนะเฉพาะทาง จรรยาบรรณ ความรับผิดชอบ จิตสำนึกในการให้บริการ ทักษะเฉพาะทาง การสื่อสาร และการคิดอย่างเป็นระบบ (Duangchurn, Rungreang, and Kowachirapa, 2019) การขาดสมรรถนะในด้านใดด้านหนึ่งอาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพของรายงานและไม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์กรได้อย่างที่ควร

จากเหตุผลและความสำคัญที่กล่าวมาข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่อง “ปัจจัยสมรรถนะของผู้ตรวจสอบภายในที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพรายงานตรวจสอบภายในของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย” เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้จากการศึกษามา สามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาสมรรถนะของผู้ตรวจสอบภายในในการเขียนรายงานตรวจสอบภายในให้มีคุณภาพ ประสิทธิภาพ และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มยิ่งขึ้น และยังสามารถใช้เป็นแนวทางในการกำหนดภาระงานของผู้ตรวจสอบภายในให้เหมาะสมได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นปัจจัยสมรรถนะของผู้ตรวจสอบภายในและคุณภาพรายงานตรวจสอบภายในของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสมรรถนะของผู้ตรวจสอบภายในที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพรายงานตรวจสอบภายในของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวความคิดเกี่ยวกับสมรรถนะ (Competency)

The Institute of Internal Auditors (IIA) (2021) กล่าวว่ากรอบความสามารถในหน้าที่ของตรวจสอบภายใน ประกอบไปด้วย (1) ความเป็นมืออาชีพ (Professionalism) จะครอบคลุมถึงพฤติกรรมตามจรรยาบรรณ ความเป็นกลาง และการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง (2) การปฏิบัติงาน (Performance) จะมุ่งเน้นการกำกับดูแลองค์กร การจัดการความเสี่ยง การควบคุมภายใน และกระบวนการตรวจสอบ (3) สภาพแวดล้อม (Environment) จะครอบคลุมถึงความรู้ในเรื่องการวางแผนกลยุทธ์ กระบวนการทางธุรกิจ เทคโนโลยีสารสนเทศ และการเงิน (4) ความเป็นผู้นำและการสื่อสาร (Leadership & Communication) จะรวมถึงการวางแผนกลยุทธ์ของการตรวจสอบ การประสานงาน และการปรับปรุงคุณภาพ อีกทั้ง Duangchurn, Rungreang, and Kowachirapa (2019) ยังกล่าวไว้ว่า สมรรถนะของผู้ตรวจสอบภายใน สามารถแบ่งออกเป็น 8 ด้าน คือ (1) ด้าน มาตรฐานการปฏิบัติงานตรวจสอบภายใน (2) ด้านสมรรถนะเฉพาะตามสายวิชาชีพ (3) ด้านจรรยาบรรณวิชาชีพ (4) ด้านความรับผิดชอบในงาน (5) ด้านจิตสำนึกในการให้บริการ (6) ด้านความรู้ และทักษะทางเทคนิคเฉพาะทาง (7) ด้านการสื่อสารด้วยลายลักษณ์อักษร และ (8) ด้านความคิดอย่างเป็นระบบ

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการตรวจสอบภายใน

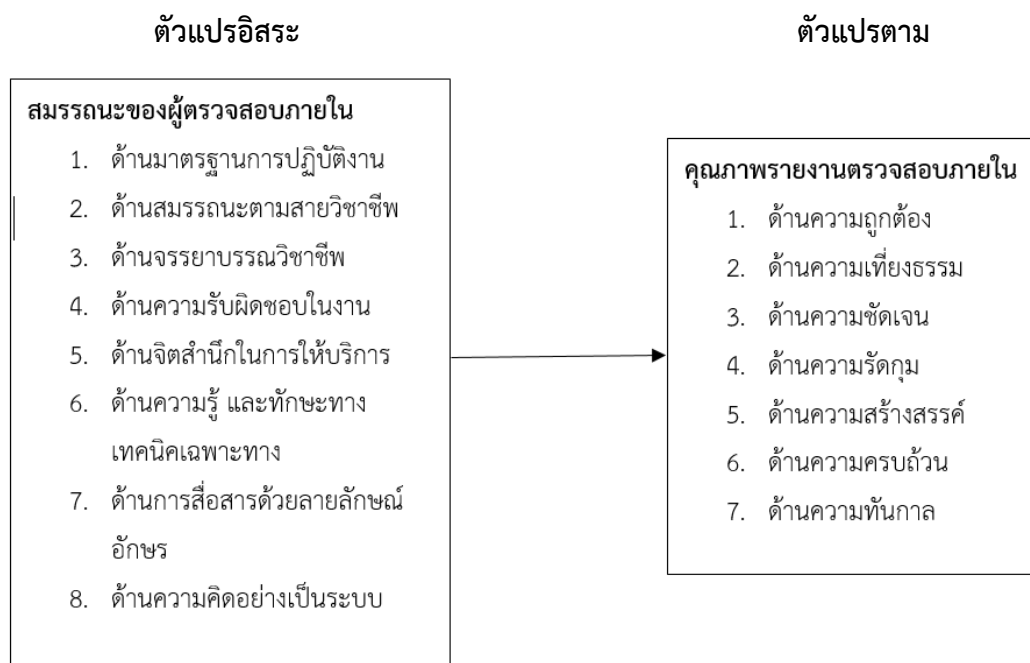
The Institute of Internal Auditors (IIA) (2017) กล่าวว่า การตรวจสอบภายใน คือ กิจกรรมที่ให้ความเชื่อมั่น และการให้คำปรึกษาอย่างอิสระและเที่ยงธรรม เพื่อเพิ่มมูลค่าและปรับปรุงการปฏิบัติงานขององค์กร การตรวจสอบภายในช่วยให้องค์กรบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด โดยใช้การประเมินและการปรับปรุงประสิทธิภาพของกระบวนการบริหารความเสี่ยง การควบคุม และการกำกับดูแลอย่างเป็นระบบและมีระเบียบวิธี ซึ่งขอบเขตการตรวจสอบเกิดจากการประเมินความเสี่ยงตามวิธี Risk Based Audit ซึ่งเน้นการตรวจในเรื่องที่มีความเสี่ยงมากและมีผลกระทบต่อองค์กรมาก ความเสี่ยงที่กล่าวถึงประกอบด้วยโอกาส และผลกระทบ การตรวจสอบภายในเป็นกิจกรรมของผู้ตรวจสอบภายใน ซึ่งอาจเป็นหน่วยงานภายนอกองค์กรหรือหน่วยงานภายในองค์กร ทำหน้าที่ในการสอบทานและติดตามดูแลการปฏิบัติงานต่าง ๆ แทนฝ่ายบริหารเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดขึ้น

มาตรฐานสากลสำหรับการปฏิบัติงานวิชาชีพการตรวจสอบภายใน

The Institute of Internal Auditors (IIA) (2017) ได้อธิบายถึง การสื่อสารและรายงานผลการตรวจสอบภายใน เรื่อง คุณภาพการสื่อสาร ไว้ว่า รายงานการตรวจสอบภายในที่มีคุณภาพต้องเป็นไปตามเงื่อนไขดังต่อไปนี้คือ (1) ถูกต้อง (2) เที่ยงธรรม (3) ชัดเจน (4) กะทัดรัด (5) สร้างสรรค์ (6) ครบถ้วนสมบูรณ์ (7) ทันกาล จากการศึกษางานวิจัยที่ผ่านมา มีนักวิจัยหลายท่านกล่าวถึงคุณภาพของรายงานตรวจสอบภายใน อาทิเช่น Appah and Tekerebo (2024) กล่าวว่า การตรวจสอบภายในที่มีประสิทธิภาพช่วยปรับปรุงคุณภาพของรายงานทางการเงิน โดยการเสริมสร้างกลไกการควบคุม การบริหารความเสี่ยง และการสนับสนุนการจัดการภายในองค์กร สอดคล้องกับ Al-saedi and Almaliki (2023) พบว่าคุณภาพของรายงานการตรวจสอบภายในมีบทบาทสำคัญในการลดการจัดการรายได้และเพิ่มความโปร่งใสของงบการเงิน โดยความร่วมมือกับผู้สอบบัญชีภายนอก โดยเฉพาะจากบริษัท BIG 4 สามารถช่วยปรับปรุงกระบวนการตรวจสอบโดยรวมได้ และ Mursyida and Maulina (2023) แสดงให้เห็นว่าการตรวจสอบและการควบคุมภายในมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อคุณภาพของรายงานทางการเงิน โดยเน้นความสำคัญของฟังก์ชันเหล่านี้ในการรักษาความสมบูรณ์ทางการเงิน

โดยรวม ผลการวิจัยเหล่านี้ชี้ให้เห็นว่ารายงานการตรวจสอบภายในที่มีคุณภาพส่งเสริมความโปร่งใส ความเป็นมืออาชีพ และการยึดมั่นในมาตรฐาน ช่วยเพิ่มการกำกับดูแลและความแม่นยำในการรายงานทางการเงิน องค์กรควรให้ความสำคัญกับการพัฒนารายงานการตรวจสอบภายในที่มีคุณภาพสูง โดยเน้นที่ข้อมูลที่ถูกต้อง ความเป็นอิสระของผู้สอบบัญชี ระบบการควบคุมภายในที่มีประสิทธิภาพ และการใช้เครื่องมือดิจิทัลเพื่อปรับปรุงคุณภาพการตรวจสอบโดยรวม

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

จากภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดที่ใช้ศึกษาในงานมีตัวแปรทั้งสิ้น 15 ตัว ประกอบด้วยตัวแปรอิสระ 8 ตัว ได้แก่ (1) ด้านมาตรฐานการปฏิบัติงานตรวจสอบภายใน (X_1) (2) ด้านสมรรถนะเฉพาะตามสายวิชาชีพ (X_2) (3) ด้านจรรยาบรรณวิชาชีพ (X_3) (4) ด้านความรับผิดชอบในงาน (X_4) (5) ด้านจิตสำนึกในการให้บริการ (X_5) (6) ด้านความรู้ และทักษะทางเทคนิคเฉพาะทาง (X_6) (7) ด้านการสื่อสารด้วยลายลักษณ์อักษร (X_7) และ (8) ด้านความคิดอย่างเป็นระบบ (X_8) และตัวแปรตามอีก 7 ตัวคือ (1) ด้านความถูกต้อง (Y_1) (2) ด้านความเที่ยงธรรม (Y_2) (3) ด้านความชัดเจน (Y_3) (4) ด้านความรัดกุม (Y_4) (5) ด้านความคิดสร้างสรรค์ (Y_5) (6) ด้านความครบถ้วน (Y_6) และ (7) ด้านความทันกาล (Y_7) ตัวแปรทุกตัวต่างมีความสัมพันธ์กันซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยสมรรถนะของผู้ตรวจสอบภายในมีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพรายงานตรวจสอบภายในด้านความถูกต้อง ด้านความเที่ยงธรรม ด้านความชัดเจน ด้านความรัดกุม ด้านความสร้างสรรค์ ด้านความครบถ้วน และด้านความทันกาล

วิธีดำเนินการวิจัย

แบบแผนการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey method) ผู้วิจัยได้ดำเนินการยื่นขอพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ต่อคณะกรรมการการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก หมายเลข COA No.009 RMUTTO REC No.008/2566 วันที่รับรอง 11 เมษายน 2566

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากร คือ กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ตรวจสอบภายใน ตั้งแต่ระดับหัวหน้าแผนกหรือเทียบเท่า ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) ไม่รวมกลุ่มกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์ และกองทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ และกลุ่มกิจการที่อยู่ระหว่างฟื้นฟูการดำเนินงาน จำนวน 566 บริษัท (The Stock Exchange of Thailand, 2023)

กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 235 บริษัท/คน ซึ่งกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตร ของ Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 0.95 ยอมรับความคลาดเคลื่อนในการเลือกตัวอย่างร้อยละ 0.05 วิธีการสุ่มตัวอย่างอาศัยหลักความน่าจะเป็น ด้วยการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified random sampling) โดยเป็นการกำหนด สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างกับประชากร โดยใช้จำนวนบริษัทใน 8 กลุ่มอุตสาหกรรม มาเปรียบเทียบกับสัดส่วนกันแล้วจึงทำการเลือกผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ตรวจสอบภายใน ตั้งแต่ระดับหัวหน้าแผนกหรือเทียบเท่าจาก 235 บริษัท/คน

เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม ที่สร้างขึ้นจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยทดสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item objective congruence: IOC) ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป จากนั้นตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) จากกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α : Alpha coefficient) ของครอนบาค ระหว่าง 0.94-0.95 แสดงว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการทำหนังสือจากทางหน่วยงานต้นสังกัดเพื่อขออนุญาตพร้อมทั้งส่งแบบสอบถาม โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 235 ชุด ไปยัง email ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (แผนกตรวจสอบภายใน) เพื่อขอความอนุเคราะห์หัวหน้าแผนกตรวจสอบภายในหรือเทียบเท่า และมีผู้ตอบแบบสอบถามกลับมาจำนวน 143 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.85 ซึ่งสอดคล้องกับ Malhotra and Grover (1998) ที่กล่าวว่าอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามในทุก ๆ รูปแบบวิธีการส่งไม่ควรมีค่าเฉลี่ยของอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามที่

ต่ำกว่าร้อยละ 20 จึงจะถือว่ายอมรับได้ จึงได้นำแบบสอบถามที่ได้ตอบกลับมาอย่างสมบูรณ์ลงข้อมูลในโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อประมวลผลข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยในการประมวลผลข้อมูล โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย (1) สถิติเชิงพรรณนา เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลขั้นต้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบลักษณะทั่วไปของตัวแปรที่เก็บรวบรวมได้ สำหรับสถิติพรรณนาจะนำเสนอข้อมูลที่ศึกษาด้วย ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าร้อยละ (2) สถิติเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยใช้วิธี การวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ การนำเข้าข้อมูลด้วยเทคนิควิธี Enter เพื่ออภิปรายสรุปข้อมูลของตัวแปรที่ทำการศึกษา

ผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ และความโด่งของสมรรถนะของผู้ตรวจสอบภายใน

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ และความโด่ง จำแนกตามสมรรถนะของผู้ตรวจสอบภายใน

สมรรถนะของผู้ตรวจสอบภายใน	Mean	SD	ระดับความคิดเห็น	Skew	Kur
ด้านมาตรฐานการปฏิบัติงานตรวจสอบภายใน	3.69	0.50	มาก	-0.45	-0.61
ด้านสมรรถนะเฉพาะตามสายวิชาชีพ	4.12	0.69	มาก	-0.63	-0.35
ด้านจรรยาบรรณวิชาชีพ	4.36	0.64	มากที่สุด	-0.89	-0.03
ด้านความรับผิดชอบในงาน	4.10	0.60	มาก	-0.31	-0.62
ด้านจิตสำนึกในการให้บริการ	4.20	0.63	มาก	-0.45	-0.49
ด้านความรู้ และทักษะทางเทคนิคเฉพาะทาง	4.03	0.67	มาก	-0.26	-0.96
ด้านการสื่อสารด้วยลายลักษณ์อักษร	4.01	0.68	มาก	-0.30	-0.71
ด้านความคิดอย่างเป็นระบบ	3.98	0.75	มาก	-0.49	-0.58
ภาพรวมทั้งหมด	4.06	0.55	มาก	-0.43	-0.42

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยสมรรถนะของผู้ตรวจสอบภายในภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.55 โดยมีความเบ้ (Skewness) เท่ากับ -0.43 และความโด่ง (Kurtosis) เท่ากับ -0.42 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านจรรยาบรรณวิชาชีพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.36 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.64 อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีความเบ้ (Skewness) เท่ากับ -0.89 และความโด่ง (Kurtosis) เท่ากับ -0.03 และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านมาตรฐานการปฏิบัติงานตรวจสอบภายในมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.69 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.50 อยู่ในระดับมาก โดยมีความเบ้ (Skewness) เท่ากับ -0.45 และความโด่ง (Kurtosis) เท่ากับ -0.61

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ และความโด่ง จำแนกตามคุณภาพรายงานตรวจสอบภายใน

คุณภาพรายงานตรวจสอบภายใน	Mean	SD	ระดับความคิดเห็น	Skew	Kur
ด้านความถูกต้อง	4.23	0.72	มากที่สุด	-0.61	-0.60
ด้านความเที่ยงธรรม	4.28	0.69	มากที่สุด	-0.54	-0.95
ด้านความชัดเจน	4.20	0.60	มาก	-0.45	-0.73
ด้านความรัดกุม	4.24	0.66	มากที่สุด	-0.42	-0.86
ด้านความสร้างสรรค์	4.23	0.66	มากที่สุด	-0.44	-0.95
ด้านความครบถ้วน	4.19	0.70	มาก	-0.48	-0.80
ด้านความทันกาล	4.15	0.69	มาก	-0.33	-1.09
ภาพรวมทั้งหมด	4.22	0.59	มากที่สุด	-0.51	-0.68

จากตารางที่ 3 พบว่า คุณภาพรายงานตรวจสอบภายในภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) เท่ากับ 0.59 โดยมีความเบ้ (Skewness) เท่ากับ -0.51 และความโด่ง (Kurtosis) เท่ากับ -0.68 เมื่อพิจารณาารายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านความเที่ยงธรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.69 อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีความเบ้ (Skewness) เท่ากับ -0.54 และความโด่ง (Kurtosis) เท่ากับ -0.95 และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านความทันกาล ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.69 อยู่ในระดับมาก โดยมีความเบ้ (Skewness) เท่ากับ -0.33 และความโด่ง (Kurtosis) เท่ากับ -1.09

จากการวิเคราะห์ค่า Skewness ของตัวแปรต่าง ๆ พบว่าค่าความเบ้อยู่ระหว่าง -0.89 ถึง -0.26 ซึ่งถือว่าอยู่ในช่วงที่ยอมรับได้และบ่งบอกถึงการแจกแจงที่ใกล้เคียงปกติ เช่นเดียวกับค่า Kurtosis ที่อยู่ระหว่าง -1.09 ถึง -0.03 ซึ่งแสดงถึงการแจกแจงที่ใกล้เคียงปกติ ตามเกณฑ์ที่ George and Mallery (2019) แนะนำ ค่า Skewness และ Kurtosis ที่อยู่ในช่วง -2 ถึง +2 นั้นถือว่าเป็นช่วงที่ยอมรับได้สำหรับการแจกแจงข้อมูลปกติ

2. การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของสมรรถนะและคุณภาพรายงานตรวจสอบภายใน

ตารางที่ 4 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ตัวแปร	Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄	Y ₅	Y ₆	Y ₇	Tolerance	VIF
X ₁	.692**	.619**	.488**	.620**	.622**	.615**	.569**	0.44	2.29
X ₂	.739**	.689**	.605**	.597**	.748**	.698**	.629**	0.23	4.37
X ₃	.747**	.790**	.745**	.696**	.752**	.727**	.623**	0.31	3.20
X ₄	.669**	.666**	.585**	.687**	.654**	.733**	.491**	0.35	2.89
X ₅	.674**	.703**	.704**	.601**	.694**	.685**	.700**	0.18	5.47
X ₆	.724**	.657**	.663**	.554**	.754**	.653**	.639**	0.18	5.56
X ₇	.659**	.627**	.658**	.531**	.631**	.661**	.582**	0.27	3.67
X ₈	.778**	.671**	.640**	.643**	.696**	.762**	.584**	0.23	4.42

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

จากตารางที่ 4 พบว่า ตัวแปรอิสระซึ่งก็คือปัจจัยสมรรถนะของผู้ตรวจสอบภายในมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามซึ่งก็คือคุณภาพรายงานตรวจสอบภายในแต่ละด้าน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ตัวแปรทุกตัวมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ไม่เกิน 0.80 ค่า Tolerance 0.18-0.44 ซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 และค่า VIF อยู่ระหว่าง 2.29-5.56 ซึ่งน้อยกว่า 10 แสดงว่าไม่เกิดปัญหา Multicollinearity หรือปัญหาความสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรอิสระ (George and Mallery, 2019)

3. การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ

จากนั้น ผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ และการสร้างสมการพยากรณ์ผลการวิเคราะห์จำแนกตามแบบจำลองของคุณภาพรายงานตรวจสอบภายใน ตามตารางที่ 5 และ 6 ดังนี้

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุของคุณภาพรายงานตรวจสอบภายใน Model 1-3

Model 1 ด้านความถูกต้อง					Model 2 ด้านความเที่ยงธรรม					Model 3 ด้านความชัดเจน					
	B	SE	Beta	t	Sig.	B	SE	Beta	t	Sig.	B	SE	Beta	t	Sig.
(Constant)	-0.11	0.25		-0.45	0.65	0.10	0.27		0.38	0.70	1.02	0.25		4.11	0.00
X1	0.26	0.09	0.18	2.90	0.00	0.07	0.10	0.05	0.75	0.46	-0.18	0.09	-0.15	-1.94	0.05
X2	0.15	0.09	0.14	1.63	0.10	0.12	0.10	0.12	1.22	0.23	0.01	0.09	0.01	0.06	0.95
X3	0.51	0.08	0.46	6.10	0.00	0.58	0.09	0.54	6.29	0.00	0.50	0.09	0.53	5.81	0.00
X4	-0.08	0.09	-0.06	-0.88	0.38	0.00	0.09	0.00	0.03	0.98	-0.07	0.09	-0.07	-0.81	0.42
X5	-0.32	0.11	-0.28	-2.90	0.00	0.02	0.12	0.02	0.14	0.89	0.14	0.11	0.15	1.24	0.22
X6	0.16	0.11	0.15	1.55	0.12	-0.08	0.12	-0.07	-0.65	0.52	-0.01	0.11	-0.01	-0.06	0.95
X7	-0.01	0.08	-0.01	-0.12	0.90	0.08	0.09	0.08	0.86	0.39	0.19	0.09	0.22	2.27	0.03
X8	0.39	0.08	0.41	4.68	0.00	0.19	0.09	0.21	2.10	0.04	0.15	0.08	0.19	1.77	0.08
F=54.64 Sig.= 0.00															
R = 0.875 R ² =0.765 Adj. R ² =0.751															
SE= 0.358 Durbin-Watson=2.221															
F=38.25 Sig.= 0.00															
R = 0.834 R ² =0.695 Adj. R ² =0.677															
SE= 0.392 Durbin-Watson=2.193															
F=31.26 Sig.= 0.00															
R = 0.807 R ² =0.651 Adj. R ² =0.630															
SE= 0.363 Durbin-Watson=1.979															

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุของ คุณภาพรายงานตรวจสอบภายใน Model 4-7

Model 4 ด้านความรัดกุม					Model 5 ด้านการสร้างสรรค์					Model 6 ด้านความครบถ้วน					Model 7 ด้านความทันกาล				
B	SE	Beta	t	Sig.	B	SE	Beta	t	Sig.	B	SE	Beta	t	Sig.	B	SE	Beta	t	Sig.
(Constant)	0.48	0.28	1.69	0.09	0.35	0.24		1.46	0.15	0.03	0.26		0.13	0.90	0.52	0.33		1.58	0.12
X1	0.25	0.10	0.19	0.02	0.04	0.09	0.03	0.39	0.69	0.02	0.10	0.02	0.25	0.80	0.19	0.12	0.14	1.54	0.13
X2	-0.14	0.11	-1.30	0.20	0.30	0.09	0.32	3.37	0.00	0.03	0.10	0.03	0.33	0.75	0.16	0.12	0.16	1.32	0.19
X3	0.39	0.10	0.38	3.97	0.00	0.48	0.08	0.46	5.68	0.00	0.34	0.09	0.31	3.81	0.23	0.11	0.21	2.04	0.04
X4	0.28	0.10	0.25	2.78	0.01	-0.04	0.09	-0.03	-0.42	0.67	0.25	0.09	0.21	2.79	-0.23	0.12	-0.20	-1.99	0.05
X5	0.08	0.13	0.07	0.60	0.55	-0.32	0.11	-0.31	-2.93	0.00	0.08	0.12	0.08	0.72	0.36	0.15	0.33	2.42	0.02
X6	-0.19	0.12	-0.20	-1.57	0.12	0.41	0.10	0.42	3.93	0.00	-0.24	0.11	-0.23	-2.18	0.00	0.14	0.00	-0.02	0.99
X7	-0.14	0.10	-0.15	-1.44	0.15	0.01	0.08	0.02	0.18	0.86	0.06	0.09	0.06	0.71	0.15	0.11	0.15	1.31	0.19
X8	0.40	0.10	0.46	4.17	0.00	0.05	0.08	0.05	0.58	0.56	0.45	0.09	0.49	5.11	0.03	0.11	0.03	0.28	0.78
F= 27.77 Sig.= 0.00					F= 44.59 Sig.= 0.00					F= 44.29 Sig.= 0.00					F=20.21 Sig.= 0.00				
R = 0.790 R ² =0.624 Adj. R ² =0.601					R = 0.853 R ² =0.727 Adj. R ² =0.711					R = 0.852 R ² =0.726 Adj. R ² =0.709					R = 0.739 R ² =0.547 Adj. R ² =0. 520				
SE= 0.414 Durbin-Watson=2.313					SE= 0.356 Durbin-Watson=1.735					SE= 0.377 Durbin-Watson=1.692					SE= 0.480 Durbin-Watson=2.184				

1. แบบจำลองที่ 1 คุณภาพรายงานตรวจสอบภายในด้านความถูกต้อง มีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (Adj. R^2) เท่ากับ 0.751 หรือร้อยละ 75.10 โดย ด้านมาตรฐานการปฏิบัติงานตรวจสอบภายใน ด้านจรรยาบรรณวิชาชีพ ด้านความคิดอย่างเป็นระบบ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับด้านความถูกต้องอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หรืออาจกล่าวได้ว่าถ้าหากผู้ตรวจสอบภายในมีสมรรถนะทั้ง 3 ด้านเพิ่มขึ้นจะทำให้รายงานตรวจสอบภายในมีความถูกต้องเพิ่มขึ้นตาม ซึ่งสามารถเขียนสมการพยากรณ์ถดถอยได้ คือ $Y_1 = -0.11 + 0.26X_1 + 0.15X_2 + 0.51X_3 - 0.08X_4 - 0.32X_5 + 0.16X_6 - 0.01X_7 + 0.39X_8$

2. แบบจำลองที่ 2 คุณภาพรายงานตรวจสอบภายในด้านความเที่ยงธรรม มีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (Adj. R^2) เท่ากับ 0.677 หรือร้อยละ 67.70 โดย ด้านจรรยาบรรณวิชาชีพ ด้านความคิดอย่างเป็นระบบ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับด้านความเที่ยงธรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หรืออาจกล่าวได้ว่าถ้าหากผู้ตรวจสอบภายในมีสมรรถนะทั้ง 2 ด้านเพิ่มขึ้นจะทำให้ความเที่ยงธรรมของรายงานตรวจสอบภายในเพิ่มขึ้นตาม ซึ่งจะได้สมการถดถอย คือ $Y_2 = 0.10 + 0.07X_1 + 0.12X_2 + 0.58X_3 + X_4 + 0.02X_5 - 0.08X_6 + 0.08X_7 + 0.19X_8$

3. แบบจำลองที่ 3 คุณภาพรายงานตรวจสอบภายในด้านความชัดเจน มีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (Adj. R^2) เท่ากับ 0.630 หรือร้อยละ 63 โดยด้านจรรยาบรรณวิชาชีพ และด้านการสื่อสารด้วยลายลักษณ์อักษร มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับด้านความชัดเจน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หรืออาจกล่าวได้ว่าถ้าหากผู้ตรวจสอบภายในมีสมรรถนะทั้ง 2 ด้านเพิ่มขึ้นจะทำให้ความชัดเจนของรายงานตรวจสอบภายในเพิ่มขึ้นตาม และด้านมาตรฐานการปฏิบัติงานตรวจสอบภายใน มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับด้านความชัดเจน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งจะได้สมการถดถอย คือ $Y_3 = 1.02 - 0.18X_1 + 0.01X_2 + 0.50X_3 - 0.07X_4 + 0.14X_5 - 0.01X_6 + 0.19X_7 + 0.15X_8$

4. แบบจำลองที่ 4 คุณภาพรายงานตรวจสอบภายในด้านความรัดกุม มีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (Adj. R^2) เท่ากับ 0.601 หรือร้อยละ 60.10 โดย ด้านมาตรฐานการปฏิบัติงานตรวจสอบภายใน ด้านจรรยาบรรณวิชาชีพ ด้านความรับผิดชอบในงาน ด้านความคิดอย่างเป็นระบบ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับด้านความรัดกุม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หรืออาจกล่าวได้ว่าถ้าหากผู้ตรวจสอบภายในมีสมรรถนะทั้ง 4 ด้านเพิ่มขึ้นจะทำให้ความรัดกุมของรายงานตรวจสอบภายในเพิ่มขึ้นตาม ซึ่งจะได้สมการถดถอย คือ $Y_4 = 0.48 + 0.25X_1 - 0.14X_2 + 0.39X_3 + 0.28X_4 + 0.08X_5 - 0.19X_6 - 0.14X_7 + 0.40X_8$

5. แบบจำลองที่ 5 คุณภาพรายงานตรวจสอบภายในด้านความสร้างสรรค์ มีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (Adj. R^2) เท่ากับ 0.677 หรือร้อยละ 67.70 โดย ด้านสมรรถนะเฉพาะตามสายวิชาชีพ ด้านจรรยาบรรณวิชาชีพ ด้านความรู้และทักษะทางเทคนิคเฉพาะทาง มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับด้านความสร้างสรรค์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หรืออาจกล่าวได้ว่าถ้าหากผู้ตรวจสอบภายในมีสมรรถนะทั้ง 3 ด้านเพิ่มขึ้นจะทำให้ความสร้างสรรค์ของรายงานตรวจสอบภายในเพิ่มขึ้นตาม และด้านจิตสำนึกในการให้บริการ มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับด้านความสร้างสรรค์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งจะได้สมการถดถอย คือ $Y_5 = 0.35 + 0.04X_1 + 0.30X_2 + 0.48X_3 - 0.04X_4 - 0.32X_5 + 0.41X_6 + 0.01X_7 + 0.05X_8$

6. แบบจำลองที่ 6 คุณภาพรายงานตรวจสอบภายในด้านความครบถ้วน มีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (Adj. R^2) เท่ากับ 0.709 หรือร้อยละ 70.90 โดย ด้านจรรยาบรรณวิชาชีพ ด้านความคิดอย่างเป็นระบบ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับด้านความครบถ้วน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หรืออาจกล่าวได้ว่าถ้าหากผู้ตรวจสอบ

ภายในมีสมรรถนะทั้ง 2 ด้านเพิ่มขึ้นจะทำให้ความครบถ้วนของรายงานตรวจสอบภายในเพิ่มขึ้นตาม และด้านความรู้ และทักษะทางเทคนิคเฉพาะทาง มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับด้านความครบถ้วนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ซึ่งจะได้สมการถดถอย คือ $Y_6 = 0.03 + 0.02X_1 + 0.03X_2 + 0.34X_3 + 0.25X_4 + 0.08X_5 - 0.24X_6 + 0.06X_7 + 0.45X_8$

7. แบบจำลองที่ 7 คุณภาพรายงานตรวจสอบภายในด้านความทันกาล มีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (Adj. R²) เท่ากับ 0.677 หรือร้อยละ 67.70 โดยด้านจรรยาบรรณวิชาชีพ ด้านจิตสำนึกในการให้บริการ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับด้านความทันกาล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หรืออาจกล่าวได้ว่าถ้าหากผู้ตรวจสอบ ภายในมีสมรรถนะทั้ง 2 ด้านเพิ่มขึ้นจะทำให้สามารถออกรายงานตรวจสอบภายในได้ทันกาลดีขึ้นตาม และด้านความ รับผิดชอบในงานมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับด้านความทันกาล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่ง จะได้สมการถดถอย คือ $Y_7 = 0.52 + 0.19X_1 + 0.16X_2 + 0.23X_3 - 0.23X_4 + 0.36X_5 + 0.00X_6 + 0.15X_7 + 0.03X_8$

อภิปรายผล

1. ศึกษาระดับความคิดเห็นปัจจัยสมรรถนะของผู้ตรวจสอบภายในและคุณภาพรายงานตรวจสอบภายใน พบว่า (1) ปัจจัยสมรรถนะของผู้ตรวจสอบภายในภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Duangchurn, Rungreang, and Kowachirapa (2019) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมเพื่อกำหนดสมรรถนะ ของเครือข่ายงานตรวจสอบภายใน ของมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดนครปฐม ที่กล่าวว่า สมรรถนะของ ผู้ตรวจสอบภายในในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และ (2) คุณภาพรายงานตรวจสอบภายในภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับ มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Rattanama (2018) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ผลกระทบของการจัดการความเสี่ยง ที่มีต่อคุณภาพรายงานการตรวจสอบภายในงานกองคลังสำหรับเทศบาลในประเทศไทย ที่กล่าวว่า คุณภาพรายงาน ตรวจสอบภายในภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมากที่สุด

2. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสมรรถนะของผู้ตรวจสอบภายในที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพ รายงานตรวจสอบภายในของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า สมรรถนะของผู้ตรวจสอบ ภายในมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญต่อคุณภาพของรายงานตรวจสอบในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ความถูกต้อง เที่ยงธรรม ชัดเจน รัดกุม สร้างสรรค์ ครบถ้วน และทันกาล สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chusai and Sukwattanasilith (2019) ที่ชี้ว่าความสามารถทางวิชาชีพและความระมัดระวังมีอิทธิพลต่อคุณภาพรายงาน นอกจากนี้ งานวิจัยของ Aprilia and Hidayah (2023) พบว่า ผู้ตรวจสอบภายในที่มีความสามารถมักปฏิบัติงานตรวจสอบอย่างละเอียดรอบคอบ ส่งผลให้รายงานผลมีความน่าเชื่อถือและเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจ และ Pangestu and Hidayah (2023) ยืนยัน ว่าความสามารถของผู้ตรวจสอบส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อคุณภาพรายงาน เช่นเดียวกับการศึกษาของ Asri Ady Bakri (2024) ที่ชี้ให้เห็นว่าผู้ตรวจสอบที่มีสมรรถนะสูง สามารถจัดทำรายงานที่ถูกต้องและเชื่อถือได้มากขึ้น

จากผลการวิจัยนี้ ชี้ให้เห็นว่าผู้ตรวจสอบภายในของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ควรให้ความสำคัญต่อความระมัดระวังตามวิชาชีพเพื่อเพิ่มคุณภาพรายงานตรวจสอบภายใน ข้อค้นพบนี้ยังเป็น ประโยชน์ต่อผู้ตรวจสอบภายในที่ไม่ได้อยู่ในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในการพัฒนาความสามารถทาง วิชาชีพตรวจสอบภายใน เพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับองค์กร แม้ว่าสมรรถนะจะเป็นสิ่งสำคัญ แต่ปัจจัยอื่น ๆ เช่น ความเป็น

อิสระและความอ่อนไหวทางจริยธรรม ก็มีส่วนสำคัญในการรับรองคุณภาพของรายงานการตรวจสอบภายในด้วยเช่นกัน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 ด้านความถูกต้อง บริษัทควรจัดให้มีการพัฒนาความรู้และทักษะของผู้ตรวจสอบภายในอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลและข้อสรุปในรายงานตรวจสอบมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ

1.2 ด้านความเที่ยงธรรม ควรส่งเสริมให้ผู้ตรวจสอบภายในมีความเป็นอิสระในการปฏิบัติงาน และไม่ถูกครอบงำจากฝ่ายบริหารหรือผลประโยชน์อื่น เพื่อให้รายงานมีความเที่ยงธรรมตามมาตรฐานวิชาชีพ

1.3 ด้านความชัดเจน บริษัทควรฝึกอบรมทักษะการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพแก่ผู้ตรวจสอบภายใน เพื่อให้รายงานมีความชัดเจน กระชับ เข้าใจง่าย และสื่อสารเนื้อหาได้ตรงประเด็น

1.4 ด้านความรัดกุม ควรกำหนดแนวทางในการสรุปเนื้อหาในรายงานตรวจสอบอย่างรัดกุม แต่ครอบคลุม เพื่อให้รายงานมีความกระชับ ไม่ซับซ้อน และเน้นเฉพาะข้อมูลที่สำคัญต่อการตัดสินใจ

1.5 ด้านความสร้างสรรค์ บริษัทควรเปิดโอกาสให้ผู้ตรวจสอบภายในพัฒนาแนวทางและวิธีการตรวจสอบที่สร้างสรรค์ เพื่อนำเสนอมุมมองใหม่ ๆ ในการวิเคราะห์ปัญหาและการให้ข้อเสนอแนะที่มีคุณค่า

1.6 ด้านความครบถ้วน ผู้ตรวจสอบควรได้รับการส่งเสริมให้ตรวจสอบข้อมูลอย่างครอบคลุมในทุกด้านที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้มั่นใจว่ารายงานตรวจสอบมีข้อมูลที่ครบถ้วนสำหรับการประเมินความเสี่ยงและการปรับปรุงกระบวนการ

1.7 ด้านความทันกาล ควรมีการกำหนดระยะเวลาและจัดการกระบวนการตรวจสอบอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้รายงานตรวจสอบส่งมอบได้ทันเวลาและสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริหารในเวลาที่เหมาะสม

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.2 ควรมีการทำการวิจัยในกลุ่มตัวอย่างที่ต่างออกไป เช่น บริษัทขึ้นทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า หรือ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างในการประยุกต์ใช้สมรรถนะของผู้ตรวจสอบภายใน

2.2 ควรพิจารณาปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจมีผลต่อคุณภาพรายงานตรวจสอบภายใน เช่น วัฒนธรรมองค์กร ทักษะของผู้บริหาร และการใช้เทคโนโลยีในการตรวจสอบ เพื่อเพิ่มความเข้าใจในภาพรวมของการสร้างคุณภาพในรายงานตรวจสอบ

เอกสารอ้างอิง

- Al-saedi, M. O., and Almaliki, O. J. (2023). The Role of Internal Audit Quality on Earnings Management. *International Academic Journal of Economics*, 10(1), 64-70.
- Appah, E., and Tekerebo I. J. (2024). Internal Audit Practices and Quality of Financial Reports of Listed Consumer Goods Manufacturing Firms in Nigeria. *Journal of Advanced Research and Multidisciplinary Studies*, 4(2), 124-47.

- Aprilia, G. N., and Hidayah, N. (2023). The Effect of Auditor Competence and Auditor Independence on Audit Quality with Auditor Ethics as A Moderating Variable. *International Journal of Humanities Education and Social Sciences*, 3(2), 856-865.
- Bakri, A. A. (2024). Literature Review: How Competency, Auditor Professionalism, and Integrity Influence Internal Audit Quality. *Accounting Studies and Tax Journal (COUNT)*, 1(1), 31-37.
- Churangarit, S. (2017). *The role of internal auditors: From secret police to advisors*. [Online]. Retrieved May 14, 2023, from: <https://op.mahidol.ac.th/ia/wp-content/uploads/2017/08/18secret-police.pdf>. (in Thai)
- Chusai, B., and Sukwattanasilith, K. (2019). Factors influencing the quality of internal audit reports of companies listed on the Stock Exchange of Thailand. *Udon Thani Rajabhat University Journal of Humanities and Social Sciences*, 8(1), 1-12. (in Thai)
- Duangchurn, P., Rungreang, R., and Kowachirapa, O. (2019). The Participation for Determining the Competencies of the Internal Audit Network of a Private University in NakhonPathom Province. *Christian University Journal*, 25(1), 76-93. (in Thai)
- George, D., and Mallery, P. (2019). *IBM SPSS Statistics 25 Step by Step: A Simple Guide and Reference* (15th ed.). Routledge.
- Malhotra, M. K., and Grover, V. (1998). An assessment of survey research in POM: from constructs to theory. *Journal of Operations Management*, 16(4), 407-425.
- Mursyida, I, and Maulina, R. (2023). The Role of Internal Audit and Internal Control on the Quality of Financial Reports at PT. ABC. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(3), 695-702.
- Pangestu, S., and Hidayah, Y. (2023). Factors Affecting Audit Quality In Internal Auditors. *Journal Akademi Akuntansi*, 6(4), 595-608.
- Rattanama, A. (2018). *The Effects of Risk Management on Management Internal Audit Quality of Financial Division Reports for Municipal in Thailand*. Thesis of the Degree of Master of Accountancy. Songkla: Prince of Songkla University. (in Thai)
- The Institute of Internal Auditors (IIA). (2017). *International Standards for the Professional Practice of Internal Auditing (Standards)*. [Online]. Retrieved May 14, 2023, from: <https://na.theiia.org/translations/PublicDocuments/IPPF-Standards-2017-Thai.pdf>
- _____. (2021). *The Internal Audit Competency Framework*. [Online]. Retrieved May 14, 2023, from: <https://www.theiia.org>
- The Stock Exchange of Thailand. (2023). List of SET Companies & Contact Information. [Online]. Retrieved May 14, 2023, from: <https://www.set.or.th/en/market/information>

การจัดการความเสี่ยงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กรณีศึกษา ภาคบริการในเขต กรุงเทพและปริมณฑล เพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนขององค์กร

มุกดาฉาย แสนเมือง*

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

Received: 25 August 2567

Revised: 20 September 2567

Accepted: 7 November 2567

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาความสัมพันธ์ของโอกาสและความรุนแรงของความเสี่ยงธุรกิจประเภทวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกับการจัดการความเสี่ยง และประสิทธิภาพของการจัดการความเสี่ยง และ (2) เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาการจัดการความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพของ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อความยั่งยืนขององค์กร งานวิจัยนี้เป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ประชากรกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคบริการ จำนวน 367 คน ใช้วิธีคัดเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง วิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ การวิเคราะห์เส้นทางและการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่าโมเดลความสัมพันธ์ของโอกาสและความรุนแรงของความเสี่ยงธุรกิจประเภทวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กับการจัดการความเสี่ยงและประสิทธิภาพของการจัดการความเสี่ยง ด้วยวิธีวิเคราะห์เส้นทาง พบว่า ผลโดยภาพรวมมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากค่า CFI GFI NFI ที่ได้จากการทดสอบมีค่าเข้าใกล้ 1 ทุกตัวแปร และค่า p-value มีค่าน้อยกว่า 0.05 และ จากการศึกษาการจัดการความเสี่ยงมีรับอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดการความเสี่ยงโดยตรง พบว่ามี ประสิทธิภาพการจัดการความเสี่ยง ได้รับอิทธิพลจากการจัดการความเสี่ยงในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าเท่ากับ 0.77 ซึ่งเมื่อพิจารณาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยง พบว่าปัจจัยที่มีส่วนสำคัญที่สุดคือ การทบทวนและการปรับปรุงการดำเนินงาน และค่ารองลงมาคือ การสื่อสารและการรายงาน เป้าหมายผลการดำเนินงาน การกำหนดกลยุทธ์และวัตถุประสงค์ขององค์กร ตามลำดับ และในปัจจัยมีค่าน้ำหนักที่ส่งผลกระทบต่อการจัดการความเสี่ยงที่น้อยที่สุดคือการกำกับดูแลและวัฒนธรรมองค์กร

คำสำคัญ: การจัดการความเสี่ยง วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ความยั่งยืนขององค์กร

* ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: mukdashine.sa@spu.ac.th

Risk Management of Small and Medium Enterprises: A Case Study of the Service Sector in Bangkok and Metropolitan Areas to Achieve Organizational Sustainability

Mukdashine Sandmaung^{1,*}

Faculty of Business Administration, Sripatum University

Received: 25 August 2567

Revised: 20 September 2567

Accepted: 7 November 2567

ABSTRACT

This research aims to (1) study the relationship between the opportunity and severity of business risks in small and medium enterprises (SMEs) with risk management and the effectiveness of risk management, and (2) propose guidelines for developing effective risk management for SMEs to ensure organizational sustainability. This study is a quantitative analysis using a questionnaire as a research tool. The sample population consists of 367 entrepreneurs in the service sector, selected using a purposive sampling method. The data were analyzed using inferential statistics, path analysis, and structural equation modeling (SEM). The research findings indicate that the model showing the relationship between the opportunities and severity of business risks in SMEs with risk management and the effectiveness of risk management, using path analysis, reveals overall statistically significant results. The values of CFI, GFI, and NFI from the tests were all close to 1, and the p-value was less than 0.05. The study also found that risk management directly influences the effectiveness of risk management, with a correlation value of 0.77. Key factors influencing risk management were Review and Revision and following by Information Communication and Reporting, Performance Goals, Strategy and Objective Setting respectively. The factor with the least impact on risk management was Governance and Culture.

Keywords: Risk Management, Small and Medium Enterprises, Organizational Sustainability

* Corresponding Author; E-mail: mukdashine.sa@spu.ac.th

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจประเภทวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs) มีความสำคัญอย่างมากต่อเศรษฐกิจไทย โดยในปี 2564 ธุรกิจ SMEs มีมูลค่า GDP เท่ากับ 5.6 ล้านล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 34.6 ของมูลค่า GDP ทั้งประเทศ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงบทบาทที่สำคัญของ SMEs ในการสร้างรายได้และขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย (Office of Small and Medium Enterprises Promotion, 2023) นอกจากนี้ ธุรกิจ SMEs ยังมีส่วนสำคัญในการสร้างงานและการจ้างงานในประเทศ ช่วยลดอัตราการว่างงานและเพิ่มรายได้ให้กับประชาชน ในขณะเดียวกัน ธุรกิจ SMEs หลายแห่งต้องเผชิญกับความท้าทายและความเสี่ยงจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก และภายในองค์กรเป็นอย่างมาก โดยจะเห็นได้ว่าในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ภาค SMEs หลายแห่ง ทั่วโลกได้รับผลกระทบจากความเสี่ยง โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับภาคการท่องเที่ยวและบริการ โดยภาคการท่องเที่ยวและบริการในประเทศไทย ต้องเผชิญกับสภาวะถดถอยทำให้รายได้ลดลง และเกิดปัญหาการขาดสภาพคล่อง เจ้าของธุรกิจ SMEs บางรายต้องปิดตัวลง และหลายแห่งจำเป็นต้องปรับตัวให้เหมาะสมกับสถานการณ์ เช่น การเปลี่ยนไปทำธุรกิจออนไลน์ หรือพัฒนาสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการใหม่ของผู้บริโภค การเข้าถึงแหล่งเงินทุนอย่างเหมาะสมก็เป็นสิ่งสำคัญเพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจและปรับตัวต่อสถานการณ์ได้ (Reokarn et al., 2023)

การเตรียมวางแผนการจัดการความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ จึงถือเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะการวางแผนรับมือความเสี่ยงในสถานการณ์ที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้ จะสามารถช่วยลดความสูญเสียจากความผิดพลาดในการดำเนินธุรกิจและป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจได้ นอกจากนี้ การจัดการความเสี่ยงที่ดีทำให้ธุรกิจสามารถวางแผนและเตรียมพร้อมรับมือกับสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นได้ดีขึ้น แต่การบริหารความเสี่ยงอย่างไร้ทิศทางของธุรกิจ ส่งผลให้ธุรกิจ SMEs ต้องเผชิญปัญหาและความท้าทายต่างๆ มากมาย ทั้งด้านความมั่นคงทางการเงิน สภาวะการแข่งขันทางธุรกิจ รวมถึงความเชื่อมั่นในธุรกิจ อันส่งผลต่อภาพลักษณ์ขององค์กรและความสัมพันธ์ทางธุรกิจ (Nokthaicharoen et al., 2023)

การจัดการความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพในธุรกิจ SMEs ควรทำให้ธุรกิจสามารถวางแผนการดำเนินงาน และกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับโอกาสและความรุนแรงของความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสม จะช่วยให้ธุรกิจสามารถปรับตัวและรับมือกับการเปลี่ยนแปลงในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น สามารถประกอบกิจการในสภาวะการณ์ที่ต้องเปลี่ยนแปลงเร็วขึ้นได้ การจัดการความเสี่ยงที่ดียังช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและความมั่นใจให้กับลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสีย ทำให้ธุรกิจสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืน และเติบโตอย่างต่อเนื่องได้ส่งผลให้ธุรกิจ SMEs เกิดความยั่งยืน ซึ่งการจัดการความเสี่ยงที่ดีถือเป็นแนวทางสำคัญที่ทำให้เกิดความยั่งยืนแก่องค์กร ช่วยทำให้ธุรกิจขององค์กรสามารถปรับตัวและเตรียมความพร้อมในการรับมือกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสามารถพัฒนาองค์กรให้ก้าวหน้า และควบคุมความล้มเหลวให้กับองค์กร โดยสิ่งสำคัญในการจัดการความเสี่ยงได้แก่ การดูแลวัฒนธรรมองค์กร เพื่อสร้างบรรยากาศที่กระตือรือร้นทางนวัตกรรมและการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ การกำหนดกลยุทธ์และวัตถุประสงค์ขององค์กรเป็นขั้นตอนสำคัญที่ช่วยให้ทุกคนในองค์กรเข้าใจและตระหนักถึงเป้าหมายที่ต้องการสามารถเชื่อมโยงกับกลยุทธ์ในการบริหารจัดการความเสี่ยงให้เป็นไปอย่างเหมาะสมกับเป้าหมายของธุรกิจ การทบทวนและการปรับปรุงเป็นกระบวนการที่ช่วยให้องค์กรตระหนักถึงประสิทธิภาพของการจัดการความเสี่ยง และนำไปสู่การปรับปรุงแนวทางการดำเนินงานให้เป็นไปตามเป้าหมายของธุรกิจ อีกทั้งการจัดการสารสนเทศ การสื่อสาร และการรายงานถือเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้ข้อมูลเกี่ยวกับความ

เสี่ยงและการบริหารจัดการความเสี่ยงถูกสื่อสารไปยังผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างทันทั่วทั้งที่ด้วยการจัดการความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพเหล่านี้ องค์กรจะสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน (Schulte and Knuts, 2018)

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญใน “การจัดการความเสี่ยงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการในเขตกรุงเทพและปริมณฑล” เพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนขององค์กร อันประกอบด้วย การจัดการความเสี่ยงดูแลวัฒนธรรมองค์กร การกำหนดกลยุทธ์และวัตถุประสงค์ขององค์กร เป้าหมายผลการดำเนินงานการทบทวนและการปรับปรุง และข้อมูลสารสนเทศ ดังนั้นเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้ใช้แนวทางการวิจัยเชิงปริมาณด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของโอกาส และความรุนแรงของความเสี่ยงของธุรกิจ SMEs ด้วยวิธีการวิเคราะห์โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) จากนั้นนำมาสังเคราะห์แนวทางการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจ SMEs ที่มีประสิทธิภาพเพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับองค์กร ด้วยวิธีการวิเคราะห์โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) อันพร้อมรับมือกับสถานะความเสี่ยง และเผชิญกับความท้าทายเพื่อความเป็นผู้นำทางธุรกิจอยู่ตลอดเวลา

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของโอกาส และความรุนแรงของความเสี่ยงธุรกิจประเภทวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กับการจัดการความเสี่ยง และประสิทธิภาพของการจัดการความเสี่ยง
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพของ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อความยั่งยืนองค์กร

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การจัดการความเสี่ยงด้านโอกาส และความรุนแรงของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย

ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทยมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากเป็นกลุ่มธุรกิจที่สร้างงานและกระจายรายได้ในชุมชนต่าง ๆ อย่างกว้างขวาง ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการสร้างงานและการจ้างงานในประเทศ ช่วยลดอัตราการว่างงานและเพิ่มรายได้ให้กับประชาชนและประเทศชาติ อย่างไรก็ตาม ธุรกิจเหล่านี้ต้องเผชิญกับความเสี่ยงที่หลากหลายซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการทำงานและความยั่งยืนของธุรกิจในระยะยาว (Phuanpoh, 2017)

โอกาสเกิดความเสี่ยงกับ SME ไทย และระดับความรุนแรงมีหลายรูปแบบ และหลายระดับการวิเคราะห์ความเสี่ยงจำเป็นต้องพิจารณาทั้งโอกาสเกิดความเสี่ยงและความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น สำหรับธุรกิจที่มีโอกาสเกิดความเสี่ยงสูง การบริหารจัดการความเสี่ยงที่ดีและการควบคุมความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพทั้งจากสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กรเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง โดยสภาพแวดล้อมภายในองค์กรเป็นสิ่งที่องค์กรสามารถควบคุมได้ ประกอบด้วย การเสริมสร้างการกำกับดูแลและวัฒนธรรมองค์กรที่ดี การวางแผนกลยุทธ์และกำหนดวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน การตั้งเป้าหมายการดำเนินงานที่สามารถวัดผลได้ การทบทวนและปรับปรุงกระบวนการทำงานอย่างสม่ำเสมอ และการจัดการสารสนเทศและการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ทั้งหมดนี้จะช่วยให้ธุรกิจสามารถปรับตัวตอบสนองต่อ

การเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า และผู้มีส่วนได้เสีย ส่งผลให้ธุรกิจสามารถเติบโตได้ในระยะยาว (Wijaya and Rahmayanti, 2023) ส่วนการจัดการความเสี่ยงจากสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรเป็นสิ่งที่องค์กรไม่สามารถควบคุมได้ แต่องค์กรที่ดีต้องมีการเตรียมแผนจัดการความเสี่ยงเพื่อรับมือกับสถานการณ์เปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นไม่ว่าจะเป็น ความเสี่ยงจากภาวะเศรษฐกิจซบเซา การเปลี่ยนแปลงทางกฎหมาย และสภาพการแข่งขันทางการตลาดที่รุนแรงมากขึ้นรวมถึงอุปสรรคจากภัยธรรมชาติ และสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป การบริหารจัดการความเสี่ยงทั้งสภาพแวดล้อมภายใน และภายนอกองค์กรที่มีประสิทธิภาพ เหมาะสมกับทั้งโอกาสและความรุนแรงที่เกิดขึ้นทำให้ภาคธุรกิจ SME ของไทยสามารถเผชิญความท้าทายที่เกิดขึ้น และสามารถปรับตัวได้ในระยะยาว ส่งผลให้ธุรกิจ SME ที่มีการวางแผนการจัดการความเสี่ยงเป็นอย่างดีสามารถพัฒนาองค์กรไปสู่องค์กรแห่งความยั่งยืน

การจัดการความเสี่ยงการกำกับดูแลและวัฒนธรรมองค์กร (Governance and Culture)

การกำกับดูแลและวัฒนธรรมองค์กรเป็นพื้นฐานสำคัญที่สนับสนุนการบริหารความเสี่ยงในองค์กร กรรมการบริษัทต้องเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการกำกับดูแลและวางกลยุทธ์ภายใต้หลักธรรมาภิบาลและต้องดำเนินการตามหน้าที่ความรับผิดชอบที่ชัดเจน ซึ่งจะช่วยให้การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ (Kanlathanphiset et al., 2022) ซึ่งการกำหนดโครงสร้างสายการบังคับบัญชาที่ชัดเจนและสนับสนุนวัฒนธรรมความเสี่ยงในองค์กรอย่างเป็นรูปธรรมเป็นการสร้างค่านิยมที่ดีและแสดงให้เห็นถึงความผูกพันและความมุ่งมั่นในค่านิยมหลักขององค์กร (Du, et al., 2024) การจัดการโครงสร้างสายการบังคับบัญชาที่ชัดเจนช่วยลดความไม่แน่นอนและเพิ่มความสามารถในการตอบสนองต่อปัจจัยภายนอก (Sumetheeprasit et al., (2013) ซึ่งการแบ่งความเสี่ยงเป็น 4 ประเภท คือ ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการ ความเสี่ยงด้านการเงิน และความเสี่ยงด้านเทคโนโลยี การปฏิบัติตามกฎเกณฑ์จะ ช่วยให้องค์กรสามารถบริหารจัดการความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การจูงใจ พัฒนา และรักษานักวิชาการที่มีความสามารถเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้องค์กรสามารถบริหารจัดการความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Sriviroj and Lusawad, 2016; Ammirato et al., 2023) โดยการบริหารความเสี่ยงที่ครอบคลุมและการเปลี่ยนแปลงจากการบริหารความเสี่ยงในรูปแบบเดิมไปสู่กรอบการบริหารความเสี่ยงระดับองค์กร (ERM) ช่วยให้องค์กรสามารถระบุและจัดการความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพ (COSO, 2017)

การจัดการความเสี่ยงด้านการกำหนดกลยุทธ์และวัตถุประสงค์ขององค์กร (Strategy and Objective Setting)

การกำหนดกลยุทธ์และวัตถุประสงค์ขององค์กรที่คำนึงถึงการจัดการความเสี่ยงอย่างครอบคลุมช่วยให้องค์กรสามารถรับมือกับสถานการณ์ไม่คาดฝัน ลดผลกระทบจากความเสียหาย และเติบโตอย่างยั่งยืน (Min and Yao, 2022) การบริหารความเสี่ยงระดับองค์กร (ERM) ตามที่ COSO (2017) แนะนำ ช่วยให้องค์กรมองเห็นและจัดการความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร เพิ่มโอกาสใหม่ ๆ และทำให้การจัดสรรทรัพยากรมีประสิทธิภาพ (Jing et al., 2023) การระบุความเสี่ยงด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น การวิเคราะห์ PESTLE, SWOT การระดมความคิด การสัมภาษณ์ และการประชุมเชิงปฏิบัติการ ช่วยให้การระบุและประเมินความเสี่ยงมีประสิทธิภาพ การประเมินความเสี่ยงโดยใช้เมทริกซ์ความเสี่ยงช่วยในการจัดอันดับและลำดับความสำคัญของความเสี่ยง (Min and Yao, 2022) ซึ่งเป็นพื้นฐานในการตัดสินใจเกี่ยวกับกลยุทธ์การบริหารความเสี่ยง ช่วยลดโอกาสและผลกระทบจากเหตุการณ์ความเสี่ยง การจัดการความเสี่ยงที่ครอบคลุมยังเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยการระบุและประเมินความเสี่ยงควรคำนึงถึง

วิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยมขององค์กร รวมถึงปัจจัยทั้งภายในและภายนอกที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินงาน (Casprini, Palumbo, and De Massis, 2024) วิกฤตโควิด-19 ซึ่งเพิ่มความเสี่ยงทางธุรกิจ ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการปรับธุรกิจสู่ยุคดิจิทัลและการใช้เทคโนโลยีอัจฉริยะเพื่อลดภัยคุกคามจากไวรัส (Wijaya and Rahmayanti, 2023) ทำให้การวางแผนอย่างเป็นระบบเป็นพื้นฐานของความสำเร็จในอนาคต

การจัดการความเสี่ยงด้านเป้าหมายของผลการดำเนินงาน (Performance Goals)

การระบุเป้าหมายและผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพและปลอดภัย เป็นกระบวนการสำคัญใน การบริหารจัดการความเสี่ยง (Risk Management) ขั้นตอนแรกคือการระบุความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อกลยุทธ์และวัตถุประสงค์ (Min and Yao, 2022; Casprini, Palumbo and De Massis, 2024) จากนั้นนำมาประเมินความรุนแรงและความน่าจะเป็นของความเสี่ยง เพื่อจัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยง (Falk and Hagsten, 2024) การจัดลำดับนี้ช่วยให้องค์กรสามารถจัดการทรัพยากรและเวลาตามลำดับความสำคัญของความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขั้นตอนต่อมา คือการระบุมাত্রการตอบสนองความเสี่ยงที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงบริบทขององค์กร เช่น วัฒนธรรมและทรัพยากรที่มีอยู่ รวมถึงการกำหนดระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ กลยุทธ์การตอบสนองประกอบด้วย การยอมรับ ลด แบ่งปัน และหลีกเลี่ยงความเสี่ยง (Braine, Kearnes, and Khan, 2024) การพัฒนาและประเมินการบริหารความเสี่ยงอย่างต่อเนื่องเป็นสิ่งสำคัญเพื่อสร้างความโปร่งใสและความเชื่อมั่นในองค์กร (COSO, 2017) และในขั้นตอนสุดท้ายคือ การนำกรอบการบริหารความเสี่ยงระดับองค์กร (ERM) มาใช้ช่วยยกระดับการจัดการความเสี่ยงให้เป็นระบบและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทำให้องค์กรมีความคล่องตัวในการจัดสรรทรัพยากรและสามารถเปิดโอกาสใหม่ ๆ ในการดำเนินงาน (da Silva Etges et al., 2018; Ayamga et al., 2024)

การจัดการความเสี่ยงด้านการทบทวนและการปรับปรุง (Review and Revision)

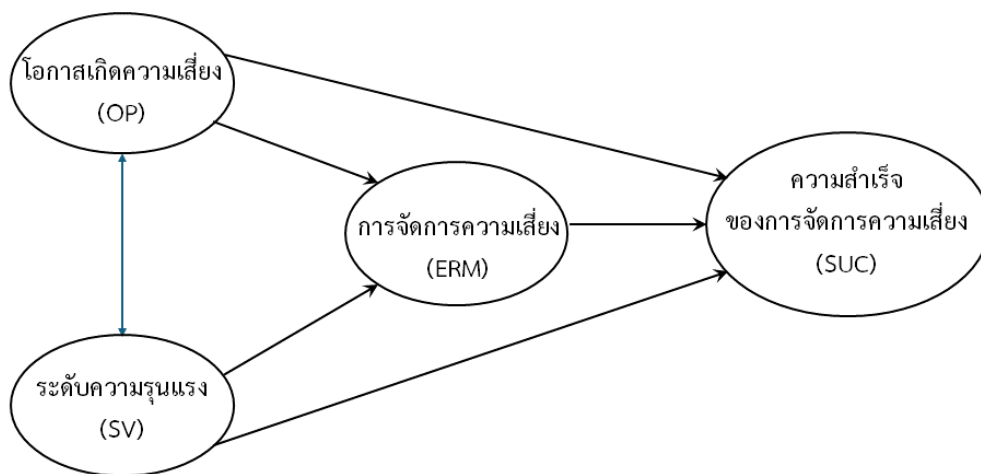
การจัดการความเสี่ยงด้านการทบทวนและการปรับปรุง มีบทบาทสำคัญในการเพิ่มความแข็งแกร่งและความยั่งยืนขององค์กร การประเมินการเปลี่ยนแปลงภายในและภายนอก เช่น การปรับโครงสร้างองค์กร การเปลี่ยนแปลงกฎหมายใหม่ หรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ ช่วยให้้องค์กรสามารถตอบสนองต่อความเสี่ยงได้อย่างทันท่วงที การสอบทานความเสี่ยงช่วยให้ผู้บริหารสามารถตัดสินใจเกี่ยวกับกลยุทธ์การบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ (Falk and Hagsten, 2024) การใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการระบุและวิเคราะห์เมทริกซ์ความเสี่ยงเพิ่มความแม่นยำและความรวดเร็วในการรับมือกับความเสี่ยง (COSO, 2017; Min and Yao, 2022; Casprini, Palumbo, and De Massis, 2024) นอกจากนี้ การใช้มาตรการเพื่อลดความเสี่ยงยังช่วยลดโอกาสและผลกระทบของเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด (Falk and Hagsten, 2024) การปรับเปลี่ยนไปสู่กรอบการบริหารความเสี่ยงระดับองค์กร (ERM) ช่วยให้การจัดการความเสี่ยงครอบคลุมและมีประสิทธิภาพมากขึ้น (COSO, 2017) การจัดการความเสี่ยงที่ดีช่วยเพิ่มมูลค่าองค์กร ทำให้สามารถปรับตัวและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ได้ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้เป็นการเสริมสร้างความยั่งยืนและความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในระยะยาว (Wijaya and Rahmayanti, 2023; Ayamga et al., 2024)

การจัดการความเสี่ยงด้านสารสนเทศ การสื่อสาร และการรายงาน (Information, Communication and Reporting)

การจัดการความเสี่ยงด้านสารสนเทศ การสื่อสาร และการรายงาน มีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างประสิทธิภาพการบริหารความเสี่ยงขององค์กร การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยในการระบุและวิเคราะห์ความเสี่ยง

โดยวิธีการการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (Min and Yao, 2022) ทำให้ข้อมูลที่ได้มีความสัมพันธ์โดยตรงกับวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ การประเมินความเสี่ยงเป็นขั้นตอนสำคัญในการตัดสินใจเกี่ยวกับกลยุทธ์การบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม (Falk and Hagsten, 2024) การสื่อสารข้อมูลเรื่องการบริหารความเสี่ยงอย่างชัดเจนและทั่วถึงช่วยส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่ให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยง (Casprini, Palumbo and De Massis, 2024) การรายงานความเสี่ยงและผลการบริหารความเสี่ยงตามลำดับขั้นและทั่วทั้งองค์กรช่วยให้ผู้บริหารและพนักงานได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและทันเวลา ทำให้สามารถตอบสนองต่อความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Braine, Kearnes, and Khan, 2024) การบริหารความเสี่ยงเป็นกลยุทธ์แบบไดนามิกและครอบคลุมที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ การตรวจสอบ และการจัดการความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ (da Silva Etges et al., 2018) การจัดการความเสี่ยงที่ดีช่วยเพิ่มมูลค่าองค์กรและปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงได้ดียิ่งขึ้น (Ayamga et al., 2024)

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของโอกาส และความรุนแรงของความเสี่ยงธุรกิจประเภทวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กับการจัดการความเสี่ยง และประสิทธิภาพของการจัดการความเสี่ยง ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1: กรอบแนวคิดการวิจัยความสัมพันธ์ของโอกาส และความรุนแรงของความเสี่ยงธุรกิจประเภทวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กับการจัดการความเสี่ยง และประสิทธิภาพของการจัดการความเสี่ยง

จากภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัยสามารถเขียนเป็นสมมติฐานการวิจัยได้ 5 ข้อดังนี้

สมมติฐานที่ 1 โอกาสเกิดความเสี่ยงมีอิทธิพลเชิงสาเหตุโดยตรงต่อระดับความรุนแรงของความเสี่ยง

สมมติฐานที่ 2 โอกาสเกิดความเสี่ยงมีอิทธิพลเชิงสาเหตุโดยตรงต่อการจัดการความเสี่ยง

สมมติฐานที่ 3 ระดับความรุนแรงของความเสี่ยงมีอิทธิพลเชิงสาเหตุโดยตรงต่อการจัดการความเสี่ยง

สมมติฐานที่ 4 โอกาสเกิดความเสี่ยงมีอิทธิพลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยตรงต่อความสำเร็จของการจัดการความเสี่ยง

สมมติฐานที่ 5 ระดับความรุนแรงของความเสี่ยงมีอิทธิพลเชิงสาเหตุโดยตรงต่อความสำเร็จของการจัดการความเสี่ยง

สมมติฐานที่ 6 การจัดการความเสี่ยงมีอิทธิพลเชิงสาเหตุโดยตรงต่อความสำเร็จของการจัดการความเสี่ยง

วิธีดำเนินการวิจัย

แบบแผนการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้ออกแบบโดยใช้วิธีวิทยาการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Methodology)

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคบริการ ในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล

ตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคบริการ ในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 367 คน ที่มีการดำเนินธุรกิจบริการมาไม่น้อยกว่า 3 ปี การกำหนดกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้สอดคล้องกับสถิติการวิจัยขั้นสูงคือการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) และการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) งานวิจัยนี้ใช้เกณฑ์ในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มตัวอย่างขนาด 10-20 เท่าของจำนวนตัวแปรสังเกตได้ โดยงานวิจัยนี้มีขนาดขนาดตัวอย่างเท่ากับ 367 คน

เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้จัดการองค์การ ผู้วิจัยแบ่งประเด็นคำถามออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ ตำแหน่งงาน รายได้ และประสบการณ์ในการทำงาน ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับของความเครียด แบบสอบถามเกี่ยวกับโอกาสและความรุนแรงของความเครียดที่มีต่อธุรกิจบริการ และแบบสอบถามเกี่ยวกับแนวทางการตอบสนองความเครียด และส่วนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการ SMEs ที่มีต่อการจัดการความเสี่ยงตามกรอบ COSO ERM โดยคำถามที่ใช้แบบมาตราส่วนประมาณค่าจะมี 5 ระดับในการประเมิน (1 หมายถึงระดับน้อยที่สุด, 5 หมายถึงระดับมากที่สุด)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามจากการวิจัยเอกสารและนำแบบสอบถามไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญพิจารณาตรวจสอบความถูกต้องและความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยหาดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) และปรับปรุงแบบสอบถามตามที่คุณวุฒิแนะนำ และนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มผู้จัดการองค์การธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 30 ตัวอย่าง เพื่อทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach, 1974) ถ้าค่าใกล้เคียง 1 แสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อมั่นสูง งานวิจัยนี้ได้ค่าเท่ากับ 0.97

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือสถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบหลักและองค์ประกอบย่อย และสถิติการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) สำหรับใช้ทดสอบสมมติฐาน เกณฑ์ในการวัดความกลมกลืนขององค์ประกอบทั้งหมด และคำนวณขนาดและอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของปัจจัยพิจารณาได้จากเงื่อนไข ค่า χ^2/df ต้องไม่เกิน 2 ค่า p-value ต้องไม่น้อยกว่า 0.05 ค่า CFI, GFI และ AGFI ต้องเข้าใกล้ 1 โดยไม่ควรน้อยกว่า 0.95 และค่า RMSEA ต้องเข้าใกล้ศูนย์ โดยมีค่าไม่เกิน 0.05 (Wanitbantha, 2014)

ผลการวิจัย

1. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของโอกาส และความรุนแรงของความเสี่ยงธุรกิจประเภทวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กับการจัดการความเสี่ยง และประสิทธิภาพของการจัดการความเสี่ยง โดยการทดสอบ ทั้งตัวแปรอิสระ ตัวแปรแทรก และตัวแปรผล เพื่อดูอิทธิพลของ โอกาสเกิดความเสี่ยง และความรุนแรงของความเสี่ยงนั้น มีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงหรือไม่ และมีผลในทิศทางใด มาน้อยเพียงใด รวมถึงศึกษาว่า การจัดการความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการความเสี่ยงหรือไม่ และมีอิทธิพลมากน้อยเพียงใด โดยผลการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์สามารถสรุปผลได้ ดังรายละเอียดตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ตารางสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่	รายละเอียด	ค่าความสัมพันธ์	ผลการทดสอบ
1	โอกาสเกิดความเสี่ยงและความรุนแรงของความเสี่ยงมีอิทธิพลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยตรงต่อกัน	0.780*	ยอมรับสมมติฐาน
2	โอกาสเกิดความเสี่ยงมีอิทธิพลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยตรงต่อการจัดการความเสี่ยง	-0.572*	ยอมรับสมมติฐาน
3	ระดับความรุนแรงของความเสี่ยง มีอิทธิพลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยตรงต่อการจัดการความเสี่ยง	0.380*	ยอมรับสมมติฐาน
4	โอกาสเกิดความเสี่ยงมีอิทธิพลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยตรงต่อประสิทธิภาพของการจัดการความเสี่ยง	0.229*	ยอมรับสมมติฐาน
5	ระดับความรุนแรงของความเสี่ยงมีอิทธิพลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยตรงต่อประสิทธิภาพของการจัดการความเสี่ยง	-0.186*	ยอมรับสมมติฐาน
6	การจัดการความเสี่ยงมีอิทธิพลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยตรงต่อความสำเร็จของการจัดการความเสี่ยง	0.712*	ยอมรับสมมติฐาน

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สรุปผลการศึกษา โมเดลความสัมพันธ์ของโอกาส และความรุนแรงของความเสี่ยงธุรกิจประเภทวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กับการจัดการความเสี่ยง และประสิทธิภาพของการจัดการความเสี่ยง ด้วยวิธีวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) สัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ ตัวแปรแทรก และตัวแปรผล พบว่า ผลโดยภาพรวมมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากค่า CFI GFI NFI ที่ได้จากการทดสอบมีค่าเข้าใกล้ 1 ทุกตัวแปร และค่า p-value มีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังค่าตารางที่ 2 แสดงดังนี้

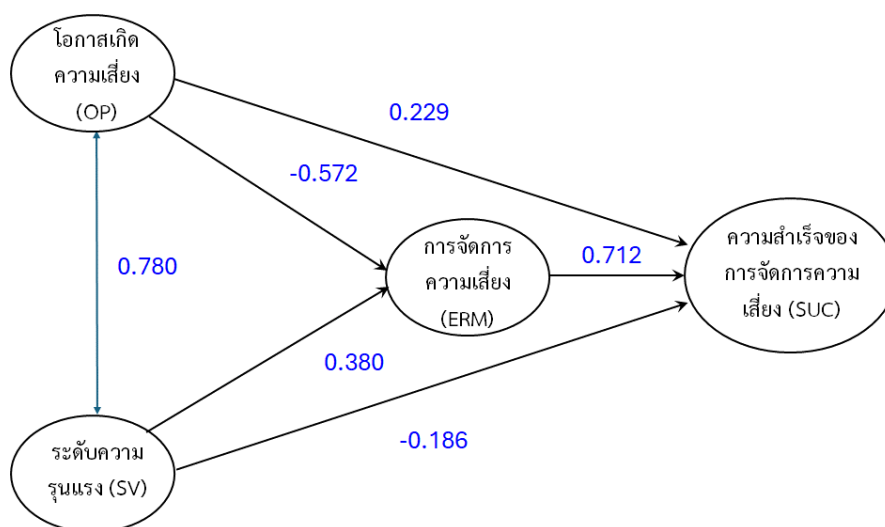
ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์ของโอกาส และความรุนแรงของความเสี่ยงธุรกิจประเภทวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กับการจัดการความเสี่ยง และประสิทธิภาพของการจัดการความเสี่ยง เพื่อความยั่งยืนองค์กร กรณีศึกษา ภาคบริการในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

(n=367)

รายการ	เกณฑ์	ค่าที่คำนวณได้	ผลการพิจารณา
χ^2	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05	108.424	-
Df	-	87	-
p-value	P>0.05	0.06	ผ่านเกณฑ์
χ^2/df	$\chi^2/df < 2$	1.246	ผ่านเกณฑ์
CFI	ค่าเข้าใกล้ 1.0	0.980	ผ่านเกณฑ์
GFI	ค่าเข้าใกล้ 1.0	0.932	ผ่านเกณฑ์
NFI	ค่าเข้าใกล้ 1.0	0.965	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	ค่าเข้าใกล้ 0.0	0.059	ผ่านเกณฑ์
RMR	ค่าน้อยกว่า 0.50	0.074	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 1 เมื่อพิจารณาดัชนีทั้ง 9 ตัว พบว่าดัชนีทุกตัว หลังปรับโมเดลมีค่าผ่านเกณฑ์ทุกตัว ดังที่ได้แสดงไว้ในตารางซึ่งประกอบด้วย ค่า p-value ต้องมีค่ามากกว่า 0.05 ส่วนดัชนีกลุ่มที่ กำหนดไว้ประกอบด้วยค่า CFI GFI และ NFI ต้องมีค่าระดับมากกว่าหรือเท่ากับ 0.95 และเข้าใกล้ 1.00 โดยทุกตัวมีค่าผ่านเกณฑ์ ส่วนดัชนี RMSEA และ RMR มีค่าผ่านเกณฑ์ โดยมีค่าเข้าใกล้ 0.00 และ น้อยกว่า .05 ตามลำดับ

รูปภาพแสดงผลการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์ของโอกาส และความรุนแรงของความเสี่ยงธุรกิจประเภทวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กับการจัดการความเสี่ยง และประสิทธิภาพของการจัดการความเสี่ยง ด้วยวิธีการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) ได้ผลลัพธ์ค่าอิทธิพลทางตรง และทางอ้อมของโมเดลที่ปรับแล้ว แสดงรายละเอียดดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 : ผลลัพธ์ค่าอิทธิพลทางตรง และทางอ้อมของโมเดลที่ปรับแล้วตามวัตถุประสงค์ที่ 1

จากภาพที่ 3 ผลการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์ของโอกาส และความรุนแรงของความเสี่ยงธุรกิจประเภทวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กับการจัดการความเสี่ยง และประสิทธิภาพของการจัดการความเสี่ยง เพื่อความยั่งยืนองค์กร กรณีศึกษา ภาคบริการในเขตกรุงเทพและปริมณฑล พบว่า การจัดการความเสี่ยง ได้รับอิทธิพลจากโอกาสเกิดความเสี่ยงในทิศทางตรงกันข้าม (-0.572) ในขณะที่ระดับความรุนแรงมีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในทิศทางเดียวกัน 0.380 โดยประสิทธิภาพการจัดการความเสี่ยง ได้รับอิทธิพลจากโอกาสเกิดความเสี่ยงในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าเท่ากับ 0.229 แต่ในขณะที่ระดับความรุนแรงจะมีผลต่อความสำเร็จของการจัดการความเสี่ยงในทิศทางตรงกันข้าม (-0.186) อย่างไรก็ตามประสิทธิภาพการจัดการความเสี่ยง ได้รับอิทธิพลจากการจัดการความเสี่ยงในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าเท่ากับ 0.712 แสดงให้เห็นว่า แนวทางการจัดการความเสี่ยงจะส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการความเสี่ยงให้กับธุรกิจประเภทวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2. ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพของธุรกิจประเภทวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อความยั่งยืนองค์กร กรณีศึกษา ภาคบริการในเขตกรุงเทพและปริมณฑล โดยการทดสอบ ทั้งตัวแปรอิสระ ตัวแปรแทรก และตัวแปรผล โดยจากการวิเคราะห์ทดสอบโมเดลความสัมพันธ์ของโอกาส และความรุนแรงของความเสียหายธุรกิจประเภทวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กับการจัดการความเสี่ยง และประสิทธิภาพของการจัดการความเสี่ยง จากผลการศึกษาวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า การจัดการความเสี่ยงมีอิทธิพลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยตรงต่อความสำเร็จของการจัดการความเสี่ยง

ดังนั้น ในวัตถุประสงค์ที่ 2 ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์โมเดลเพื่อศึกษาองค์ประกอบหลัก และองค์ประกอบย่อยในการบริหารความเสี่ยงเพื่อลดโอกาส และความรุนแรงที่เกิดขึ้นกับองค์กร ด้วยการบริหารจัดการความเสี่ยงทั้ง 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการกำกับดูแลและวัฒนธรรมองค์กร (Governance and Culture: CUL) ด้านการกำหนดกลยุทธ์และวัตถุประสงค์ขององค์กร (Strategy and Objective Setting: OBJ) ด้านเป้าหมายของผลการดำเนินงาน (Performance Goals: GOA) ด้านการทบทวนและการปรับปรุง (Review and Revision: REV) และด้านสารสนเทศ การสื่อสาร และการรายงาน (Information, Communication and Reporting: COM) เพื่อสร้างแนวทางการจัดการความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ และศึกษาผลลัพธ์ว่าการจัดการความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพนั้นจะส่งผลต่อความสำเร็จส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการความเสี่ยงทั้ง 3 ด้าน มากน้อยเพียงใด ประกอบด้วย ด้านระบุวัตถุประสงค์ และกำหนดเป้าหมาย (SUC1) ด้านการวางแผนและบริหารจัดการ (SUC2) และด้านรายงาน และติดตามผลลัพธ์ (SUC3) ด้วยการวิเคราะห์วิเคราะห์สมการโครงสร้าง โดยมีผลลัพธ์ดังตารางที่ 3

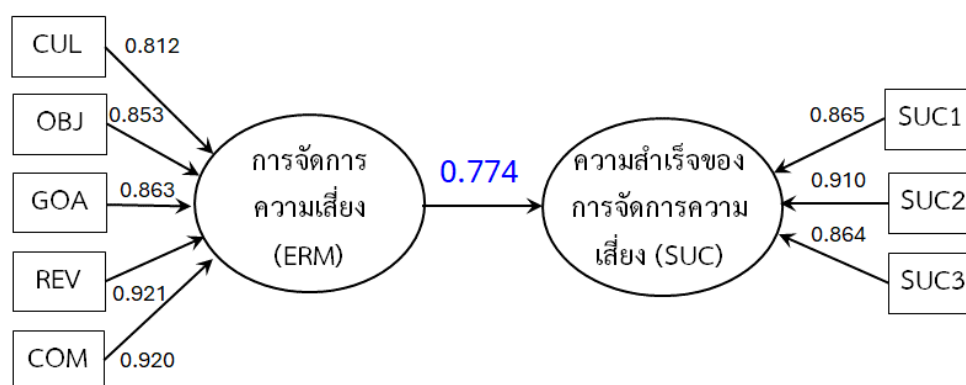
ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบ แนวทางการพัฒนาการจัดการความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพของธุรกิจประเภทวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อความยั่งยืนองค์กร กรณีศึกษาภาคบริการในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

(n=367)

รายการ	เกณฑ์	ค่าที่คำนวณได้	ผลการพิจารณา
χ^2	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05	21.764	-
Df	-	14	-
p-value	P>0.05	0.08	ผ่านเกณฑ์
χ^2/df	$\chi^2/df < 2$	1.246	ผ่านเกณฑ์
CFI	ค่าเข้าใกล้ 1.0	0.997	ผ่านเกณฑ์
GFI	ค่าเข้าใกล้ 1.0	.985	ผ่านเกณฑ์
NFI	ค่าเข้าใกล้ 1.0	.992	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	ค่าเข้าใกล้ 0.0	0.039	ผ่านเกณฑ์
RMR	ค่าน้อยกว่า 0.50	0.018	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 3 เมื่อพิจารณาดัชนีทั้ง 9 ตัว พบว่าดัชนีทุกตัว หลังปรับโมเดลมีค่าผ่านเกณฑ์ทุกตัว ดังที่ได้แสดงไว้ในตารางซึ่งประกอบด้วย ค่า p-value ต้องมีค่ามากกว่า 0.05 ส่วนดัชนีกลุ่มที่ กำหนดไว้ประกอบด้วยค่า CFI GFI และ NFI ต้องมีค่าระดับมากกว่าหรือเท่ากับ 0.95 และเข้าใกล้ 1.00 โดยทุกตัวมีค่าผ่านเกณฑ์ ส่วนดัชนี RMSEA และ RMR มีค่าผ่านเกณฑ์ โดยมีค่าเข้าใกล้ 0.00 และ น้อยกว่า .05 ตามลำดับ

แผนภาพแสดงผลการวิเคราะห์โมเดลปัจจัยการจัดการความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพของ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อความยั่งยืนองค์กร ด้วยวิธีการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling : SEM) ได้ผลลัพธ์ค่าอิทธิพลทางตรงของโมเดลที่ปรับแล้ว แสดงรายละเอียด ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 ผลลัพธ์ค่าอิทธิพลทางตรงของโมเดลที่ปรับแล้วตามวัตถุประสงค์ที่ 2

จากภาพที่ 4 เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยง และประสิทธิภาพของการจัดการความเสี่ยง ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการความเสี่ยง และประสิทธิภาพของการจัดการความเสี่ยง พบว่า การจัดการความเสี่ยง มีรับอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดการความเสี่ยง โดยมีค่าเท่ากับ 0.77 ซึ่งเมื่อพิจารณาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยงพบว่า ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญที่สุดคือ การทบทวนและการปรับปรุงการดำเนินงาน โดยมีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.921 และค่ารองลงมาคือ การจัดการข้อมูลสารสนเทศ โดยมีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.92 และในลำดับต่อมาคือ เป้าหมายผลการดำเนินงาน และการกำหนดกลยุทธ์และวัตถุประสงค์ขององค์กร มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.863 และ 0.853 และในปัจจัยมีค่าน้ำหนักที่ส่งผลกระทบต่อจัดการความเสี่ยงที่น้อยที่สุดคือ วัฒนธรรมองค์กร มีค่าน้ำหนัก 0.812 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาด้านปัจจัยผลลัพธ์ที่มีต่อประสิทธิภาพการจัดการความเสี่ยงพบว่า พบว่า ปัจจัยผลลัพธ์จากประสิทธิภาพการจัดการความเสี่ยง ที่มีค่ามากที่สุดคือ การจัดทำแผน และการประเมินความเสี่ยงมีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.91 และลำดับต่อมาคือ การระบุวัตถุประสงค์ความเสี่ยง โดยมีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.865 และค่าที่น้อยที่สุดคือ การรายงานและติดตามผล มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.81 ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ผลลัพท์วัตถุประสงค์ที่ 1 ด้วยการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์ของโอกาส และความรุนแรงของความเสี่ยงธุรกิจประเภทวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กับการจัดการความเสี่ยง และประสิทธิภาพของการจัดการความเสี่ยง กรณีศึกษา ภาคบริการในเขตกรุงเทพและปริมณฑลเพื่อความยั่งยืนองค์กร พบว่า การจัดการความเสี่ยงได้รับอิทธิพลจากโอกาสเกิดความเสี่ยงในทิศทางตรงกันข้าม เนื่องจากผู้ประกอบการมองว่า โอกาสที่เกิดความเสี่ยงที่สูงนั้น ส่งผลให้ได้ผลตอบแทนที่สูงเช่นกัน การเผชิญกับสถานการณ์ดังกล่าวในองค์กร ถือว่าเป็นการใช้ทรัพยากรที่คุ้มค่า เมื่อเทียบกับ โอกาสเกิดความเสี่ยงที่ต่ำและได้ผลตอบแทนที่ต่ำลงไปด้วย ดังนั้นผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจภาคบริการของไทยจึงพร้อมเผชิญความเสี่ยงจากโอกาสและความท้าทายใหม่ ๆ เพื่อให้ได้ผลตอบแทนที่คุ้มค่า ถึงแม้ว่าผู้ประกอบการไม่สามารถควบคุมความเสี่ยงนั้นได้ก็ตาม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Sakakorn, Henchokchaiyachana, and Srijanphet (2014) ในขณะที่ประสิทธิภาพการจัดการความเสี่ยงได้รับอิทธิพลจากโอกาสเกิดความเสี่ยงในทิศทางเดียวกัน เนื่องโอกาสเกิดความเสี่ยงที่สูงธุรกิจ SMEs นั้น จะช่วยให้ผู้ประกอบการอยู่เหนือคู่แข่งและกลายเป็นผู้นำทางการตลาดได้ ทำให้โอกาสที่เกิดความเสี่ยงที่สูงผลลัพธ์ความสำเร็จจากการจัดการความเสี่ยงจึงสูงตามไปด้วย

ระดับความรุนแรงของความเสี่ยงมีอิทธิพลต่อการจัดการความเสี่ยงในทิศทางเดียวกัน โดยความรุนแรงของความเสี่ยงเป็นสิ่งสำคัญที่องค์กรต้องใส่ใจ เนื่องจากถ้าเกิดผลกระทบด้านความรุนแรงอาจทำให้ธุรกิจต้องเผชิญกับวิกฤต (Sakakorn, Henchokchaiyachana, and Srijanphet, 2014) ในขณะที่ประสิทธิภาพการจัดการความเสี่ยงได้รับอิทธิพลจากความรุนแรงของความเสี่ยงในทิศทางตรงกันข้ามกัน โดยพบว่าภาคธุรกิจ SMEs ของผู้ประกอบการไทยนั้น มีเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการจัดการความรุนแรงจากความเสี่ยงที่ไม่ดีเท่าที่ควร ส่งผลให้ความสำเร็จในการจัดการความเสี่ยงที่ต่ำเมื่อเทียบกับความเตรียมพร้อมในการจัดการความเสี่ยงจากสถานการณ์ที่รุนแรงที่เกิดขึ้น เพราะความรุนแรงของความเสี่ยงที่เกิดขึ้น มักเกิดจากผลกระทบที่ไม่สามารถควบคุมหรือคาดการณ์ได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Wijaya and Rahmayanti (2023)

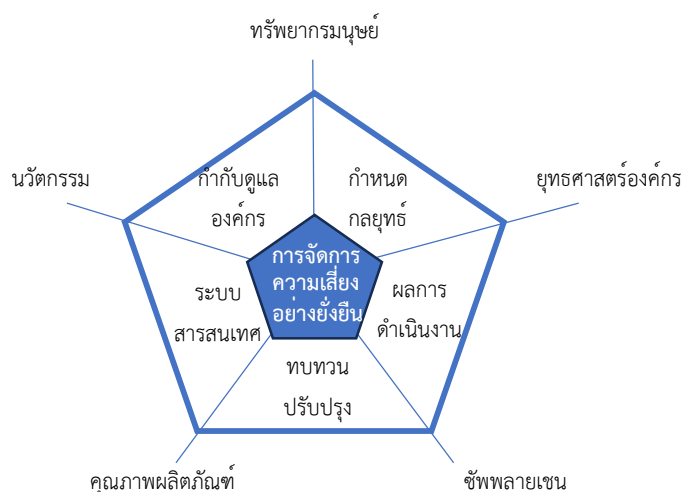
จากการวิเคราะห์ผลวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า การจัดการความเสี่ยงและประสิทธิภาพในการบริหารความเสี่ยง โดยการจัดการความเสี่ยงเพื่อลดโอกาสเกิดความเสี่ยงและลดความรุนแรงจากความเสี่ยงที่เกิดขึ้นนั้น ถือเป็นกระบวนการสำคัญที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการบริหารจัดการองค์กร โดยการจัดการความเสี่ยงด้านการกำกับดูแล และวัฒนธรรมองค์กรถือเป็นพื้นฐานสำคัญที่สนับสนุนการบริหารความเสี่ยง โดยกรรมการบริษัทมีบทบาทสำคัญในการกำกับดูแลและวางกลยุทธ์ภายใต้หลักธรรมาภิบาล ซึ่งช่วยให้การบริหารงานบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ นอกจากนี้ ยังต้องมีการกำหนดโครงสร้างสายการบังคับบัญชาที่ชัดเจนและสนับสนุนวัฒนธรรมความเสี่ยงในองค์กรอย่างเป็นรูปธรรม การสร้างค่านิยมที่ดีและแสดงให้เห็นถึงความผูกพันและความมุ่งมั่นในค่านิยมหลักขององค์กรช่วยเสริมสร้างความสามารถในการตอบสนองต่อปัจจัยภายนอกได้ดีขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ (Sumetheeprasit et al., 2013; Ammirato et al., 2023)

ในขณะที่การจัดการความเสี่ยงด้านการกำหนดกลยุทธ์และวัตถุประสงค์ขององค์กร ที่คำนึงถึงการจัดการความเสี่ยงอย่างครอบคลุมช่วยให้องค์กรสามารถรับมือกับสถานการณ์ไม่คาดฝัน ลดผลกระทบจากความเสี่ยง และเติบโตอย่างยั่งยืน การบริหารความเสี่ยงระดับองค์กร (ERM) ช่วยให้องค์กรมองเห็นและจัดการความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กรเพิ่มโอกาสใหม่ ๆ และทำให้การจัดสรรทรัพยากรมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับแนวคิดของ (COSO, 2017; Casprini, Palumbo and De Massis, 2024) และการจัดการความเสี่ยงด้านเป้าหมายผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพและปลอดภัย เป็นกระบวนการสำคัญในการบริหารจัดการความเสี่ยง การระบุและประเมินความเสี่ยงช่วยให้องค์กรสามารถจัดการทรัพยากรและเวลาตามลำดับความสำคัญของความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับแนวคิดของ (Braine, Kearnes and Khan, 2024; Falk and Hagsten, 2024) อีกทั้งการจัดการความเสี่ยงด้านการทบทวนและการปรับปรุงการดำเนินงานมีบทบาทสำคัญในการเพิ่มความแข็งแกร่งและความยั่งยืนขององค์กร การประเมินการเปลี่ยนแปลงภายในและภายนอกช่วยให้องค์กรสามารถตอบสนองต่อความเสี่ยงได้อย่างทันท่วงที การสอบทานความเสี่ยงช่วยให้ผู้บริหารสามารถตัดสินใจเกี่ยวกับกลยุทธ์การบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับแนวคิดของ ของ (Min and Yao, 2022; Falk and Hagsten, 2024; Casprini, Palumbo and De Massis, 2024) รวมถึงการจัดการความเสี่ยงด้านสารสนเทศ การสื่อสาร และการรายงาน โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดการความเสี่ยงนั้น ถือเป็นการช่วยในการระบุและวิเคราะห์ความเสี่ยง การสื่อสารข้อมูลเรื่องการบริหารความเสี่ยงอย่างชัดเจนและทั่วถึงช่วยเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่ให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยง การรายงานความเสี่ยงและผลการบริหารความเสี่ยงช่วยให้ผู้บริหารและพนักงานได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและทันเวลา ทำให้สามารถตอบสนองต่อความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับแนวคิดของ ของ (Min and Yao, 2022; Braine, Kearnes and Khan, 2024)

การจัดการความเสี่ยงที่ครอบคลุมทุกด้านช่วยให้องค์กรสามารถบริหารความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเสริมสร้างความยั่งยืนในระยะยาว (da Silva Etges et al., 2018; Wijaya and Rahmayanti, 2023; Ayamga et al., 2024) และนำมาสู่ผลลัพธ์ที่ดีในการจัดการความเสี่ยงทั้งในด้านการจัดทำแผนและการประเมินความเสี่ยง โดยการจัดทำแผนการบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพและการประเมินความเสี่ยงอย่างต่อเนื่องช่วยให้องค์กรสามารถรับมือกับสถานการณ์ไม่คาดฝันได้ดีขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ COSO (2017) และด้านการระบุวัตถุประสงค์ที่มีประสิทธิภาพ ที่ชัดเจนช่วยให้องค์กรสามารถบริหารความเสี่ยงได้อย่างเหมาะสมและตรงกับความต้องการของ

ผู้บริหาร สอดคล้องกับแนวคิดของ GAO (2014) การบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบจะมีส่วนช่วยให้ผู้บริหารสามารถรับข้อมูลที่ถูกต้องและทันท่วงที เพื่อการตัดสินใจที่เหมาะสมและทันต่อเวลา

โดยจากการอภิปรายผลดังกล่าวข้างต้น พบว่าการจัดการความเสี่ยงถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน เนื่องจากช่วยให้องค์กรสามารถระบุ วิเคราะห์ และตอบสนองต่อปัจจัยที่อาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม การบริหารความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพไม่เพียงช่วยป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้น แต่ยังเป็นการสร้างโอกาสใหม่ ๆ อีกทั้งยังสามารถช่วยลดการแข่งขันและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันขององค์กร ในหลาย ๆ ด้าน ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 5: ตัวแบบการจัดการความเสี่ยงอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด

1. การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ (Product Quality Development) มีการจัดการความเสี่ยง ด้วยการตรวจสอบ และควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์อย่างเข้มงวด รวมถึงการลงทุนในเทคโนโลยีและกระบวนการผลิตที่ทันสมัย ถือเป็น การช่วยลดปัญหาการเรียกคืนผลิตภัณฑ์ เพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า และสร้างความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ ทำให้ องค์กรมีความได้เปรียบในการแข่งขัน (da Silva Etges et al., 2018; Braine, Kearnes and Khan, 2024)

2. การพัฒนานวัตกรรม (Innovation Development) มีการจัดการความเสี่ยงการปกป้องทรัพย์สินทาง ปัญญาและการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ การมีทรัพยากรและความเชี่ยวชาญในการพัฒนานวัตกรรม ถือเป็นการลด โอกาสการล้มเหลวของโครงการนวัตกรรม เพิ่มโอกาสในการสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีความแตกต่างและเป็น เอกสิทธิ์ ทำให้องค์กรสามารถแข่งขันได้ดีขึ้น (Casprini, Palumbo and De Massis, 2024); Falk and Hagsten, 2024)

3. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) มีการจัดการความเสี่ยงการฝึกอบรม และพัฒนาทักษะใหม่ ๆ ให้กับพนักงาน การสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมการเรียนรู้และนวัตกรรม ถือเป็นการช่วย ให้มีบุคลากรที่มีความสามารถ พร้อมตอบสนองต่อความต้องการทางธุรกิจ (Avakiat and Prawatrunguang, 2017) และการรักษาบุคลากรที่มีความสามารถจะมีส่วนสำคัญในการช่วยเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขัน (Ammirato et al., 2023)

4. การพัฒนาซัพพลายเชน (Supply Chain Development) มีการจัดการความเสี่ยงการพัฒนาความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งกับซัพพลายเออร์ การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีประสิทธิภาพ ถือเป็นการลดปัญหาการขาดแคลนวัสดุหรือชิ้นส่วนที่สำคัญ ทำให้องค์กรสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาด

ได้อย่างต่อเนื่องและยืดหยุ่น (Min and Yao, 2022)

5. การพัฒนายุทธศาสตร์องค์กร (Strategic Development) มีการจัดการความเสี่ยงการพัฒนายุทธศาสตร์ที่ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดและการเติบโตในระยะยาว การติดตามและปรับปรุงแผนยุทธศาสตร์อย่างต่อเนื่อง ถือเป็นการลดโอกาสจากการวางแผนยุทธศาสตร์ที่ไม่เหมาะสมหรือไม่สามารถปฏิบัติได้จริง ทำให้องค์กรสามารถแข่งขันในตลาดและเติบโตได้อย่างยั่งยืน (Ayamga et al., 2024)

โดยจะเห็นได้ว่าการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ การพัฒนานวัตกรรม การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาซัพพลายเชน และการพัฒนายุทธศาสตร์องค์กร ล้วนต้องมีการจัดการความเสี่ยงที่เป็นระบบและมีประสิทธิภาพ ในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ มีการตรวจสอบและควบคุมคุณภาพอย่างเข้มงวด ลดปัญหาการเรียกคืนผลิตภัณฑ์ และเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า โดยมีการกำกับดูแลและวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมคุณภาพและความปลอดภัย ในการพัฒนานวัตกรรม มีการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาและนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ ลดโอกาสการล้มเหลวของโครงการนวัตกรรม ด้วยการกำหนดกลยุทธ์และวัตถุประสงค์ขององค์กรที่ชัดเจนและครอบคลุม การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เน้นการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะใหม่ ๆ ให้กับพนักงาน สร้างบุคลากรที่มีความสามารถ พร้อมตอบสนองต่อเป้าหมายผลการดำเนินงานที่ถูกประเมินและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง การพัฒนาซัพพลายเชนเน้นการพัฒนาความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งกับซัพพลายเออร์และลูกค้า และมีการทบทวนและปรับปรุงกระบวนการทำงานอย่างสม่ำเสมอ การพัฒนายุทธศาสตร์องค์กร การปรับปรุงแผนยุทธศาสตร์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถแข่งขันและเติบโตได้อย่างยั่งยืน การใช้สารสนเทศ การสื่อสาร และการรายงานที่มีประสิทธิภาพช่วยให้ผู้บริหารสามารถตัดสินใจได้อย่างเหมาะสมและทันเวลา สร้างความโปร่งใสในการดำเนินงานและเสริมสร้างความเชื่อมั่นในองค์กร (COSO, 2017; Casprini, Palumbo and De Massis, 2024)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยและภาคธุรกิจ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ในการจัดการความเสี่ยง และนำความรู้ที่ได้ไปใช้ปรับปรุงกระบวนการทำงาน

1.2 การพัฒนาองค์ความรู้ด้านวิจัย สนับสนุนการพัฒนาองค์ความรู้ด้านวิจัยด้านการจัดการความเสี่ยง โดยจัดทำฐานข้อมูลและแพลตฟอร์มการแบ่งปันข้อมูลการวิจัย เพื่อให้นักวิจัยและนักศึกษาเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย และสามารถนำข้อมูลเหล่านั้นไปใช้ในการพัฒนางานวิจัยต่อไป

1.3 การเผยแพร่องค์ความรู้ จัดทำและเผยแพร่รายงานวิจัย บทความทางวิชาการ และคู่มือการจัดการความเสี่ยงในธุรกิจ SMEs เพื่อให้องค์กรและบุคลากรต่าง ๆ สามารถนำความรู้ไปปรับใช้ในการปฏิบัติงานได้

1.4 สนับสนุนการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะใหม่ จัดทำโครงการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะใหม่ ๆ สำหรับพนักงานในธุรกิจ SMEs โดยเน้นการพัฒนาความสามารถในการบริหารความเสี่ยงและการตอบสนองต่อสถานการณ์ไม่คาดฝัน

1.5 พัฒนามาตรฐานและแนวปฏิบัติ จัดทำมาตรฐานและแนวปฏิบัติในการจัดการความเสี่ยงสำหรับธุรกิจ SMEs เพื่อให้ธุรกิจมีแนวทางการปฏิบัติที่ชัดเจนและสามารถนำไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.6 การกำกับดูแลและวัฒนธรรมองค์กร สร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นความสำคัญของการบริหารความเสี่ยง โดยให้ผู้บริหารมีบทบาทในการกำกับดูแลและวางกลยุทธ์ภายใต้หลักธรรมาภิบาล

1.7 การจัดการความเสี่ยงอย่างยั่งยืน พัฒนากลยุทธ์การจัดการความเสี่ยงที่ยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับบทบาทของเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการจัดการความเสี่ยง และศึกษาผลกระทบของการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะใหม่ ๆ ต่อความสามารถในการจัดการความเสี่ยงของพนักงานและผู้บริหารในธุรกิจ SMEs

2.2 การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการความเสี่ยงและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ SMEs และวิจัยแนวทางในการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันผ่านการจัดการความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ

2.3 ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการนำหลักธรรมาภิบาลมาใช้ในการจัดการความเสี่ยง โดยวิเคราะห์ผลกระทบของการใช้หลักธรรมาภิบาลต่อการบริหารความเสี่ยงและการเติบโตขององค์กร

เอกสารอ้างอิง

- Ammirato, S., Felicetti, A. M., Linzalone, R., Corvello, V., and Kumar, S. (2023). Still our most important asset: A systematic review on human resource management in the midst of the fourth industrial revolution. *Journal of Innovation & Knowledge*, 8(3), 100403.
- Avakiat, S. and Prawatrungruang, S. (2017). Risk Management Related to the Performance of Small and Medium Enterprises in Pathumthani Province. *Journal of Social Innovation and Lifelong Learning*, 11(4), 48-62. (in Thai)
- Ayamga, M., Annosi, M.C., Kassahun, A., Dolfisma, W. and Tekinerdogan, B. (2024). Adaptive organizational responses to varied types of failures: Empirical insights from technology providers in Ghana. *Technovation*, 129(2024), 102887.
- Braine, M. F., Kearnes, M., and Khan, S. J. (2024). Quality and risk management frameworks for biosolids: An assessment of current international practice. *The Science of the total environment*, 915, 169953.

- Casprini, E., Palumbo, I. and De Massis, A. (2024). Untangling the yarn: A contextualization of human resource management to the family firm setting. *Journal of Family Business Strategy*, 15(2024), 100621.
- COSO. (2017). *Enterprise risk management: Integrating with strategy and performance (Executive Summary)*. Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO).
- da Silva Etges, A. P. B., Grenon, V., de Souza, J. S., Kliemann Neto, F. J., and Felix, E. A. (2018). ERM for Health Care Organizations: An Economic Enterprise Risk Management Innovation Program (E2RMhealth care). *Value in health regional issues*, 17, 102–108.
- Du, Q., Sun, Z., Goodell, J. W., Du, A. M., and Yang, T. (2024). Ecological risk and corporate sustainability: Examining ESG performance, risk management, and productivity. *International Review of Financial Analysis*, 96, 103551.
- Falk, M. T., and Hagsten, E. (2024). Probability and severity of climate change threats to natural world heritage sites vary across site specifics and over time. *The Science of the total environment*, 946, 174291.
- Jing, X., Yongchun, Y., Yongjiao, Z. and Shan, M. (2023). ‘Partly’ globalized networks and driving mechanism in resource-based state-owned enterprises: A case study of J Group. *Geography and Sustainability*, 5(3), 77 – 88.
- Kanlathanphiset, O., Amuayrat, S., Buranachart, S. and Gunma, N. (2022). Components and Guidelines Risk Management of Schools under the Foundation of the Church of Christ in Thailand. *Rajapark Journal*, 16(45), 141-154. (in Thai)
- Kato, M., and Charoenrat, T. (2018). Business continuity management of small and medium sized enterprises: Evidence from Thailand. *International journal of disaster risk reduction*, 27, 577-587.
- Min, H. and Yao, N. (2022). Hazard identification, risk assessment and management of industrial system: Process safety in mining industry. *Safety Science*, 154(2022), 105863.
- Nokthaicharoen, R., Prakthayanon, S., Kumboon, B. and Karawek, S. (2023). Model management for the growth of cosmetic products business in Thailand. *Journal of Liberal Arts and Service Industry*, 6(1), 246-257. (in Thai)
- Office of Small and Medium Enterprises Promotion. (2023). *Data of SMEs Business*. [Online]. Retrieved December 27, 2023, from: <https://en.sme.go.th/th/page.php?modulekey=469>
- Phuanpoh, Y. (2017). Risk Management in Small and Medium Enterprises. *Journal of Management Science Review*, 21(1), 191–200. (in Thai)

- Reokarn, T., Thipsri, N., Techapunratanakul, N. and Srivichai M. (2023) The Influence of Business Operational Factors on the Growth of SMEs in Chiangrai Province. *Journal of Management and Marketing*, 10(2), 74-94. (in Thai)
- Sakakorn, J., Henchokchaiyachana, N., and Srijanphet, S. (2014). *Internal control and internal audit*. Bangkok: TPN Place. (in Thai)
- Schulte, J. and Knuts, S. (2018). Sustainability impact and effects analysis - A risk management tool for sustainable product development. *Sustainable Production and Consumption*, 30(3), 737–751.
- Sumetheeprasit, C. et al. (2013). *Professional risk management*. Bangkok: McGraw Hill. (in Thai)
- U.S. Government Accountability Office. (2014). *Standards for internal control in the federal government (The Green Book)*. U.S. Government Accountability Office.
- Vanich Bancha, K. (2021). *Statistics for research*. 13th ed. Bangkok: Press Publishing. (in Thai)
- Wanitbancha, K. (2014). *Structural Equation Modeling (SEM) with AMOS*. 2nd ed. Bangkok: Press Publishing. (in Thai)
- Wijaya, N., and Rahmayanti, P. (2023). The role of innovation capability in mediation of COVID-19 risk perception and entrepreneurship orientation to business performance. *Uncertain Supply Chain Management*, 11(1), 227-236.

ตัวแบบสมการโครงสร้างของระดับความเชื่อทางศาสนา การรับรู้คุณภาพที่มีอิทธิพลต่อ ทัศนคติและความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ผ่านมาตรฐานฮาลาลของมุสลิม ในประเทศไทย

กษามารา ศรสวรรค์^{1,*}, ศรสวรรค์ มะหะหมัด², ธีรดา หวังโษะ³, นันทวัฒน์ มะลา⁴, สราวุธ และชัน⁵

^{1,2,3,4,5} วิทยาลัยนานาชาติอิสลามกรุงเทพ มหาวิทยาลัยเกริก

Received: 21 June 2024

Revised: 20 September 2024

Accepted: 21 November 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับของความเชื่อทางศาสนา การรับรู้คุณภาพ ทัศนคติและความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าเครื่องสำอางที่ได้รับมาตรฐานฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในประเทศไทย (2) ศึกษาอิทธิพลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรระดับความเชื่อทางศาสนา การรับรู้คุณภาพ ระดับทัศนคติ และระดับความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าเครื่องสำอางที่ได้รับมาตรฐานฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในประเทศไทย และ (3) สร้างตัวแบบสมการโครงสร้างอธิบายความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยซึ่งส่งผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าเครื่องสำอางที่ได้รับมาตรฐานฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในประเทศไทย โดยศึกษาจากประชากรซึ่งได้แก่ ผู้บริโภคเพศหญิงที่ใช้สินค้าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางซึ่งนับถือศาสนาอิสลาม โดยกำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามซึ่งวัดระดับความเชื่อทางศาสนา การรับรู้คุณภาพ ทัศนคติและความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ผ่านมาตรฐานฮาลาลของมุสลิมในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ตัวแบบสมการโครงสร้างที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นนั้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยดัชนีชี้วัดความกลมกลืน คือ CMIN/df มีค่า 3.373, GFI มีค่า 0.939, NFI มีค่า 0.945, IFI มีค่า 0.961, TLI มีค่า 0.945, CFI มีค่า 0.960 และ RMSEA มีค่า 0.077 นอกจากนี้ผลการทดสอบสมมติฐานยังพบว่าความเชื่อทางศาสนา การรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนความเชื่อทางศาสนานั้นไม่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อทัศนคติที่ผู้บริโภคมีต่อสินค้าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ผ่านมาตรฐานฮาลาล

คำสำคัญ: ความเชื่อทางศาสนา การรับรู้คุณภาพ ทัศนคติและความตั้งใจซื้อ ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง มาตรฐานฮาลาล

* ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: kassamara.so@krirk.ac.th

Structural Equation Model of Religious Beliefs and Perceived Quality Influencing Attitudes and Purchase Intentions of Halal-Certified Cosmetic Products Among Muslims in Thailand

Kassamara Sornsawan^{1,*}, Sornsawan Mahamad², Peerada Wangsoh³,
Nantawat Mala⁴, Sarawut Leasan⁵

^{1,2,3,4,5} International Islamic College Bangkok, Krirk University

Received: 21 June 2024

Revised: 20 September 2024

Accepted: 21 November 2024

ABSTRACT

This research aims to (1) study the levels of religious beliefs, perceived quality, attitudes, and purchase intentions toward halal-certified cosmetic products among Muslim consumers in Thailand, (2) Investigate the influence of the relationships between the variables of religious beliefs, perceived quality, attitudes, and purchase intentions toward halal-certified cosmetic products among Muslim consumers in Thailand, and (3) Create a structural equation model explaining the causal relationships of factors influencing the purchase intentions of halal-certified cosmetic products among Muslim consumers in Thailand. The study focused on female consumers who use cosmetic products and follow Islam, with a sample size of 400 individuals. The research tools included questionnaires measuring levels of religious beliefs, perceived quality, attitudes, and purchase intentions toward halal-certified cosmetic products among Muslim consumers in Thailand. The research findings indicate that the developed structural equation model aligns well with empirical data. The fit indices are as follows: CMIN/df = 3.373, GFI = 0.939, NFI = 0.945, IFI = 0.961, TLI = 0.945, CFI = 0.960, and RMSEA = 0.077. Additionally, the hypothesis testing results show that religious beliefs and perceived product quality have a direct and statistically significant influence on purchase intentions at the 0.01 level. However, religious beliefs do not have a direct positive influence on attitudes towards halal-certified cosmetic products.

Keywords: Religious Beliefs, Perceived Quality, Attitudes, Purchase Intentions, Cosmetic Products, Halal Standards

* Corresponding Author; E-mail: kassamara.so@krirk.ac.th

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ตลาดธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ผ่านมาตรฐานฮาลาลนั้นมีอัตราการเติบโตสูงขึ้นเป็นอย่างมากตั้งแต่ในช่วงปี ค.ศ. 2018 โดยมีมูลค่าในธุรกิจประเภทนี้อยู่ที่ 23.03 พันล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกาและสามารถพยากรณ์ได้ว่าจะเติบโตถึง 86.2 พันล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกาได้ในปี ค.ศ. 2019 (Herjanto et al., 2023) ซึ่งมีความสอดคล้องกับจำนวนของผู้ที่นับถือศาสนาอิสลามที่มีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยประชากรชาวมุสลิมของโลกในปี ค.ศ. 2021 มีอยู่ราว ๆ 1.9 พันล้านคนและมีแนวโน้มเพิ่มจำนวนประชากรขึ้นได้ถึง 3 พันล้านคนในปี ค.ศ. 2060 (Hussain et al., 2024; Zuraini et al., 2019)

แม้แนวโน้มการเติบโตของจำนวนประชากรชาวมุสลิมที่ช่วยเพิ่มโอกาสทางการตลาดต่อธุรกิจสินค้าอุปโภคหรือบริโภคต่าง ๆ โดยเฉพาะการเติบโตของสัดส่วนยอดขายสินค้าเครื่องสำอางเสริมความงามโดยผู้หญิงชาวมุสลิมที่เพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดและสร้างรายได้ในระดับสูงให้แก่กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ (Bhutto et al., 2022) แต่การศึกษาเกี่ยวกับการตลาดของกลุ่มผู้บริโภคมุสลิมในระดับนานาชาตินั้น พบว่า ระดับความเชื่อและพฤติกรรมทางจริยธรรมของผู้บริโภคมุสลิมในประเทศต่าง ๆ จะส่งผลกระทบต่อทางเลือกใช้บริการและการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์บางประเภทที่ถือว่าขัดต่อกฎหมายชารีอะห์อิสลาม (Floren et al., 2019; Al Mamun et al., 2021) โดยคำว่า “ฮาลาล” นั้นหมายถึง การใช้ผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ที่เป็นที่ยอมรับทางศาสนาอิสลามทั้งยังเป็นข้อผูกพันทางศาสนาสำหรับมุสลิมทุกคน โดยแนวคิดมาตรฐานฮาลาลนั้นนำมาซึ่งปรากฏการณ์สำคัญทางด้านการบริโภคและการดำเนินชีวิตที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานตลาดเป็นอย่างมาก (Alserhan, 2010) การพัฒนาและสร้างมาตรฐานสินค้าที่เป็นไปตามข้อกำหนดและมาตรฐานฮาลาลจึงมีความสำคัญ แม้ตราสินค้าที่มีชื่อเสียงด้านคุณภาพหรือได้รับความนิยมหากไม่มีการแสดงถึงการได้รับการรองมาตรฐานฮาลาลก็อาจส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคได้โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศที่มีประชากรซึ่งนับถือศาสนาอิสลามเป็นศาสนาหลักประจำชาติ

ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องสำอางนั้น พบว่า ในกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นผู้หญิงมุสลิมให้ความสำคัญกับการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงามที่จำเป็นจะต้องมีมาตรฐานสินค้าฮาลาลอยู่พอสมควรแต่ในปัจจุบันนั้นด้วยปัจจัยต่าง ๆ ทางสังคมบางครั้งความเคร่งครัดในเรื่องการเลือกผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางนั้นอาจลดน้อยลงไปบ้าง (Karabulut et al., 2020) แต่ถึงอย่างไรก็ตามเรื่องของมาตรฐานฮาลาลก็ยังส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของผู้บริโภคมุสลิม (Khan et al., 2020) สิ่งนี้เองทำให้เกิดความคลุมเครือในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีความชัดเจนเนื่องจากในแต่ละภูมิภาค แต่ละชาติหรือแม้กระทั่งในแต่ละภาคส่วนของชุมชนก็มีระดับของความเชื่อและเคร่งครัดในการประพฤติตนตามหลักการทางศาสนาที่แตกต่างกัน (Hussain et al., 2024; Ustaahmetogl, 2020; Ratnasari et al., 2021)



ภาพที่ 1 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางยี่ห้อ Inika ซึ่งผ่านมาตรฐานการรับรองฮาลาล
ที่มา: <https://www.tyoemcosmetic.com/best-halal-makeup-brands/>

ในบริบทของประเทศไทยนั้นกลุ่มทางสังคมของประชากรชาวมุสลิมถือได้ว่ามีสูงเป็นอันดับ 2 รองจากศาสนาพุทธ โดยกระจายตัวไปตามภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ (U.S. Embassy and Consulate in Thailand, 2022) ทั้งนี้ระดับของพฤติกรรมของผู้บริโภคชาวมุสลิมไทยอาจมีความแตกต่างกันไปในเรื่องความเคร่งครัดตามแต่ละพื้นที่แต่ละจังหวัดหรือชุมชน เนื่องจากกลุ่มทางสังคมนั้นมีความแตกต่างกันเรื่องวัฒนธรรมประเพณีที่มีส่วนผสมทำให้ระดับของธรรมเนียมปฏิบัตินั้นแตกต่างกันไป (Ngamphit, 2015) ด้วยเหตุนี้การสร้างตัวแบบอ้างอิงทางการตลาดเพื่อใช้เป็นเครื่องมือช่วยในการตัดสินใจออกนโยบายทางการตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ผ่านมาตรฐานฮาลาลจึงมีความจำเป็น

แม้จะมีเรื่องของมาตรฐานฮาลาลแต่การบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมความงามนั้นสิ่งหนึ่งที่เข้ามาช่วยในการตัดสินใจเลือกซื้อหรือทัศนคติที่ดีของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าคือเรื่องของคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (Wang et al., 2020; Hasan et al., 2020) เนื่องจากเรื่องของคุณภาพนั้นยังเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นอย่างมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่นำมาใช้โดยตรงกับกับอวัยวะของร่างกาย (Bilal et al., 2020; Fauzi, 2023) ดังนั้นในหมวดของธุรกิจประเภทเครื่องสำอางนั้นจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพและความปลอดภัยทั้งในเรื่องของการผลิตและส่วนผสมเป็นอย่างมาก

จากที่มาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวคณะผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา “ตัวแบบสมการโครงสร้างของระดับความเชื่อทางศาสนาที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ผ่านมาตรฐานฮาลาลของมุสลิมในประเทศไทย” เพื่อให้เกิดการอ้างอิงเชิงวิชาการและทางสถิติสำหรับการออกนโยบายกลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สินค้าเครื่องสำอางที่ได้รับมาตรฐานฮาลาลในประเทศไทยซึ่งจะส่งผลกระทบต่อตัดสินใจทางการตลาดและต้นทุนของห่วงโซ่คุณค่าของกลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทนี้เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อเศรษฐกิจโดยรวมในระดับชาติต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับของความเชื่อทางศาสนา การรับรู้คุณภาพ ทัศนคติและความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าเครื่องสำอางที่ได้รับมาตรฐานฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในประเทศไทย

2. เพื่อศึกษาอิทธิพลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรระดับความเชื่อทางศาสนา การรับรู้คุณภาพ ระดับทัศนคติ และระดับความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าเครื่องสำอางที่ได้รับมาตรฐานฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในประเทศไทย
3. เพื่อสร้างตัวแบบสมการโครงสร้างอธิบายความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยซึ่งส่งผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าเครื่องสำอางที่ได้รับมาตรฐานฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในประเทศไทย

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วรรณกรรมของ Fauzi ในปี 2023 ได้อธิบายเอาไว้ว่า ผลิตภัณฑ์สินค้าฮาลาลนั้นจะต้องได้รับการรับรองมาตรฐานที่ดำเนินการจากองค์กรรับรองฮาลาลโดยเฉพาะเพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์นั้นได้มาตรฐานด้านสุขอนามัย คุณภาพ และปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านอาหารตามหลักศาสนาอิสลาม ความรับผิดชอบทางศีลธรรมและจิตวิญญาณเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการดำเนินธุรกิจตามหลักศาสนาอิสลามอย่างแท้จริง แนวคิดของ “ฮาลาล” มีรากฐานมาจากนิติศาสตร์อิสลาม โดยอ้างอิงถึงคำสั่งสอนในคัมภีร์อัลกุรอานและคำแนะนำที่เป็นแนวทางในการปฏิบัติทางธุรกิจที่ได้รับอนุญาต ซึ่งรวมถึงการห้ามดองเบียร์ (ริบา) การห้ามสิ่งมีเมา (ค็อมร์) และแนวทางเฉพาะสำหรับการทำธุรกรรมทางการค้า โดยมุมมองด้านคุณค่า ความปลอดภัยและคุณภาพในการผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาลนั้นสามารถที่จะประยุกต์และขยายไปเป็นมาตรฐานคุณภาพอย่างหนึ่งของอุตสาหกรรมการผลิตในวงกว้างได้เพื่อให้เป็นมาตรฐานที่ทุกคนสามารถใช้ร่วมกันได้นอกเหนือไปจากประโยชน์ในด้านจิตวิญญาณทางศาสนาแต่เพียงอย่างเดียว (Shahabuddin et al., 2020)

วรรณกรรมของ Hassan และคณะในปี 2022 ได้อธิบายเอาไว้ว่าตราสัญลักษณ์ที่บ่งชี้และแสดงถึงการผ่านมาตรฐานสินค้ามาตรฐานสินค้าฮาลาลนั้นมีผลกระทบโดยตรงต่อผู้บริโภคมุสลิมเนื่องจากจะเกิดแนวโน้มจากระดับของความเชื่อที่สอดคล้องกับหลักการทางศาสนาและส่งผลต่อทัศนคติ ความตั้งใจซื้อหรือพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อย่างประจักษ์ชัด เพราะระดับความเชื่อทางศาสนา (Beliefs) ของอิสลามนั้นมีการนำมาศึกษาเพื่อวัดระดับประสิทธิภาพในการเพิ่มทัศนคติเชิงบวกและระดับความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค (Ustaahmetoglu, 2020; Febriandika et al., 2023) อย่างต่อเนื่องในเชิงวิชาการ ในวรรณกรรมของ Aziz และคณะในปี 2019 กับวรรณกรรมของ Hussain และคณะในปี 2023 ได้อธิบายเกี่ยวกับระดับความเชื่อทางศาสนาเอาไว้ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าระดับความเชื่อทางศาสนา คือ ลักษณะระดับทางพฤติกรรมในการปฏิบัติตามค่านิยม ศีลธรรม ระดับความศรัทธา และวิถีปฏิบัติในชีวิตประจำวันของบุคคลที่สอดคล้องกับหลักการทางศาสนา โดยระดับความเชื่อทางศาสนานั้นจะส่งผลกระทบต่อทัศนคติและแนวโน้มเชิงบวกของผู้บริโภคที่เป็นชาวมุสลิมต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อันสอดคล้องกับข้อกำหนดทางศาสนา (Aziz et al., 2019; Khan et al., 2020) ทั้งยังมีวรรณกรรมอีกมากที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับระดับความเชื่อทางศาสนาที่ส่งผลต่อทัศนคติและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค (Febriandika et al., 2023; Ratnasari et al., 2023; Hussain et al., 2023) ทำให้ผู้วิจัยตั้งสมมติฐานการวิจัยได้ว่า

สมมติฐานการวิจัยที่ 1: ระดับความเชื่อทางศาสนามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สินค้าเครื่องสำอางที่ได้รับมาตรฐานฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในประเทศไทย

สมมติฐานการวิจัยที่ 2: ระดับความเชื่อทางศาสนามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าเครื่องสำอางที่ได้รับมาตรฐานฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในประเทศไทย

ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางนั้นจะต้องให้ความสำคัญเกี่ยวกับคุณภาพ (Quality) ของตัวสินค้าเป็นอย่างมาก เนื่องจากมีเหตุผลด้านความปลอดภัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่จะนำมาใช้กับอวัยวะในร่างกายของผู้บริโภค สิ่งนี้เป็นความสำคัญอันดับต้น ๆ เมื่อผู้บริโภคเริ่มมองหาผลิตภัณฑ์สำหรับส่งเสริมและรักษาความงามของตน (Indra and Triyono, 2020) แม้ในบริบทของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางผู้บริโภคจะให้น้ำหนักด้านคุณภาพดังที่ได้กล่าวมา แต่แท้จริงแล้วประเด็นด้านคุณภาพนั้นเป็นสิ่งที่ควรจะต้องอยู่คู่กับการผลิตและให้บริการผลิตภัณฑ์ทุกประเภทเนื่องจากจะส่งผลกระทบต่อเชิงบวกด้านต่าง ๆ ให้กับทั้งตัวผู้ขายผู้ผลิตและผู้บริโภค (Naini et al., 2022) ซึ่งจุดประสงค์ของการทำธุรกิจนั้นก็เพื่อก่อให้เกิดรายได้จากการขายจนนำมาสู่กำไร การศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพที่ส่งผลต่อทัศนคติอันดีของผู้บริโภคและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคนั้นจึงมีวรรณกรรมพอสมควรที่ได้ข้อค้นพบว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพของสินค้ากับทัศนคติและความตั้งใจซื้อ (Wang et al., 2020; Qalati et al., 2020; Sun et al., 2017; Wijaya and Wahyudi, 2024) ผู้วิจัยจึงสามารถตั้งสมมติฐานการวิจัยเพิ่มเติมได้ว่า

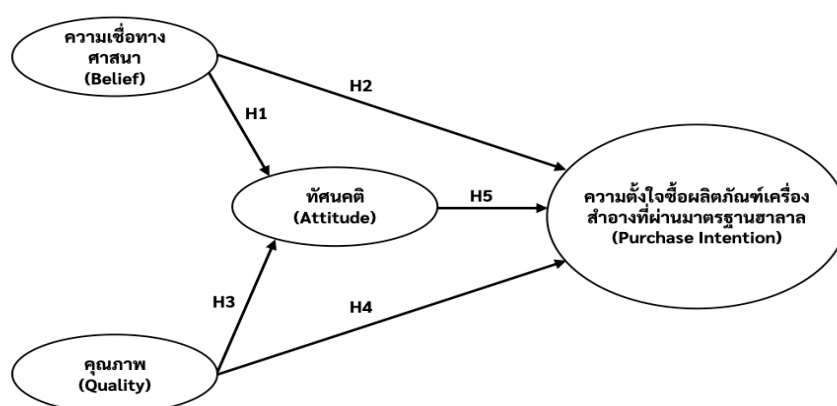
สมมติฐานการวิจัยที่ 3: คุณภาพของสินค้ามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สินค้าเครื่องสำอางที่ได้รับมาตรฐานฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในประเทศไทย

สมมติฐานการวิจัยที่ 4: คุณภาพของสินค้ามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าเครื่องสำอางที่ได้รับมาตรฐานฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในประเทศไทย

Pisitsankkhakarn and Vassanadumrongdee (2020) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของส่วนผสมทางการตลาดซึ่งมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับอิทธิพลของทัศนคติที่มีต่อความตั้งใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคโดยผลการศึกษาพบว่าทัศนคติที่เป็นเชิงบวกจะยิ่งส่งผลต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคเพิ่มขึ้นอย่างเป็นที่ประจักษ์ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานของ Vizano และคณะในปี 2021 ที่ทำการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคชาวมุสลิมอันเกิดมาจากระดับความเชื่อทางศาสนาที่มีผลต่อระดับความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ซึ่งพบว่าทัศนคติของผู้บริโภคชาวมุสลิมนั้นมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อระดับความตั้งใจซื้อ นอกจากนี้ยังมีวรรณกรรมอีกหลายงานที่ได้ศึกษาอธิบายเกี่ยวกับผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของผู้บริโภคกับความตั้งใจซื้อ (Barber et al., 2020) ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานเพิ่มเติมได้อีกว่า

สมมติฐานที่ 5 ทัศนคติมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ผ่านมาตรฐานฮาลาลของมุสลิมในประเทศไทย

จากสมมติฐานทั้งหมดที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากตัวแปรด้านการตลาดและนำมาใช้ศึกษาบนพื้นฐานบริบทของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ผ่านมาตรฐานฮาลาลนั้นสามารถสร้างกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

แบบแผนการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษาวิจัยโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Method)

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้บริโภคเพศหญิงที่บริโภคสินค้าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางซึ่งนับถือศาสนาอิสลาม ที่ไม่ทราบขนาดประชากรที่แท้จริง

ตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคเพศหญิงที่บริโภคสินค้าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางซึ่งนับถือศาสนาอิสลาม จำนวน 400 คน จากขนาดประชากรที่มีขนาดใหญ่แต่ไม่ทราบขนาดประชากรที่แท้จริง โดยใช้การพิจารณาจากแนวคิดการกำหนดขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมของกระบวนการดำเนินการของตัวแบบสมการโครงสร้างจากแนวคิดการกำหนดขนาดตัวอย่างตามวรรณกรรมของ Hair และคณะ (2010) ซึ่งได้เสนอขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับใช้วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันว่าควรมีขนาดในช่วง 200 ถึง 400 ตัวอย่างจึงมีความเหมาะสม หรือให้มีตัวอย่าง 10-20 ตัวอย่างต่อ 1 พารามิเตอร์หรือ 5 ตัวอย่างต่อ 1 ตัวแปรสังเกตได้เป็นอย่างน้อย (Bentler & Chou, 1987) และเพื่อให้สอดคล้องกับงานของ Phatraspecialwong (2013) ที่ได้เสนอว่าสำหรับการวิเคราะห์สถิติสมการโครงสร้างให้ใช้ตัวอย่างที่มีขนาด 300 ตัวอย่างจะถือว่าดี การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมเอาไว้ที่ 400 ตัวอย่าง โดยไม่นับรวมกับการเก็บข้อมูลสำรองและการใช้ข้อมูลเพื่อตรวจสอบคุณภาพความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม และใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงโดยมุ่งไปที่กลุ่มทางสังคมที่มีการรวมตัวกันของตัวอย่างที่มีลักษณะสอดคล้องกับประชากรที่ผู้วิจัยได้กำหนดคุณสมบัติเอาไว้

เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือที่พัฒนามาจากการศึกษาค้นคว้าตำราและทบทวนวรรณกรรมจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยคำถามเป็นแบบปลายปิดแบ่งออกเป็นส่วนของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและส่วนที่ของระดับความเห็นเกี่ยวกับตัวแปรที่ศึกษาซึ่งประกอบไปด้วย การรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ระดับความเชื่อทางศาสนา ทศนคติ และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ผ่านมาตรฐานฮาลาลของมุสลิมในประเทศไทย โดยเครื่องมือจะต้องผ่านการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีการตรวจสอบจากเกณฑ์มาตรฐานของ Cronbach's ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ทดสอบทำให้พบว่ามีค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยข้อมูลตัวอย่างใกล้เคียงกับบริบทของข้อมูลจริงของเครื่องมือวัดในแต่ละข้อคำถามในองค์ประกอบของตัวแปรแฝงตามลำดับดังนี้ ส่วนเครื่องมือวัดระดับความคิดเห็นคุณภาพมีค่า 0.858 ส่วนเครื่องมือวัดระดับความคิดเห็นระดับความเชื่อทางศาสนามีค่า 0.710 ส่วนเครื่องมือวัดระดับความคิดเห็นระดับทัศนคติ มีค่า 0.887 และส่วนเครื่องมือวัดระดับความคิดเห็นความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ผ่านการรับรองมาตรฐานฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในประเทศไทยมีค่า 0.839 ซึ่งพบว่ามีค่าสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่ 0.70 ทั้งสิ้นจึงสามารถสรุปได้ว่าเครื่องมือวัดมีความน่าเชื่อถือในการวัดข้อมูลได้ผู้วิจัยจึงนำเครื่องมือไปใช้เก็บข้อมูลจริงต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่มีสองรูปแบบคือรูปแบบสำหรับลงพื้นที่เก็บด้วยตัวผู้วิจัยเอง และการเก็บผ่านช่องทางออนไลน์

การวิเคราะห์ข้อมูล

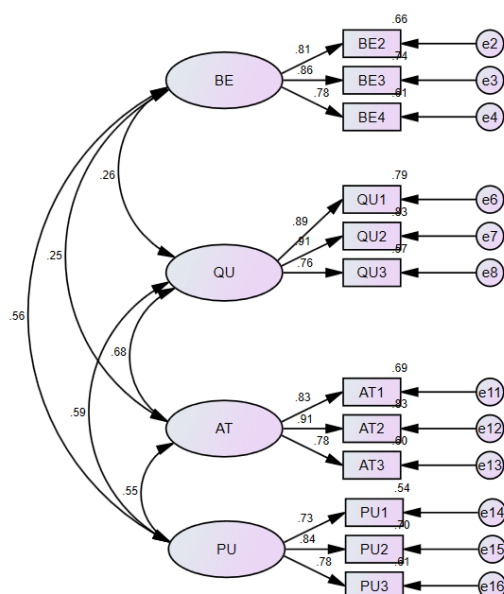
การวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิอันได้มาจากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงข้อมูลปฐมภูมิจากการเก็บข้อมูลด้วยเครื่องมือซึ่งได้แก่แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อนำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยการวิเคราะห์มีการใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่อวิเคราะห์และบรรยายลักษณะของข้อมูลและการใช้สถิติเชิงอนุมานเพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ ตรวจสอบความสอดคล้องของข้อมูลกับตัวแบบที่สร้างขึ้นด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis หรือ CFA) และทำการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร อธิบายน้ำหนักอิทธิพลระหว่างแต่ละตัวแปรทั้งอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมด้วยกรรมวิธีการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพล (Path Analysis) ซึ่งเป็นกระบวนการของกรรมวิธีสถิติวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling หรือ SEM)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้วยสถิติเชิงพรรณนาเพื่ออธิบายลักษณะของตัวอย่างนั้น เนื่องจากผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางนั้นเป็นสินค้าเสริมความงามที่ผู้วิจัยศึกษาจากเพศหญิงดังนั้นแล้วตัวอย่างที่ผู้วิจัยเลือกเก็บข้อมูลจึงเป็นเพศหญิงทั้งสิ้น จำนวน 400 คน มีอายุอยู่ในช่วง 31 ถึง 50 ปี จำนวน 298 คน คิดเป็นร้อยละ 74.5 และมีสถานภาพแต่งงานแล้วจำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53

ในการวิเคราะห์สถิติประเภทอ้างอิงหรือสถิติเชิงอนุมานผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ตัวแปรแทนปัจจัยในการศึกษาดังนี้ ตัวแปร BE หมายถึง ระดับความเชื่อทางศาสนา ตัวแปร QU หมายถึง ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้า ตัวแปร AT หมายถึง ระดับทัศนคติของผู้บริโภค และตัวแปร PU หมายถึง ระดับความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ผ่านการรับรองมาตรฐานฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในประเทศไทย

ในการวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบตัวแบบสมการโครงสร้างในขั้นตอนการตรวจสอบองค์ประกอบปัจจัยเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) นั้นผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบค่า Factor Loading และตัวแบบการวัด (Measurement Model) จากการพิจารณาค่าน้ำหนักอิทธิพลของปัจจัยของตัวแปรสังเกตได้ที่กระทำต่อตัวแปรแฝงในแต่ละองค์ประกอบ (Factor Loading) นั้น ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์และพบว่าในองค์ประกอบของตัวแปรแฝงคุณภาพหรือ BE และตัวแปร QU นั้น มีตัวแปรสังเกตได้จำนวน 4 ตัวแปร ซึ่งได้แก่ตัวแปร BE1 BE5 QU4 และตัวแปร QU5 มีค่า Factor Loading ที่ต่ำกว่าเกณฑ์ซึ่งกำหนดไว้ที่ระดับ 0.70 ทำให้ผู้วิจัยได้ดำเนินตัดตัวแปรทั้งสี่ตัวแปรดังกล่าวออกจากตัวแบบ ซึ่งจากการตรวจสอบค่าความกลมกลืนพบว่าตัวแบบสมการโครงสร้างนั้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดีที่สุดแล้วโดยไม่ต้องสร้างเส้นความสัมพันธ์ระหว่าง Error Term ของตัวแปรสังเกตได้ โดยลักษณะของตัวแบบสมการโครงสร้างในการทดสอบโมเดลการวัดที่ผ่านการปรับปรุงแล้วมีลักษณะดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ภาพการวิเคราะห์ตัวแบบการวัด (Measurement Model)

ที่ผ่านการปรับปรุงโดยตัดตัวแปรสังเกตได้ที่มีค่า Factor Loading ต่ำกว่าเกณฑ์ออก

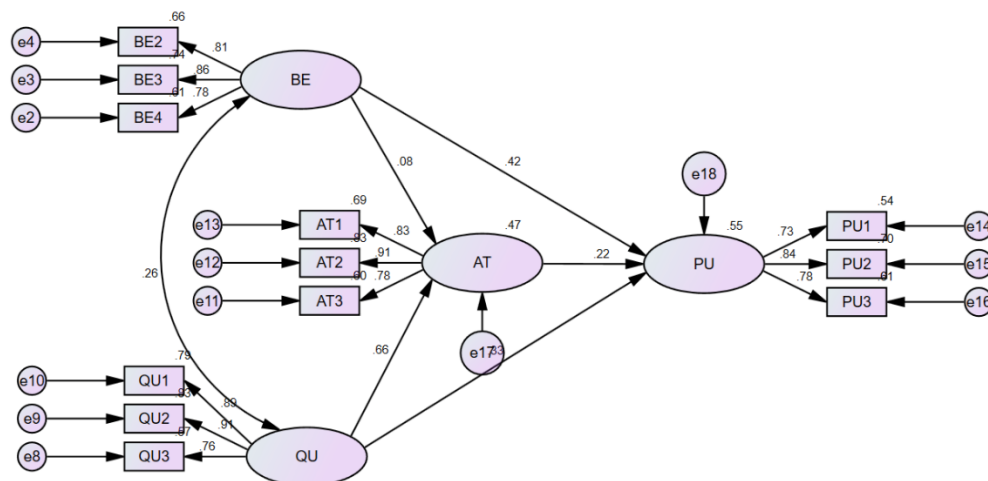
จากภาพที่ 3 จะเห็นได้ว่าค่าน้ำหนักอิทธิพลระหว่างตัวแปรแฝงทั้ง 4 ตัวนั้นมีค่าต่ำกว่าค่าอิทธิพลของตัวแปรสังเกตได้ที่มีต่อตัวแปรแฝงในแต่ละองค์ประกอบทุกค่าซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าตัวแปรสังเกตได้ของแต่ละองค์ประกอบสามารถอธิบายตัวแปรแฝงได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ค่าดัชนีบ่งชี้ความกลมกลืนของโมเดลซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในส่วนของโมเดลการวัดมีดังนี้ $CMIN/df = 3.373$, $GFI = 0.939$, $NFI = 0.945$, $RFI = 0.924$, $IFI = 0.961$, $TLI = 0.945$, $CFI = 0.960$ และ $RMSEA = 0.077$ ซึ่งพบว่ามีค่าผ่านเกณฑ์ตามที่ Haire และคณะในปี 2010 ได้กำหนดเอาไว้เป็นอย่างดี จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบค่าความเที่ยงตรงเชิงเสมือน การตรวจสอบค่าความเที่ยงตรงเชิงจำแนก โดยทำการพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงตรงเชิงประกอบ (Composite Reliability) ตามที่ได้อธิบายไว้ในวรรณกรรมของ Fornell และ Larcker ในปี 1981 โดยใช้ค่าน้ำหนักอิทธิพลตัวแปรสังเกตได้ที่กระทำต่อตัวแปรแฝงซึ่งจากการตรวจสอบจากตัวแปรสังเกตได้ที่เหลืออยู่ทั้งหมด 12 ตัวแปร สามารถนำเสนอได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่า CR และ AVE ของตัวแปรแฝง

ตัวแปรแฝง	จำนวนตัวแปรสังเกตได้	ค่า Construct Reliability	AVE
BE	3	0.858	0.668
QU	3	0.891	0.733
AT	3	0.879	0.708
PU	3	0.827	0.616

จะเห็นได้ว่าค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงตรงประกอบ (Construct Reliability) ของทุกตัวแปรมีค่ามากกว่า 0.60 ทุกค่า จึงสรุปได้ว่าตัวแปรแต่ละตัวแปรนั้นมีความสามารถใช้สื่อความหมายการวัดชุดของตัวแปรสังเกตได้ ทุกตัวแปรแฝงตามโมเดลการวัดที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น (Diamantopoulos and Siguaw, 2000; Saarani and Shahadan, 2012) ผู้วิจัยได้ทำการตรวจความเที่ยงตรงเชิงเสมือน (Convergent Validity) โดยใช้การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) ซึ่งจากตารางแสดงให้เห็นว่าค่า AVE ของแต่ละตัวแปรแฝงนั้นทุกตัวมีค่าสูงกว่า 0.50 ตามเกณฑ์ซึ่งแสดงให้เห็นความแม่นยำในการวัดตัวแปรที่เพียงพอเหมาะสม (Fornell and Larcker, 1981) ผลการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) อาศัยเกณฑ์จากวรรณกรรมของ Fornell and Larcker (1981) พบว่าค่ารากที่สองของค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ของตัวแปรมีค่ามากกว่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์รายคู่ของตัวแปรแฝงแต่ละตัวกับตัวแปรแฝงอื่นในโมเดลจึงถือว่ามีความเที่ยงตรงเชิงจำแนกเพียงพอ (Hair et al., 2014)

จากนั้นผู้วิจัยทำการทดสอบวิเคราะห์ CFA โดยผลการพิจารณาค่าดัชนีบ่งชี้ความสอดคล้องกลมกลืน (Goodness of Fit Indices) พบว่าค่า CMIN/df มีค่า 3.373 ซึ่งน้อยกว่า 5 (Loo and Thrope, 200) GFI มีค่า 0.939 ซึ่งมากกว่า 0.80 NFI มีค่า 0.945 ซึ่ง มากกว่าหรือเท่ากับ 0.9 (Bentler, 1999) IFI มีค่า 0.961 ซึ่งมากกว่าหรือเท่ากับ 0.9 (Bentler, 1999) TLI มีค่า 0.945 ซึ่งมากกว่าหรือเท่ากับ 0.9 (Bentler, 1999) CFI มีค่า 0.960 ซึ่งมากกว่าหรือเท่ากับ 0.9 (Bentler, 1999) และ RMSEA มีค่า 0.077 ซึ่งน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.08 (Hair et al., 1998) ทำให้ผู้วิจัยได้ตัวแบบสมการโครงสร้างที่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 4 แสดงตัวแบบสมการโครงสร้างที่ปรับปรุงจนมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ซึ่งเมื่อพิจารณาจากภาพที่ 4 จะเห็นได้ว่าระหว่างตัวแปรแฝง BE กับตัวแปรแฝง QU นั้นเกิดปัญหา Collinearity เนื่องจากมีความสัมพันธ์กันทำให้ผู้วิจัยทำการลากเส้นความสัมพันธ์ดังกล่าวตามข้อเสนอของโปรแกรม ซึ่งได้มีการตรวจสอบพบความสัมพันธ์ดังกล่าวเพื่อให้เกิดความเหมาะสมกับข้อมูลเชิงประจักษ์ได้ดี

ผลการวิเคราะห์สมมติฐาน พบว่า “สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ระดับความเชื่อทางศาสนามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สินค้าเครื่องสำอางที่ได้รับมาตรฐานฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในประเทศไทย” จากการทดสอบทางสถิติพบว่าปฏิเสธสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่า p-value เท่ากับ 0.100 และมี

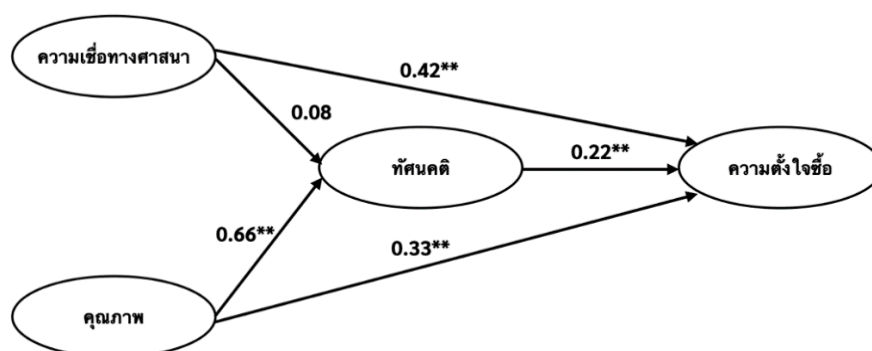
น้ำหนักปัจจัยเท่ากับ 0.08 “สมมติฐานการวิจัยที่ 2 ระดับความเชื่อทางศาสนามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าเครื่องสำอางที่ได้รับมาตรฐานฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในประเทศไทย” จากผลการทดสอบทางสถิติพบว่ายอมรับสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 มีค่า p-value ต่ำกว่า 0.001 “สมมติฐานการวิจัยที่ 3 คุณภาพของสินค้ามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สินค้าเครื่องสำอางที่ได้รับมาตรฐานฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในประเทศไทย” จากผลการทดสอบทางสถิติพบว่ายอมรับสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 มีค่า p-value ต่ำกว่า 0.001 “สมมติฐานการวิจัยที่ 4 คุณภาพของสินค้ามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าเครื่องสำอางที่ได้รับมาตรฐานฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในประเทศไทย” จากผลการทดสอบทางสถิติพบว่ายอมรับสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 มีค่า p-value ต่ำกว่า 0.001 “สมมติฐานการวิจัยที่ 5 ทัศนคติมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ผ่านมาตรฐานฮาลาลของมุสลิมในประเทศไทย” จากผลการทดสอบทางสถิติพบว่ายอมรับสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 มีค่า p-value เท่ากับ 0.002

จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบเพื่อวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลด้วยการตรวจสอบน้ำหนักอิทธิพลของแต่ละปัจจัยและทำการตรวจสอบอิทธิพลในลักษณะของอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลโดยภาพรวม ของแต่ละตัวแปรแฝงที่มีความสัมพันธ์เชิงอิทธิพลต่อกัน โดยนำเสนอดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 เส้นทางอิทธิพลระหว่างตัวแปรในตัวแบบสมการโครงสร้าง (Path Analysis)

Path Analysis	Direct Effect	Indirect Effect	Total Effect
BE -> AT	0.078	-	0.078
BE -> PU	0.422	0.016	0.439
QU -> AT	0.662	-	0.662
QU -> PU	0.328	0.145	0.473
AT -> PU	0.218	-	0.218

จากการทดสอบสมมติฐานทางสถิติและการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลทำให้ผู้วิจัยสามารถสร้างตัวแบบสมการโครงสร้างได้ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 5 แสดงตัวแบบสมการโครงสร้างของความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ผ่านมาตรฐานฮาลาลของมุสลิมในประเทศไทย

อภิปรายผล

การศึกษาวิเคราะห์ห้องประกอบเชิงยืนยันเพื่อพัฒนาตัวแบบสมการโครงสร้าง พบว่า ตัวแบบสมการโครงสร้างนั้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ที่ดี นอกจากนี้ยังสามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานทั้ง 5 สมมติฐานได้โดยมีรายละเอียดดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ระดับความเชื่อทางศาสนามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สินค้าเครื่องสำอางที่ได้รับมาตรฐานฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในประเทศไทย สรุปได้ว่าระดับความเชื่อทางศาสนาไม่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สินค้าเครื่องสำอางที่ได้รับมาตรฐานฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในประเทศไทยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสามารถอธิบายผลการทดสอบสมมติฐานที่ไม่สอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมในการสร้างสมมติฐานได้ว่าอาจเพราะบริบทของผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องสำอางนั้นผู้บริโภคซึ่งเป็นมุสลิมไม่ได้ให้ความสำคัญกับทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์ตามระดับของความเชื่อทางศาสนา ไม่ว่าระดับความเชื่อทางศาสนาจะมากหรือน้อยเพราะการพิจารณาเกี่ยวกับความชอบหรือความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์นั้นอาจไม่ได้อ้างอิงกับความเชื่อทางศาสนาแต่เป็นเรื่องของแฟชั่นหรือค่านิยมในสังคมเป็นตัวกำหนด ด้วยการที่เรื่องของแฟชั่นเข้ามามีบทบาทมากกว่าต่อการนำเสนอตัวตนอัตลักษณ์ของมุสลิมในยุคใหม่ (Pemberton and Tarkar, 2021) ซึ่งผลการวิจัยนี้มีความขัดแย้งกับวรรณกรรมของ Ustaahmetoglu ในปี 2020 รวมถึงวรรณกรรมของ Febriandika และคณะในปี 2023 ที่ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมเอาไว้

สมมติฐานที่ 2 ระดับความเชื่อทางศาสนามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าเครื่องสำอางที่ได้รับมาตรฐานฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในประเทศไทย สรุปได้ว่าระดับความเชื่อทางศาสนามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าเครื่องสำอางที่ได้รับมาตรฐานฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าหากผู้บริโภคเป็นลูกค้าที่มีระดับของความเชื่อทางศาสนาสูงก็จะยิ่งทำให้เกิดความอยากซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่มีตราสินค้าฮาลาลเพิ่มมากยิ่งขึ้นสิ่งนี้เป็นผลมาจากหลักการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ฮาลาลนั้นเป็นแนวทางการปฏิบัติตามหลักศาสนาอิสลาม เพราะโดยทั่วไปแล้วชาวมุสลิมพิจารณาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีการรับรองตามมาตรฐานฮาลาลของศาสนาอิสลามเป็นพื้นฐานช่วยในการตัดสินใจ (Qalati et al., 2021) ผลการวิจัยนี้มีความสอดคล้องกับวรรณกรรมของ Ratnasari และคณะในปี 2023 รวมถึงวรรณกรรมของ Hussain และคณะในปี 2023 ที่ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมเอาไว้

สมมติฐานที่ 3 และสมมติฐานที่ 4 คุณภาพของสินค้ามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สินค้าเครื่องสำอางที่ได้รับมาตรฐานฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในประเทศไทย และ คุณภาพของสินค้ามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าเครื่องสำอางที่ได้รับมาตรฐานฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในประเทศไทย สรุปได้ว่าคุณภาพของสินค้ามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สินค้าเครื่องสำอางที่ได้รับมาตรฐานฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และคุณภาพของสินค้ามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าเครื่องสำอางที่ได้รับมาตรฐานฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าหากตัวผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางมีการนำเสนอหรือเป็นที่ประจักษ์ชัดในด้านคุณภาพของตัวผลิตภัณฑ์ก็จะยิ่งเพิ่มระดับของทัศนคติเชิงบวกและระดับของความตั้งใจซื้อที่ผู้บริโภคชาวมุสลิมมีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางดังกล่าวสูงมากขึ้น สิ่งนี้เป็นพื้นฐานในเรื่องการจัดการคุณภาพที่ส่งถึงมือลูกค้า และเป็นพื้นฐานสำคัญในการดำเนินการทางธุรกิจให้เกิดผลสำเร็จเนื่องจากการเพิ่มคุณค่าให้ตัว

ผลิตภัณฑ์และผู้ประกอบการในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจที่สำคัญ (Azeem et al., 2021) ผลการวิจัยนี้มีความสอดคล้องกับวรรณกรรมของ Wang และคณะในปี 2020 กับงานของ Qalati และคณะในปี 2021 รวมถึง วรรณกรรมของ Sun และคณะในปี 2017 ตามที่ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมเอาไว้

และสำหรับสมมติฐานที่ 5 ที่คนคตมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ผ่านมาตรฐานฮาลาลของมุสลิมในประเทศไทย สรุปได้ว่าทัศนคติมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ผ่านมาตรฐานฮาลาลของมุสลิมในประเทศไทยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 สำหรับการทดสอบสมมติฐานที่ 5 ของการวิจัยนั้นเป็นที่ประจักษ์ชัดและมีวรรณกรรมมากมายที่สอดคล้องกับผลการทดสอบสมมติฐาน (Barber et al., 2020) นั่นคือยิ่งระดับทัศนคติเชิงบวกต่อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ผ่านมาตรฐานการรับรองฮาลาลเพิ่มขึ้นสูงก็จะยิ่งทำให้เกิดความตั้งใจซื้อเพิ่มมากขึ้นจากผู้บริโภคชาวมุสลิม

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งต่อไปผู้วิจัยเสนอว่าควรมีการศึกษาตัวแปรที่มีความเกี่ยวข้องกับรูปแบบสีส่นหรือส่วนผสมที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ผ่านมาตรฐานการรับรองฮาลาลโดยให้น้ำหนักเรื่องของสีส่นและองค์ประกอบที่มีความลงตัวเหมาะสมกับสภาพการใช้งานรายบุคคล และให้มีการพิจารณาเรื่องระดับความเชื่อกับความเหมาะสมในการเสริมความงามในบริบทของมุสลิมที่มีตัวแปรด้านแพชั่นเข้ามาเกี่ยวข้องเพื่อสร้างตัวแบบสมการโครงสร้างในการพยากรณ์ระดับความตั้งใจซื้อให้มีความแม่นยำมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- Alserhan, B.A. (2010), On Islamic branding: brands as good deeds. *Journal of Islamic Marketing*, 1(2), 101-106.
- Azeem, M., Ahmed, M., Haider, S., and Sajjad, M. (2021). Expanding competitive advantage through organizational culture, knowledge sharing and organizational innovation. *Technology in Society*, 66, 101635.
- Aziz, S., Husin, M.M., Hussin, N. and Afaq, Z. (2019). Factors that influence individuals' intentions to purchase family takaful mediating role of perceived trust. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 31(1), 81-104.
- Barber, M., B. Sung, S. Lee, and I. Cheah. (2020). Exploring the Influence of Novelty and Authenticity in Wine Consumption: The Moderating Effect of Regionality and Price. *International Journal of Wine Business*, 33(2) 288-311.
- BENTLER, P. M., and CHOU, C. P. (1987). Practical Issues in Structural Modeling. *Sociological Methods & Research*, 16(1), 78-117.
- Bilal, M., Mehmood, S., Iqbal, HMN. (2020). The Beast of Beauty: Environmental and Health Concerns of Toxic Components in Cosmetics. *Cosmetics*, 7(1), 13.

- Bhutto, M.Y., Ertz, M., Soomro, Y.A., Khan, M.A.A. and Ali, W. (2022). Adoption of halal cosmetics: extending the theory of planned behavior with moderating role of halal literacy (evidence from Pakistan). *Journal of Islamic Marketing*, 14(6), 1488-1505.
- Diamantopoulos, A., Siguaw, J.A. and Siguaw, J.A. (2000) *Introducing LISREL: A Guide for the Uninitiated*. London: Sage Publications.
- Fauzi, M.A. (2023). Consumer purchase of halal certified product: a quantitative systematic literature review. *Journal of Islamic Marketing*, 14(6), 1397-1416.
- Floren, J., Rasul, T. and Gani, A. (2020). Islamic marketing and consumer behavior: a systematic literature review. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1557-1578.
- Fornell, C. and Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equations Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18, 39-50.
- Hair, J., W. C. Black, B. J. Babin, and R. E. Anderson. (2010). *Multivariate data analysis*. 7th ed. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Educational International.
- Hair Jr., J.F. et al. (2014). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM): An Emerging Tool in Business Research. *European Business Review*, 26, 106-121.
- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R. and Black, W. (1998) *Multivariate data analysis*. 5th ed. New Jersey: Prentice Hall.
- Herjanto, H., Amin, M. and Karmagatri, M. (2023). A systematic review on halal cosmetic consumption: application of theory method context – attributes decision outcome framework. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 14(1), 58-79.
- Hussain, K., Fayyaz, M.S., Shamim, A., Abbasi, A.Z., Malik, S.J. and Abid, M.F. (2024). Attitude, repurchase intention and brand loyalty toward halal cosmetics. *Journal of Islamic Marketing*, 15(2), 293-313.
- Indra, W. & Triyono, A. W. (2024). The Effect of Brand Image, Product Quality and Price on Consumer Attitudes. *Journal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(2), 405-416.
- Jianhua, W., Junying, T., and May, C. (2020). Behind the label: Chinese consumers' trust in food certification and the effect of perceived quality on purchase intention. *Food Control*, 108, 106825.
- Karabulut, F., Aytac, M.B. and Akin, E. (2020). Makeup consumption and Islamic religiosity. *Human Arenas*, 3(4), 534-551.
- Kelly, P., Jennifer, T. (2021). A critical techno cultural discourse analysis of Muslim fashion bloggers in France: charting 'restorative technoscapes.' *Journal of Marketing Management*, 37, 387-416
- Khan, N., Sarwar, A. and Tan, B.C. (2020). Determinants of purchase intention of halal cosmetic products among generation Y consumers. *Journal of Islamic Marketing*, 12(8), 1461-1476.

- Mamun MAA, Strong CA, Azad MAK. (2021), Islamic marketing: A literature review and research agenda. *Int J Consum Stud*, 45, 964–984.
- Md. K. H., Shamsul K. A., Faridul I. and Nayeema M. N. (2020). An Integrated Model for Examining Tourists’ Revisit Intention to Beach Tourism Destinations. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 21(2), 1-22.
- Ngamphit, S. (2015). *Qualitative Research in Anthropology*. 7th ed. Bangkok: Chulalongkorn University.
- Nur R. F., Vamel W., Lukmanul H. (2023). Gen-Z Muslims’ purchase intention of halal food: Evidence from Indonesia. *Innovative Marketing*, 19(1), 13-25.
- Phatraspecialwong, N. and Wannarat, S. (2013). *Structural equation model of logistics performance and customer relationship management in e-commerce business*. Bangkok: Kasetsart University. Office of the Higher Education Commission. *The Proceedings of the 51st Kasetsart University Conference: Education, Economics and Business Administration, Humanities and Social Sciences*.
- Pisitsankhakarn, R., and Vassanadumrongdee, S. (2020). Enhancing purchase intention in circular economy: Empirical evidence of remanufactured automotive product in Thailand. *Resources, conservation and recycling*, 156, 104702.
- Ratnasari, R.T., Ula, U.F. and Sukmana, R. (2021). Can store image moderate the influence of religiosity level on shopping orientation and customers’ behavior in Indonesia?. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(1), 78-96.
- Ratnasari, R.T., Prajasari, A.C. and Kassim, S. (2023), Does religious knowledge level affect brand association and purchase intention of luxury cars? Case of the Lexus cars in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 14(4), 988-1006.
- Saarani, A. N. and Shahadan, F. (2013). The Determinant of Capital Structure of SMEs in Malaysia: Evidence from Enterprise 50 (E50) SMEs. *Asian Social Science*, 9(6), 64-73.
- Shahabuddin, A.S.M., Sukor, M.E.A. and Hashim, N.H. (2020). Product-centric halal business: a critique from an Islamic perspective. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1707-1724.
- Sikandar A. Q., Esthela G. V., Wenyan L., Sarfraz A. D., Truong T. H. T., Sajid H. M. (2021). Effects of perceived service quality, website quality, and reputation on purchase intention: The mediating and moderating roles of trust and perceived risk in online shopping. *Cogent Business & Management*, 8(1), Article 1869365.
- Sun, H., Teh, P-L, Linton, JD. (2018). Impact of environmental knowledge and product quality on student attitude toward products with recycled/remanufactured content: Implications for environmental education and green manufacturing. *Bus Strat Env*, 27, 935–945.

- U.S. Embassy and Consulate in Thailand. (2022). *Report on International Religious Freedom in Thailand*. [Online]. Retrieved May 2024, from: <https://th.usembassy.gov>
- Ustaahmetoğlu, E. (2020). The influence of different advertisement messages and levels of religiosity on attitude and purchase intention. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 13(2), 339-356.
- Vizano, N. A., Khamaludin, K., and Fahlevi, M. (2021). The effect of halal awareness on purchase intention of halal food: A case study in Indonesia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 441-453.
- Zuraini, M.I., Muhammad Afiq, M. and Nurzulain, Z. (2019). The influence of cross-generation attitude on halal food products. *Malaysian Applied Biology*, 48(2), 41-46.

แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในการเตรียมสินค้าเพื่อการขนส่ง:
กรณีศึกษา บริษัท ซีพีแ็กซ์ตร้า จำกัด มหาชน สาขาแม่โคโร ศาลายา

ศศิวิมล ว่องวิไล^{1,*}, เก็จมณี ต้นวงศ์²

¹ หลักสูตรสาขาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

² นักศึกษา สาขาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

Received: 18 August 2024

Revised: 15 November 2024

Accepted: 2 December 2024

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษากระบวนการจัดเตรียมสินค้าเพื่อการขนส่ง และเพื่อเสนอแนวทางปรับปรุงกระบวนการจัดเตรียมสินค้าเพื่อการขนส่ง กรณีศึกษา บริษัท ซีพีแ็กซ์ตร้า จำกัด มหาชน สาขา แม่โคโร ศาลายา โดยการนำแนวคิดทฤษฎีห่วงโซาแสดงถึงปัญหาการเตรียมสินค้าสำหรับการจัดส่งที่พบเจอ จากนั้นนำแนวคิดทฤษฎี 5ส. มาประยุกต์ใช้สำหรับการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน และแนวคิดทฤษฎีการควบคุมด้วยการมองเห็นในการออกแบบป้ายบอกจำนวนรถเข็นที่สามารถใช้งานพร้อมกับการติดตามสินค้าได้ ผลการวิจัย พบว่า กระบวนการปฏิบัติงานการจัดเตรียมสินค้าเพื่อการขนส่ง ประกอบไปด้วย 6 ขั้นตอน และผลการทดสอบก่อน และหลังปรับปรุงการปฏิบัติงานตามแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในการเตรียมสินค้าสำหรับการจัดส่งในภาพรวมจำนวนครั้งเฉลี่ยการผิดพลาดของการจัดรายการสินค้าลดลงจากเดิม 1.49% เหลือเพียง 0.84% ผลต่างก่อนและหลัง คือ ลดลง 0.65% โดยข้อค้นพบจากงานวิจัยนี้ สถานประกอบการ ห้างร้าน และผู้ที่สนใจสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานให้มากขึ้น โดยการลดความผิดพลาดการปฏิบัติงานในการเตรียมสินค้าสำหรับการจัดส่งได้อย่างเหมาะสมต่อไป

คำสำคัญ: ประสิทธิภาพ การทำงาน การควบคุมด้วยการมองเห็น เตรียมสินค้าเพื่อการขนส่ง

* ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: sasiwimon@webmail.npru.ac.th

Operational Optimization Guidelines for Preparation of Goods for Transportation: A Case Study of CP Extra Public Company Limited, Central Branch Makro -Salaya

Sasiwimon Wongwilai^{1,*}, Ketmanee Tonwong²

^{1,2} Logistics and Supply Chain Management Program,
Nakhon Pathom Rajabhat University

Received: 18 August 2024

Revised: 15 November 2024

Accepted: 2 December 2024

ABSTRACT

This research has objectives to Study the process of preparing goods for transportation. and to propose ways to improve the process of preparing goods for transportation. By adopting the fishbone theory concept indicates the problem of preparing the product for the shipment encountered. Next steps applying the 5S Theory increase employee productivity and apply the concept of Visual Control Theory design tell smear number of carts available and cargo tracking available. The research findings revealed that the operational process for preparing goods for transportation consists of six steps. The results of pre- and post-implementation testing, based on the approach for improving operational efficiency in order preparation for delivery, showed that the average error rate in item picking decreased from 1.49% to 0.84%, representing a reduction of 0.65%. This research suggests that businesses, retail stores, and interested parties can apply these findings to enhance employee operational efficiency by effectively reducing errors in order preparation for delivery.

Keywords: Performance, Operation, Visual Control, Prepare Goods for Transportation

* Corresponding Author; E-mail: sasiwimon@webmail.npru.ac.th

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากภาวะการแข่งขันในโลกของการทำธุรกิจบริการนั้นการทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในด้านบริการและความมั่นใจในการบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นเรื่องที่สำคัญยิ่ง เพราะหากเมื่อใดลูกค้าไม่พอใจในบริการหรือไม่เชื่อมั่นในการบริการแล้ว บริษัทขนส่งสินค้า นั้นๆก็ไม่สามารถที่จะดำเนินธุรกิจต่อไปได้ การที่จะทำให้บริษัทสามารถแข่งขันและดำเนินธุรกิจต่อไปได้นั้น ผู้ประกอบการแต่ละบริษัทต้องมีการพัฒนากลยุทธ์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการสร้างรายได้เปรียบทางด้านราคา การพัฒนาสินค้าและบริการให้ดีขึ้นและทันสมัยอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด (TFT Transport Co., Ltd., 2024)

การขนส่งสินค้านั้นทำงานควบคู่กับการจัดเตรียมสินค้าเพื่อสร้างความพอใจให้กับลูกค้า หากประสิทธิภาพในการจัดเตรียมสินค้านั้น เกิดความผิดพลาด ล่าช้า ไม่ว่าจะเป็นด้วยสาเหตุใดก็ตาม เช่น การหยิบสินค้าผิดให้กับลูกค้า เนื่องจากพนักงานไม่มีการตรวจสอบสินค้าให้ครบทุกชิ้น การวางสินค้าผิดคันรถขึ้นเนื่องจากพื้นที่การจัดเตรียมสินค้านั้นมีรถขึ้นหลายคันที่ต้องเตรียมนำส่งออก ซึ่งควรมีการสร้างความรู้เข้าใจ หรือหาสัญลักษณ์ที่ทำให้พนักงานเข้าใจง่าย และเป็นไปในแนวทางเดียวกัน การใช้เวลามากในการหารถขึ้นสำหรับใส่สินค้าส่งผลให้การเตรียมสินค้าเพื่อการส่งออกก็เกิดความล่าช้าตาม หรือเกิดการสลับรถขึ้นสินค้าให้กับลูกค้า เนื่องจากขาดสัญลักษณ์ในการระบุรถขึ้นสินค้าในแต่ละคำสั่งซื้อ เป็นต้น ซึ่งปัญหาเหล่านี้อาจจะส่งผลกระทบต่อทางลบเป็นอย่างมาก ทำให้ประสิทธิภาพในการขนส่งนั้นน้อยลงตามไปด้วย ความพึงพอใจของลูกค้านั้นก็ลดลง เนื่องจากสินค้าที่ลูกค้าได้รับไม่เป็นไปตามความต้องการ และผลกระทบก็อาจจะนำไปสู่ยอดจำหน่ายสินค้าของบริษัทตามมา

แผนก O2O เป็นส่วนหนึ่งของแม็คโครสาขาที่ทำหน้าที่ในส่วนของหลังบ้านในการตอบลูกค้าและคอยดูแลลูกค้า รวบรวมคำสั่งซื้อ เตรียมสินค้า และส่งให้ลูกค้า โดยแบ่งออกเป็น 2 ทางหลักๆ นั่นคือสั่งซื้อผ่านเซลล์พนักงานขายตรงของแม็คโคร มีหน้าที่ออกไปหาลูกค้านอกสถานที่ เพื่อเชิญชวนให้มีการสั่งซื้อของจากแม็คโครและสมัครเป็นสมาชิกร้านค้าและลูกค้าที่กดสั่งซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน แม็คโคร หรือเรียกว่า Mackro pro เป็นแอปพลิเคชันสั่งซื้อของโดยลูกค้าสามารถเลือกสินค้าตามที่ลูกค้าต้องการ โดยตัวอย่างปัญหาที่พบในกระบวนการดำเนินงาน เช่น การขึ้นรถขึ้นผิดให้กับขนส่ง ไม่มีการทำป้ายบอกจำนวนของรถขึ้นอย่างชัดเจน หรือพนักงานใหม่ขาดความชำนาญ ความเข้าใจ จึงยังสินค้าผิดรายการ เป็นต้น ซึ่งก่อให้เกิดความเสียหายแก่บริษัท

ดังนั้น ขั้นตอนในการจัดเตรียมสินค้านั้นถือเป็นขั้นตอนที่สำคัญเป็นอย่างมากที่สามารถทำให้ภาพลักษณ์ของบริษัทเป็นไปในทางที่ดี จึงควรมีการหาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในการเตรียมสินค้าเพื่อการขนส่งเพื่อให้ขั้นตอนการจัดเตรียมสินค้ามีประสิทธิภาพมากที่สุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการจัดเตรียมสินค้าเพื่อการขนส่ง กรณีศึกษา บริษัท ซีพีแ็กซ์ตร้า จำกัด มหาชน สาขา แม็คโคร ศาลายา
2. เพื่อเสนอแนวทางปรับปรุงกระบวนการจัดเตรียมสินค้าเพื่อการขนส่ง กรณีศึกษา บริษัท ซีพีแ็กซ์ตร้า จำกัด มหาชน สาขา แม็คโคร ศาลายา

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของคนโดยใช้ทฤษฎีการควบคุมด้วยการมองเห็น (Visual control)

การควบคุมด้วยการมองเห็น หรือ Visual Control คือ การปรับปรุงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้กับกระบวนการเครื่องจักรอุปกรณ์รวมถึงการจัดการอื่น ๆ โดยใช้หลักการที่ว่า “การมองเห็นเป็นช่องทางในการรับรู้ข้อมูลที่รวดเร็วที่สุดของมนุษย์” ดังนั้น การใช้สายตาจึงสามารถสังเกตเห็นความผิดปกติหรือการเปลี่ยนแปลงใด ๆ และสามารถตอบสนองการควบคุมกระบวนการของเครื่องจักรอุปกรณ์ และการจัดการอื่น ๆ ให้กลับคืนสู่สภาวะปกติได้เร็วที่สุดและยังนำไปสู่การปรับปรุงในระดับที่สูงขึ้น (Suthasatichai, 2009)

การควบคุมด้วยการมองเห็น (Visual Control) จะประกอบด้วยองค์ประกอบอย่างน้อย 3 ประการ คือ (Akrativa, 2006)

1. การปรับปรุงให้อยู่ในสภาพที่ปกติและไม่มี ความกำกวม
2. ระบบที่ทำให้สามารถมองเห็น เข้าใจ และแจ้งเตือนให้ทราบ และรับเข้าแก้ไขสิ่งผิดปกติ ประกอบด้วย (1) มองเห็นและเข้าใจความผิดปกติ นั้น มีทั้งที่เกิดขึ้นที่ต้นเหตุ (สาเหตุ)และปลายเหตุ (ผลลัพธ์) (2) แจ้งเตือนให้ทราบ และรับเข้าแก้ไขสิ่งผิดปกติ และ (3) ความสามารถในการดำเนินการแก้ไขได้อย่างถูกต้องเหมาะสม
3. ต้องมีความสามารถในการดำเนินการแก้ไขความผิดปกติได้อย่างสมบูรณ์

การควบคุมด้วยการมองเห็น (Visual Control) มีวัตถุประสงค์ คือ การพยายามกำจัดความสูญเปล่าอย่างจริงจังและเพิ่มหน้าที่การงานให้กว้างขึ้นด้วยงานที่ใช้คนน้อย (หรืออาจเรียกได้ว่าเป็นการเพิ่มหน้าที่งานให้กว้างขึ้นด้วยการใช้คนอย่างมีประสิทธิภาพ) การควบคุมด้วยการมองเห็น (Visual Control) ที่ทำให้มองเห็นความผิดปกติที่ต้นเหตุได้ด้วยสายตา เพื่อป้องกันความผิดพลาดของคนนั้นจะให้ผลอย่างเต็มที่ตามที่คาดหวังได้โดยต้องมีเงื่อนไขที่ครบถ้วนทั้ง 5 ข้อ ดังต่อไปนี้ (Akrativa, 2006)

- ข้อที่ 1 เข้าใจในสิ่งที่ต้องการควบคุมดูแล (เป็นสิ่งที่ทำหน้าที่หรือทำงานอย่างไร)
- ข้อที่ 2 ตำแหน่งของสิ่งที่ต้องการควบคุมดูแล (แม้จะอยู่สูงไป ต่ำไป หรือลึกเข้าไป ถ้ามองไม่เห็นแล้ว ก็จะไม่เริ่มทำอะไร)
- ข้อที่ 3 ทิศทางของสิ่งที่ต้องการควบคุมดูแล (การส่งสัญญาณของสิ่งที่ต้องการควบคุมดูแลด้วยการมองเห็นขึ้นอยู่กับตำแหน่งของผู้สังเกต)
- ข้อที่ 4 ข้อมูลสำหรับการตัดสินใจของสิ่งที่ต้องการควบคุมดูแล (เป็นตัวบอกให้คนรู้โดยการทำให้เห็น ถ้าเป็นไปได้อยากให้แสดงในเชิงปริมาณ) และ
- ข้อที่ 5 การใช้สีเป็นข้อมูลในการตัดสินใจของสิ่งที่ต้องการควบคุมดูแล (การปรับปรุงเพื่อแจ้งเตือนให้คนรู้หรือเข้าใจด้วยการใช้วิธีการมองด้วยตา โดยไม่ต้องอ่านหรือตัดสินใจผิดพลาด และปกติด้วยจินตนาการเป็นสิ่งสำคัญ)

การเลือกใช้การควบคุมด้วยการมองเห็น (Visual Control) ไปใช้งานมีหลักง่าย ๆ ดังนี้

1. ควรเลือกใช้ทั้งขนาด รูปร่าง และสีให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์
2. ติดอยู่ในระดับ หรือตำแหน่งที่ผู้ปฏิบัติเห็นได้ชัดเจน
3. สอดคล้องกับสภาพการปฏิบัติงานจริง
4. ไม่ควรมีเยอะจนเกิดความสับสน

การควบคุมด้วยสายตา หรือการควบคุมด้วยการมองเห็นมีประโยชน์มากหากนำไปใช้งานจริง ทุกคนในองค์กร/สถานประกอบการต้องทำความรู้ ความเข้าใจ ตระหนัก ให้ความร่วมมือ เล็งเห็นความสำคัญ และประโยชน์ที่ได้ เพราะถ้าหากทำไปโดยที่ขาดสิ่งเหล่านั้นแล้ว การควบคุมด้วยการมองเห็น (Visual Control) ก็จะกลายเป็นสิ่งที่ทำไว้เพื่อโชว์ผู้บริหาร ลูกค้า หรือผู้ตรวจประเมิน (Auditor) เท่านั้นเอง

แนวคิดทฤษฎีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของคนโดยใช้ทฤษฎี 5 ส

Thailand Productivity Institute (1999) ได้ให้ความหมายของ 5 ส คือ

1. สะสาง (Seiri) การกำจัดสิ่งของไม่จำเป็นที่อาจก่อให้เกิดปัญหารวมทั้งงานระหว่างกระบวนการการผลิต (Work in Process) และชิ้นส่วน รวมทั้งต้องมีการกำหนดปริมาณที่เหมาะสมของสิ่งของที่ใช้งานด้วย ช่วยลดต้นทุนโดยการจัดให้เหลือแต่ของที่จำเป็นในการทำงาน การสะสางจะทำให้สามารถควบคุมปริมาณของพัสดุได้ง่าย ไม่มีอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นจากการวางของเกะกะ รวมถึงลดค่าเช่าพื้นที่ในการจัดเก็บสิ่งของ เวลาและจำนวนคนในการตรวจนับพัสดุระหว่างปี

2. สะดวก (Seiton) จัดเก็บสิ่งของให้เหมาะสมเพื่อป้องกัน หรือหลีกเลี่ยงการปะปน โดยคำนึงถึงคุณภาพ ประสิทธิภาพ และความปลอดภัย ช่วยลดต้นทุนด้วยการลดเวลาที่ไร้ประสิทธิภาพในการทำงาน คือ การลดเวลาในการค้นหาเครื่องมือวัสดุ สินค้า ข้อมูล และช่วยลดอุบัติเหตุของพนักงานจากการเก็บและวางสิ่งของที่ไม่ถูกต้อง

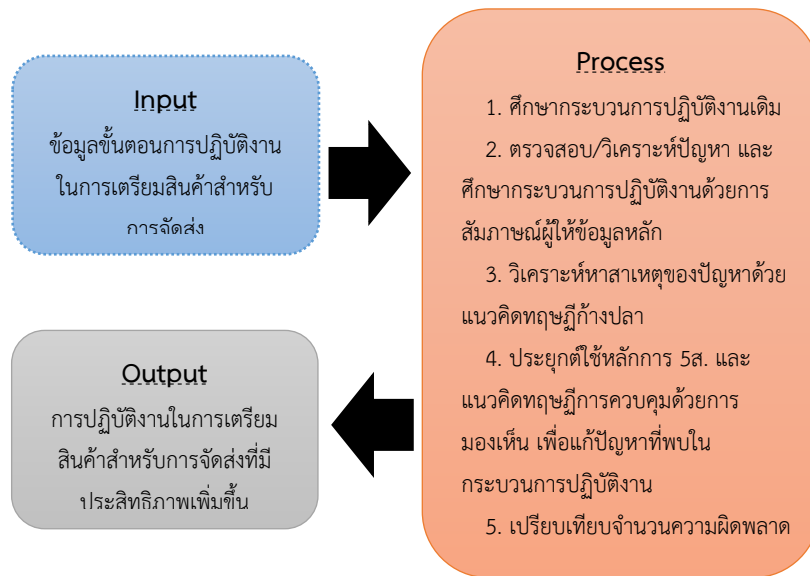
3. สะอาด (Seiso) การทำความสะอาดโดยมุ่งเน้นที่เครื่องจักร เครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ และสถานที่ทำงาน ช่วยลดต้นทุนการซ่อมและซื้อเครื่องจักรอุปกรณ์ที่หมดอายุก่อนกำหนด เพราะการทำความสะอาดถือเป็นพื้นฐานของการบำรุงรักษาเครื่องจักร

4. สุขลักษณะ (Seiketsu) การรักษามาตรฐานการปฏิบัติ 3 ส แรกที่ดีไว้และที่สำคัญในขั้นนี้คือการป้องกันไม่ให้เกิดความสกปรก รวมทั้งรักษามาตรฐานสุขอนามัยที่ดีช่วยลดต้นทุนในเรื่องความผิดพลาดต่าง ๆ ได้และที่สำคัญคือสุขลักษณะจะเป็นการปูพื้นฐานให้พนักงานปฏิบัติตามมาตรฐานการทำงานทำให้ไม่มีการทำงานที่ผิดขั้นตอน

5. สร้างนิสัย (Shitsuke) การสร้างนิสัยและมีวินัย ช่วยในการสร้างทัศนคติที่ดีของพนักงานในการทำงาน การสร้างนิสัยจะทำให้บุคลากรช่วยกันปรับปรุงวิธีการทำงาน ปรับปรุงเครื่องจักรอุปกรณ์ปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงาน สิ่งเหล่านี้จะช่วยลดต้นทุนโดยรวม

จะเห็นว่าแนวคิดทฤษฎี 5 ส. เป็นแนวคิดในการจัดระเบียบสิ่งของภายในสถานประกอบการทำให้ต้นทุนในการจัดการและจัดเก็บสิ่งของที่ไม่ได้ต้องการใช้หมดไป เป็นการลดต้นทุนได้ประการหนึ่ง

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

แบบแผนการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ จำนวน 5 ท่าน โดยใช้การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง กำหนดเกณฑ์การเลือก คือ เป็นผู้จัดการฝ่าย หัวหน้า หรือผู้ปฏิบัติงานในฝ่าย และมีประสบการณ์ทำงานไม่ต่ำกว่า 3 ปีขึ้นไป ประกอบด้วย ผู้จัดการฝ่าย 1 ท่าน พนักงานรับคำสั่งซื้อจากลูกค้า 1 ท่าน (แผนก Admin) พนักงานจัดรายการสินค้า 2 ท่าน (Picker Order) พนักงานส่งมอบสินค้า 1 ท่าน (Lording)

เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง และแบบตรวจสอบรายการขั้นตอนกระบวนการจัดเตรียมสินค้าเพื่อการขนส่ง ตรวจสอบคุณภาพด้วยความตรง (Validity) ด้วยการวิเคราะห์ค่า IOC จากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ได้ค่า IOC = 1.00 ทุกข้อคำถาม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับกระบวนการปฏิบัติงานของพนักงานในการจัดเตรียมสินค้าเพื่อการขนส่ง และใช้วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ณ บริษัท ซีพีแ็กซ์ตร้า จำกัด มหาชน สาขา แม็คโคร ศาลายา

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยใช้การวิเคราะห์เนื้อหาโดยประยุกต์ใช้แผนผังแก้งปลา (Fishbone Diagram) สำหรับการวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหาการเตรียมสินค้าสำหรับการจัดส่งที่พบเจอ แนวคิดทฤษฎี 5ส. มาประยุกต์ใช้

สำหรับการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน และแนวคิดทฤษฎีการควบคุมด้วยการมองเห็น (Visual Control) ในการออกแบบป้ายบอกจำนวนรถเข็นที่สามารถใช้งานพร้อมกับการติดตามสินค้าได้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดเตรียมสินค้าสำหรับการจัดส่ง

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษากระบวนการจัดเตรียมสินค้าเพื่อการขนส่ง กรณีศึกษา บริษัท ซีพีแ็กซ์ตรา จำกัด มหาชน สาขา แม่โคโร ศาลายา

1.1 ผลการศึกษากระบวนการกระบวนการจัดเตรียมสินค้าเพื่อการขนส่ง

แม่โคโรศาลายา จะมีแผนก O2O ทำหน้าที่ในส่วนของการตอบลูกค้าและดูแลลูกค้า รวบรวมคำสั่งซื้อเตรียมสินค้า และส่งให้ลูกค้า จาก 2 ช่องทาง คือ พนักงานขายตรง และลูกค้าที่สั่งซื้อผ่านแอปพลิเคชัน Mackropro โดยวิธีการส่งสินค้ามี 2 รูปแบบ ดังนี้

1.1.1 ลูกค้าเลือกใช้บริการจัดส่ง โดยมีช่วงเวลาให้ลูกค้าเลือกเวลาจัดส่งเองได้ มีดังนี้

1) ช่วงเวลาเช้า สินค้าจะทยอยจัดส่งตั้งแต่ 08.00-12.00น. พนักงาน (Picker) จะจัดส่งสินค้าช่วงเวลากลางคืน

2) ช่วงเวลาบ่าย สินค้าจะทยอยจัดส่งตั้งแต่ 13.00-16.00น. พนักงาน (Picker) จะจัดส่งสินค้าช่วงกลางคืนและช่วงสาย

3) ช่วงเวลาเย็น สินค้าจะทยอยจัดส่งตั้งแต่ 17.00-20.00น. พนักงาน(Picker) จะจัดส่งช่วงเวลาบ่าย

1.1.2 ลูกค้าสั่งซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน Mackropro และเลือกรับสินค้าเองตามเวลาที่ลูกค้าต้องการ นอกจากนี้ทางแม่โคโรศาลายา มีโปรโมชั่นหากลูกค้าที่ทำการสั่งซื้อทางแอปพลิเคชันแม่โคโรโปรเข้ามาตั้งแต่ 22.00 น. ถึง 10.00 น. ของอีกวัน จะสามารถจัดส่งสินค้าได้ภายในวันได้ช่วงเวลารอบจัดส่งเย็น เรียกว่า Order Seam day

1.1.3 กระบวนการปฏิบัติงานการจัดเตรียมสินค้าเพื่อการขนส่ง ประกอบไปด้วย 6 ขั้นตอน ดังนี้

1) Admin รับคำสั่งซื้อผ่านออนไลน์จากลูกค้า และปริ้นใบรายการคำสั่งซื้อให้กับพนักงานจัดออเดอร์

2) พนักงานทำการแยกคำสั่งซื้อจำแนกตามพื้นที่จัดส่งให้กับพนักงานขนส่ง

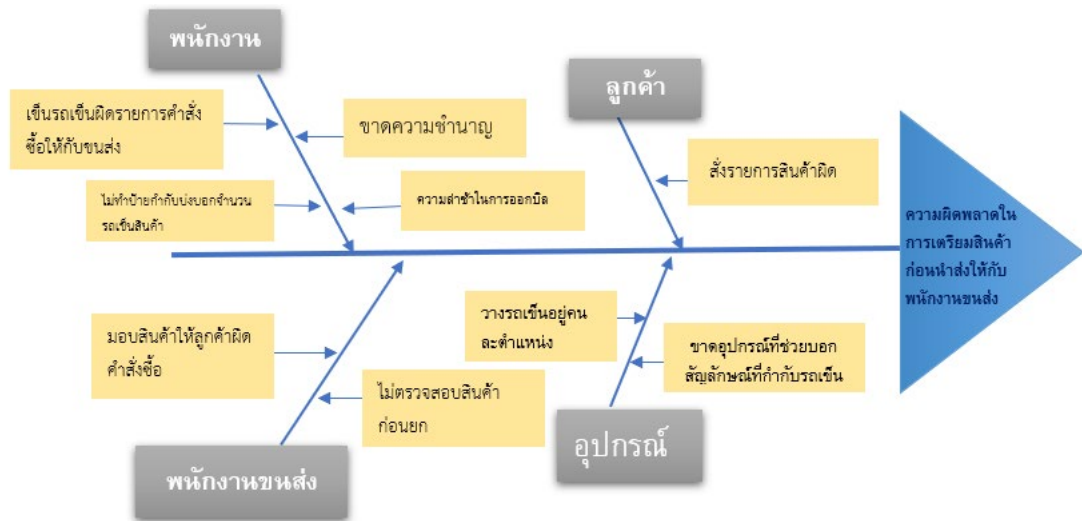
3) Picker ทำหน้าที่จัดรายการสินค้าตามใบสั่งซื้อ

4) Picker แปะป้ายตัวรายการสินค้าของลูกค้าที่รถเข็น

5) Picker จัดรถเข็นในอยู่ในพื้นที่เตรียมนำสินค้าออก

6) Loader ทำหน้าที่คอยเข็นสินค้าให้กับพนักงานส่ง หรือเรียกว่า ลากงาน

1.2 ผลการวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหาการเตรียมสินค้าสำหรับการจัดส่งด้วยการประยุกต์ใช้แผนผังก้างปลา (Fish Bone Diagram) แสดงได้ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แผนผังก้างปลาสาเหตุของปัญหาการเตรียมสินค้าสำหรับการจัดส่ง

ที่มา : จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

จากภาพที่ 2 จะพบสาเหตุของปัญหาการเตรียมสินค้าสำหรับการจัดส่ง ได้แก่เขียนรถเขียนผิดให้กับขนส่ง ไม่มีการทำป้ายบอกจำนวนของรถเข็นอย่างชัดเจน พนักงานใหม่ขาดความชำนาญและความเข้าใจจึงยังสินค้าผิดรายการ ความล่าช้าในการออกใบออเดอร์ ลูกค้าส่งรายการผิดหรือยังรายการสินค้าให้ลูกค้าผิดรายการ พนักงานขนส่งสินค้าลงสินค้าผิดให้กับลูกค้าเนื่องจากพนักงานจัดสินค้าผิด ขาดอุปกรณ์ที่ช่วยบอกสัญลักษณ์อย่างเข้าใจง่าย รถเข็นมีการวางคนละตำแหน่งในกรณีที่มีมากกว่า 1 คันรถเข็น และไม่มีการตรวจสอบสินค้าก่อนส่งออก

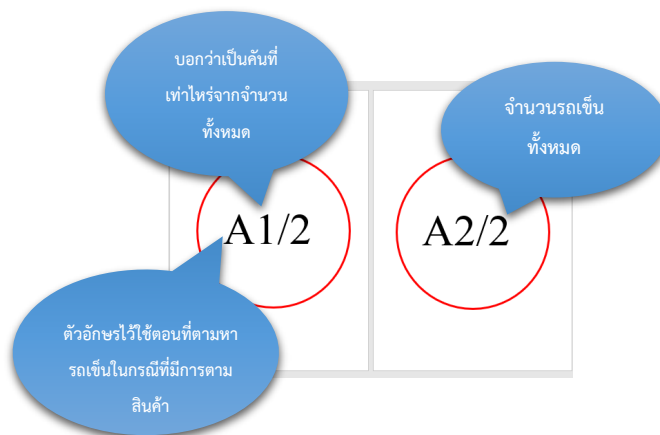
2. ผลการศึกษาแนวทางปรับปรุงกระบวนการจัดเตรียมสินค้าเพื่อการขนส่ง กรณีศึกษา บริษัท ซีพีแ็กซ์ตรา จำกัด มหาชน สาขา แม่โคโคร ศาลายา

จากปัญหาที่พบ ผู้วิจัยวางแผนและออกแบบแนวทางการลดความผิดพลาดในการปฏิบัติงานโดยใช้ทฤษฎีควบคุมด้วยการมองเห็น (Visual Control) และนำแนวคิดทฤษฎี 5ส. มาประยุกต์ใช้สำหรับการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน และรายละเอียดดังนี้

2.1 แนวทางการลดความผิดพลาดในการปฏิบัติงานโดยใช้ทฤษฎีควบคุมด้วยการมองเห็น (Visual Control)

- 1) ออกแบบป้ายกำกับตำแหน่งรถเข็นสินค้าให้มีการเห็นได้อย่างชัดเจน และเข้าใจง่าย
- 2) กรณีที่มีการจัดออเดอร์นั้นยังไม่ครบสินค้าตามใบรายการสินค้า เรียกว่า การจัดสินค้ายังไม่จบ จะมีการตามสินค้าในกรณีหน้าบ้านหรือเรียกอีกอย่างว่าจุดจำหน่ายสินค้าของแม่โคโครมีไม่เพียงพอหรือยังไม่เต็มสินค้าในสต็อกจึงไม่สามารถนำมาใส่ไว้ในรถเข็นได้จะต้องมีการรอตัดสินค้าหรือการเติมสต็อก
- 3) จะมีกระดานและแผ่นเขียนให้พนักงานเขียนกำกับไว้ว่า มีการตามสินค้า เป็นออเดอร์ที่ยังไม่จบ ไม่สามารถนำส่งให้ลูกค้าได้
- 4) เสนอให้มีการลองใช้ป้ายบอกจำนวนของรถเข็นแบบใหม่ เพื่อให้ง่ายต่อการลากสินค้าให้พนักงานขนส่งและยังสามารถทำให้พนักงาน Loader ที่คอยลากสินค้าให้กับพนักงานขับรถขนส่ง เห็นได้ง่ายและทราบจำนวนที่ต้องลากรถเข็นอีกด้วย เป็นการลดการผิดพลาดในการตกลงสินค้า

5) เสนอให้อุปกรณ์เข้าช่วยโดยใช้สายคล้องเพื่อเพิ่มความเข้าใจให้แก่พนักงานยิ่งขึ้น โดยการใช้สายคล้อง คล้องกับรถเข็นตามจำนวนรถเข็นที่พนักงานจัดสินค้าจัดมา



ภาพที่ 3 ป้ายกำกับตำแหน่งรถเข็นสินค้า

2.2 การเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานด้วยแนวคิดทฤษฎี 5ส.

- 1) สะสาง – ให้พนักงานจัดวางรถเข็นให้เป็นระเบียบ โดยการเน้นย้ำให้มีความเป็นแนวและเป็นแถว
- 2) สะดวก - สะดวก ติดป้ายกำกับเมื่อการจัดสินค้ายังไม่มีการจบ
- 3) สะอาด – เน้นย้ำความสะอาด หากออเดอร์หมายเลขใดมีของสด ของแช่แข็งให้ทำการใส่ถังดำที่ทางแมคโครเตรียมไว้ให้ทุกครั้ง เนื่องจากมีน้ำจากของสดไหลลงมาบนพื้น
- 4) สุขลักษณะ – ให้พนักงานมีการตรวจสอบรายการสินค้าในการจัดสินค้าอย่างแม่นยำโดยการยิงสินค้า ให้ครบทุกตัว โดยที่ไม่มีการใส่ Done ที่หมายถึงไม่ต้องยิงหลายการสินค้าหากสินค้ามีจำนวนมาก เพื่อต้องการลดการผิดพลาดในการตกหล่นของสินค้า หรือสินค้าไม่ครบจำนวนจะให้มีการอบรมและกำกับในเรื่องด้านนี้และหากพนักงานทุกตำแหน่งและทุกท่านให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามทุกครั้งจะส่งผลให้พนักงานมีประสิทธิภาพและเป็นระบบมากขึ้น
- 5) สร้างนิสัย – การปฏิบัติตามดังกล่าวข้างต้น จะส่งผลกระทบยาวในการทำงานอย่างเป็นระบบและลดการเกิดการการทำงานที่ผิดพลาดในระบบงาน

2.3 ผลการปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงานจัดเตรียมสินค้าเพื่อการขนส่ง

ผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบข้อมูลของสินค้าที่มีการผิดพลาดหรือสินค้าที่มีการตักกลับมาทั้งก่อนและหลังปรับปรุง ซึ่งผู้วิจัยได้นำทฤษฎีการควบคุมด้วยการมองเห็น (Visual Control) และทฤษฎี 5ส. มาทำการปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงานจัดเตรียมสินค้าเพื่อการขนส่ง โดยรวบรวมข้อมูลรายการคำสั่งซื้อที่เกิดการผิดพลาดในช่วง 5 – 10 กุมภาพันธ์ 2567 ได้ผลดังนี้

คำสั่งซื้อที่เกิดการผิดพลาดจำนวน 23 คำสั่งซื้อ จากทั้งหมด 1,537 คำสั่งซื้อ โดยนำมาหาค่าเฉลี่ยความผิดพลาดดังนี้ $(23 \times 100) / 1537 = 1.49$ ดังนั้น คิดเป็นความผิดพลาด 1.49% ของคำสั่งซื้อทั้งหมด

เมื่อได้ทำการปรับปรุงการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานแล้วด้วยทฤษฎี 5ส และทฤษฎีการควบคุมด้วยการมองเห็น (Visual Control) ผู้วิจัยทำการเก็บบันทึกข้อมูลรายการสินค้าและสินค้าที่ตักกลับ ระหว่างวันที่ 19 - 24 กุมภาพันธ์ 2567 ได้ผลดังนี้

คำสั่งซื้อที่เกิดการผิดพลาดจำนวน 11 คำสั่งซื้อ จากทั้งหมด 1,302 คำสั่งซื้อ โดยนำมาหาค่าเฉลี่ยความผิดพลาดดังนี้ $(11 \times 100) / 1302 = 0.84$ ดังนั้น คิดเป็นความผิดพลาด 0.84% ของคำสั่งซื้อทั้งหมด

อภิปรายผล

จากการดำเนินการวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหาการเตรียมสินค้าสำหรับการจัดส่งด้วยการประยุกต์ใช้แผนผังก้างปลา (Fishbone Diagram) ซึ่งพบปัญหาที่จริงคือ กระบวนการทำงาน และพนักงานปฏิบัติงานผิดพลาด ทำให้สามารถหาแนวทางในการแก้ปัญหาได้ถูกต้อง เช่นเดียวกับงานวิจัยเรื่อง “การเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการคลังสินค้า” ของ Setsathien and Kerdphon (2019) ที่ใช้แนวคิดแผนผังก้างปลา และหลัก 4M1E เพื่อแยกแยะสาเหตุต่าง ๆ ของปัญหา ได้แก่ พนักงาน อุปกรณ์อำนวยความสะดวก ผลิตภัณฑ์/บริการ/วัตถุดิบหรืออะไหล่ กระบวนการทำงาน สถานที่และบรรยากาศการทำงาน ซึ่งสาเหตุหลักที่ต้องแก้ไขในงานวิจัยของปรีชกรณ์ เศรษฐเสถียร และกฤติยา เกิดผล คือ กระบวนการจัดเก็บสินค้าทำให้ต้องใช้เวลานานในการค้นหาสินค้าส่งผลให้สินค้าบางชนิดถูกจัดเก็บไว้เป็นเวลานานทำให้เกิดการชำรุดและเสียหาย

การเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานด้วยแนวคิดทฤษฎี 5ส. ตรงกับ Thailand Productivity Institute (1999) ที่ระบุว่า กิจกรรมคุณภาพ 5ส. เป็นแนวคิดในการจัดระเบียบเรียบร้อยในที่ทำงานและสถานประกอบการ เพื่อก่อให้เกิดสภาพการทำงานที่ดี ปลอดภัย มีระเบียบเรียบร้อย นำไปสู่การเพิ่มผลผลิต นอกจากนี้กิจกรรมคุณภาพ 5ส. ยังช่วยลดต้นทุนในสถานที่ทำงานได้ และจากผลงานวิจัยของ Poonnarong et al, (2020) เรื่อง “การปรับปรุงผลิตภาพและการเพิ่มผลผลิตด้วยหลักแผนภูมิแสดงเหตุและผล การฝึกอบรมพนักงานและ 5ส. กรณีศึกษา: บริษัท กรีนสปอต จำกัด” ระบุว่าหลังจากใช้หลักการ 5ส. และให้ความรู้แก่พนักงานทำให้การปฏิบัติงานของพนักงานในเรื่องการจัดวัสดุ อุปกรณ์ และวัตถุดิบในโรงงานมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยมากขึ้น การเกิดอุบัติเหตุลดลง จึงทำให้การผลิตสินค้ามีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

ผลการปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงานจัดเตรียมสินค้าเพื่อการขนส่ง โดยการทดสอบก่อนและหลังปรับปรุงพบว่า ค่าเฉลี่ยรวมในการผิดพลาดของการจัดรายการสินค้านั้น ลดลง จาก 1.49% เหลือ 0.84% ผลต่าง คือ ลดลงถึง 0.65% ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hongsamreng and Sawangrat (2020) เรื่อง “การลดเวลากระบวนการเบิกจ่ายสินค้าคงคลังและทำความสะอาดห้องพักของโรงแรมววัลยาบูติก” ที่ได้นำทฤษฎีการควบคุมด้วยการมองเห็น (Visual Control) มาเพิ่มความสะดวกในการสังเกตจำนวนสินค้าในคลังสินค้าจากป้ายกำกับที่ติดในบริเวณต่าง ๆ ภายในโรงแรม แล้วทำการเปรียบเทียบเวลาในกระบวนการเบิกสินค้าคงคลังก่อนและหลังการปรับปรุงด้วยทฤษฎีการควบคุมด้วยการมองเห็น พบว่ามีเวลารวมลดลงเฉลี่ย 87.22% และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chaisak and Naksee (2020) เรื่อง “การศึกษาการปรับปรุงกระบวนการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน กรณีศึกษา บริษัท ABC จำกัด” ที่ได้นำทฤษฎีการควบคุมด้วยการมองเห็น (Visual Control) มาใช้ในกระบวนการจัดเก็บสินค้าในคลังสินค้าที่เน้นเรื่องการจัดระบบการทำงานให้มีความสะดวก รวดเร็ว และป้องกันข้อผิดพลาดในการดำเนินงานได้

ข้อเสนอแนะ

1. ผลจากการปรับปรุงขั้นตอนการทำงานสามารถนำไปปรับใช้ในสถานประกอบการหรือองค์กรอื่นที่มีลักษณะงานด้านการเตรียมสินค้าเพื่อการขนส่งคล้ายคลึงกัน เพื่อประเมินผลการลดความผิดพลาดและวัดผลการเพิ่มประสิทธิภาพในบริบทที่แตกต่างกัน
2. ควรจัดให้มีการอบรมพนักงานในทุกขั้นตอนของกระบวนการที่ได้รับการปรับปรุง โดยเน้นความสำคัญของการลดข้อผิดพลาดในการเตรียมสินค้าเพื่อส่งเสริมความเข้าใจในกระบวนการทำงานและสร้างความตระหนักในบทบาทหน้าที่
3. ควรทำการวิจัยเพิ่มเติมในมิติต่าง ๆ เช่น การลดต้นทุนในกระบวนการเตรียมสินค้า การวิเคราะห์ผลกระทบด้านเวลาการส่งมอบ หรือความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อให้เห็นมิติที่หลากหลายของการเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการทำงาน

เอกสารอ้างอิง

- Akrativa, S. (2006). *Visual management*. Bangkok: Technology Promotion Association (Thailand-Japan). (in Thai)
- Chaisak, P., and Naksee, P. (2020). Process improvement for increasing efficiency in production: Case study of ABC Company. *The Proceedings of the 15th RSU National Graduate Research Conference 2020*, Rangsit University, 1272–1286.
- Hongsamreng, P., and Sawangrat, C. (2020). Reducing the time of the inventory disbursement process and cleaning the rooms of the Wua Lai Boutique Hotel. *The Proceedings of the 5th Academic Conference on Industrial Engineering and Industrial Management 2020*, 123–130.
- Poonnarong, T., Domronganukool, N., Prasong, N., Suksud, S., and Paopiboon, A. (2020). Improve productivity and quality with the principles of cause-and-effect diagram, 5S, and staff training: Case study Greenspot Co., Ltd. *The Journal of Research and Academics*, 3(3), 89–96. <https://doi.org/10.14456/jra.2020.9>
- Setsathien, P., and Kerdphon, K. (2019). Increasing efficiency of warehouse management. *Rajabhat Rambhai Barni Research Journal*, 13(2), 45-46.
- Suthasatichai, K. (2009). *Visual control*. Prince of Songkla University, Pattani Campus, Pattani.
- TFT Transport Co., Ltd. (2024). *Freight forwarding companies and factors affecting the use of freight forwarding services*. [Online]. Retrieved April 22, 2024, from: <http://www.transport4thai.com/>
- Thailand Productivity Institute. (1999). *5S for activities handbook*. Bangkok: Thailand Productivity Institute.

กระบวนการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ

พริ้นธร แสนสุข^{1,*}, สุกัญญา สมไพบูลย์²

^{1,2} หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวาณิชยศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Received: 22 April 2024

Revised: 21 June 2024

Accepted: 7 October 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย (1) อินฟลูเอนเซอร์ที่ประสบผลสำเร็จ (2) ผู้เชี่ยวชาญการฝึกอบรม และ (3) นักวิชาการด้านวาณิชยศาสตร์ โดยทำการวิเคราะห์จากข้อมูล Pre-test, Post-test, Reflection Note และ Focus group ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ ประกอบด้วย 1) Identity (เอกลักษณ์เฉพาะตนที่ชัดเจน) 2) Consistency (ความสม่ำเสมอ) 3) Creativity (ความคิดสร้างสรรค์) 4) Content (เนื้อหา) 5) Sincere (ความจริงใจ) ซึ่งทั้ง 5 คุณลักษณะต้องมี Ethos (ความน่าเชื่อถือ) Pathos (สร้างอารมณ์ร่วมให้ผู้ติดตาม) Invention (การคิดค้นเนื้อหาที่น่าสนใจ) Memory (การพูดหรือแสดงเพื่อสร้างการจดจำ) ยังคงเป็นประเด็นสำคัญเช่นเดียวกับ Verbal (การสื่อสารเชิงวาทะภาษา) และ Non-Verbal (อวัจนภาษา) ในขณะที่ Logos (ความเป็นเหตุเป็นผล) Arrangement (การจัดเรียง) Style การออกแบบ (เพื่อความสวยงาม) Delivery (การนำเสนออย่างเป็นระบบ) มีความสำคัญลงเล็กน้อย นอกจากนี้ ยังพบว่า การออกแบบและทดลองใช้กระบวนการฝึกอบรมในการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ คุณลักษณะสำคัญในการฝึกอบรมทุกกิจกรรมได้แก่ Identity รองลงมาได้แก่ Creativity, Content และ Sincere ส่วน Consistency พบน้อยลง มีเฉพาะบางกิจกรรม ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นความเปลี่ยนแปลงของปรากฏการณ์ รวมถึงความสำคัญและการคงอยู่ของทฤษฎี ที่ทำให้ผู้สนใจสายงานอินฟลูเอนเซอร์มองภาพได้ชัดเจน และนำไปประยุกต์ใช้บนฐานทฤษฎีทางวาทศาสตร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

คำสำคัญ: อินฟลูเอนเซอร์ คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์ กระบวนการฝึกอบรม

* ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: 6480038528@student.Chula.ac.th

Training Process to Develop Desirable Characteristics of Influencers on Youtube Platform

Peeranthon Saensook^{1,*}, Sukanya Sompiboon²

^{1,2} Student of the Master of Communication Arts Program,
Major in Speech Communication, Faculty of Communication Arts,
Chulalongkorn University

Received: 22 April 2024

Revised: 21 June 2024

Accepted: 7 October 2024

ABSTRACT

The objectives of this research are 1) To analyze the desirable characteristics of influencers on YouTube platform, 2) To design and pilot a training process to develop the desirable characteristics of influencers on YouTube platform. It is qualitative research. Through 3 groups consist of 5 influencers, 3 Training specialists and 2 academics in the field of rhetoric by the research methodology, which Focus group and In-depth interviews in order to design the training program with 13 participants. The research results found that Desirable characteristics of influencers on the YouTube platform include 1) Identity 2) Consistency 3) Creativity 4) Content 5) Sincerity. All 5 characteristics must include Ethos (trustworthiness) and Pathos (creating emotions for followers), Invention (Creating interesting content), Memory (speaking or showing to create recognition) are still important issues, as verbal and Non-Verbal communication, while Logos (rationality), Arrangement, Style, design, Delivery (systematic presentation) are slightly important. In addition, the training process was designed and piloted to develop the desirable characteristics of influencers on YouTube platform. An important feature in every training activity is Identity, followed by Creativity, Content, and Sincere. Consistency is found less often, only in some activities. The research results reflect the phenomenon changing. Including the importance and permanence of the theory that allows those interested in the influencer field to clearly apply it more effectively on the basis of rhetorical theory.

Keywords: Influencer, Desirable Characteristics, Training process

* Corresponding Author; E-mail: 6480038528@student.chula.ac.th

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การเปลี่ยนผ่านจากสื่อออฟไลน์หรือสื่อเก่า สื่อโทรทัศน์ วิทยุ ผ่านเข้าสู่โลกออนไลน์ ถือเป็นปัจจัยในการดำเนินชีวิตที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ ไม่ว่าจะเป็นการอำนวยความสะดวกในการใช้ชีวิต หาคำความรู้ สร้างความบันเทิง การเปลี่ยนผ่านในครั้งนี้ได้สร้างความเจริญเติบโตในการนำเสนอเนื้อหาผ่านสื่อวิดีโออย่างแอปพลิเคชันยูทูบ (Youtube) ที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย

ยูทูบ (Youtube) เป็นแอปพลิเคชันที่ก่อตั้งขึ้นในปี 2548 เพื่อนำเสนอสื่อวิดีโอ หรือภาพ เคลื่อนไหว สำหรับการนำเสนอเรื่องราว ประสบการณ์ แลกเปลี่ยนความรู้ การให้ความบันเทิง และนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น (Westenberg, 2016) ยูทูบเป็นสื่อที่สามารถทำให้ผู้ติดตามเกิดความคล้อยตาม โนมน้าวใจให้ซื้อสินค้า หรือปฏิบัติตามได้ ด้วยการนำเสนอผ่านภาพเคลื่อนไหว เสียง สี เอฟเฟกต์ต่าง ๆ ที่สามารถแสดงถึงอารมณ์ได้ดีกว่าสื่อภาพนิ่ง การสร้างความรู้สึกร่วมของสื่อวิดีโอบนแอปพลิเคชันยูทูบจึงนำไปสู่แรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์เนื้อหา และความเชื่อมั่นที่เพิ่มมากขึ้นของผู้ติดตาม ให้กลายเป็นผู้สร้างสรรค์เนื้อหาได้ในเวลาเดียวกัน เป็นแอปพลิเคชันที่ได้รับความนิยม และสร้างอิทธิพลต่อผู้ติดตาม โดยเฉพาะกลุ่มช่วงวัยระหว่าง 18-25 ปี (Global, 2016) ยูทูบเป็นช่องทางที่สร้างผู้นำทางความคิด หรือผู้ทรงอิทธิพลหรืออินฟลูเอนเซอร์ในบทบาทของยูทูเบอร์ เป็นจุดเชื่อมโยงระหว่างผู้สร้างสรรค์เนื้อหาและผู้ชมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่จะเป็นการโนมน้าวใจ การสร้างความน่าเชื่อถือ และการสร้างความบันเทิงก็ตาม ซึ่งในปัจจุบัน อินฟลูเอนเซอร์ในบทบาทของยูทูเบอร์ได้นำเสนอเนื้อหาที่หลากหลาย อาทิ การแต่งหน้า การรับประทานอาหาร การนำเสนอผลิตภัณฑ์ในลักษณะโฆษณาออนไลน์ การรีวิวสถานที่ท่องเที่ยว และการนำเสนอกลวิธีในการเล่นเกมส์ เป็นต้น ซึ่งเนื้อหาที่ได้รับความนิยมทั้งความรู้ และความบันเทิงพร้อมกัน เป็นเนื้อหาที่สดใหม่ มีความน่าสนใจ และน่าติดตาม นอกจากนี้ อินฟลูเอนเซอร์ยังถือเป็นอีกหนึ่งอาชีพที่น่าสนใจ และสามารถสร้างรายได้ให้เป็นอย่างดี การสร้างรายได้จึงเป็นอีกหนึ่งแรงจูงใจที่ทำให้ผู้ติดตามมีความสนใจในอาชีพยูทูเบอร์

การพัฒนาเนื้อหาในกลุ่มของอินฟลูเอนเซอร์ จำเป็นต้องมีการสร้างสรรค์เนื้อหาที่ใหม่ และน่าสนใจอย่างต่อเนื่อง แต่ในบางครั้งการสร้างสรรคเนื้อหาใหม่อาจไม่สามารถทำได้โดยทันที และยังพบว่า การสร้างสรรค์เนื้อหาที่ตอบโจทย์ต่อกลุ่มผู้ชม ก็คืออีกหนึ่งปัญหาที่มักพบบ่อยในยุคปัจจุบัน จนส่งผลให้การนำเสนอเนื้อหานั้นต้องหยุดลง ประกอบกับจำนวนผู้สร้างสรรค์เนื้อหาที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ความแข็งแกร่งในการแข่งขัน และการทำงานที่ซับซ้อนของผู้สร้างสรรค์เนื้อหา (Zheng, 2020) เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดอุปสรรคในการนำเสนอของอินฟลูเอนเซอร์ นั้นหมายความว่าหากการสร้างสรรคเนื้อหาไม่ตอบโจทย์ต่อผู้ชม สิ่งที่เกิดขึ้นคือปัญหาในการสร้างการจดจำ และจำนวนผู้ติดตามนั่นเอง นอกจากนี้ยังพบว่า เนื้อหาของการนำเสนอที่ถูกเผยแพร่ในช่องทางยูทูบ บางครั้งกลับสร้างผลกระทบในเชิงลบ ไม่ว่าจะเป็นคำหยาบ การใช้คำที่ไม่เหมาะสม และเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมกับกลุ่มคนดู (Henry, 2009) รวมถึงการกระทำที่รุนแรง อาจส่งผลกระทบในเชิงลบต่อผู้รับสาร ซึ่งสามารถนำไปสู่เหตุการณ์ไม่พึงประสงค์ได้ในอนาคต ส่งผลกระทบต่อผู้ชมและสังคม รวมทั้งส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือของตัวอินฟลูเอนเซอร์ได้

การสร้างสรรคเนื้อหาในรูปแบบออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันยูทูบ สามารถสร้างรายได้ และชื่อเสียงให้กับตัวบุคคลได้ แต่โดยส่วนใหญ่ผลงานวิจัยที่ผ่านมาพบการศึกษาปัจจัยในการสร้างรายได้ หรือการสร้างชื่อเสียงของกลุ่มอินฟลูเอนเซอร์ แต่พบงานวิจัยที่ศึกษาอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบจำนวนน้อยที่ประยุกต์เข้ากับหลักทางวาทนิเทศ ผู้วิจัยจึงสนใจการโนมน้าวใจ การสร้างความน่าเชื่อถือของอินฟลูเอนเซอร์ รวมถึงการนำเสนอเนื้อหาผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อนำผลการศึกษามาถอดบทเรียนในการออกแบบกระบวนการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาอินฟลูเอนเซอร์

และในการออกแบบการฝึกอบรมหลังจากได้ผลลัพธ์จากบุคคลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจะนำผลลัพธ์ที่ได้มาประกอบในการออกแบบกระบวนการฝึกอบรมอย่างสร้างสรรค์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ

แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) หรือผู้ทรงอิทธิพล หมายถึง ผู้มีอิทธิพลทางความคิดที่สามารถชี้นำหรือแนะนำสินค้าหรือบริการให้ได้รับความนิยมได้ในวงกว้าง และสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อถือนในสินค้าหรือบริการนั้นมากยิ่งขึ้น (Sukvoraphirum, 2022; Sukprasit & Kammadhi, 2020) ซึ่งความน่าเชื่อถือของอินฟลูเอนเซอร์เปรียบเสมือนประตูบานแรกที่สร้างความเชื่อใจ ความมั่นใจ ไม่ว่าจะเป็นแหล่งที่มาของข่าวสารหรือคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ซึ่งในยุคของสื่อสังคมออนไลน์ อินฟลูเอนเซอร์ มีบทบาทอย่างยิ่งในการโน้มน้าวใจผู้คนให้เกิดการปฏิบัติตาม เกิดความคล้อยตามทางความคิดได้เป็นอย่างดี ซึ่งการนำเสนอเนื้อหาของอินฟลูเอนเซอร์เพื่อให้เกิดความพึงพอใจและความรู้สึกในเชิงบวกต่อผู้ติดตาม

แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีวาทนิเทศ เป็นการศึกษาพฤติกรรม การสื่อสารระหว่างบุคคลของมนุษย์ จนถึงการพูดในที่ชุมชน ด้วยการพูดทั้งในลักษณะที่ใช้ถ้อยคำและไม่ใช้ถ้อยคำ เพื่อช่วยส่งเสริมให้การพูดเป็นไปได้อย่างดี มีประสิทธิภาพและสัมฤทธิ์ผลสมความมุ่งหมาย

ทฤษฎีการโน้มน้าวใจ Aristotle's Persuasive Appeals ครอบคลุม 3 สิ่งได้แก่ ผู้ส่งสาร สาร และผู้รับสาร เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์วิจารณ์เนื้อหาระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร (Berger, 2015; Singler, 2017) มี 3 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) Ethos (การสร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจให้กับผู้ฟัง 2) Pathos (การสร้างอารมณ์ร่วมให้กับผู้ชม เพื่อกระตุ้นโน้มน้าวใจให้เกิดความเข้าใจในเนื้อหาไปในทิศทางเดียวกัน) และ 3) Logos (หลักฐานและเหตุผล)

หลักวาทศาสตร์องค์ห้าของซีเซโร (Cicero's Five Canons) ที่ใช้กับการสื่อสารหลายรูปแบบ เช่น การสื่อสารในการนำเสนอผลงาน การประชุม รวมถึงการสื่อสารออนไลน์ (Kennedy, 2007) ประกอบด้วย 1) Invention (การคิดค้นเนื้อหาที่น่าสนใจ) 2) Arrangement (การจัดเรียง) 3) Style (การออกแบบภาษาสละสลวยครบถ้วน) 4) Memory (การพูดหรือการแสดงเพื่อสร้างการจดจำให้กับผู้ชม) 5. Delivery (การนำเสนออย่างเป็นระบบ)

การสื่อสารเชิงวัจนภาษา (Verbal Communication) คือการใช้คำพูด น้ำเสียง วาจา รวมถึงการเขียนที่เหมาะสมกับสถานที่ สถานการณ์ และบริบท ออกเสียงถูกต้องชัดเจน ซึ่งในปัจจุบันอินฟลูเอนเซอร์มักจะใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ไม่เป็นทางการและมีความเป็นกันเองมากขึ้น บางครั้งอาจนำเสนอด้วยคำที่ไม่สุภาพ หรือเป็นภาษาที่ใช้ในชีวิตประจำวัน

การสื่อสารเชิงอวัจนภาษา (Nonverbal Communication) คือการแสดงออกทางกาย ทางอารมณ์ โดยไม่ใช้คำพูด แต่สามารถเข้าใจความรู้สึกนึกคิดของคู่สนทนาได้ชัดเจนและเป็นธรรมชาติ ซึ่งมีอิทธิพลต่อความเข้าใจมากกว่าร้อยละ 65 (Sriatsadaporn, 2015) ได้แก่ 1) การแสดงท่าทาง (posture) 2) การแสดงอากัปกิริยา (Gesture) 3) การแสดงออกทางสีหน้า (facial expression) 4) การใช้สายตา (Eye contact) 5) การเคลื่อนไหวของร่างกาย (Body movement)

แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบการฝึกอบรม คือกระบวนการที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในเชิงบวก ไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรม ความคิดและทัศนคติ โดยใช้กระบวนการของการฝึกหัด และเพิ่มทักษะให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งกระบวนการฝึกอบรมสรุปได้ 6 ขั้นตอน คือ 1) การวางแผนการฝึกอบรม 2) การออกแบบหลักสูตร 3) การสร้างเนื้อหาการเรียนรู้ 4) การนำเสนอเนื้อหาการเรียนรู้ 5) การฝึกทักษะปฏิบัติจริงในการอบรม 6) การประเมินผลก่อนและหลังการฝึกอบรม

วิธีดำเนินการวิจัย

แบบแผนการวิจัย

การวิจัยนี้ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อนำไปสู่การกระบวนการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ

ตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้มาจากการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง ใช้แบบสัมภาษณ์ ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 10 ราย แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย (1) อินฟลูเอนเซอร์ที่ประสบผลสำเร็จในบทบาทของอินฟลูเอนเซอร์ โดยมีผู้ติดตามขั้นต่ำ 100,000 คน และมีคุณสมบัติในการขายสินค้า หรือรีวิวสินค้า หรือรีวิวสถานที่ต่าง ๆ จำนวน 5 ราย (2) ผู้เชี่ยวชาญการฝึกอบรม ซึ่งจะต้องเป็นผู้มีความรู้และประสบการณ์ในการออกแบบการฝึกอบรมจำนวน 3 ราย (3) นักวิชาการด้านวาณิชศาสตร์ ซึ่งจะต้องมีความเชี่ยวชาญทางนิเทศศาสตร์ และมีประสบการณ์ในการฝึกอบรม จำนวน 2 ราย

เครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจดบันทึกคำสัมภาษณ์ พร้อมกับการบันทึกเสียง ทั้งนี้ผู้วิจัยทำการพิทักษ์สิทธิ์ของผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยจะนำเสนอข้อมูลเชิงวิชาการในภาพรวมเท่านั้น จากนั้นทำการตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Credibility) ของข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการตรวจสอบข้อมูล แบบสามเส้า (Triangulation) (Chantavanich, 2016) โดยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลที่หลากหลาย ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม ควบคู่ไปกับการศึกษาวิเคราะห์เอกสาร

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลจากการทำ Pre-test, Post-test, Reflection Note และ Focus group มาวิเคราะห์ข้อมูลภายใต้วัตถุประสงค์การวิจัยดังต่อไปนี้ (1) คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งประกอบด้วย 1) คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ 2) การนำเสนอตนเองของอินฟลูเอนเซอร์ และ 3) การคัดสรรเนื้อหาเพื่อการนำเสนอในโลกออนไลน์ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบการฝึกอบรม (2) นำข้อมูลที่ได้จากผู้ร่วมการฝึกอบรมจำนวน 13 ราย มาวิเคราะห์ผลลัพธ์ก่อนหลัง และแนวทางในการดำเนินการฝึกอบรมในครั้งต่อไป และ (3) ได้แนวทางในการนำเสนอกระบวนการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบด้วยแนวคิดวาณิชศาสตร์ สอดคล้องกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์จากอินฟลูเอนเซอร์ตัวจริง และความเป็นไปได้ในการสร้างอินฟลูเอนเซอร์ผ่านการฝึกอบรมด้วยแนวคิดวาณิชศาสตร์

ผลการวิจัย

1. คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ

อินฟลูเอนเซอร์ คือผู้นำทางความคิดที่มีตัวตนและความโดดเด่นที่ชัดเจน มีความถนัดในรูปแบบของตนเอง มีการนำเสนอเนื้อหาที่แตกต่างกันเพื่อสร้างความบันเทิงให้กับคนดู และสามารถโน้มน้าวใจหรือทำให้ผู้อื่นทำตามในสิ่งที่ตนเองนำเสนอได้ จึงสรุปได้ว่าคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ มีคุณลักษณะ 5 ประการได้แก่

Dentity เอกลักษณ์เฉพาะตนที่ชัดเจน หรือความเป็นตัวตน อินฟลูเอนเซอร์ที่มีชื่อเสียงในปัจจุบันจะมีความชัดเจนในการนำเสนอ เช่น อินฟลูเอนเซอร์สายกิน จะมีลักษณะการกินที่แตกต่างจากบุคคลอื่น คือ กินแล้วดูอร่อย มีผู้ชมหรือคนดูอยากกินตาม ซึ่งการค้นหาตัวตนนั้น ได้แก่ 1) การค้นหาตนเองผ่านการสะท้อนความคิดด้วยตนเอง คือต้องรู้ประเภทของอินฟลูเอนเซอร์ที่อยากเป็น และความถนัดของตนเอง 2) การค้นหาตนเองผ่านการสะท้อนทางความคิดจากบุคคลอื่น

Consistency ความสม่ำเสมอ คือการนำเสนอเนื้อหาอย่างต่อเนื่อง จะช่วยให้ผู้ติดตามรู้จัก และมองเห็นความเคลื่อนไหวของอินฟลูเอนเซอร์ได้มากยิ่งขึ้น จากการสัมภาษณ์ สรุปเป็นคำแนะนำในการนำเสนอเนื้อหา คือ 1) ควรวางแผนการลงคลิปวิดีโอที่มีเนื้อหาในทิศทางเดียวกัน ต่อเนื่องอย่างน้อยเป็นเวลา 3 เดือน เพื่อสร้างภาพจำให้กับผู้ชม 2) การทำวิดีโอล่วงหน้า เพื่อให้สามารถลงวิดีโอได้อย่างต่อเนื่อง 3) นำเสนอเรื่องใกล้ตัวหรือสิ่งรอบตัวที่ทำได้ง่าย ไม่มีต้นทุน นำเสนอเนื้อหาได้บ่อยและสม่ำเสมอ 4) ทำความเข้าใจในแพลตฟอร์มออนไลน์ เพราะต้องการให้ผู้ชมเข้าใช้งานในแพลตฟอร์มนั้นเป็นหลัก

Creativity ความคิดสร้างสรรค์ ทำให้เนื้อหามีความโดดเด่นมากยิ่งขึ้น โดยอินฟลูเอนเซอร์จะใช้ความสนใจและความสามารถเฉพาะสร้างความคิดสร้างสรรค์ขึ้น ซึ่งในปัจจุบันความคิดสร้างสรรค์บนแพลตฟอร์มออนไลน์มีความหลากหลาย บางเนื้อหาสร้างความบันเทิง บางเนื้อหาเสนอความรู้ในการส่งต่อความคิดถึงผู้ชม

Content เนื้อหา ที่สามารถนำเสนอได้อย่างต่อเนื่อง คือเนื้อหาที่ทำได้ง่าย และเป็นสิ่งที่ตนถนัด มีความเป็นจริง เนื้อหาส่วนใหญ่ที่อินฟลูเอนเซอร์นำเสนอจะเริ่มต้นจากความชอบหรือความสนใจเฉพาะ รวมถึงความสามารถเฉพาะตัวที่เกิดจากการค้นหาตนเอง การสะท้อนความคิดเห็นจากผู้อื่น และการนำสิ่งรอบตัวมานำเสนอ รวมถึงความเหมาะสมของเนื้อหา การออกแบบเนื้อหา และการเรียบเรียง

Sincere ความจริงใจ ในยุคปัจจุบันการเข้าถึงสื่อออนไลน์ทำได้ง่ายมากขึ้น ความจริงใจในการนำเสนอสื่อออนไลน์จึงเป็นเรื่องสำคัญ ความจริงใจในบริบทของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ แบ่งได้ 2 รูปแบบ คือ 1) ความจริงใจในเนื้อหาที่สร้างความน่าเชื่อถือ และ 2) ความจริงใจของบุคคลในการนำเสนอ

หากพิจารณาจากแนวคิดของ Aristotle's Persuasive Appeals ประกอบด้วย Ethos, Pathos และ Logos ผลการวิจัยสรุปได้ว่าอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ ควรจะประกอบไปด้วย (1) Ethos การสร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจให้กับผู้ฟัง การมีเจตนาที่ดี มีความตั้งใจในการสื่อสารที่ผู้ชมสัมผัสได้ถึงตัวตนที่น่าสนใจ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่นำไปสู่การสร้างที่น่าเชื่อถือ ทำให้เกิดการติดตามด้วยความชอบส่วนบุคคล และความชอบในเนื้อหาที่นำเสนอ รวมถึงความจริงใจในการนำเสนอ โดยเฉพาะการรีวิวสินค้าต่าง ๆ (2) Pathos การสร้างอารมณ์ร่วมให้กับผู้ชมมีความสำคัญมาก ซึ่งครอบคลุมทั้ง 5 คุณลักษณะที่พึงประสงค์ ได้แก่ 1) เอกลักษณ์เฉพาะตนที่ชัดเจน (Identity) 2) ความสม่ำเสมอ (Consistency) 3) ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) และ 4) เนื้อหา (Content) 5) ความจริงใจ (Sincere) และ (3) Logos หลักฐานและเหตุผล ความสำคัญของ Logos ลดลงอย่างเห็นได้ชัด เนื่องจาก เนื้อหาและ

การนำเสนอกลายเป็นเพื่อความบันเทิง แต่ Logos อาจมีความสำคัญเฉพาะบางเนื้อหาที่สามารถถ่ายทอดเนื้อหาได้ด้วยตนเอง หากพิจารณาตามแนวคิด The Five Canons หลักวาทศาสตร์องค์ 5 พบว่าความสำคัญของหลักวาทศาสตร์นั้นยังคงอยู่ แต่มีความรวบรัดและไม่ซับซ้อน ซึ่งเปรียบเทียบกับแนวคิด Verbal และ Non-Verbal การใช้ภาษาในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ภาษาที่ใช้ยังคงมีความชัดเจน แต่รูปแบบการนำเสนอเปลี่ยนแปลงไป การใช้คำพูดและภาษากายเป็นธรรมชาติมากขึ้น ดังนั้นความสำคัญและการคงอยู่ของทฤษฎี ทำให้ผู้สนใจในสายงานอินฟลูเอนเซอร์มองเห็นภาพได้ชัดเจน และสามารถนำไปประยุกต์ใช้บนฐานทฤษฎีทางวาทศาสตร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. การออกแบบและทดลองใช้กระบวนการฝึกอบรมในการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ การออกแบบกระบวนการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์โดยนำคุณลักษณะที่พึงประสงค์ 5 ประการ มาเป็นหลักในการออกแบบกระบวนการฝึกอบรมร่วมกับผู้เชี่ยวชาญด้านการฝึกอบรม โดยเน้นที่ตัวบุคคล กิจกรรม และรูปแบบการฝึกอบรม ซึ่งได้จัดการฝึกอบรมจำนวน 2 ครั้ง โดยครั้งที่ 1 เป็นการทดลอง (Pilot) และครั้งที่ 2 คือการฝึกอบรมจริง มีรายละเอียดดังนี้

2.1 การฝึกอบรมครั้งที่ 1 การทดลองการฝึกอบรม (Pilot) โดยจัดกิจกรรมในการฝึกอบรม จำนวน 4 กิจกรรม ได้แก่

กิจกรรมที่ 1 “ไฟบอกตัวตน” เลือกไฟสะท้อนตนเอง และแนะนำตัวให้น่าสนใจ (สะท้อนคุณลักษณะ Identity) ผู้เข้าร่วมฝึกอบรมเลือกส้อมหยิบไฟใบที่ชอบมากที่สุด พร้อมทั้งอธิบายเรื่องราวและเหตุผลที่เลือก โดยมีการสะท้อนความคิดจากผู้จัดฝึกอบรม สิ่งที่พบคือผู้เข้าร่วมฝึกอบรมบางคนยังอธิบายตนเองได้เท่าที่ควรและยังไม่กล้าเล่าเรื่องตนเองให้ผู้ฟัง จากข้อสังเกตนี้จึงนำไปพัฒนากิจกรรมนี้อีกครั้ง ในการจัดการฝึกอบรมครั้งต่อไป

กิจกรรมที่ 2 “1 นาทีอธิบายตัวตนด้วยปลายปากกา” เล่าเรื่องและสิ่งที่อยากเป็น (สะท้อนคุณลักษณะ Identity) ผู้เข้าร่วมเขียนอธิบายและเล่าเรื่องตนเองภายในเวลา 1 นาที เพื่อนำเรื่องราวที่เล่ามาต่อยอด และสร้างเป็นเนื้อหาที่ตนถนัด กิจกรรมนี้พบว่า ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมสามารถเขียนความรู้สึกหรือความต้องการของตนได้ทุกคน แต่การออกมาเล่าเรื่องของตนเองให้ผู้ฟังเพื่อสร้างความสนใจอาจไม่ใช่เรื่องง่ายสำหรับทุกคน

กิจกรรมที่ 3 “VDO in 1 Minute” สร้างสรรค์วิดีโอผ่านสื่อ 4 (สะท้อนคุณลักษณะ Identity, Creativity, Content และ Sincere) กิจกรรมการนำเสนอตนเองผ่านสื่อวิดีโอ ทุกคนสามารถทำได้มีเนื้อหาที่น่าสนใจและหลากหลาย ข้อสังเกตที่พบคือ 1) ผู้เข้าร่วมฝึกอบรมบางคนไม่ถนัดในการนำเสนอตนเอง จึงเลือกใช้วิธีนำเสนอบุคคลอื่นแทน โดยการใช้ภาพและเสียงในการดำเนินเรื่อง ซึ่งถือเป็นอีกหนึ่งรูปแบบในการนำเสนอ 2) ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมบางคนจะต้องมีการพัฒนาและต่อยอดในเรื่องขององค์ประกอบภาพ วิดีโอ และมีการพัฒนาเรื่องของบุคลิกภาพให้มากขึ้น 3) กิจกรรมนี้สามารถสะท้อนให้ผู้ร่วมฝึกอบรมมองเห็นตนเองได้ดีที่สุด รวมถึงการสะท้อนความคิดเห็นจากบุคคลอื่นได้ดีเช่นกัน

กิจกรรมที่ 4 “แลกเปลี่ยนเรียนรู้” เพิ่มพูนความรู้ รับ ปรับ สะท้อน (สะท้อนคุณลักษณะ Identity, Consistency, Creativity Content และ Sincere) กิจกรรมนี้เป็นการสะท้อนความคิดเห็นจากผู้ฝึกอบรมและผู้ร่วมฝึกอบรม ทำให้ผู้ฝึกอบรมได้เห็นมุมมองที่หลากหลาย ข้อดี ข้อเสีย และข้อที่พึงปฏิบัติต่อไปในอนาคตได้มากยิ่งขึ้น

2.2 การฝึกอบรมครั้งที่ 2 การฝึกอบรมจริง

จากการทดลองการฝึกอบรมในครั้งที่ 1 พบข้อสังเกตที่น่าสนใจ และนำมาพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการฝึกอบรมจริง ในครั้งที่ 2 โดยปรับเปลี่ยน และเพิ่มเติมกิจกรรมในบางส่วน เน้นการสร้างสื่อบุคคล รวมถึงองค์ประกอบในการนำเสนอตนเองผ่านสื่อ ซึ่งการจัดการฝึกอบรมครั้งนี้ ผู้วิจัยและผู้เชี่ยวชาญด้านการฝึกอบรมได้

เพิ่มเติมเนื้อหาเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์เพิ่มขึ้นจากการฝึกอบรมในครั้งที่ 1 ซึ่งสามารถสรุปอุปสรรคจากการทดลองการฝึกอบรม ที่เป็นประเด็นน่าสนใจนำไปสู่การพัฒนาต่อยอด ดังนี้

ตารางที่ 1 การทดลองการฝึกอบรมคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์

การทดลองการฝึกอบรมคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์	
อุปสรรค	การพัฒนาต่อยอด
1. ความกลัว หรือ ความไม่กล้าแสดงออก รวมถึงการแสดงความคิดเห็นของผู้เข้าร่วม การฝึกอบรม ซึ่งเกิดขึ้นในกิจกรรมที่ 1 และกิจกรรมที่ 2	1. แจ้งล่วงหน้าถึงวัตถุประสงค์ในการจัดการฝึกอบรม 2. เพิ่มกิจกรรม Pre-Reflection Note ก่อนการฝึกอบรม เพื่อให้ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมทำความเข้าใจ และเรียนรู้ตนเองมากยิ่งขึ้น ก่อนเริ่มกิจกรรมการฝึกอบรม 3. นำกิจกรรม “ไฟบอกตัวตน” มาปรับเปลี่ยนเป็นกิจกรรม “ตัวอักษรเล่าเรื่อง” ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับกิจกรรมก่อนหน้านี้ แต่เพิ่มเรื่องความคิดสร้างสรรค์มากยิ่งขึ้น 4. จัดลำดับของกิจกรรมให้มีความสอดคล้องมากขึ้น เพื่อลดความกลัว และเพิ่มความกล้าแสดงออก
2. ขาดกิจกรรมที่เป็นจุดเริ่มต้นของความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งในคุณลักษณะของอินฟลูเอนเซอร์ที่พึงมี	1. เพิ่มกิจกรรม เกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์มากขึ้น รวมถึงการต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ และแนวทางการสร้างเนื้อหาอย่างสร้างสรรค์ ผ่านจินตนาการ และการถกเถียง
3. การเข้าร่วมกิจกรรมของผู้ฝึกอบรม ซึ่งบางคนไม่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้ทั้งหมด จึงทำให้ผลการทดลองนั้นไม่สามารถอธิบายได้ดีเท่าที่ควร	1. ชี้แจงล่วงหน้าในการเข้าร่วมกิจกรรม และสร้างกฎ กติการ่วมกันในการฝึกอบรม
4. รูปแบบในการทดลองครั้งนี้เป็นรูปแบบของ Lecture base จึงทำให้ผู้ร่วมกิจกรรมไม่ได้ฝึกปฏิบัติจริงเท่าที่ควร เป็นเพียงการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และนั่งฟังเป็นหลัก	1. เพิ่มกิจกรรมที่เน้นการปฏิบัติให้มากขึ้น 2. เปลี่ยนรูปแบบการนั่ง และสถานที่ โดยเลือกใช้สตูดิโอ เพื่อให้บรรยากาศเป็นส่วนสนับสนุนให้การฝึกอบรมนั้นสอดคล้องกับเนื้อหามากยิ่งขึ้น

เมื่อผู้วิจัยวิเคราะห์แนวทางได้แล้ว จึงได้ทดลองใช้กระบวนการฝึกอบรมในการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ จำนวน 2 ครั้ง จึงสรุปผลได้ดังนี้

การจัดฝึกอบรมโดยกำหนดกิจกรรมให้ผู้เข้าร่วมฝึกอบรมได้ปฏิบัติทั้ง 2 ครั้ง สรุปผลได้คือการออกแบบและทดลองใช้กระบวนการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ สามารถอธิบายโดยการเปรียบเทียบการออกแบบกระบวนการได้ดังนี้

1. การฝึกอบรมทั้ง 2 ครั้ง มีวัตถุประสงค์เหมือนกัน คือการนำคุณลักษณะทั้ง 5 ได้แก่ Identity, Consistency, Creativity, Content และ Sincere ที่ได้จากการศึกษา และการสัมภาษณ์อินฟลูเอนเซอร์และนักวิชาการมาร่วมกันออกแบบการฝึกอบรมกับผู้เชี่ยวชาญด้านการฝึกอบรม

2. การฝึกอบรมในครั้งที่ 1 จะเน้นไปที่การค้นหาตัวตน ซึ่งทำให้ความเข้มข้นของส่วนอื่นๆ นั้นลดน้อยลง เช่น Creativity และ Content ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญในการเพิ่มโอกาสการเป็นอินฟลูเอนเซอร์

3. VDO in 1 Minute เป็นกิจกรรมที่ครอบคลุมคุณลักษณะต่างๆ ได้อย่างดี และผู้ร่วมฝึกอบรมสามารถปฏิบัติจริง มีความสอดคล้องกับการเป็นอินฟลูเอนเซอร์ได้อย่างดี ซึ่งในการฝึกอบรมครั้งที่ 2 จะมีความเข้มข้นมากยิ่งขึ้น เนื่องจากการปูพื้นฐานและแนวทางของการสร้างสรรค์เนื้อหาอย่างสร้างสรรค์ผ่านกิจกรรมตัวอักษรเล่าเรื่อง ไฟเล่าเรื่อง กิจกรรม Feedback จากเพื่อน และแลกเปลี่ยนเรียนรู้

4. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เป็นกิจกรรมที่ตอบโจทย์คุณลักษณะได้อย่างครบถ้วน และนำมาพัฒนาต่อยอดในการฝึกอบรมครั้งที่ 2 โดยเพิ่มกิจกรรม Feedback จากเพื่อน เพื่อให้เห็นมุมมองของบุคคลอื่น เพื่อการถกเถียงต่อยอดจินตนาการ แลกเปลี่ยนและยอมรับ

5. Pre-Reflection Note และ Post-Reflection Note ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมได้ทบทวนตนเองก่อนเข้าฝึกอบรม มองเห็นความสามารถ ข้อดีข้อด้อย ซึ่งทำให้เห็นความเปลี่ยนแปลงความคิด พฤติกรรม แนวทางการสร้างสรรค์ผลงานบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

6. Content และ Creativity ผู้วิจัยและผู้เชี่ยวชาญการฝึกอบรมได้เพิ่มเพิ่มความเข้มข้นของกิจกรรมและเพิ่มแนวทางการคิดสร้างสรรค์ เพื่อให้ผู้ร่วมฝึกอบรมได้เรียนรู้เพื่อตอบโจทย์คุณลักษณะทั้ง 2 ข้อมากขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับก่อนการฝึกอบรมครั้งก่อน

7. พื้นที่ปลอดภัยทางความคิดเกิดขึ้นจากการเตรียมความพร้อมผ่าน Pre-Reflection Note ทำให้บรรยากาศของการฝึกอบรมนั้นเอื้อต่อการฝึกอบรม และผลลัพธ์ที่ดีมากยิ่งขึ้น

ดังนั้น การออกแบบกระบวนการฝึกอบรมและทดลองใช้ในงานวิจัยนี้ จึงทำให้เห็นผลลัพธ์ว่า การออกแบบ Pre-Reflection Note และ Post-Reflection Note สามารถทำให้ผู้จัดฝึกอบรมได้เห็นความต้องการของผู้ร่วมฝึกอบรม เห็นความเปลี่ยนแปลงทางความคิด พฤติกรรมในขณะเข้าร่วมฝึกอบรม รวมถึงแนวทางที่เป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น สามารถสร้างพื้นที่ปลอดภัยทางความคิดให้กับผู้ร่วมฝึกอบรมได้ ซึ่งทำให้ผู้ร่วมฝึกอบรมมองเห็นมุมมองที่หลากหลาย รวมถึงมองเห็นตนเองมากยิ่งขึ้น ดังนั้น การเตรียมความพร้อมของผู้ร่วมฝึกอบรมจึงเป็นเรื่องที่สำคัญเพื่อประสิทธิภาพในการฝึกอบรมและประสิทธิผลของผู้ร่วมฝึกอบรมที่เกิดความเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ดีขึ้น ดังนิยามที่กล่าวว่า “การฝึกอบรม ผู้ร่วมฝึกอบรมจะต้องเกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้น ไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง”

อภิปรายผล

1. คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบมีความแตกต่างจากการศึกษาคุณลักษณะในอดีตที่พบว่า ในอดีตนั้นจะเน้นที่ตัวบุคคลว่าต้องเป็นบุคคลธรรมดาที่สามารถสร้างสรรค์เนื้อหาที่น่าสนใจได้ มีความสนใจหรือความเชี่ยวชาญเฉพาะ เนื้อหาที่น่าสนใจนั้นต้องเป็นไปในทิศทางบวก ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้พบว่า มีปรากฏการณ์ที่เปลี่ยนแปลงคือ ตัวบุคคลต้องมีคุณลักษณะที่ต่อยอดจากบุคคลธรรมดาทั่วไป คือ บุคคลนั้นจะต้องมีความโดดเด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว (Identity) มีความเป็นธรรมชาติ มีความจริงใจ (Sincere) ในการนำเสนอเนื้อหาและการนำเสนอตนเอง ซึ่งไม่ใช่ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านเท่านั้นที่สามารถเป็นอินฟลูเอนเซอร์ได้ แต่บุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) มีความโดดเด่นทางความคิดและทางกายภาพ ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์ของบุคคลจะนำมาสู่การติดตาม

ส่วนในเรื่องของเนื้อหา (Content) ที่นำเสนอบางครั้งอาจไม่ได้เน้นเนื้อหาในเชิงบวกเพียงอย่างเดียว แต่บริบทปัจจุบันคือเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ ไม่ว่าจะเป็นเนื้อหาที่สร้างความบันเทิง ความรู้ รวมถึงเนื้อหาที่แลกเปลี่ยนประสบการณ์ ซึ่งมีขอบเขตของเนื้อหาที่กว้างและหลากหลายมากขึ้น รวมถึงความแตกต่างและความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) สามารถนำมาสู่การติดตามได้เช่นเดียวกัน นอกจากนี้ ด้านเทคนิคในการนำเสนอตัวตนและเนื้อหาในปัจจุบันจะเป็นแนวทางในการค้นหาตัวตนเพื่อสร้างอัตลักษณ์เฉพาะ มีความสม่ำเสมอในการนำเสนอ (Consistency) ซึ่งรายละเอียดคุณลักษณะของอินฟลูเอนเซอร์ที่มีการเปลี่ยนแปลงและเพิ่มเติมขึ้นนั้น เนื่องมาจากปัจจัยแวดล้อม ขอบเขตของการนำเสนอ ความเข้าใจในความต่างของบุคคลที่เพิ่มขึ้น และรูปแบบของการสื่อสารที่มีสื่อกลางเข้ามาเกี่ยวข้อง รวมถึงอิทธิพลของเทคโนโลยี ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในคุณลักษณะใหม่ที่เกิดขึ้น เพื่อสนับสนุนโอกาสของผู้ที่สนใจในสายงานอินฟลูเอนเซอร์มากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของ Chau, 2010 ที่พบว่า ผู้นำเสนอคือส่วนหนึ่งในการสร้างความเปลี่ยนแปลงให้กับผู้ชมและผู้ติดตาม การใช้ฟังก์ชันต่าง ๆ ของแอปพลิเคชันมีเนื้อหาที่หลากหลาย มีขอบเขตหรือข้อจำกัดน้อยกว่าสื่อเก่า เน้นให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ ซึ่งสามารถแสดงความคิดเห็นและแบ่งปันเนื้อหาของตนเอง และมีการสนทนากับผู้ใช้อื่นได้ การสร้างสรรค์เนื้อหาในรูปแบบใหม่ๆ มีอิทธิพลอย่างมากต่อผู้ชม เช่นเดียวกับ Henry Jenkins (2006) ที่พบความเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในยุคสื่อสังคมออนไลน์ การติดต่อสื่อสารอย่างไร้พรมแดน ทำให้เกิดการรวมตัวและสร้างสรรค์เนื้อหาสาระที่น่าสนใจ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน รวมถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้ชม เมื่อมีการโน้มน้าวใจผ่านสื่อสังคมออนไลน์

2. ทฤษฎี Aristotle's Persuasive Appeals สามารถอธิบายได้ดังนี้

Ethos การสร้างความน่าเชื่อถือในบทบาทของอินฟลูเอนเซอร์ เป็นสิ่งจำเป็นแต่อาจจะไม่ใช่สิ่งที่จำเป็นมากที่สุดในยุคปัจจุบัน เนื่องจากรูปแบบของการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไปจากการสื่อสารในลักษณะ Face to Face Communication ในอดีตมาสู่การสื่อสารผ่านสื่อ ซึ่งเนื้อหาที่มีความหลากหลายทำให้ความน่าเชื่อถือของบุคคลไม่ได้มีความสำคัญในลำดับต้น แต่ขึ้นอยู่กับเนื้อหาที่นำเสนอ ความน่าเชื่อถือจึงไม่ใช่สิ่งเดียวที่กลุ่มอินฟลูเอนเซอร์ต้องการ อินฟลูเอนเซอร์บางกลุ่มต้องการสร้างความบันเทิงให้ผู้ชม หรือบางกลุ่มต้องการเพียงแค่สร้างชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จักในโลกสังคมออนไลน์เท่านั้น ดังนั้น ความสำคัญของ Ethos จึงขึ้นอยู่กับบริบทของเนื้อหาที่นำเสนอ และจุดประสงค์ของผู้ส่งสารเป็นสำคัญ

Pathos การสร้างอารมณ์ร่วมระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร พบว่า การสร้างอารมณ์ร่วมกับเนื้อหายังคงอยู่อย่างชัดเจนในทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอในรูปแบบของข้อมูล ความรู้ สารคดี สถานการณ์ หรือความบันเทิง เนื่องจากการสร้างอารมณ์ร่วม อาจไม่ได้มีจุดประสงค์ในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเป็นสำคัญ แต่เป็นการเพิ่มโอกาสในการติดตาม อารมณ์ร่วมเกิดขึ้นได้จากเนื้อหาที่นำเสนอที่มีความสอดคล้องกับประสบการณ์ร่วม ความคิดสร้างสรรค์ ดังนั้น Pathos ยังคงมีผลต่อกลุ่มอินฟลูเอนเซอร์ และผู้ชมหรือผู้ติดตาม ซึ่งความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นมาจากปัจจัยแวดล้อม บริบทของสังคม รูปแบบของแพลตฟอร์มออนไลน์ที่เพิ่มขึ้น

Logos หลักการและเหตุผล เป็นส่วนสำคัญที่จะสร้างความเชื่อถือ และการโน้มน้าวใจได้ แต่ในยุคปัจจุบันที่มีเนื้อหาหลากหลาย หลักการและเหตุผลอาจไม่จำเป็นสำหรับกลุ่มอินฟลูเอนเซอร์บางกลุ่ม เนื่องจากเนื้อหาที่มีความหลากหลาย เช่น การสร้างความบันเทิงผ่านความคิดสร้างสรรค์, การสร้างความบันเทิงที่เกินความเป็นจริง ฯลฯ ซึ่งชัดเจนอยู่แล้วว่าไม่มีหลักเหตุผล และความเป็นจริง ดังนั้นในกลุ่มของอินฟลูเอนเซอร์บางกลุ่ม ในการนำเสนอเนื้อหาบางเนื้อหา อาจไม่จำเป็นต้องใช้หลัก Logos ดังในอดีต

ดังนั้น ทฤษฎี Aristotle's Persuasive Appeals ยังสามารถใช้ประกอบร่วมกับปรากฏการณ์อินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ ที่เกิดขึ้นในโลกยุคปัจจุบัน แต่มีการเปลี่ยนแปลงไป และมีการลดความสำคัญลงตามบริบทที่เปลี่ยนแปลงไปในบริบทของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Berger (2015) ที่อธิบายความสำคัญของ Ethos, Pathos, และ Logos ในการโต้ตอบและการสื่อสารในวงการสื่อสารมวลชน โดย Ethos เป็น การสร้างความเชื่อมั่น ความน่าเชื่อถือในผู้พูดหรือแหล่งข้อมูล ส่วน Pathos เป็นการเน้นความรู้สึกหรือผลกระทบของ ข้อความต่อผู้ชม ในขณะที่ Logos เป็นการเน้นความเหมาะสมตามหลักการตรรกะหรือการเชื่อมโยงกับข้อมูลหรือ หลักฐาน เช่นเดียวกับ Ahmed (2019) พบว่า Ethos ถูกนำมาใช้ในการสร้างความน่าเชื่อถือและความเชื่อมั่นใน ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่โฆษณา ซึ่งอาจมาจากความน่าเชื่อถือของผู้สร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น Pathos ถูกนำมาใช้ ในการสร้างความรู้สึกหรืออารมณ์ในผู้ชม เพื่อสร้างการจดจำของผลิตภัณฑ์และบริการ ส่วน Logos ถูกใช้ในการสร้าง เหตุผลหรือข้อมูลที่เป็นหลักในการสร้างความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์และบริการ

3. The Five Canons หลักทฤษฎีการสื่อสาร 5

Invention การคิดค้นเนื้อหา ยังคงเป็นคุณลักษณะที่พึงประสงค์สำคัญที่ช่วยสนับสนุน และเพิ่มโอกาสให้ อินฟลูเอนเซอร์ เนื่องจากแนวทางของความคิดสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้น เช่น ความแปลกที่ไม่สามารถลอกเลียนได้ ถึงแม้ จะบิดเบือนไปจากความจริง แต่สร้างความบันเทิงได้เป็นอย่างดี ถือเป็นการคิดค้นเนื้อหาในบริบทของอินฟลูเอนเซอร์ บนแพลตฟอร์มออนไลน์ แต่ในขณะเดียวกัน รูปแบบการคิดค้นเนื้อหาในปัจจุบันก็มีเนื้อหาที่อาจจะความรู้ หรืออาจ ส่งผลเสียต่อสังคม แต่เนื้อหาเหล่านี้กลับสร้างชื่อเสียงให้กับกลุ่มอินฟลูเอนเซอร์บางกลุ่มได้เช่นเดียวกัน

Arrangement การจัดเรียงเนื้อหา พบเห็นอยู่ในกลุ่มอินฟลูเอนเซอร์ที่ต้องการถ่ายทอดองค์ความรู้ ข้อมูลที่ เป็นประโยชน์ มีการเรียบเรียงประเด็นให้น่าสนใจ น่าติดตาม แต่ในบางกลุ่มพบว่า การจัดเรียงเนื้อหาถูกลด ความสำคัญลง ทั้งนี้เนื่องจากพฤติกรรมของผู้ชมที่เน้นความเร็ว สั้น กระชับ ทำให้เนื้อหาหรือประเด็นสำคัญนั้นลด น้อยลง ซึ่งการนำเสนอของอินฟลูเอนเซอร์ในปัจจุบัน จะกล่าวถึงประเด็นสำคัญหรือกิจกรรมหลักที่ต้องการนำเสนอ เพื่อเรียกผู้ชมให้เข้ามาติดตามมากยิ่งขึ้น โดยไม่มีที่ไปที่ไป ซึ่ง การจัดเรียงเนื้อหาเป็นสิ่งสำคัญสำหรับเนื้อหาบางกลุ่ม และมีความสำคัญลดน้อยลงกับเนื้อหาบางประเภท

Style การออกแบบเพื่อความสวยงามมีความเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก เมื่อเทียบกับบริบทของสื่อโทรทัศน์ มีการออกแบบองค์ประกอบศิลป์ ความใส่ใจในรายละเอียดของภาพ เสียง และสีลดน้อยลง เนื่องจากบริบทของสังคม ในปัจจุบันให้ความสำคัญกับความเป็นธรรมชาติ ใกล้เคียงความเป็นจริงมากขึ้น ยิ่งจริง ยิ่ง Real คนยิ่งสนใจ ซึ่งทำให้ องค์ประกอบนี้ถูกลดความสำคัญลงในบริบทของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ แต่ในขณะเดียวกัน ความสวยงาม ของตัวอินฟลูเอนเซอร์ ความสวยงามในลักษณะของกายภาพยังคงเป็นที่ต้องการของผู้ชม รวมถึงความแปลกและ ความไม่สมบูรณ์ ซึ่งกลายเป็นอีกหนึ่งส่วนที่ทำให้เกิดการติดตาม และเพิ่มโอกาสให้กับอินฟลูเอนเซอร์ได้เช่นเดียวกัน

Memory สร้างการจดจำ เป็นองค์ประกอบที่ยังคงอยู่ และมีความโดดเด่นมากยิ่งขึ้น เนื่องจากการที่จะก้าวสู่ การเป็นอินฟลูเอนเซอร์ได้ การสร้างการจดจำเป็นสิ่งสำคัญ ทั้งการจดจำผ่านเนื้อหาที่ถูกลำเสนอ การจดจำผ่านตัวบุคคล ทั้งรูปร่างหน้าตาและความแปลกใหม่ และความเป็นปัจเจกของตัวบุคคล

Delivery การนำเสนออย่างเป็นระบบ ในบริบทของอินฟลูเอนเซอร์พบว่า การนำเสนอมีความซับซ้อน น้อยลง ผู้ส่งสารจะต้องมีความเข้าใจในแพลตฟอร์ม เนื่องจากในปัจจุบันการสื่อสารจะมีแพลตฟอร์มออนไลน์เข้ามา เป็นสื่อกลาง การนำเสนอเนื้อหาและการคิดค้นเนื้อหาต้องมีความสอดคล้องกับแพลตฟอร์ม ผู้ส่งสารจึงต้องเข้าใจใน

แพลตฟอร์มออนไลน์มากขึ้น เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึง การนำเสนออย่างเป็นระบบมีความใกล้เคียงความเป็นจริงมากขึ้น เพื่อส่งสารไปถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น

ดังนั้น จะเห็นได้ว่า ในแต่ละองค์ประกอบยังมีความสำคัญและจำเป็น แต่อาจมีรายละเอียดที่เปลี่ยนแปลงไปเมื่อนำคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์มาประยุกต์กับหลักวิทยาศาสตร์ทั้ง 5 องค์ประกอบจะมีการเปลี่ยนแปลงที่ค่อนข้างชัดเจน ทำให้แนวคิดทฤษฎีนี้ในบางส่วน ไม่สามารถใช้ได้โดยตรงกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ส่งผลให้อาจต้องมีการปรับให้มีความครอบคลุม และสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง ซึ่งได้แก่ Arrangement, Style และ Delivery ที่รายละเอียดภายในเมื่อประยุกต์กับสถานการณ์ปัจจุบันได้เปลี่ยนไปอย่างชัดเจน

4. การสื่อสารเชิงวัจนะภาษา และอวัจนะภาษา (Verbal and Non-Verbal)

พบว่า มีการถกเถียงกันถึงความเหมาะสมของการสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ในยุคปัจจุบัน หลายประเด็น เช่น มีการใช้คำหยาบในการนำเสนอบนแพลตฟอร์มออนไลน์มากขึ้น การใช้น้ำเสียงที่เหมาะสมเพราะ มีระดับสูงต่ำของเสียงและการแสดงออกทางร่างกายหรือภาษาท่า (Body Language) มีความสำคัญลดน้อยลงบนโลกออนไลน์เนื่องจากบริบทการนำเสนอที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างมากในยุคปัจจุบัน อินฟลูเอนเซอร์บางกลุ่มให้ความสำคัญต่อความเป็นจริงและความเป็นธรรมชาติของมนุษย์มากขึ้น จึงมองเห็นว่าการสื่อสารของบุคคลบนโลกออนไลน์ด้วยการพูดคำหยาบโดยผ่านเจตนาดีเพื่อสร้างความบันเทิง หรือสร้างอารมณ์ร่วมในบางบริบทจะสามารถสร้างการจดจำได้ ถึงแม้จะขัดต่อหลักของวัจนะภาษาที่คำนึงถึงคุณภาพ หลีกเลี่ยงคำหยาบ โดยเฉพาะการนำเสนอผ่านสื่อซึ่งถือว่าคำหยาบไม่เหมาะสมกับการสื่อสารผ่านสื่อ หรือการใช้น้ำเสียงที่ยุคปัจจุบันให้ความสำคัญต่อการใช้เสียงจริง หรือเสียงสังเคราะห์จากระบบ AI เพื่อสร้างการติดตามและเพิ่มโอกาสในเส้นทางของอินฟลูเอนเซอร์มากขึ้น การใช้เสียงที่เหมาะสม เพราะ มีระดับสูงต่ำขึ้นอยู่กับเนื้อหาบางประเภทที่ต้องการความเป็นทางการ เช่น ข่าว การเล่าเรื่อง แต่อาจจะไม่เหมาะสมกับเนื้อหาที่เน้นความบันเทิงหรือเนื้อหาที่ต้องการสร้างความนิยม ซึ่งเนื้อหาเหล่านี้จะเน้นความแปลกเพื่อสร้างการจดจำมากกว่าการใช้ความถูกต้อง ซึ่งในประเด็นนี้ควรต้องศึกษาเพิ่มเติมเพื่อหาความพอดี และความเหมาะสมของสื่อบุคคลบนโลกออนไลน์ที่สร้างการจดจำได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 การวิจัยนี้เน้นในแพลตฟอร์มของกลุ่มอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูปเป็นหลัก ซึ่งในยุคปัจจุบันมีแพลตฟอร์มใหม่ๆ เกิดขึ้นจำนวนมาก ดังนั้นผู้ที่มีความสนใจในด้านการพัฒนาคุณลักษณะของอินฟลูเอนเซอร์สามารถนำคุณลักษณะทั้ง 5 ดังกล่าวข้างต้นไปพัฒนาในแพลตฟอร์มอื่นโดยยึดแก่นเดียวกัน และทำความเข้าใจกับแพลตฟอร์มต่างๆ ให้มากขึ้น จะทำให้ผู้ที่สนใจสามารถนำไปต่อยอดกับแพลตฟอร์มออนไลน์อื่นได้เช่นเดียวกัน

1.2 การวิจัยนี้ พบคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์ที่สามารถนำมาปรับใช้ได้จริง ดังนั้นสำหรับผู้สนใจในสายอาชีพอินฟลูเอนเซอร์ สามารถนำแนวทางนี้ไปปฏิบัติเพื่อเพิ่มโอกาส และศักยภาพในสายอาชีพนี้ได้ดียิ่งขึ้น

1.3 การออกแบบกระบวนการฝึกอบรมในงานวิจัยนี้เป็นการออกแบบสำหรับบุคคลที่สนใจในสายงานอินฟลูเอนเซอร์ ซึ่งสามารถปรับใช้กับสายงานอื่นได้เช่นกัน

1.4 รูปแบบในการจัดฝึกอบรมครั้งนี้เป็นในลักษณะของการค้นหาตัวตนด้วยสื่อบุคคลบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ดังนั้นรูปแบบการฝึกอบรม จึงอาจมีการเพิ่มเติมขึ้นหรือหลากหลายมากยิ่งขึ้น เนื่องจากปัจจัยทางสังคมเทคนิคในการนำเสนอที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

1.5 การทดลองก่อนการฝึกอบรม ในงานวิจัยนี้พบว่า เป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยอุดรอยรั่ว หรือช่องโหว่ในการฝึกอบรมจริงได้ ทำให้มองเห็นข้อผิดพลาดที่สามารถนำมาพัฒนาในการฝึกอบรมจริงได้ ซึ่งผลที่ได้คือความร่วมมือของผู้ฝึกอบรม กิจกรรมที่จัดขึ้น และผลตอบรับเป็นไปทิศทางที่ดีขึ้น

1.6 การสร้างบรรยากาศในการฝึกอบรม เป็นสิ่งจำเป็นในการแลกเปลี่ยน และถ่ายทอดความรู้ สามารถอธิบายได้จากการสร้างพื้นที่ปลอดภัยทางความคิด พื้นที่ที่สามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างปลอดภัย เป็นพื้นที่ที่สามารถรับการสะท้อนกลับทางความคิดเพื่อพัฒนาตนเอง สิ่งตามมาคือประสิทธิภาพในการฝึกอบรม

1.7 การฝึกอบรมที่มีประสิทธิภาพต้องสามารถนำไปใช้ได้จริง และเกิดประโยชน์ต่อผู้ร่วมฝึกอบรม ซึ่งมักจะเห็นการฝึกอบรมในหลายครั้งที่มีการฝึกอบรมเพียงเพื่อคะแนนการมีส่วนร่วม หรือเพื่อการประเมิน แต่ขาดความต้องการพัฒนาตนเองจากตัวบุคคล ซึ่งสิ่งนี้เป็นอุปสรรคสำหรับการนำไปใช้ปฏิบัติจริง และการมีส่วนร่วมในการฝึกอบรม ดังนั้น สิ่งที่สามารถสนับสนุนให้การฝึกอบรมนั้นไปสู่เป้าหมายที่แท้จริง ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาทักษะพัฒนาความคิด ทักษะ การต่อยอดในทางวิชาชีพได้ คือความเข้าใจในจุดประสงค์อย่างแท้จริงของผู้อบรม และความเข้าใจในความต้องการของผู้ร่วมฝึกอบรม ก็จะส่งผลให้การฝึกอบรมนั้นสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง และเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยนี้ ได้นำหลัก Aristotle's Persuasive Appeals มาใช้เป็นทฤษฎีหลัก ประกอบกับ Five's Canon และ Verbal- Non-Verbal ซึ่งมีข้อสังเกตที่น่าสนใจหลายประการ เช่น การหาจุดร่วมหรือความเหมาะสมในการใช้ภาษาในการสื่อสาร ไม่ว่าจะจะเป็นภาษาที่สุภาพ หรือการใช้คำหยาบ ดังนั้นควรศึกษาเพิ่มเติมในอนาคตเพื่อหาจุดเหมาะสม และความพอดีต่อไป

2.2 การวิจัยนี้เน้นด้านวิทยาศาสตร์ ซึ่งอินฟลูเอนเซอร์มีความเกี่ยวข้องกับศาสตร์ด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การประชาสัมพันธ์ ไม่ว่าจะเป็นการสร้างแบรนด์ หรือการสร้าง Personal Branding ดังนั้นผู้ที่สนใจสามารถนำไปวิจัยเกี่ยวกับบริหารธุรกิจ การตลาด และการประชาสัมพันธ์ ให้ได้แนวทางในการศึกษาการเพิ่มยอดขาย การสร้างอินฟลูเอนเซอร์ที่มีความสามารถในการขายสินค้าในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- Ahmed, N. (2019). A study of ethos, pathos and logos in YouTube advertisements. *International Journal of Advertising*.
- Berger, A. A. (2015). *Media and communication research methods: An introduction to qualitative and quantitative approaches*. SAGE Publications.
- Boonnuch, R. (2012). *The Development and Training Affecting Employee Efficiency: A Case Study of the Provincial Electricity Authority, Region 1 (Central), Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. Thesis of the Degree of Master Program in Business Administration*. Bangkok: Rajamangala University of Technology Thanyaburi. (in Thai)

- Chau, C. (2010). YouTube as a participatory culture. *New Directions for Youth Development*, 2010(128), 65–74. <https://doi.org/10.1002/yd.376>
- Chantavanich, S. (2016). *Data Analysis in Qualitative Research*. 12th Edition. Bangkok: Chulalongkorn University Press. (in Thai)
- Coassemble. (2021). *Classroom training vs eLearning: The pros and cons*. [Online]. Retrieved from <https://www.coassemble.com/blog/classroom-training-vs-elearning-the-pros-and-con/>
- Global, L. (2016, February 23). *10 YouTube creators to watch in 2016*. [Online]. Retrieved from <https://www.theguardian.com/technology/2016/feb/23/10-youtube-creators-to-watch-in-2016>
- Henry, J. S. (2009). *Information and communication technology law*. New Jersey: Monicclair University.
- Henry Jenkins (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Kennedy, G. A. (2007). *Aristotle on rhetoric: A theory of civic discourse*. Oxford University Press.
- Khansong, T. & Chaiwong, P. (2021). Rhetorical Strategies of Effective Product Presenters through Live Streaming on E-commerce Applications in Thailand. *Journal of Communication Arts, Chulalongkorn University*, 39(2), 45-65. (in Thai)
- Nantasuthiwaree, W. (2015). *Communication Strategies for Cosmetic Products through Social Media Net Idols and Purchasing Decisions of Thai Female Teenagers* Bangkok: Bangkok University. (in Thai)
- Porter, L. V. (2019). *The Five Canons of Rhetoric as a Tool for Content Analysis of YouTube Videos*. In *The Handbook of Research on Digital Content, Mobile Learning, and Technology Integration Models in Teacher Education* (pp. 264-282). IGI Global. doi:10.4018/978-1-5225-7823-3.ch015
- Ruangsi, K. (2017). *Creativity and Message Design in TEDxBangkok*. Thesis of the Degree of Master Program. Bangkok: Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University. (in Thai)
- Rittveeradech, K. (2017). *Strategies of Micro Influencers Affecting the Purchase Decisions of Organic Cosmetics through Online Media Among Women in Bangkok*. Independent Study of the Degree of Master Program. Bangkok University, Bangkok. (in Thai)
- Singler, B. (2017). *Ethos, Pathos, Logos: The Three Pillars of Persuasion*. Oxford Research Encyclopedia of Communication. doi: 10.1093/acrefore/9780190228613.013.281
- Sriatsadaporn, R. (2015). *Personality and Communication Competence: From Childhood to Working Age*. Bangkok: Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University. (in Thai)
- Sukprasit, N. & Kammadhi, P. (2020). *Marketing Ethics of Online Influencers. Thesis of the Degree of Doctoral Program in Business Administration*. Pathum Thani: Valaya Alongkorn Rajabhat University. (in Thai)

- Suriwan, K. (2016). *The Relationship between Key Opinion Leaders and Brand Consumers*. Thesis of the Degree of Master Program. Bangkok: National Institute of Development Administration. (in Thai)
- Sukvoraphirum, D. (2022). *The Influence of Social Media Influencers on Youtube, Facebook, and Instagram on Cosmetic Product Purchase Decisions of People Aged 20-55 Living in Bangkok and Surrounding Areas*. Independent Study of the Degree of Master Program. Bangkok: College of Management, Mahidol University. (in Thai)
- Walther, J. B. (1996). Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication Research*, 23(1), 3-43. doi: 10.1177/ 009365096023001001
- Westenberg, W. (2016). *The influence of YouTubers on teenagers*. Thesis of the Degree of Master Program. Netherlands: University of Twente.
- Zheng, D. (2020). *The Challenges of Being a YouTuber*. GigsDoneRight. [Online]. Retrieved from <https://gigsdoneright.com/blog/the-challenges-of-being-a-youtuber/>.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการสนามกอล์ฟค่ายรัตนรังสรรค์

สุขสันต์ กมลานนท์^{1,*}, อนุชิต กุลวานิช²

^{1,2} หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการกีฬา

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Received: 03 October 2024

Revised: 20 November 2024

Accepted: 3 December 2024

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการสนามกอล์ฟค่ายรัตนรังสรรค์ มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มาใช้บริการสนามกอล์ฟค่ายรัตนรังสรรค์ และ (2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการสนามกอล์ฟค่ายรัตนรังสรรค์ การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย ผู้บริโภคที่มาใช้บริการสนามกอล์ฟค่ายรัตนรังสรรค์ จำนวน 400 ราย โดยผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลจาก ทำการสุ่มแบบบังเอิญ ซึ่งค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมีค่าเท่ากับ .857 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานวิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และสมการถดถอยเชิงเส้น ผลการศึกษาพบว่า (1) กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้บริการในสนามกอล์ฟค่ายรัตนรังสรรค์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมของสนามกอล์ฟค่ายรัตนรังสรรค์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และ (2) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า (1) ลักษณะประชากรศาสตร์ของที่มาใช้บริการสนามกอล์ฟค่ายรัตนรังสรรค์ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการในสนามกอล์ฟค่ายรัตนรังสรรค์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการสนามกอล์ฟค่ายรัตนรังสรรค์ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านราคา และด้านสถานที่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ด้านราคา ($Beta = .154$) ด้านสถานที่ ($Beta = .114$) ตามลำดับ

คำสำคัญ : ส่วนประสมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค สนามกอล์ฟ

* ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: anuchit.ku@ssru.ac.th

Factors Influencing Consumer Behavior in Using the Services of Rattanakrongsan Golf Course

Suksan Kamalanon^{1,*}, Anuchit Kulwanich²

^{1,2} College of Innovation and Management, Suan Sunandha Rajabhat University

Received: 03 October 2024

Revised: 20 November 2024

Accepted: 3 December 2024

ABSTRACT

The study on Factors influencing consumer behavior using the services of Rattanakrongsan Golf Course has the following objectives: (1) to study Consumer behavior using the services of Rattanakrongsan Golf Course, and (2) to examine the influence of marketing mix factors on consumer behavior using the services of Rattanakrongsan Golf Course. This research is quantitative in nature. The sample group consists of 400 consumers using the services of Rattanakrongsan Golf Course Camp. The researcher used a questionnaire to collect data from Accidental sampling. The reliability of the questionnaire is measured at .857. The statistics used for data analysis include descriptive statistics, such as Percentage, Mean, and Standard Deviation, and inferential statistics, including One-Way ANOVA and Linear Regression Analysis. The study found that (1) overall, opinions on consumer behavior in using the services at Rattanakrongsan Golf Camp were rated at a high level. Additionally, the overall evaluation of the marketing mix for Rattanakrongsan Golf Camp was also rated at a high level, and (2) the hypothesis testing results found that (1) Demographic characteristics of those using the services of Rattanakrongsan Golf Course, such as age, highest level of education, and income, have a statistically significant effect on consumer behavior in using the services of Rattanakrongsan Golf Course at a significant level of 0.05. (2) Marketing Mix Factors: Price and location were significant factors influencing consumer behavior at a 0.05 significance level. The factors ranked from highest to lowest impact were price (Beta = .154) and location (Beta = .114), respectively.

Keywords: Marketing Mix, Consumer Behavior, Golf Course

* Corresponding Author, E-mail: anuchit.ku@ssru.ac.th

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมได้พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว จึงทำให้การดำเนินชีวิตของประชากรเป็นไปด้วยความเร่งรีบ แข่งขันจนเกิดความเครียดทางร่างกาย ซึ่งส่งผลต่อสุขภาพ และสมรรถภาพทางกายลดลง จึงทำให้องค์กรภาครัฐและเอกชน ได้พยายามสร้างกรอบเพื่อส่งเสริมการออกกำลังกายให้กับบุคลากรในหน่วยงานของตนเอง ซึ่งเป็นกิจกรรมที่จะนำไปสู่การรักษาสุขภาพมากขึ้น

ในปัจจุบันประเทศไทยได้พัฒนากีฬาอีสปอร์ตให้เป็นกิจกรรมสำคัญในการพัฒนาสุขภาพของเด็ก เยาวชน ประชาชน โดยส่งเสริมให้มีทักษะการเล่น เพื่อใช้ในการออกกำลังกาย แข่งขัน ตลอดจนพัฒนาไปสู่การใช้ประกอบอาชีพในอนาคต

นอกจากจะเป็นการนำกีฬาอีสปอร์ตมาส่งเสริมสุขภาพของคนแล้ว รัฐบาลได้นำกีฬาอีสปอร์ตเป็นกิจกรรมที่มีนักท่องเที่ยวต่าง ๆ เข้ามาใช้บริการในเชิงธุรกิจ เป็นที่นิยมโดยเฉพาะลูกค้าหลัก คือ นักท่องเที่ยวชาวเอเชีย ได้แก่ ญี่ปุ่น เกาหลี ออสเตรเลีย จีน สิงคโปร์ มาเลเซีย และไต้หวัน (Asawin, 2015) จากสถิติของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ระบุว่าเมื่อปี 2558 มีนักท่องเที่ยวที่นิยมในกีฬาอีสปอร์ตเดินทางเข้ามาประเทศไทย 530,000 คน ทำรายได้ให้ประเทศ 4,400 ล้านบาท นักท่องเที่ยวที่นิยมเข้ามาในไทยมากที่สุด คือ เอเชียตะวันออก และอาเซียน ประเทศที่เข้ามาใช้บริการมากที่สุด คือ ญี่ปุ่นและเกาหลี

ธุรกิจสนามกอล์ฟเป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน เพราะจำนวนที่เพิ่มขึ้นของนักกอล์ฟจากอดีตสูงมาก ส่งผลให้สนามกอล์ฟเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย จากการสำรวจสนามกอล์ฟในประเทศไทย พบว่ามีสนามกอล์ฟจำนวนมากถึง 238 สนามทั่วทุกภูมิภาค (Thai golfer Group Company Limited, 2019) และแต่ละสนามได้นำนวัตกรรมบริการหรือนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการบริการลูกค้า เพื่อตอบสนองตามลักษณะของลูกค้า ที่ต้องการความสะดวก รวดเร็วและเรียกร้อย ซึ่งเป็นผลดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการเพิ่มมากขึ้นทุก ๆ ปี

ระนองเป็นจังหวัดที่มีธรรมชาติที่เหมาะสมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งได้กำหนดให้เป็นยุทธศาสตร์ของจังหวัดที่จะเป็นเมืองการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับเอเชีย เป็นเมืองที่มีธรรมชาติ ทั้งใน ร่องน้ำแร่ร้อนที่มีคุณภาพ เป็นแหล่งอาหารทะเลที่ขึ้นชื่อ มีเกาะแก่งเป็นธรรมชาติอีกมากมายที่นักท่องเที่ยวสามารถท่องเที่ยวได้หลากหลายรูปแบบ อีกทั้งมีชายแดนติดกับประเทศเมียนมาร์ ใช้เวลาในการเดินทางไปยังจังหวัดเกาะสองเพียง 20 นาที ซึ่งมีการติดต่อระหว่างไทยและประเทศเมียนมาร์มาช้านานทั้งในธุรกิจเกษตร การท่องเที่ยว และการค้าชายแดนอื่น ๆ

สนามกอล์ฟค่ายรัตนรังสรรค์ เป็นสนามกอล์ฟที่ตั้งอยู่ในศูนย์พัฒนากีฬาท่องเที่ยวที่ 2 กรมทหารราบที่ 25 มีนโยบายพัฒนาสนามเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและเป็นเครื่องมือในการสร้างความมั่นคงระหว่าง 2 ประเทศ เป็นสนามที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ป่าไม้ที่สมบูรณ์ที่มีธรรมชาติเอื้ออำนวยต่อการออกกำลังกายและเล่นกีฬาอีสปอร์ต ซึ่งตั้งอยู่ในบริเวณสนามบินจังหวัดระนอง นอกจากสภาพสนามที่เป็นธรรมชาติแล้ว ยังมีการบริการที่ดีในราคาที่ถูกลงกว่าสนามอื่น ๆ

ผู้วิจัยในฐานะที่เป็นคณะกรรมการของชมรมสนามกอล์ฟจังหวัดระนอง ตระหนักถึงความสำคัญของผู้ใช้บริการลดลง ซึ่งน่าจะเป็นผลของปัจจัยด้านต่าง ๆ ในการใช้บริการ ดังนั้นจึงได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการสนามกอล์ฟค่ายรัตนรังสรรค์

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคที่มาใช้บริการสนามกอล์ฟค่ายรัตนรังสรรค์
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการสนามกอล์ฟค่ายรัตนรังสรรค์

สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการมาใช้บริการสนามกอล์ฟแตกต่างกัน
2. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้บริการสนามกอล์ฟค่ายรัตนรังสรรค์

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความหมายของพฤติกรรมของผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลหนึ่ง ซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาซึ่งสินค้าและบริการ เป็นกระบวนการตัดสินใจที่มีอยู่ก่อนแล้ว และทำให้มีส่วนกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว อย่างไรก็ตามแม้ว่ากระบวนการพฤติกรรมของผู้บริโภคจะมีลักษณะที่คล้าย ๆ กัน แต่รูปแบบพฤติกรรมของคนไม่เหมือนกัน ซึ่งมีอิทธิพลมาจากปัจจัยต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวของผู้บริโภค (Dutduen, 2011) ซึ่งพฤติกรรมการแสดงออกของบุคคลแต่ละบุคคลในการค้นหา การเลือกซื้อ การใช้ การประเมินผลหรือจัดการกับสินค้าและบริการ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้ซึ่งเหตุผลที่คุณจำเป็นต้องศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเพราะพฤติกรรมผู้บริโภคมีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคจะทำให้คุณสามารถสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคและความสามารถในการค้นหาทางแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในสังคมได้ถูกต้องและสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจมากยิ่งขึ้นที่สำคัญจะช่วยให้การพัฒนาตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของคุณให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง (Siwarit, 2022; Natee, 2013; Chuchai, 2015; Kamnai, 2015)

กล่าวโดยสรุปว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการและกิจกรรมต่าง ๆ ที่บุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งก็คือผู้บริโภคเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องในการแสวงหาการเลือก การซื้อ การใช้ การประเมินผล และการกำจัดผลิตภัณฑ์และบริการหลังการใช้ เพื่อสนองความต้องการและความปรารถนาอยากได้ให้ได้รับความพอใจ และสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้

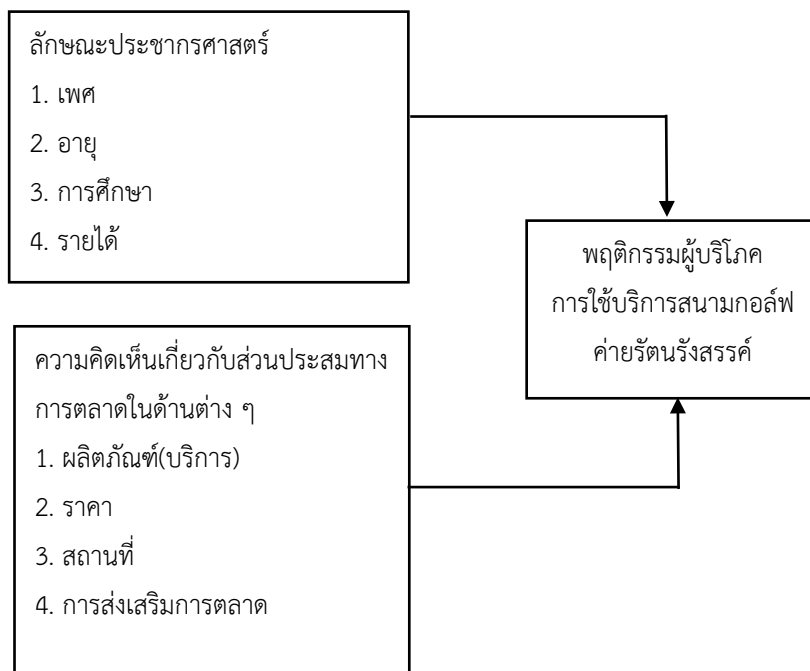
การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นแนวทางในการติดตามศึกษาเพิ่มเติมเพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ โดย Schiffman and Kanuk (2005) ได้เสนอให้ทำการแสวงหาคำตอบดังกล่าวผ่านการตั้งคำถามที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค 7 คำถาม ซึ่งประกอบด้วย การตั้งคำถามตามหลัก 6Ws 1H เพื่อแสวงหาคำตอบ 7O's ซึ่งถูกนำมาใช้เพื่ออธิบายพฤติกรรมผู้บริโภค และนำไปปรับใช้เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป

แนวคิดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4Ps

Kotler (2003 cited in Chutarat, 2015) ได้ให้ความหมายของ การตลาดไว้ว่า การตลาดเป็นกิจกรรมที่ทำให้สินค้าหรือบริการเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ และเป็นกิจกรรมที่มนุษย์กระทำให้ขึ้นเพื่อสนองความต้องการของมนุษย์ด้วยกัน เพื่อให้ได้รับความพอใจ โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนซึ่งกล่าวได้ว่าเป็นกระบวนการทางการบริหาร ให้บุคคลและกลุ่มได้รับสิ่งที่สนองความจำเป็นความต้องการจากการสร้างและแลกเปลี่ยนระหว่างผลิตภัณฑ์และมูลค่าของผลิตภัณฑ์ส่วนประสมการตลาด (Marketing mix หรือ 4Ps) หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุม ได้ซึ่งองค์กรใช้ร่วมกัน เพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด โดยกลยุทธ์การตลาด 4Ps เป็นพื้นฐานใช้ที่ทุกธุรกิจต้องเจอ โมเดลนี้จะนำไปสู่การวิเคราะห์เพื่อให้นักการตลาดและผู้บริหาร สามารถใช้ประกอบเพื่อแก้ไขปรับปรุงและพัฒนาการตลาดของตัวเองให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

แบบแผนการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้ออกแบบโดยใช้วิธีวิทยาการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Methodology)

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคที่มาใช้บริการสนามกอล์ฟค่ายรัตนรังสรรค์

ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่มาใช้บริการสนามกอล์ฟค่ายรัตนรังสรรค์ มีอายุ 21 ปี และ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน โดยใช้การสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อการศึกษาในครั้งนี้ คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นคำถามชนิดปลายปิด (Close-end Questionnaire) จำนวน 400 ชุด โดยคำถามในแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 4 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยมีลักษณะเป็นข้อคำถามแบบเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว (Multiple Choices) ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการในสนามกอล์ฟค่ายรัตนรังสรรค์ จำนวน 8 ข้อ ได้แก่ ความถี่ในการใช้บริการ จำนวนในการใช้บริการ ราคาที่ใช้จ่ายต่อครั้ง จำนวนคนที่มาใช้บริการด้วยกัน มาใช้บริการเพราะเพื่อนชวน มาใช้บริการเพราะเห็นโฆษณา มาใช้บริการเพื่อออกกำลังกาย และมาใช้บริการเพราะมีส่วนลดโดยใช้เกณฑ์การให้คะแนนแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามของลิเคิร์ท สเกล (Likert Scale) และส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดในด้านต่าง ๆ โดยใช้เกณฑ์การให้คะแนนแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามของลิเคิร์ท สเกล (Likert Scale) โดยจะสามารถแบ่งได้ 5 ระดับ

การสร้างเครื่องมือวิจัย มี 7 ขั้นตอน ได้แก่ (1) ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ จากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่จะศึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม (2) รวบรวมเนื้อหาที่ได้จากเอกสาร งานวิจัย เพื่อนำมาสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการสนามกอล์ฟค่ายรัตนรังสรรค์ (3) นำข้อมูลที่รวบรวมได้ทั้งหมด มาสร้างแบบสอบถาม โดยแบ่งเป็นตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการสนามกอล์ฟค่ายรัตนรังสรรค์ ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการใช้บริการสนามกอล์ฟค่ายรัตนรังสรรค์ (4) นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นให้คณะกรรมการตรวจสอบความถูกต้องและเสนอแนะเพิ่มเติม (5) นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา และความถูกต้องของภาษาที่ใช้ (6) ปรับปรุงแบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบอีกครั้ง ก่อนนำไปทดลองใช้ และ (7) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามทั้งหมดไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดสอบความเชื่อมั่น โดยใช้วิธีวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) (Wichian, 1981) โดยได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา เท่ากับ 0.857 ซึ่งค่าที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถามโดยจะมีค่าระหว่าง 0 – 1 ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มากแสดงว่ามีความน่าเชื่อถือมาก

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยขอความร่วมมือจากสนามกอล์ฟ ในการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่ได้กำหนดไว้
2. ผู้วิจัยได้ติดต่อประสานจากเจ้าของสถานที่ เพื่อแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง
3. ผู้วิจัยได้เดินทางไปยังสนามกอล์ฟ เพื่อเก็บข้อมูลในวันทำงานและวันหยุดสุดสัปดาห์ เพื่อทำการเก็บ

รวบรวมแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูล

แบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมดนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. นำข้อมูลในส่วนที่ 1 ซึ่งเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยมาแจกแจงความถี่ และเสนอผลเป็นคำร้อยละ

2. นำข้อมูลในส่วนที่ 2 ซึ่งเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการในสนามกอล์ฟค่ายรัตนรังสรรค์ จำนวน 8 ข้อ ได้แก่ ความถี่ในการใช้บริการ จำนวนในการใช้บริการ ราคาที่ใช้จ่ายต่อครั้ง และมาใช้บริการเป็นจำนวนกี่คน โดยมาแจกแจงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3. นำข้อมูลในส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดในด้านต่าง ๆ โดยมาหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4. เปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มขึ้นไป ใช้การทดสอบแบบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance)

5. ทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการในสนามกอล์ฟค่ายรัตนรังสรรค์ โดยใช้การทดสอบสถิติ หาค่าความสัมพันธ์ (Linear Regression)

ผลการวิจัย

1. ผลการวิจัยลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 264 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.25 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 62.75 ส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ที่ 15,000-30,000 บาท จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.75

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้บริการในสนามกอล์ฟค่ายรัตนรังสรรค์โดยภาพรวมอยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 (S.D. = .890) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อมากที่สุด คือจำนวนคนที่มาใช้บริการด้วยกัน รองลงมาคือ มาใช้บริการเพราะเห็นโฆษณา ราคาที่ใช้จ่ายต่อครั้ง ความถี่ในการใช้บริการ จำนวนในการใช้บริการ และน้อยที่สุด คือ มาใช้บริการเพื่อออกกำลังกาย

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมของสนามกอล์ฟค่ายรัตนรังสรรค์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 (S.D. = 0.682) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อมากที่สุด คือ ด้านราคา รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ (บริการ) ด้านสถานที่ และน้อยที่สุดคือ ด้านส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 1 แสดง ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมของสนามกอล์ฟค่ายรัตนรังสรรค์

ระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในด้านต่าง ๆ	ระดับความต้องการ		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (บริการ)	4.26	.583	มากที่สุด
2. ด้านราคา	4.29	.548	มากที่สุด
3. ด้านสถานที่	4.24	.706	มาก
4. ด้านส่งเสริมการตลาด	4.16	.893	มาก
รวม	4.24	.682	มาก

จากตาราง 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมของสนามกอล์ฟค่ายรัตนรังสรรค์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 (S.D. = 0.682) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อมากที่สุด คือ ด้านราคา รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ (บริการ) ด้านสถานที่ และน้อยที่สุดคือ ด้านส่งเสริมการตลาด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 (S.D. = 0.548), 4.26 (S.D. = 0.583), 4.24 (S.D. = 0.706), 4.16 (S.D. = 0.893) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงผลการเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการมาใช้บริการสนามกอล์ฟ

		Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
เพศ	Between Groups	4.692	.391	1.614	.085
	Within Groups	93.745	.242		
	Total	98.438			
อายุ	Between Groups	7.953	.663	1.858	.038*
	Within Groups	138.037	.357		
	Total	145.990			
ระดับการศึกษา	Between Groups	61.951	5.163	8.222	.000*
	Within Groups	242.986	.628		
	Total	304.938			
รายได้	Between Groups	12.653	1.054	3.195	.000*
	Within Groups	127.737	.330		
	Total	140.390			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลการเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการมาใช้บริการสนามกอล์ฟ จำแนกตามประเภทจะพบว่า อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ มีค่า sig. น้อยกว่า 0.05

ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และสามารถอธิบายได้ว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการมาใช้บริการสนามกอล์ฟ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยของส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้บริการสนามกอล์ฟค่ายรัตนรังสรรค์

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.827	4	.957	3.036	.017 ^b
	Residual	124.486	395	.315		
	Total	128.313	399			

a. Dependent Variable: พฤติกรรมผู้บริโภค

b. Predictors: (Constant), ด้านส่งเสริมการตลาด, ด้านราคา, ด้านบริการ, ด้านสถานที่

จากตารางที่ 3 พบว่า ค่า sig. มีค่าเท่ากับ 0.017 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 แสดงว่า มีอย่างน้อย 1 ตัวแปรที่ได้จากการวิเคราะห์มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้บริการสนามกอล์ฟค่ายรัตนรังสรรค์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น (linear regression) ของส่วนประสมทางการตลาด มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้บริการสนามกอล์ฟค่ายรัตนรังสรรค์

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
(Constant)	4.276	.537		7.959	.000
ด้านบริการ	.121	.081	.087	1.493	.136
ด้านราคา	.349	.131	.154	2.665	.008
ด้านสถานที่	.172	.089	.114	1.929	.044
ด้านส่งเสริมการตลาด	.019	.051	.020	.365	.715

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่า การวิเคราะห์การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น (linear regression) ของส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้บริการสนามกอล์ฟค่ายรัตนรังสรรค์ ประกอบด้วย ด้านราคา และด้านสถานที่ มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้บริการสนามกอล์ฟค่ายรัตนรังสรรค์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากผลการทดสอบสมมติฐานจะเห็นได้ว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในด้านราคา และด้านสถานที่ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้บริการสนามกอล์ฟค่ายรัตนรังสรรค์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสามารถเรียงลำดับดังนี้ ด้านราคา (Beta = .154) ด้านสถานที่ (Beta = .114) ซึ่งสามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z = 0.154 (\text{ด้านราคา}) + 0.114 (\text{ด้านสถานที่})$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$\hat{Y} = 4.276 + 0.349 (\text{ด้านราคา}) + 0.172 (\text{ด้านสถานที่})$$

ดังนั้นปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในด้านราคา และด้านสถานที่ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้บริการสนามกอล์ฟค่ายรัตนรังสรรค์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

1. ผลการศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการมาใช้บริการสนามกอล์ฟแตกต่างกัน สามารถอธิบายได้ดังนี้

ลักษณะประชากรศาสตร์ มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการมาใช้บริการสนามกอล์ฟแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพราะว่าอายุ การศึกษา และรายได้ เป็นช่วงที่มีสังคมที่กว้างขึ้น มีการสังสรรค์เป็นหมู่คณะ และมีรายได้ที่อยู่ในระดับที่สามารถมาใช้บริการได้ ซึ่งสอดคล้องกับ Jariya (2021) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อ

ความพึงพอใจและความตั้งใจในการซื้อซ้ำเสื้อผ้าผ่านร้านค้าบนสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Pumarin (2021) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเข้าอยู่ต่อพาร์ทเมนท์เดิมของผู้เช่าในเขตกรุงเทพมหานคร ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 และสอดคล้องกับ Vorawut (2019) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชนท่องเที่ยว ช.ก.ส. ในเขตพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทย โดยพบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านอายุ การศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้มาใช้บริการ

2. ผลการศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้บริการสนามกอล์ฟค่ายรัตนรังสรรค์แตกต่างกัน สามารถอภิปรายได้ดังนี้

2.1 ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้บริการสนามกอล์ฟค่ายรัตนรังสรรค์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพราะว่า ประเด็นหลักในการใช้บริการส่วนใหญ่ต้องพิจารณาจากราคาเป็นอันดับแรก หากทางสนามกอล์ฟมีราคาค่าบริการที่ไม่สูงมาก ก็จะทำให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจมาใช้บริการได้ง่าย ซึ่งผู้บริโภคจะเกิดการตัดสินใจใช้บริการสนามกอล์ฟค่ายรัตนรังสรรค์ด้วยราคาที่ถูกว่า แต่ได้คุณภาพเท่ากัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิชาภา เทพนรงค์ พบว่าผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันนั้นให้ความสำคัญกับที่สามารถเปรียบเทียบราคาในแต่ละร้านได้ หากไปเดินชมสินค้าเองก็ไม่สามารถเปรียบเทียบร้านค้าทุกร้านได้หมด แต่หากเลือกซื้อผ่านแอปพลิเคชันสามารถทำได้ง่ายและสะดวกกว่า ซึ่งเป็นเหตุผลหลักที่ทำให้ตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน จึงแสดงให้เห็นได้ว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ข้อบ่งชี้ยังได้มีการระบุราคาไว้อย่างชัดเจน อีกทั้งยังมีวิธีการชำระเงินมีให้เลือกได้หลากหลายตามความต้องการ ปัจจุบันข้อบ่งชี้ได้มีช่องทาง SpayLater ของข้อบ่งชี้ ซึ่งเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่เปิดให้ผู้บริโภคที่ไม่มีบัตรเครดิต/เครดิตในการผ่อนชำระสินค้า โดยมีวงเงินให้ 100,000 บาท ทำให้ผู้บริโภคบางส่วนให้ความสำคัญกับ SpayLater และใช้บริการผ่อนชำระกับทางข้อบ่งชี้ จึงเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าจากข้อบ่งชี้ได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Orachira, Chandet, and Waraporn (2021) พบว่า การเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันข้อบ่งชี้ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคา โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก อธิบายได้ว่า ประชาชนให้ความสำคัญกับราคาสินค้าบนแอปพลิเคชันออนไลน์ข้อบ่งชี้ ที่สามารถเปรียบเทียบราคากับการขายสินค้าทางช่องทางอื่นได้อย่างสะดวก สามารถต่อรองราคาสินค้ากับเจ้าของร้านได้ และมีราคาที่คุ้มค่างกับคุณสมบัติของสินค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.2 ส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้บริการสนามกอล์ฟค่ายรัตนรังสรรค์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพราะว่า หากสถานที่มีความสะอาด มีความทันสมัย และสวยงามย่อมส่งผลในการดึงดูดให้เข้ามาใช้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kannikar (2020) พบว่า แอปพลิเคชันข้อบ่งชี้มีจำนวนร้านค้าและผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายให้ผู้บริโภคได้เลือกซื้อสินค้าได้ตามสะดวก และผู้ขายมีการใช้ช่องทางการจำหน่ายสินค้าทำหน้าที่เคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังงานวิจัยของ Dollanaphat (2019) พบว่า สินค้าที่ได้รับไม่เสียหายและปลอดภัย มีบริการจัดส่งสินค้าถึงบ้านได้อย่างรวดเร็ว สามารถค้นหาร้านค้าหรือสินค้าที่ต้องการได้ง่ายและสะดวก จึงแสดงให้เห็นได้ว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ (ช่องทางการจัดจำหน่าย) มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันข้อบ่งชี้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 ลักษณะประชากรศาสตร์ ในด้าน อายุ การศึกษา และรายได้ ที่แตกต่างกัน จะมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการที่แตกต่างกัน จึงควรวางแผนทางในการให้บริการ หรือวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดที่สอดคล้องเหมาะสม เช่น อาจจะมีโปรโมชั่นสำหรับใช้เป็นส่วนลดหากมาใช้บริการกี่คน หรือเป็นระบบสะสมแต้มสำหรับไว้แลกรางวัล

1.2 ด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ควรมีการปรับปรุงราคาให้หลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภคได้เลือกซื้อตามความต้องการและตามกำลังทรัพย์ของผู้บริโภค เพื่อที่จะให้ผู้บริโภคทุกกลุ่มสามารถเข้ามาใช้บริการได้ ด้านสถานที่ ควรมีปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นไปอีก สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการให้มากที่สุด เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจและแนะนำผู้อื่นเข้ามาใช้บริการ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไป

2.1 ควรขยายขอบเขตเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยให้กว้างขึ้น นอกเหนือจากการใช้แบบสอบถาม เช่น การสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกประกอบกับข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อให้ตัดสินใจได้ชัดเจนขึ้นและทราบถึงปัญหาที่ควรปรับปรุงการบริการได้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคในพื้นที่

2.2 เพื่อให้ได้รับประโยชน์สูงสุดจากงานวิจัย จึงควรมีการทำวิจัยเป็นระยะๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาฐานข้อมูลให้มีความทันสมัยอยู่ตลอดเวลา และเพิ่มความสามารถในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเหนือคู่แข่งต่อไป

2.3 ควรศึกษาเพิ่มเติมไปยังกลุ่มตัวอย่างกลุ่มอื่นๆ โดยขยายขอบเขตการศึกษาไปในเขตจังหวัดอื่นๆ เพื่อจะได้ทราบถึงผลการศึกษาในแต่ละพื้นที่ที่มีความเหมือนหรือต่างกันอย่างไร

เอกสารอ้างอิง

- Asawin, J. J. (2015). *Trends and potential of information technology for tourism*. [Online]. Retrieved October 15, 2024, from <http://tourisminvest.tat.or.th>. (in Thai)
- Center for Information and Investigative Reporting for Civil Rights. (2022). *Data on 'e-commerce competition' in Thailand and neighboring countries for Q3/2021*. Retrieved May 9, 2022, from: <https://www.tcijthai.com/news/2022/10/scoop/12127>.
- Chuchai, S. (2015). *Consumer behavior*. 3rd ed. Bangkok: Chulalongkorn University.
- Chutarat, K. (2015). *Factors influencing consumer purchases via online applications in Bangkok and surrounding areas*. Thesis of the Degree of Master Program. Pathumthani: Graduate School, Thammasat University.
- Dollanaphat, P. (2019). *Factors influencing the decision to purchase products via the Shopee application in Bangkok*. Independent Study of the Degree of Master's Program. Bangkok: Siam University.

- Dutduen, W. (2011). *Factors influencing consumers' decisions to use restaurants at Bangsaen Beach, Chonburi Province* Independent Study of the Degree of Master's Program. Phitsanulok: Naresuan University.
- Jariya, Y. (2021). *Factors influencing satisfaction and purchase intention for clothing via online social media stores*. Thesis of the Degree of Master's Program in Management. Bangkok: Mahidol University.
- Kamnai, A. (2015). *Consumer behavior*. Bangkok: Focus Media and Publishing.
- Kannikar, C. (2020). *Factors influencing the decision to purchase products online via the Shopee application among working-age people in Bangkok*. Thesis of the Degree of Master's Program in Management. Bangkok: Rangsit University.
- Natee, B. (2013). *Consumer behavior analysis*. [Online]. Retrieved May 20, 2022, from: <http://www.ripl.ac.th>.
- Orachira, K., Chandet, C., & Waraporn, D. (2021). Marketing mix factors and consumer choices for online purchases via the Shopee application in Bangkok. *Journal of Development Administration Research*, 11(2), 309–321.
- Pumarin, J. (2021). *Factors influencing satisfaction in renewing apartment leases among tenants in Bangkok during the COVID-19 pandemic*. Thesis of the Degree of Master's Program in Management. Bangkok: Mahidol University.
- Schiffman, L. G., and Kanuk, L. L. (2005). *Consumer behavior*. 9th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Siwarit, P. (2022). *Marketing principles*. 2nd ed. Bangkok: Top Publishing.
- Thaigolfer Group Company Limited. (2019). *Golfing in Thailand*. [Online]. Retrieved August 25, 2019, from: <http://thaigolfer.com>.
- Tourism Authority of Thailand. (2015). *Tourist statistics 2015*. [Online]. Retrieved October 15, 2024, from: http://www2.tat.or.th/stat/web/static_index.php.
- Vorawut, P. (2019). *Factors influencing customer satisfaction with Bangchak petrol stations in Nakhon Pathom Province*. Independent Study of the Degree of Master's Program in Business Administration. Bangkok: Rajamangala University of Technology Krungthep.
- Wichian, K. (1981). *Statistical analysis for research*. 7th ed. Bangkok: Educational Research Division, Office of the National Education Commission.

การสอนแบบอิงโมเดลและการฝึกปฏิบัติที่มีต่อผลการเรียนรู้ในรายวิชา สถิติขั้นสูงสำหรับการวิจัยทางการบริหารการศึกษา

สุบิน ยุระรัช^{1,*}

หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา
วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

Received: 31 October 2024

Revised: 15 November 2024

Accepted: 20 November 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ข้อ คือ (1) เพื่อเปรียบเทียบผลการเรียนรู้ของนักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา ที่ลงทะเบียนเรียนวิชา สถิติขั้นสูงสำหรับการวิจัยทางการบริหาร การศึกษา ก่อนและหลังการสอนแบบอิงโมเดลและการฝึกปฏิบัติ และ (2) เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อการเรียน การสอนวิชา สถิติขั้นสูงสำหรับการวิจัยทางการบริหาร การศึกษา จากการสอนแบบอิงโมเดลและการฝึกปฏิบัติ ประชากรในการวิจัย คือ นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา จำนวน 10 คน การวิจัย ครั้งนี้ใช้ระยะเวลาจำนวน 6 เดือน เครื่องมือวิจัยมี 2 ฉบับ คือ (1) แบบทดสอบ และ (2) แบบประเมินความพึงพอใจ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงบรรยาย ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบที ผลการวิจัยพบว่า (1) ค่าเฉลี่ยคะแนนผลการเรียนรู้ที่เกิดจากการสอน แบบอิงโมเดลและการฝึกปฏิบัติหลังเรียนมีค่าสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ (2) ในภาพรวม นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนวิชา สถิติขั้นสูงสำหรับการวิจัยทางการบริหาร การศึกษา อยู่ในระดับมาก สำหรับด้านที่นักศึกษามีความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านคุณลักษณะอาจารย์ และ ด้านสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ โดยมีค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากัน รองลงมา คือ ด้านการจัดการเรียนการสอน และด้านการวัด และประเมินผล ตามลำดับ

คำสำคัญ: การสอนแบบเน้นโมเดลและการฝึกปฏิบัติ การบริหารการศึกษา สถิติขั้นสูง

* ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: subin.yu@spu.ac.th

Concept and Practice Based Instruction on Learning Outcome in the course Advanced Statistics for Research in Educational Administration

Subin Yurarach^{1,*}

Doctor of Philosophy Program in Educational Administration,
Graduate College of Management, Sripatum University

Received: 31 October 2024

Revised: 15 November 2024

Accepted: 20 November 2024

ABSTRACT

This study aimed to achieve two objectives: (1) to compare the learning outcomes of doctoral students in the Educational Administration program enrolled in the course Advanced Statistics for Research in Educational Administration before and after instruction based on Concept and Practice Based Instruction; (2) to assess the students' satisfaction with the instructional approach employed in the course. The population consisted of 10 doctoral students in the program of Educational Administration. The study was conducted over a six-month period. There were two types of research instruments comprising (1) a test, and (2) a satisfaction assessment form. Data were collected directly by the researcher. Data analysis utilized descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, standard deviation, and t-test. The findings indicated that: (1) the posttest mean scores of students' learning outcomes, following Concept and Practice Based Instruction, were significantly higher than pretest scores at the 0.05 level; and (2) overall, the students expressed a high level of satisfaction with the course. The aspects receiving the highest satisfaction ratings were instructor characteristics and learning support resources, both achieving equal mean scores. These were followed by satisfaction with instructional management and measurement and assessment, respectively.

Keywords: Concept and Practice Based Instruction, Educational Administration, Advanced Statistics

* Corresponding Author; E-mail: subin.yu@spu.ac.th

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

กฎหมายแม่บททางการศึกษาของประเทศไทย คือ พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 หมวด 4 มาตรา 22 ได้ระบุหลักการจัดการศึกษาไว้ว่า “การจัดการศึกษาต้องยึดหลักผู้เรียนทุกคนมีความสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้ และถือว่าผู้เรียนมีความสำคัญที่สุด” (Ministry of Education, 2002) ดังนั้น กระบวนการจัดการศึกษาต้องส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาตามธรรมชาติและเต็มตามศักยภาพ การจัดการเรียนการสอนวิชาสถิติขั้นสูงในระดับปริญญาเอก มีสิ่งที่ต้องพิจารณาหลายประการโดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้วิธีการสอนที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้เรียนที่ไม่ใช่วิชาเอก จะเห็นได้ว่า การจัดการเรียนการสอนวิชาสถิติขั้นสูงให้กับกลุ่มผู้เรียนในหลักสูตรปริญญาเอก มีความแตกต่างจากการจัดการเรียนการสอนให้กับกลุ่มผู้เรียนในหลักสูตรปริญญาโท และระดับปริญญาตรี สำหรับการสอนในระดับปริญญาโทจะเน้นสอนสถิติวิจัยที่ไม่ซับซ้อนมากนัก ได้แก่ สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive statistics) และสถิติเชิงสรุปอ้างอิง (Inferential statistics) เช่น t-test, ANOVA, correlation, regression analysis เป็นต้น ขณะที่การสอนในระดับปริญญาตรีจะเน้นสอนสถิติพื้นฐานและการฝึกคิดคำนวณตามสูตรที่กำหนดให้เพื่อให้นักศึกษาได้เรียนรู้และได้ทดลองทำด้วยตนเอง เช่น frequency, percentage, measure of central tendency (mean, mode, median), measure of dispersion (range, SD, percentile, etc.), Z-score, T-score เป็นต้น

การสอนสถิติในระดับปริญญาเอกไม่ว่าจะในสาขาวิชาใดทางสังคมศาสตร์ มีความแตกต่างจากการเรียนในระดับปริญญาตรีและระดับปริญญาโท โดยเฉพาะในระดับปริญญาเอกจะเน้นการสอนสถิติขั้นสูง (Advanced statistics) ซึ่งมีเนื้อหาที่ค่อนข้างซับซ้อนและยากต่อการทำความเข้าใจ ดังนั้น ตัวแปรความแตกต่างระหว่างนักศึกษา ก็อาจเป็นอีกสาเหตุที่ส่งผลทำให้การเรียนการสอนวิชาสถิติขั้นสูงไม่ได้คุณภาพอย่างที่เราจะเป็น เช่น พื้นความรู้เดิม หรือสาขาวิชาที่จบในระดับปริญญาโท เป็นต้น และตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการสอน เช่น เนื้อหาที่สอนไม่เหมาะสม (Jamornmann, 1996) การสอนสูตรที่ย่างยากซับซ้อนในการวิเคราะห์ตัวแปรเชิงพหุ (Multivariate analysis) ในกลุ่มผู้เรียนที่ไม่ใช่วิชาเอก เป็นต้น หรือการสอนที่ไม่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ (Student-centered approach) ทำให้การสอนวิชาสถิติขาดประสิทธิภาพและประสิทธิภาพ

วิชาสถิติขั้นสูงสำหรับการวิจัยทางการบริหารการศึกษา เป็นวิชาที่อยู่ในหมวดวิชาบังคับของหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา สังกัดวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนานักศึกษาให้มีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถประยุกต์ความรู้เกี่ยวกับสถิติขั้นสูงไปใช้ให้เหมาะสมกับคำถามการวิจัยทางการบริหารการศึกษาได้ โดยนักศึกษาจะต้องลงทะเบียนเรียนตามที่ระบุไว้ในแผนการศึกษาของหลักสูตร การจัดการเรียนการสอนวิชาในปัจจุบันและที่ผ่านมา ส่วนใหญ่ใช้เทคนิคหรือวิธีการสอนแบบทีม (Team Teaching method) (Espinor, 2009; Anderson and Speck, 1998) หรือการสอนแบบร่วมมือ (Cooperative teaching) (Bauwens and Hourcade, 1995) โดยกำหนดให้มีผู้สอนจำนวน 3 คน สอนในหัวข้อที่ต่างกันตามที่ระบุไว้ในคำอธิบายรายวิชา รวมถึงการใช้เทคนิคการสอนแบบเน้นมโนทัศน์ (Concept-Based Instruction: CBI) (Loertscher and Erickson, 2006; Erickson, 1998) จากผลการสอนแบบทีมและการสอนแบบเน้นมโนทัศน์ในช่วงที่ผ่านมา (Yurarach, 2012, 2013) พบว่า การสอนแบบเน้นมโนทัศน์ได้ผลดีกว่าการสอนแบบทีม เนื่องจากการสอนแบบทีมในหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา เป็นการสอนแบบไม่มีผู้นำทีม (Associate type) โดยผู้สอนแต่ละท่านจะวางแผน กำหนดกิจกรรม และใช้เทคนิคการสอนที่ต่างกันหลายรูปแบบ แม้ว่าจะทำให้นักศึกษารู้สึกไม่เบื่อหน่าย แต่การสอนที่ใช้เทคนิคการสอนหลากหลายรูปแบบ อาจทำให้นักศึกษาสับสน และไม่สามารถ

สรุปแนวคิดรวบยอด (Concept) ของการเรียนรู้สลับชั้นสูงในแต่ละประเภทได้ แต่การสอนแบบเน้นมโนทัศน์ (CBI) ไม่ได้เน้นการสอนสูตรและศัพท์เทคนิคที่มากเกินไปจนจำเป็น แต่เป็นการสอนที่เน้นให้ผู้เรียนเกิดมโนทัศน์หรือแนวคิดในเรื่องที่เรียนมากกว่าการสอนคิดคำนวณโดยใช้สูตรและวิธีการที่ซับซ้อน เพราะหากผู้เรียนเข้าใจแนวคิดหรือมโนทัศน์ที่สำคัญของสลับชั้นสูงแต่ละประเภท ก็จะสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้เหมาะสมกับปัญหาวิจัยแต่ละแบบได้

นอกจากการสอนแบบเน้นมโนทัศน์ (CBI) จะมีส่วนช่วยให้นักศึกษาได้สามารถนำสลับชั้นสูงไปประยุกต์ใช้ได้เหมาะสมกับคำถามการวิจัยแบบต่างๆ แล้ว จากการสัมภาษณ์นักศึกษาในห้องเรียน พบว่า นักศึกษาที่เข้ามาเรียนในหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา ในแต่ละชั้นปีค่อนข้างมีภูมิหลัง (Background) และประสบการณ์ (Experience) ต่างกัน เช่น อายุ ตำแหน่งหน้าที่การงาน หลักสูตรที่เรียนในระดับปริญญาโท (แผน ก และแผน ข) ประสบการณ์การทำงานในแวดวงการศึกษา เป็นต้น ทำให้นักศึกษามีพื้นฐานความรู้ทางสลับไม่เท่ากัน ส่งผลทำให้นักศึกษามีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่างกัน แม้ว่าจะเรียนรู้จากการสอนด้วยวิธีการสอนแบบเดียวกัน จากสภาพปัญหาดังกล่าว กอปรกับแนวทางการสอนสลับชั้นสำหรับผู้สอนที่ไม่ได้มีวิชาเอกทางสลับที่ควรจะเน้นการฝึกปฏิบัติ และการลงมือทำด้วยตนเอง (Learning by Doing) เพื่อให้สามารถนำไปใช้ได้ทันที ทำให้ผู้วิจัยคิดว่า ควรจะมีการบูรณาการระหว่างการสอนแบบอิงมโนทัศน์ (CBI) มาใช้ร่วมกับการฝึกปฏิบัติ (Practice) และเรียกชื่อใหม่ว่าเป็น “การสอนแบบอิงมโนทัศน์และการฝึกปฏิบัติ (Concept and Practice Based Instruction: CP) โดยเทคนิคนี้ยังไม่ได้ทดลองใช้มาก่อน จึงเป็นที่มาของการวิจัยเรื่องนี้ที่จะนำมาใช้บูรณาการร่วมกันและทดลองใช้สอนกับกลุ่มผู้เรียนที่มีภูมิหลังและประสบการณ์ต่างกัน จากสภาพปัญหาและเหตุผลข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะทดลองและเปรียบเทียบผลการเรียนรู้ของนักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา จากการใช้การสอนแบบอิงมโนทัศน์และการฝึกปฏิบัติ หรือ CP โดยผลการวิจัยจะทำให้ได้สารสนเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงหรือพัฒนาการเรียนการสอนวิชาสลับชั้นสูงให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบผลการเรียนรู้ของนักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา ที่ลงทะเบียนเรียนวิชา สลับชั้นสูงสำหรับการวิจัยทางการบริหารการศึกษา ก่อนและหลังการสอนแบบอิงมโนทัศน์และการฝึกปฏิบัติ
2. เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อการเรียนการสอนวิชา สลับชั้นสูงสำหรับการวิจัยทางการบริหารการศึกษา จากการสอนแบบอิงมโนทัศน์และการฝึกปฏิบัติ

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการสอนแบบอิงมโนทัศน์และการฝึกปฏิบัติ

การสอนแบบอิงมโนทัศน์และการฝึกปฏิบัติ (Concept and Practice Based Instruction: CP) เป็นวิธีการสอนที่มุ่งเน้นให้ผู้เรียนเข้าใจแนวคิดหรือหลักการก่อน แล้วจึงนำความรู้นั้นไปปฏิบัติจริง ด้วยวิธีนี้ ผู้เรียนสามารถพัฒนาแนวคิดและทักษะที่จำเป็นในการแก้ปัญหาในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม (Johnson and Johnson, 2014) การสอนแบบนี้เน้นให้ผู้เรียนเข้าใจหลักการหรือทฤษฎีก่อน (Concept) และนำไปฝึกฝนผ่านการปฏิบัติ (Practice) เทคนิคนี้ช่วยให้ผู้เรียนมีความเข้าใจลึกซึ้งและสามารถจดจำแนวคิดได้ดีขึ้น รวมถึงสามารถนำไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพในสถานการณ์จริง (Kolb, 1984) ข้อดีที่สำคัญของแนวคิดนี้คือ การส่งเสริมให้ผู้เรียนเข้าใจถึง “เหตุผล” ที่อยู่เบื้องหลังการทำการต่าง ๆ ไม่ใช่แค่รู้วิธีการทำเท่านั้น แต่ยังเข้าใจว่า “ทำไม” จึงควรทำเช่นนั้น

ขั้นตอนการสอนแบบอิงโมเดลและการฝึกปฏิบัติ

การสอนแบบอิงโมเดลและการฝึกปฏิบัติ หรือเรียกสั้น ๆ ว่า การสอนแบบ CP มีขั้นตอนในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน จำนวน 6 ขั้นตอน เพื่อให้การเรียนรู้เกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด สรุปได้ดังนี้ (Woolfolk, 2019)

1. การอธิบายแนวคิด (Concept Explanation)

ขั้นตอนแรก ผู้สอนจะต้องอธิบายแนวคิด ทฤษฎี หรือหลักการ โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย พร้อมยกตัวอย่างที่ชัดเจนและเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของผู้เรียน เช่น การใช้สื่อกราฟิกหรือรูปภาพเพื่อช่วยให้ผู้เรียนมองเห็นภาพรวมของแนวคิดได้ชัดเจนขึ้น (Mayer, 2009)

2. การยกตัวอย่างที่เกี่ยวข้อง (Providing Relevant Examples)

ผู้สอนจะต้องยกตัวอย่างการนำแนวคิดไปใช้ในสถานการณ์จริง เพื่อให้ผู้เรียนเห็นถึงการประยุกต์ใช้ความรู้ในบริบทต่าง ๆ ตัวอย่างที่ดีควรเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของผู้เรียน เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงแนวคิดกับโลกภายนอกได้ชัดเจนขึ้น (Ormrod, 2012)

3. การฝึกปฏิบัติ (Practice)

หลังจากอธิบายแนวคิดแล้ว ผู้เรียนควรได้รับโอกาสในการฝึกปฏิบัติด้วยตัวเอง เช่น การทำแบบฝึกหัด การทดลอง หรือการแก้โจทย์ปัญหา การฝึกฝนควรเริ่มจากแบบฝึกหัดที่ง่ายก่อน เพื่อให้ผู้เรียนได้พัฒนาทักษะอย่างเป็นขั้นตอน (Schunk, 2012)

4. การอภิปรายและวิเคราะห์ (Discussion and Analysis)

เมื่อผู้เรียนได้ฝึกปฏิบัติแล้ว ควรให้ผู้เรียนวิเคราะห์และอภิปรายถึงสิ่งที่ได้เรียนรู้ รวมถึงข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้น การตั้งคำถามเพื่อให้ผู้เรียนคิดวิเคราะห์และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นช่วยสร้างความเข้าใจที่ลึกซึ้ง (Bransford, Brown, and Cocking, 2000)

5. การให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะ (Feedback)

การให้คำแนะนำที่สร้างสรรค์และเชิงบวกจะช่วยเสริมสร้างความมั่นใจให้ผู้เรียนและกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ต่อไป ผู้สอนควรให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการปฏิบัติของผู้เรียนอย่างละเอียดและชัดเจน เพื่อช่วยให้ผู้เรียนปรับปรุงและพัฒนาความเข้าใจให้ดียิ่งขึ้น (Hattie and Timperley, 2007)

6. การนำไปใช้จริง (Application)

เมื่อผู้เรียนมีความเข้าใจแนวคิดและผ่านการฝึกปฏิบัติแล้ว ควรให้ผู้เรียนนำความรู้ที่ได้นั้นไปใช้ในสถานการณ์จริง เช่น การทำโครงการหรือการแก้ปัญหาในสถานการณ์ที่ซับซ้อนขึ้น การนำไปใช้จริงเป็นการทดสอบความเข้าใจและความสามารถในการประยุกต์ใช้ความรู้ (Anderson and Krathwohl, 2001)

ข้อดีของการสอนแบบอิงโมเดลและการฝึกปฏิบัติ

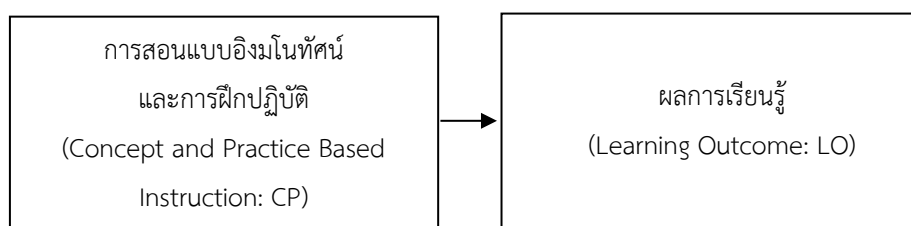
1. สร้างความเข้าใจที่แน่นแฟ้น: การอธิบายแนวคิดก่อนการปฏิบัติช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจเหตุผลและหลักการเบื้องหลังของสิ่งที่ทำ (Ausubel, 1968)
2. ส่งเสริมการคิดวิเคราะห์: ผู้เรียนได้รับการฝึกฝนให้คิดวิเคราะห์และแก้ปัญหาผ่านการปฏิบัติจริง (Vygotsky, 1978)
3. การเรียนรู้ที่ยั่งยืน: การฝึกปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันช่วยให้ผู้เรียนจดจำและนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริงได้ดีขึ้น (Dewey, 1938)

4. เสริมสร้างความมั่นใจ: เมื่อผู้เรียนเข้าใจแนวคิดและสามารถนำไปปฏิบัติได้สำเร็จ จะเกิดความมั่นใจและมุ่งมั่นในการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ (Bandura, 1997)

โดยสรุป การสอนแบบอิงโมโนทัศน์และการฝึกปฏิบัติ เป็นวิธีการสอนที่มีประสิทธิภาพ เน้นการเชื่อมโยงระหว่างทฤษฎีและการปฏิบัติ ทำให้ผู้เรียนเกิดความเข้าใจลึกซึ้งและสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้จริง นอกจากนี้ยังช่วยเสริมสร้างทักษะการคิดวิเคราะห์และความสามารถในการแก้ปัญหาในชีวิตจริง การสอนในรูปแบบนี้ประกอบด้วยการอธิบายแนวคิด การยกตัวอย่าง การฝึกปฏิบัติ การอภิปรายวิเคราะห์ และการให้คำแนะนำเพื่อการพัฒนาความรู้ของผู้เรียน การนำวิธีการสอนนี้มาใช้จะช่วยให้ผู้เรียนมีการเรียนรู้ที่ยั่งยืนและมีความพร้อมในการเผชิญกับสถานการณ์ที่หลากหลายในชีวิตประจำวัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้ ตัวแปรอิสระ หรือตัวแปรจัดกระทำ (Independent or Treatment variable) คือ การสอนแบบอิงโมโนทัศน์และการฝึกปฏิบัติ (Concept and Practice Based Instruction: CP) ส่วนตัวแปรตาม (Dependent variable) คือ ผลการเรียนรู้ (Learning Outcome: LO) ของนักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา ที่ลงทะเบียนเรียนวิชา สถิติขั้นสูงสำหรับการวิจัยทางการบริหารการศึกษา



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

แบบแผนการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้ออกแบบโดยใช้การวิจัยเชิงทดลองขั้นต้น (Pre-Experimental Design) โดยไม่มีกลุ่มควบคุม (Control Group) และไม่มีการสุ่มกลุ่มเข้ารับการทดลอง (Randomization) แต่มีการวัดผลก่อนและหลังการทดลอง (One-Group Pretest-Posttest Design) โดยการทดสอบตัวแปรตามก่อนมีการใช้เทคนิคการสอนแบบอิงโมโนทัศน์และการฝึกปฏิบัติ และทำการทดสอบตัวแปรตามซ้ำกับกลุ่มตัวอย่างอีกครั้ง โดยผลที่ได้จากการทดสอบทั้งสองครั้งจะนำมาเปรียบเทียบกันเพื่อทดสอบสมมติฐานของการวิจัย คือ ผลการเรียนรู้ของนักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา ที่จากการใช้เทคนิคการสอนแบบอิงโมโนทัศน์และการฝึกปฏิบัติ หลังเรียนน่าจะสูงกว่าก่อนเรียน

กลุ่ม	ทดสอบก่อน (Pretest)	ทดลอง (Treatment)	ทดสอบหลัง (Posttest)
E	T1	X	T2

ภาพที่ 2 แบบการทดลองแบบ Non-Randomized One-Group Pretest-Posttest Design

ประชากร

ประชากร คือ นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา ที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชา สถิติขั้นสูงสำหรับการวิจัยทางการบริหารการศึกษา จำนวน 10 คน เนื่องจากไม่มีกลุ่มควบคุม ดังนั้น การเลือกตัวอย่าง ได้รับการทดลองใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive selection) โดยไม่มีการสุ่มตัวอย่างได้รับการทดลอง (Randomization)

เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือวิจัย มีจำนวน 2 ฉบับ ได้แก่

1. แบบทดสอบผลการเรียนรู้รายวิชา สถิติขั้นสูงสำหรับการวิจัยทางการบริหารการศึกษา โดยวัดได้จาก คะแนนรวมจากการทำแบบทดสอบที่มีลักษณะเป็นแบบสอบเลือกตอบชนิดหลายตัวเลือก (Multiple choice test) จำนวน 60 ข้อ สำหรับสถิติที่นำมาใช้ตรวจสอบคุณภาพของแบบทดสอบ ได้แก่ ค่าความยาก (p) และค่าอำนาจ จำแนก (r) การตรวจสอบคุณภาพด้านความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ใช้วิธีการคำนวณหาค่าความสอดคล้อง ระหว่างวัตถุประสงค์กับแบบทดสอบ ด้วยค่า IOC (Index of Item-Objective Congruence) ส่วนการตรวจสอบ คุณภาพด้านความเที่ยงแบบความคงที่ภายใน (Internal stability reliability) ใช้วิธีการคำนวณด้วยสูตร KR20 ผลการนำเครื่องมือวิจัยไปทดลองใช้ (Try out) พบว่าได้ค่า KR20=0.86

2. แบบประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนวิชา สถิติขั้นสูงสำหรับการวิจัย ทางการบริหารการศึกษา ที่มีลักษณะเป็นมาตราประมาณค่า (Rating scale) จำนวน 5 ระดับ โดยเป็นแบบประเมินที่ ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง การตรวจสอบคุณภาพด้านความตรงเชิงเนื้อหา ใช้วิธีการคำนวณหาค่าความสอดคล้องระหว่าง วัตถุประสงค์กับแบบทดสอบ ด้วยค่า IOC ส่วนการตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงแบบความสอดคล้องภายใน ใช้วิธีการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ผลการนำเครื่องมือวิจัยไปทดลองใช้ (Try out) พบว่าได้ค่า $\alpha=0.94$

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองโดยใช้แบบทดสอบและแบบประเมินที่สร้างขึ้น โดยนำเครื่องมือดังกล่าว ไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา ที่ลงทะเบียนเรียนในวิชา สถิติขั้นสูงสำหรับการวิจัยทางการบริหารการศึกษา โดยมีระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 6 เดือน โดยแบ่งออกเป็น 4 ระยะ คือ ระยะที่ 1 วัดผลการเรียนรู้ของนักศึกษา ก่อนเรียน ระยะที่ 2 จัดกิจกรรมการเรียนการสอนด้วยเทคนิค การสอนแบบอิงมโนทัศน์และการฝึกปฏิบัติ ระยะที่ 3 วัดผลการเรียนรู้ของนักศึกษา หลังเรียน และระยะที่ 4 ประเมิน ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนรายวิชา สถิติขั้นสูงสำหรับการวิจัยทางการบริหารการศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่นำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive statistics) ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติเชิงสรุปอ้างอิง (Inferential statistics) ได้แก่ การทดสอบ ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยที่กลุ่มตัวอย่างสัมพันธ์กัน (Dependent t-test) โดยการเปรียบเทียบผลการเรียนรู้ที่ เกิดจากการใช้เทคนิคการสอนแบบอิงมโนทัศน์และการฝึกปฏิบัติ

ผลการวิจัย

1. เพื่อวัดผลการเรียนรู้ของนักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา ที่ลงทะเบียนเรียนวิชา สถิติขั้นสูงสำหรับการวิจัยทางการบริหารการศึกษา จากการใช้เทคนิคการสอนแบบอิงมโนทัศน์และการฝึกปฏิบัติ การวัดผลการเรียนรู้ของนักศึกษา วัดได้จากคะแนนจากการทำแบบทดสอบ จำนวน 60 ข้อ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ค่าเฉลี่ยคะแนนผลการเรียนรู้ ที่เกิดจากการสอนแบบอิงมโนทัศน์และการฝึกปฏิบัติ หลังเรียน มีค่าสูงกว่าก่อนเรียน ($\mu=46.80$ และ $\mu=33.60$ ตามลำดับ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ดังตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคะแนนผลการเรียนรู้ที่เกิดจากการสอนแบบอิงมโนทัศน์และการฝึกปฏิบัติก่อนเรียนและหลังเรียน

ช่วงเวลา	N	ค่าเฉลี่ยคะแนน (μ)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ)	t	Sig. (p)
ก่อนเรียน	10	33.60	3.10	11*	0.00
หลังเรียน	10	46.80	3.79		

*p < .05

2. เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อการเรียนการสอนวิชา สถิติขั้นสูงสำหรับการวิจัยทางการบริหารการศึกษา ของนักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา ในภาพรวมพบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนวิชา สถิติขั้นสูงสำหรับการวิจัยทางการบริหารการศึกษา อยู่ในระดับมาก ($\mu=4.46$, $\sigma=0.26$) สำหรับด้านที่นักศึกษามีความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านคุณลักษณะอาจารย์ และด้านสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ โดยมีค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากัน ($\mu=4.65$, $\sigma=0.38$ และ $\mu=4.65$, $\sigma=0.47$ ตามลำดับ) รองลงมา คือ ด้านการจัดการเรียนการสอน ($\mu=4.33$, $\sigma=0.43$) และด้านการวัดและประเมินผล ($\mu=4.20$, $\sigma=0.53$) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนวิชา สถิติขั้นสูงสำหรับการวิจัยทางการบริหารการศึกษา

ช่วงเวลา	N	ค่าเฉลี่ยคะแนน (μ)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (σ)	ความหมาย
1. ด้านการจัดการเรียนการสอน	10	4.33	0.43	มาก
2. ด้านการวัดและประเมินผล	10	4.20	0.53	มาก
3. ด้านคุณลักษณะอาจารย์	10	4.65	0.38	มากที่สุด
4. ด้านสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้	10	4.65	0.47	มากที่สุด
รวม	10	4.46	0.26	มาก

*1-1.50 = น้อยที่สุด, 1.51-2.50 = น้อย, 2.51-3.50 = ปานกลาง, 3.51-4.50 = มาก, 4.51-5.00 = มากที่สุด

อภิปรายผล

1. ผลของการเปรียบเทียบผลการเรียนรู้ของนักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหาร การศึกษา ที่ลงทะเบียนเรียนวิชา สถิติขั้นสูงสำหรับการวิจัยทางการบริหารการศึกษา ก่อนและหลังการสอนแบบ อิงมโนทัศน์และการฝึกปฏิบัติ จากการวัดผลการเรียนรู้ของนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนวิชาดังกล่าว จะเห็นได้ว่า เมื่อพิจารณาจากคะแนนผลการเรียนรู้ของนักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา จะเห็น ได้ว่า นักศึกษาได้คะแนนผลการเรียนรู้อ่อนเรียน (Pre-test) ประมาณครึ่งหนึ่งของคะแนนเต็ม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 33.60 จากคะแนนเต็ม 60 คะแนน) แสดงว่า เนื้อหาสาระ (Content) ของวิชานี้ค่อนข้างยาก และอาจทำให้นักศึกษาเกิด ความวิตกกังวล (Sapsopa, 2008) เนื่องจากการสอนสถิติขั้นสูง (Advanced statistics) โดยเฉพาะกับกลุ่มผู้เรียน ที่ไม่ได้มีวิชาเอกเกี่ยวข้องกับสถิติหรือวิจัย ในขณะที่การใช้สถิติขั้นสูงในงานวิจัยทางสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มีวิธีการเชิงเทคนิคที่ซับซ้อนที่ต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจ และการฝึกปฏิบัติ อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากผล การเรียนรู้หลังเรียน (Posttest) จะพบว่า นักศึกษากลุ่มเดิมได้คะแนนผลการเรียนรู้นสูงกว่าก่อนเรียน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า เทคนิคการสอนแบบอิงมโนทัศน์และการฝึกปฏิบัติ หรือ CP ที่ได้นำมาใช้ทดลองสอนเป็นวิธีการที่มีคุณภาพที่สามารถ ทำให้ผลการเรียนรู้ของนักศึกษาเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในรายวิชาที่จำเป็นต้องมีการฝึกปฏิบัติอย่างเช่นวิชาสถิติวิจัย อื่นๆ รายวิชาที่นำมาใช้ทดลองสอนนี้ (สถิติขั้นสูงสำหรับการวิจัยทางการบริหารการศึกษา) เป็นวิชาที่อยู่ในหมวดวิชา บังคับของหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา ไม่สามารถปรับเปลี่ยนคำอธิบายรายวิชาได้ ดังนั้น การสอนสถิติขั้นสูงให้กับนักศึกษาจะต้องอาศัยเทคนิคหรือวิธีการสอนที่ไม่น่าเบื่อแต่ได้ผล โดยเฉพาะการจัดการ เรียนการสอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ (Student-cantered approach) ตามที่ระบุไว้ในพระราชบัญญัติการศึกษา แห่งชาติ พ.ศ. 2542 (Kitdee, 2004) ดังนั้น จากผลการวิจัยจึงสะท้อนให้เห็นว่า หากรายวิชาใดที่เน้นการเรียนรู้โดย การฝึกปฏิบัติหรือการลงมือทำ (Learning by Doing) ไม่ว่าจะเป็นการเรียนในระดับปริญญาตรี หรือระดับบัณฑิตศึกษา ก็สามารถที่จะนำแนวคิดหรือเทคนิคการสอนแบบนี้ไปปรับใช้ได้ตามความเหมาะสม แต่สำหรับการนำมาปรับใช้ใ นการเรียนระดับปริญญาเอกในกรณีของงานวิจัยเรื่องนี้ถือว่ามีความเหมาะสมสำหรับกลุ่มผู้เรียนที่ไม่ใช่วิชาเอกสถิติ (Thongat, 2007; Kiattanabamrung, 1994) นอกจากนี้ หากต้องการผลการวิเคราะห์ที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น อาจจะต้องมี การทำวิจัยเชิงทดลองโดยการเพิ่มกลุ่มควบคุม (Control group) และการเปรียบเทียบระหว่างเทคนิคการสอนแบบอื่น ๆ

2. ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการเรียนการสอนวิชา สถิติขั้นสูง สำหรับการวิจัยทางการบริหาร การศึกษา จากการสอนแบบอิงมโนทัศน์และการฝึกปฏิบัติ การศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการจัด กิจกรรมการเรียนการสอนวิชา สถิติขั้นสูงสำหรับการวิจัยทางการบริหารการศึกษา พบว่า ในภาพรวม นักศึกษามี ความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนวิชานี้อยู่ในระดับมาก สำหรับด้านที่นักศึกษามีความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านคุณลักษณะอาจารย์ และด้านสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของมหาวิทยาลัยที่กำหนดให้มี การสอนแบบทีม (Team Teaching) ทั้งนี้ใน 1 รายวิชา จะต้องมียาจารย์ผู้สอนจำนวน 3 คน ประกอบด้วย อาจารย์ ประจำในมหาวิทยาลัยที่เป็นเจ้าของรายวิชา และผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกที่เชี่ยวชาญในหัวข้อที่อยู่ในคำอธิบายรายวิชา การสอนแบบทีมและการเปิดโอกาสให้เปิดโอกาสให้มีการสอนงานกันระหว่างกลุ่มเพื่อน (Klaiklam, 2008) จะเป็น วิธีการหนึ่งที่ช่วยเสริมให้การจัดการเรียนการสอนแบบอิงมโนทัศน์และการฝึกปฏิบัติ หรือ CP ประสบความสำเร็จ รวมถึงการสนับสนุนสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ที่จำเป็นในการเรียนในรายวิชาสถิติ อย่างเช่นโปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูล ประเภทต่าง ๆ และฐานข้อมูลงานวิจัยที่จะนำมาใช้เป็นส่วนหนึ่งในกิจกรรมการเรียนการสอน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 ควรนำเทคนิคการสอนแบบอิงโมโนทัศน์และการฝึกปฏิบัติ หรือ CP ไปปรับปรุงประมวลรายวิชา และแผนการสอน ในปีการศึกษาต่อไป

1.2 หลักสูตรปัญญาเอกอื่นๆ ที่กลุ่มผู้เรียนไม่ใช้วิชาเอกสถิติ สามารถนำเทคนิคการสอนแบบอิงโมโนทัศน์ และการฝึกปฏิบัติ หรือ CP ไปประยุกต์ใช้ได้ เพราะเป็นวิธีการสอนที่ทำให้ผลการเรียนรู้ของนักศึกษาดีขึ้นกว่าวิธีการสอนแบบปกติ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรเลือกวิธีการสอนหรือเทคนิคการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญแบบอื่น ๆ มาทดลองใช้สอนใน รายวิชาที่เกี่ยวข้องกับสถิติ และอาจศึกษาคุณลักษณะอื่น ๆ เพิ่มเติมนอกจากผลการเรียนรู้ในรายวิชา เช่น ความมุ่งมั่นในการเรียน แรงจูงใจในการเรียน เจตคติต่อการเรียน เป็นต้น

2.2 ควรมีการศึกษาวิจัยในหัวข้อเกี่ยวกับการสังเคราะห์องค์ความรู้หรือการจัดการความรู้หรือ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้สอนสถิติในระดับปริญญาเอกเพื่อสร้างเป็นแนวปฏิบัติที่ดีในการจัดกิจกรรมการเรียน การสอนสถิติในระดับปริญญาเอกต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- Anderson, R. S. and Speck, B. W. 1998. "Oh, what a difference a team makes": Why team teaching makes a difference, *Teaching and Teacher Education*, 14(7), 671–686.
- Anderson, L. W., and Krathwohl, D. R. (2001). *A Taxonomy for Learning, Teaching and Assessing: A Revision of Bloom's Taxonomy of Educational Objectives: Complete Edition*. New York: Longman.
- Ausubel, D. P. (1968). *Educational Psychology: A Cognitive View*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Bauwens, J. and Hourcade, J. J. (1995). *Cooperative Teaching: Rebuilding the Schoolhouse for All Students*. Austin, TX: Pro-Ed.
- Bransford, J. D., Brown, A. L., & Cocking, R. R. (Eds.). (2000). *How People Learn: Brain, Mind, Experience, and School*. Washington, D.C.: National Academy Press.
- Bandura, A. (1997). *Self-Efficacy: The Exercise of Control*. New York: W.H. Freeman and Company.
- Dewey, J. (1938). *Experience and Education*. New York: Macmillan.
- Espinor, D. (2009). *Co Teaching Handbook*. School of Education, Seattle Pacific University.
- Erickson, H.L. (1998). *Concept-based curriculum and instruction*. Calif: Corwin Press Inc.
- Hattie, J., and Timperley, H. (2007). The Power of Feedback. *Review of Educational Research*, 77(1), 81-112.
- Johnson, D. W., and Johnson, R. T. (2014). Cooperative Learning in 21st Century. *Anales de Psicología*, 30(3), 841-851.

- Jamornmann, U. (1996). Teaching Educational Statistics. *Journal of Social Science Research*, June 1996, 7-8. (in Thai)
- Kiattanabamrung, W. (1994). *The Effect of Conceptual Framework Testing Techniques on Learning Achievement and Attitude in Biology of Grade 11 Students*. Thesis of the Degree of Master of Education. Bangkok: Faculty of Education, Chulalongkorn University. (in Thai)
- Kitdee, K. (2004). *The Development of an Assessment Model for Student-Centered Teaching and Learning*. Thesis of the Degree of Doctor of Philosophy in Educational Measurement and Evaluation. Bangkok: Faculty of Education, Chulalongkorn University. (in Thai)
- Klaiklam, K. (2008). *The Influence of Coaching and Facilitation on Academic Achievement in Applied Statistics for Behavioral Sciences 1. Thesis of the Degree of Master of Education in Educational Statistics*. Bangkok: Faculty of Education, Chulalongkorn University. (in Thai)
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*. New Jersey: Prentice Hall.
- Loertscher, D. and Erickson, H.L. (2006). Concept-based curriculum and instruction for the thinking classroom. *Teacher Librarian*, 34(2), 45.
- Mayer, R. E. (2009). *Multimedia Learning*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Ministry of Education. (2002). *National Education Act B.E. 2542 (1999), amended (No. 2), B.E. 2545 (2002)*. Bangkok: Kurusapa Press.
- Ormrod, J. E. (2012). *Human Learning*. Northern Colorado (Emerita): Pearson.
- Schunk, D. H. (2012). *Learning Theories: An Educational Perspective*. Boston, MA: Pearson.
- Sapsopa, B. (2008). *Factors Affecting Anxiety in Statistics and Academic Achievement in Statistics Among Faculty of Education Students: A Multivariate Analysis*. Thesis of the Degree of Doctor of Philosophy in Educational Research Methodology. Bangkok: Faculty of Education, Chulalongkorn University. (in Thai)
- Thongat, C. (2007). *The Effect of Conceptual Teaching Models on Learning Achievement in Thai Language Usage and Conceptual Thinking Ability of Secondary School Students in Grade 8*. Thesis of the Degree of Master of Education. Bangkok: Faculty of Education, Chulalongkorn University. (in Thai)
- Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in Society: The Development of Higher Psychological Processes*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Woolfolk, A. (2019). *Educational Psychology*. Ohio: Pearson.
- Yurarach, S. (2012). Evaluation of Teaching in Course ED 712 Advanced Statistics for Educational Administration Research. *The Proceedings of the National Academic Conference, Sripatum University*, 2012, October 26, Sripatum University, 902-911. (in Thai)

Yurarach, S. (2013). The Effect of Concept-Focused Teaching Methods on Learning Achievement in Course EDA713 Advanced Statistics for Educational Administration Research. *The Proceedings of the 8th National Academic Conference, Sripatum University*, 2013, December 24, Sripatum University, 419-428. (in Thai)

แนวทางการพัฒนาทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการ วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเพชรบุรี

ชุมพล รอดแจ่ม^{1,*}, วุฒิพงศ์ จันทรเมืองไทย², จักรวาล สุขไมตรี³

^{1,2} วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

³ วิทยาลัยการเมืองและการปกครอง มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Received: 26 October 2024

Revised: 15 November 2024

Accepted: 7 December 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) วิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อแนวทางการพัฒนาทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดเพชรบุรี (2) เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดเพชรบุรี และ (3) เพื่อตรวจสอบแนวทางการพัฒนาทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดเพชรบุรี ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในอำเภอแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 360 คน เพื่อศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลังจากนั้นนำมาให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 9 คน มาวิเคราะห์สร้างแนวทางดังกล่าวโดยการสนทนากลุ่ม และนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิอีก 5 คนทำการประเมินแนวทางถึงการนำไปใช้ สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดและทุนทางสังคมมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นและขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเป็นตัวแปรส่งผ่านที่สำคัญ แนวทางการพัฒนาที่นำเสนอประกอบด้วย 5 แนวทางหลัก 24 กระบวนการ และ 74 วิธีการ ครอบคลุมการพัฒนาหลายมิติ ได้แก่ การพัฒนาส่วนผสมทางการตลาด ทุนทางสังคม นวัตกรรมและเทคโนโลยี ความยั่งยืน และขีดความสามารถในการแข่งขัน แนวทางนี้ได้รับการประเมินในระดับ "มากที่สุด" ทั้งด้านความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ โดยมีค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.57 ถึง 4.62 สะท้อนถึงศักยภาพในการนำไปปฏิบัติเพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเพชรบุรีอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

คำสำคัญ: การพัฒนาทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่น ขีดความสามารถผู้ประกอบการ วิสาหกิจชุมชน

* ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: chumpon.ro@ssru.ac.th

Approach to Development of Local Economic Capital to Increase the Capacity of Community Enterprise Entrepreneurs in Phetchaburi Province

Chumpon Rodjam^{1,*}, Wutipong Janmuangthai², Jagraval Sukmaitree³

^{1,2} College of Innovation and Management, Suan Sunandha Rajabhat University

³ College of Politics and Governance, Suan Sunandha Rajabhat University

Received: 26 October 2024

Revised: 15 November 2024

Accepted: 7 December 2024

ABSTRACT

The objectives of this research are (1) to analyze the causal relationship pathways that influence the development of local economic capital to increase the capacity of community enterprise entrepreneurs in Phetchaburi Province. (2) To create guidelines for the development of local economic capital to increase the capacity of community enterprise entrepreneurs in Phetchaburi Province, and (3) to examine guidelines for the development of local economic capital to increase the capacity of community enterprise entrepreneurs in Phetchaburi Province. Using quantitative and qualitative research methodologies, data were collected from a sample of community enterprise entrepreneurs in Kaeng Krachan District, Phetchaburi Province. 360 people to study related factors. After that, it was brought to 9 experts to analyze and create the guidelines through group discussions, and then to 5 other experts to evaluate the guidelines for implementation. For data analysis, descriptive statistics and structural equation model analysis were used. The qualitative data section uses content analysis. The results show that the strategy of market and social capital has a positive direct influence on local economic capital and competitiveness. Local economic capital is an important transmission variable. The proposed development approach consists of 5 main approaches, 24 processes and 74 methods, covering multi-dimensional development. Social capital, innovation and technology, sustainability, and competitiveness. This approach has been evaluated at the "most" level in terms of accuracy, appropriateness, The average value is between 4.57 and 4.62, reflecting the potential for implementation to develop community enterprises in Phetchaburi Province in an efficient and sustainable manner.

Keywords: Development of Local Economic Capital, Entrepreneurial Capacity, Community Enterprises

* Corresponding Author; E-mail: chumpon.ro@ssru.ac.th

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาศักยภาพทางเศรษฐกิจของจังหวัดเพชรบุรี มีการพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างมาก โดยเฉพาะการใช้นวัตกรรมในการแปรรูปและเพิ่มมูลค่าสินค้า เช่น ผลิตภัณฑ์จากตาลโตนดที่เป็นทรัพยากรท้องถิ่นสำคัญของเพชรบุรี การท่องเที่ยวเชิงเกษตร และการพัฒนาหัตถกรรมพื้นบ้าน (Polnyotee & Thadaniti, 2022) การบูรณาการวัฒนธรรมท้องถิ่นเข้ากับการตลาดสมัยใหม่ช่วยสร้างอัตลักษณ์ที่โดดเด่นและเพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจของชุมชน อย่างไรก็ตาม การพัฒนาในลักษณะนี้ต้องคำนึงถึงความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์วัฒนธรรมดั้งเดิมและการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม (Wattanacharoensil & Schuckert, 2024) ชุมชนยังต้องเผชิญกับปัญหาจากการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตและคุณค่าทางวัฒนธรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ ผู้ประกอบการในวิสาหกิจชุมชนหลายรายในเพชรบุรีกำลังเผชิญกับความท้าทายในการพัฒนาธุรกิจ โดยเฉพาะในด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ผู้ประกอบการหลายรายยังประสบปัญหาในการหาเงินทุนที่เพียงพอสำหรับการขยายธุรกิจและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อันเนื่องมาจากข้อจำกัดในการเข้าถึงสินเชื่อจากธนาคารพาณิชย์ (Phongsakonrangsinsin et al., 2022) ข้อจำกัดเหล่านี้ยิ่งชัดเจนขึ้นหลังวิกฤตการณ์โควิด-19 ทำให้ธนาคารลังเลในการปล่อยสินเชื่อ เนื่องจากผู้ประกอบการมักขาดประวัติทางการเงินที่มั่นคงหรือหลักประกันที่เพียงพอ อีกทั้งยังขาดทักษะในการบริหารจัดการธุรกิจ เช่น การวางแผนทางการเงินและการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งส่งผลให้การดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการมีความสามารถในการแข่งขันลดลง (Saengchai et al., 2023)

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับตลาดยังคงเป็นอีกหนึ่งความท้าทายสำคัญ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนจำนวนมากยังขาดความรู้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สามารถดึงดูดความสนใจได้ (Suebsook & Prasertsin, 2024) นอกจากนี้ การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจและการเข้าถึงตลาดใหม่ๆ ยังคงเป็นข้อจำกัดที่สำคัญที่ต้องได้รับการแก้ไข ซึ่งกระบวนการนี้จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่นเพื่อสร้างระบบสนับสนุนที่เพียงพอต่อการพัฒนาธุรกิจวิสาหกิจชุมชน (Kumnerdpet & Sinclair, 2023) การส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพทางเศรษฐกิจของชุมชนในจังหวัดเพชรบุรีจำเป็นต้องมีการบูรณาการระหว่างการอนุรักษ์ทรัพยากรท้องถิ่น การใช้วัฒนธรรมในเชิงเศรษฐกิจ และการนำนวัตกรรมทางธุรกิจเข้ามาใช้ โดยการพัฒนาในลักษณะนี้ไม่เพียงแต่ช่วยให้ชุมชนสามารถแข่งขันในตลาดสมัยใหม่ได้ แต่ยังช่วยส่งเสริมการอนุรักษ์คุณค่าทางวัฒนธรรมท้องถิ่นอีกด้วย (Chuamuangphan et al., 2023) การผสมผสานระหว่างนวัตกรรมและวัฒนธรรมท้องถิ่นจึงมีบทบาทสำคัญในการสร้างความยั่งยืนให้กับชุมชน

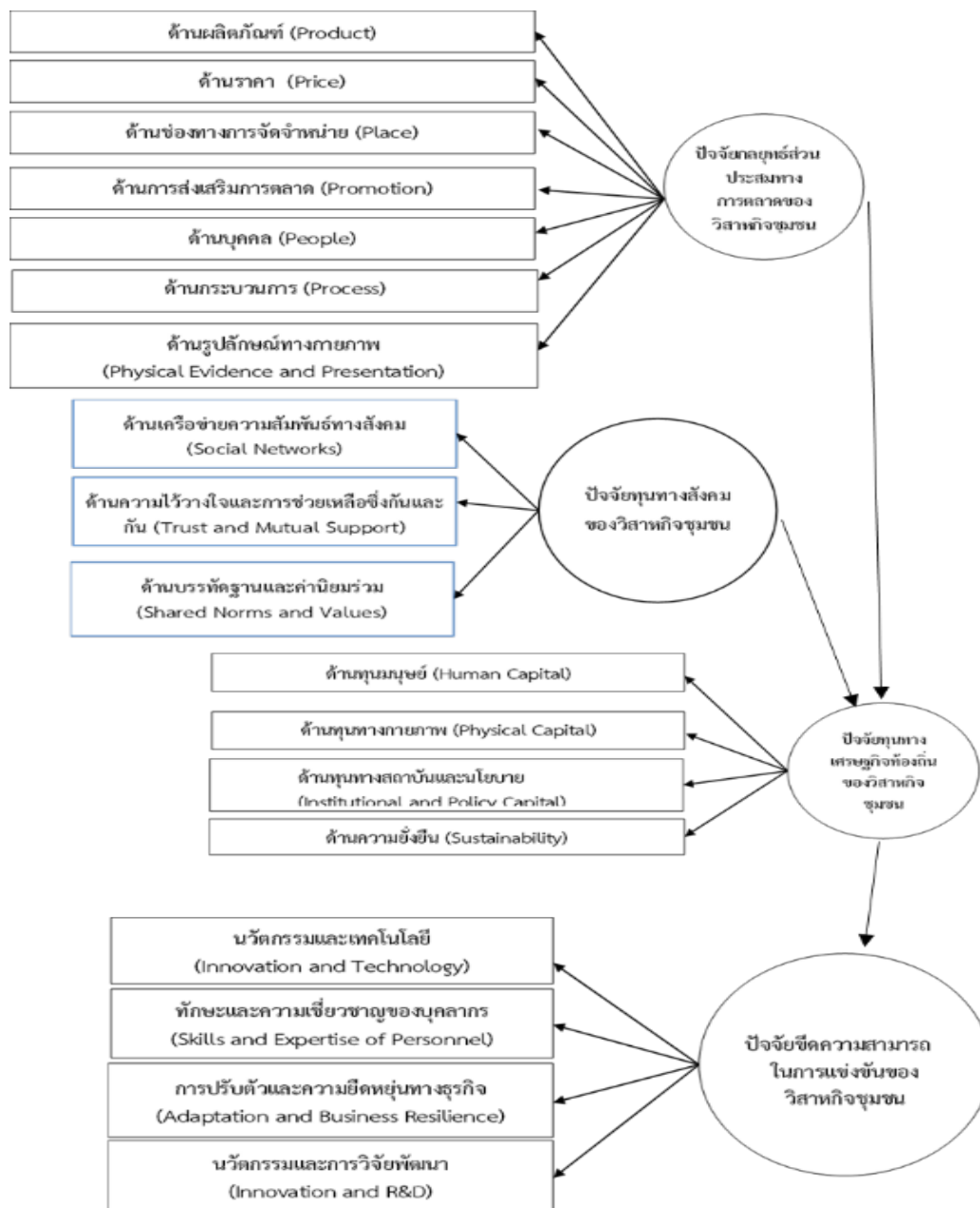
ดังนั้น การวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดเพชรบุรี” ผลการศึกษาของงานวิจัยนี้จะสามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นที่ส่งผลต่อการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดเพชรบุรีที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิต เศรษฐกิจท้องถิ่น ให้เกิดการพัฒนาได้อย่างต่อเนื่อง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อแนวทางการพัฒนาทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดเพชรบุรี
2. เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดเพชรบุรี

3. เพื่อตรวจสอบแนวทางการพัฒนาทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดเพชรบุรี

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดในการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อแนวทางการพัฒนาทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดเพชรบุรี

จากภาพที่ 1 การทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานการวิจัยเพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการพัฒนาทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นและการเพิ่ม

ขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดเพชรบุรี โดยสมมติฐานเหล่านี้จะถูกทดสอบด้วยการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) ในโมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ซึ่งประกอบด้วยสมมติฐานดังต่อไปนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 เป็นการทดสอบสมมติฐานของโมเดล เพื่อการทดสอบว่า โมเดลเส้นทางที่สร้างขึ้นตามทฤษฎีมีความสอดคล้องกับข้อมูลจริงหรือไม่

H₀: โมเดลเส้นทางตามทฤษฎี= โมเดลตามข้อมูลจริง

H₁: โมเดลเส้นทางตามทฤษฎี≠ โมเดลตามข้อมูลจริง

โดยการประเมินความสอดคล้องของตัวแบบ (Evaluation the Data-Model Fit) ค่าสถิติที่ใช้ในการตรวจสอบความพอเหมาะพอดีของตัวแบบเชิงประจักษ์กับตัวแบบทางทฤษฎี ค่า **p-Value** ต้องมีนัยสำคัญทางสถิติ (Significant: Sig.) คือมีค่ามากกว่า .05

สมมติฐานที่ 2 ตัวแปรเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนากลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการท่องเที่ยวชุมชนสู่การยกระดับเศรษฐกิจฐานรากของจังหวัดเพชรบุรี ได้แบ่ง 7 ข้อดังนี้

สมมติฐานที่ 2.1 ปัจจัยกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย 1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 2) ปัจจัยด้านราคา 3) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย 5) ปัจจัยด้านบุคลากร 6) ปัจจัยด้านกระบวนการ และ 7) ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยด้านทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่น ประกอบด้วย 1) ปัจจัยด้านทุนมนุษย์ 2) ปัจจัยด้านทุนทางกายภาพ 3) ปัจจัยด้านทุนทางสถาบันและนโยบาย และ 4) ปัจจัยด้านความยั่งยืน

สมมติฐานที่ 2.2 ปัจจัยด้านทุนทางสังคมของวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย 1) ปัจจัยด้านเครือข่ายความสัมพันธ์ทางสังคม 2) ปัจจัยด้านความไว้วางใจและการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และ 3) ปัจจัยด้านบรรทัดฐานและค่านิยมร่วม มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยด้านทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่น ประกอบด้วย 1) ปัจจัยด้านทุนมนุษย์ 2) ปัจจัยด้านทุนทางกายภาพ 3) ปัจจัยด้านทุนทางสถาบันและนโยบาย และ 4) ปัจจัยด้านความยั่งยืน

สมมติฐานที่ 2.3 ปัจจัยกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย 1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 2) ปัจจัยด้านราคา 3) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย 5) ปัจจัยด้านบุคลากร 6) ปัจจัยด้านกระบวนการ และ 7) ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ประกอบด้วย 1) ปัจจัยด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี 2) ปัจจัยด้านทักษะและความเชี่ยวชาญของบุคลากร 3) ปัจจัยด้านการปรับตัวและความยืดหยุ่นทางธุรกิจ และ 4) ปัจจัยด้านนวัตกรรมและการวิจัยพัฒนา

สมมติฐานที่ 2.4 ปัจจัยด้านทุนทางสังคมของวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย 1) ปัจจัยด้านเครือข่ายความสัมพันธ์ทางสังคม 2) ปัจจัยด้านความไว้วางใจและการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และ 3) ปัจจัยด้านบรรทัดฐานและค่านิยมร่วม มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (COMP)

สมมติฐานที่ 2.5 ปัจจัยด้านทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่น ประกอบด้วย 1) ปัจจัยด้านทุนมนุษย์ 2) ปัจจัยด้านทุนทางกายภาพ 3) ปัจจัยด้านทุนทางสถาบันและนโยบาย และ 4) ปัจจัยด้านความยั่งยืน มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ประกอบด้วย 1) ปัจจัยด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี 2) ปัจจัยด้านทักษะและความเชี่ยวชาญของบุคลากร 3) ปัจจัยด้านการปรับตัวและความยืดหยุ่นทางธุรกิจ และ 4) ปัจจัยด้านนวัตกรรมและการวิจัยพัฒนา

สมมติฐานที่ 2.6 ปัจจัยกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อปัจจัยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยส่งผ่านปัจจัยทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่น

สมมติฐานที่ 2.7 ปัจจัยด้านทุนทางสังคมมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อปัจจัยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยส่งผ่านปัจจัยทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่น

วิธีดำเนินการวิจัย

แบบแผนการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แนวทางการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) เป็นแนวทางการวิจัยแบบการวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยแบบผสม (Mixed Method Research) โดยผสมผสานการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เริ่มต้นจากการศึกษาทฤษฎีเพื่อสร้างโมเดล จากนั้นทำการศึกษาเชิงลึกเพื่อปรับปรุงแนวทางที่ได้และตรวจสอบความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ กระบวนการวิจัยมีการมีส่วนร่วมของชุมชนโดยใช้วิธีวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) เครื่องมือวิจัยที่ใช้รวมถึงการสนทนากลุ่ม แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามกึ่งโครงสร้าง โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างค่ากลาง และการวิเคราะห์เนื้อหา นอกจากนี้ยังศึกษาทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การตลาด ทุนทางสังคม และความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ระยะที่ 1 ที่เน้นการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในอำเภอแก่งกระเจา จังหวัดเพชรบุรี ซึ่งได้รับการคัดเลือกตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 360 ราย ซึ่งเพียงพอต่อการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) ตามหลักการวิเคราะห์ทางสถิติที่แนะนำให้ใช้ตัวอย่างมากกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำ ซึ่งเป็นตามแนวคิดของ Hair et al. (2019) และ Kline (2016) การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ ซึ่งช่วยให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนที่สมบูรณ์ของกลุ่มประชากรที่ศึกษา (Levy & Lemeshow, 2013; Etikan & Bala, 2017) ระยะที่ 2 ซึ่งเน้นการสร้างแนวทางการพัฒนา ผู้วิจัยได้เลือกผู้ทรงคุณวุฒิ 9 คนจากสาขาที่เกี่ยวข้อง โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Etikan et al., 2016) ผู้เชี่ยวชาญถูกแบ่งออกเป็นสามกลุ่ม ได้แก่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการภาคธุรกิจ และนักวิชาการ โดยใช้การสนทนากลุ่มเพื่อให้ทำการตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับร่างแนวทางการพัฒนา เพื่อนำไปปรับปรุง และระยะที่ 3 ซึ่งมุ่งเน้นการตรวจสอบและประเมินแนวทางการพัฒนา ผู้วิจัยได้เลือกผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน มาทำการประเมินความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ ของแนวทางที่สร้างขึ้น การเลือกกลุ่มตัวอย่างในระยะนี้ใช้วิธีการแบบเจาะจงเช่นเดียวกับระยะที่ 2 (Skulmoski et al., 2007; Linstone & Turoff, 2002) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการผ่านแบบสอบถาม ซึ่งข้อมูลที่ได้จะนำมาวิเคราะห์และสังเคราะห์เพื่อปรับปรุงแนวทางการพัฒนาให้มีความเหมาะสมต่อการนำไปใช้จริงในพื้นที่ของวิสาหกิจชุมชน

เครื่องมือวิจัย

การวิจัยนี้ใช้เครื่องมือที่ได้รับการพัฒนาในแต่ละระยะให้มีความตรงและความเชื่อถือได้ ระยะที่ 1 ผู้วิจัยได้พัฒนาแบบสอบถามที่ประกอบด้วย 6 ตอน เพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อแนวทางการพัฒนาทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นของเพชรบุรี ซึ่งครอบคลุมปัจจัยหลายด้าน เช่น ข้อมูลส่วนบุคคล กลยุทธ์การตลาด และทุนทางสังคม การวัดใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (George & Mallery, 2020) ในระยะที่ 2 ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างในการเก็บ

ข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญเพื่อสร้างแนวทางการพัฒนา โดยประกอบด้วยข้อมูลส่วนตัวและคำถามเพื่อสร้างแนวทางการพัฒนา (Vonglao, 2017) ส่วนในระยะที่ 3 ใช้แบบสอบถามเพื่อประเมินแนวทางการพัฒนา โดยเน้นการประเมินด้านความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ เครื่องมือทั้งหมดได้รับการตรวจสอบความน่าเชื่อถือและความตรงเชิงเนื้อหาอย่างละเอียด โดยในระยะที่ 1 แบบสอบถามถูกตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 คน เพื่อประเมินค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.60-1.00 ซึ่งเป็นค่าที่สูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่กำหนดไว้ (Turner & Carlson, 2003) จากนั้นนำไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างขนาดเล็ก 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อถือโดยได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคเท่ากับ 0.897 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดไว้ (Cronbach, 2001) สำหรับแบบสัมภาษณ์เพื่อการสนทนากลุ่มในระยะที่ 2 และในระยะที่ 3 ใช้แบบสอบถามเพื่อสำหรับประเมินแนวทางการพัฒนา ได้รับการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือและมีค่าความเชื่อมั่นจากการทดสอบซ้ำ (Test-retest reliability) อยู่ที่ 0.84 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่กำหนด (George & Mallery, 2020) ผลการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือทั้งหมดนี้ช่วยยืนยันถึงความน่าเชื่อถือและความสามารถในการนำข้อมูลไปวิเคราะห์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยระยะที่ 1 ใช้แบบสอบถาม ระยะที่ 2 เป็นการสัมภาษณ์ และระยะที่ 3 ใช้แบบสอบถามเพื่อประเมินแนวทางการพัฒนา

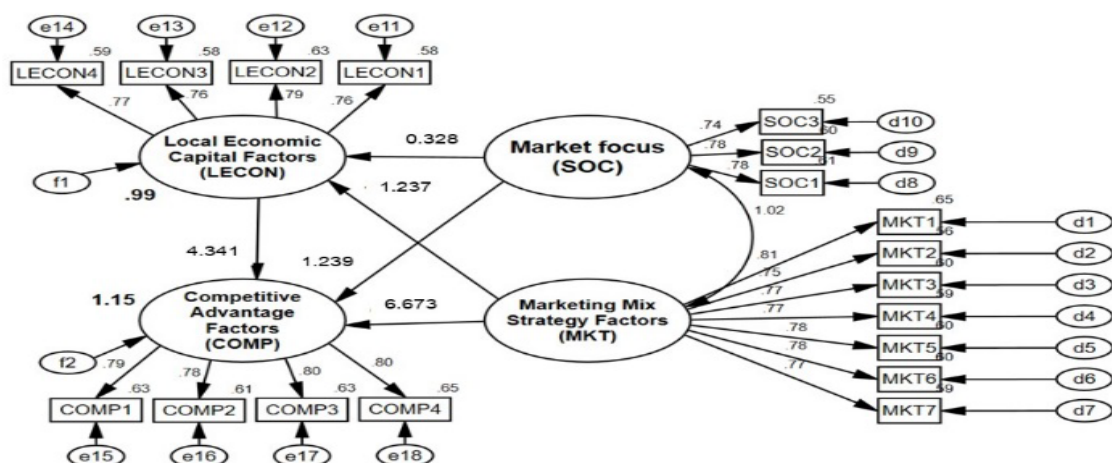
การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยนี้ประกอบด้วยการวิเคราะห์เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ สำหรับการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่ออธิบายลักษณะของตัวแปรและกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Tabachnick & Fidell, 2019) ในการทดสอบสมมติฐานและความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของโครงสร้างและทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปร โดยใช้ค่า CMIN/DF, CFI, TLI, RMSEA และ SRMR ในการพิจารณาความเหมาะสมของโมเดล (Hu & Bentler, 1999) นอกจากนี้ยังคำนวณค่า Composite Reliability (CR) และ Average Variance Extracted (AVE) เพื่อประเมินคุณภาพของการวัดตัวแปร (Hair et al., 2019)

สำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ใช้การวิเคราะห์เชิงตีความและการจัดกลุ่มประเด็น (Theme) โดยจัดกระบวนการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลด้วยความระมัดระวัง รวมถึงการใช้วิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของผลการวิเคราะห์ (Creswell & Creswell, 2018) ข้อมูลที่ได้จากทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพจะถูกนำมาสังเคราะห์รวมกันเพื่อให้ได้ข้อสรุปที่ครอบคลุมและตอบโจทย์วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการพัฒนาทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่น เพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเพชรบุรี



Chi-Square (χ^2) = 134.836; df = 129
 Relative Chi-Square = 1.045 ; p-value = .345
 GFI = .955; NFI = .970; TLI = .998; CFI = .999; RMSEA = .012; RMR = .065

ภาพที่ 2 โมเดลเส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ได้รับการปรับปรุง

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อแนวทางการพัฒนาทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเพชรบุรี

เส้นทางความสัมพันธ์	β	S.E.	C.R.	P-value
MKT → LECON	1.237	0.261	4.740	***
SOC → LECON	0.328	0.219	1.498	***
MKT → COMP	6.673	1.567	4.256	***
SOC → COMP	1.239	0.943	1.314	***
LECON → COMP	4.341	1.827	2.377	***
MKT → LECON → COMP	5.717	1.643	3.481	***
SOC → LECON → COMP	1.321	0.911	1.451	***

หมายเหตุ: ค่า P-value ของตัวแปรที่สังเกตได้ทั้งหมดถูกระบุเป็น "****" เพื่อแสดงระดับนัยสำคัญสูงสุด

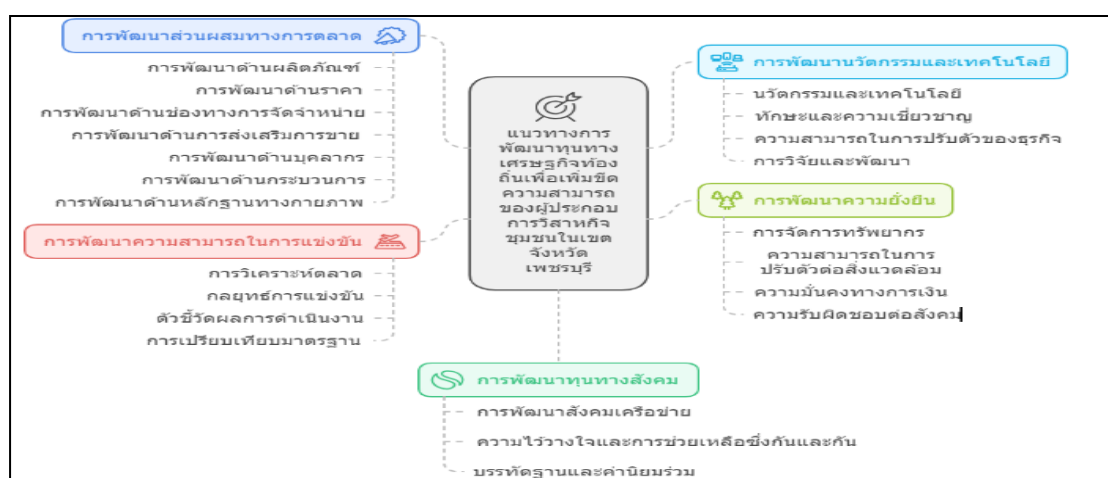
สถิติทดสอบโมเดล: Chi-square = 3.331; df = 2; Chi-Square สัมพัทธ์ = 1.666; p-value = 0.189; GFI = 0.995; TLI = 0.993; CFI = 0.998; RMSEA = 0.046; RMR = 0.040

จากตารางที่ 1 และภาพที่ 2 แสดงให้เห็นว่าการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการพัฒนาทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นและขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเพชรบุรี งานวิจัยนี้ใช้วิธีการประมาณค่าพารามิเตอร์ของโมเดลด้วยเทคนิค Maximum Likelihood Estimation (ML) ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในด้านการวิเคราะห์ SEM (Structural Equation Modeling) การประมาณค่าพารามิเตอร์ทำให้ได้ค่าสัมประสิทธิ์ (Coefficients) ที่ชี้ให้เห็นถึงระดับและทิศทางของความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ค่าพารามิเตอร์ที่ได้ถูกนำไปใช้ในการทดสอบสมมติฐาน รวมทั้งเพื่อการตีความ

ทิศทางและความแรงของความสัมพันธ์ในเชิงสาเหตุระหว่างตัวแปร จากการวิเคราะห์โมเดลในงานวิจัยนี้ พบว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (MKT) และทุนทางสังคม (SOC) มีอิทธิพลสำคัญต่อทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่น (LECON) และขีดความสามารถในการแข่งขัน (COMP) ของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ โดยค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้ระบุว่าทั้ง MKT และ SOC มีอิทธิพลทางตรงต่อ LECON และ COMP นอกจากนี้ MKT และ SOC ยังมีอิทธิพลทางอ้อมต่อ COMP ผ่าน LECON ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงบทบาทที่สำคัญของ LECON ในการเสริมสร้างศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน ผลการทดสอบความเหมาะสมของโมเดลด้วยสถิติแสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องที่ดีระหว่างโมเดลและข้อมูลเชิงประจักษ์ ค่า Chi-square = 3.331, องศาอิสระ (df) = 2, p-value = 0.189 ซึ่งบ่งชี้ว่าโมเดลที่สร้างขึ้นไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญจากข้อมูลจริง ค่า GFI, TLI, CFI ที่ใกล้เคียง 1 และค่า RMSEA ที่ต่ำกว่า 0.05 ยิ่งเสริมสร้างความน่าเชื่อถือและความกลมกลืนของโมเดล

สรุปได้ว่า โมเดลที่สร้างขึ้นสามารถอธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ ที่มีผลต่อการพัฒนาทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นและขีดความสามารถในการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า การใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด การเสริมสร้างทุนทางสังคม และการพัฒนาทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่น มีความสำคัญทั้งในเชิงตรงและเชิงอ้อมต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน

2. ผลการศึกษาการสร้างแนวทางการพัฒนาทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดเพชรบุรี



ภาพที่ 3 แนวทางการพัฒนาทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ
ของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเพชรบุรี

จากภาพที่ 3 แนวทางการพัฒนาทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นที่เสนอในงานวิจัยนี้ประกอบด้วย 5 แนวทางหลัก 24 กระบวนการ และ 74 วิธีการที่ถูกออกแบบมาเพื่อตอบสนองต่อความต้องการในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน โดยผลการศึกษาได้นำเสนอการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ส่งผลกระทบต่อพัฒนาทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นและการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเพชรบุรี การวิเคราะห์ดังกล่าวใช้วิธีการ Maximum Likelihood Estimation (ML) ซึ่งเป็นเทคนิคมาตรฐานในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) เพื่อประมาณค่าพารามิเตอร์ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าปัจจัยกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (MKT)

และทุนทางสังคม (SOC) มีอิทธิพลเชิงบวกทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่น (LECON) และขีดความสามารถในการแข่งขัน (COMP) โดย LECON ทำหน้าที่เป็นตัวแปรกลางที่เชื่อมโยงระหว่าง MKT และ SOC ไปสู่ COMP ซึ่งผลลัพธ์เหล่านี้ชี้ให้เห็นว่าการพัฒนากลยุทธ์การตลาดควบคู่กับการเสริมสร้างทุนทางสังคมมีความสำคัญอย่างยิ่งในการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่

3. ผลการศึกษาการตรวจสอบแนวทางแนวทางการพัฒนาทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดเพชรบุรี

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ ในแนวทางแนวทางการพัฒนาทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดเพชรบุรี

	รายการประเมิน	$\bar{X}$	SD	ระดับประเมิน
1	ความถูกต้อง	4.57	0.271	มากที่สุด
2	ความเหมาะสม	4.85	0.284	มากที่สุด
3	ความเป็นไปได้	4.59	0.312	มากที่สุด
4	ความเป็นประโยชน์	4.62	0.298	มากที่สุด
	ภาพรวม	4.66	0.291	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่าแนวทางการพัฒนาทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเพชรบุรี ได้รับการประเมินในระดับ “มากที่สุด” ในทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ โดยค่าเฉลี่ยภาพรวมที่ 4.66 ชี้ให้เห็นว่าผู้เชี่ยวชาญเห็นพ้องว่าแนวทางนี้มีศักยภาพสูงในการนำไปใช้ได้จริงเพื่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน แนวทางการพัฒนาทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นที่นำเสนอมีความยืดหยุ่นและสามารถปรับใช้กับบริบทที่หลากหลายของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเพชรบุรี โดยเน้นการส่งเสริมความร่วมมือในชุมชน การเพิ่มขีดความสามารถทางการตลาด และการประยุกต์ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีในกระบวนการผลิตและการบริหารจัดการ ตัวอย่างแนวทางที่นำเสนอ ได้แก่ การฝึกอบรมบุคลากรเพื่อเสริมทักษะในด้านการจัดการตลาด การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชนและภาครัฐ และการพัฒนาระบบการจัดการธุรกิจที่มีความยั่งยืนและทันสมัย

แนวทางนี้ถูกออกแบบมาให้สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดและความต้องการของชุมชนได้อย่างยั่งยืน การพัฒนาทักษะและความรู้เกี่ยวกับการตลาดและการจัดการทรัพยากรผ่านการฝึกอบรม รวมถึงการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาปรับใช้ในกระบวนการผลิต จะช่วยเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน นอกจากนี้ การวิเคราะห์ประสิทธิผลของแนวทางที่ได้พัฒนาขึ้นแสดงให้เห็นว่า การพัฒนาทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นไม่เพียงช่วยเพิ่มศักยภาพในระยะสั้น แต่ยังสร้างความยั่งยืนให้กับชุมชนในระยะยาว ในด้านการปฏิบัติ แนวทางนี้เน้นความสำคัญของกลยุทธ์เชิงบูรณาการที่รวมทุนทางสังคมและทุนทางเศรษฐกิจเข้าไว้ด้วยกัน เพื่อให้ชุมชนสามารถรับมือกับความเปลี่ยนแปลงและความท้าทายที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า การลดความสูญเสียในกระบวนการผลิต และการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในทุกขั้นตอนของการพัฒนาเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างความยั่งยืน

โดยสรุป แนวทางการพัฒนาทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นนี้ได้รับการประเมินว่ามีความเป็นไปได้สูงในการนำไปปฏิบัติจริง โดยให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชน การสร้างความร่วมมือระหว่างภาคส่วนต่างๆ และการพัฒนาศักยภาพบุคลากรในชุมชนเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่น แนวทางนี้สามารถปรับใช้ให้สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่และครอบคลุมปัจจัยสำคัญทั้งหมดที่จำเป็นต่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน

อภิปรายผล

1. ผลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อแนวทางการพัฒนาทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดเพชรบุรี การวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุในงานวิจัยนี้ใช้เทคนิคการประมาณค่าพารามิเตอร์แบบ Maximum Likelihood Estimation (ML) ภายใต้โมเดล SEM ซึ่งเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรหลายมิติ ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (MKT) และทุนทางสังคม (SOC) มีบทบาทสำคัญทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการพัฒนาทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่น (LECON) และขีดความสามารถในการแข่งขัน (COMP) ของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเพชรบุรี โดยพบว่า MKT และ SOC ไม่เพียงแต่ส่งผลโดยตรงต่อ LECON และ COMP เท่านั้น แต่ยังมีอิทธิพลทางอ้อมผ่าน LECON อีกด้วย ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจในท้องถิ่นในการเสริมสร้างศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน ผลการวิเคราะห์ความเหมาะสมของโมเดลพบว่า ค่า Chi-square ที่ได้ (3.331, p-value = 0.189) และค่าดัชนีต่างๆ เช่น GFI, TLI, CFI มีค่าสูงและใกล้เคียง 1 ในขณะที่ค่า RMSEA ต่ำกว่า 0.05 บ่งชี้ว่าโมเดลที่สร้างขึ้นมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์อย่างดี แสดงให้เห็นว่าโมเดลสามารถอธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ ได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยสรุป ผลการวิจัยนี้บ่งบอกว่า การใช้กลยุทธ์การตลาดและทุนทางสังคมเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบอย่างมากต่อการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นและการเพิ่มขีดความสามารถของวิสาหกิจชุมชน การประยุกต์ใช้เทคนิคการวิเคราะห์ SEM ได้อย่างเหมาะสมยังเสริมความน่าเชื่อถือของผลการวิจัยในด้านนี้ ผลการศึกษายังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Phongpipat (2020) ซึ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ขับเคลื่อนโดยชุมชนในจังหวัดเพชรบุรี งานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นถึงบทบาทของการพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือและทุนทางสังคมในชุมชนที่มีความสำคัญต่อการเสริมสร้างขีดความสามารถของวิสาหกิจชุมชน นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Smith & Robinson (2022) ที่ได้ศึกษาบทบาทของนวัตกรรมในการฟื้นฟูการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในการเพิ่มมูลค่าและความสามารถในการแข่งขันของชุมชนท้องถิ่นในระดับนานาชาติ ผลการวิจัยดังกล่าวยังมีความสอดคล้องกับงานของ Timothy (2023) ที่ได้สำรวจการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงมรดกทางวัฒนธรรมในประเทศกำลังพัฒนา โดยเน้นถึงความสำคัญของการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นควบคู่กับการพัฒนาทางเศรษฐกิจ ผลการศึกษาเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงการบูรณาการระหว่างทุนทางสังคม นวัตกรรม และการตลาด ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในระดับท้องถิ่นเพื่อให้สามารถแข่งขันในระดับสากลได้

2. ผลการสร้างแนวทางแนวทางการพัฒนาทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดเพชรบุรี การพัฒนาทุนทางเศรษฐกิจในจังหวัดเพชรบุรี โดยมุ่งเน้นการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน มีความสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่น จากการวิจัยพบว่าแนวทางการพัฒนาประกอบด้วย 5 แนวทางหลัก ครอบคลุม 24 กระบวนการ และ 74 วิธีการ ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนให้ชุมชนสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว โดยการ

ผสมผสานทั้งทุนทางสังคม ทุนทางเศรษฐกิจ และเทคโนโลยีเข้าด้วยกัน ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการผ่านการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม เป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของวิสาหกิจชุมชน นอกจากนี้ การสร้างความสัมพันธ์และเครือข่ายทางสังคมเป็นส่วนสำคัญในการเสริมสร้างความเข้มแข็งและความร่วมมือภายในชุมชน ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้วิสาหกิจชุมชนสามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างยั่งยืน การใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีในกระบวนการผลิต ส่งผลให้วิสาหกิจชุมชนสามารถปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของตลาดและเงื่อนไขที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ยังช่วยขยายฐานตลาดและสร้างประสบการณ์ที่แตกต่างจากภูมิปัญญาท้องถิ่น การบูรณาการแนวทางการพัฒนาทุนทางสังคมและทุนทางเศรษฐกิจเข้าด้วยกัน ยังช่วยสร้างความยั่งยืนให้กับชุมชนในระยะยาว สอดคล้องกับงานวิจัยของ Srisuk (2022) ที่เน้นการวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่าในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย โดยแสดงให้เห็นว่าการฝึกอบรมทักษะและการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาชุมชนเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน นอกจากนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chaiphrom (2020) ที่เน้นการศึกษาทุนทางสังคมในวิสาหกิจชุมชนยังชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของเครือข่ายความร่วมมือและความไว้วางใจ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนสมรรถนะของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นหลังการแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่ Richards (2021) ได้นำเสนอ ซึ่งกล่าวถึงการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างประสบการณ์ที่มีเอกลักษณ์และขยายตลาดของวิสาหกิจชุมชน ทั้งนี้ ผลการวิจัยทั้งหมดชี้ให้เห็นถึงบทบาทของการพัฒนาเทคโนโลยีและทุนทางสังคมในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างความยั่งยืนให้กับชุมชนในระยะยาว

3. ผลการตรวจสอบแนวทางแนวทางการพัฒนาทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดเพชรบุรี แสดงให้เห็นถึงความครอบคลุมและความเหมาะสมของแผนงานโดยแนวทางดังกล่าวมุ่งเน้นการพัฒนาทั้งในด้านการตลาด การสร้างทุนทางสังคม การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม การจัดการด้านความยั่งยืน และการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางธุรกิจ ผลการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิแสดงให้เห็นถึงการยอมรับในระดับ “มากที่สุด” ด้วยค่าเฉลี่ยคะแนนระหว่าง 4.57 ถึง 4.85 ซึ่งบ่งชี้ถึงความมั่นใจต่อศักยภาพของแผนในการเสริมสร้างความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชน แนวทางดังกล่าวยังเน้นถึงการบูรณาการระหว่างทรัพยากรทางสังคมและเศรษฐกิจในท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว แนวทางนี้ไม่เพียงแต่ได้รับการยอมรับในแง่ของความครอบคลุมและความเหมาะสมในการปฏิบัติ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Suksamran (2024) ที่เน้นถึงบทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน โดยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและลดต้นทุน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sangthong (2022) ยังได้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ในการสร้างเนื้อหาที่เป็นเอกลักษณ์และการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาส่วนผสมทางการตลาดและการใช้เทคโนโลยีในงานวิจัยนี้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lee & Jones (2020) ที่ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางสังคมกับการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนก็ได้ยืนยันว่าการสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมของชุมชนช่วยเสริมประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้อย่างมีนัยสำคัญ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 ส่งเสริมการพัฒนาทุนทางสังคมและเครือข่ายความร่วมมือในชุมชน ควรมีการพัฒนากลไกการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจชุมชน หน่วยงานรัฐ และเอกชน เพื่อเสริมสร้างศักยภาพทางธุรกิจและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน นโยบายนี้ควรเน้นการสร้างเชื่อมั่นและความไว้วางใจในชุมชน เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน

1.2 นโยบายการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการผลิต ควรสนับสนุนการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการผลิตสินค้าและบริการของวิสาหกิจชุมชน เช่น การพัฒนาแพลตฟอร์มการตลาดออนไลน์และการใช้สื่อดิจิทัลในการโปรโมตผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะช่วยเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และสร้างความสามารถในการแข่งขันในตลาดสากล

1.3 การพัฒนากลยุทธ์การตลาดและการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ควรมีนโยบายสนับสนุนให้วิสาหกิจชุมชนพัฒนากลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม โดยเฉพาะในด้านการสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนความเป็นท้องถิ่นและความยั่งยืนของทรัพยากร นอกจากนี้ ควรมีการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ให้สามารถเข้าถึงตลาดใหม่ๆ โดยการสร้างความร่วมมือกับภาครัฐและเอกชน

1.4 การวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนากลยุทธ์การตลาดดิจิทัลในวิสาหกิจชุมชน ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลกระทบของการใช้กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลและการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อการขยายตลาดและเพิ่มยอดขายของวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้การตลาดดิจิทัลสามารถนำไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

1.5 การศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับบทบาทของทุนมนุษย์ในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนควรมีการวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับบทบาทของทุนมนุษย์ โดยเฉพาะในด้านการฝึกอบรมทักษะและการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในชุมชน เพื่อให้บุคลากรสามารถปรับตัวและเติบโตในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยต่อไป

2.1 ในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องอาจใช้การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพประกอบ เช่น การสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลมาประกอบการวิเคราะห์

2.2 ควรทำการขยายการศึกษาในพื้นที่อื่นๆ เพื่อนำข้อมูลมาเปรียบเทียบแบบสามเส้า สำหรับใช้ในการวิเคราะห์ความแตกต่างในแต่ละพื้นที่ว่ามีปัจจัยใดที่ส่งผล

เอกสารอ้างอิง

- Chaiphrom, N. (2020). Social capital and the performance of community enterprises: A case study of Nan Province. *Chiang Mai University Journal of Economics and Business Administration*, 30(2), 120-135. (in Thai)
- Chuamuangphan, N., Chuamuangphan, K., & Sagprakob, R. (2023). Innovation management for community enterprise products: A case study of Phetchaburi Province, Thailand. *Journal of Community Development Research*, 16(2), 45-58.
- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2018). *Designing and conducting mixed methods research*. 3rd ed. SAGE Publications.

- Cronbach, L. J. (2001). *Essentials of psychological testing*. 5th ed. Harper Collins.
- Etikan, I., & Bala, K. (2017). Sampling and sampling methods. *Biometrics & Biostatistics International Journal*, 5(6), 00149.
- Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1-4.
- George, D., & Mallery, P. (2020). *IBM SPSS Statistics 26 step by step: A simple guide and reference*. 16th ed. Routledge.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis*. 8th ed. Cengage Learning.
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6(1), 1-55.
- Kline, R. B. (2016). *Principles and practice of structural equation modeling*. 4th ed. Guilford Press.
- Kummerdpet, W., & Sinclair, A. J. (2023). Challenges and opportunities for community-based enterprises in Phetchaburi Province: A sustainable livelihood approach. *Sustainability*, 15(4), 3287.
- Lee, R., & Jones, T. (2020). The impact of social capital on the performance of community enterprises: A systematic review. *Journal of Co-operative Organization and Management*, 8(1), 1-18.
- Levy, P. S., & Lemeshow, S. (2013). *Sampling of populations: Methods and applications* (4th ed.). John Wiley & Sons.
- Linstone, H. A., & Turoff, M. (Eds.). (2002). *The Delphi method: Techniques and applications*. Addison-Wesley.
- Phongpipat, W. (2020). Community-based cultural tourism product development: A case study of Ban Bat community, Phetchaburi province. *Veridian E-Journal*, 12(3), 3581-3598. (in Thai)
- Phongsakonrangsri, P., Jindawan, W., & Bunsit, T. (2022). Factors affecting the success of community enterprises in Phetchaburi Province. *Burapha University Journal of Business Management*, 11(2), 39-54. (in Thai)
- Polnyotee, M., & Thadaniti, S. (2022). Community-based tourism: A strategy for sustainable tourism development in Phetchaburi Province, Thailand. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 20(3), 344-363.
- Richards, G. (2021). Developing Cultural Tourism Products in a Post-COVID World. *Journal of Tourism Studies*, 33(2), 45-58.
- Saengchai, S., Joemsittiprasert, W., & Jermisittiprasert, K. (2023). Digital transformation challenges for community enterprises in Phetchaburi Province. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 10(2), 179-190.

- Sangthong, C. (2022). Online marketing strategies for community enterprises: A case study of OTOP products in Phetchaburi Province. *Thammasat University Journal of Marketing*, 14(2), 157-172. (in Thai)
- Skulmoski, G. J., Hartman, F. T., & Krahn, J. (2007). The Delphi method for graduate research. *Journal of Information Technology Education: Research*, 6(1), 1-21.
- Smith, M. K., & Robinson, M. (2022). Culture, Tourism, and Regeneration: The Role of Innovation. *International Journal of Tourism Research*, 24(1), 67-80.
- Srisuk, P. (2022). Value chain analysis of the Thai tourism industry: guidelines for increasing competitiveness. *Tourism Journal*, 18(1), 75-90. (in Thai)
- Suebsook, N., & Prasertsin, A. (2024). Product development and packaging design for community enterprises: A case study of Phetchaburi Province. *ASEAN Journal of Management & Innovation*, 11(1), 84-97.
- Suksamran, C. (2024). Development of competitiveness of community enterprises in the digital age: The role of information and communication technology. *Information Technology Academic Journal*, 25(1), 65-80. (in Thai)
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2019). *Using Multivariate Statistics* (7th ed.). Pearson.
- Timothy, D. J. (2023). Cultural Heritage and Tourism in the Developing World. *Annals of Tourism Research*, 92, 102962.
- Turner, R. C., & Carlson, L. (2003). Indexes of item-objective congruence for multidimensional items. *International Journal of Testing*, 3(2), 163-171.
- Vonglao, P. (2017). Application of fuzzy logic to improve the Likert scale to measure latent variables. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 38(3), 337-344.
- Wattanacharoensil, W., & Schuckert, M. (2024). Navigating cultural preservation and tourism development: Insights from Thailand's UNESCO Creative Cities. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 22(1), 67-85.

นวัตกรรมการบริหารจัดการชุมชนเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจฐานรากของวิสาหกิจ ชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดสมุทรสงคราม

ชุมพล รอดแจ่ม^{1,*}, ปัญญา จันทกิจ², เอกโอฬาร โชติอนุสรณ์³

^{1,2,3} วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Received: 27 October 2024

Revised: 15 November 2024

Accepted: 7 December 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานการณ์และความต้องการการบริหารจัดการชุมชน เพื่อสร้างและประเมินนวัตกรรมการบริหารจัดการชุมชน ด้านการพัฒนาขีดความสามารถในการผลิตสินค้าและบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน และด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจฐานรากของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสมุทรสงคราม กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยประกอบด้วย (1) ผู้นำชุมชนจำนวน 30 คน (2) กลุ่มสมาชิกจำนวน 200 คน (3) ตัวแทนประธานและวิสาหกิจชุมชนจำนวน 30 คน และ (4) ผู้ทรงคุณวุฒิสำหรับการประเมินจำนวน 5 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์ การอภิปรายกลุ่ม แบบสอบถามสำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ แบบสอบถามการประเมินความพึงพอใจ และแบบสอบถามการประเมินการตรวจสอบรูปแบบการพัฒนา การวิเคราะห์ข้อมูลได้ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการศึกษาพบว่า (1) สถานการณ์การบริหารจัดการชุมชนใน 3 ด้านหลัก คือ การผลิตสินค้าและบริการ การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยว และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (2) การสร้างนวัตกรรมการบริหารจัดการชุมชน ได้แก่ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และการสร้างอัตลักษณ์ของตราสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และการพัฒนาหลักสูตรอบรมทรัพยากรมนุษย์ ผลการประเมินความพึงพอใจต่อโครงการเหล่านี้อยู่ในระดับมากที่สุด (3) การประเมินนวัตกรรมการบริหารจัดการชุมชน โดยใช้การประเมิน 4 ด้าน พบว่านวัตกรรมดังกล่าวมีความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความมีประโยชน์ โดยได้รับคะแนนประเมินในระดับสูง ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการชุมชนเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจฐานรากของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดสมุทรสงคราม

คำสำคัญ : การบริหารจัดการชุมชน เศรษฐกิจฐานราก วิสาหกิจชุมชน

* ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: chumpon.ro@ssru.ac.th

Community Management Innovations to Strengthen the Local Economy of Agricultural Tourism Community Enterprises in Samut Songkhram Province

Chumpon Rodjam^{1,*}, Panyada Chantahkit² and Eakolarn Chotianusorn³

^{1,2,3} College of Innovation and Management, Suan Sunandha Rajabhat University

Received: 27 October 2024

Revised: 15 November 2024

Accepted: 7 December 2024

ABSTRACT

The purpose of this research is to study the situation and needs of community management to create and evaluate community management innovations. Development of production capacity of goods and services marketing promotion in terms of taming community tourism routes and human resource development to strengthen the local economy of agricultural tourism community enterprises, Samut Songkhram Province. The sample of the research consisted of (1) 30 community leaders, (2) a group of 200 members, (3) 30 representatives of the chairman and community enterprises, and (4) 5 qualified people for the evaluation. Group discussion questionnaire for exploratory component analysis satisfaction assessment questionnaire and development model audit assessment questionnaire. The data analysis used the mean and standard deviation methods and content analysis. The results of the study show that (1) the situation of community management in three main areas: production of goods and services, linking tourism routes, and human resource development, (2) creating community management innovations, including the development of packaging and the creation of brand identity of community products. Promotion of agricultural tourism and development of human resource training courses. (3) evaluation of community management innovations using 4 aspects of evaluation found that the innovations are accurate. Suitability It received a high evaluation score which can be used as a guide for community management to strengthen the local economy of agricultural tourism community enterprises in Samut Songkhram Province.

Keywords: Community Management, Local Economy, Community Enterprises

* Corresponding Author; E-mail: chumpon.ro@ssru.ac.th

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเป็นกลไกสำคัญที่สามารถช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนท้องถิ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรซึ่งไม่เพียงแต่เป็นแหล่งรายได้หลักของชุมชน แต่ยังทำหน้าที่ในการรักษาและส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่นให้คงอยู่ การแข่งขันทางเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้นในยุคปัจจุบันทำให้วิสาหกิจชุมชนเหล่านี้ต้องปรับตัวและเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตสินค้าและบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของตลาดอย่างยั่งยืน Thanin (2023) ชี้ให้เห็นว่า ความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในชุมชนเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ในการพัฒนานี้ โดยเฉพาะการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพซึ่งจะนำไปสู่การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและการขยายตลาดได้ในระยะยาว

ทั้งนี้ ความสำคัญของการเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์กับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งจะช่วยเพิ่มความน่าสนใจและเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ อันเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยว Suttanipa (2022) อธิบายเพิ่มเติมว่าการเชื่อมโยงดังกล่าวไม่เพียงแต่จะสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ แต่ยังเป็นการยกระดับเศรษฐกิจชุมชนท้องถิ่นให้มีความยั่งยืนได้มากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรในปัจจุบันยังคงเผชิญกับความท้าทายในการพัฒนาสินค้าและบริการที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ขาดคุณภาพและเอกลักษณ์ในการดึงดูดผู้บริโภค ปัญหานี้มักจะเกิดจากการขาดการพัฒนากระบวนการผลิตอย่างเป็นระบบ รวมถึงขาดการฝึกอบรมในด้านเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต นอกจากนี้ การบริหารจัดการทรัพยากรและการตลาดยังคงเป็นปัญหาหลักที่ยังไม่ได้รับการแก้ไขอย่างเต็มที่ ทำให้วิสาหกิจชุมชนเหล่านี้จำเป็นต้องปรับตัวเพื่อตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงของตลาดนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการและความคาดหวังที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

กลุ่มเกษตรกรและผู้ประกอบการในชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรถือเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม พวกเขายังคงขาดทักษะด้านการผลิตและการบริหารจัดการที่จำเป็นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งสามารถแข่งขันในตลาดที่กว้างขวางได้ Kittiya (2023) เน้นถึงความสำคัญของการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะในด้านต่าง ๆ ให้กับเกษตรกรและผู้ประกอบการเหล่านี้ เพื่อให้พวกเขาสามารถปรับตัวต่อความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสร้างรายได้ที่ยั่งยืนให้กับชุมชนของตน การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพในด้านการผลิต การตลาด และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับภาคธุรกิจอื่น ๆ จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยขยายโอกาสทางการค้าและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน

ดังนั้น งานวิจัยในหัวข้อ “นวัตกรรมการบริหารจัดการชุมชนเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจฐานรากของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดสมุทรสงคราม” มีเป้าหมายเพื่อศึกษาและพัฒนาแบบการบริหารจัดการชุมชนผ่านการนำนวัตกรรมมาใช้ในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการผลิตสินค้าและบริการ และเชื่อมโยงเศรษฐกิจชุมชนกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมที่โดดเด่น การพัฒนานี้มุ่งเน้นไปที่การสร้างที่ยั่งยืนทางเศรษฐกิจ การเพิ่มมูลค่าสินค้าในชุมชน และการสร้างงานให้กับประชาชนในพื้นที่ งานวิจัยนี้ยังได้ระบุปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการบริหารจัดการชุมชน เช่น การจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการผลิต การพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชน และการสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เพื่อเชื่อมโยงกับตลาด นอกจากนี้ยังเน้นถึงความสำคัญของความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนในการสร้างเครือข่ายที่เข้มแข็งเพื่อส่งเสริมการพัฒนาชุมชนในระยะยาว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์และความต้องการการบริหารจัดการชุมชนเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจฐานรากของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสมุทรสงคราม
2. เพื่อสร้างนวัตกรรมการบริหารจัดการชุมชน ด้านการพัฒนาขีดความสามารถในการผลิตสินค้าและบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน และด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจฐานรากของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสมุทรสงคราม
3. เพื่อการประเมินนวัตกรรมการบริหารจัดการชุมชนเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจฐานรากของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสมุทรสงคราม

วิธีดำเนินการวิจัย

แบบแผนการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิจัยแบบผสมผสานโดยแบ่งการวิจัยเป็น 3 ระยะ มีรายละเอียดดังนี้ ระยะที่ 1 (R1) ศึกษาสถานการณ์และความต้องการการบริหารจัดการชุมชน ดำเนินการวิจัยในรอบของวัตถุประสงค์ที่ 1 ระยะที่ 2 (D1) สร้างนวัตกรรมการบริหารจัดการชุมชน ดำเนินการวิจัยในรอบของวัตถุประสงค์ที่ 2 และระยะที่ 3 (D2) เพื่อการประเมินนวัตกรรมการบริหารจัดการชุมชน ดำเนินการวิจัยในรอบของวัตถุประสงค์ที่ 3 โดยผลการศึกษาเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจฐานรากของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสมุทรสงคราม

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการ ได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง แบ่งออก 4 กลุ่ม มีรายละเอียด ดังนี้

กลุ่มที่ 1 สำหรับการสัมภาษณ์การอธิบายกลุ่ม ผู้วิจัยได้คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจำนวนทั้งสิ้น 30 คน แบ่งเป็น 3 กลุ่มย่อย กลุ่มแรกประกอบด้วยผู้นำชุมชนมีบทบาทสำคัญในการบริหารจัดการชุมชน เช่น ผู้นำชุมชนและประธานวิสาหกิจชุมชน กลุ่มที่สองคือประธานของวิสาหกิจชุมชนในตำบลท่าคา อำเภอมัทพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งมีประสบการณ์ในการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนโดยตรง และกลุ่มสุดท้ายคือสมาชิกของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เดียวกัน เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่มีความน่าเชื่อถือเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชน (Etikan et al., 2016)

กลุ่มที่ 2 สำหรับแบบสอบถามเกี่ยวกับการศึกษาองค์ประกอบนวัตกรรมการบริหารจัดการชุมชนผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นประธานและสมาชิกของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 200 คน (ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 5 เท่า ของ 20 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ตามแนวคิดของ Comrey & Lee (1992); Field, Miles & Field, Z. (2012) และ Tabachnick & Fidell (2007) แต่คณะผู้วิจัยได้คัดเลือกจากกลุ่มตัวอย่าง แบบเจาะจงอาสาสมัครเข้าร่วมกลุ่มที่ใช้ในการวิจัย คือ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 200 คน

กลุ่มที่ 3 สำหรับแบบสอบถามการประเมินความพึงพอใจ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นประธานของวิสาหกิจชุมชนและสมาชิกชุมชนในตำบลท่าคา อำเภอมัทพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 30 คน โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกคือต้องมีประสบการณ์ในการทำงานกับวิสาหกิจชุมชนอย่างน้อย 1 ปี การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ เพื่อให้มั่นใจว่าทุกกลุ่มย่อยในชุมชนมีตัวแทนที่เหมาะสม ซึ่งจะช่วยให้ได้ข้อมูลที่สะท้อนความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างครอบคลุม (Taherdoost, 2016)

กลุ่มที่ 4 การประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน โดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญในด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน และการสร้าง

นวัตกรรม การคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิเหล่านี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้มุมมองเชิงลึกและข้อเสนอแนะที่มีคุณค่าต่อการพัฒนางานวิจัย (Creswell & Creswell, 2018)

การสร้างเครื่องมือและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การวิจัยนี้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่หลากหลาย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและมีคุณภาพ โดยแบ่งออกเป็น 3 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 การศึกษาสถานการณ์และความต้องการ แบบสัมภาษณ์การอภิปรายกลุ่ม (Focus Group) ใช้วิธีการวิเคราะห์ SWOT และ Business Model Canvas (BMC) เพื่อประเมินสถานการณ์ปัจจุบันและวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการพัฒนาศักยภาพของชุมชน

ระยะที่ 2 เพื่อสร้างนวัตกรรมการบริหารจัดการชุมชน แบบสอบถามการประเมินความพึงพอใจ (Satisfaction Survey Questionnaire) ใช้คำถามเชิงปริมาณแบ่งเป็น 7 ตอน เพื่อประเมินความพึงพอใจด้านต่าง ๆ พร้อมทั้งตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาด้วยค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) โดยได้ค่าเฉลี่ย IOC ไม่ต่ำกว่าเท่ากับ 0.60 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่ยอมรับได้ที่ 0.50 (Rungson et al., 2022) และตรวจสอบความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ได้ค่า 0.70 สูงกว่าเกณฑ์ที่ยอมรับได้ที่

ระยะที่ 3 การประเมินนวัตกรรมการบริหารจัดการชุมชน ใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ เพื่อประเมินความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ของรูปแบบนวัตกรรมการบริหารจัดการชุมชน พร้อมทั้งตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาด้วยค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) โดยได้ค่าเฉลี่ย IOC ไม่ต่ำกว่าเท่ากับ 0.60 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่ยอมรับได้ที่ 0.50 (Rungson et al., 2022) และตรวจสอบความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ได้ค่า 0.70 สูงกว่าเกณฑ์ที่ยอมรับได้ที่

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ครอบคลุมและมีความน่าเชื่อถือ โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็นสองส่วนหลัก ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ซึ่งเป็นวิธีการที่เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และการอภิปรายกลุ่ม (Krippendorff, 2018) โดยผู้วิจัยจะทำการถอดเทปบันทึกเสียง จัดหมวดหมู่ข้อมูล และวิเคราะห์เพื่อหาประเด็นสำคัญและแนวคิดหลักที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาขีดความสามารถในการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวชุมชนของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตร

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ประกอบด้วย จำนวนและร้อยละ (Frequency and Percentage) ใช้ในการอธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้ในการวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลางและการกระจายของข้อมูล

ผลการวิจัย

1. ผลศึกษาสถานการณ์และความต้องการการบริหารจัดการชุมชนเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจฐานรากของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสมุทรสงคราม

ตารางที่ 1 ผลศึกษาสถานการณ์และความต้องการการบริหารจัดการชุมชนเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจฐานรากของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสมุทรสงคราม ผ่านการวิเคราะห์ SWOT และ Business Model Canvas (BMC)

การวิเคราะห์ SWOT:	
จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
• ความเชี่ยวชาญในการใช้ทรัพยากรท้องถิ่น • การได้รับการสนับสนุนจากชุมชนอย่างเข้มแข็ง • มีเส้นทางท่องเที่ยวที่หลากหลายและมีเอกลักษณ์เฉพาะ	• ขาดโปรแกรมฝึกอบรมที่มีประสิทธิภาพ • ทักษะด้านดิจิทัลของชุมชนยังไม่เพียงพอ • สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวต้องได้รับการพัฒนา
โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
• แนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เติบโตขึ้น • โอกาสในการใช้เทคโนโลยีและการตลาดดิจิทัล • การสร้างความร่วมมือกับองค์กรภายนอก	• การแข่งขันในตลาดการท่องเที่ยว • การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยว • ข้อจำกัดด้านทรัพยากรและงบประมาณ
Business Model Canvas (BMC):	
1. คุณค่าที่นำเสนอ (Value Propositions)	• ประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เป็นเอกลักษณ์ • การเรียนรู้วิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่น • ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีคุณภาพ
2. กลุ่มลูกค้า (Customer Segments)	• นักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร • ผู้สนใจเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน • ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ชุมชน
3. ช่องทาง (Channels)	• การตลาดดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์ • เครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชน • ตลาดนัดและงานแสดงสินค้าชุมชน
4. ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships)	• การสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจ • การบริการที่เป็นกันเอง • การสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์
5. กระแสรายได้ (Revenue Streams)	• รายได้จากการท่องเที่ยว • การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน • ค่าบริการกิจกรรมการเรียนรู้
6. ทรัพยากรหลัก (Key Resources)	• ทรัพยากรธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยว • ภูมิปัญญาท้องถิ่น • บุคลากรในชุมชน
7. กิจกรรมหลัก (Key Activities)	• การพัฒนาทักษะและฝึกอบรม • การจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร • การผลิตสินค้าชุมชน
8. พันธมิตรหลัก (Key Partners)	• หน่วยงานภาครัฐ • องค์กรด้านการท่องเที่ยว • สถาบันการศึกษา
9. โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure)	• ต้นทุนการพัฒนาบุคลากร • ค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก • ต้นทุนการตลาดและประชาสัมพันธ์

ที่มา: จากการวิเคราะห์ข้อมูลในการลงพื้นที่วิจัย

จากตารางที่ 1 แสดงผลการศึกษาศถานการณ์และความต้องการการบริหารจัดการชุมชนเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจฐานรากของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสมุทรสงคราม แสดงให้เห็นถึงศักยภาพและความท้าทายในการพัฒนาอย่างยั่งยืน การวิเคราะห์ SWOT ชี้ให้เห็นจุดแข็งสำคัญ ได้แก่ ความเชี่ยวชาญในการใช้ทรัพยากรท้องถิ่น การสนับสนุนจากชุมชน และเส้นทางท่องเที่ยวที่หลากหลายและมีเอกลักษณ์ อย่างไรก็ตาม ชุมชนยังเผชิญกับจุดอ่อนที่ท้าทาย เช่น การขาดโปรแกรมฝึกอบรมที่มีประสิทธิภาพ ทักษะดิจิทัลที่ยังไม่เพียงพอ และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวที่ยังต้องพัฒนา การวิเคราะห์ผ่าน Business Model Canvas (BMC) แสดงให้เห็นว่าโมเดลธุรกิจควรมุ่งเน้นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ควบคู่ไปกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยเน้นการสร้างคุณค่าผ่านการฝึกอบรม การพัฒนาประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ และการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ การใช้เทคโนโลยีและการตลาดดิจิทัล รวมถึงการสร้างความร่วมมือกับองค์กรต่าง ๆ เป็นกลยุทธ์สำคัญในการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจฐานรากของชุมชน ผลการศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาทักษะด้านการผลิต การใช้เทคโนโลยี และการบริหารจัดการ ควบคู่ไปกับการสร้างเครือข่ายความร่วมมือจะเป็นกุญแจสำคัญในการยกระดับศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดสมุทรสงครามอย่างยั่งยืน

2. ผลสร้างนวัตกรรมการบริหารจัดการชุมชน ด้านการพัฒนาขีดความสามารถในการผลิตสินค้าและบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน และด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจฐานรากของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสมุทรสงคราม ประกอบด้วย

2.1 ผลสร้างนวัตกรรมการบริหารจัดการชุมชน ด้านการพัฒนาขีดความสามารถในการผลิตสินค้าและบริการ คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยนวัตกรรม มุ่งเน้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สะท้อนเอกลักษณ์ท้องถิ่นและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่นและสร้างการจดจำในตลาด โดยให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างคุ้มค่าและการนำวัสดุเหลือใช้กลับมาใช้ประโยชน์ ซึ่งช่วยลดต้นทุนการผลิตและตอบโจทย์ผู้บริโภคที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมส่งเสริมให้วิสาหกิจชุมชนตลาดน้ำท่าคาสามารถพัฒนาได้อย่างยั่งยืน สร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนในระยะยาว สามารถแสดงได้ดังภาพที่ 1 ดังนี้



ภาพที่ 1 ผลิตภัณฑ์ชุมชนบรรจุภัณฑ์น้ำตาลมะพร้าวพร้อมโลโก้ที่สะท้อนจุดแข็งของชุมชน

2.2 ผลสร้างนวัตกรรมการบริหารจัดการชุมชนด้านการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวชุมชนโดยการส่งเสริมความร่วมมือชุมชน เพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และประสบการณ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำท่าคา สร้างกิจกรรมท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมโดยผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นเชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น เช่น การสาธิต

การทำน้ำตาลมะพร้าวแบบดั้งเดิม การปรับปรุงระบบน้ำทาง และป้ายบอกทางในพื้นที่ตลาดน้ำท่าคา ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกยิ่งขึ้น สามารถแสดงได้ดังภาพที่ 2 ดังนี้



ภาพที่ 2 การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวชุมชนบ้านคลองศาลา
ตำบลท่าคา อำเภอบ้านพญา จังหวัดสมุทรสงคราม

2.3 ผลสร้างนวัตกรรมการบริหารจัดการด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อมุ่งเน้นการพัฒนาขีดความสามารถของชุมชนผ่านกระบวนการฝึกอบรม โดยนำผลการศึกษาในระยะที่ 1 และ 2 มากำหนดเป็นหลักสูตรอบรม โดยมีหัวข้อที่สำคัญที่จัดเป็นหลักสูตรเฉพาะด้านเพื่อการส่งเสริมการบริหารจัดการด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยกำหนดเป็นหลักสูตรโปรแกรมฝึกอบรม 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ การสร้างจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ เทคนิคการนำเสนอผลิตภัณฑ์และการตลาด และการนำเสนอการท่องเที่ยวในชุมชน และการประเมินต้นทุนผลิตภัณฑ์ สามารถแสดงภาพการฝึกอบรมได้ดังภาพที่ 3 ดังนี้



ภาพที่ 3 การฝึกอบรม

3. ผลการประเมินนวัตกรรมการบริหารจัดการชุมชนเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจฐานรากของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสมุทรสงครามจังหวัดสมุทรสงคราม

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความถูกต้อง ความมีประโยชน์ ความเป็นไปได้ และความเหมาะสม ในนวัตกรรมการบริหารจัดการชุมชนเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจฐานรากของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสมุทรสงคราม

	รายการประเมิน	$\bar{X}$	SD	ระดับประเมิน
1	ความถูกต้อง	4.92	0.271	มากที่สุด
2	ความเหมาะสม	4.90	0.284	มากที่สุด
3	ความเป็นไปได้	4.85	0.312	มากที่สุด
4	ความมีประโยชน์	4.88	0.298	มากที่สุด
	ภาพรวม	4.89	0.291	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 การประเมินนวัตกรรมการบริหารจัดการชุมชนเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจฐานรากของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดสมุทรสงครามจากผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน ได้แสดงให้เห็นถึงความสามารถนำไปใช้ในการบริหารจัดการชุมชนเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจฐานรากของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสมุทรสงคราม โดยผลการประเมินพิจารณาจาก ความถูกต้อง ความมีประโยชน์ ความเป็นไปได้ และความเหมาะสม ผลการวิเคราะห์แสดงถึงความสอดคล้องอย่างมีนัยสำคัญในทุกมิติ โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.89 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ 0.291 ซึ่งสะท้อนถึงความคิดเห็นในระดับ “มากที่สุด”

อภิปรายผล

1. สถานการณ์และความต้องการการบริหารจัดการชุมชนเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจฐานรากของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการศึกษานี้ได้ชี้ให้เห็นถึงผลลัพธ์ที่สำคัญเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดสมุทรสงคราม โดยผลการวิจัยพบว่า การบริหารจัดการชุมชนควรเน้นในสามด้านหลัก ได้แก่ การผลิตสินค้าและบริการ การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งทั้งสามด้านนี้มีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในท้องถิ่น นอกจากนี้ การวิเคราะห์จุดแข็งของชุมชนยังเผยให้เห็นถึงความหลากหลายในทุนทางสังคมที่สามารถนำมาใช้เป็นฐานในการพัฒนาต่อยอด โดยเฉพาะมรดกทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและดึงดูดใจนักท่องเที่ยว การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ผ่านโปรแกรมฝึกอบรมที่เหมาะสม กับความต้องการเฉพาะของชุมชนจะช่วยเสริมสร้างความสามารถในการบริหารจัดการของสมาชิกในชุมชน รวมถึงเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการของตลาด ผลการศึกษานี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Boondeang & Sitthanon (2023) ซึ่งพบว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และการสร้างเครือข่ายเป็นปัจจัยสำคัญในการเสริมสร้างศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตร นอกจากนี้ งานวิจัยของ Liang & Wang (2022) ที่ศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมในช่วงการระบาดของโควิด-19 ได้ยืนยันว่าการใช้เทคโนโลยีและการสร้างเครือข่ายความร่วมมือเป็นกุญแจสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถและความยืดหยุ่นของธุรกิจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Petroman et al. (2020) ที่เน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในฟาร์มชุมชน การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการทรัพยากรท้องถิ่นได้รับการเน้นย้ำเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การบูรณาการความรู้จากงานวิจัยทั้งในและต่างประเทศจึงมีบทบาทสำคัญในการกำหนดแนวทางพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืนในระยะยาว

2) นวัตกรรมการบริหารจัดการชุมชน ด้านการพัฒนาขีดความสามารถในการผลิตสินค้าและบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน และด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจฐานรากของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการศึกษาแสดงให้เห็นถึงความพยายามที่ชัดเจนในการสร้างนวัตกรรมการบริหารจัดการชุมชน เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจฐานรากของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดสมุทรสงคราม โดยการพัฒนาชุมชนในหลายมิติที่มีความสำคัญ เช่น การผลิตสินค้า การส่งเสริมการท่องเที่ยว และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งทั้งสามมิตินี้ถือเป็นพื้นฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากที่ยั่งยืน ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นถึงแนวทางแบบองค์รวมในการพัฒนาชุมชนที่ครอบคลุมทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านการผลิต การเชื่อมโยงการท่องเที่ยว และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำตาลมะพร้าวเป็นตัวอย่างที่ชัดเจนของการให้ความสำคัญกับการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าท้องถิ่น ซึ่งการพัฒนา这不仅ไม่เพียงแต่สร้างรายได้ให้กับผู้ผลิตเท่านั้น แต่ยังเป็นการสร้างอัตลักษณ์ที่เด่นชัดให้กับชุมชนผ่านผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในตลาดน้ำท่าคานันเป็นการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีอยู่ เพื่อสร้างรายได้และกระจายผลประโยชน์สู่ชุมชนในวงกว้าง นอกจากนี้ การพัฒนาหลักสูตรอบรมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถด้านทรัพยากรมนุษย์ยังแสดงให้เห็นถึงการลงทุนในศักยภาพของคนในชุมชน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่จะสร้างความยั่งยืนให้กับการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก การมีการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์นี้จะช่วยเสริมสร้างความสามารถให้กับสมาชิกชุมชนในการรับมือกับความเปลี่ยนแปลงและความท้าทายต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต การวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ Suksaa-at & Atiwatthanapirom (2024) ที่พบว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ควรเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และการส่งเสริมอัตลักษณ์ชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางที่ใช้ในการพัฒนาน้ำตาลมะพร้าวและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในงานวิจัยนี้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Zhao et al. (2023) ที่ศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนสรุปได้ว่าความสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรต้องอาศัยการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การสร้างเครือข่าย และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น แนวทางนี้สอดคล้องกับการวิจัยที่เน้นการพัฒนาหลักสูตรอบรมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถด้านทรัพยากรมนุษย์ในชุมชนและการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำตาลมะพร้าว นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Presenza et al. (2021) พบว่าพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ชนบทต้องพิจารณาถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน การพัฒนาทักษะของคนในท้องถิ่น และการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทรัพยากรท้องถิ่น ซึ่งเป็นแนวทางที่สอดคล้องกับงานวิจัยนี้ที่มุ่งเน้นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น สรุปได้ว่า การวิจัยนี้ได้นำเสนอแนวทางการพัฒนาที่บูรณาการหลากหลายมิติ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนอย่างยั่งยืน การพัฒนาทั้งผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการท่องเที่ยว และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์นี้มีแนวโน้มที่จะส่งผลดีต่อเศรษฐกิจฐานรากในระยะยาว อย่างไรก็ตาม ยังจำเป็นต้องมีการติดตามและประเมินผลในระยะยาวเพื่อวัดความสำเร็จของการพัฒนาเหล่านี้

3) การประเมินนวัตกรรมการบริหารจัดการชุมชนเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจฐานรากของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสมุทรสงครามจังหวัดสมุทรสงคราม แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน โดยการประเมินได้ครอบคลุมสามด้านหลัก ได้แก่ การผลิตสินค้าและบริการ การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ผลการประเมินพบว่ามีความถูกต้อง ความเหมาะสม มีความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการออกแบบและดำเนินงานของที่มีประสิทธิภาพและตอบสนองต่อ

ความต้องการของชุมชนได้ การพัฒนาการผลิตสินค้าและบริการนั้นได้ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับทรัพยากรท้องถิ่นและภูมิปัญญาชาวบ้านผ่านการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและตอบสนองต่อความต้องการของตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตร การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ผ่านการฝึกอบรมทักษะใหม่ ๆ และการเพิ่มความรู้ให้กับคนในชุมชนเป็นการสร้างพื้นฐานที่เข้มแข็งในการพัฒนาชุมชนในระยะยาว นอกจากนี้ การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวภายในชุมชนยังช่วยส่งเสริมการสร้างประสบการณ์ที่หลากหลายและน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากขึ้นและเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทสากลของ Boonsong et al. (2021) ได้แสดงให้เห็นว่าการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และการสร้างเครือข่ายในชุมชนเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Liang & Wang (2022) ซึ่งชี้ให้เห็นว่า การปรับตัวผ่านการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม รวมถึงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในช่วงการระบาดของโควิด-19 มีความสำคัญในการเสริมสร้างความยืดหยุ่นและความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน นอกจากนี้สอดคล้องกับ งานวิจัยของ Petroman et al. (2020) ที่ให้ความสำคัญของการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการทรัพยากรท้องถิ่นและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นแนวทางที่คล้ายคลึงกับการประเมินโครงการในจังหวัดสมุทรสงคราม นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Lun et al. (2020) ได้สนับสนุนว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืนในชนบท การบูรณาการการพัฒนาในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมเช่นนี้ จึงเป็นแนวทางที่สามารถสร้างผลลัพธ์ที่ยั่งยืนและสอดคล้องกับบริบทท้องถิ่นของสมุทรสงครามได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในอนาคตการวางแผนและการปรับปรุงโครงการควรให้ความสำคัญกับการรักษาสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจและการอนุรักษ์วิถีชีวิตและทรัพยากรธรรมชาติของชุมชน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 ควรส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในชุมชนอย่างเป็นระบบ โดยเน้นการฝึกอบรมทักษะที่จำเป็นสำหรับการดำเนินธุรกิจในยุคดิจิทัล รวมถึงสนับสนุนการเข้าถึงเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เหมาะสม เพื่อนำมาใช้ในการผลิตและบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 ควรส่งเสริมการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจชุมชน หน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา และภาคเอกชน เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ และทรัพยากร ที่สามารถช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาชุมชนและสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจฐานราก

1.3 ควรพัฒนาระบบการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนให้มีความเป็นมืออาชีพมากขึ้น โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดการข้อมูล การวางแผน และการตัดสินใจ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับกลยุทธ์และเทคนิคเฉพาะในการพัฒนาแต่ละองค์ประกอบ เช่น การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการของวิสาหกิจชุมชน เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในตลาด

2.2 ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างวิสาหกิจชุมชนที่ใช้และไม่ใช้โมเดลการพัฒนาแบบบูรณาการ เพื่อวัดผลสัมฤทธิ์ของการนำโมเดลดังกล่าวไปใช้ รวมถึงการปรับปรุงโมเดลให้มีประสิทธิภาพและเหมาะสมยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- Boondeang, P., & Sitthanon, K. (2023). Development of agritourism potential of the Nong Ya Plong community, Phetchaburi province. *Journal of Research and Development, Loei Rajabhat University*, 18(63), 53-65. (in Thai)
- Boonsong, P., et al. (2021). Development of agritourism management models through community participation in Phetchaburi province. *Phetchaburi Rajabhat University Academic Journal*, 11(2), 78-88. (in Thai)
- Comrey, A. L., & Lee, H. B. (1992). A first course in factor analysis. 2nd ed. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods Approaches*. 5th ed. SAGE Publications.
- Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1-4.
- Field, A., Miles, J., & Field, Z. (2012). *Discovering statistics using R*. Los Angeles: Sage.
- Kittiya, R. (2023). Skills development and management for enhancing the capacity of agricultural tourism community enterprises. *Journal of Community Development*, 12(3), 67-81. (in Thai)
- Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology*. 4th ed. SAGE Publications.
- Liang, A. R. D., & Wang, Y. C. (2022). Agritourism businesses' adaptive strategies and innovations during the COVID-19 pandemic. *Tourism Management*, 92, 104556.
- Lun, Y., Xu, C., Shi, Q., Wang, H., & Gao, J. (2020). Community-based tourism and sustainable development of rural destinations: A case study in China. *Sustainability*, 12(11), 4720.
- Petroman, C., Mirea, A., Lozici, A., Nicolae, S., Petroman, I., Marin, D., & Momir, B. (2020). The rural educational tourism at the farm. *Animals*, 10(10), 1935.
- Presenza, A., Messeni Petruzzelli, A., & Sheehan, L. (2021). Community-based tourism development: An evaluation of the resident's perspective in small rural communities. *Journal of Rural Studies*, 86, 155-168.
- Rungson, W., Wongwanich, S., & Sombun, C. (2022). The application of item-objective congruence index for validation of questionnaires in research studies. *Journal of Research Methodology*, 2(3), 45-56.

- Suksaa-at, P., & Atiwatthanapirom, T. (2024). Guidelines for the development of creative tourism in Ban Bang Phlap community, Amphawa district, Samut Songkhram province. *Journal of Thai and International Tourism*, 20(1), 1-15. (in Thai)
- Suttanipa, S. (2022). Linking local products with culture to enhance community economy. *Journal of Tourism Research*, 15(1), 27-34. (in Thai)
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2007). *Using multivariate statistics*. 5thed. Boston: Pearson Education.
- Taherdoost, H. (2016). Sampling methods in research methodology: How to choose a sampling technique for research. *International Journal of Academic Research in Management*, 5(2), 18-27.
- Thanin, K. (2023). The development of grassroots economy to strengthen local communities. *Journal of Management and Economics*, 20(2), 45-58. (in Thai)
- Zhao, Y., Peng, X., Qiao, W., & Wu, C. (2023). Community-based tourism development: A systematic literature review. *Tourism Management Perspectives*, 45, 101076.

การสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ทศนคติและความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์วีดีโอ เกมที่มีการเจือปนความจริงแท้ในประเทศไทย

พาโชค เลิศอัศวภัทร*

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Received: 31 October 2024

Revised: 07 December 2024

Accepted: 17 December 2024

บทคัดย่อ

จุดประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้เพื่อพัฒนาและตรวจสอบรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างการสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์วีดีโอเกมที่มีการเจือปนความจริงแท้ของผู้บริโภคในประเทศไทย และเพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลโดยรวมระหว่างตัวแปรการสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์วีดีโอเกมซึ่งมีการเจือปนความจริงแท้ของผู้บริโภคในประเทศไทย โดยกำหนดขนาดอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง จากนั้นผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลเชิงประจักษ์กับแบบจำลองตัวแบบสมการโครงสร้างที่สร้างขึ้นเป็นกรอบวิจัยซึ่งได้มาจากการทบทวนวรรณกรรม ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้างจากตัวแบบสมการโครงสร้างที่สร้างขึ้นพบว่ามีความสัมพันธ์สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยมีค่าความกลมกลืนต่าง ๆ คือ $CMIN/df = 2.329$, $GFI = 0.904$, $NFI = 0.901$, $RFI = 0.915$, $IFI = 0.919$, $TLI = 0.940$, $CFI = 0.928$ และ $RMSEA = 0.067$ และผลการทดสอบสมมติฐานทางสถิติพบว่า การสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อทัศนคติและความตั้งใจซื้อที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าส่วนเสริมภายในเกมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ผลการศึกษาช่วยให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในบริบทของผลิตภัณฑ์เกมสามารถสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดเพิ่มเติมระดับความตั้งใจของผู้บริโภคซื้อได้

คำสำคัญ: ผลิตภัณฑ์เกม การสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ความตั้งใจซื้อ

* ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: pachoke.le@ssru.ac.th

The Impact of E-WOM on Attitude and Purchase Intention of Thai Cultural In-app Purchasing in Video Game

Pachoke Lert-asavapatra*

College of Innovation and Management, Suan Sunandha Rajabhat University

Received: 31 October 2024

Revised: 07 December 2024

Accepted: 17 December 2024

ABSTRACT

The purpose of this research is to develop and examine a causal relationship model of electronic word-of-mouth communication that influences attitudes and purchase intentions of video game products with consumer authenticity in Thailand. It also aims to study the direct, indirect, and overall influences among the variables of electronic word-of-mouth communication on attitudes and purchase intentions toward video game products with consumer authenticity in Thailand. A sample size of 400 respondents was determined. The researcher analyzed the data using statistical software to evaluate the consistency between the empirical data and the structural equation model developed based on the research framework derived from a literature review. The results of the structural equation analysis showed that the model was consistent with the empirical data, with goodness-of-fit indices as follows: CMIN/df = 2.329, GFI = 0.904, NFI = 0.901, RFI = 0.915, IFI = 0.919, TLI = 0.940, CFI = 0.928, and RMSEA = 0.067. The statistical hypothesis testing results indicated that electronic word-of-mouth communication has both direct and indirect significant influences on attitudes and purchase intentions toward in-game supplementary products at the 0.001 level of statistical significance. The study's findings help stakeholders in the context of gaming products develop marketing strategies to increase consumers' purchase intentions.

Keywords: Game Product, E-wom, Attitude, Purchase Intention

* Corresponding Author; E-mail: pachoke.le@ssru.ac.th

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

วิดีโอเกมนั้นถือเป็นสื่อประเภทหนึ่ง (Roig et al., 2009) และได้รับความนิยม (Quandt et al., 2015) จากการเปิดเผยข้อมูลของภาคเอกชนแพลตฟอร์มการให้บริการข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์เกมและอีสปอร์ต Newzoo ในปี 2020 ได้ให้ข้อมูลเอาไว้ว่าอุตสาหกรรมธุรกิจเกมสร้างรายได้สูงถึง 71.4 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในทวีปเอเชียแปซิฟิก นอกจากนี้แล้วอุตสาหกรรมเกมทั่วโลกก็มีการเติบโตสูงขึ้นเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 ที่ผ่านมามาในช่วงปี 2019 ถึง 2021 โดยการเติบโตในช่วงนี้ของอุตสาหกรรมเกมนั้นมีการเติบโตสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Digital Virgo, 2020)

ในประเทศไทยนั้นอุตสาหกรรมวิดีโอเกมมีการเติบโตเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน ทั้งการเพิ่มขึ้นของผู้เล่นผลิตภัณฑ์วิดีโอเกมและมีการใช้สัญญาณอินเทอร์เน็ตในการเล่นเกมที่จำเป็นต้องเชื่อมต่อระบบออนไลน์ ทำให้เกิดการเผยแพร่ข้อมูลของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในปี 2020 ซึ่งสามารถพยากรณ์การเติบโตของอุตสาหกรรมวิดีโอเกมในประเทศไทยว่ามีแนวโน้มที่สามารถเติบโตเพิ่มขึ้นได้เป็นอย่างดี ทั้งยังได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ซึ่งมีการมอบนโยบายเชิงกลยุทธ์ให้แก่สำนักงานส่งเสริมธุรกิจดิจิทัล (DEPA) ให้มีการสนับสนุนและขับเคลื่อนธุรกิจดิจิทัลอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 เรื่อยมา และได้ให้ข้อมูลจากการส่งเสริมการตลาดวิดีโอเกมในประเทศไทยว่า อุตสาหกรรมซึ่งอยู่ในนิเวศธุรกิจเกมนั้นมีการเติบโตมูลค่าสูงมากถึง 25,440 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2562 และมีอัตราเติบโตอย่างต่อเนื่องเพิ่มขึ้นในทุกปี

ทัศนคติของผู้บริโภคในปัจจุบันนั้นยังเป็นเรื่องที่มีการศึกษากันอย่างแพร่หลาย (Peter Kiriri, 2019; Han and Nam, 2019; Rambocas and Mahabir, 2021; Makanyeza and Du Toit, 2017; Thomas et al., 2019; Wilkins et al., 2019; Lee et al., 2019) ซึ่งพบว่ามีอิทธิพลโดยตรงกับความตั้งใจซื้อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น ๆ ของผู้บริโภค ในบริบทของผลิตภัณฑ์เกมนั้น การศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรนี้ยังมีให้เห็นน้อย โดยเฉพาะเกี่ยวกับสินค้าเสมือนจริงหรือการซื้อเนื้อหาส่วนเสริมของผลิตภัณฑ์เกมที่มีการให้บริการแบบ Free-to-Play

จากวรรณกรรมต่าง ๆ ผลการศึกษายืนยันว่าทัศนคติมีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าอย่างเป็นที่ประจักษ์ ในบริบทของผลิตภัณฑ์เกมนั้น สังคมมีมุมมองและทัศนคติในเชิงลบเกี่ยวกับประเภทของผลิตภัณฑ์นี้ในวงกว้าง อาจเป็นเพราะมีวรรณกรรมต่าง ๆ ทางการศึกษาที่ศึกษาเกี่ยวกับการเสพติดกิจกรรมการเล่นเกมนั้นในวรรณกรรมของ Weinstein (2010) ที่ศึกษาเกี่ยวกับอาการของโรคและพฤติกรรมจากการเล่นเกมมากเกินไปจนเกิดการเสพติด ทั้งยังมีวรรณกรรมอีกมากที่ศึกษาเชิงการแพทย์เกี่ยวกับอาการดังกล่าว นอกจากนี้ในอีกภาคส่วนหนึ่งที่ชัดเจนคือ การสื่อสารข่าวสารเชิงลบเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เกมของผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นข่าวในเว็บไซต์ออนไลน์หรือการตีพิมพ์เนื้อหาในเชิงลบเกี่ยวกับเกมจากสำนักข่าวหลายสำนักในบางสังคมบางประเทศ สิ่งเหล่านี้อาจส่งผลกระทบต่อการใช้งานและพัฒนาผลิตภัณฑ์เกม และส่งผลกระทบต่อธุรกิจอื่น ๆ ในนิเวศของธุรกิจเกม ซึ่งอาจก่อให้เกิดการเสียโอกาสในการพัฒนาองค์ความรู้ของอุตสาหกรรมเกมและโอกาสต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจของแต่ละประเทศได้ (Wu and Lo, 2009; Kotler and Keller, 2009)

ด้วยเทคโนโลยีปัจจุบัน ทำให้ผลิตภัณฑ์เกมมีความสมจริงหรือความจริงแท้ขององค์ประกอบในเกมเพิ่มสูงขึ้น และมีรูปแบบการนำเสนอที่สมบูรณ์แบบต่อตัวผู้เล่นมากขึ้น (Handrich et al., 2022) ความสมจริงหรือความจริงแท้ในการออกแบบองค์ประกอบต่าง ๆ ภายในผลิตภัณฑ์เกมจึงเป็นสิ่งที่สามารถกระทำได้ และกลายเป็นส่วนหนึ่งของการแข่งขันในแวดวงนี้ ในบางครั้งยังมีความสำคัญที่ส่งผลต่อระดับ ความจุ่มจ่อม (Immersion) ของผู้เล่นอีกด้วย (Mochocki, 2021) ด้วยข้อมูลและเหตุผลดังกล่าว ทำให้เป็นเรื่องที่น่าสนใจในการศึกษาแนวทางการออกแบบตัวละคร

หรือองค์ประกอบภายในเกมว่าปัจจัยหรือองค์ประกอบใดบ้างที่จะมีผลทำให้เกิดผลสัมฤทธิ์ทางการตลาด และส่งผลต่อผู้บริโภคให้เกิดความสนใจและความอยากซื้อผลิตภัณฑ์วิดีโอเกมที่มีการเจือปนความจริงแท้ในประเทศไทย

จากที่มาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเกี่ยวกับ “การสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ทศนคติ และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์วิดีโอเกมที่มีการเจือปนความจริงแท้ในประเทศไทย” เพื่อที่จะสามารถใช้เป็นแนวทางอ้างอิงและให้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจแก่ผู้ประกอบการในประเทศไทย ซึ่งจะมีส่วนช่วยในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชาติในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

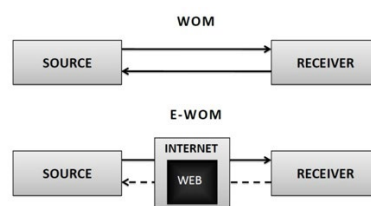
1. เพื่อพัฒนาและตรวจสอบรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างการสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์วิดีโอเกมซึ่งเจือปนความจริงแท้ของผู้บริโภคในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลโดยรวมระหว่างการสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์วิดีโอเกมซึ่งมีการเจือปนความจริงแท้ของผู้บริโภคในประเทศไทย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

สำหรับการค้นคว้าด้านความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านการเข้าเป็นผู้สนับสนุนกับการสื่อสารแบบปากต่อปากนั้นเนื่องจากการแพร่หลายอย่างกว้างขวางของสื่อประเภทอินเทอร์เน็ตในปัจจุบัน ประกอบกับข้อมูลจากงานวิจัยของ Lee and Schoenstedt (2011) ที่ได้อธิบายไว้ว่าในการนำเสนอการถ่ายทอดการแข่งขันของอีสปอร์ตนั้นส่วนใหญ่ไม่จำเป็นต้องยึดติดกับระบบโทรทัศน์ (Traditional TV) แบบดั้งเดิม เนื่องจากระบบอินเทอร์เน็ตนั้นมีระบบการถ่ายทอดออนไลน์ผ่านสื่อแพลตฟอร์มต่างๆ หลากหลาย ซึ่งทำให้ผู้ลงทุนที่มีกำลังทุนเกิดความสนใจในช่องทางการนำเสนอเพื่อทำการตลาดในภาคส่วนของอีสปอร์ตมากขึ้น นอกจากนี้ข้อมูลจาก GMR Marketing LLC (2016) ได้เปิดเผยว่าผู้คนที่ชื่นชอบอีสปอร์ตนั้นมีความรู้สึกรักยี่ห้อที่ได้เห็นตราสินค้าที่ตนชื่นชอบ พยายามสื่อสารกับเพื่อนๆ ของอีสปอร์ต และจากข้อมูลของบริษัท Mindshare ซึ่งเป็นบริษัทผู้ให้ข้อมูลด้านสื่อเปิดเผยว่า ฐานแฟนๆ (Fans) ของอีสปอร์ตทั่วโลกนั้นมีมากถึง 256 ล้านคนทั่วโลกทั้งยังเติบโตมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งผู้ที่ชื่นชอบการแข่งขันอีสปอร์ตเหล่านี้ใช้เวลาโดยเฉลี่ย 40 นาทีต่ออาทิตย์เป็นอย่างต่ำในการรับชมการแข่งขันผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ นอกจากนี้ข้อมูลจากทีมวิจัยของบริษัทที่ปรึกษาทางการตลาดกลุ่มบริษัท Omnicom ในประเทศอเมริกาได้เปิดเผยว่าร้อยละ 69 ของผู้ชมอีสปอร์ตจะเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์และร้อยละ 51 จะพูดคุยกับผู้อื่นๆ ไปด้วยในระหว่างที่กำลังชมการถ่ายทอด ซึ่งปริมาณของผู้ชมจากทั่วโลกที่มีมากมายนี้มีความสอดคล้องกับข้อมูลการอ้างอิงในงานของ Zorah Hilvert-Bruce et al. (2018) ผู้วิจัยจึงสนใจในลักษณะวิธีการสื่อสารแบบปากต่อปากของผู้ชมกีฬาอีสปอร์ตที่มีความสัมพันธ์กับการเข้าเป็นผู้สนับสนุน ซึ่งสอดคล้องกับที่ณัฐพร พันธุ์งาม (2549) ได้ให้ความหมายของการตลาดแบบปากต่อปากเอาไว้ว่า เป็นการสื่อสารด้วยคำพูดระหว่างบุคคลหนึ่งบอกต่อไปยังอีกบุคคลหนึ่ง เกี่ยวกับความประทับใจหรือความไม่ประทับใจในตัวสินค้าหรือบริการ ที่บุคคลที่บอกต่อเคยมีประสบการณ์ตรงเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการนั้นๆ และบุคคลที่ได้รับการบอกต่อก็อาจจะบอกต่อข้อความดังกล่าวที่ตนได้รับมาให้กับบุคคลอื่นที่ตนรู้จักต่อไปเรื่อย ๆ ทำให้ข้อความนั้นมี

การเผยแพร่ออกไปเป็นวงกว้าง ซึ่งเป็นการเผยแพร่ที่ควบคุมได้ยาก แต่เป็นกลยุทธ์การตลาดที่ไม่สิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายในการโฆษณา

ในปัจจุบันการเพิ่มและการแพร่หลายอย่างกว้างขวางของอินเทอร์เน็ตนำไปสู่รูปแบบใหม่ของการสื่อสารแบบปากต่อปากซึ่งเรียกกันว่าการสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Word of Mouth) (Yang, 2017) ลักษณะของการสื่อสารแบบนี้มาสู่สิ่งสำคัญที่ก่อให้เกิดการอุบัติขึ้นของ Platforms สื่อออนไลน์รูปแบบต่างๆ อันกลายมาเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารที่มีอิทธิพลสำคัญผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้จากการค้นคว้างานวิจัยที่ศึกษาหาความแตกต่างระหว่าง WOM และ eWOM พบว่ามีข้อแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญโดยงานของ Lopez และ Sicillia (2014) ความแตกต่างเอาไว้ว่าในกรณีของ WOM ผู้รับสารข้อมูลจะสามารถส่งกลับข้อมูลหรือติดต่อโดยตรงกับผู้ให้ข้อมูลได้ทันทีเนื่องจากการสื่อสารแบบต่อหน้า (Face to Face) ในขณะที่กรณีของ eWOM ผู้รับสารจะต้องรับข้อมูลผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตทั้งยังไม่สามารถส่งข้อมูลกลับหรือติดต่อโดยตรงกับผู้ให้ข้อมูลได้ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงความแตกต่างระหว่างการสื่อสารที่ต่างกันระหว่าง WOM และ eWOM
(ที่มา: Lopez and Sicillia, 2014)

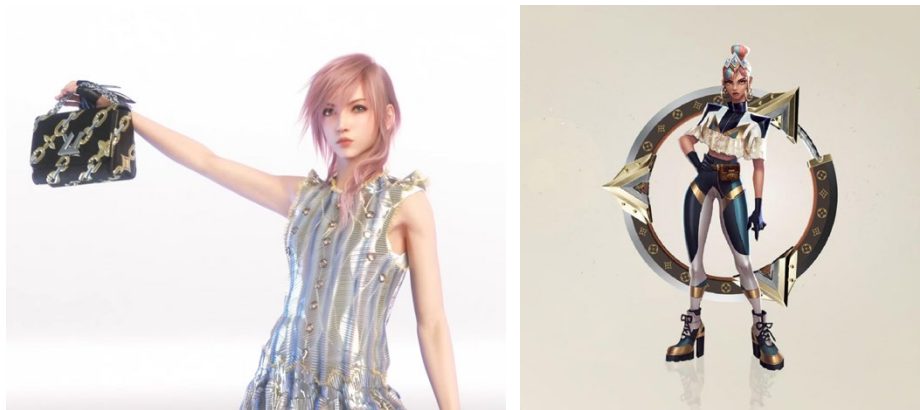
ทัศนคติ เป็นเรื่องของจิตใจ พฤติกรรมทางบุคลิก ความรู้สึกนึกคิด และแนวโน้มทางความคิดของบุคคลที่มีต่อข้อมูลข่าวสาร และการเปิดรับสาร การส่งต่อสาร ซึ่งอาจแสดงออกมาในรูปแบบที่เป็นเชิงบวกหรือเชิงลบก็ได้ทั้งสิ้น ทัศนคติเป็นสิ่งที่คาบเกี่ยวกันระหว่างความรู้สึก ความเชื่อ หรือการรับรู้ของบุคคล อันส่งผลต่อแนวโน้มในการแสดงออกมาเป็นพฤติกรรมต่อเป้าหมายของทัศนคติในเรื่องนั้น ๆ (Roger, 1978; Rosenberg and Hovland, 1960; Kendler, 1963; Good, 1959; Newcob, 1854)

เซอร์เมอร์ฮอร์น (Schermerhorn, 2000) ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติ คือการวางแนวความคิด ความรู้สึก ให้ตอบสนองในเชิงบวกหรือเชิงลบต่อคนหรือต่อสิ่งของ ในสภาวะแวดล้อมของบุคคลนั้นๆ และทัศนคตินั้นสามารถที่จะรู้หรือถูกตีความได้จากสิ่งที่คนพูดออกมาอย่างไม่เป็นทางการ หรือจากการสำรวจที่เป็นทางการ หรือจากพฤติกรรมของบุคคลเหล่านั้น

จากความหมายที่กล่าวมาข้างต้น อาจจะสรุปได้ว่า ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึก ความคิด หรือความเชื่อ และแนวโน้มที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมของบุคคล เป็นปฏิกิริยาโต้ตอบ โดยการประมาณค่าว่าชอบหรือไม่ชอบ ที่จะส่งผลกระหนาบต่อการตอบสนองของบุคคลในเชิงบวกหรือเชิงลบต่อบุคคล สิ่งของ และสถานการณ์ ในสภาพแวดล้อมของบุคคลนั้นๆ โดยที่ทัศนคตินี้ สามารถเรียนรู้ หรือจัดการได้โดยใช้ประสบการณ์ และทัศนคตินั้นสามารถที่จะรู้หรือถูกตีความได้จากสิ่งที่คนพูดออกมาอย่างไม่เป็นทางการ หรือจากการสำรวจที่เป็นทางการ หรือจากพฤติกรรมของบุคคลเหล่านั้น

ผลิตภัณฑ์เกมนั้นถือได้ว่าเป็นความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ประเภทสื่อความบันเทิงอื่นด้วยบริบทเฉพาะตัวในคุณลักษณะที่เด่นชัดซึ่งก็คือ “ความจุ่มจมน” (Immersive) (Essokolo and Robinot, 2022) เนื่องจากเกมเป็นสื่อที่

มีลักษณะการสื่อสารสองทางนั่นคือผู้เล่นซึ่งต้องรับบทบาทหรือหน้าที่ภายในเกมตอบสนองโต้ตอบกับเนื้อหาของเกม การสอดแทรกสิ่งต่างๆ เข้าไปภายในตัวเกมเพื่อผลสัมฤทธิ์ทางการตลาดนั้นถือได้ว่ามีมาอย่างยาวนานเนื่องจากผลิตภัณฑ์เกมมีพื้นที่จำลองหรืออาจเรียกได้ว่า “โลกเสมือนจริง” ที่สามารถจัดวางหรือยกเอาสารที่ต้องการสื่อไปใส่เอาไว้ให้ผู้เล่นหรือผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เกมเหล่านั้นสามารถพบเจอได้ (Bleize and Antheunis, 2019) แม้ว่าจะมีการสอดแทรกการสื่อสารต่าง ๆ ลงไปในผลิตภัณฑ์เกมไม่ว่าจะเป็น ตราสินค้า โฆษณา หรือลูกเล่นอื่น ๆ ที่ช่วยส่งเสริมการตลาดให้กับตัวผลิตภัณฑ์เกมนั้นเองหรือผลิตภัณฑ์อื่นก็ตาม สิ่งที่เข้ามามีบทบาทให้เกิดผลสัมฤทธิ์ทางการตลาดได้ดังเช่นในวรรณกรรมของ (Ho and Wu, 2012) ได้นำเสนอแนวคิดทางการตลาดที่ผนวกเข้ากับบริบทของผลิตภัณฑ์วีดีโอเกมที่สามารถเล่นแบบออนไลน์ได้ว่าหลักการทางอารมณ์และการตัดสินใจซื้อด้วยจิตวิทยาการตลาดนั้นสามารถนำเอามาปรับใช้กับผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เกมหรือผู้ที่เล่นวีดีโอเกมได้เช่นเดียวกับการใช้แนวคิดและทฤษฎีในโลกจริง (Real World) ทั้งนี้ทั้งนั้นการศึกษานี้ได้กล่าวถึงรูปแบบของผลิตภัณฑ์ส่วนเสริมภายในเกมที่เป็นผลิตภัณฑ์ซึ่งก่อรายได้จากการตัดสินใจซื้อเพิ่มของผู้เล่นหรือผู้บริโภคเกมนั้น ๆ ในขณะที่วรรณกรรมของ Borowy และ Jin ในปี 2013 ได้ศึกษาและอธิบายเอาไว้ว่าผลิตภัณฑ์เกมและกีฬาอิเล็กทรอนิกส์นั้นมีศักยภาพที่จะมาเป็นพาหนะ (Vehicle) ในการสื่อสารทางการตลาดระหว่างผู้สนับสนุนกิจกรรมการแข่งขันหรือตราสินค้าต่าง ๆ ได้ (Hutchins, 2008; Jin, 2010) ประกอบกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่มีตราสินค้าบางเจ้าได้นำเสนอตราสินค้าของตนผ่านการใช้ตัวละครหรือผลิตภัณฑ์ภายในเกมเป็นสื่อทางการตลาด อาทิ ตราสินค้ากระเป๋าลุยส์วิตตอง ที่เลือกใช้ตัวละครเอกของเกม Final Fantasy ภาคที่ 13 หรือทำการตลาดผ่านสินค้าเสมือนจริงกับเกมที่ใช้จัดกิจกรรมการแข่งขันอีสปอร์ตอย่างเกม LOL (League of Legends) ดังแสดงในภาพที่ 2

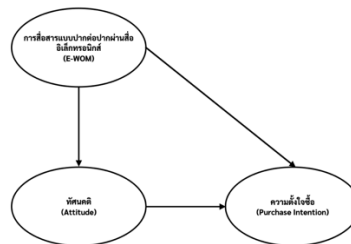


ภาพที่ 2 ภาพการใช้ตัวละครภายในเกมเป็นพาหนะในการสื่อสาร เพื่อส่งเสริมทางการตลาดของตราสินค้ากระเป๋าลุยส์วิตตอง
(ที่มา: ภาพประชาสัมพันธ์จากผลิตภัณฑ์เกม Final Fantasy XIII และเกม LOL)

นอกจากภาพที่ 2 ยังมีอีกหลายตราสินค้าที่มีการสื่อสารทางการตลาดในลักษณะนี้อีกเช่นกัน (Hansen, 2013; Barnem and Mattson, 2011) เหตุผลที่ตราสินค้าเหล่านี้เริ่มเข้ามาสนใจใช้ผลิตภัณฑ์เกมหรือกิจกรรมอีสปอร์ตเพิ่มขึ้นอาจเป็นเพราะขนาดของนิเวศธุรกิจเกมและองค์ประกอบทั้งยังมีมูลค่าสูงมากขึ้นเป็นอย่างมากเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมอื่น (Mariona Rosell Llorens, 2017; Hutchins, 2008; Jin, 2010; Lokhman et al., 2018) Trilling (1971 cited in Handler, 1986) ได้ตีความความหมายของ “ความจริงแท้” (Authenticity) กับ “ความจริงใจ”

(Sincerity) เอาไว้ว่ามีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกันขนาดที่สามารถสื่อความหมายแทนกันได้แต่ในกรณีของการใช้คำว่า “ความจริงแท้” นั้นจะสื่อไปในเชิงของการเป็น “ของจริง” (Reality) ซึ่ง Trilling ได้ให้ความหมายของคำว่า “ความจริงใจ” กับ “ความจริงแท้” เอาไว้ว่าหมายถึง การปราศจากการอ้อมค้อมและปราศจากการเสแสร้ง วรรณกรรมของ Dogramacilar ในปี 2010 ได้อธิบายผลการศึกษเกี่ยวกับความจริงแท้ในโลกเสมือนจริง (โลกจำลองภายในวิดีโอเกม) กับการเล่นเนื้อเรื่องอย่างสมจริงอิงประวัติศาสตร์พบว่าผู้เล่นเกมจะให้ความสำคัญกับรูปแบบของความสมจริง สิ่งที่พบเจอภายในเกมต้องมีความเหมือนหรือใกล้เคียงของจริงตามข้อมูลที่อยู่แต่เดิมมากที่สุด ในสื่อประเภทอื่น ๆ พฤติกรรมเหล่านี้ก็ปรากฏอยู่เช่นกัน อาทิ ภาพยนตร์ แอนิเมชัน ดังนั้นในลักษณะของการใช้ผลิตภัณฑ์เกมเป็นตัวสื่อสารหรือพาหนะในการส่งเสริมการตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือตราสินค้านั้น จำเป็นที่จะต้องมีการจำลองออกแบบให้ผลิตภัณฑ์จำลองภายในเกม หรือองค์ประกอบที่เกิดขึ้นในโลกเสมือนจริงนั้นมีความเหมือนกับตัวผลิตภัณฑ์จริงหรือองค์ประกอบแวดล้อมที่สมจริงมากที่สุดจึงจะทำให้ผู้เล่นเกิดความรู้สึกที่อยากจะอุดหนุนสินค้านั้น ๆ อาจจะกล่าวโดยสรุปได้ว่าความจริงแท้ (Authenticity) ของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ได้มีการสร้างให้เป็นองค์ประกอบภายในเกมนั้นจะส่งผลต่อระดับการสัมผัสได้ถึงความจริงทำให้ผู้เล่นเกิดความรู้สึกร่วมและอาจนำไปสู่การจดจำ ความอยากรจะให้การสนับสนุนตราสินค้าหรือทัศนคติและความต้องการซื้อสินค้าของตราสินค้าได้

ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ทัศนคติและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค ทำให้สามารถนำมาสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัยและสมมติฐานได้ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

จากภาพที่ 3 และแนวทางในการสร้างกรอบวิจัยข้างต้นทำให้ผู้วิจัยสามารถสร้างสมมติฐานในการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 การสื่อสารแบบปากต่อปากมีอิทธิพลเชิงบวกต่อทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์เกมของผู้บริโภค (Sophie C. Boerman, 2017; Khuong and Chau, 2017; Poyry et al., 2019; Um, 2021; Wu, 2018)

สมมติฐานที่ 2 การสื่อสารแบบปากต่อปากมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เกมของผู้บริโภค (Rodoula Tsiotsou, 2007; Khuong and Chau, 2017; Oh et al., 2019; Pelet et al., 2020; Kim, 2020)

สมมติฐานที่ 3 ทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์เกมอันมีการเจือปนของวัฒนธรรมไทยมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เกมของผู้บริโภค (Um et al, 2021; Fernandez-Ferrin et al., 2019; Qin et al., 2019)

วิธีดำเนินการวิจัย

แบบแผนการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษาวิจัยโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Method)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยนี้ คือ บุคคลไทยที่มีการซื้อหรือเคยซื้อผลิตภัณฑ์วีดีโอเกม ซึ่งเป็นบุคคลสัญชาติไทยที่เป็นผู้ซื้อศักยภาพแต่ไม่สามารถระบุขนาดประชากรได้อย่างแท้จริงว่ามีขนาดจำนวนเท่าใด

ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้เพื่อนำมาทำการวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของเครื่องมือในการวิจัยรวมทั้งใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เครื่องมือวิจัยมีตัวแปรสังเกตได้รวม 27 ตัวแปรซึ่งขนาดตัวอย่างของการวิจัยนี้ได้กำหนดเอาไว้ที่ 400 คน เพื่อให้สอดคล้องตามที่ Hair et al. (2010) ได้แนะนำถึงขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมในการนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันว่าควรมีขนาดตั้งแต่ 200 ถึง 400

จากแนวทางการกำหนดขนาดตัวอย่างดังกล่าว ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลตัวอย่างได้จำนวน 450 คน และใช้ 50 คนเป็นข้อมูลสำรอง จากนั้นเก็บข้อมูลเพิ่มเติมจำนวน 50 คนที่มีลักษณะใกล้เคียงกับประชากรของงานวิจัยเพื่อใช้ในการวิเคราะห์เครื่องมือในว่ามีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพเพื่อใช้ในการวัดข้อมูลมากหรือไม่ โดยในการเก็บข้อมูลนั้นผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างที่มีคุณสมบัติเหมาะสมในการเป็นผู้ให้ข้อมูลคือเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงในกลุ่มคอมมูนิตีที่มีการรวมตัวของตัวอย่างงานวิจัยนี้เป็นจำนวนมาก อาทิในแพลตฟอร์มเฟจกลุ่มต่าง ๆ บนอินเทอร์เน็ตและ Facebook

เครื่องมือวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาจากประชากรที่เป็นผู้เล่นเกมซึ่งเป็นคนไทย เนื่องจากผลิตภัณฑ์เกมในปัจจุบันไม่ได้ยึดติดการซื้อขายผ่านร้านตัวแทนจัดจำหน่ายดังเช่นในสมัยก่อนหน้านี้อีกต่อไป ในปัจจุบันได้มีการนำเอาระบบอินเทอร์เน็ตมาใช้งานสร้างเป็นพื้นที่ให้บริการของบริษัทตัวแทนจำหน่ายเกมเพื่อจำหน่ายออนไลน์ในรูปแบบการดาวน์โหลดผ่านระบบ โดยผู้วิจัยได้กำหนดคุณลักษณะของตัวอย่างอันเป็นตัวแทนประชากร ที่จะมาตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นและเก็บข้อมูลผ่านเครือข่ายทางสังคมออนไลน์ที่มีการรวมตัวของกลุ่มเป้าหมายสอดคล้องกับคุณสมบัติประชากรที่ผู้วิจัยจะศึกษา

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเพื่อรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่าง โดยจะนำมาใช้ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ได้สังเคราะห์คิดมาจากการทบทวนวรรณกรรม รวมถึงมาตรวัดและการสร้างเครื่องมือผู้วิจัยก็ใช้การประยุกต์และปรับปรุงจากวรรณกรรมที่ทบทวนและดำเนินการตรวจสอบเครื่องมือ โดยมีการสร้างเครื่องมือจากวรรณกรรมดังต่อไปนี้

1. ตัวแปรการสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-WOM) พัฒนาปรับปรุงจากวรรณกรรมของ Tsiotsou (2007), พาโชค เลิศอัศวภัทรและสวัสดิ์ วรรณรัตน์ (2019)

2. ตัวแปรทัศนคติ ในงานวิจัยครั้งนี้จะใช้มาตรวัดทัศนคติ (Attitude Towards) ซึ่งส่งผ่านไปสู่ความตั้งใจซื้อโดยเป็นตัวแปรตามเพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลลงความเห็นในเชิงของระดับเชิงบวกและระดับเชิงลบเพื่อวัดระดับของทัศนคติผู้ให้ข้อมูลอีกด้วย โดยเครื่องมือเพื่อวัดระดับทัศนคตินี้พัฒนามาจากวรรณกรรมของ Qin et al. (2019); Howard and Gengler (2001); Silvera and Audtad (2004); Gwiner and Swanson (2003) และ Spears and Singh (2004) ซึ่งเป็นข้อคำถามที่เกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์ (Product Attitude)

3. ตัวแปรความตั้งใจซื้อ พัฒนามาจากแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการการตัดสินใจซื้อของ Kotler and Kellers (2012) และศึกษาลักษณะเครื่องมือวัดระดับความตั้งใจซื้อจากวรรณกรรมต่าง ๆ ที่ศึกษาเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อทำให้ได้ข้อคำถามเพื่อการวัดระดับความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค อาทิ Salisbury et al. (2001); Lee et al. (2019); Pelet et al. (2020) และ Suryaningsih (2020) ทำให้ได้ข้อคำถามที่สามารถนำมาสร้างเป็นเครื่องมือวัด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาจากประชากรที่เป็นผู้เล่นเกมซึ่งเป็นคนไทย เนื่องจากผลิตภัณฑ์เกมในปัจจุบันไม่ได้ยึดติดการขายผ่านร้านตัวแทนจัดจำหน่ายดังเช่นในสมัยก่อนหน้าอีกต่อไป ในปัจจุบันได้มีการนำเอาระบบอินเทอร์เน็ตมาใช้งานสร้างเป็นพื้นที่ให้บริการของบริษัทตัวแทนจำหน่ายเกมเพื่อจำหน่ายออนไลน์ในรูปแบบการดาวน์โหลดผ่านระบบ โดยผู้วิจัยได้กำหนดคุณลักษณะของตัวอย่างอันเป็นตัวแทนประชากร ที่จะมาตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นและเก็บข้อมูลผ่านเครือข่ายทางสังคมออนไลน์ที่มีการรวมตัวของกลุ่มเป้าหมายสอดคล้องกับคุณสมบัติประชากรที่ผู้วิจัยจะศึกษา เมื่อดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามเสร็จเรียบร้อยแล้วก็ทำการตรวจสอบความครบถ้วนและสมบูรณ์ของข้อมูล จากนั้นทำการคัดเลือกข้อมูลที่สามารถใช้ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

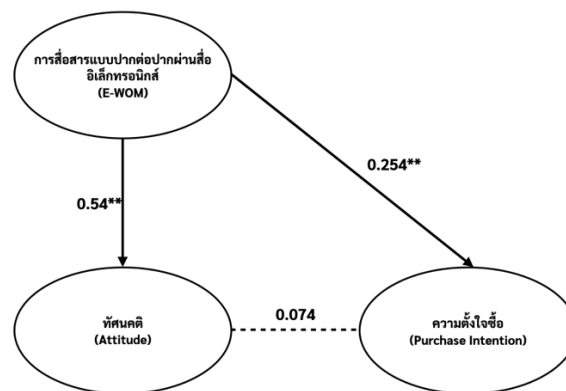
ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้หลักการทางสถิติทั้งสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) และสถิติเชิงอนุมานหรือสถิติเชิงอ้างอิง (Inferential Statistic) เพื่อประมวลผลข้อมูลที่ได้จากการวิจัย โดยการวิเคราะห์นี้ครอบคลุมถึงการวิเคราะห์ความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ความแปรปรวน และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นอกจากนี้ยังมีการนำเทคนิคการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างผ่านตัวแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) มาใช้เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พร้อมกับการทดสอบสมมติฐาน (Hypotheses Testing) และวิเคราะห์หาเส้นทางความสัมพันธ์ (Path Analysis) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการดำเนินการ ในการตรวจสอบคุณภาพของข้อมูล ผู้วิจัยได้ตรวจหาค่าผิดปกติ (Outlier) ตามหลักการของ Tabachnick and Fidell (2007) เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลมีความสมบูรณ์และพร้อมสำหรับการวิเคราะห์ นอกจากนี้ SEM ยังถูกใช้เป็นเครื่องมือในการยืนยัน ทดสอบ และประมาณค่าความสัมพันธ์เชิงสาเหตุหลายตัวแปรพร้อมกัน ซึ่งเป็นข้อดีที่ไม่จำเป็นต้องวิเคราะห์แยกแต่ละสมการเหมือนการวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) (Hair et al., 2010) ในการวิเคราะห์เชิงโครงสร้าง ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบความเหมาะสมของขนาดตัวอย่างและความสัมพันธ์เชิงเส้นระหว่างตัวแปร โดยพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแต่ละคู่ ทั้งนี้การวิเคราะห์ได้ดำเนินการในสองระดับ ได้แก่ โมเดลการวัด (Measurement Model) และโมเดลโครงสร้าง (Structural Model) ซึ่งโมเดลการวัดใช้การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้หลายตัวในงานวิจัย นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้ทดสอบความเที่ยงตรงของตัวแบบและตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยใช้เกณฑ์มาตรฐานที่สรุปจากการทบทวนวรรณกรรมของ Hair และคณะ (1998) เพื่อให้มั่นใจในความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของการวิเคราะห์

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Loading) ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์เพื่อพิจารณาเกี่ยวกับตัวแปรสังเกตได้ซึ่งแต่เดิมนั้นมีอยู่จำนวน 27 ตัวแปร แต่หลังจากดำเนินการตรวจสอบค่าน้ำหนักปัจจัยพบว่า มีตัวแปรสังเกตได้ที่มีค่าน้ำหนักปัจจัยต่ำกว่า 0.7 ซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์ (Chin et. al., 1997; Hair et. al., 2006) ผู้วิจัยจึงทำการตัดตัวแปรสังเกต

ได้เหล่านั้นนอกจากตัวแบบสมการโครงสร้างทำให้เหลือข้อคำถาม 13 ข้อที่มีค่าน้ำหนักปัจจัยสูงกว่าเกณฑ์จึงถูกนำมาใช้ในการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างต่อไป นอกจากนี้ผู้วิจัยยังทำการวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นด้วยการคำนวณค่าความเชื่อมั่นรวมของตัวแปรแฝง (Composite Reliability: C.R.) สำหรับในทุก ๆ ตัวแปร โดยผลที่ได้พบว่า การสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (EWOM) มีค่า C.R. เท่ากับ 0.816 และมีค่า AVE เท่ากับ 0.512 ทศนคติ (AT) มีค่า C.R. เท่ากับ 0.802 และมีค่า AVE เท่ากับ 0.600 ความตั้งใจซื้อ มีค่า C.R. เท่ากับ 0.936 และมีค่า AVE เท่ากับ 0.610 จากผลการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลซึ่งได้แก่ ข้อคำถามในแบบสอบถามพบว่าค่า Composite Reliability อยู่ในช่วง 0.802 ถึง 0.936 ซึ่งถือว่าเป็นระดับที่ยอมรับได้ตามเกณฑ์การตรวจสอบความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) ของเครื่องมือ (Cronbach, 1951) นอกจากนี้ได้ทำการตรวจสอบค่าความเที่ยงตรงเชิงเสมือน (Convergent Validity) โดยการคำนวณค่าความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ย (Average Variance Extracted) หรือ AVE แสดงให้เห็นว่าค่า AVE ของแต่ละตัวแปรแฝงนั้นอยู่ในช่วง 0.512 ถึง 0.610 ซึ่งทุกตัวมีค่าสูงกว่า 0.50 ตามเกณฑ์ซึ่งแสดงให้เห็นความแม่นยำในการวัดตัวแปรที่เพียงพอเหมาะสม (Fornell and Larcker, 1981)

การวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบสมการโครงสร้างที่สร้างขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ซึ่งได้ผลการทดสอบค่าความกลมกลืนดังต่อไปนี้ CMIN/DF เท่ากับ 2.329, GFI เท่ากับ 0.904, NFI เท่ากับ 0.901, RFI เท่ากับ 0.915, IFI เท่ากับ 0.919, TLI เท่ากับ 0.940, CFI เท่ากับ 0.928 และ RMSEA เท่ากับ 0.067 ซึ่งพบว่าตัวแบบสมการโครงสร้างที่สร้างขึ้นนั้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ตามเกณฑ์ (Loo and Thorpe, 2000; Cheng, Shih-I, 2011; Hu and Bentler, 1999; Hair et. al., 1998) ทำให้ได้ตัวแบบสมการโครงสร้างที่ปรับปรุงสมบูรณ์แล้วมาสร้างเป็นแบบจำลองได้ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 แสดงแบบจำลองตามกรอบงานวิจัย

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 “การสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลเชิงบวกกับทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์วิดีโอเกมที่เจอบนความจริงแท้ของผู้บริโภคในประเทศไทย” ผลการทดสอบพบว่ายอมรับสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 มีค่า p-value เท่ากับ 0.001 โดยมีค่าน้ำหนักปัจจัยเท่ากับ 0.540 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 “การสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลเชิงบวกกับความตั้งใจซื้อที่มีต่อผลิตภัณฑ์วิดีโอเกมที่เจอบนความจริงแท้ของผู้บริโภคในประเทศไทย” ผลการทดสอบพบว่ายอมรับสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ

ทางสถิติ 0.05 มีค่า p-value เท่ากับ 0.001 โดยมีค่าน้ำหนักปัจจัยเท่ากับ 0.259 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 “ทัศนคติมีอิทธิพลเชิงบวกกับความตั้งใจซื้อที่มีต่อผลิตภัณฑ์วีดีโอเกมที่เจอบนความจริงแท้ของผู้บริโภคในประเทศไทย” ผลการทดสอบพบว่าปฏิเสธสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 มีค่า p-value เท่ากับ 0.289 โดยค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของผลการทดสอบสมมติฐานแสดงได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานทางสถิติและค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐาน	C.R.	p-value	ผลการทดสอบ
E-WOM → Attitude	8.699	0.001**	Accepted
E-WOM → Purchase Intention	3.458	0.001**	Accepted
Attitude → Purchase Intention	1.049	0.289	Rejected

สำหรับผลการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพล (Path Analysis) ทั้งอิทธิพลทางตรง (Direct Effect) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) และอิทธิพลโดยรวม (Total Effect) พบว่าตัวแปรการสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางตรงกับทัศนคติโดยมีน้ำหนักปัจจัยเท่ากับ 0.541 ไม่มีอิทธิพลทางอ้อม อิทธิพลโดยรวมคือ 0.541 ตัวแปรทัศนคติมีอิทธิพลทางตรงกับความตั้งใจซื้อโดยมีน้ำหนักปัจจัยเท่ากับ 0.076 (ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ) ไม่มีอิทธิพลทางอ้อม อิทธิพลโดยรวมคือ 0.076 ตัวแปรความคิดเห็นผู้บริโภคมีอิทธิพลทางตรงกับความตั้งใจซื้อโดยมีค่าน้ำหนักปัจจัยเท่ากับ 0.258 และมีอิทธิพลทางอ้อมกับความตั้งใจซื้อโดยมีค่าน้ำหนักปัจจัยเท่ากับ 0.041 อิทธิพลโดยรวมคือ 0.299 ซึ่งนำเสนอได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพล (Path Analysis)

Path Analysis	Direct Effect	Indirect Effect	Total Effect
E-WOM → Attitude	0.540	-	0.540
Attitude → Purchase Intention	0.074	-	0.074
E-WOM → Purchase Intention	0.259	0.039	0.298

อภิปรายผล

ผลการวิจัยจากการศึกษาวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่าตัวแบบสมการโครงสร้างที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมนั้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี และจากผลการทดสอบสมมติฐานผู้วิจัยสามารถสรุปได้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 1 สรุปได้ว่าตัวแปรการสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลเชิงบวกกับทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์วีดีโอเกมที่เจอบนความจริงแท้ของผู้บริโภคในประเทศไทยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าหากผู้บริโภคได้รับข้อมูลผ่านการสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์สูง

แล้วพบเจอผลิตภัณฑ์วิดีโอเกมใด ๆ ในระดับที่เรียกว่ามีความจริงแท้ผู้บริโภคก็จะเกิดทัศนคติเชิงบวกต่อผลิตภัณฑ์เกมนั้น ๆ ผลการทดสอบสมมติฐานนี้มีความสอดคล้องกับงานของ Erfan Severi (2014) และ Elseidi (2016)

ผู้พัฒนาและผู้จัดจำหน่ายวิดีโอเกมสามารถใช้ผลการวิจัยนี้เพื่อพัฒนาแนวทางการตลาดที่เน้นการสร้างชุมชนออนไลน์ของผู้เล่น โดยสนับสนุนให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการรีวิวและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของตนบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย ไม่ว่าจะเป็น Facebook, Twitter, หรือ Reddit รวมถึงเว็บไซต์เฉพาะทางเกี่ยวกับเกม ซึ่งสามารถกระตุ้นการสื่อสารแบบปากต่อปากที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติระหว่างผู้ใช้จริง การสร้างพื้นที่ให้ผู้บริโภคมีปฏิสัมพันธ์กันผ่านฟอรัมต่าง ๆ ในแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น ฟอรัมการพูดคุย รีวิวเกม หรือการสตรีมสด (Live Streaming) ยังช่วยเสริมสร้างความรู้สึกร่วมเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน (Community Engagement) ซึ่งมีผลกระทบเชิงบวกต่อทัศนคติของผู้บริโภคต่อเกมนั้น ๆ ได้โดยตรง

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 2 สรุปได้ว่าตัวแปรการสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลเชิงบวกกับความตั้งใจซื้อที่มีต่อผลิตภัณฑ์วิดีโอเกมที่เกี่ยวข้องกับความจริงแท้ของผู้บริโภคในประเทศไทยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าหากผู้บริโภคมีได้รับข้อมูลผ่านการสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์สูงแล้วพบเจอผลิตภัณฑ์วิดีโอเกมใด ๆ ในระดับที่เรียกว่ามีความจริงแท้ผู้บริโภคก็จะเกิดความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เกมนั้น ๆ สอดคล้องกับวรรณกรรมของ Sa'ait et.al. (2016)

ผู้พัฒนาและผู้จัดจำหน่ายเกมสามารถใช้กลยุทธ์ Influencer Marketing ซึ่งเป็นการให้ผู้มีอิทธิพลในวงการเกม เช่น สตรีมเมอร์ นักแคสต์เกม หรือบล็อกเกอร์ รีวิวหรือแนะนำผลิตภัณฑ์เกมในเชิงบวก การรีวิวเหล่านี้สามารถช่วยเสริมสร้างความรู้สึกร่วมและความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเน้นไปที่การแสดงความจริงแท้ของเกม ไม่ว่าจะเป็นด้านกราฟิก คุณภาพการเล่น หรือความสนุกสนานที่ผู้เล่นจะได้รับ สิ่งเหล่านี้ช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของเกมในสายตาผู้บริโภค นำไปสู่การเพิ่มความตั้งใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ การสร้างชุมชนออนไลน์ที่เปิดโอกาสให้ผู้เล่นได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์การเล่นเกมนั้นก็เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่สำคัญ ชุมชนเหล่านี้สามารถช่วยกระตุ้นการสื่อสารปากต่อปากแบบอิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเสริมสร้างความรู้สึกร่วมกับตัวผลิตภัณฑ์เกมได้ดี ผู้จัดจำหน่ายควรให้ความสำคัญกับการตอบสนองต่อความคิดเห็นของผู้เล่นทั้งเชิงบวกและเชิงลบอย่างรวดเร็วและโปร่งใส เพื่อแสดงถึงความเอาใจใส่และความมุ่งมั่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ สิ่งนี้สามารถช่วยสร้างความไว้วางใจและความจงรักภักดีต่อแบรนด์ได้ในระยะยาว

ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า การสร้างกลยุทธ์เชิงรุกในการกระตุ้นให้เกิดการรีวิวและแชร์ประสบการณ์เชิงบวกผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ นอกจากนี้ผู้ประกอบการธุรกิจการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกมนั้นควรให้การร่วมมือกับสตรีมเมอร์ นักแคสต์เกม หรือผู้มีอิทธิพลในวงการเกม เพื่อสร้างรีวิวและเนื้อหาที่น่าสนใจคุณค่าของเกมและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคทั้งยังควรควรมีการสร้างชุมชนผู้เล่นออนไลน์ที่สนับสนุนการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์การเล่น ซึ่งช่วยเสริมสร้างการสื่อสารแบบปากต่อปากอย่างต่อเนื่อง

ข้อจำกัดในการวิจัย

การวิจัยนี้ทำการศึกษาเพียงประเภทของสินค้าผลิตภัณฑ์เกมในบริบทโดยภาพรวมแต่ไม่ได้แยกศึกษาตามประเภทของผลิตภัณฑ์เกม จึงควรศึกษาเพิ่มเติมโดยจำแนกตามประเภทเกมเพื่อความแม่นยำของการพยากรณ์ของตัวแบบจำลองที่พัฒนาขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- Nathaporn P. (2006). *The impact of word-of-mouth marketing strategies on the success of accounting firms in Bangkok*. Thesis of the Degree of Master Program in Accounting. Maha Sarakham: Graduate School, Mahasarakham University.
- Digital Economy Promotion Agency (DEPA). (2021). *Survey and evaluation project on the status of the digital content industry for the year 2017 and forecast for 2018–2019* [Online]. Retrieved January 15, 2021, from <https://www.depa.or.th/th/home>
- Barnes, S. J., and Mattsson, J. (2011). Exploring the Fit of Real Brands in the Second Life Virtual World. *Journal of Marketing Management*, 27(9-10), 934-958.
- Boerman, S. C., Willemsen, L. M., and Van Der Aa, E. P. (2017). “This post is sponsored” effects of sponsorship disclosure on persuasion knowledge and electronic word of mouth in the context of Facebook. *Journal of Interactive Marketing*, 38(1), 82-92.
- Borowy, M. (2013). Pioneering eSport: the experience economy and the marketing of early 1980s arcade gaming contests. *International Journal of Communication*, 7, 21.
- Bleize, D. N. M. and Antheunis, M. L. (2019). Factors Influencing Purchase Intent in Virtual Worlds: a review of the literature. *Journal of Marketing Communications*, 25(4), 403-420.
- Cheng, S. (2011). *Comparisons of Competing Models between Attitudinal Loyalty and Behavioral Loyalty*.
- Chin, W. W., Gopal, A., and Salisbury, W. D. (1997). Advancing the theory of adaptive structuration: The development of a scale to measure faithfulness of appropriation. *Information systems research*, 8(4), 342-367.
- Digital Virgo. (2020). Making the Most of Mobile Payment with Alternative Payment Methods [Online]. Retrieved from: <https://www.digitalvirgo.com/>, November, 12, 2020.
- Elseidi, R. I., and El-Baz, D. (2016). Electronic word of mouth effects on consumers' brand attitudes, brand image and purchase intention: an empirical study in Egypt. *The Business and Management Review*, 7(5), 268.
- Essokolo, V. B. and E. Robinot. (2022). Let’s Go Deep into the Game to Save Our Planer! How an Immersive and Educational Video Game Reduces Psychological Distance and Raises Awareness. *Sustainability*, 14(10): 5774.

- Fernandez-Ferrin, P., B. Bande, M. M. Galan-Ladero, D. Martin-Consuegra, and S. Castro-Gonzalez. (2019). Geographical Indication Food Products and Ethnocentric Tendencies: The Importance of Proximity, Tradition, and Ethnicity. *Journal of Cleaner Product*, 241, 118210.
- Fornell, C., and Larcker, D. F. (1981). Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error: Algebra and Statistics. *Journal of Marketing Research*, 18, 382-388.
- Good, I. J. (1959). Kinds of Probability: Although there are at least five kinds of probability, we can get along with just one kind. *Science*, 129(3347), 443-447.
- Gwinner, K., and Swanson, S. R. (2003). A model of fan identification: Antecedents and sponsorship outcomes. *Journal of services marketing*, 17(3), 275-294.
- Han, C. M. and H. Nam. (2019). How Inter-Country Similarities Moderate the Effects of Consumer Ethnocentrism and Cosmopolitanism in Out-group Country Perceptions. *International Marketing Review*, 37(1), 130-155.
- Handrich, F., Heidenreich, S., and Kraemer, T. (2022). Innovate or game over? Examining effects of product innovativeness on video game success. *Electronic Markets*, 32(2), 987-1002.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R. and Tatham, R. (2006). *Multivariate Data Analysis*. 6th ed. Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River.
- Hair Jr., J. F. et al. (1998). *Multivariate Data Analysis with Readings*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Hair, J., W. C. Black, B. J. Babin, and R. E. Anderson. 2010. *Multivariate data analysis*. 7th ed. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Educational International.
- Hilvert-Bruce, Z., Neill, J. T., Sjöblom, M., and Hamari, J. (2018). Social motivations of live-streaming viewer engagement on Twitch. *Computers in Human Behavior*, 84, 58-67.
- Ho, C. H., and Wu, T. Y. (2012). Factors affecting intent to purchase virtual goods in online games. *Int. J. Electron. Bus. Manag.*, 10(3), 204-212.
- Howard, D. J., and Gengler, C. (2001). Emotional contagion effects on product attitudes. *Journal of Consumer research*, 28(2), 189-201.
- Hu, L. T., and Bentler, P. M. (1999). *Cutoff Criteria for Fit Indexes* in Covariance Structure Analysis: Conventional Criteria versus New Alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6, 1-55.
- Hutchins, B. (2008). Signs of meta-change in second modernity: the growth of e-sport and the World Cyber Games. *New Media and Society*, 10(6), 851-869.
- Jin, S. A. A. (2010). Does imposing a goal always improve exercise intentions in avatar-based exergames? The moderating role of interdependent self-construal on exercise intentions and self-presence. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(3), 335-339.
- Kiriri, P. N. (2019). Consumer Ethnocentrism and Attitudes towards Local Products: A Case of Kenyan Consumers. *The University Journal*, 1(3), 1-18.

- Kotler, P. and K. Keller. (2009). *Marketing Management*. 12th ed. Prentice Hall: Upper Saddle River.
- Khuong, M. N., and Chau, N. T. K. (2017). The Effect of Event Sponsorship on Customer's Brand Awareness and Purchase Intention-A Case Study of Toyota Vietnam. *Rev. Eur. Stud.*, 9, 148.
- Lokhman, N., Karashchuk, O., and Kornilova, O., (2018). Analysis of Esports as a Commercial Activity. *Problems and Perspectives in Management*, 16(1), 207-213.
- Loo, R., and Thorpe, K. (2000). Confirmatory factor analyses of the full and short versions of the Marlowe–Crowne Social Desirability Scale. *The Journal of Social Psychology*, 140(5), 628–635.
- Makanyeza, C. and F. du Toit. (2017). Consumer Ethnocentrism in Developing Countries: Application of A Model in Zimbabwe. *Acta Commercii*, 17(1), a481.
- Mochocki, M. (2021). Heritage Sites and Video Games: Questions of Authenticity and Immersion. *Game and Culture*, 16(8), 951-977.
- Poyry, E., M. Pelkonen, E. Naumanen, and S. Laaksonen. (2019). “A Call for Authenticity: Audience Response to Social Media Influencer Endorsements in Strategic Communication.” *International Journal of Strategic Communication*, 13(4), 336-351.
- Qin, Z., Song, Y., and Tian, Y. (2019). The impact of product design with Traditional Cultural Properties (TCPs) on consumer behavior through cultural perceptions: Evidence from the young Chinese generation. *Sustainability*, 11(2), 426.
- Quandt, T., J. V. Looy, J. Vogelgesang, M. Elson, J. D. Ivory, M. Consalvo, and F. Mayra. 2015. “Digital Games Research: A Survey Study on an Emerging Field and Its Prevalent”. *Journal of Communication*, 65(6), 975-996.
- Rambocas, M. and J. M. Mahabir. 2021. The Effects of Consumers’ Cultural Sensitivity, Ethnocentrism and Demographical Characteristics on Attitude Toward Luxury Fashion Brands in Trinidad and Tobago. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 25(4), 644-664.
- Roig, A., G. S. Conelio, E. Ardevo, P. Alsina, and R. Pages. (2009). Videogame as Media Practice An Exploration of the Intersections Between Play and Audiovisual Culture. *The International Journal of Research into New Media Technologies*, 15(1), 19-103.
- Rosell Llorens, M. (2017). eSport gaming: the rise of a new sports practice. *Sport, Ethics and Philosophy*, 11(4), 464-476.
- Sa’ait, N., Kanyan, A., and Nazrin, M. F. (2016). The effect of e-WOM on customer purchase intention. *International Academic Research Journal of Social Science*, 2(1), 73-80.
- Severi, E., Ling, K. C., and Nasermoadeli, A. (2014). The impacts of electronic word of mouth on brand equity in the context of social media. *International Journal of Business and Management*, 9(8), 84-96.

- Silvera, D. H., and Austad, B. (2004). Factors predicting the effectiveness of celebrity endorsement advertisements. *European Journal of Marketing*, 38(11/12), 1509-1526.
- Spears, Nancy and Singh, Surendra. (2004). Measuring Attitude Toward the Brand and Purchase Intentions. *Journal of Current Issues and Research in Advertising*, 26, 53-66. 10.1080/10641734.2004.10505164.
- Thomas, T., N. Singh, and K. G. Ambady. (2019). Effect of Ethnocentrism and Attitude Towards Foreign Brands in Purchase Decision. *Vision*, 24(3), 320-329.
- Wilkins, S., M. M. Butt, F. Shams, and A. Perez. (2019). The Acceptance of Halal Food in Non-Muslim Countries. *Journal of Islamic Marketing*, 10(4), 1308-1331.
- Kim, J. H., Song, H., and Youn, H. (2020). The chain of effects from authenticity cues to purchase intention: The role of emotions and restaurant image. *International Journal of Hospitality Management*, 85, 102354.
- Lee, C., M. Ahmad, J. F. Petrick., Y. Park, E. Park, and C. Kang. (2019). The Roles of Cultural Worldview and Authenticity in Tourists' Decision-making Process in a Heritage Tourism Destination Using a Model of Goal-directed Behavior. *The Journal of Destination Marketing and Management*, 18, 1-12.
- Lee, D., and Schoenstedt, L. J. (2011). Comparison of eSports and traditional sports consumption motives. *ICHPER-SD Journal of Research*, 6(2), 39-44.
- López, M., and Sicilia, M. (2014). Determinants of E-WOM Influence: The role of consumers' internet experience. *Journal of theoretical and applied electronic commerce research*, 9(1), 28-43.
- Oh, H., P. H. M. Prado, J. C. Korelo, and F. Frizzo. 2018. The Effect of Brand Authenticity on Consumer-brand Relationships. *Journal of Product and Brand Management*, 28(2), 231-241.
- Pelet, J., E. Lick, and F. Durrieu. (2020). Label Design of Wines Sold Online: Effects of Perceived on Purchase Intentions. *Journal of Retailing and Consumer Service*, 55, 102087.
- Rogers, R. W., Deckner, C. W., and Mewborn, C. R. (1978). An expectancy-value theory approach to the long-term modification of smoking behavior. *Journal of Clinical Psychology*, 34(2), 562-566.
- Rosenberg, M. J., Hovland, C. I., McGuire, W. J., Abelson, R. P., and Brehm, J. W. (1960). *Attitude organization and change: An analysis of consistency among attitude components*. (Yales studies in attitude and communication.), Vol. III.
- Salisbury, W. D., Pearson, R. A., Pearson, A. W., and Miller, D. W. (2001). Perceived security and World Wide Web purchase intention. *Industrial Management and Data Systems*, 101(4), 165-177.
- Suryaningsih, N. P. R., and Sudirman, I. M. S. N. (2020). The influence of credit risk, liquidity risk, and operational risk on profitability in rural banks in Bali Province. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 4(3), 258-265.

- Um, N. 2021. “Antecedents and Consequences of Attitude toward Femvertising.” *The Journal of Korea Contents Association*, 21(1), 66-74.
- Weinstein, A. M. (2010). Computer and video game addiction—a comparison between game users and non-game users. *The American journal of drug and alcohol abuse*, 36(5), 268-276.
- Wu, B., Shen, Q., and Cao, X. (2018). Event-triggered attitude control of spacecraft. *Advances in Space Research*, 61(3), 927-934.
- Wu, S. and C. Lo. (2009). “The Influence of Core -brand Attitude and Consumer Perception on Purchase Intention towards Extended Product.” *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 21(1), 174-194.
- Yang, F. X. (2017). Effects of Restaurant Satisfaction and Knowledge Sharing Motivation on eWOM Intentions: The Moderating Role of Technology Acceptance Factors. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 41(1), 93-127.

A Model of Technology Integration for Teaching for University Instructors in Guangxi, China

Yang Liu^{1,*}, Poonpilas Asavisanu²

¹ Guangxi University of Science and Technology, China

² Graduate School of Human Sciences, Assumption University, Thailand

Received: 25 July 2024

Revised: 28 August 2024

Accepted: 7 October 2024

ABSTRACT

This study developed a model to enhance technology integration for university instructors in Guangxi, China. The objectives of the study were: 1. To determine the factors that influence the development of technology integration for teaching for instructors, 2. To identify the current level of technology integration for teaching for university instructors in Guangxi, China, 3. To find the significant demographic characteristics and influencing factors that influence technology integration for teaching for university instructors in Guangxi, China, 4. To develop a model to enhance technology integration for teaching for university instructors in Guangxi, China. This study used mixed-methods explanatory research. The sample was 618 instructors from five universities in Guangxi. Findings were instructors mostly used technology for Substitution and Augmentation purposes ($M = 3.81$, $SD = 0.92$; and $M = 3.79$, $SD = 1.07$), and use at the Modification and Redefinition level was moderate to low ($M = 3.04$, $SD = 0.72$; $M = 2.15$, $SD = 0.95$). Academic discipline was correlated with technology integration. The significant factors influencing technology integration for teaching included performance expectancy, social influence, facilitating conditions, and effort expectancy in that order. The estimated regression equation was $\text{Use Behavior} = -0.296 + 0.310 * \text{Performance Expectancy} + 0.213 * \text{Effort Expectancy} + 0.269 * \text{Social Influence} + 0.233 * \text{Facilitating Conditions}$. The developed model can assist administrators to encourage more technology use by focusing on the significant factors.

Keywords: Technology Integration, Teaching, University Instructors

* Corresponding Author; E-mail: ly1211@vip.qq.com

Introduction

Information and communications technology (ICT) has significantly influenced the transformation of the traditional concept of education (Liu, 2022). Information technology has been increasingly integrated into daily teaching practices in recent years. This highlights the need for deep integration between information technology and curriculum during classroom instruction. Information technology should permeate seamlessly throughout these activities so that instructors can integrate it as naturally as using chalk and a blackboard (Harrell & Bynum, 2018; Xu and Chen, 2016). Instructors have an increasingly critical relationship with technology integration in the curriculum (Rosanda and Starcic, 2019). Therefore, instructors should comprehensively understand how to efficiently integrate information technology into their teaching (Zandvliet and Straker, 2001).

As social development, educational policies, cultural backgrounds, and technological environments vary from country to country and region to region, the level of technology integration among instructors may vary. This leads to differences in how instructors apply technology in teaching (Ashrafzadeh and Sayadian, 2015). Therefore, strengthening technology integration for teaching instructors often requires interaction with institutional, personal factors, and many other factors (Ekizoglu et al., 2010; Chen, 2007; Niederhauser and Stoddart, 2001). The development of information technology has made technology integration a critical driving force in promoting instructors' professional development (Ruggiero and Mong, 2015), and also made the research on instructors' technology integration an essential topic in studying how to encourage instructors' professional development, which has gradually triggered extensive discussions in the academic community (Zhu and Li, 2023; Takaoka et al., 2021).

However, there is a lack of research on the development and the current state of technology integration for university instructors in the context of Chinese universities (Wu, 2022; Li and Liu, 2020). Although university instructors around the world have begun to recognise the importance of technology integration, university instructors in Guangxi, China, still face a number of challenges in their current educational and pedagogical practices. First, many university instructors in Guangxi, China, struggle to fully understand the significance of technology integration and often lack a deep understanding of how technology can solve pedagogical problems, which leads to a lack of attention to the use of technology to help in instructional design, classroom instruction, and teaching assessment (Nong and Weng, 2023). Second, many university instructors in Guangxi, China, face difficulties in effectively integrating technology into their teaching, and many still find it challenging to master and integrate these technologies into their teaching practices due to the complexity and diversity of these technologies (Luo, 2022). Thirdly, many university instructors in Guangxi, China have failed to prioritize the development of this competency or acquire sufficient knowledge, and although they recognize the importance of integrating technology into their role as educators, they

lack effective strategies to help improve their integration of technology into teaching (Liang et al., 2022).

Therefore, research needs to identify the factors and methods that influence the improvement of technology integration in teaching for instructors in higher education (Palmore, 2011; Ekizoglu et al., 2010; Chen, 2007; Liu et al., 2004; Niederhauser and Stoddart, 2001). Hence, researchers should develop appropriate models to enhance technology integration for teaching instructors according to the realities of different regions (Sullivan et al., 2018; Yilmazel-Sahin and Oxford, 2010; Dexter et al., 2006). Based on UTAUT, SAMR model and professional development theory, this study developed a model to enhance technology integration for teaching university instructors in Guangxi, China

Research Objective

1. To determine the factors that influence the development of technology integration for teaching for instructors.
2. To identify the current level of technology integration for teaching for university instructors in Guangxi, China.
3. To find the significant demographic characteristics and influencing factors that influence technology integration for teaching for university instructors in Guangxi, China.
4. To develop a model to enhance technology integration for teaching for university instructors in Guangxi, China.

Literature Review

Theoretical Framework

Three theories were used as the framework for this study, the Unified Theory of Technology Acceptance and Use (UTAUT, Venkatesh et al., 2003), SAMR model (Puentedura, 2006), and Professional Development Theory (Guskey, 2000). UTAUT was first introduced by Venkatesh and his colleagues in 2003 and combined the elements of previous theories used to explain technology adoption behavior. UTAUT has been widely used and validated in many studies and is considered a valuable framework for understanding technology acceptance. According to UTAUT, four variables: Performance Expectancy (PE), Effort Expectancy (EE), Social Influence (SI), and Facilitating Conditions (FC) influence intention and behaviour to use technology. There are also different intention and behaviour to use technology for different people's gender, age, experience, and voluntariness of use. Performance Expectancy is an attitude or belief about the effectiveness of technology in helping them complete their job or improve their outcomes. Effort expectancy measures the ease with which individuals expect to use technology. Social influence assesses the importance individuals

place on the opinions of those close to them, such as family, friends, and colleagues, regarding their use of technology. Conditions of facilitation evaluate a person's belief in whether their organization has the necessary technical infrastructure and support for effective utilization of technology.

The SAMR model was developed by Puentedura in 2006. It is a model that classifies four levels of technology integration. The acronym SAMR stands for Substitution, Augmentation, Modification, and Redefinition. This model provides instructors with a series of criteria to help them improve their level of technology integration. Instructors can use appropriate technology based on their understanding to improve their teaching achievement. The SAMR model is represented as a conductor and provides a four-level approach for selecting, using, and evaluating technology in education. Its purpose is to describe and categorize how instructors use technology in the curriculum. Overall, the SAMR model is a practical guide for instructors who want to effectively integrate technology instruments into the curriculum. By following this framework's guidelines, instructors can make meaningful changes that benefit themselves and their students' educational experiences. Technology is used as a straightforward substitution for traditional instruction or instruments at the Substitution level without significantly changing functionality. An application might use a computer program to type a document instead of handwriting. Technology has substituted the traditional method, but the task and outcome are the same. The Augmentation level is where technology is still like a substitute, but there are some functional improvements. An example of this would be the word processing software that can replace writing by hand but also has new features like spelling check or grammar check. The technology is seen to add value to the writing process. The Modification level is where technology has allowed the task to be redesigned. An example of this would be the substitution of in-class or in-person group work for collaboration via online methods using various software. The software could allow for real-time online collaboration and feedback and editing from students and instructors. The Redefinition Level is considered the most transformative level, where technology has made it possible to create new ways of teaching and learning. An example would be virtual reality tools, where students can experience firsthand through computer-generated images or environments and immerse themselves in historical events, environments, or medical procedures. The new technology is seen to go beyond traditional learning methods to provide new ways of learning.

Professional Development Theory was developed by Guskey in 2000 in order to properly evaluate the complex process of teacher professional development and is divided into five key levels: Participants' Reactions, Participants' Learning, Organization Support and Change, Participants' Use of New Knowledge and Skills, Student Learning Outcomes. *Participants' Reactions* is related to the content, processes, and scenarios of instructors' professional development. *Participants' Learning* is related to whether the professional development activities brought about changes in the

instructors' knowledge, skills, and attitudes or beliefs. *Organization Support and Change* is related to the extent of organizational support and change in the instructors' professional development activities. *Participants' Use of New Knowledge and Skills* is related to whether or not the new knowledge and skills learned in the professional development activities have been applied by the instructors in their practice or have resulted in a change in their professional behavior or activities, and how they have been applied or how they have changed their professional behavior or activities. *Student Learning Outcomes* focuses on the specific impact on students as a result of the instructors' behavioral change, i.e. whether the professional development activity has benefited the students in some way, whether it has improved their performance, whether it has changed their behavior, and whether it has induced a change in their attitudes or perceptions.

Technology Use in Higher Education in China

Technology use in higher education in China started later than in Western developed countries (Shi, 2017). Since the early 1990s, technology began to be applied in higher education on a large scale. Many universities actively introduced multimedia technology, voice classrooms, distance education, virtual classrooms, and other advanced means. However, due to the university's other supporting facilities, traditional teaching concepts, instructors' teaching methods, and other problems, the theory and practice of technology have yet to be scientifically combined in the application (Guo, 2009). However, due to other supporting facilities in universities, traditional teaching concepts, instructors' teaching methods, and other problems, the theory and practice of technology have yet to be scientifically combined in application. The Chinese government has emphasized these problems. Solutions have been proposed at the national policy level, such as reasonable application of technology to reform the teaching, adjust the structure, and change the concept so that technology use in higher education in China can catch up with the world's advanced level as soon as possible (Yuan and Zheng, 2023; Shi, 2017).

China has made significant strides in developing and implementing ICT in Education since the 1990s. This progress is a result of major projects, policy measures, and the Ministry of Education's issuing the 2010 Outline of the National Medium- and Long-Term Educational Reform and Development Plan (2010-2020). The plan sets ambitious goals for education modernization, fostering a learning society, and positioning China among the leading countries in terms of human resources by 2020. For the first time, the national education development plan has incorporated the goal of accelerating ICT in education. This includes speeding up the construction of ICT infrastructure, promoting the development and use of high-quality educational resources, integrating information technology into teaching to enhance learning outcomes, and establishing a national education management information system. The plan sets out specific tasks and requirements for China's ICT in education construction, such as improving infrastructure, expanding access to quality educational

resources, leveraging technology for better teaching methods, and fostering active and independent learning. Additionally, it emphasizes the need for a comprehensive national education management information system (Ministry of Education of the People's Republic of China, 2010).

In 2012, China's Ministry of Education released the first national strategic plan for ICT in Education: "ICT in Education Ten-Year Development Plan (2011-2020)". This plan aims to establish an ICT in an education system that will align with the national development goals by 2020. It also strives for ICT in Education to reach an advanced international level and fully realize its role in supporting education reform and development. The plan outlines specific objectives for constructing learning environments, integrating information technology and education, and managing ICT in education. Additionally, it provides a framework for implementing these tasks within higher education. It deploys development tasks for the management of ICT in education, the construction of the public environment, the construction of instructors, the construction of mechanisms and other special construction contents, and deploys and arranges the organization and leadership, policies and regulations, technical services and financial inputs to ensure the smooth implementation of the development tasks and the project works. The organization and leadership, policies and regulations, technical services, and financial inputs are also deployed and arranged (Ministry of Education of the People's Republic of China, 2012).

Research Framework

This study explores the level of instructional use of technology, factors affecting technology integration behavior, and demographic characteristics of teachers in Guangxi, China, to develop a model to enhance technology integration for teaching for university instructors in Guangxi, China. This study is based on the UTAUT (Venkatesh et al., 2003), SAMR model (Puentedura, 2006), Professional Development Theory (Guskey, 2000). The SAMR model was used to identify the current level of technology integration for teaching for university instructors in Guangxi, China. The UTAUT was used to find the significant demographic characteristics and influencing factors that influence technology integration for teaching for university instructors in Guangxi, China. Professional Development Theory was used to guide the development and use model to enhance technology integration for teaching for university instructors in Guangxi, China. Based on these findings, presented to 10 experts for evaluation and validation. Figure 1 illustrates the conceptual framework and the main variables involved in this study.

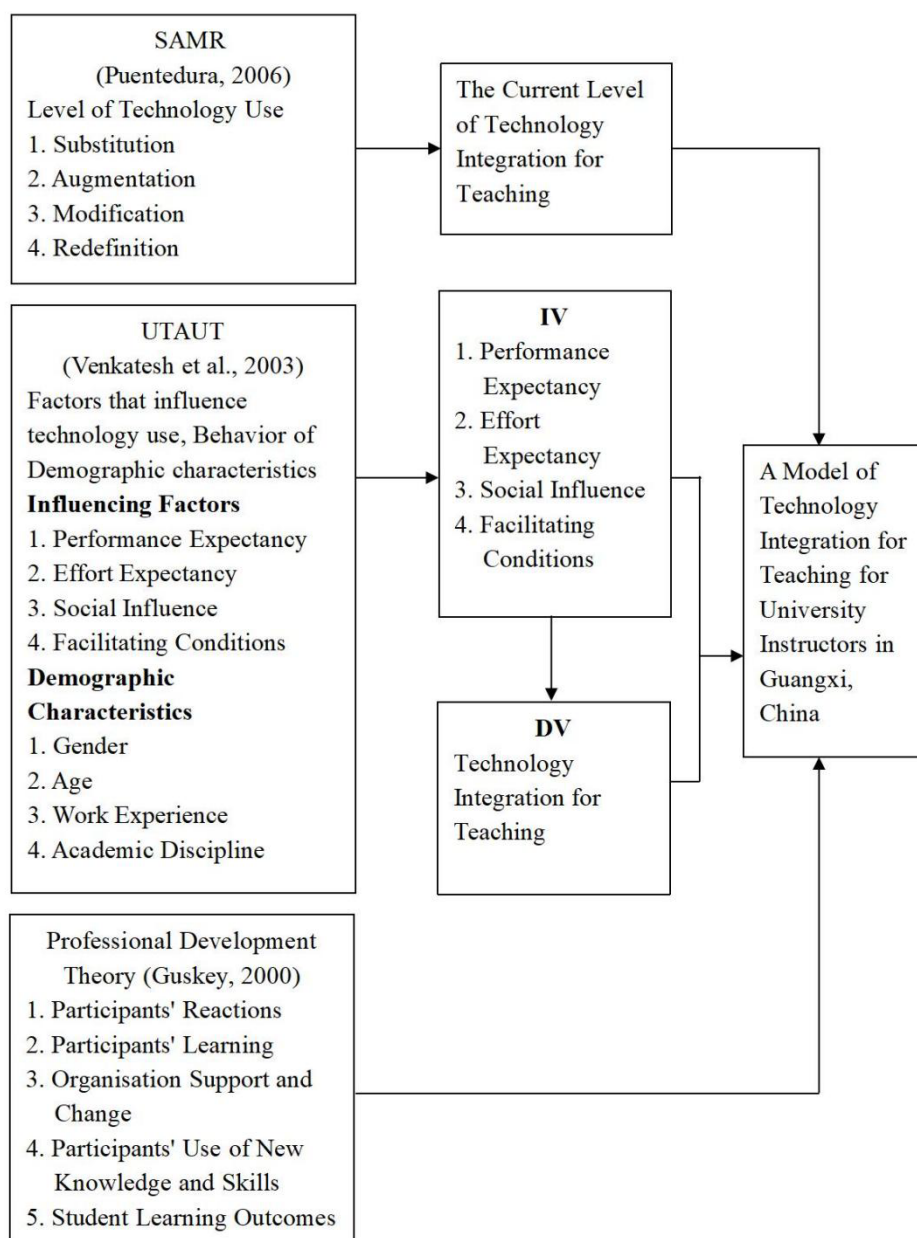


Figure 1 Research Framework

Methodology

Research Design

To achieve the study objectives of exploring the factors that affect technology integration and subsequently analyzing the relevance of those factors, this study employed a mixed methods approach, incorporating both qualitative and quantitative methods. Specifically, the study design was an exploratory mixed methods with an instrument development design. Data were collected using both qualitative and quantitative methods. The study was composed of five parts to achieve each of the research objectives. The first part was a literature review and content analysis. The second part involved developing a questionnaire and collecting data. The third part was statistical

analysis. The fourth part developed a theoretical model of technology integration for teaching. The fifth part involved validating the model.

Population and Sample

The researcher selected the population from the top ten universities out of 89 universities in Guangxi, China, based on the 2024 ABC China University Rankings. To collect data for objective two, the target population was instructors from those five universities. The approximate population of instructors from the five universities was 11,562 instructors. The researcher used the quota sampling method in allocating the number of surveyed instructors in each university so that the number of questionnaire surveyed instructors in each university was greater than 5% of the total number of instructors in that university. The researcher determined a minimum sample size of 608 instructors, which is considered sufficient to ensure the study results can be generalizable to the context of Guangxi.

Research Instrument

The research instrument for objective two was a questionnaire. The first part, type of technology integration was adapted from the questionnaire developed by Lubega et al. in 2014. part was divided into four domains: Substitution (questions 1 to 9), Augmentation (questions 10 to 18), Modification (questions 19 to 25), and Redefinition (questions 26 to 30). The second part of the questionnaire was developed based on the UTAUT model and external experts validated the question items to obtain the final remaining items in the survey. The questionnaire used a 5-point Likert scale. The researcher validated the questionnaire using the Content Validity Index (CVI). The researcher conducted a pretest involving 30 instructors to assess questionnaire reliability. Cronbach's alpha coefficient was used to establish reliability.

Data Collection

The questionnaire was translated into Chinese so all participants could understand the contents well. It was distributed online.

Data Analysis

Multiple linear regression (MLR) analysis was used to analyze the linear relationship among the factors and levels of technology integration and to find the significant factors that influence technology integration for instructors' teaching. For this study, *Use Behavior* was considered the dependent variable. *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, and *Facilitating Conditions* were the independent variables. The results of all of the above objectives will be applied in the development of the model. For the implementation of the model, the researcher used Guskey's professional development theory as the framework. To validate the model, the study applied the expert intuition validation method. This approach involved taking the insight and suggestions from experts who met the following criteria: being a higher education instructor, having

knowledge of educational technology, and being able to evaluate research methodology and understand the model, purpose, and underlying assumptions.

Findings

1. Findings for Research Objective One

Based on the systematic literature review and content analysis, four factors were found that influence the development of technology integration for teaching for instructors. These factors are Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions. Performance Expectancy include: 1) Teaching quality; 2) Teaching productivity; 3) Students' interest in learning; 4) Students' understanding of knowledge; 5) Students learning productivity. Effort Expectancy include: 1) Time cost; 2) Difficulty in using technology; 3) Difficulty of integration. Social Influence include: 1) Education policy; 2) Encouragement from university; 3) Encouragement from the leader; 4) Colleagues are using; 5) Student acceptance. Facilitating Conditions include: 1) Capacity to use technology; 2) Knowledge of technology; 3) Equipment guarantee; 4) Network resource; 5) Training; 6) Guidance from others.

2. Findings for Research Objective Two

The minimum sample size determined by the researcher was 608, and to ensure that enough questionnaires were collected, the researcher distributed questionnaires to 670 faculty members at five target universities in Guangxi, China, and 618 valid questionnaires were returned, which is 92.24% of the questionnaire return rate. Table 1 shows a summary of the responses obtained.

Table 1 Summary of Responses

Universities Included in Study	Instructors	Distributed	Returned
Guangxi University	3,560	206	187
Guangxi Normal University	2,160	125	111
Guangxi University of Science and Technology	1,732	100	92
Guangxi Medical University	2,760	161	155
Guangxi Arts University	1,350	78	73
Total Number of Instructors	11,562	670	618

More men than women participated in the survey. In terms of age, the largest number of instructors were in the 20-30 age group, with 200 (32.36 %), accounting for nearly one third of the participants, while the smallest number of instructors were in the 51-60 age group, with 83 (13.43 %). In terms of work experience, the largest number of instructors had five years but not more than ten

years of work experience, with 187 (30.26%), and the smallest number of instructors had twenty years and above of work experience, with 86 (13.92%). In terms of academic discipline, Management has the highest number of instructors with 154 (24.92 %) and arts has the lowest number of instructors with 17 (2.75%). Table 2 shows a summary of these demographic findings.

Table 2 Demographic Findings (n = 618)

Gender	Frequency	Percentage
Male	353	57.12
Female	265	42.88
Age	Frequency	Percentage
20-30	169	27.35
31-40	187	30.26
41-50	176	28.48
51-60	86	13.92
Work experience	Frequency	Percentage
One to five years	169	27.35
Five years but not more than ten years	187	30.26
Ten but not more than twenty years	176	28.48
Twenty years and above	86	13.92
Academic Discipline	Frequency	Percentage
Philosophy	32	5.18
Economics	18	2.91
Law	92	14.89
Education	42	6.80
Literature	31	5.02
History	37	5.99
Science	19	3.07
Engineering	42	6.80
Agriculture	34	5.50
Medicine	100	16.18
Management	154	24.92
Arts	17	2.75

The current level of technology integration for teaching for university instructors in Guangxi, China was Medium (Mean = 3.35, SD = 0.47) when assessed using the SAMR model. High at the Substitution and Augmentation levels, Medium at the Modification level, Low at the Redefinition level, and Medium at the overall level. After comparing and ranking the means for each domain, the

results indicated that the dimensions ranked in descending order were: 1) Substitution (Mean = 3.81, SD = 0.92); 2) Augmentation (Mean = 3.79, SD = 1.07); 3) Modification (Mean = 3.04, SD = 0.72); 4) Redefinition (Mean = 2.15, SD = 0.95). Table 3 shows a composite ranking and the total level of technology integration for teaching for university instructors in Guangxi, China.

Table 3 Summary of Levels of Technology Use (n=618)

Domain	Mean	Standard Deviation	Level	Ranking
Substitution	3.81	0.92	High	1
Augmentation	3.79	1.07	High	2
Modification	3.04	0.72	Medium	3
Redefinition	2.15	0.95	Low	4

3. Findings for Research Objective Three

The demographic characteristics such as Gender, Age, Work Experience, and Academic Discipline that influence the technology integration for teaching were analyzed. ANOVA was used to analyze the correlations between use behavior and significant demographic characteristic. The results showed that only Academic Discipline had a significance of less than 0.05, which suggests that of the four significant demographic characteristics, only Academic Discipline was correlated with Use Behavior. Table 4 shows the results.

Table 4 Correlation Between Use Behavior and Significant Demographic Characteristics

Source	Sum of Squares	Degrees of Freedom	Mean Squares	F Value	Sig.
Corrected Model	170.892 ^a	109	1.568	1.441	0.05
Intercept	1245.250	1	1245.250	1144.613	0.000
Gender	0.113	1	0.113	0.104	0.747
Age	2.486	3	0.829	0.762	0.516
Work Experience	1.797	3	0.599	0.551	0.648
Academic Discipline	23.819	11	2.165	1.990	0.027

Note: Dependent Variable: Use Behavior

For the four independent variables, Performance Expectancy is very important (mean = 3.74, S.D. = 1.02), Effort Expectancy is very important (mean = 3.80, S.D. = 1.03), Social Influence is very important (mean = 3.78, S.D. = 1.03), Facilitating Conditions is very important (mean = 3.81, S.D. = 1.09).

This suggests that all four factors of Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions are important in technology integration for teaching. Tables 5, 6, and 7 show the results.

Table 5 Correlation Between Use Behavior and Influencing Factors

		Performance Expectancy	Effort Expectancy	Social Influence	Facilitating Conditions
Use Behavior	Correlation	0.469**	0.409**	0.500**	0.476**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000

Note: ** denotes that correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Table 6 Regression Formula

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.679a	0.461	0.457	0.79770

Note: a. Predictors: (Constant), Performance Expectancy, Effort expectancy, Social influence, Facilitating Conditions.

Table 7 Analysis of Variance Results

Model		Sum of Squares	Degrees of Freedom	Mean Squares	F Value	Sig.
1	Regression	333.494	4	83.374	131.025	0.000 ^b
	Residual	390.063	613	0.636		
	Total	723.557	617			

Note: a. Dependent Variable: Use Behavior

b. Predictors: (Constant), Performance Expectancy, Effort expectancy, Social influence, Facilitating Conditions.

Note: Sig. is the significance

To summarize, the results of multiple regression analysis indicate that *Performance Expectancy*, *Effort expectancy*, *Social influence* and *Facilitating Conditions* are all significant strategies that influence technology integration for teaching. Among these independent variables, ranked by beta (β) values in descending order, are *Performance Expectancy*, *Social influence*, *Facilitating Conditions* and *Effort expectancy*.

4. Findings for Research Objective Four

Findings from all previous objectives were combined to develop a theoretical model of technology integration for teaching. Figure 2 shows the final model developed.

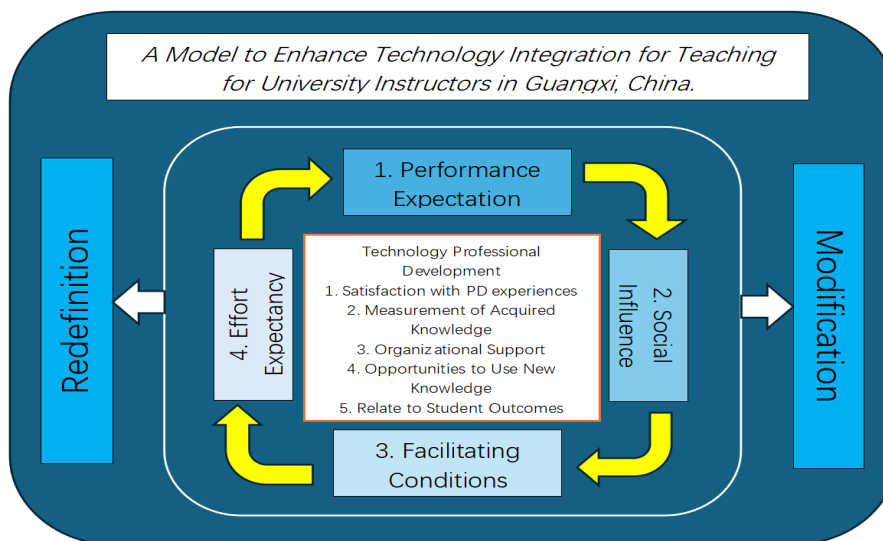


Figure 2 Theoretical Model to Enhance Technology Integration for Teaching for University Instructors in Guangxi, China

The model is comprised of three basic parts. The first part identifies the level of technology integration that is needed to be improved. They are Modification and Redefinition. These two types of technology integration were found to be at low levels. The second part of the model is the factors that influence the use of technology for this group of instructors. It was found that Performance Expectancy was the most significant factor, followed by Social Influence, Facilitating Conditions, and Effort Expectancy. The third part recommends the characteristics or criteria for professional development that should be present in order for professional development in this area to be effective at enhancing technology use.

Discussion

The study findings showed that most instructors used technology at the Substitution and Augmentation levels. Research studies have shown that many instructors in Guangxi, China, also only use technology for Substitution and Augmentation, and very few instructors use it for Modification and Redefinition. This means that instructors do not use technology to the best of their abilities. This is due to several complex reasons, such as different subject instructors having different needs for the use of technology in teaching and learning, lack of organizational support, and the difficulty

of the technology, so we need to find out the reasons and ways to enhance them further in the following study.

Performance expectancy, where instructors feel that technology can help them with their work, was the most significant in beta scores in this study. Azanza et al. (2024) studied university lecturers in Spain and found that positive attitudes and training were associated with higher self-efficacy about technology use. This supports the findings of this study in that in order to encourage technology use, instructors need to have training to equip them with knowledge, and the more instructors feel that technology use is beneficial to their teaching (positive attitude), they will be more likely to use it.

It is worth noting that Performance Expectancy has also been shown to be one of the most influential factors affecting use behavior. It refers to university instructors' expectations of the teaching effectiveness and student learning outcomes that may result from using instructional technology (Teo and Noyes, 2011). Performance Expectancy refers to university instructors' expectations of the teaching and learning outcomes that may result from using instructional technology (Salloum and Shaalan, 2019). Instructors are more likely to integrate instructional technology if they believe it will significantly improve student achievement, classroom engagement, or creativity. Strong performance Expectations can motivate teachers to actively explore and learn new instructional technologies to improve the quality of teaching and learning. Social influence includes perceptions and evaluations from colleagues, students, leaders, and the external community about using instructors' instructional technologies (Nandwani and Khan, 2016; Kocaleva et al., 2015). If people around them actively support and promote instructional technology, it will be easier for instructors to accept and integrate it. Social influence can form a kind of "herd effect," which makes instructors feel that the use of instructional technology is a kind of social expectation and responsibility, thus increasing their motivation to use instructional technology (Altalhi, 2021; Garone et al., 2019; Oye et al., 2017; Lewis et al., 2013).

Facilitating Conditions refers to the external support and resources required for instructors to integrate instructional technology, such as technical equipment, training opportunities, and policy support (Teo and Noyes, 2011). If the university can provide sufficient resources and support, it will be easier for instructors to integrate instructional technology. Good facilitating conditions can reduce the difficulty and risk of integrating instructional technology for the instructors and increase their confidence and motivation to use instructional technology (Altalhi, 2021; Salloum and Shaalan, 2019).

A study of technology use in Korean teachers found that technology use was strongly correlated to others in the organization asking teachers to use technology. The study showed that 'adapting to external requests and other's expectations' was the strongest factor and was not related

to the technological impact of teaching. The study also found that 'using the enhanced functions of technology' was the weakest factor. However, according to UTAUT theory and the findings of this study, it was the factor with the most significance (Baek et al., 2008). Nonetheless, regarding social expectations and others, this study's findings confirm that significant others, such as leaders and colleagues, influence whether instructors will use technology. Goh et al. (2020) found that subjective norms, constructivist behavior, and technological complexity are all related to technology use behavior. They recommend that university administrators emphasize the development of instructors' beliefs that there are benefits in using technology for teaching (Performance Expectancy). This belief can be enhanced through regular training and promotions and a strong organizational culture encouraging technology use (Facilitating Conditions). Individuals should be encouraged to view technology use as a form of social compliance with the organizational culture, which may lead to greater group conformity (Social Influence).

There is no correlation between technology integration and teaching behaviors of different genders, ages, and work experiences. However, there was a correlation between the technology integration for teaching behaviors of different academic disciplines and the level of integration that varies across academic disciplines. The impact of different academic disciplines on technology integration for university instructors' teaching is multifaceted, and the following is a specific discussion of these influences. Different academic disciplines have different teaching content and objectives and will have different technology needs. For example, science and engineering disciplines may be more inclined to use simulation software and laboratory techniques. In contrast, liberal arts disciplines may focus more on techniques such as multimedia presentations and interactive discussions. The culture and traditions of the discipline may also influence instructors' attitudes and use of technology. Some disciplines may focus more on traditional teaching methods, while others are more open to experimenting with new technologies. In summary, there are differences in technology integration for teaching among university instructors of different genders, ages, work experiences, and academic disciplines. In order to promote technology integration for teaching, these differences need to be addressed, and targeted support and training must be provided. At the same time, exchanges and collaboration between instructors should encourage them to learn from each other's experiences and work together to improve teaching effectiveness.

Recommendation

1. Recommendation for Research Utilization

Implementing this theoretical model for the enhancement of technology use in university instructors in Guangxi can be done via administrative policy and social influence. Administrators or those responsible for the enhancement of technology use, should thoroughly understand the

model, its components and purpose. The model has already pointed out that technology use at the Modification and Redefinition levels need to be encouraged as instructors are already using technology at the Substitution and Augmentation level. The model has already pointed out that Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, and Effort Expectancy are the factors, in that sequence, that influence instructors in their decisions to use technology. Administrators should encourage instructors to use technology by showing them how it can make their teaching more efficient and save time. They should also be recognized for their use of technology in innovative ways by their leaders or colleagues (Performance Expectancy). An environment that encourages technology use should be perceived by the instructors. They should see examples of effective and efficient technology use by their leaders, peers and other social colleagues. The environment in their universities should encourage technology use. For those instructors in the university who excel in technology should be considered examples to follow to get recognition and promotion (Social Influence). To encourage instructors, the universities and various departments should be supportive of technology use. There must be adequate infrastructure, software, hardware and other support. The IT department must be willing and available to help instructors when they have problems (Facilitating Conditions). Finally, to encourage instructors, they need to be informed and trained on how to use various technology. This can be accomplished by various professional development activities and training. However, it is not enough to do only the training. It is important to make sure that the training works. This can be ensured by paying attention to the professional development characteristics that are recommended in the model.

2. Recommendation for Future Research

Although the study's research methodology, sample, and analysis methods are sound, there are still some limitations that can be noted. The questionnaire design may be limited in covering all the important aspects related to technology integration for teaching, or there may be ambiguities in the formulation of certain questions, resulting in the data collected not being comprehensive or accurate. There may be limitation of data interpretation. The data obtained from questionnaires are often quantitative. They may not fully reflect the instructors' actual thoughts and experiences, so there may be a certain degree of subjectivity and bias in the interpretation of the data. To address the above limitations, future researchers may consider expanding the scope of the sample, increasing the sample size, optimizing the questionnaire design, adopting a variety of research methods (e.g., interviews, observations) to collect data, and combining the findings with the feedback from other stakeholders to more comprehensively study technology integration.

References

- Altalhi, M. (2021). Toward a model for acceptance of MOOCs in higher education: The modified UTAUT model for Saudi Arabia. *Education and Information Technologies*, 26, 1589-1605.
- Ashrafzadeh, A., and Sayadian, S. (2015). University instructors' concerns and perceptions of technology integration. *Computers in Human Behavior*, 49, 62-73.
- Azanza, G., Korres, O., Paños-Castro, J., and Petchamé, J. (2024). Empowering University Lecturers in the Digital Age: Exploring the Factors Influencing the Use of Digital Technologies in Higher Education. *Education Sciences*, 14(7), 728.
- Baek, Y., Jung, J., and Kim, B. (2008). What makes teachers use technology in the classroom? Exploring the factors affecting facilitation of technology with a Korean sample. *Computers & Education*, 50(1), 224-234.
- Chen, Y. (2007). A mixed-method study of EFL teachers' Internet use in language instruction. *Teaching and Teacher Education*, 24, 1015-1028.
- Dexter, S., Doering, A. H., and Riedel, E. (2006). Content area specific technology integration: A model for educating teachers. *Journal of technology and teacher education*, 14(2), 325-345.
- Ekizoglu, N., Tezer, M., and Bozer, M. (2010). Teacher candidates' real success situation on computers and their attitudes towards computer technology in the faculties of education. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 9, 1969-1982.
- Garone, A., Pynoo, B., Tondeur, J., Cocquyt, C., Vanslambrouck, S., Bruggeman, B., and Struyven, K. (2019). Clustering university teaching staff through UTAUT: Implications for the acceptance of a new learning management system. *British Journal of Educational Technology*, 50(5), 2466-2483.
- Goh, C. F., Hii, P. K., Tan, O. K., and Rasli, A. (2020). Why do university teachers use E-learning systems?. *The International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 21(2), 136-155.
- Guo, J. H. (2009). Research on the application of modern educational technology in China's higher education. *Journal of Gansu Union University (Natural Science Edition)*, (05), 78-82.
- Guskey, T. R. (2000). *Evaluating professional development*. Thousand Oaks, CA: Corwin Press.
- Harrell, S., and Bynum, Y. (2018). Factors affecting technology integration in the classroom. *Alabama Journal of Educational Leadership*, 5, 12-18.
- Kocaleva, M., Stojanovic, I., and Zdravev, Z. (2015). Model of e-learning acceptance and use for teaching staff in Higher Education Institutions. *International Journal of Modern Education and Computer Science (IJMECS)*, 7(4), 23-31.

- Lewis, C. C., Fretwell, C. E., Ryan, J., and Parham, J. B. (2013). Faculty use of established and emerging technologies in higher education: A unified theory of acceptance and use of technology perspective. *International Journal of Higher Education*, 2(2), 22-34.
- Li, Y., and Liu, S. J. (2020). Research on data literacy assessment of foreign teachers and its implications. *Open Education Research*, (01), 37-49.
- Liang, Y., Li, J. M., Ao, M. R., and Wan, L. (2022). The practice and exploration of "Guangxi mode" for improving teachers' informatization teaching ability in higher vocational colleges and universities--Taking the Guangxi Institute of Vocational Technology as an example. *Journal of Guangxi Institute of Vocational Technology*, 3, 60-65.
- Liu, J. (2022). Exploring the application of modern information technology in college teaching. *Education Informatization Forum*, 7, 27-29.
- Liu, Y., Theodore, P., and Lavelle, E. (2004). Experimental effects of online instruction on teachers' concerns about technology integration. *International Journal of Instructional Technology and Distance Learning*, 1(1), 27-38.
- Luo, Y. J. (2022). The way to create "golden class" of higher vocational ideology and politics under the background of informationized teaching--A survey report based on the teaching of ideology and politics in Guangxi Institute of Transportation Vocational and Technical College. *Education Observation*, 20, 82-84+102.
- Ministry of Education of the People's Republic of China (2010). National Medium- and Long-Term Educational Reform and Development Plan (2010-2020). [Online]. Retrieved from: http://www.moe.gov.cn/jyb_xwfb/s6052/moe_838/201008/t20100802_93704.html
- Ministry of Education of the People's Republic of China. (2012). ICT in Education Ten-Year Development Plan (2011-2020). [Online]. Retrieved from: http://www.moe.gov.cn/srcsite/A16/s3342/201203/t20120313_133322.html
- Nandwani, S., and Khan, S. (2016). Teachers' intention towards the usage of technology: an investigation using UTAUT model. *Journal of Education & Social Sciences*, 4(2), 95-111.
- Niederhauser, D. S., and Stoddart, T. (2001). Teachers' instructional perspectives and use of educational software. *Teaching and Teacher Education*, 17, 15-31.
- Nong, J. C., and Wen, Z. Y. (2023). Practical Exploration of Educational Informatization Construction in Higher Vocational Colleges in Less Developed Areas--Taking Guangxi Modern Vocational and Technical College as an Example. *Knowledge Base*, 7, 146-149.
- Oye, N. D., Iahad, N. A., and Rabin, Z. A. (2011). A model of ICT acceptance and use for teachers in higher education institutions. *International Journal of Computer Science & Communication Networks*, 1(1), 22-40.

- Palmore, D. V. (2011). Faculty attitude towards integrating technology in teaching at a four-year Southeastern University. Thesis of the Degree of Doctor. Auburn, Alabama, United States: Auburn University.
- Puentedura, R. R. (2006). Transformation, technology, and education. [Online]. Retrieved from: https://hippasus.com/resources/tte/puentedura_tte.pdf
- Rosanda, V., and Starcic, A. I. (2019). Emerging educational technology and teacher education. *Образование и саморазвитие*, 14(3), 93-106.
- Ruggiero, D., and Mong, C. J. (2015). The teacher technology integration experience: Practice and reflection in the classroom. *Journal of Information Technology Education*, 14, 161-178.
- Salloum, S. A., and Shaalan, K. (2019). Factors affecting students' acceptance of e-learning system in higher education using UTAUT and structural equation modeling approaches. *The Proceedings of the International Conference on Advanced Intelligent Systems and Informatics 2018*, 4, 469-480.
- Shi, F. (2017). A Study of the Application of Modern Educational Technology in Higher Education. *Curriculum Education Research*, 27, 61-62.
- Sullivan, R., Neu, V., and Yang, F. (2018). Faculty development to promote effective instructional technology integration: A qualitative examination of reflections in an online community. *Online Learning*, 22(4), 341-359.
- Teo, T., and Noyes, J. (2011). An assessment of the influence of perceived enjoyment and attitude on the intention to use technology among pre-service teachers: A structural equation modeling approach. *Computers & Education*, 57(2), 1645-1653.
- Teo, T., and Noyes, J. (2011). An assessment of the influence of perceived enjoyment and attitude on the intention to use technology among pre-service teachers: A structural equation modeling approach. *Computers & Education*, 57(2), 1645-1653.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., and Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 425-478.
- Wu, S.Y. (2022). *Research on structural reform of talent supply side of higher vocational education in Guangxi*. Thesis of the Degree of Doctor. Guangxi: Guangxi University for Nationalities.
- Xu, A., and Chen, G. (2016). A study on the effects of teachers' information literacy on information technology integrated instruction and teaching effectiveness. *Eurasia journal of mathematics, science and technology education*, 12(2), 335-346.
- Yilmazel-Sahin, Y., and Oxford, R. L. (2010). A comparative analysis of teacher education faculty development models for technology integration. *Journal of Technology and Teacher Education*, 18(4), 693-720.

- Yuan, S., and Zheng, W. (2023). Application and Reflection of Rootedness Theory in Chinese Higher Education Research. *Exploring Higher Education*, 1, 44-50+93.
- Zandvliet, D. B., and Straker, L. M. (2001). Physical and psychosocial aspects of the learning environment in information technology-rich classrooms. *Ergonomics*, 44(9), 838-857.
- Zhu, S.F. and Li, H. (2023). Current Status, Hot Spots and Trends of Digitalization Research in Vocational Education - A Statistical Analysis of the Literature from 2013 to 2023. *Advances in Education*, 13, 6845.

A Model for Enhancing Students' Self-Management Skills in Public Universities in Guiyang City, Guizhou Province, China

Ying Gu^{1,*}, Timothy Scott²

¹ Graduate School of Human Science, Educational Administration and Leadership,
Assumption University, Thailand

² Guizhou Institute of Technology, China

Received: 05 September 2024

Revised: 10 October 2024

Accepted: 02 December 2024

ABSTRACT

The objective of this study was to develop a model for enhancing self-management skills among university students in public universities in Guiyang City, Guizhou Province, China. Using a mixed-methods approach, the research involved a stratified random sample of 1,509 students from three major universities in Guiyang, ensuring a diverse and representative sample. The study focused on seven key self-management skill areas: Self-Motivation, Social Skills, Time Management, Emotional Regulation, Healthy Habits, Goal Setting and Execution, and Learning Strategies. Data analysis utilized the Priority Needs Index (PNI_{modified}), with results indicating a mean PNI_{modified} value of 0.461 for overall self-management skills. Self-Motivation (0.599), Social Skills (0.549), Time Management (0.501), Emotional Regulation (0.480), and Healthy Habits (0.471) were identified as priority areas for improvement, while Goal Setting and Execution (0.302) and Learning Strategies (0.30) were recognized as relative strengths. The model development was based on the identified priority areas, incorporating key theories to build a conceptual framework. The model was then validated by a panel of experts, ensuring its applicability and effectiveness in enhancing self-management skills. This study provides valuable insights for educators and policymakers, offering targeted recommendations for interventions to improve students' self-management skills in Chinese universities.

Keywords: Self-Management Skill, University Student, Learning strategy

* Corresponding Author; E-mail: 444046582@qq.com

Introduction

In today's society, individuals are navigating increasingly complex and fast-paced environments. The rapid development of technology and the acceleration of globalization require the management of various tasks, time, emotions, and goals for personal and professional success and satisfaction. Against this backdrop, self-management, which comprises a set of vital skills, is essential.

As for the problem statement, the exponential growth of technology and the globalized landscape have heightened the demands on personal and professional self-management. University students, transitioning from structured high school environments to more autonomous college settings, face unique challenges in developing and maintaining effective self-management skills. In the Chinese context, these challenges are further compounded by cultural and educational dynamics that emphasize academic competition and achievement-oriented values. Despite the acknowledged importance of self-management in academic and career success, there remains a significant gap in understanding how to effectively foster these skills among Chinese university students, particularly in the face of increasing digital distractions and the pressures of a competitive academic environment.

In this research, there are four research questions comprising (1) How do cultural values such as diligence and perseverance influence the self-management skills of Chinese university students, particularly in areas like time management and emotional regulation? (2) What are the specific challenges Chinese university students face in transitioning from a high school to a college environment, and how do these challenges impact their self-management abilities? (3) How does the prevalence of digital technology in academic and daily life affect the self-management practices of Chinese university students? (4) In what ways can educational institutions, policymakers, and employers collaborate to support the development of self-management skills among Chinese university students, thereby enhancing their academic and career prospects?

In the realm of higher education, college students face a variety of challenges to their self-management skills as they move from a structured high school environment to a more autonomous college environment, the complexity of college life, and the prevalence of digital technology.

In the Chinese context, self-management skills among university students are shaped by unique cultural and educational dynamics. Recent studies emphasize the importance of self-regulatory capacities in navigating the pressures of competitive academic environments (Chen and Wong, 2018). These studies reveal that Chinese students' time management and emotional regulation are influenced by cultural values like diligence and perseverance in educational achievement.

Self-management extends beyond the academic sphere into the domain of career development. Employers are placing increasing emphasis on employees' autonomy and self-management abilities. Employees with strong self-management skills are typically more competitive and more likely to achieve professional success (Handayani et al., 2021). Given these considerations, it is evident that university students stand to benefit substantially from the enhancement of their self-management skills.

Research Objectives

1. To identify and analyze the self-management challenges faced by college students in increasingly complex and fast-paced environments, particularly as they transition from a structured high school setting to a more autonomous college environment.
2. To explore how unique cultural and educational dynamics in the Chinese context shape the self-management skills of university students, focusing on the influence of cultural values such as diligence and perseverance on time management and emotional regulation.
3. To evaluate the role and importance of different self-management skills in achieving academic and professional success, based on recent studies and employer expectations.
4. To propose effective interventions and strategies aimed at enhancing the self-management abilities of university students, thereby contributing to their personal and professional success.

Literature review

Self-Management Skills

Self-management skills encompass a set of strategic behaviors and cognitive processes that individuals employ to guide their goal-directed activities in an effective and efficient manner. These skills are particularly crucial in the context of higher education, where students are expected to autonomously navigate complex academic landscapes, manage their learning, and meet the demands of rigorous educational programs (Zwetsloot, 2020).

Self-management Skills in the Context of Higher Education.

Higher education institutions are increasingly emphasizing self-management skills as essential to the student learning experience. This shift aims to produce graduates who are knowledgeable in their fields and capable of lifelong self-management. The demand for self-management skills is heightened by the complexities of the modern academic environment. As universities prepare students for a rapidly changing world, the ability to manage learning and personal development becomes crucial. Self-management skills are closely tied to academic success, enabling students to

own their educational experiences, navigate university challenges, and become autonomous lifelong learners (Zimmerman, 2002).

Importance of Self-management for Students

Research and practice on a global scale have shown that everyone has innate self-management potential, which can be developed and enhanced through various educational and non-educational forms. This development helps individuals better adapt to various environments, unlock their potential, apply learned knowledge and skills, and better serve their communities and society. This realization is the true purpose of talent cultivation in higher education and is necessary for the perfection of China's university talent training models (Wong, 2019).

Major Theories for the Study

The major theories of this study: Zimmerman's (1989) Self-Regulated Learning Theory. Bandura's (1986) Social Cognitive Theory and Deci and Ryan's (1985) Theory of Self-Determination. Zimmerman's Self-Regulated Learning Theory posits that students can actively control their cognitive, affective, and behavioral processes during learning. In the context of enhancing self-management skills in public universities in Guiyang, this theory applies as it explains how students can develop self-management skills such as autonomous learning and time management through self-reflection, goal-setting, and behavioral adjustments. Bandura's Social Cognitive Theory emphasizes the role of observational learning, imitation, and social interaction in the development of behaviors. In research aimed at improving students' self-management skills, social cognitive theory can explain how students learn and adopt effective self-management behaviors by observing others. Deci and Ryan's Theory of Self-Determination: This theory focuses on the role of intrinsic motivation in personal choice and persistence of behavior. It helps understand how the development of student self-management skills can be influenced by their needs for autonomy, competence, and relatedness.

Self-Regulated Learning Theory

Zimmerman (2002) emphasized the active role students take in their own learning process. This theory consists of three core components: self-observation, self-judgment, and self-reaction, which form the pillars of self-regulated learning. This served as the cornerstone for understanding student-directed learning processes. It informed the strategies within the model to enhance students' self-management skills.

Social Cognitive Theory

Social Cognitive Theory (SCT), developed by Bandura (1986), emphasizes the role of observational learning and self-efficacy in shaping behavior. Individuals learn by observing others and the consequences of their actions, forming beliefs about their own capabilities to succeed. These beliefs, known as self-efficacy, are influenced by mastery experiences (personal successes),

vicarious experiences (observing others succeed), and social persuasion (encouragement from others). High self-efficacy fosters motivation, persistence, and resilience, ultimately impacting an individual's choices and actions. SCT provides a framework for understanding how personal factors, behavior, and environmental influences interact to shape human behavior.

Theory of Self-Determination

The Theory of Self-Determination (SDT), developed by Deci and Ryan (1985), explores the innate human need for growth and fulfillment. According to the theory, individuals naturally pursue experiences that fulfill three basic psychological needs: competence, relatedness, and autonomy. The need for competence drives individuals to seek mastery of challenges and achieve a sense of accomplishment, thus feeling effective and capable in their interactions with the environment. Relatedness encompasses the desire to feel connected to others, experience a sense of belongingness, and have meaningful social interactions. Finally, autonomy reflects the need for agency and control over one's behaviors and goals, making choices based on personal interests and values.

Related Research

Related Research in the International Context

The importance of self-management skills in higher education has gained prominence globally, especially due to the interconnectedness of the economy and challenges faced by students. Numerous studies emphasize that these skills are critical for personal and professional success, making their incorporation into curricula essential (Zimmerman, 2002). For public universities in Guiyang City, insights from global trends provide benchmarks for developing local educational strategies.

Enhancing self-management skills is a complex issue, supported by research indicating that these skills can be taught and developed through structured educational programs (Zimmerman and Schunk, 2001). Bandura's Social Cognitive Theory highlights that a learner's confidence in their abilities influences their perseverance in overcoming challenges, suggesting that universities can enhance self-management by fostering self-efficacy (Bandura, 1997).

Related Research in the Chinese context

In the 21st century, educational landscapes are changing globally, with self-management skills like goal setting, time management, self-monitoring, and self-reflection becoming increasingly important, especially in China. Traditionally focused on rote memorization and teacher-led instruction, China's high-pressure, exam-oriented system is now shifting as educators and policymakers recognize the value of self-regulatory competencies for academic and professional success (Chen, 2020). Liu and Wang (2016) found a positive correlation between self-regulated

learning techniques and academic achievement in Chinese students, suggesting that structured self-management programs could enhance their outcomes.

The literature on self-management competencies among Chinese university students shows that while some research has been conducted, it lacks depth and breadth, highlighting the need for more rigorous studies. Additionally, international research tends to take a broad perspective on collegiate self-management, with a noticeable lack of empirical studies focusing on the practical implementation and application of these competencies.

Context of Study

Guizhou Normal University

Guizhou Normal University (GNU) is a public undergraduate university located in Guiyang City, Guizhou Province, China, and is a provincial key university with a comprehensive disciplinary layout featuring teacher education. The university has been selected as one of the universities of higher education under the Discipline Innovation and Intelligence Program, the Basic Capacity Building Project for Colleges and Universities in Central and Western China, the Excellence in Teacher Training Program, the New Engineering Research and Practice Program, and the Teacher Education Collaboration and Quality Improvement Program for the group of colleges and universities, and it is a first-class academic discipline construction university in Guizhou. The university has about 40,000 students.

Guizhou Minzu University

Guizhou Minzu University is a key university in Guiyang City Guizhou Province. As of December 2023, the university covers an area of 2,708 acres, with a campus area of 1.11 million square meters; it has 23 colleges, offering 81 general undergraduate majors; it has 10 authorized points for master's degrees in first-level disciplines, 20 authorized points for professional master's degrees, and 1 doctoral degree program to serve the special needs of the country. It has 10 master's degree authorization points, 20 professional master's degree authorization points, and one doctoral talent cultivation program to serve the special needs of the country; 1309 full-time teachers and 20,000 full-time students.

Guizhou Institute of Technology

Guizhou Institute of Technology, located in Guiyang City, Guizhou Province, China, is a multidisciplinary full-time general undergraduate college focusing on engineering, science and management. It was founded in July 2011, approved by the Ministry of Education in March 2012, and officially established on April 18, 2013. With a school area of 1,336 acres and a planned construction area of 669,000 square meters, Guizhou Institute of Technology has 19 colleges and a university science and technology incubator park, offering 39 undergraduate majors. The university has 882 teaching staff and more than 12,400 full-time undergraduate students.

Research Methodology

Research Design

A mixed-method approach was employed, with 1,509 students participating.

Population and Sample

To obtain a representative research sample, invitations were emailed to all 13 universities, detailing the study's objectives and requirements. Three universities—Guizhou Normal University, Guizhou Minzu University, and Guizhou Institute of Technology—positively responded, expressing their willingness to participate. For the 2023 academic year, these universities have 72,075 students combined: 40,000 from Guizhou Normal University, 19,589 from Guizhou Minzu University, and 12,486 from Guizhou Institute of Technology. The sample size was determined using the Morgan table, resulting in 380 students from Guizhou Normal University, 377 from Guizhou Minzu University, and 375 from Guizhou Institute of Technology (as shown in Table 1).

Table 1 Population and Minimum Sample of the Study

Universities	Population*	sample**
Guizhou Normal University	40,000	380
Guizhou Minzu University	19,589	377
Guizhou Institute of Technology	12,486	375
Total	72,075	1,127

Note: * from direct correspondence with university human resource departments;

**from Krejcie and Morgan (1970)

Research Instrument

The research instrument is a questionnaire which examined seven key areas of self-management skills: Self-Motivation, Social Skills, Time Management, Emotional Regulation, Healthy Habits, Goal Setting and Execution, and Learning Strategies.

Data Collection

Three universities, Guizhou Normal University, Guizhou Minzu University, and Guizhou Institute of Technology, were chosen for data collection.

Data Analysis

Data analysis utilized the Priority Needs Index (PNImodified). In order to further understand and analyze the current status and desired level of self-management skills of public university students in Guiyang City, the research method used was to conduct a needs analysis using the Priority Needs Index Correction Method (PNI Correction Method). The Priority Needs Index (PNI) modification method prioritizes students' needs for developing self-management skills through the

PNI modification formula, which consists of three parts: I (importance) for desirable student self-management skills, D (degree of success) for current student self-management skills, and PNI for the priority needs index of student self-management skills. See Table 2 for details.

Table 2 PNI modified Formula

Attribute (Instructional Leadership Capabilities)	Importance	Degree of Success	$PNI_{modified} = (I-D) / D$	Rank
(Variables)	(Desirable)	(Current)	(Result)	

Results and discussion

Demographic Information

Table 3 Descriptive of Demographics (n =1509)

Demographics	Frequency	Percentage
Gender (n =1509)		
Male	753	49.9
Female	756	50.1
Age(n=1509)		
Freshmen	405	26.84
Sophomore	628	41.62
Junior	334	22.13
Senior	142	9.41
Year (n = 1509)		
18-19	493	32.67
20-21	487	32.27
22-23	330	21.87
24 and above	199	13.19

According to Table 3, slightly more participants were female (50.1%, n=756). In terms of year of study, sophomores constituted the largest group (41.62%), followed by freshmen (26.84%). Juniors and seniors represented smaller proportions. The most common age ranges among participants were 18-19 (32.67%) and 20-21 (32.27%), followed by 22-23 (21.87%).

Table 4 T-test Analysis Results

T-test Analysis Results				
	Gender (Mean $\pm$ Standard Deviation)		t	p
	Female (n=753)	Male (n=756)		
Time management	4.39 $\pm$ 0.66	4.56 $\pm$ 0.45	-5.798	0.000**
Goal setting and execution	4.12 $\pm$ 0.90	4.31 $\pm$ 0.74	-4.312	0.000**
Emotional regulation	4.19 $\pm$ 0.83	4.35 $\pm$ 0.64	-4.083	0.000**
Learning strategy	4.19 $\pm$ 0.88	4.36 $\pm$ 0.73	-4.195	0.000**
Healthy habits	4.14 $\pm$ 0.93	4.39 $\pm$ 0.69	-6.013	0.000**
Self-motivation	4.31 $\pm$ 0.86	4.52 $\pm$ 0.62	-5.506	0.000**
Social skill	4.35 $\pm$ 0.82	4.53 $\pm$ 0.67	-4.586	0.000**

*p<0.05 **p<0.01

According to Table 4, males scored significantly higher than females across all seven categories ($p<0.01$ for all). The largest gender differences were observed in healthy habits (male: 4.39 $\pm$ 0.69, female: 4.14 $\pm$ 0.93, $t=-6.013$) and time management (male: 4.56 $\pm$ 0.45, female: 4.39 $\pm$ 0.66, $t=-5.798$). The smallest, though still significant, difference was in emotional regulation (male: 4.35 $\pm$ 0.64, female: 4.19 $\pm$ 0.83, $t=-4.083$). All categories showed statistically significant gender differences favoring males, with t -values ranging from -4.083 to -6.013.

Table 5 Analysis of Variance Results of Grade

Analysis of Variance Results						
	Grade (Mean $\pm$ Standard Deviation)				F	p
	Freshman (n=493)	Sophomore (n=487)	Junior (n=330)	Senior(n=199)		
Time management	4.47 $\pm$ 0.60	4.47 $\pm$ 0.57	4.46 $\pm$ 0.57	4.50 $\pm$ 0.51	0.208	0.891
Goal setting and execution	4.24 $\pm$ 0.81	4.21 $\pm$ 0.81	4.17 $\pm$ 0.89	4.22 $\pm$ 0.83	0.482	0.695
Emotional regulation	4.25 $\pm$ 0.77	4.27 $\pm$ 0.73	4.27 $\pm$ 0.77	4.34 $\pm$ 0.68	0.67	0.571
Learning strategy	4.28 $\pm$ 0.82	4.26 $\pm$ 0.81	4.25 $\pm$ 0.79	4.31 $\pm$ 0.85	0.248	0.863
Healthy habits	4.26 $\pm$ 0.82	4.23 $\pm$ 0.84	4.31 $\pm$ 0.82	4.29 $\pm$ 0.83	0.801	0.493
Self-motivation	4.41 $\pm$ 0.77	4.40 $\pm$ 0.75	4.42 $\pm$ 0.76	4.42 $\pm$ 0.73	0.04	0.989
Social skill	4.48 $\pm$ 0.71	4.39 $\pm$ 0.76	4.41 $\pm$ 0.82	4.49 $\pm$ 0.71	1.447	0.227

*p<0.05 **p<0.01

According to Table 5, there were no statistically significant differences across grade levels for any of the seven categories ($p>0.05$ for all). Time management scores were nearly identical across grades ($F=0.208$, $p=0.891$), with means ranging from 4.46 to 4.50. Goal setting and execution showed slight variations ($F=0.482$, $p=0.695$), with means between 4.17 and 4.24. Emotional regulation had the highest, though still non-significant, F-value (0.670, $p=0.571$), with seniors scoring slightly higher (4.34 ± 0.68). Learning strategy, healthy habits, and self-motivation all showed minimal differences across grades (F-values ranging from 0.040 to 0.801, all $p>0.05$). Social skill had the largest, but still non-significant, variation ($F=1.447$, $p=0.227$), with means ranging from 4.39 to 4.49.

Student Self-management Skills

To find the current and desired level of self-management skills of university students in Guiyang City. A total of 1509 student responses were analyzed to assess the desired and current levels of self-management skills. Tables 6 and 7 explain the desired and current levels of self-management skills of university students in Guiyang City by means (M) and standard deviation (SD) descriptive statistics for the seven self-management skills, respectively.

Table 6 Summary of Desired of Student Self-management Skills

Student Self-management Skills	Mean	SD	Interpretation
Time Management	4.48	0.57	High
Goal Setting and Execution	4.22	0.83	High
Emotional Regulation	4.27	0.75	High
Learning Strategies	4.27	0.81	High
Healthy Habits	4.26	0.83	High
Self-Motivation	4.41	0.76	High
Social Skills	4.44	0.75	High
Overall	4.34	0.76	High

Table 6 shows a summary of the desired levels of Student Self-management Skills. The overall mean score for desired skills is high ($M=4.34$, $SD=0.76$). Time Management has the highest desired score ($M=4.48$, $SD=0.57$), while Goal Setting and Execution has the lowest, though still high, desired score ($M=4.22$, $SD=0.83$). All skills are interpreted as High in terms of desired level.

Table 7 Summary of Current of Student Self-management Skills

Student Self-management Skills	Mean	SD	Interpretation
Time Management	3.02	1.05	Moderate
Goal Setting and Execution	3.25	0.98	Moderate
Emotional Regulation	2.85	0.98	Moderate
Learning Strategies	3.28	0.95	Moderate
Healthy Habits	2.90	0.99	Moderate
Self-Motivation	2.76	0.88	Moderate
Social Skills	2.89	0.98	Moderate
Overall	2.99	0.97	Moderate

Table 7 shows a summary of the current levels of Student Self-management Skills. The overall mean score for current skills is moderate ($M=2.99$, $SD=0.97$). Learning Strategies has the highest current score ($M=3.28$, $SD=0.95$), while Self-Motivation has the lowest current score ($M=2.76$, $SD=0.88$). All skills are interpreted as "Moderate" in terms of current level.

To analyze the current and desired level of self-management skills of university students in Guiyang city. The second objective of this study is to identify the student self-management skills that need to be developed as a priority. The researcher analyzed the research results of objective two through the PNI modified Formula in the following tables.

Table 8 The Priority Needs Index Regarding Self-management Skills for Students of Guiyang, China
(n = 1509)

Self-management Skills	PNI modified	Rank	Strength (<mean)	Weakness (>mean)
Self-Motivation	0.60	1		1
Social Skills	0.54	2		2
Time Management	0.50	3		3
Emotional Regulation	0.48	4		4
Healthy Habits	0.47	5		5
Goal Setting and Execution	0.30	6	2	
Learning Strategies	0.30	7	1	

Mean of PNImodified = 0.46

Table 8 shows the Mean of the PNImodified value at 0.46 of Students' Self-management Skills. According to the ranking, Self-Motivation has the highest PNImodified value of 0.60, followed

by Social Skills with a PNImodified value of 0.54, Time Management with 0.50, Emotional Regulation with 0.48, and Healthy Habits with 0.47. These five students' self-management skills have an average higher than the mean PNImodified value (0.46), which indicates that there is a big difference between the desired level and the current level of these students' self-management skills and the improvement and development of these skills should be prioritized. Thus, these five students' self-management skills are identified as weaknesses.

Also, Goal Setting and Execution and Learning Strategies both have a PNImodified value of 0.30. These two students' self-management skills are lower than the mean of the PNImodified value (0.46), indicating that these two students' self-management skills are relative strengths.

Hence, according to Table 8, five students' self-management skills need to be developed in priority: Self-Motivation, Social Skills, Time Management, Emotional Regulation, and Healthy Habits.

To develop a model to enhance self-management skills of university students in public universities in Guiyang City, China. According to the model development process, the researcher arranged and combined the model components, keyword sub-information, and proposed a draft model through model data collection, analysis, and model development, as shown in Figure 1.

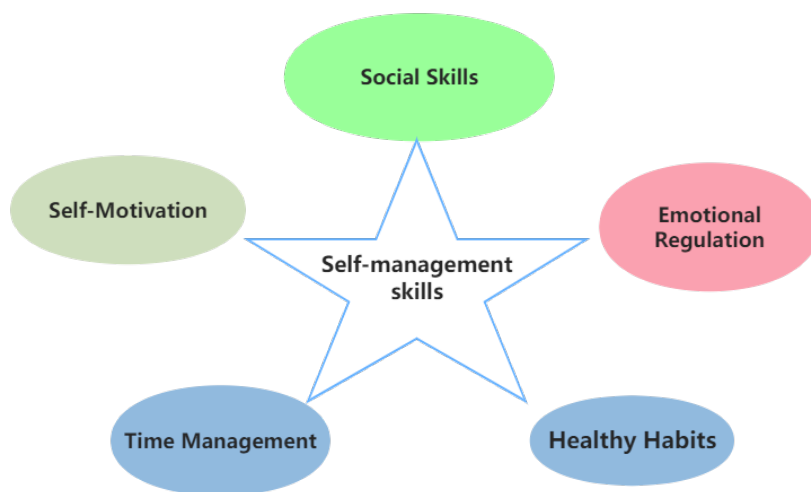


Figure 1 A Proposed Model to Enhance Self-management Skills of University Students in Public Universities in Guiyang City, China.

The model shows the seven dimensions comprising students' self-management skills in higher education institutions in Guiyang, China. They include Self-Motivation, Social Skills, Time Management, Emotional Regulation, Healthy Habits, Goal Setting and Execution, and Learning Strategies. According to the findings, these two students' self-management skills are strengths: Goal Setting and Execution, and Learning Strategies. Five students' self-management skills need to be

developed in priority: Self-Motivation, Social Skills, Time Management, Emotional Regulation, and Healthy Habits.

To assess the effectiveness of the model for developing self-management skills for university students in public universities in Guiyang city, China. A panel of experts evaluated a model for enhancing self-management skills in students at Guiyang's higher education institutions, they deemed the model comprehensive and methodologically sound but suggested three improvements: 1) Include both strengths and areas for development in the visuals. 2) Prioritize skills needing development. 3) Use color coding to distinguish between strengths and areas for development.

In response, the researcher revised the model to clearly display strengths (Goal Setting and Execution, Learning Strategies) in green and urgent development areas (Self-Motivation, Social Skills, Time Management, Emotional Regulation, Healthy Habits) in orange, organized by importance. The updated model is shown in Figure 2 as a two-part diagram.

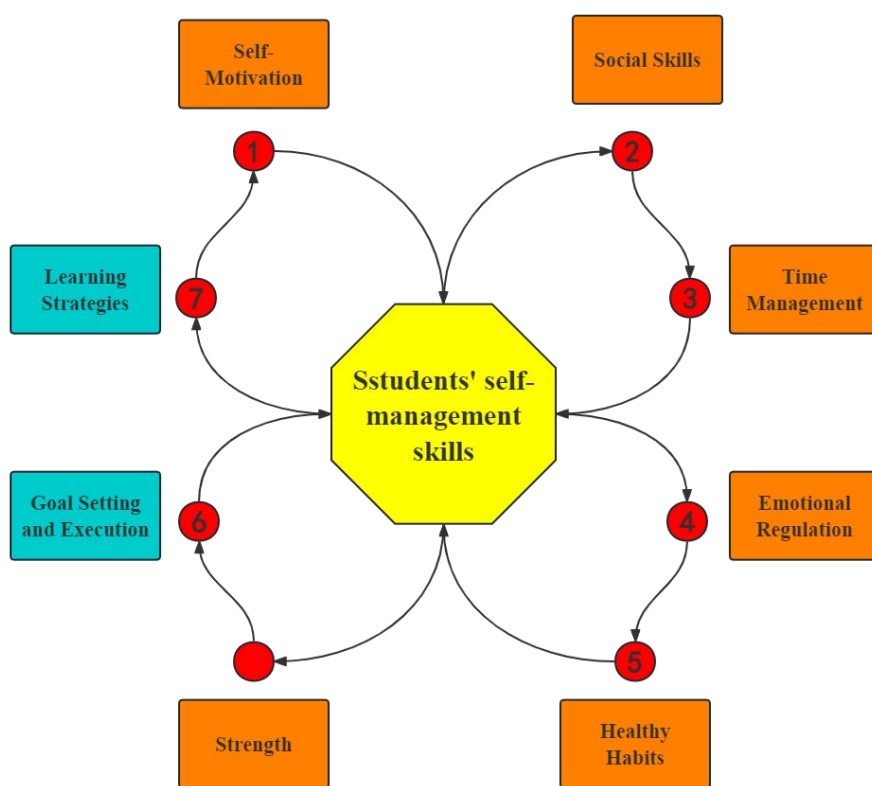


Figure 2 A Model to Enhance Self-management Skills of University Students in Public Universities in Guiyang City, China.

Explanation of the Model; The model illustrates the self-management skills of students in Guiyang's higher education institutions, divided into strengths and areas needing priority development.

Strengths (Left side, green):

Areas Needing Priority Development (Right side, orange)

The model highlights that while students excel in goal-setting and learning strategies, there is a need for focused development in the other five areas, with self-motivation being the top priority for improvement.

Conclusions and suggestions

Conclusion

This study emphasizes the critical importance of self-management skills for university students in Guiyang City, Guizhou Province, China. It identified seven essential skills: Goal Setting and Execution, Learning Strategies, Self-Motivation, Social Skills, Time Management, Emotional Regulation, and Healthy Habits. While Goal Setting and Execution and Learning Strategies were found to be strengths, significant gaps exist in Self-Motivation, Social Skills, Time Management, Emotional Regulation, and Healthy Habits, which need priority development.

The findings suggest that universities should focus on enhancing these skills to improve students' academic performance and personal growth. The developed model provides a clear framework for understanding strengths and areas for improvement and has been assessed as a valuable tool for guiding skill development initiatives in public universities.

These insights have important implications for curriculum design, student support services, and extracurricular activities, advocating for the integration of self-management skill development into university programs. Overall, the study highlights the importance of self-management skills in promoting student success and offers a foundation for targeted interventions in Guiyang City.

Suggestions

Based on the research findings, the following recommendations are proposed to enhance self-management skills among college students in public universities in Guiyang, Guizhou Province, China:

Recommendations

1. Recommendations for Research Utilization

1.1 For Students: Actively participate in self-management training and practical activities, such as courses, seminars, and workshops. Apply learned knowledge in daily life by setting achievable goals, managing time effectively, communicating actively, and regulating emotions. Focus on self-reflection to identify problems and make improvements.

1.2 For Teachers: Increase awareness of self-management education and integrate it into teaching. Design related activities to guide students in practice, strengthen communication to

understand their difficulties, and provide targeted support. Teachers should also improve their own self-management skills to model good practices for students.

1.3 For School Administrators: Incorporate self-management skill development into talent development strategies and create systematic training programs. Offer related courses, diverse educational activities, and foster a positive self-management culture. Enhance teacher training in self-management education and establish practice platforms for students. Focus on evaluating the development of these skills and continuously optimize the education model.

2. Recommendation for Future Research

For Future Researchers: Expand research perspectives to explore self-management skills across different cultural backgrounds and analyze influencing factors. Investigate the relationship between self-management skills and academic performance, employability, and innovation, highlighting their role in student growth.

These recommendations aim to enhance self-management skills, support holistic student development, and cultivate high-quality talent for local socio-economic advancement.

References

- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. W. H. Freeman.
- Chen, X. (2020). A review of research on autonomous English learning. *Advances in Social Sciences*, 9(2), 188–194.
- Chen, X., and Wong, Y. L. (2018). Cultural adaptation and resilience: A new perspective on the challenges faced by Chinese students in higher education. *Journal of International Students*, 8(1), 347–366.
- Dasmadi, D. (2023). Leadership models in modern organizations. *Enrichment: Journal of Management*, 12(6), 4646–4650. <https://doi.org/10.35940/ijeat.f4355.0612623>
- Handayani, M. S., Wangid, M. N., and Julius, A. (2021). The impact of self-management techniques to improve university students' social cognition. *Islamic Guidance and Counseling Journal*, 4(1), 116–123.
- Huang, J. C. (2023). Implementation effect of integrating cooperative inquiry into blended learning: Analysis of students' goal setting, task value, and well-being. *Interactive Learning Environments*, 1–16. <https://doi.org/10.1080/10494820.2023.2168531>
- Kosaseang, S. (2023). Need assessment and development guidelines for effectiveness. *Management*, 32(7), 566–576.
- Krejcie, R. V., and Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607–610.

- Liu, L. Y., and Wang, H. L. (2016). Research on the relationship between college students' interpersonal relationship, self-regulated learning, and mobile phone dependence. *Advances in Psychology*, 6(7), 836–845.
- Meier, A. (2022). Studying problems, not problematic usage: Do mobile checking habits increase procrastination and decrease well-being? *Mobile Media & Communication*, 10(2), 272–293. <https://doi.org/10.1177/20501579211029326>
- Niu, S. J., Niemi, H., and Furman, B. (2022). Supporting K-12 students to learn social-emotional and self-management skills for their sustainable growth with the solution-focused kids' skills method. *Sustainability*, 14(13), 7947. <https://doi.org/10.3390/su14137947>
- Sajeevanie, T. L., and Tharuka, W. M. V. (2022). Impact of strategic self-management practices on academic success with the moderating effects of self-leadership and time management practices: A study based on management undergraduates of the selected state universities in Sri Lanka. *Wayamba Journal of Management*, 13(2). <https://doi.org/10.4038/wjm.v13i2.7543>
- Shen, P. (2022). A brief analysis on the self-management ability of students in higher vocational colleges. *The Proceeding of the 6th STIU International Conference*, 258–268.
- Wang, W. C. (2019). Exploring the relationship among free-time management, leisure boredom, and internet addiction in undergraduates in Taiwan. *Psychological Reports*, 122(5), 1651–1665.
- Yu, C. (2021). The relationship between undergraduate students' creative self-efficacy, creative ability, and career self-management. *International Journal of Academic Research in Progressive Education and Development*, 2(2), 181–193.
- Zhu, M., Bonk, C. J., & Doo, M. Y. (2020). Self-directed learning in MOOCs: Exploring the relationships among motivation, self-monitoring, and self-management. *Educational Technology Research and Development*, 68, 2073–2093. <https://doi.org/10.1007/s11423-020-09747-8>
- Zimmerman, B. J. (2002). Becoming a self-regulated learner: An overview. *Theory Into Practice*, 41(2), 64–70.
- Zimmerman, B. J., and Schunk, D. H. (Eds.). (2001). Self-regulated learning and academic achievement: Theoretical perspectives. Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Zwetsloot, R. (2020). *China's approach to tech talent competition: Policies, results, and the developing global response*. Global China.

การวิจัยเชิงบูรณาการ: แนวคิด ประเภท และการประยุกต์ใช้

สุบิน ยุระรัช^{1,*}, ศิริพร ทองแก้ว²

^{1,2} ศูนย์ส่งเสริมการวิจัยและการประกันคุณภาพการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีปทุม

Received: 20 September 2024

Revised: 1 October 2024

Accepted: 17 October 2024

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความหมายและประเภทของการวิจัยเชิงบูรณาการ รวมถึงการวิเคราะห์ข้อดีและข้อจำกัดของการวิจัยในรูปแบบนี้ พร้อมทั้งเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาการวิจัยเชิงบูรณาการในอนาคต บทความชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการวิจัยเชิงบูรณาการในฐานะเครื่องมือที่สามารถตอบโจทย์ปัญหาที่ซับซ้อนในสังคมปัจจุบัน ซึ่งปัญหาหลายอย่างต้องการความร่วมมือจากหลายสาขาวิชา ตัวอย่างเช่น การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ปัญหาสุขภาพ การพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งต้องการมุมมองและการวิเคราะห์จากหลากหลายมิติ นอกจากนี้บทความยังได้นำเสนอกรณีศึกษา ทั้งในประเทศไทยและในระดับสากล ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสำเร็จในการบูรณาการองค์ความรู้จากหลากหลายสาขาวิชา อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการวิจัยเชิงบูรณาการจะมีข้อดี แต่ก็ยังมีข้อจำกัดหลายประการที่ต้องได้รับการแก้ไข เพื่อส่งเสริมให้การทำงานร่วมกันระหว่างสาขาวิชามีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: การวิจัยเชิงบูรณาการ การวิจัยสหวิทยาการ การวิจัยสหวิทยาการแบบข้ามสาขา การวิจัยข้ามวิทยาการ

* ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: subin.yu@spu.ac.th

Integrative Research: Concept, Types, and Applications

Subin Yurarach^{1,*}, Siriporn Thongkaew²

^{1,2} Research Facilitation and Development Center, Sripatum University

Received: 20 September 2024

Revised: 1 October 2024

Accepted: 17 October 2024

ABSTRACT

This academic article aims to study the definition and types of integrative research, as well as to analyze its advantages and limitations. It also offers recommendations for future development of integrative research. The article highlights the importance of integrative research as a tool capable of addressing complex problems in modern society, where many issues require collaboration from multiple disciplines. Examples of integrative research include climate change, health issues, sustainable development, all of which demand perspectives and analyses from various dimensions. Additionally, the article presents case studies from both Thailand and international context, demonstrating the success of integrating knowledge from multiple disciplines. However, despite the advantages of integrative research, there are several limitations that need to be addressed in order to enhance the effectiveness of interdisciplinary collaboration.

Keywords: Integrative Research, Multidisciplinary Research, Interdisciplinary Research, Transdisciplinary Research

* Corresponding Author; E-mail: subin.yu@spu.ac.th

บทนำ

โลกในปัจจุบัน กำลังเผชิญกับปัญหาที่ซับซ้อนมากขึ้น ทั้งปัญหาทางสังคม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะเป็น การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การเพิ่มขึ้นของโรคอุบัติใหม่ ปัญหาความยากจน และความไม่เท่าเทียมทางเศรษฐกิจ ปัญหาเหล่านี้ไม่สามารถแก้ไขได้ด้วยองค์ความรู้จากสาขาใดสาขาหนึ่งเพียงอย่างเดียว แต่ยังต้องอาศัยความเข้าใจในมิติทางเศรษฐกิจ การเมือง และสังคมอีกด้วย การวิจัยเชิงบูรณาการ (Integrated หรือ Integrative Research) เป็นแนวคิดที่เน้นการเชื่อมโยงและบูรณาการข้อมูลหรือองค์ความรู้จากหลายสาขาวิชาหรือหลายแหล่งที่มาเข้าด้วยกัน เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ครอบคลุมและลึกซึ้งกว่าการวิจัยในลักษณะเดียว ในประเทศไทย มีการกล่าวถึงแนวคิดของการวิจัยเชิงบูรณาการไว้ในงานเขียนของ Viratchai and Wongwanich (1998) โดยกล่าวว่า การวิจัยเชิงบูรณาการเป็นการบูรณาการระหว่างสาขาวิชาโดยเน้นการเชื่อมโยงความรู้จากสาขาวิชาต่างๆ เพื่อตอบคำถามการวิจัยที่ซับซ้อนหรือแก้ปัญหาที่มีความหลากหลาย เช่น การบูรณาการระหว่างสาขาวิชาการศึกษา จิตวิทยา และการบริหารจัดการ เพื่อพัฒนารูปแบบการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การวิจัยเชิงบูรณาการยังอาจเป็นลักษณะของการทำวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพไปควบคู่กัน เช่น (1) ในงานวิจัยของ Wongwanich and Viratchai (2000) ที่เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อคุณธรรมของนักศึกษา ซึ่งใช้ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพควบคู่กัน วิธีการดังกล่าวเป็นลักษณะหนึ่งของการบูรณาการระหว่างศาสตร์ของการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเพื่อเพิ่มความลึกซึ้งและความเชื่อมโยงของผลการวิจัย (2) ผลงานวิจัยของ Viratchai and Wongwanich (1998) ซึ่งเป็นเรื่องของบูรณาการแนวคิดการวิเคราะห์ห่อภิณ (Meta-analysis) และการวิเคราะห์เนื้อหา โดยการวิเคราะห์ห่อภิณเป็นการรวมผลการวิจัยหลายชิ้นเข้าด้วยกันเพื่อสรุปผลที่มีความน่าเชื่อถือมากขึ้น และ(การวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อศึกษาและประเมินคุณภาพของงานวิจัยเชิงคุณลักษณะ

ด้วยเหตุนี้ การวิจัยเชิงบูรณาการจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาองค์ความรู้ที่ครอบคลุมและสามารถแก้ไขปัญหาที่ซับซ้อนได้อย่างยั่งยืน (Lang et al., 2012) ยกตัวอย่างเช่น การวิจัยเรื่องการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในประเทศไทย ได้ใช้การบูรณาการระหว่างวิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม สังคมศาสตร์ และนโยบายรัฐ เพื่อพัฒนามาตรการในการปรับตัวและลดผลกระทบจากภาวะโลกร้อน (Health Systems Research Institute, 2018) ในระดับสากล องค์การสหประชาชาติ (United Nations: UN) ได้นำแนวคิดนี้มาใช้ในโครงการหรือกิจกรรมเกี่ยวกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ซึ่งต้องการความร่วมมือจากทุกภาคส่วน (UN, 2015) จากตัวอย่างข้างต้น การวิจัยเชิงบูรณาการจึงเป็นวิธียุทธศาสตร์ที่มีความสำคัญและเหมาะสมกับยุคปัจจุบัน เพราะเป็นการนำเอาความรู้จากหลายสาขามาผสมผสานกันเพื่อแก้ไขปัญหาที่ซับซ้อนและกว้างขวาง เนื่องจากปัญหาหลายประการไม่สามารถแก้ไขได้ด้วยความรู้จากสาขาใดสาขาหนึ่งเท่านั้น แต่ต้องอาศัยความร่วมมือจากหลากหลายสาขาวิชา เช่น การวิจัยทางด้านสุขภาพ สิ่งแวดล้อม และสังคม ที่ต้องการแนวทางที่ครอบคลุมและเชื่อมโยงกันเพื่อสร้างความรู้ใหม่ๆ ที่สามารถนำไปใช้ได้จริง (Tress et al., 2005a; van Kerkhoff, 2005) และเนื่องจากแนวคิดเกี่ยวกับการวิจัยเชิงบูรณาการยังไม่ได้เป็นที่รู้จักแพร่หลายมากในประเทศไทย บทความเรื่องนี้จึงเป็นการนำเสนอแนวคิดพื้นฐานและตัวอย่างผลงานวิจัยในลักษณะนี้เพื่อให้ผู้อ่านได้เข้าใจและเห็นความสำคัญมากขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความหมาย ประเภท แนวคิดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และตัวอย่างของการวิจัยเชิงบูรณาการ ทั้งในประเทศไทยและในระดับสากล
2. เพื่อวิเคราะห์ข้อดีและข้อจำกัดของการวิจัยเชิงบูรณาการ พร้อมให้ข้อเสนอแนะในการพัฒนางานวิจัยเชิงบูรณาการในอนาคต

ความหมายและประเภทของการวิจัยเชิงบูรณาการ

1. ความหมายการวิจัยเชิงบูรณาการ

คำว่า การวิจัยเชิงบูรณาการ (Integrated หรือ Integrative Research) เป็นศาสตร์หรือวิธีวิทยาการวิจัยที่เพิ่งเกิดขึ้นมาไม่นาน มีนักวิชาการได้ให้ความหมายไว้หลากหลาย อาทิ

Rosenfield (1992) กล่าวว่า การวิจัยเชิงบูรณาการเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาที่ต้องการการทำงานร่วมกันจากหลายสาขาวิชา การวิจัยนี้ไม่เพียงแต่รวบรวมความรู้จากสาขาต่างๆ แต่ยังเน้นการทำงานร่วมกันของนักวิจัยจากหลายสาขาเพื่อนำเสนอคำตอบที่รอบด้านและมีประสิทธิภาพ

Klein (2004) การวิจัยเชิงบูรณาการ เป็นการวิจัยที่เน้นการบูรณาการองค์ความรู้ต่าง ๆ เข้าด้วยกันเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ครอบคลุมมากขึ้น แนวคิดนี้ได้รับความนิยมมากขึ้นในปัจจุบัน เนื่องจากปัญหาหลายอย่างมีความซับซ้อนและไม่สามารถแก้ไขได้ด้วยองค์ความรู้แบบเดียว

Morse et al. (2007) กล่าวว่า การวิจัยเชิงบูรณาการ หมายถึง กระบวนการที่นำความรู้จากหลายสาขาวิชามาผสมผสานเข้าด้วยกัน เพื่อตอบคำถามวิจัยหรือแก้ปัญหาที่มีความซับซ้อนและกว้างขวาง โดยเน้นการรวมองค์ความรู้วิธีการวิจัย และมุมมองที่หลากหลายจากหลายสาขาวิชา เพื่อสร้างความเข้าใจที่สมบูรณ์ขึ้น ซึ่งจะช่วยให้ได้คำตอบที่มีความแม่นยำและครอบคลุมยิ่งขึ้น

โดยสรุป การวิจัยเชิงบูรณาการ หมายถึง ศาสตร์การวิจัยหรือวิธีวิทยาการวิจัยที่เน้นการเก็บรวบรวมข้อมูลและใช้วิธีการจากหลากหลายสาขาวิชาวิเคราะห์และผสมผสานเพื่อตอบคำถามวิจัยที่มีความซับซ้อน

2. ประเภทของการวิจัยเชิงบูรณาการ

การวิจัยเชิงบูรณาการเป็นแนวทางที่รวมองค์ประกอบต่าง ๆ จากสาขาวิชาหลายแขนง เช่น สังคมศาสตร์ วิทยาศาสตร์ธรรมชาติ และเทคโนโลยี นอกจากนี้ยังครอบคลุมถึงการร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกระบวนการวิจัยทั้งหมด ซึ่งอาจแบ่งแนวคิดเกี่ยวกับการวิจัยเชิงบูรณาการได้เป็นหลายประเภท เช่น การวิจัยสหวิทยาการ (Multidisciplinary Research) การวิจัยสหวิทยาการแบบข้ามสาขา (Interdisciplinary Research) และการวิจัยข้ามวิทยาการ (Transdisciplinary Research) (Tress et al., 2005a) ซึ่งแต่ละประเภทมีลักษณะการทำงานที่แตกต่างกัน (Morse et al., 2007)

โดยสรุป การวิจัยเชิงบูรณาการ อาจแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทหลัก ได้แก่

(1) การวิจัยสหวิทยาการ (Multidisciplinary Research)

การวิจัยสหวิทยาการ เป็นการวิจัยที่เน้นการรวมองค์ความรู้จากหลายสาขาวิชาใช้ในการวิจัยร่วมกัน แต่ยังคงรักษาขอบเขตของแต่ละสาขาไว้อย่างชัดเจน การวิจัยประเภทนี้อาจเป็นประโยชน์ในการแก้ปัญหาที่ต้องอาศัยความรู้จากหลายด้าน เช่น การพัฒนาวัคซีน ที่ต้องอาศัยองค์ความรู้ทั้งทางด้านวิทยาศาสตร์การแพทย์และองค์ความรู้ทางชีววิทยา หรือการวิจัยทางการแพทย์ที่ใช้ความรู้ทางด้านวิศวกรรมศาสตร์เพื่อช่วยในการพัฒนาวิธีการรักษาใหม่ ๆ การวิจัยแบบนี้ นอกจากจะใช้ความรู้จากหลากหลายสาขา ยังส่งเสริมให้นักวิจัยจากหลายสาขาได้มีโอกาสทำงานร่วมกัน เช่น โครงการพัฒนาวัคซีนที่มีการร่วมมือระหว่างแพทย์ นักวิทยาศาสตร์ชีววิทยา และนักวิทยาศาสตร์ข้อมูล (Choi & Pak, 2006)

ตัวอย่างการวิจัยสหวิทยาการในประเทศไทย เช่น โครงการพัฒนาวัคซีนโรคไข้เลือดออก ซึ่งเกี่ยวข้องกับการร่วมมือระหว่างแพทย์ นักวิจัยด้านชีววิทยา และนักวิทยาศาสตร์ข้อมูล (Chulalongkorn University, 2020) ในระดับสากล เช่น โครงการวัคซีน COVID-19 ของ Pfizer และ BioNTech เป็นอีกตัวอย่างหนึ่งของการบูรณาการ

วิทยาศาสตร์หลายแขนงในการเร่งพัฒนาวัคซีนเพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาด้านสาธารณสุขที่มีผลกระทบร้ายแรงต่อคน (Food and Drug Administration: FDA, 2020)

(2) การวิจัยสหวิทยาการแบบข้ามสาขา (Interdisciplinary Research)

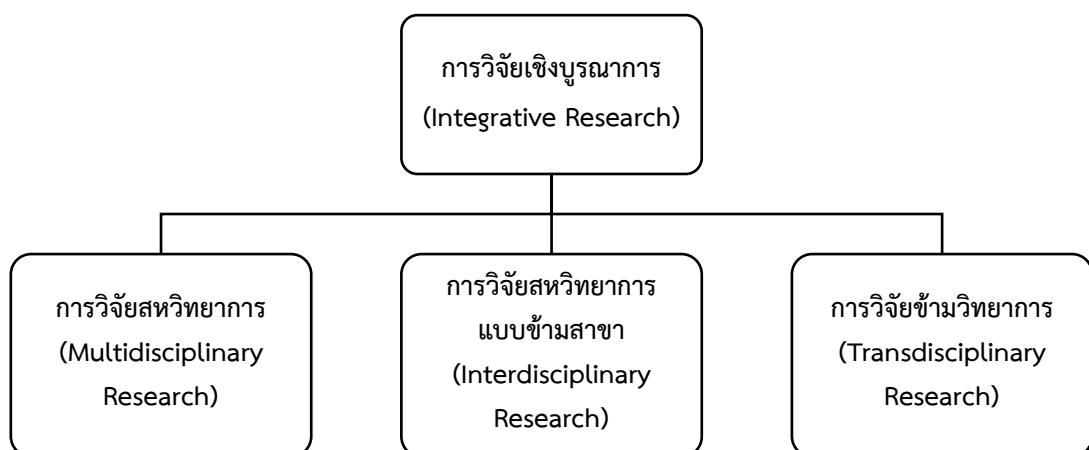
การวิจัยสหวิทยาการแบบข้ามสาขา เป็นการนำเอาความรู้จากหลายสาขามาสผสมผสานกัน โดยแต่ละสาขาจะทำงานร่วมกันในลักษณะที่ขอบเขตของวิชาเริ่มเลือนรางลง ผลลัพธ์ของการวิจัยนี้มักจะเกิดการพัฒนาค้นคว้าความรู้ใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อน เช่น การประยุกต์ใช้ความรู้ทางวิศวกรรมศาสตร์ร่วมกับสังคมศาสตร์ในการออกแบบเมืองที่ยั่งยืน (Rosenfield, 1992)

ตัวอย่างการวิจัยสหวิทยาการแบบข้ามสาขา ในประเทศไทย เช่น การวิจัยเกี่ยวกับปัญหาการจราจรในกรุงเทพฯ มีการใช้การบูรณาการระหว่างวิศวกรรมจราจร สถาปัตยกรรม และสังคมศาสตร์ เพื่อแก้ปัญหารถติด (Department of Highways, 2019) ในระดับสากล เช่น การออกแบบเมืองอัจฉริยะในสิงคโปร์แสดงถึงการใช้ความรู้จากหลายสาขาในการออกแบบเมืองที่ยั่งยืนและมีประสิทธิภาพ (Singapore Smart Nation, 2019)

(3) การวิจัยข้ามวิทยาการ (Transdisciplinary Research)

การวิจัยข้ามวิทยาการ เป็นการวิจัยที่ก้าวข้ามขอบเขตของแต่ละสาขาวิชาอย่างแท้จริง โดยนำความรู้จากหลายสาขามารวมกันเพื่อสร้างความรู้ใหม่ที่ครอบคลุมและสมบูรณ์ ตัวอย่างเช่น การวิจัยเพื่อแก้ปัญหการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ที่ต้องใช้ทั้งวิทยาศาสตร์ธรรมชาติ เศรษฐศาสตร์ และการเมือง (Klein, 2004) การวิจัยลักษณะนี้เป็นการวิจัยที่เน้นการผสมผสานความรู้จากหลายสาขาเข้าด้วยกันโดยที่ขอบเขตของแต่ละสาขานำมารวมเข้าด้วยกันเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ๆ

ตัวอย่างการวิจัยข้ามวิทยาการในประเทศไทย เช่น โครงการแก้ไขปัญหาความยากจนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีการบูรณาการระหว่างเศรษฐศาสตร์ สังคมศาสตร์ และการเกษตรในการพัฒนาโครงการชุมชนยั่งยืน (Bank of Thailand, 2021) ส่วนในระดับสากล เช่น โครงการข้ามวิทยาการเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในกลุ่มประเทศแถบแอฟริกาได้รวมเอาวิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อมกับการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น (African Climate Research, 2020)



ภาพที่ 1 ประเภทของการวิจัยเชิงบูรณาการ

ภาพที่ 1 เป็นแผนภาพที่แสดงประเภทของการวิจัยเชิงบูรณาการ (Integrative Research) โดยแบ่งเป็น 3 ประเภทหลัก ได้แก่ การวิจัยสหวิทยาการ (Multidisciplinary Research) การวิจัยสหวิทยาการแบบข้ามสาขา (Interdisciplinary Research) และการวิจัยข้ามวิทยาการ (Transdisciplinary Research)

การออกแบบการวิจัยเชิงบูรณาการ

การดำเนินการวิจัยเชิงบูรณาการต้องการการวางแผนและการประสานงานที่ดีระหว่างนักวิจัยจากหลายสาขา รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ที่เกี่ยวข้อง การวิจัยเชิงบูรณาการนี้มีการออกแบบที่สำคัญหลายประการ ดังนี้

1. การตั้งคำถามวิจัย

การวิจัยเชิงบูรณาการเริ่มต้นจากการตั้งคำถามวิจัยที่ครอบคลุมทุกด้านของปัญหา คำถามวิจัยที่ใช้ในการวิจัยเชิงบูรณาการต้องมีความชัดเจนและครอบคลุมทุกด้านที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถนำความรู้จากหลายสาขามาตอบคำถามนั้นได้ เช่น การตั้งคำถามเกี่ยวกับการพัฒนาพลังงานสะอาด นอกจากคำตอบทางเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องแล้ว ผู้วิจัยยังต้องคำนึงถึงผลกระทบทางสังคมและเศรษฐกิจด้วย (Lang et al., 2012) การตั้งคำถามวิจัยที่ครอบคลุมปัญหาทุกด้านจึงเป็นสิ่งสำคัญ ตัวอย่างคำถามวิจัย เช่น การจัดการน้ำในภาคอีสานอย่างมีประสิทธิภาพครอบคลุมการพัฒนาการเกษตรและเศรษฐกิจท้องถิ่นหรือไม่ อย่างไร (Kasetsart University, 2020)

2. การเลือกวิธีวิทยาการวิจัย

การเลือกวิธีวิทยาการวิจัยที่เหมาะสมจะต้องพิจารณาจากธรรมชาติของปัญหา นักวิจัยต้องเลือกวิธีวิทยาการวิจัย (Research Methodology) ที่เหมาะสมกับการวิจัยเชิงบูรณาการที่เลือกใช้ เช่น การใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อเข้าใจมิติทางสังคม และการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อวัดผลกระทบที่เป็นตัวเลข การวิจัยเชิงบูรณาการยังอาจใช้วิธีวิทยาการวิจัยแบบผสม (Mixed-methods Research Methodology) เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ควบคู่ไปกับการวิเคราะห์เชิงสถิติ (Rosenfield, 1992) การพัฒนาวัคซีน COVID-19 ที่ใช้การผสมผสานระหว่างการวิจัยในห้องปฏิบัติการและการทดลองภาคสนาม (FDA, 2020) โครงการการพัฒนาาระบบสาธารณสุขในพื้นที่ชนบทของอินเดียที่ใช้ทั้งการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติและการสำรวจภาคสนาม (Gupta & Patel, 2021) ดังนั้น การเลือกวิธีวิทยาการวิจัยที่เหมาะสมจะต้องพิจารณาถึงความซับซ้อนของปัญหา เช่น โครงการ Global Health Initiative ใช้ทั้งการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสำรวจเชิงปริมาณในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อพัฒนาแนวทางในการจัดการกับโรคเอดส์ (World Health Organization: WHO, 2018)

3. ผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยเชิงบูรณาการ

การวิจัยเชิงบูรณาการมักเกี่ยวข้องกับการรวมกลุ่มนักวิจัยจากหลายสาขาและการทำงานร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากภายนอก เช่น องค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่น การทำงานร่วมกันเหล่านี้ช่วยให้การวิจัยสามารถแก้ปัญหาที่ซับซ้อนได้ดียิ่งขึ้น (Tress et al., 2005a) ดังนั้น ผู้ให้ข้อมูลหรือตัวอย่างในการวิจัยเชิงบูรณาการอาจมีความหลากหลายขึ้นอยู่กับวิธีวิทยาการวิจัยที่เลือกใช้ ตัวอย่างการวิจัยเชิงบูรณาการที่ประสบความสำเร็จในประเทศไทย เช่น โครงการพัฒนาเศรษฐกิจหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่ ได้รวมผู้เชี่ยวชาญจากหลากหลายสาขา รวมทั้งภาคประชาสังคมเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการวิจัย (Chiang Mai Community Foundation, 2019)

4. ขั้นตอนการทำวิจัยเชิงบูรณาการ

การทำวิจัยเชิงบูรณาการเป็นกระบวนการที่สำคัญในการเชื่อมโยงองค์ความรู้จากหลากหลายสาขาวิชา เพื่อให้สามารถแก้ไขปัญหาหรือสร้างองค์ความรู้ใหม่ที่ครอบคลุมทุกด้านของประเด็นปัญหาได้อย่างครบถ้วนและเป็นระบบ ในการทำวิจัยเชิงบูรณาการ นักวิจัยจำเป็นต้องปฏิบัติตามขั้นตอนที่ถูกต้องและสอดคล้องกับหลักการวิจัย โดยทั่วไปขั้นตอนการทำวิจัยเชิงบูรณาการมี 10 ขั้นตอน ดังนี้

(1) การระบุปัญหาและวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Problem and Objective) การกำหนดปัญหาที่ต้องการศึกษาและวัตถุประสงค์ของการวิจัยเป็นขั้นตอนที่สำคัญมาก เพราะจะเป็นแนวทางให้กับนักวิจัยในการกำหนดกรอบและแนวทางในการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ผลลัพธ์ตามทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง (Tress et al., 2005b)

(2) การทบทวนวรรณกรรม (Literature Review) การศึกษาและวิเคราะห์งานวิจัยหรือบทความที่เกี่ยวข้อง เป็นการค้นหาความรู้เดิมและช่องว่างของความรู้ที่ควรได้รับการศึกษาต่อ การทบทวนวรรณกรรมช่วยให้นักวิจัยมีข้อมูลพื้นฐานสำหรับการพัฒนากรอบแนวคิดและเลือกวิธีการวิจัยที่เหมาะสม (Repko and Szostak, 2021)

(3) การออกแบบการวิจัย การเลือกตัวอย่าง และการวิเคราะห์ (Research, Sampling, Analysis Design) การวิจัยเชิงบูรณาการมักจะใช้การออกแบบวิจัยที่หลากหลาย เช่น การวิจัยเชิงคุณภาพ เชิงปริมาณ หรือการผสมผสานทั้งสองแบบ (Repko and Szostak, 2021) การเลือกวิธีการวิจัยที่เหมาะสมขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการวิจัยและประเภทของข้อมูลที่ต้องการเก็บ

(4) การเก็บรวบรวมข้อมูล (Data Collection) การเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นขั้นตอนที่ต้องมีการวางแผนอย่างรอบคอบ นักวิจัยต้องตรวจสอบให้แน่ใจว่าข้อมูลที่เก็บมีความถูกต้องและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลอาจใช้วิธีการต่างๆ ตามรูปแบบการวิจัยที่เลือกใช้ เช่น การสัมภาษณ์ การสอบถาม หรือการสังเกต (Tress et al., 2005b)

(5) การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis) การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงบูรณาการจะต้องใช้วิธีการที่หลากหลาย เช่น การวิเคราะห์เชิงสถิติสำหรับข้อมูลเชิงปริมาณ หรือการวิเคราะห์เนื้อหาสำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพ (Bryman, 2016) การเลือกวิธีการวิเคราะห์ขึ้นอยู่กับลักษณะของข้อมูลและประเภทของการวิจัยที่กำหนดไว้

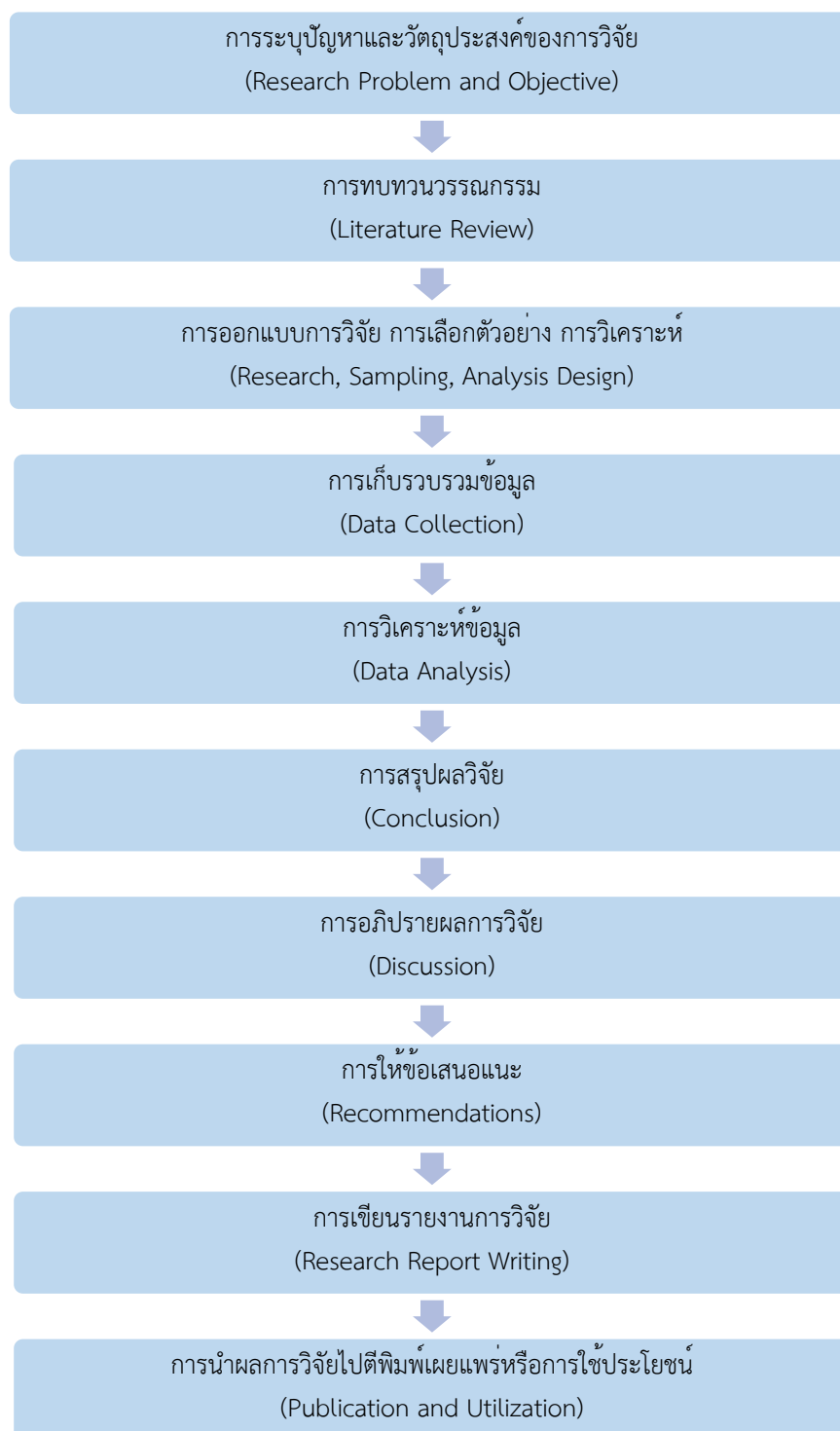
(6) การสรุปผลการวิจัย (Conclusion) ในขั้นตอนนี้ นักวิจัยจะต้องสรุปข้อค้นพบหลักจากการวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลเรียบร้อยแล้วทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ (Tress et al., 2005b)

(7) การอภิปรายผลการวิจัย (Discussion) การอภิปรายผลการวิจัยเป็นขั้นตอนที่นักวิจัยต้องเชื่อมโยงผลลัพธ์ที่ได้กับทฤษฎีและงานวิจัยที่ผ่านมา เพื่อให้เข้าใจถึงความหมายของผลการวิจัยและสามารถประเมินความสำเร็จหรือข้อจำกัดของงานวิจัยได้ (Repko and Szostak, 2021)

(8) การให้ข้อเสนอแนะ (Recommendations) ในขั้นตอนนี้ นักวิจัยจะต้องให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์สำหรับการนำไปใช้หรือการวิจัยในอนาคต (Tress et al., 2005b)

(9) การเขียนรายงานการวิจัย (Research Report Writing) การเขียนรายงานวิจัยเป็นกระบวนการที่ต้องการความชัดเจนและเป็นระบบ โดยแบ่งเนื้อหาเป็นส่วนต่างๆ อย่างเป็นระบบ เช่น บทที่ 1 บทนำ บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล บทที่ 5 สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ และตามด้วยบรรณานุกรมและภาคผนวก ในส่วนที่เกี่ยวข้อง (Bryman, 2016)

(10) การนำผลการวิจัยไปตีพิมพ์เผยแพร่ (Publication) หรือการใช้ประโยชน์ (Utilization) การวิจัยเชิงบูรณาการจะทำให้ได้องค์ความรู้ที่นำไปสู่การแก้ปัญหาที่หลากหลายและการนำผลการวิจัยไปเผยแพร่หรือใช้ประโยชน์ มีความจำเป็นเพื่อนำไปสู่การปรับปรุง พัฒนา หรือแก้ไขต่อไป



ภาพที่ 2 ขั้นตอนการวิจัยเชิงบูรณาการ

ภาพที่ 2 เป็นแผนภาพที่แสดงขั้นตอนการทำวิจัยเชิงบูรณาการที่เริ่มจากการระบุปัญหาและวัตถุประสงค์ของการวิจัย ไปจนถึงการเขียนรายงานการวิจัย

ตัวอย่างงานวิจัยเชิงบูรณาการ

การวิจัยเชิงบูรณาการ เป็นความร่วมมือของนักวิจัยที่มาจากหลากหลายสาขาวิชา ในส่วนนี้เป็นการทบทวนงานวิจัยเชิงบูรณาการที่ได้ดำเนินการทั้งในประเทศไทย และในต่างประเทศ เพื่อให้เห็นเป็นแนวทางสำหรับการทำวิจัยในลักษณะนี้ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ตัวอย่างงานวิจัยเชิงบูรณาการในประเทศไทยและต่างประเทศ

ผู้เขียนและปี	ประเทศ/ภูมิภาค	ประเด็นวิจัย	ประเภท	ผลลัพธ์	ข้อจำกัด
Gupta & Patel (2021)	อินเดีย	การปรับปรุงสุขภาพ สาธารณะในชนบท	Multidisciplinary	พัฒนาระบบสาธารณสุข ที่เข้าถึงได้มากขึ้น	ขาดทรัพยากร บุคลากรทาง การแพทย์
African Climate Research (2020)	แอฟริกา	การจัดการทรัพยากรน้ำ	Transdisciplinary	พัฒนามาตรการ จัดการน้ำที่ยั่งยืน	การสื่อสาร ระหว่างทีม
Garcia & Torres (2020)	อเมริกาใต้	การพัฒนาทางการเกษตร ในป่าฝนอะเมซอน	Multidisciplinary	ส่งเสริมการใช้ที่ดิน อย่างยั่งยืน	ความขัดแย้ง กับชุมชน ท้องถิ่น
Zhang et al. (2019)	จีน	การแก้ปัญหามลพิษทาง อากาศ	Multidisciplinary	พัฒนามาตรการลด มลพิษในเมืองใหญ่	ข้อจำกัดด้าน เทคโนโลยี
Smith et al. (2018)	อเมริกาเหนือ	การบริหารจัดการ ทรัพยากรพลังงาน	Interdisciplinary	ปรับปรุงระบบ พลังงานอย่างยั่งยืน	การมีส่วนร่วมของ ชุมชนไม่เพียงพอ
Murakami et al. (2017)	ญี่ปุ่น	การจัดการภัยพิบัติ แผ่นดินไหว	Transdisciplinary	พัฒนาระบบเตือนภัย ที่ครอบคลุม	ความยากลำบาก ในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงาน
Al-Hashimi et al. (2016)	ตะวันออก กลาง	การอนุรักษ์แหล่งน้ำใน ภูมิภาคทะเลทราย	Transdisciplinary	พัฒนาระบบจัดการ น้ำประปาที่มี ประสิทธิภาพ	ปัญหาการใช้ งบประมาณสูง
Lang et al. (2012)	ยุโรป	การพัฒนาที่ยั่งยืน	Transdisciplinary	พัฒนานโยบาย ท้องถิ่นยั่งยืน	ขาดแหล่ง เงินทุน
Tress et al. (2005a)	ยุโรป	การฟื้นฟูพื้นที่ป่า	Interdisciplinary	สร้างระบบฟื้นฟูป่า ที่ใช้ได้ในระยะยาว	ขาดความร่วมมือ จากหน่วยงานท้องถิ่น
Chulalongkorn University (2020)	ไทย	พัฒนาวัคซีนโรค ไข้เลือดออก	Multidisciplinary	พัฒนาวัคซีนใหม่ได้ สำเร็จ	ขาดการสนับสนุน ระยะยาว
Office of Natural Resources and Environmental Policy and Planning (2018)	ไทย	พัฒนาระบบจัดการน้ำที่ สามารถนำไปใช้ได้ ในระยะยาว	Multidisciplinary	ได้ระบบการจัดการ น้ำที่ยั่งยืน	การมีส่วนร่วม ของชุมชน ไม่เพียงพอ
Khon Kaen University (2020)	ไทย	พัฒนาการเกษตร แบบยั่งยืนในภาคอีสาน	Multidisciplinary	ได้ระบบการเกษตร แบบยั่งยืน	ความยากลำบาก ในการสื่อสาร ระหว่างนักวิจัย จากหลายสาขาทำ
National Research Council of Thailand (NRCT) (2018)	ไทย	การจัดการน้ำในพื้นที่ เกษตรภาคอีสาน	Interdisciplinary	เพิ่มประสิทธิภาพใน การจัดการน้ำ ในภาคเกษตร	ขาดการสนับสนุน ด้านนโยบาย จากรัฐบาล

จากตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่า การวิจัยเชิงบูรณาการในหลายภูมิภาคทั่วโลกได้นำมาใช้ในการแก้ไขปัญหาที่ซับซ้อน ตั้งแต่การจัดการทรัพยากรธรรมชาติ การพัฒนาที่ยั่งยืน ไปจนถึงการปรับปรุงสุขภาพและการจัดการภัยพิบัติ ในแต่ละภูมิภาคมีการใช้การบูรณาการความรู้จากหลายสาขา เช่น วิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม วิทยาศาสตร์สังคม และนโยบายสาธารณะ ทั้งนี้ ผลลัพธ์ของการวิจัยส่วนใหญ่ชี้ให้เห็นถึงความสำเร็จในการพัฒนาระบบที่ยั่งยืน แต่ข้อจำกัดของผลงานวิจัยเหล่านี้มักเกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านทรัพยากร ความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน และความขัดแย้งทางการเมืองหรือวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น

ตัวอย่างการวิจัยเชิงบูรณาการในประเทศไทย เช่น การพัฒนาระบบจัดการน้ำที่สามารถนำไปใช้ได้ในระยะยาว โดยบูรณาการความรู้จากหลายสาขา เช่น วิศวกรรมศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ และการวางผังเมือง (Office of Natural Resources and Environmental Policy and Planning, 2018) ตัวอย่างในระดับสากล เช่น โครงการฟื้นฟูป่าในยุโรปที่ใช้การวิจัยสหวิทยาการแบบข้ามสาขา (Tress et al., 2005a) โครงการหรือกิจกรรมเกี่ยวกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ขององค์การสหประชาชาติที่ใช้การบูรณาการจากหลายสาขาวิชาในการแก้ไขปัญหาที่ยั่งยืนทั่วโลก (UN, 2015)

ประโยชน์ของการวิจัยเชิงบูรณาการ

การวิจัยเชิงบูรณาการมีประโยชน์ในการสร้างความรู้ที่หลากหลายและครอบคลุมมากขึ้น ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการแก้ไขปัญหาที่มีความซับซ้อนได้ดีขึ้น เช่น ปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ต้องอาศัยทั้งความรู้ทางวิทยาศาสตร์และการวิเคราะห์สังคมในการแก้ไข (Lang et al., 2012) อย่างไรก็ตาม การวิจัยเชิงบูรณาการมีประโยชน์หลายประการที่ทำให้การวิจัยในลักษณะนี้เป็นทางเลือกหนึ่งสำหรับการวิจัยในยุคปัจจุบัน สำหรับประโยชน์ของการวิจัยเชิงบูรณาการสรุปได้สี่ข้อ ดังนี้

1. การแก้ปัญหาที่ซับซ้อน ปัญหาที่ซับซ้อน เช่น การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ปัญหาสุขภาพโลก หรือปัญหาความยากจน ต้องการความร่วมมือจากหลายสาขาวิชา การวิจัยเชิงบูรณาการช่วยให้นักวิจัยสามารถรวมความรู้จากหลายด้านเพื่อให้ได้คำตอบที่ครอบคลุมและยั่งยืน (Lang et al., 2012)
2. การสร้างความรู้ใหม่ การวิจัยเชิงบูรณาการนำไปสู่การสร้างความรู้ใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อน เพราะการนำความรู้จากหลายสาขามาผสมผสานกัน จะช่วยให้เกิดมุมมองที่หลากหลายและสมบูรณ์ขึ้น เช่น การพัฒนานวัตกรรมเทคโนโลยีที่ตอบโจทย์ปัญหาทางสังคมและสิ่งแวดล้อม (Choi and Pak, 2006)
3. การเพิ่มประสิทธิภาพในการนำไปใช้ การวิจัยเชิงบูรณาการไม่เพียงแต่ช่วยสร้างองค์ความรู้ใหม่ แต่ยังช่วยให้ความรู้นั้นสามารถนำไปใช้แก้ปัญหาในทางปฏิบัติได้ดียิ่งขึ้น เนื่องจากการนำมุมมองจากภาคปฏิบัติเข้ามามีส่วนร่วมในการวิจัยตั้งแต่เริ่มต้น (Morse et al., 2007)
4. การปรับปรุงนโยบาย ผลลัพธ์จากการวิจัยเชิงบูรณาการมักจะนำไปสู่การพัฒนานโยบายและมาตรการที่ยั่งยืน เช่น การวิจัยเชิงบูรณาการในประเทศจีนที่นำไปสู่การลดมลพิษในเมืองใหญ่ (Zhang et al., 2019)

ข้อจำกัดของการวิจัยเชิงบูรณาการ

การวิจัยเชิงบูรณาการ แม้ว่าจะเป็นการวิจัยที่ได้รับการยอมรับในยุคปัจจุบัน เนื่องจากสามารถแก้ไขปัญหาที่ซับซ้อนได้ แต่ก็ยังมีข้อจำกัดหลายประการที่อาจจะต้องนำมาพิจารณาปรับใช้ สรุปได้ดังนี้

1. การสื่อสารระหว่างสาขาวิชายังเป็นอุปสรรค เนื่องจากการวิจัยเชิงบูรณาการ ประกอบด้วยนักวิจัยจากสาขาวิชาต่างๆ ซึ่งอาจมีวิธีคิด วิธีการทำงาน และภาษาที่ใช้ในการวิจัยที่แตกต่างกัน การสื่อสารระหว่างทีมวิจัยจึงเป็นปัญหาสำคัญในบางกรณี (Tress et al., 2005a)
2. ข้อจำกัดด้านเวลาและทรัพยากร การวิจัยเชิงบูรณาการมักต้องใช้เวลาและทรัพยากรที่มากขึ้น เนื่องจากต้องประสานงานระหว่างหลายสาขาวิชาและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ ซึ่งอาจทำให้การดำเนินงานมีความล่าช้า และต้องการการวางแผนที่รอบคอบ (van Kerkhoff, 2005)
3. การขาดแนวทางการทำงานที่ชัดเจน เนื่องจากการวิจัยเชิงบูรณาการยังเป็นแนวทางใหม่ในหลายบริบท ทำให้ขาดแนวทางการทำงานที่ชัดเจนและเป็นมาตรฐาน นักวิจัยอาจต้องพัฒนากระบวนการทำงานใหม่ ๆ ในแต่ละโครงการวิจัย ซึ่งอาจมีความแตกต่างกัน (Rosenfield, 1992)

สรุป

การวิจัยเชิงบูรณาการเป็นแนวทางการวิจัยที่สำคัญและนำมาใช้เพื่อการแก้ไขปัญหาที่ซับซ้อนและมีความท้าทายสูงในปัจจุบัน เนื่องจากสามารถนำองค์ความรู้จากหลากหลายสาขามาสวมผสานกันเพื่อพัฒนาแนวทางแก้ไขปัญหายั่งยืน ประเด็นปัญหาวิจัยที่มักจะนำการวิจัยเชิงบูรณาการไปปรับใช้ เช่น การจัดการทรัพยากรธรรมชาติ สุขภาพ และการพัฒนาที่ยั่งยืน อย่างไรก็ตาม การวิจัยเชิงบูรณาการยังมีข้อจำกัดหลายประการ เช่น ความยากลำบากในการประสานงานระหว่างสาขาวิชา การขาดทรัพยากรและการสนับสนุนด้านนโยบาย ดังนั้น การวิจัยเชิงบูรณาการยังคงต้องการการพัฒนาการทำงานร่วมกันระหว่างนักวิจัยจากหลายสาขาให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. การวิจัยเชิงบูรณาการควรได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชนหรือสังคม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในกระบวนการแก้ไขปัญหาที่ซับซ้อน
2. ควรมีการพัฒนากระบวนการสื่อสารหรือรูปแบบการประสานงานระหว่างนักวิจัยในสาขาวิชาต่าง ๆ เพื่อให้กระบวนการทำวิจัยเชิงบูรณาการเป็นไปอย่างราบรื่นและเข้าใจตรงกันระหว่างนักวิจัย
3. ควรจัดหาแหล่งเงินทุนที่เพียงพอสำหรับการวิจัยเชิงบูรณาการในระยะยาว รวมถึงการส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะการวิจัยเชิงบูรณาการให้กับนักวิจัยทั้งในกลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และกลุ่มสาขาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์

เอกสารอ้างอิง

- African Climate Research. (2020). Integrated research for sustainable water management. *African Journal of Climate Change*, 15(2), 45-60.
- Al-Hashimi, F., et al. (2016). Water Conservation in Desert Regions of the Middle East. *Journal of Environmental Policy*, 6(1), 85-100.
- Bank of Thailand. (2021). *Sustainable community development project in the northeastern region*. Bangkok: Bank of Thailand. (in Thai)

- Bryman, A. (2016). *Social Research Methods*. Oxford: Oxford University Press. Chiang Mai Community Foundation. (2019). Sustainable community economic development project in Chiang Mai Province. *Community Development Journal*, 4(2), 112-118. (in Thai)
- Choi, B. C. K., and Pak, A. W. P. (2006). Multidisciplinarity, interdisciplinarity, and transdisciplinarity in health research, services, education and policy. *Clinical & Investigative Medicine*, 29(6), 351-364.
- Chulalongkorn University. (2020). Development of dengue vaccine in Thailand. *Medical Journal*, 12(3), 18-24. (in Thai)
- Department of Highways. (2019). *Traffic management in Bangkok (Annual report)*. Bangkok: Department of Highways. (in Thai)
- Food and Drug Administration (FDA). (2020). *Pfizer-BioNTech COVID-19 Vaccine*. FDA.gov.
- Garcia, M., and Torres, L. (2020). Sustainable Agricultural Development in the Amazon Rainforest. *Journal of Environmental Studies*, 14(3), 230-245.
- Gupta, R., and Patel, A. (2021). Public Health Improvements in Rural India. *Multidisciplinary Journal of Public Health*, 9(2), 145-160.
- Health Systems Research Institute. (2018). *Integration of environmental science, social sciences, and state policy for climate change adaptation*. Bangkok: Health Systems Research Institute. (in Thai)
- Kasetsart University. (2020). Water management in the northeastern region. *Agricultural Research Journal*, 45(1), 112-130. (in Thai)
- Klein, J. T. (2004). Prospects for Transdisciplinarity. *Futures*, 36(4), 515-526.
- Khon Kaen University. (2020). *Sustainable agricultural development in the northeastern region*. Khon Kaen: Khon Kaen University. (in Thai)
- Lang, D. J., Wiek, A., Bergmann, M., Stauffacher, M., Martens, P., Moll, P., Swilling, M., and Thomas, C. J. (2012). Transdisciplinary research in sustainability science: Practice, principles, and challenges. *Sustainability Science*, 7(1), 25-43.
- Morse, W. C., Nielsen-Pincus, M., Force, J. E., and Wulforst, J. D. (2007). Bridges and barriers to developing and conducting interdisciplinary graduate-student team research. *Ecology and Society*, 12(2), 8.
- Murakami, H., et al. (2017). Earthquake Disaster Management in Japan. *Journal of Natural Disaster Science*, 8(2), 195-210.
- National Research Council of Thailand (NRCT). (2018). *Water management in agricultural areas in the northeastern region: Enhancing efficiency in agricultural water management*. Bangkok: National Research Council of Thailand. (in Thai)
- Office of Natural Resources and Environmental Policy and Planning. (2018). Flood management in Nakhon Si Thammarat Province. *Water Resources Management Journal*, 6(1), 45-52.

- Repko, A. F., and Szostak, R. (2021). *Interdisciplinary Research: Process and Theory*. SAGE Publications.
- Rosenfield, P. L. (1992). The potential of transdisciplinary research for sustaining and extending linkages between the health and social sciences. *Social Science & Medicine*, 35(11), 1343-1357.
- Smith, J. A., and Thompson, R. (2018). Interdisciplinary perspectives on sustainable energy management in North America. *Renewable Energy Reviews*, 93, 130-145.
- Singapore Smart Nation. (2019). *Smart Nation: The Way Forward*. Singapore: Singapore Smart Nation Programme Office.
- Tress, B., Tress, G., and Fry, G. (2005a). Clarifying integrative research concepts in landscape ecology. *Landscape Ecology*, 20(4), 479-493.
- Tress, B., Tress, G., van der Valk, A., and Fry, G. (2005b). *Interdisciplinary and Transdisciplinary Landscape Studies: Potential and Limitations*. Wageningen UR Frontis Series.
- United Nations. (2015). *Sustainable Development Goals: Transforming our world*. United Nations. [Online]. Retrieved 1 September 2024 from: <https://sustainabledevelopment.un.org/>
- Van Kerkhoff, L. (2005). Integrated research: Concepts of connection in environmental science and policy. *Environmental Science & Policy*, 8(5), 452-463.
- Viratchai, N. & Wongwanich, S. (1998). *Synthesis of educational research using meta-analysis and content analysis*. Bangkok: Office of the National Education Commission, Office of the Prime Minister. (in Thai)
- World Health Organization (WHO). (2018). *Global Health Initiative: Tackling AIDS through Integrated Research*. WHO Reports.
- Wongwanich, S. and Viratchai, N. (2000). *Factors and processes facilitating individual moral development for collective success among university students: A quantitative and qualitative study*. Bangkok: Department of Educational Research, Chulalongkorn University. (in Thai)
- Zhang, X., Li, Z., and Wang, Y. (2019). Multidisciplinary approaches to urban air pollution reduction in China: A comprehensive review. *Environmental Science & Policy*, 101, 1-8.

ความสำคัญของโลกมุสลิมในมุมมองของไทย: กรณีศึกษา วิสัยทัศน์ 2030 ของชาอุดีอาระเบีย

ญิฮาด มะลูลีม^{1*}, นัศรูน ญะใหญ่²

¹ วิทยาลัยนานาชาติอิสลามกรุงเทพ มหาวิทยาลัยเกริก

² วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Received: 28 May 2024

Revised: 5 August 2024

Accepted: 7 November 2024

บทคัดย่อ

ความสำคัญของโลกมุสลิมในมุมมองของไทย: กรณีศึกษา วิสัยทัศน์ 2030 ของชาอุดีอาระเบียมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโลกอิสลามที่มีบทบาทสำคัญอยู่ในเวทีการเมืองระหว่างประเทศ และมีความสัมพันธ์ทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมรวมถึงความสัมพันธ์ทางด้านศาสนา ซึ่งหลักศรัทธาของอิสลามทำให้เป็นหนึ่งในเดียวระหว่างชาวมุสลิมไม่ว่าจะชนชาติหรือเผ่าพันธุ์รวมทั้งพี่น้องชาวมุสลิมในประเทศไทยที่มีความสัมพันธ์มาอย่างยาวนานและต่อเนื่องซึ่งผลจากการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจะพบว่าในมุมมองของไทย โลกอิสลามเป็นโลกที่มีประชากรรวมกันประมาณ 2 พันล้านคน หรือประมาณ 1 ใน 5 ของโลก ที่ตั้งอยู่ในจุดที่เป็นยุทธศาสตร์สำคัญของโลกโดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่ ๆ รู้จักกันในนามภูมิภาคตะวันออกกลาง หรือเอเชียตะวันตก เอเชียใต้ เอเชียกลาง เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ แอฟริกา และบางประเทศในยุโรป เช่น ตุรกี ที่มีพื้นที่คาบเกี่ยวกับยุโรปและเอเชียตะวันตก อย่างไรก็ตาม บทความทางวิชาการเรื่องความสำคัญของโลกมุสลิมในมุมมองของไทย: กรณีศึกษามโนทัศน์ 2030 จะเน้นการศึกษาโลกมุสลิมโดยภาพรวมและศึกษามโนทัศน์ 2030 ของชาอุดีอาระเบียเป็นด้านหลัก รวมทั้งศึกษามุมมองของไทยที่มีความสัมพันธ์กับชาอุดีอาระเบียมาอย่างยาวนานแต่ต้องมาประสบกับการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากคตินิยมการก่อการร้ายและนักธุรกิจชาอุดีอาระเบียที่เกิดขึ้นในประเทศไทยเมื่อ 30 กว่าปีที่ผ่านมา และมีส่วนทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างสองประเทศสั่นคลอน อย่างไรก็ตามในมุมมองของไทย การกลับมาที่มีความสัมพันธ์อีกครั้งหลังจาก 32 ปี ผ่านไปจะถือเป็นโอกาสอันดีที่จะสถาปนาความสัมพันธ์อย่างเต็มรูปแบบอีกครั้งภายใต้การขับเคลื่อนของรัฐบาลไทยกับมกุฎราชกุมารมูฮัมหมัด บิน ซัลมาน ซึ่งมุ่งพัฒนาประเทศภายใต้มโนทัศน์ 2030

คำสำคัญ : โลกมุสลิม มุมมองของไทย วิสัยทัศน์ชาอุดีอาระเบีย 2030

* ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: jihadmaluleem@gmail.com

The importance of the Muslim World in Thailand's Perspective: A Case Study of Saudi Arabia's Vision 2030

Jihad Maluleem^{1,*}, Nasroon Kooyai²

¹ International Islamic Collage Bangkok, krirk University

² College of Innovation and Management, Suan Sunandha Rajabhat University

Received: 28 May 2024

Revised: 5 August 2024

Accepted: 7 November 2024

ABSTRACT

For the academic article on the importance of the Muslim world from a Thai perspective: a case study of Saudi Arabia's Vision 2030, the objective is to study the Muslim world, which plays an important role in the international political arena and has had good political, economic, social, and cultural relations with Thailand for a long time and continuously. The results of the study and review of related literature will show that, from a Thai perspective, The Islamic world is a world with a total population of approximately 2 billion people, or approximately 1 in 5 of the world's, located in an important strategic location. This is especially true in areas known as the Middle East or Western Asia, South Asia, Central Asia, Southeast Asia, Africa, and some European countries, such as Turkey, that overlap with Europe and Western Asia simultaneously. However, the academic article on the importance of the Muslim world from a Thai perspective: a case study of Saudi Arabia Vision 2030, will specifically focus on the study of the Muslim world known as West Asia or the Middle East, including studying Saudi Arabia's Vision 2030 as a main aspect. This academic article will study Thailand's perspective on the Muslim world and the long-standing relationship between Thailand and Saudi Arabia. However, the change that occurred in the murder case of a Saudi diplomat and businessman that happened in Thailand more than 30 years ago also contributed to the destabilization of relations between the two countries. However, from Thailand's perspective, resuming relations after 32 years will be a good opportunity to re-establish full relations under the Thai Government and Crown Prince Muhammed bin Salman, who developed the country under the Vision 2030 accordingly.

Keywords: Muslim World, Thai perspective, Saudi Arabia's Vision 2030

* Corresponding Author; E-mail: jihadmaluleem@gmail.com

บทนำ

ในมุมมองของไทยนอกจากประวัติศาสตร์การติดต่อสัมพันธ์ที่ไทยมีมายาวนานกับโลกมุสลิมหรือโลกอิสลามแล้ว ไทยยังให้ความสำคัญต่อโลกมุสลิมจากเหตุผลด้านอื่น ๆ ได้แก่ โลกอิสลามมีประชากรรวมกันประมาณ 2 พันล้านคนหรือประมาณ 1 ใน 5 ของโลก (Ahsan, 1985; Hourani, 1992) ประเทศอิสลามส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในจุดที่เป็นยุทธศาสตร์สำคัญโดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่ที่เรียกกันว่าตะวันออกกลางหรือเอเชียตะวันตกและภูมิภาคอื่น ๆ ของโลกมุสลิมซึ่งมีความสำคัญทั้งในทางการเมือง สังคม วัฒนธรรมและเศรษฐกิจ (Huntington, 1996; Maluleem, 2019) โลกมุสลิมเป็นแหล่งอารยธรรมและศาสนาอิสลามเป็นศาสนาที่สำคัญของโลกทั้งนี้โลกมุสลิมหรือโลกของผู้นับถือศาสนาอิสลามได้ทวีความสำคัญและเป็นที่สนใจของทั่วโลกมากขึ้นโดยเฉพาะภายหลังเหตุการณ์ 9/11 (Esposito, 2002; Maluleem, 2019)

โลกมุสลิมเป็นแหล่งพลังงาน 2/3 ของโลก ถือครองร้อยละ 70 ของพลังงานสำรอง (น้ำมัน ก๊าซธรรมชาติ) ของโลก ชาอูดีอาระเบียมีปริมาณสำรองน้ำมัน 1 ใน 4 ของโลกประมาณ 260 พันล้านบาร์เรล (Korany, 1992; Fuller, 2010) ประเทศอื่นๆ เช่น คูเวต กาตาร์ บาห์เรน สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ แอลจีเรีย อิรัก อียิปต์ อินโดนีเซีย ลิเบีย มาเลเซีย และบรูไน ก็ถือได้ว่าเป็นแหล่งน้ำมันและเป็นผู้ผลิตและส่งออกหลักของโลกเป็นที่มาของร้อยละ 40 ของวัตถุดิบต่างๆ เช่น แร่ธาตุ และผลิตผลการเกษตรของโลก (Hitti, 1964; Fuller, 2010) ปัจจุบันมีชาวไทยมุสลิมคิดเป็นประมาณร้อยละ 10 ของประชากรไทย จึงต้องมีความร่วมมือกับประเทศมุสลิม ในด้านต่างๆ เช่น ในการส่งเสริมกิจการศาสนาอิสลาม เช่น การส่งเสริมกิจการฮัจญ์ ซึ่งต้องร่วมมือใกล้ชิดกับชาอูดีอาระเบียและด้านอิสลามศึกษาและการบริหารธุรกิจอิสลามกับอียิปต์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย บังกลาเทศ ปากีสถานและประเทศอื่น ๆ ในตะวันออกกลาง เป็นต้น (Esposito, 2002; Maluleem, 2012; Michel, 2002)

ด้านการเมือง ในระดับการทูตพหุภาคี (Multilateralism) ไทยได้ร่วมในเวทีการสานเสวนาระหว่างอารยธรรม (Dialogue Among Civilizations) และศาสนิกสนทนา (Interfaith Dialogue) ต่างๆ เช่น ในกรอบ ASEM และร่วมในกิจกรรมขององค์การความร่วมมืออิสลาม (Organization of Islamic Cooperation) หรือ OIC (Maluleem, 2012; Donohue & Esposito, 2006) ผลักดันความร่วมมือในการสานเสวนาของเอเชีย (Asia Cooperation Dialogue) หรือ ACD และการสานเสวนาเอเชียตะวันออกกลาง (Asia Middle East Dialogue) หรือ AMED (Zubaida, 1988; Salam, 2023) โลกมุสลิมโดยเฉพาะอย่างยิ่งตะวันออกกลางหรือเอเชียตะวันตก (West Asia) จึงเป็นคู่ค้า เป็นตลาดและแหล่งพลังงานที่สำคัญของไทยและจากการที่ประเทศในตะวันออกกลางต่างกำลังมีนโยบาย “มองตะวันออก” หรือ Look East Policy จึงเป็นโอกาสดีที่ไทยจะเพิ่มพูนความร่วมมือกับโลกมุสลิมโดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศในภูมิภาคนี้ให้ยั่งยืนและก้าวหน้าตลอดไป (Salam, 2023; Akarapisit, 2022) รวมทั้งให้ความสำคัญกับประเทศอย่างชาอูดีอาระเบียที่กลับมาความสัมพันธ์ขึ้นปกติอีกครั้งกับประเทศไทย โดยเฉพาะความสัมพันธ์ทางการค้า สังคม การเมือง และวัฒนธรรม ทั้งนี้การศึกษาวิจัยทัศน์ 2030 ของชาอูดีอาระเบียอย่างครอบคลุมจะทำให้ประเทศไทยมีความเข้าใจและมุ่งการพัฒนาความสัมพันธ์ต่อกันได้อย่างเป็นรูปธรรม

สำหรับในด้าน การค้า/การท่องเที่ยว ประเทศไทยได้ดำเนินนโยบายที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจให้เกิดเป็นรูปธรรมอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ (1) การรักษาทลาดส่งออก (export) และส่งออกเพิ่มเติม (re-export) ที่ไทยครองตลาดและเป็นผู้นำตลาด เช่น อาหารทะเล บรรจุกะปอง/สำเร็จรูป เครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน เสื้อผ้าสำเร็จรูป รถปิคอัพ และเครื่องปรับอากาศโดยมีสภาความร่วมมือแห่งอ่าวฯ (Arabian Gulf, Persian Gulf ตามคำเรียกของชาวอาหรับและชาวอิหร่าน) GCC หรือ (Gulf Cooperation Council) เป็นเป้าหมายหลัก และเร่งขยายตลาดอื่นๆ เช่น ลิเบีย

โมร็อกโก ซีเรีย จอร์แดน เยเมน และเลบานอน เป็นต้น (Korany, 1992; Esposito, 2002) (2) **ขยายความร่วมมือ** กับประเทศอิสลามซึ่งเป็นตลาดใหม่ ได้แก่ คาซัคสถาน เติร์กเมนิสถาน ทาจิกิสถาน อุซเบกิสถาน คีร์กีซสถาน และ อาเซอร์ไบจาน รวมทั้งประเทศอิสลามในทวีปแอฟริกา เช่น ไนเจอร์ แกมเบีย เซเนกัล โมซัมบิก มาลี โซมาเลีย โตโก ยูกันดา (Hitti, 1964; Fuller, 2010) (3) **เพิ่มทางผ่าน (Gateway)** จุดติดต่อธุรกิจ จุดกระจายสินค้าไทยในภูมิภาค จากที่ขณะนี้ไทยได้ตั้งศูนย์ธุรกิจประเทศไทย (Thailand Business Center) หรือ TBC ในบาร์ทเรนแล้วโดยอาจเป็นที่ คูเวต จอร์แดน เป็นต้น (Maluleem, 2012; Salam, 2023) (4) **ขยายตลาดสินค้าไทย** ในสาขาที่เป็นตลาดที่เหมาะสม โดยเฉพาะ (Niche Market) และมีแนวโน้มเติบโต เช่น ธุรกิจสปา ร้านอาหารไทย และอาหารฮาลาล (Michel, 2002; Akarapisit, 2022) (5) **ส่งเสริมการท่องเที่ยว** เนื่องจากตลาดนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางกำลังเติบโตสูง โดยมี สถิติว่านับตั้งแต่เหตุการณ์ 9/11 เป็นต้นมา จำนวนนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางที่เดินทางมาไทยเพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 52 ปัจจุบัน (2024) หลังการกลับมาสถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตขึ้นปกติอีกครั้งกับซาอุดีอาระเบียจะพบว่า นักท่องเที่ยวและนักธุรกิจจากภูมิภาคเอเชียตะวันตกโดยเฉพาะอย่างยิ่งซาอุดีอาระเบียเดินทางเข้ามาประเทศไทย เพิ่มขึ้นจำนวนมาก (Esposito, 2002; Salam, 2023) (6) **การส่งเสริมตลาดท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (medical tourism)** และการรักษาพยาบาลในไทยซึ่งกำลังได้รับความนิยมและการยอมรับสูงจากชาวอาหรับและชาวมุสลิมใน ภูมิภาคเอเชียใต้ เช่น บังกลาเทศ ปากีสถานและมัลดีฟส์ อาจกล่าวได้ว่านับจาก ค.ศ. 2002 จนถึงปัจจุบันมีผู้มารับ การรักษาพยาบาลจากตะวันออกกลางและเอเชียใต้ในไทยปีละจำนวนมากทั้งนี้ทางการไทยมีนโยบายที่จะผลักดันให้ ไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการรักษาพยาบาลของเอเชียด้วยเช่นกัน ทั้งนี้ประเทศไทยได้จัดทำเขต การค้าเสรี (FTA) กับประเทศที่มีศักยภาพ หรือใช้ประโยชน์จาก FTA ที่มีเช่นการเป็นหุ้นส่วนยุโรป – เมดิเตอร์เรเนียน (Euro-Mediterranean Partnership) ซึ่งได้แก่ แอลจีเรีย อียิปต์ อิสราเอล เลบานอน โมร็อกโก ซีเรีย ตูนิเซีย ตุรกี ปาเลสไตน์ และเขตการค้าเสรีมหาอาหรับ (Greater Arab Free Trade Area) ของประเทศอาหรับ เป็นต้น (Maluleem, 2019; Akarapisit, 2022) (7) **ด้านพลังงาน** ในด้านพลังงานประเทศไทยได้ขยายความร่วมมือด้าน พลังงาน และแหล่งพลังงานสำรอง โดยสนับสนุน ปตท.สผ. ในการลงทุนในตลาดที่มีศักยภาพ เช่น อิหร่าน ลิเบีย แอลจีเรีย โอมานและบาร์ทเรน สนับสนุนให้ประเทศต่างๆ เข้ามาลงทุน/เป็นพันธมิตรทางยุทธศาสตร์ของไทยในประเทศไทยใน ภาคพลังงาน (downstream) เช่น โอมานเข้ามาลงทุนซื้อหุ้นในโรงกลั่นของไทย เป็นต้น เพิ่มความร่วมมือด้านก๊าซธรรมชาติ (LNG) โดยมีเป้าหมายอยู่ที่อิหร่าน และกาตาร์ (Korany, 1992; Salam, 2023) (8) **การลงทุน** ดึงดูดเงินลงทุนซึ่ง ขณะนี้ตะวันออกกลางกำลังมีเงินทุนสูง (capital surplus) ให้มาลงทุนในสาขาที่นักลงทุนตะวันออกกลางสนใจได้แก่ ภาคไฮโดร คาร์บอน (Hydro Carbon) อสังหาริมทรัพย์ การเงินการธนาคาร และการท่องเที่ยว เป็นต้น (Huntington, 1996; Fuller, 2010) (9) **แรงงาน** ขยายตลาดแรงงานไทย ในตลาดที่ต้องการแรงงานไทย ได้แก่ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ คูเวต กาตาร์ บาร์ทเรน ลิเบีย รวมทั้งซาอุดีอาระเบียที่กลับมาฟื้นความสัมพันธ์ขึ้นปกติกับไทยอีกครั้ง เป็นต้น (Salam, 2023; Akarapisit, 2022)

บทบาทของประเทศซาอุดีอาระเบีย: วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. Jaran Maluleem (2023) ได้กล่าวว่า “การมีส่วนร่วมของซาอุดีอาระเบียกับประเทศมุสลิมในเอเชีย ตะวันออกเฉียงใต้” เป็นบทความที่กล่าวถึงเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ซึ่งมีความสัมพันธ์กับซาอุดีอาระเบียโดยเฉพาะ อย่างยิ่งประเทศมุสลิมที่อยู่ในภูมิภาคนี้ อย่างเช่น อินโดนีเซีย มาเลเซีย บรูไน รวมทั้งประเทศไทย ทั้งนี้จะพบว่า สำหรับโลกมุสลิมซาอุดีอาระเบียได้รับการยอมรับว่าเป็นผู้นำโดยพฤตินัยในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้โดยเฉพาะ

อย่างยิ่งกับมาเลเซีย อินโดนีเซีย และบรูไน โดยประชากรมุสลิมต่างก็คาดหวังอย่างมากว่าซาอุดีอาระเบียจะเป็นประเทศที่ให้การช่วยเหลือด้านการเงินและการศาสนาในการพัฒนาโครงสร้างประเทศมุสลิมในภูมิภาคนี้ การมีส่วนร่วมของซาอุดีอาระเบียในประเทศดังกล่าวมีมายาวนานโดยเฉพาะอย่างยิ่งหลังสงครามเย็น ถือว่าซาอุดีอาระเบียเป็นผู้นำตามธรรมชาติของโลกมุสลิมที่สนับสนุนเรื่องศาสนา การเมือง สังคม และการเงินอย่างต่อเนื่องให้แก่ประเทศมุสลิมเหล่านี้รวมทั้งการขยายความสัมพันธ์ทางการค้า

2. Asif Salaam (2023) “Thai - Saudi opportunity A new Horizon for trade and investment” เป็นบทความที่น่าสนใจในงานประชุมนานาชาติมหาวิทยาลัยเกริก 2566 ทั้งนี้ผู้เขียนได้นำเสนอโอกาสทางการค้าซึ่งเปิดโลกแห่งความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับซาอุดีอาระเบียโดยเนื้อหาสำคัญจะอยู่ที่มูลค่าทางการค้าของทั้งสองประเทศรวมทั้งวิสัยทัศน์ 2030 ของซาอุดีอาระเบียที่มุ่งจะยกระดับความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของซาอุดีอาระเบียให้ไปอยู่ในระดับเดียวกับประเทศชั้นนำของโลกบทความนี้กล่าวถึงมูลค่าทางการค้าของ 2 ประเทศคือ ประเทศไทยและประเทศซาอุดีอาระเบียในปัจจุบันเอาไว้โดยละเอียด

3. Arisara Akarapisit (2022) อธิบายไว้ว่า การปฏิรูปประเทศครั้งประวัติศาสตร์ตามวิสัยทัศน์ซาอุดีอาระเบีย 2030 อาจเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ซาอุดีอาระเบียกลับมาฟื้นฟูความสัมพันธ์ทางการทูตสู่ระดับปกติอย่างสมบูรณ์กับไทยหลังปมร้าวฉานกว่า 30 ปี ความมุ่งมั่นอันสูงสุดเพื่อลดการพึ่งพารายได้หลักจากน้ำมันและสร้างความหลากหลายทางเศรษฐกิจทำให้ซาอุดีอาระเบียต้องการแรงงานต่างชาติหลายล้านคนในโครงการพัฒนาต่างๆ การเยือนซาอุดีอาระเบียอย่างเป็นทางการของนายกรัฐมนตรีพลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ตามคำเชิญของเจ้าชาย มุฮัมมัด บิน ซัลมาน แห่งราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย ในวันที่ 25-26 มกราคม พ.ศ. 2565 นำมาซึ่งโอกาส ในการสร้างความร่วมมือและการพัฒนาร่วมกันหลายด้านระหว่างสองประเทศและหนึ่งในนั้นคือข้อตกลงความร่วมมือด้านแรงงาน การกลับมาสร้างความสัมพันธ์ด้านแรงงานระหว่างประเทศ นับเป็นโอกาสอันสดใสของแรงงานไทยทั้งในด้านการเป็นที่ยอมรับของนายจ้างต่างชาติ โอกาสในการเข้าไปทำงานของแรงงานสตรี การนำเข้าแรงงานต่างชาติจำนวนมากโดยเฉพาะในภาคบริการและบทบาทของรัฐบาลไทยในด้านการทูตและการยกระดับคุณภาพของแรงงานไทยแต่ในขณะเดียวกันก็อาจมีความท้าทายของแรงงานไทยไม่ว่าจะเป็นด้านระดับการศึกษาและทักษะทางภาษาความยากลำบากในการปรับตัวการใช้ชีวิตและประเด็นความอ่อนไหวทางการเมือง

4. Bahat Kor any and Ali E. Hillal Dessuki (1992) ได้กล่าวถึงอิสลามในการเมืองของซาอุดีอาระเบียที่มีเนื้อหาสำคัญในการทำความเข้าใจประเทศซาอุดีอาระเบียที่มีความสัมพันธ์กับประเทศมุสลิมในมาเลเซีย อินโดนีเซีย บรูไน รวมทั้งประเทศไทย อาจกล่าวได้ว่าผู้วางนโยบายของซาอุดีอาระเบียได้ให้ความสำคัญแก่โลกมุสลิมเคียงคู่ไปกับภูมิภาคอาหรับ ชาวซาอุดีอาระเบียจำนวนมากมีความคิดว่าชาวอาหรับก็เป็นส่วนหนึ่งของอุมมะฮ์ (ประชาชาติอิสลาม) ภูมิศาสตร์และประวัติศาสตร์มีส่วนกำหนดโลกทัศน์นี้เพราะซาอุดีอาระเบียเป็นทั้งแหล่งกำเนิดของอิสลามและของชาวอาหรับ ดังนั้นสองอย่างนี้จึงยากที่จะแยกออกจากกันได้หรือแม้แต่แตกต่างจากกันก็ไม่ได้

ภาพรวมของโลกมุสลิม : มุมมองของไทย

ในทางการเมืองโลกมุสลิมมีหลายอุดมการณ์ จะเห็นได้ว่ามีตั้งแต่ประชาธิปไตย สังคมนิยมอาหรับ รวมทั้งแนวคิดที่ใช้ศาสนาเป็นหลักสำคัญในทางการเมือง (Political Islam) (Huntington, 1996; Maluleem, 2012) ชาวมุสลิมในโลกที่เป็นสมาชิกขององค์การความร่วมมืออิสลาม (Organization of Islamic Cooperation) หรือ OIC มีจำนวนร้อยละ 80-90 ของประชากรในประเทศเอเชียและแอฟริกา รวม 30 ประเทศ นับตั้งแต่ฝั่งมหาสมุทรแอตแลนติกไป

จนถึงมหาสมุทรแปซิฟิกเข้าไปยังทวีปแอฟริกาเหนือและภาคกลางกับเอเชียใต้ ประเทศที่มีชาวมุสลิมอาศัยอยู่เป็นจำนวนมากก็มีอยู่กว่า 40 ประเทศ ถ้านับชาวมุสลิมทั่วโลกก็จะมีมากถึงสองพันล้านคน (Ahsan, 1985; Hourani, 1992) ร้อยละ 80 ยึดถือสำนักคิดซุนนี และร้อยละ 20 ยึดถือสำนักคิดชีอะฮ์ (Esposito, 2002)

ประเทศมุสลิมที่มีความสำคัญทางด้านการค้าและธุรกิจ ได้แก่ ซาอุดีอาระเบีย แอลจีเรีย และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (เป็นประเทศที่ส่งออกน้ำมันและก๊าซ) ประเทศมุสลิมผู้ส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย (ยางธรรมชาติ ดีบุก และวัตถุดิบอื่นๆ) ประเทศที่มีความสำคัญต่อมหาอำนาจในแง่ผลประโยชน์ทางด้านยุทธศาสตร์ ได้แก่ อิหร่าน ตุรกี ปากีสถาน อิรัก โมร็อกโก ตูนิเซีย ฯลฯ (Hitti, 1964; Korany, 1992)

จากข้อมูลดังกล่าวมาข้างต้นจึงอาจกล่าวได้โดยสังเขปว่าโลกมุสลิมเป็นโลกที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง ทั้งในแง่ภูมิรัฐศาสตร์ และประชากร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงครึ่งหลังของทศวรรษที่ 1970 และต้นทศวรรษ 1980 เป็นต้นไป ทั้งนี้ก็เพราะบทบาทของประเทศเหล่านี้ที่มีมากขึ้นทั้งทางด้านการเมืองและเศรษฐกิจ ประเทศมุสลิมที่มีน้ำมันอยู่ได้กลายเป็นผู้ควบคุมพลังงานในโลกทุนนิยมเป็นส่วนใหญ่ และมีบทบาทการเป็นผู้ส่งวัตถุดิบชนิดอื่นๆ อีกด้วย (Fuller, 2010; Maluleem, 2012) การที่ประเทศดังกล่าวร่ำรวยขึ้นมาจากการขายน้ำมันทำให้ชนชั้นปกครองสามารถมีอิทธิพลอย่างใหญ่หลวงต่อเศรษฐกิจของโลกทุนนิยม อย่างไรก็ตามประเทศในโลกมุสลิมมีโครงสร้างทางการเมือง แนวโน้ม และระดับของการพัฒนาด้านสังคมเศรษฐกิจแตกต่างกันเป็นอย่างมาก มีประเทศที่ร่ำรวยมหาศาลจากทรัพยากรน้ำมัน (ซาอุดีอาระเบีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และคูเวต) และยังมีประเทศที่ยากจนข้นแค้น (บังกลาเทศ แกมเบีย กินี มาลี ไนเจอร์ ซูดาน ฯลฯ) (Huntington, 1996; Esposito, 2002)

โครงสร้างด้านการเมืองของประเทศเหล่านี้ก็มีตั้งแต่ประชาธิปไตยแบบปฏิบัติไปจนถึงศาสนรัฐ (Maluleem, 2012) ศักยภาพประการแรกของการมาจากการได้ดินคือน้ำมัน สืบเนื่องมาจากสมาชิกสิบสามประเทศของประเทศส่งออกน้ำมันหรือ OPEC (ประเทศสมาชิกของ OPEC ประกอบไปด้วยรัฐผู้ก่อตั้ง ได้แก่ อิรัก อิหร่าน คูเวต ซาอุดีอาระเบีย เวเนซุเอลา และมีแปดประเทศเข้าร่วม ได้แก่ กาตาร์ อินโดนีเซีย ลิเบีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ แอลจีเรีย ไนจีเรีย เอกวาดอร์ และกาบอง) ซึ่งมีน้ำมันสำรองของโลกมากกว่าร้อยละ 78.3 และเป็นสมาชิกของ OIC ซึ่งได้แก่ อิหร่าน อิรัก คูเวต ซาอุดีอาระเบีย กาตาร์ อินโดนีเซีย ลิเบีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ แอลจีเรีย ไนจีเรีย และกาบอง (Hourani, 1992; Fuller, 2010)

ประเทศเหล่านี้ร่วมมือเพื่อให้มีเอกภาพในนโยบายน้ำมันของประเทศสมาชิก และมันใจต่อความมั่นคงของราคาน้ำมัน เพื่อให้ได้มาซึ่งความมีประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจและการส่งน้ำมันอย่างต่อเนื่องให้แก่ผู้ใช้น้ำมัน รายได้ที่มีอย่างต่อเนื่องทำให้ผู้ผลิตได้รับเงินทุนตอบแทนในการลงทุนอุตสาหกรรมน้ำมัน เนื่องจากประเทศ OPEC สามารถผลิตได้ราวร้อยละ 40 ของน้ำมันโลกและร้อยละ 50 ของการค้าน้ำมันระหว่างประเทศ การตัดสินใจใดๆ ที่จะเพิ่มหรือลดการผลิตอาจต่ำกว่าหรือทำให้ราคาน้ำมันดิบสูงขึ้นได้ (Korany, 1992; Esposito, 2002)

อาจกล่าวได้ว่าโลกมุสลิมโดยรวมมีความสามารถในการแข่งขันทางการค้าด้วยการเชื่อมโยงกับภูมิภาคและเศรษฐกิจโลก โลกมุสลิมจึงมีความสามารถในการสร้างความเป็นหุ้นส่วนการพัฒนา กับนานาชาติ (Huntington, 1996; Maluleem, 2019) ปัจจุบันมีผู้นับถือศาสนาอิสลามในโลก ประมาณสองพันล้านคน และมีผู้ใช้ภาษาอาหรับทั่วโลก ประมาณ 295 ล้านคน ประกอบกับโลกมุสลิมมีองค์กรในระดับนานาชาติที่สำคัญมากมาย เช่น องค์การความร่วมมืออิสลาม (OIC) ซึ่งไทยต้องรักษาความสัมพันธ์ที่ดีในด้านต่างๆ เอาไว้อย่างต่อเนื่อง (Salam, 2023; Akarapisit, 2022)

ความสัมพันธ์ไทย – ซาอุดีอาระเบีย : ในมุมมองของไทย

ในโลกมุสลิม ซาอุดีอาระเบียเป็นหนึ่งในประเทศที่มีบทบาทในทางสังคม การเมือง วัฒนธรรม และเศรษฐกิจองค์กรสำคัญๆ ของโลกก็ล้วนแต่อยู่ในประเทศนี้ นอกจากนี้ซาอุดีอาระเบียยังเป็นที่ตั้งของศาสนสถานที่สำคัญของศาสนาอิสลาม โดยเฉพาะอย่างยิ่งนครมักกะฮ์ (Makka) และมะดีนะฮ์ (Madina) (Hourani, 1992; Esposito, 2002) ในเชิงนามธรรม ซาอุดีอาระเบียเป็นสถานที่เกิดของศาสนาอิสลาม ตามที่อัลกุรอานเปิดเผย และอารยธรรมอิสลามก็เริ่มต้นขึ้นที่นี่ตลอดหลายศตวรรษที่ผ่านมา ซาอุดีอาระเบียกลายเป็นผู้นำโดยธรรมชาติของโลกมุสลิม (Hitti, 1964; Fuller, 2010) ปัจจุบันระบบเศรษฐกิจและสังคมของซาอุดีอาระเบียกำลังอยู่ระหว่างการปรับโครงสร้างอย่างรวดเร็ว นับตั้งแต่ประเทศนี้ได้รับการก่อตั้งขึ้นมาเมื่อศตวรรษก่อน (Korany, 1992; Maluleem, 2019)

จากบริบทดังกล่าว ซาอุดีอาระเบียจึงพยายามสร้างการมีส่วนร่วมอย่างสร้างสรรค์กับประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ปกครองโดยชาวมุสลิม อย่างเช่น มาเลเซีย อินโดนีเซีย และบรูไน รวมทั้งประเทศไทย (Donohue & Esposito, 2006; Salam, 2023) นอกจากความสัมพันธ์ที่มีต่อสี่ประเทศข้างต้นแล้วยังมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญภายใต้การนำของ มุฮัมมัด บิน ซัลมาน (Muhammad bin Salman) หรือ MBS มกุฎราชกุมารที่กลายมาเป็นผู้บริหารคนสำคัญของประเทศไปเรียบร้อยแล้ว สำหรับซาอุดีอาระเบีย ความสัมพันธ์ทวิภาคีเหนือประเทศมุสลิมและประเทศไทยที่กล่าวถึงข้างต้นยังมีปัจจัยร่วมที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือจีน ซึ่งมีสถานะที่แข็งแกร่งในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ กระนั้นได้มีความเห็นพ้องต้องกันว่าแนวทางใหม่ของซาอุดีอาระเบียจะสร้างความสมดุลให้กับภูมิภาคนี้ (Akarapisit, 2022; Maluleem, 2012)

เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งมีประเทศไทยรวมอยู่ด้วย เป็นภูมิภาคที่มีพื้นที่กว้างขวางทางภูมิศาสตร์และมีประชากรจำนวนมาก มีการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่หลากหลาย มีวัฒนธรรมชาติพันธุ์และศาสนาที่หลากหลายเช่นกัน ทำให้ภูมิภาคนี้เป็นหนึ่งในภูมิภาคที่มีการแข่งขันสูงที่สุดในโลกในปัจจุบัน (Huntington, 1996; Esposito, 2002) ตามประวัติศาสตร์ ไม่เป็นที่แน่ชัดว่าอิสลามเข้ามาในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ได้อย่างไรและเมื่อใด แต่มีข้อสงสัยแค่เพียงเล็กน้อยว่าอิสลามเผยแพร่โดยพ่อค้าส่วนใหญ่ในศตวรรษที่ 12 ต่อมาอิสลามได้แพร่กระจายอย่างกว้างขวางผ่านพ่อค้าชาวอาหรับและนักวิชาการจากดินแดนหะญะเราะเมาต์ (Hadramawt) แห่งเยเมนที่ตั้งถิ่นฐานอยู่ในพื้นที่ที่มีชาวมุสลิมอาศัยอยู่ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Hourani, 1992; Maluleem, 2019)

หลังจากการกำเนิดรัฐชาติในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ชาวมุสลิมสามารถพบได้ในทุกประเทศ แต่ประชากรส่วนใหญ่อยู่ในมาเลเซีย อินโดนีเซีย และบรูไน ประชากรมุสลิมหลากหลายเชื้อชาติจำนวนมากอาศัยอยู่ในภาคใต้ของประเทศไทย และฟิลิปปินส์ ภาคตะวันตกของเมียนมา เวียดนามตอนกลาง และกัมพูชา (Hitti, 1964; Esposito, 2002) ราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบียเป็นที่ตั้งของสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ที่สุดสองแห่งของศาสนาอิสลาม ตั้งแต่เริ่มก่อตั้งราชอาณาจักร ราชวงศ์ซาอุดีอาระเบียเป็นผู้ดูแลศาสนสถาน สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ และการอำนวยความสะดวกในการประกอบพิธีฮัจญ์ (Fuller, 2010; Maluleem, 2012)

ซาอุดีอาระเบียได้รับการยอมรับในระดับสากลว่าเป็นตัวแสดงหลักในโลกมุสลิม เป็นผู้นำขององค์การความร่วมมืออิสลาม (OIC) ธนาคารเพื่อการพัฒนาอิสลาม (IDB) และในเวทีระดับนานาชาติอื่น ๆ (Korany, 1992; Maluleem, 2019) ซาอุดีอาระเบียก็มีความเกี่ยวข้องกับสังคมมุสลิมและได้รับความสนใจจากชุมชนมุสลิมทั่วโลก และได้กลายเป็นผู้นำโดยพฤตินัยในประเทศมุสลิมในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับมาเลเซีย อินโดนีเซีย และบรูไนที่ปกครองโดยชาวมุสลิม รวมทั้งประเทศไทย ประชากรมุสลิมทั่วโลกคาดหวังอย่างมากจากราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบียในการช่วยเหลือด้านการเงิน ศาสนา และการพัฒนาโครงสร้างของประเทศ (Esposito,

2002; Salam, 2023). ทั้งนี้ประเทศมุสลิมในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ยังคงแสวงหาความสัมพันธ์ทวิภาคีกับซาอุดีอาระเบียด้วยใจจริง ซึ่งเป็นไปได้ก็โดยผ่านการมีส่วนร่วมอย่างสร้างสรรค์ในเวทีระหว่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับมาเลเซีย บรูไน และอินโดนีเซีย (Huntington, 1996; Akarapisit, 2022)

ในส่วนของประเทศไทย ซาอุดีอาระเบียนอกจากจะให้ความสำคัญกับชาวมุสลิมในประเทศไทยแล้วยังให้ความสำคัญกับประเทศไทยโดยรวม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านความมั่นคงทางอาหาร การค้า สังคม การเมือง และวัฒนธรรม (Maluleem, 2019; Salam, 2023) กลุ่มประเทศอาหรับในตะวันออกกลางมีทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญซึ่งมีอิทธิพลต่อเศรษฐกิจของโลกในปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งซาอุดีอาระเบีย ทั้งนี้สำหรับประเทศซาอุดีอาระเบียจะมีผู้คนจากทั่วโลกรวมถึงประเทศไทยเดินทางไปประกอบพิธีฮัจญ์ ราวปีละ 3 ล้านคน (Hitti, 1964; Fuller, 2010)

ความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจไทย – ซาอุดีอาระเบีย

ในทางเศรษฐกิจ ราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย (Kingdom of Saudi Arabia - KSA) เป็นเศรษฐกิจแห่งอนาคตที่น่าเสนอศักยภาพที่ยังไม่ได้ใช้และโอกาสทางธุรกิจที่ไม่เหมือนใคร ซึ่งขับเคลื่อนโดยวิทัศน์ 2030 (Vision 2030) (Asif Salam, 2023) ปริมาณการค้าของซาอุดีอาระเบีย – ไทยอยู่ที่ 34,700 ล้านดอลลาร์ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ปริมาณการส่งออกของซาอุดีอาระเบียมายังประเทศไทยใน ค.ศ. 2020 อยู่ที่ 34.7 พันล้านเหรียญสหรัฐ และการส่งออกของไทยไปยังซาอุดีอาระเบีย อยู่ที่ 1.65 พันล้านเหรียญสหรัฐในปีเดียวกัน (Akarapisit, 2022; Salam, 2023) ซาอุดีอาระเบียให้ความช่วยเหลือด้านมนุษยธรรมมูลค่า 30 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และอุปกรณ์การช่วยเหลือต่างๆ จำนวน 75 ตัน หลังเหตุการณ์สึนามิใน ค.ศ. 2004 (Maluleem, 2019)

สภาธุรกิจไทย-ซาอุดีอาระเบีย (Thai-Saudi Business Council) ส่งเสริมความมั่นคงด้านการท่องเที่ยว แรงงาน พลังงาน และอาหาร พร้อมเข้าถึงตลาดของสมาคมความร่วมมือแห่งอ่าวฯ (Gulf Cooperation Council - GCC) ซึ่งซาอุดีอาระเบียตั้งอยู่ใจกลางเส้นทางการค้าที่สำคัญที่เชื่อมระหว่าง 3 ทวีป (ยุโรป เอเชีย และแอฟริกา) ด้วยทำเลที่เป็นเอกลักษณ์และเป็นประโยชน์เชิงกลยุทธ์ ตามมโนทัศน์ Vision 2030 ของซาอุดีอาระเบียที่ตั้งเป้าเอาไว้สูงสุดด้วยการพัฒนาราชอาณาจักรให้เป็นศูนย์กลางการขนส่งและโลจิสติกส์ชั้นนำของโลก (Esposito, 2002; Salam, 2023)

ซาอุดีอาระเบียมีศักยภาพและโอกาสที่น่าตื่นตาตื่นใจสำหรับนักลงทุนจัด อยู่ในกลุ่มเศรษฐกิจ G20 ที่มีประชากรอายุน้อยและมีการศึกษาสูงกว่า 34 ล้านคน นอกจากนี้ซาอุดีอาระเบียยังมีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์และแร่ธาตุล้ำค่าอีกด้วย (Fuller, 2010) (วิสัยทัศน์ 2030 การปฏิรูปเศรษฐกิจซาอุดีอาระเบียประสบความสำเร็จในการสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่) ข้อมูลโดยย่อเกี่ยวกับการค้าทวิภาคีระหว่างซาอุดีอาระเบียและไทยรวมทั้งการฟื้นฟูความสัมพันธ์ทวิภาคีไทย-ซาอุดีอาระเบียถือเป็นส่วนหนึ่งของ Saudi Vision 2030 การค้าทวิภาคีระหว่างซาอุดีอาระเบียและไทยระหว่างปี 2017-2021 มีมูลค่าประมาณ 1.3 แสนล้านซาอุดีเรียล (1 ซาอุดีเรียล = 9.00 บาท และ 1 เหรียญสหรัฐ)

ในปี 2021 การค้าทวิภาคีมีมูลค่าประมาณ 2.68 หมื่นล้านซาอุดีเรียล เพิ่มขึ้นร้อยละ 29 จากปี 2020 มูลค่าการส่งออกของซาอุดีอาระเบียมายังประเทศไทยในปี 2021 อยู่ที่ 3.8 พันล้านเหรียญสหรัฐ เทียบกับประมาณ 3.2 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี 2020 ในขณะที่การนำเข้าของไทยไปยังซาอุดีอาระเบียในปี 2020 มีมูลค่าประมาณ 1.9 พันล้านเหรียญสหรัฐ เทียบกับ 2.3 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี 2021 (Salam, 2023; Akarapisit, 2022) การส่งออกของซาอุดีอาระเบียมาไทยในปี 2020 ได้แก่ วัตถุดิบ เช่น ผลิตภัณฑ์โลหะ เคมีอินทรีย์ ปุ๋ย อะลูมิเนียม และพลาสติก ในขณะที่การนำเข้าของซาอุดีอาระเบียจากไทย ได้แก่ สินค้าสำเร็จรูปที่มีมูลค่าเพิ่ม เช่น รถยนต์และชิ้นส่วนรถยนต์

เครื่องจักร ถ่านไม้ สิ่งปรุงแต่งสำหรับการเลี้ยงปลา เครื่องใช้และอุปกรณ์ไฟฟ้า (Fuller, 2010; Khalid Khan, 2024) โครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการผลิตในเศรษฐกิจของซาอุดีอาระเบียยังคงพึ่งพาการนำเข้าราวร้อยละ 80 ของสินค้าและบริการที่ใช้ในการบริโภค (Salam, 2023)

กลุ่มการค้าและเขตการค้า

เขตการค้าสองแห่งเป็นจุดเริ่มต้นสู่ตลาดระดับภูมิภาคสำหรับบริษัทที่ต้องการแสวงหาโอกาส สภาความร่วมมือแห่งอ่าวฯ (Gulf Cooperation Council - GCC) ซึ่งก่อตั้งมาตั้งแต่เดือนพฤษภาคม ปี 1981 ประกอบด้วย ซาอุดีอาระเบีย โอมาน คูเวต กาตาร์ บาห์เรน และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ มีประชากร 66 ล้านคน พื้นที่ 2,673,108 ตร.ม. GDP รวมโดยประมาณ (PPP) ในปี 2021 อยู่ที่ 3.655 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ และต่อหัวอยู่ที่ 71,200 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (Esposito, 2002; Salam, 2023)

ซาอุดีอาระเบียกับวิสัยทัศน์ 2030

ปัจจุบันประเทศไทยพร้อมที่จะต้อนรับความเคลื่อนไหวทางด้านนโยบายของซาอุดีอาระเบียตามวิสัยทัศน์ของมกุฎราชกุมาร มุฮัมมัด บิน ซัลมาน (Muhammad bin Salman) หรือที่รู้จักกันในชื่อย่อ MBS ซึ่งได้เน้นย้ำถึงมโนทัศน์ 2030 ว่าซาอุดีอาระเบียต้องเป็นสังคมที่มีชีวิตชีวา มีรากเหง้าที่เข้มแข็งสนองตอบต่อการมีชีวิตมีฐานรองรับ มีเศรษฐกิจที่เจริญรุ่งเรือง ใช้โอกาสให้คุ้มค่า (Akarapisit, 2022; Salam, 2023) มีการลงทุนระยะยาว เปิดโอกาสทางเศรษฐกิจ มีลักษณะการเปลี่ยนผ่านที่เป็นแบบฉบับเฉพาะ มีความใฝ่ฝันมุ่งมั่นและปกครองอย่างมีประสิทธิภาพ (Maluleem, 2019; Esposito, 2002) มีความสามารถและมีความรับผิดชอบ ซาอุดีอาระเบียเป็นหัวใจของโลกอาหรับและโลกอิสลาม เป็นแหล่งของการลงทุนและเป็นศูนย์รวม (Hub) ที่เชื่อมโยงกับสามทวีป คือ เอเชีย ยุโรป และแอฟริกา

ซาอุดีอาระเบียเป็นประเทศที่ในปัจจุบันได้มีการพัฒนาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและฟื้นฟูสมรรถภาพทางการเมืองและทางเศรษฐกิจต่างๆ อย่างต่อเนื่องมีการสร้างพื้นที่พิเศษเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน (competitiveness) ด้านพลังงาน มีการฟื้นฟูตลาดการเงินของ King Abdullah สร้างความรุ่งเรืองให้กับการขายส่ง การพัฒนาโครงสร้างด้านดิจิทัล สร้าง Hub ของภูมิภาคที่มีลักษณะเฉพาะ (Khalid Khan, 2024; Salam, 2023) การบูรณาการภูมิภาคและความเป็นนานาชาติ มีความรับผิดชอบทางเศรษฐกิจและความรับผิดชอบต่อสังคม ปรับปรุงโครงสร้างของรัฐบาลไปในทิศทางที่เป็นยุทธศาสตร์ รวมทั้งปรับปรุงโครงการการลงทุนสาธารณะให้เป็นโครงการลงทุนที่มียุทธศาสตร์การเปลี่ยนผ่าน

อย่างไรก็ตามเงื่อนไขเบื้องต้นสำหรับวิสัยทัศน์ทางเศรษฐกิจในอนาคตที่ประสบความสำเร็จจำเป็นต้องระบุถึงบทบาทสำคัญของทุนมนุษย์ในสมัยปัจจุบันในด้านการพัฒนาด้วย (Ahsan, 1985; Maluleem, 2012) ทั้งนี้ทุนมนุษย์จะทำหน้าที่เป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างความหลากหลายทางเศรษฐกิจและการพัฒนาซึ่งยังไม่มีอยู่ในวิสัยทัศน์ 2030 ของซาอุดีอาระเบีย การพึ่งพาชาวต่างชาติที่มีพรสวรรค์อย่างมาก แสดงให้เห็นว่าการพึ่งพาแรงงานที่มีทักษะจะยังคงดำเนินต่อไปในอนาคตเช่นกัน แต่การเน้นไปที่การกระจายความเสี่ยงนั้นจำกัดอยู่ที่กองทุนความมั่งคั่งแห่งชาติเพื่อลดความเสี่ยงให้เหลือน้อยที่สุด ปัจจุบันซาอุดีอาระเบียได้มุ่งเน้นไปที่การพัฒนากิจกรรมการผลิตโดยเน้นการพัฒนาทุนมนุษย์ในท้องถิ่นผ่านการวิจัยและพัฒนา ดังนั้น การปรับปรุงสถานภาพทางการศึกษาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มทุนมนุษย์จึงมีความสำคัญด้วยเหตุผลสองประการ คือ ประการแรก ทุนมนุษย์มีบทบาทสำคัญในการพัฒนากิจกรรมการผลิตประการที่สอง ทุนมนุษย์เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการเก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ

Vision 2030 ของซาอุดีอาระเบียจึงเน้น

1. ดรรชนีความสามารถในการแข่งขันระดับโลก (Global Competitiveness)
2. เพิ่มการลงทุนโดยตรง (FDI) จากต่างประเทศ
3. เพิ่มการมีส่วนร่วมของภาคเอกชน (private sector)
4. เพิ่มรายได้ของรัฐบาลที่ไม่ได้มาจากน้ำมัน
5. เพิ่มพูนดัชนีความมีประสิทธิภาพของรัฐบาล
6. ยกระดับเศรษฐกิจของประเทศ
7. เพิ่มภาคบริการขนส่งการจัดการส่งสินค้าและทรัพยากร (Logistic Performance)
8. เพิ่มสินค้าส่งออกที่ไม่ใช่น้ำมัน
9. มีเป้าหมายและความคาดหวังระยะยาว (Khalid Khan, pp.24)

การกลับมาของความสัมพันธ์ทางการเมืองไทย – ซาอุดีอาระเบีย : ในมุมมองของไทย

การรื้อฟื้นความสัมพันธ์ระหว่างไทย-ซาอุดีอาระเบียเพื่อให้มีสถานภาพทางการทูตแบบปกติ ภายใต้การมีเอกอัครราชทูตระหว่างกัน ถือเป็นความสัมพันธ์ทางการทูตที่พัฒนาขึ้นสู่ระดับสูงสุด หลังจาก 32 ปี แห่งความสัมพันธ์ที่ร้าวฉาน อันเนื่องมาจากการฆาตกรรมนักการทูตและนักธุรกิจจากราชวงศ์ อัล ฟัยซอล (Maluleem, 2019) ที่ยังหาผู้ก่อเหตุมาดำเนินคดีไม่ได้ท่ามกลางความพยายามของตำรวจไทยแต่ก็ไม่อาจหาหลักฐานที่เชื่อมโยงกับคดีได้จนถึงเวลานี้ อันเป็นสาเหตุให้ความสัมพันธ์ระหว่างสองประเทศต้องประสบกับความชะงักงันยาวนานถึง 32 ปี แต่ได้รับการรื้อฟื้นขึ้นอีกครั้งจากการขับเคลื่อนของสองประเทศ จนกระทั่งมีการสถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตขึ้นปกติในปี 2565

ก่อนการกลับมาของความสัมพันธ์ขึ้นปกติระหว่างสองประเทศ ไทยมีตัวแทนจากซาอุดีอาระเบีย แค่ระดับอุปทูตเท่านั้นแต่เวลานี้ทั้งสองประเทศมีเอกอัครราชทูตเป็นตัวแทนของแต่ละประเทศไปเรียบร้อยแล้ว ความสัมพันธ์ดังกล่าวจะส่งผลให้สายสัมพันธ์ทุกด้านยกระดับตามไปด้วย เช่น ด้านแรงงาน การท่องเที่ยว วัฒนธรรม การลงทุน และการส่งออกอาหารฮาลาล เป็นต้น (Akarapisit, 2022; Salam, 2023) และการสนับสนุนกิจการต่าง ๆ ของชาวไทยที่ได้รับการสนับสนุนจากซาอุดีอาระเบีย อย่างเช่นการเดินทางไปประกอบพิธีฮัจญ์ของชาวมุสลิมในไทย การสนับสนุนการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขของชาวมุสลิมในพื้นที่ 3 จังหวัดภาคใต้ ความสัมพันธ์กับองค์การความร่วมมืออิสลาม หรือ OIC ในฐานะที่ไทยเป็นประเทศสังเกตการณ์อยู่ในองค์การ ซึ่งมีสมาชิกมากถึง 57 ประเทศ โดยมีสำนักงานใหญ่ของ OIC และเลขาธิการ OIC พำนักอยู่ที่ซาอุดีอาระเบียเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างสองประเทศพัฒนาขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น การกระชับความสัมพันธ์จึงมีผลบวกกับไทยหลายประการ (Esposito, 2002; Maluleem, 2019) ที่สำคัญที่สุดคือไทยสามารถส่งออกสินค้า และเข้าร่วมกับหอการค้าอิสลาม (Islamic Chamber of Commerce) ที่สังกัดอยู่ใน OIC ได้โดยตรงจากที่เมื่อก่อนนี้ไทยต้องติดต่อผ่านบาห์เรน

ด้วยเหตุนี้การรื้อฟื้นความสัมพันธ์ไทย – ซาอุดีอาระเบียจึงนับเป็นความก้าวหน้าทางการเมือง ทั้งนี้หากมองภาพรวมแล้วไทยจะได้ผลบวกมากกว่า ส่วนผลลบน่าจะน้อยมากถ้าดำเนินความสัมพันธ์ได้อย่างราบรื่นหลังจากนี้ ในส่วนการท่องเที่ยวที่หยุดไป 32 ปี จะพบว่าก่อนที่จะมีความสัมพันธ์ทางการทูตขึ้นปกติ คนซาอุดีอาระเบียที่ไม่ใช่นักธุรกิจจะไม่ได้รับอนุญาตให้มาเมืองไทยอย่างไ้ก็ตาม บัดนี้ชาวซาอุดีอาระเบียโดยทั่วไปสามารถเดินทางมาเที่ยวไทยได้ การค้าขาย การซื้อสินค้าจากไทย เช่น กล้วยหอม ข้าว เสื้อผ้า อาหารฮาลาลก็เป็นไปอย่างคึกคัก การที่

ชาอุดิอาระเบียพลิกจากดินแดนทะเลทรายมาเป็นแผ่นดินที่อุดมด้วยต้นไม้ มีการคาดหมายกันว่าจากนี้ต่อไป ชาอุดิอาระเบียจะส่งต้นไม้จากไทยเป็นจำนวนมาก

ชาอุดิอาระเบียอยู่ในช่วงปฏิรูปเศรษฐกิจ ภายใต้ Vision 2030 (Fuller, 2010; Salam, 2023) หากชาอุดิอาระเบียจะประสบความสำเร็จได้จำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากประชาคมโลกด้วยไม่เฉพาะการผลักดันทางเศรษฐกิจที่มาจากภายในประเทศเพราะช่วงหลังชาอุดิอาระเบียไม่ต้องการพึ่งพิงรายได้จากน้ำมันเท่านั้น ซึ่งในสถานะเช่นนี้เรื่องของแรงงาน การลงทุนจากต่างประเทศ การท่องเที่ยวจึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญสำหรับชาอุดิอาระเบีย ซึ่งไทยมีจุดเด่นในการส่งแรงงานไปชาอุดิอาระเบีย (Akarapisit, 2022) และในเรื่องการท่องเที่ยวหากไทยสร้างความร่วมมือกับชาอุดิอาระเบียได้อย่างต่อเนื่องชาวชาอุดิอาระเบียเองก็คงมาเที่ยวไทยเพิ่มขึ้นเช่นกัน

นอกจากนี้ ที่ผ่านมามีคนของสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ กาตาร์ บาห์เรน และชาอุดิอาระเบียต่างก็เข้ามารักษาพยาบาลในประเทศไทยอย่างต่อเนื่องพวกเขาเข้ามาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยมาทั้งครอบครัวและมาอยู่พักเป็นเวลานานและมีการใช้จ่ายเงินจำนวนมาก และชาอุดิอาระเบียยังเป็นประเทศในกลุ่มคาบสมุทรอาหรับที่มีประชากรมากที่สุด ฉะนั้นรายได้จากการท่องเที่ยว ที่คนอาหรับจะมาใช้จ่ายในประเทศไทยก็จะเห็นได้อย่างชัดเจน จุดแข็งของไทยตรงนี้ทำให้ชาอุดิอาระเบียสนใจไทยมาโดยตลอด (Khaled – Abdulkader, 2567)

แม้ว่าชาอุดิอาระเบียยังเป็นพันธมิตรกับสหรัฐอยู่ แต่ชาอุดิอาระเบียปัจจุบันได้หาพันธมิตรเพิ่มเติมโดยเฉพาะจีน รัสเซียที่มีความสัมพันธ์เพิ่มขึ้นโดยตลอด และชาอุดิอาระเบียก็มีนโยบายขยายความสัมพันธ์กับเอเชียมากขึ้น (Salam, 2023; Maluleem, 2019) เพราะเอเชียเป็นพื้นที่ที่วันนี้มีสัญญาณบ่งบอกว่าจะเกิดความเจริญรุ่งเรืองอย่างต่อเนื่องเช่นกัน และหลายประเทศในทวีปเอเชียผงาดขึ้นเป็นมหาอำนาจอย่างอินเดีย จีน และเอเชียก็เป็นแหล่งอาหารที่สำคัญของชาอุดิอาระเบียซึ่งจะเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญให้ชาอุดิอาระเบียหันมาให้ความสำคัญกับเอเชีย รวมถึงไทย

บทสรุป

ในมุมมองของไทยโลกมุสลิมจึงเป็นโลกที่มีความสำคัญในทุกๆ ด้าน ซึ่งประเทศไทยควรให้ความสำคัญ และรักษาสายสัมพันธ์ที่มีมายาวนานนี้ให้ยั่งยืนตลอดไปทั้งนี้ความสัมพันธ์ไทยกับโลกมุสลิมในวันข้างหน้าจะมีความแน่นแฟ้นและมีมิตรภาพที่จะถูกเก็บรักษาเอาไว้ให้ยาวนานต่อไปและเมื่อมองจากบริบทรอบข้างการคืนมาของความสัมพันธ์ระหว่างไทย - ชาอุดิอาระเบีย ย่อมนำมาซึ่งความเข้าใจอันดีต่อกันในทุกๆ ด้าน เช่น **ด้านการเมือง** การกลับมามีเอกอัครราชทูตอีกครั้งจะทำให้ระดับการตัดสินใจที่มาจากผู้แทนของประเทศในกิจการต่างๆ มีน้ำหนักและขับเคลื่อนได้มากกว่าระดับอุปทูต (Charged Affairs) อุปสรรคกว่าด้วยการขับเคลื่อนความสัมพันธ์ในด้านต่างๆ รวมทั้งด้านเศรษฐกิจจะมองเห็นเป็นรูปธรรมและเห็นอนาคตข้างหน้า การหารือระดับทวิภาคีในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยว การบริการ การเยือนของเจ้าหน้าที่ระดับสูง การตกลงด้านการค้า การส่งแรงงาน ทั้งแรงงานฝีมือ (Skill Labour) และแรงงานทั่วไป (Unskilled Labour) **ด้านการศึกษา** มีคนไทยไปเรียนที่ชาอุดิอาระเบียมาช้านานมาสร้างความเจริญให้กับสังคมมุสลิมและสังคมไทยโดยรวมอย่างเห็นเป็นรูปธรรม **ด้านนวัตกรรม** โครงการใหม่ๆ ทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศไทยได้รับการขับเคลื่อนอย่างต่อเนื่องหลังการฟื้นฟูความสัมพันธ์ของสองประเทศรวมทั้งมีสายการบินที่บินตรงจากชาอุดิอาระเบียมาไทยและจากไทยมาชาอุดิอาระเบียเพิ่มมากขึ้น ภายใต้วิสัยทัศน์ 2030 ชาอุดิอาระเบียได้แสดงให้เห็นการพัฒนาประเทศที่มุ่งความสัมพันธ์ที่ครอบคลุมทั้งทางการค้า การลงทุน รวมทั้งการมุ่งความสัมพันธ์ในทางวัฒนธรรมและการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาคและเป็นประเทศในระดับต้นๆ ของโลกที่มีการพัฒนาอย่างก้าวกระโดดแต่ในเวลาเดียวกันก็รักษาความเป็นประเทศที่เป็นที่รวมของชาวมุสลิมที่เดินทางมาประกอบพิธีฮัจญ์ได้เป็นอย่างดี

เอกสารอ้างอิง

- Abdullah, A. (1985). A late nineteenth-century Muslim response to the Western criticism of Islam: An analysis of Amir 'Ali's life and works. *American Journal of Islam and Society*, 2(2), 179–206.
- Arisara, A. (2022). Saudi Vision 2030: Opportunities and challenges of the Thai labor market. *Siam University Journal of Business Administration*, 23(2), 58–76.
- Bahgat, K. (1992). Defending the faith amid change: The foreign policy of Saudi Arabia. In Korany, B. (Ed.), *The foreign policies of Arab states* (2nd ed.). Routledge.
- Donohue, J. J., and Esposito, J. L. (2006). *Islam in transition: Muslim perspectives*. Oxford University Press.
- Esposito, J. L. (2002). *Unholy war: Terror in the name of Islam*. Oxford University Press.
- Fuller, G. E. (2010). *A world without Islam*. Little, Brown and Company.
- Hitti, P. K. (1964). *History of the Arabs*. Macmillan.
- Hourani, A. (1992). *A history of Arab peoples*. Warner Book.
- Huntington, S. (1996). *The clash of civilizations and the remaking of the world*. Simon & Schuster.
- Korany, B. (1992). Defending the faith amid change: The foreign policy of Saudi Arabia. In *The foreign policies of Arab states* (2nd ed.). Routledge.
- Maluleem, J. (2012). *OIC: World Muslim organization in the Muslim world, development of the role of the Organization of Islamic Cooperation, and relations with Thailand*. Bangkok: Siam Review Publishing. (in Thai)
- Maluleem, J. (2019). Thailand and the Muslim world. In M.L. Pinitphan Bhariphatr (Ed.), *Foreign affairs in contemporary Thailand: Multidimensional national interest*. Bangkok: Faculty of Political Science, Thammasat University. (in Thai).
- Michel, G. Q. (2002). *The Muslim of Thailand* (M. Smithies, Trans.). Silkworm Books.
- Owen, R. (2003). *State, power, and politics in the Middle East* (K. Amoradthat, Trans.). Bangkok: Project Translating Books from Thailand Research Fund 5 Regions Study Area Project. (in Thai)
- Said, W. E. (2001). The clash of ignorance. *The Nation*. Feature Story, October 22, 2001. The Nation Company, L.P.
- Salam, A. (2023). Thai–Saudi business opportunities: A new horizon for trade & investment. *The Proceedings of the 19th National and International Conference 2023, Krirk University*, 1–16.
- Second OIC Observatory Report on Islamophobia, May 2008 to April 2009, issued at the 36th Session of the Council of Foreign Ministers, Damascus, Syrian Arab Republic, May 23–25, 2009.
- Toth, J. (2013). Qutb's radical Islamism. In *Sayyid Qutb: The life and legacy of a radical Islamic intellectual* (Online ed.). Oxford Academic. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199790883.003.0005>
- Zubaida, S. (1988). *Islam: The people and the state*. Routledge.

คำแนะนำในการเตรียมและการส่งต้นฉบับ

วารสารนวัตกรรมและการจัดการ

Journal of Innovation and Management (JIM)

วารสารนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เป็นวารสารทางวิชาการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและเผยแพร่ผลงานทางวิชาการและนวัตกรรมที่มีคุณภาพทางด้านทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ใน 5 สาขาวิชา ได้แก่ (1) General Business, Management and Accounting (2) Management Information Systems (3) Management of Technology and Innovation (4) Organizational Behavior and Human Resource Management และ (5) Tourism, Leisure and Hospitality Management สำหรับแนวทางการเตรียมต้นฉบับและส่งต้นฉบับของวารสารนวัตกรรมและการจัดการ มีดังนี้

ประเภทของบทความ

1. บทความวิจัย (Research Article) หมายถึง งานเขียนที่นำเสนอผลการวิจัยทางสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ที่มีการออกแบบการวิจัยอย่างมีแบบแผน เนื้อหาของบทความประกอบด้วย ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์ของการวิจัย เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กรอบแนวคิดในการวิจัย (ถ้ามี) สมมติฐานการวิจัย (ถ้ามี) ขอบเขตของการวิจัย วิธีดำเนินการวิจัย ผลการวิจัย สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

บทความวิจัย ประกอบด้วยหน้าชื่อเรื่อง บทคัดย่อ และเนื้อหาของบทความ โดยมีข้อมูลตามลำดับดังนี้ ชื่อเรื่อง ชื่อผู้เขียน สังกัด (ภาควิชา คณะ สถาบัน) และอีเมล ของผู้เขียนสำหรับติดต่อ ในส่วนบทคัดย่อต้องระบุถึงแบบแผนของการวิจัย วัตถุประสงค์ ประชากรและตัวอย่าง เครื่องมือวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และผลการวิจัย ความยาวไม่เกิน 250 คำ ในกรณีที่ต้นฉบับเป็นภาษาไทย ให้เขียนบทคัดย่อทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ระบุคำสำคัญของเรื่องไม่เกิน 5 คำ

2. บทความวิชาการ (Academic Article) หมายถึง งานเขียนในเชิงวิชาการที่มุ่งนำเสนอแนวคิดใหม่ วิธีวิทยาใหม่ หรือแนวปฏิบัติใหม่ที่น่าสนใจใน 3 กลุ่มสาขาวิชา ได้แก่ (1) บริหารธุรกิจ พาณิชยศาสตร์ การบัญชี และการจัดการ (2) รัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ และ (3) สหวิทยาการ เนื้อหาประกอบด้วย บทนำ วัตถุประสงค์ เนื้อหาสาระ สรุป บทวิเคราะห์หรือวิจารณ์ และข้อเสนอแนะ

บทความวิชาการ ประกอบด้วยชื่อเรื่อง บทคัดย่อ และเนื้อหาของบทความ โดยมีข้อมูลตามลำดับดังนี้ ชื่อเรื่อง ชื่อผู้เขียน สังกัด (ภาควิชา คณะ สถาบัน) และอีเมลของผู้นิพนธ์ สำหรับติดต่อ ในส่วนบทคัดย่อ ต้องระบุถึงวัตถุประสงค์ หัวข้อสำคัญที่นำเสนอ สรุป และข้อเสนอแนะ โดยเนื้อหาในบทคัดย่อความยาวไม่เกิน 250 คำ ในกรณีที่ต้นฉบับเป็นภาษาไทย ให้เขียนบทคัดย่อทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ระบุคำสำคัญของเรื่องไม่เกิน 5 คำ ในส่วนเนื้อหาของบทความ ให้เริ่มต้นจากบทนำ ตามด้วยเนื้อหาสาระที่นำเสนอหัวข้อต่างๆ ตามหลักวิชาการ โดยผู้เขียนสามารถแสดงทัศนะทางวิชาการของตนเองได้ ส่วนสุดท้ายจะเป็นส่วนสรุปและข้อเสนอแนะ

3. บทวิจารณ์หนังสือ (Book Review) หมายถึง งานเขียนที่มุ่งนำเสนอความก้าวหน้าในศาสตร์สาขาวิชาต่างๆ ทางสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ โดยมีบทวิพากษ์วิจารณ์ถึงเนื้อหาสาระ คุณค่า และคุณภาพการต่างๆ ของหนังสือ บทความ หรือผลงานสิ่งประดิษฐ์ โดยใช้แนวคิดทฤษฎี หลักวิชา และมีการเสนอความอันคิดเห็นที่เหมาะสมของผู้เขียนอันจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อวงวิชาการ

บทวิจารณ์หนังสือ ประกอบด้วยชื่อเรื่อง ชื่อผู้เขียน สังกัด (ภาควิชา คณะ สถาบัน) และอีเมลล์ของผู้เขียนสำหรับติดต่อ ชื่อเรื่องของบทวิจารณ์หนังสือควรเรียกร้องความสนใจของผู้อ่านและสื่อความหมายได้ชัดเจน ในส่วนบทนำเป็นการเขียนนำเกี่ยวกับหนังสือที่จะวิจารณ์ ในส่วนเนื้อหาเป็นส่วนแสดงความคิดเห็นและรายละเอียดในการวิจารณ์ โดยนำเสนอจุดเด่นและจุดบกพร่องของเรื่องอย่างมีหลักเกณฑ์และมีเหตุผล และส่วนสุดท้ายเป็นบทสรุปเป็นการเขียนสรุปความคิดทั้งหมดที่วิจารณ์และให้แง่คิด หรือข้อสังเกตที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อ่าน

การเตรียมต้นฉบับ

1. ขนาดของบทความ: ควรจัดพิมพ์บทความด้วย Microsoft Word บนกระดาษขนาด A4 หน้าเดียว ประมาณ 25 บรรทัด ต่อ 1 หน้า แบบแนวตั้ง (Portrait) รูปแบบตัวอักษร (Font) ให้ใช้ตัวอักษร TH Sarabun New ขนาดของตัวอักษร (Font size) เท่ากับ 16 และใส่เลขหน้าตั้งแต่ต้นจนจบบทความที่ด้านบนขวาของกระดาษ (ยกเว้นหน้าแรก) ความยาวของบทความไม่ควรเกิน 15 หน้า สำหรับการตั้งค่าหน้ากระดาษ (Page setup) และส่วนระยะขอบ (Margins) กำหนดดังนี้

ด้านบน (Top)	2.54 ซม.	ด้านล่าง (Bottom)	2.54 ซม.
ด้านซ้าย (Left)	2.54 ซม.	ด้านขวา (Right)	2.54 ซม.
หัวกระดาษ (Header)	1.25 ซม.	ท้ายกระดาษ (Footer)	1.25 ซม.

2. ชื่อเรื่อง ชื่อผู้เขียน และสังกัด (Title, Author's name, Author's affiliation): ชื่อเรื่องภาษาไทยและภาษาอังกฤษจัดกึ่งกลาง ให้ใช้ตัวอักษร TH Sarabun New ขนาดของตัวอักษร 18 ตัวหนา ส่วนชื่อ-นามสกุลผู้เขียน และสังกัด ให้เขียนทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ทั้งนี้ ชื่อผู้เขียนให้ใช้ตัวอักษร TH Sarabun New ขนาดของตัวอักษร 16 ตัวหนา และไม่ต้องระบุค่านำหน้าชื่อ ส่วนสังกัดให้ใช้ตัวอักษร TH Sarabun New ขนาดของตัวอักษร 16 ตัวหนา ให้ระบุสาขาวิชา ภาควิชา คณะ สถาบัน หรือหน่วยงานที่สังกัด พร้อมอีเมลในการติดต่อ ทั้งนี้ กรณีมีผู้เขียนมากกว่า 1 คน ให้ระบุด้วยว่าใคร คือ ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding Author)

3. บทคัดย่อ (Abstract): หัวข้อบทคัดย่อให้ใช้ตัวอักษร TH Sarabun New ขนาดของตัวอักษร 18 ตัวหนา และขีดซ้าย ส่วนเนื้อความในบทคัดย่อและคำสำคัญให้ใช้ตัวอักษร TH Sarabun New ขนาดของตัวอักษร 16 ตัวธรรมดา หากเป็นบทความภาษาไทยให้เขียนบทคัดย่อทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ หากเป็นบทความภาษาอังกฤษให้เขียนบทคัดย่อเป็นภาษาอังกฤษ (หรืออาจมีบทคัดย่อภาษาไทยด้วยหรือไม่ก็ได้) ทั้งนี้ บทคัดย่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รวมกันไม่ควรเกิน 1 หน้ากระดาษ A4 ให้จัดพิมพ์เป็น 1 คอลัมน์ มีความยาวประมาณ 250 คำ จะต้องพิมพ์คำสำคัญในบทคัดย่อภาษาไทย และพิมพ์ Keywords ในบทคัดย่อภาษาอังกฤษของบทความเรื่องนั้นด้วยจำนวนไม่เกิน 5 คำ

4. เนื้อหา (Content): หัวข้อให้ใช้ตัวอักษร TH Sarabun New ขนาดของตัวอักษร 18 ตัวหนาและขีดซ้าย ส่วนเนื้อความในแต่ละหัวข้อให้ใช้ตัวอักษร TH Sarabun New ขนาดของตัวอักษร 16 ตัวธรรมดา

5. รูปภาพและตารางประกอบ: ควรมีภาพที่ชัดเจน ถ้าเป็นรูปถ่ายควรมีภาพถ่ายจริงแนบมาด้วย หากเป็นภาพที่คัดลอกมาจากแหล่งอื่นควรเขียนแหล่งอ้างอิงนั้นด้วยตามหลักวิชาการ กรณีรูปภาพให้ใช้คำว่า “ภาพที่” กรณีตารางให้ใช้คำว่า “ตารางที่”

6. เอกสารอ้างอิง (References): การเขียนอ้างอิงให้ใช้ระบบ APA โดยมีเงื่อนไขดังนี้

6.1 เอกสารที่นำมาอ้างอิงต้องมีไม่เกิน 20 รายการ และควรมีอายุไม่เกิน 15 ปี ยกเว้นแนวคิดหรือทฤษฎีที่เกิดขึ้นก่อน 10 ปีและในปัจจุบันยังมีการนำมาใช้ โอนโลมให้นำมาใช้อ้างอิงได้

6.2 การอ้างอิงในเนื้อหา ใช้ระบบนามปี [นามสกุล, ปี หรือ นามสกุล (ปี)] และอ้างอิงโดยใช้นามสกุลภาษาอังกฤษเท่านั้น เช่น Yaempoklarng (2012) หรือ (Yaempoklarng, 2012) เป็นต้น ทั้งนี้ หากมีผู้แต่ง 2 คน ให้ใส่นามสกุลทั้งสองคน เช่น Klinkul and Sarthnonnut (2009) หรือ (Klinkul and Sarthnonnut, 2009) หากมีผู้แต่งมากกว่า 2 คน ให้ใส่นามสกุลของผู้แต่งคนแรก และตามด้วย “et al.” เช่น Hair et al. (1998) หรือ (Hair et al., 1998) เป็นต้น

6.3 ให้จัดพิมพ์เป็น 1 คอลัมน์ และเรียงตามลำดับตัวอักษรภาษาอังกฤษ เอกสารอ้างอิงฉบับภาษาไทยต้องแปลเป็นภาษาอังกฤษทั้งหมด โดยมีแนวทางดังนี้

(1) ต้องแปลเอกสารอ้างอิงภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษทุกรายการ โดยยังคงเอกสารอ้างอิงภาษาไทยเดิมไว้ด้วย เขียนจัดเรียงคู่กัน โดยให้เอกสารอ้างอิงภาษาอังกฤษที่แปลขึ้นก่อนและตามด้วยเอกสารอ้างอิงภาษาไทย และเติมคำว่า “(in Thai)” ต่อท้ายเอกสารอ้างอิงภาษาอังกฤษที่แปลจากภาษาไทย

(2) การเรียงลำดับเอกสารอ้างอิง กรณีเอกสารอ้างอิงที่แปลจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษให้เรียงลำดับตามตัวอักษรภาษาอังกฤษ และรายการเอกสารอ้างอิงทุกรายการ หากมีผู้เขียนไม่เกิน 6 คน ให้ใส่ชื่อให้ครบทุกคน แต่หากมีมากกว่า 6 คน ให้ใส่ชื่อทั้ง 6 คน หลังจากคนที่ 6 ให้ตามด้วย “และคณะ” หรือ “et al.”

ตัวอย่างการแปลเอกสารอ้างอิงภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ

ตัวอย่างที่ 1 หนังสือ

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). ชื่อหนังสือ. พิมพ์ครั้งที่ (ถ้ามี). สถานที่พิมพ์ (เมือง): สำนักพิมพ์หรือโรงพิมพ์.

Sri sa-ard, B. (1998). *Statistical methods for research I*. 2nd ed. Bangkok: Suwiriyasan.

(in Thai)

บุญชม ศรีสะอาด. (2541). วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย 1. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาธิต.

ตัวอย่างที่ 2 วารสาร

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อวารสาร, ปีที่ (ฉบับที่), หน้าแรก-หน้าสุดท้าย.

Klinkul, K. and Sarthnonnut, M. (2009). Study of Critical Success Factors of Continuous Improvement Program in American-style versus Japanese-style Management: Case Studies of Electronics Industry. *Journal of Science and Technology*, 17(1), 15-30.

(in Thai)

กิตติพงศ์ กลิ่นกุล และมณฑล ศาสนนนท์. (2552). การศึกษาปัจจัยสำคัญแห่งความสำเร็จของกระบวนการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องในองค์กรที่บริหารแบบอเมริกันและแบบญี่ปุ่น: กรณีศึกษาอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์. วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 17(1), 15-30.

ตัวอย่างที่ 3 เว็บไซต์

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). ชื่อเรื่อง. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ วัน เดือน ปี, จาก: URL.

Phetchaburi Province. (2017). *Province information*. [Online]. Retrieved January 17, 2017, from: <http://www.phetchaburi.go.th> (in Thai)

จังหวัดเพชรบุรี. (2560). *ข้อมูลจังหวัด* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 17 มกราคม 2560 จาก: <http://www.phetchaburi.go.th/>

ตัวอย่างที่ 4 รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการ

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). ชื่อบทความ. รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการ (ชื่อเอกสาร), วัน เดือน ปี สถานที่จัด, หน้าแรก-หน้าสุดท้าย.

Sornatong, M. (2018). Guidelines for Tourism Management by Identity and Community in the Cultural Tourism of Elephant's Village Pa-Nied Luang at Pranakorn Sri Ayutthaya Province. *The Proceedings of the 13th National and International Sripatum University Conference (SPUCON2018)*, 20 December 2018 at Sripatum University (Bangkhen Campus), 2112-2122. (in Thai)

มานะศิลป์ ศรีทงศ์. (2561). “แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์และวิถีชุมชนในเขตพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านช้างเพนียดหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.” รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ครั้งที่ 13 ประจำปี 2561, วันที่ 20 ธันวาคม 2561 ณ มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2112-2122.

ตัวอย่างที่ 5 วิทยานิพนธ์

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). ชื่อวิทยานิพนธ์. ระดับปริญญาของวิทยานิพนธ์, ชื่อมหาวิทยาลัย.

Thepsuporn, P. (2006). *A study of the success of continuous improvement by Kaizen: A Case study of Sony Technology Co., Ltd.* Thesis of the Degree of Master of Business Administration Program in General Management. Patumthani: Rajamangala University of Technology Thanyaburi. (in Thai)

ภูวนาท เทพศุภ. (2549). *ศึกษาความสำเร็จของการปรับปรุงการทำงานอย่างต่อเนื่องด้วยวิธี Kaizen กรณีศึกษา บริษัท โซนี่ เทคโนโลยี จำกัด*. ปทุมธานี: วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

7. บทความทุกเรื่องที่ยื่นให้กองบรรณาธิการพิจารณา ต้องไม่ได้รับการเผยแพร่ที่ไหนมาก่อน หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาเผยแพร่ของวารสารอื่นๆ
8. การส่งต้นฉบับบทความ (Submission) ส่งต้นฉบับบทความในรูปแบบของไฟล์ word และ pdf ตามรูปแบบที่วารสารกำหนดมาที่

สำนักงานกองบรรณาธิการ วารสารนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ อาคาร 37 ชั้น 1

เลขที่ 1 ถนนอุทองนอก แขวงวชิระพยาบาล เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300

โทรศัพท์ 02-160-1452 โทรสาร 02-160-1184

E-mail: journalcim@ssru.ac.th, cimjssru@gmail.com

Website: <https://www.tci-thaijo.org/index.php/journalcim>

วารสารนวัตกรรมและการจัดการ JOURNAL OF INNOVATION AND MANAGEMENT

ปีที่ 9 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2567)

บทความวิจัย

- 07** การพลิกโฉมห้องเรียนอาชีพโดยครอบครัว
วศิมพงศ์ จันทรเมืองไทย, ชุมพล รอดแจ่ม, อนพัทธ์ หนองคู
- 20** ปัจจัยสมรรถนะของผู้ตรวจสอบภายในที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพรายงานตรวจสอบภายใน
ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
รัชฎิยา ส่งสุข
- 35** การจัดการความเสี่ยงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กรณีศึกษา ภาคบริการ
ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล เพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนขององค์กร
มุกดาฉาย แสนเมือง
- 54** ตัวแบบสมการโครงสร้างของระดับความเชื่อทางศาสนา การรับรู้คุณภาพที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติ
และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ผ่านมาตรฐานฮาลาลของมุสลิมในประเทศไทย
กษมา ธรรมรงค์, ศรสวรรค์ มะหะหมัด, กิรดา หวังใช้, นันทวัฒน์ มะลา, สราวุธ และชัน
- 70** แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพภาพปฏิบัติงานในการเตรียมสินค้าเพื่อการขนส่ง
กรณีศึกษา บริษัท ซีพีแ็กซ์ตรา จำกัด มหาชน สาขาแม่โคโร ศาลายา
ศศิวิมล ว่องวิไล, เกียรติ์ ต้นวงศ์
- 81** กระบวนการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป
พริ้นธรร แสนสุข, สุภัทญา สมไพฑูรย์
- 96** ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการสนานกอล์ฟค่ายรัตนรังสรรค์
ว่าที่ร้อยตรีสุพัสสันต์ กมลานนท์, อนุชิต กุลวานิช
- 108** การสอนแบบอิงโมเดลและการฝึกปฏิบัติที่มีต่อผลการเรียนรู้ในรายวิชา สถิติขั้นสูงสำหรับการวิจัย
ทางการบริหารการศึกษา
สุบิน ยุระรัช
- 120** แนวทางการพัฒนาทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการ
วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเพชรบุรี
ชุมพล รอดแจ่ม, วศิมพงศ์ จันทรเมืองไทย, จักรวาล สุขโมตร
- 135** นวัตกรรมการบริหารจัดการชุมชนเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจฐานรากของวิสาหกิจชุมชน
ท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดสมุทรสงคราม
ชุมพล รอดแจ่ม, ปัญญา จันทกิจ, เอกโอฬาร โชติอนุสรณ์
- 148** การสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ทัศนคติและความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์วีดีโอเกม
ที่มีการเจือปนความจริงแท้ในประเทศไทย
พาโชค เลิศศรีศวกักร
- 165** A Model of Technology Integration for Teaching for University Instructors in Guangxi, China
Yang Liu, Poonpilas Asavisanu
- 185** A Model for Enhancing Students' Self-Management Skills in Public Universities in
Guiyang City, Guizhou Province, China
Ying Gu

บทความวิชาการ

- 201** การวิจัยเชิงบูรณาการ: แนวคิด ประเภท และการประยุกต์ใช้
สุบิน ยุระรัช, ศิริพร ทองแก้ว
- 214** ความสำคัญของโลกมุสลิมในมุมมองของไทย: กรณีศึกษา วิสัยทัศน์ 2030 ของชาอุดีอาระเบีย
ญีฮาด มะลูลิม, นัศรูน กูใหญ่



วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

เลขที่ 1 ถนนอุททองนอก แขวงดุสิต เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300
โทรศัพท์ 0 2160 1182, 0 2160 1456

www.tci-thaijo.org/index.php/journalcim