

วารสาร นวัตกรรม และ การจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2568
Vol. 10 No. 2 July-December 2025

ISSN 3027-7345 (Print)

ISSN 2697-6277 (Online)



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 10 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2568) โดยจัดส่งให้หน่วยงานและสถาบันการศึกษาต่าง ๆ 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 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>

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

บทบรรณาธิการ

วารสารนวัตกรรมและการจัดการ (Journal of Innovation and Management : JIM) มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เป็นวารสารทางวิชาการที่ออกปีละ 2 ฉบับในเดือนมกราคม-มิถุนายน และเดือนกรกฎาคม-ธันวาคม สำหรับฉบับนี้เป็นปีที่ 10 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2568) โดยกองบรรณาธิการยังคงให้ความสำคัญในการพิจารณาและคัดเลือกบทความที่มีคุณภาพมาลงตีพิมพ์โดยทุกบทความได้ผ่านการกลั่นกรองจากกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกที่ตรงสาขาเพื่อตรวจสอบคุณภาพของบทความก่อนลงตีพิมพ์ โดยผู้ประเมินไม่ทราบชื่อผู้แต่งและผู้แต่งไม่ทราบชื่อผู้ประเมินบทความ (Double-blind peer review) สำหรับวารสารฉบับนี้ ประกอบด้วย บทความวิจัยจำนวน 12 เรื่อง เช่น “ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติของบุคลากรกรมที่ดินกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1” “ส่วนประสมการตลาดบริการและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยสั่งตัดของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองลับแล จำกัด จังหวัดอุตรดิตถ์” “การวิเคราะห์ระดับการรู้สารสนเทศของผู้สูงอายุในเขตดุสิต” บทความวิชาการจำนวน 2 เรื่อง เช่น การท่องเที่ยวแบบทิวารา: แนวโน้ม พฤติกรรม และความยั่งยืนในยุคปัจจุบัน – การศึกษาเชิงวรรณกรรม”

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

ISSN 3027-7345 (Print)

ISSN 2697-6277 (Online)

ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2568) Vol. 10 No. 2 (July-December 2025)

วัตถุประสงค์

1. 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
2. เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นให้เกิดการวิจัย การพัฒนานวัตกรรม และการพัฒนาองค์ความรู้ในศาสตร์สาขาวิชาต่างๆ แก่อาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัย นิสิต นักศึกษา และบุคคลทั่วไป ทั้งแวดวงวิชาการและสังคมทั่วไป

เจ้าของ

วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร.ชุดิภาญจน์ ศรีวิบูลย์	อธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
รองศาสตราจารย์ ดร.รจนา จันทราสา	รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและพัฒนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชลภััสสรณ์ สิทธิวงศ์ชัย	คณบดี วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หทัยพันธุ์ สุนทรพิพิธ

กองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ ดร.ดิเรก ปัทมสิริวัฒน์	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ศาสตราจารย์ ดร.อรรดา จันทรรณ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ศาสตราจารย์ ดร.สุภาภรณ์ จันทวานิช	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา ยุพาพิน	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
รองศาสตราจารย์ ดร.สุภาส อังสุโชติ	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.สุบิน ยะระรัช	มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ดร.วิทยา เจริญพันธุ์	สมาคมนักวิจัย

ฝ่ายจัดการและเลขานุการกองบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนิดา นิลอรุณ
ดร.พาโชค เลิศอัครภักดิ์

ฝ่ายประชาสัมพันธ์ จัดจำหน่าย และสมาชิก

นางพัทธนันท์ ไรจน์รุ่งวัฒน

ฝ่ายศิลปกรรมและจัดทำรูปเล่ม

นางสาวสุดารัตน์ ชีราพฤกษ์

ฝ่ายพิสูจน์อักษร

นางสาวสุดารัตน์ ชีราพฤกษ์

กำหนดการเผยแพร่

ปีละ 2 ฉบับ ประจำเดือน มกราคม-มิถุนายน และเดือนกรกฎาคม-ธันวาคม

ลิขสิทธิ์

บทความที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ถือเป็นกรรมสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ห้ามนำข้อความทั้งหมดไปตีพิมพ์ซ้ำ ยกเว้นได้รับอนุญาตจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

สถานที่พิมพ์

บริษัท จรัสสินทวงศ์การพิมพ์ 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 10 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2568)

บทความวิจัย

- 07 ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติของบุคลากรกรมที่ดิน กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1
กัลยา ทองหนูน้อย, ประสพชัย พสุนนท์
- 22 ส่วนประสมการตลาดบริการและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยสั่งตัดของสมาชิก
สหกรณ์การเกษตรเมืองลับแล จำกัด จังหวัดอุตรดิตถ์
อุมาพร พลใจ, ภาศิริ เขตปิยรัตน์, อีราวัฒน์ ชมระกา
- 35 การวิเคราะห์ระดับการรู้สารสนเทศของผู้สูงอายุในเขตดุสิต
อาภาภรณ์ โพธิ์กระจำรง, วิไลลักษณ์ รักบำรุง, มุกด์ตรา ทองเวส, ศัทธยา จันทา
- 48 การวิเคราะห์ผลการทดสอบและแนวทางเพื่อยกระดับคุณภาพแบบทดสอบความสามารถทาง
ภาษาอังกฤษ มหาวิทยาลัยศรีปทุม (SPU-TEP)
ไพบูลย์ สุขวิจิตร บาร์, ถิรนนท์ วงศ์วิวัฒน์, Oscar Jr. Malicad, สุบิน ยุระรัช
- 62 อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจที่มีต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวในการใช้
บริการรถสาธารณะในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
**พนิดา นิลอรุณ, ภาวิณีธนา เจริญบุญ, พาโชค เลิศอัศวภัทร, สุวิดา พงษ์อาภรณ์,
สุดาร์ตน์ ชีราพฤกษ์**
- 77 การสังเคราะห์แนวคิดเพื่อพัฒนาเครื่องมือสำหรับจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบ
ต่อสังคมและการรายงานผลทางการบัญชีเพื่อความยั่งยืน
สุรัชดา เชิดบุญเมือง, มหัทธกร เปลี่ยนสมัย, ณัฐชญา เชิดบุญเมือง
- 94 ปัจจัยด้านโลจิสติกส์ที่มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจและความพึงพอใจของลูกค้า: มุมมองของ
ผู้ค้าปลีกเสื้อผ้าออนไลน์
ปภัสสร ดวงฤทธิ์, ชลธิชา จันทร์แสง, เมธวิน กิตติคุณ, โพนมราณี ฤกษ์สำราญ
- 110 นวัตกรรมบริการ และกลยุทธ์การตลาด 4E ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ
ศูนย์วิทยบริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ของนักศึกษาจากประเทศจีน
มหาวิทยาลัยราชภัฏแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร
สุดาร์ตน์ ชีราพฤกษ์, วิไลลักษณ์ รักบำรุง, ศุภรา เจริญภูมิ
- 124 แนวทางการพัฒนาเพื่อส่งเสริมและยกระดับคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ ในจังหวัดนครปฐม
ธวัชชัย สู่เพื่อน
- 137 บทปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินชีวิตอย่างเป็นสุขของคนวัยเกษียณในจังหวัดกระบี่
**ธันนพิชญ์ สิทธิเดชไพบูลย์, ชมภู สายเสมา, บัณฑิต ผังนิรันดร์, ธนพล ก่อฐานะ,
ชัยธนต์ถ์กร ภาวิศพิริยะภักติ**
- 155 The Relationship Between Board and Executive Compensation and Tax Planning
of Listed Companies on the Stock Exchange of Thailand
Nata Singprasert, Kanjana Phonsumlissakul
- 169 Causal factors of Becoming an Innovative Organization and Business
Performance of Service-Sector Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) in
the Accommodation Industry in Thailand
Kanyarat Tirathanachaiyakun

บทความวิชาการ

- 183 การท่องเที่ยวแบบบูรณาการ: แนวโน้ม พฤติกรรม และความยั่งยืนในยุคปัจจุบัน – การศึกษา
เชิงวรรณกรรม
ธัญกานต์ จำปาเงิน, วรชิตา บุญญานเมธภาพร
- 200 กรอบแนวคิดการพัฒนามาตรฐานวิชาชีพนักวิจัยและนักตรวตในสถาบันอุดมศึกษาไทย
สุบิน ยุระรัช, ศิริพร ทองแก้ว

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความ

(Peer Reviewers)

ศาสตราจารย์ ดร.นิพนธ์ ตั้งจธรรม	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา ยุพาพิน	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ศาสตราจารย์ ดร.ภูมิฐาน รังคกุลณวัฒน์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.กัญญาณทน กาญจนทวีกุล	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น
รองศาสตราจารย์ ดร.จันทนา วัฒนะกาญจนะ	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
รองศาสตราจารย์ ดร.ฉัฐไชย์ สีนาวงค์	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
รองศาสตราจารย์ ดร.ชุตติกาญจน์ ศรีวิบูลย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฏช์ กุลิสร์	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
รองศาสตราจารย์ ดร.ธนาสฤษฎ์ สตะเวทิน	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
รองศาสตราจารย์ ดร.บัณฑิต ผังนรินทร์	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
รองศาสตราจารย์ ดร.ปริญภา จิตราภรณ์	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
รองศาสตราจารย์ ดร.พัชร์ผจง วัฒนสินธุ์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.ภัทราวดี มากมี	มหาวิทยาลัยบูรพา
รองศาสตราจารย์ ดร.โยธิน แสงวดี	มหาวิทยาลัยมหิดล
รองศาสตราจารย์ ดร.รวีวรรณ ชินะตระกูล	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
รองศาสตราจารย์ ดร.วัชรินทร์ อินทพรหม	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา เมฆขำ	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภโชคชัย นันทศรี	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
รองศาสตราจารย์ ดร.สุบิน บุระรัช	มหาวิทยาลัยศรีปทุม
รองศาสตราจารย์ ดร.สุภาส อังศุโชติ	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.สุรพล ราชภัณฑารักษ์	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
รองศาสตราจารย์ ดร.อุษารัตน์ อีระธร	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกพัชร กอประเสริฐ	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัลยารัตน์ อีระธนชัยกุล	มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขวัญหทัย มิตรภานนท์	มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จักรกฤษณ์ โปณะทอง	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จันทร์เพ็ญ วรรณารักษ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิรนนท์ เข็มพันธ์	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรรัตน์ ไตรระไวศยะ	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุมพล รอดแจ่ม	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โชติมา ไชยวงศ์เกียรติ	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ญาณัญญา ศิริภัทรธาดา	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตติมา พูลเพชร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตติมา ไหล้อยอง	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณฐา เสวตนรากุล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐกานต์ พงษ์สรนันท์	มหาวิทยาลัยบูรพา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพงษ์ จันทขุโบล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพร โอวาทนุพัฒน์	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เดช ธรรมศิริ	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนภัทร ปังฉิมม	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนภัทร ยีชะเด	มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิปัตย์ โสถถิวรรณ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิพนธ์ โชะเฮง	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บรรเจิด จงอภิรัตนกุล	มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิเชษฐ เนตรสว่าง	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีรธร บุญยรัตพันธุ์	มหาวิทยาลัยนเรศวร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูณัช รัตนชัย	มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.वासुกาญจน์ งามโหม	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิกานดา เกษตรเอี่ยม	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ เกษภูาลักษณ์	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิวัฒน์วงศ์ บุญหนู	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภรา เจริญภูมิ	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภิรา อำนวยสวัสดิ์	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภารัตน์ พิมลรัตนกานต์	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุพัตรา ปราณี	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนันต์ สุนทราเมธากุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรพรรณ ศรีทองอ่อน	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัมพร ปัญญา	มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อารยา อิงไพบูลย์กิจ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุมาวดี เดชธำรงค์	มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภัทราพร ปุณะตุง	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภูมิจัย สหัสเตโช	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล
ดร.กมลลักษณ์ โพธิ์พันธุ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ดร.กฤต พิริยธัชกุล	มหาวิทยาลัยมหิดล
ดร.กฤษณา จิรทิพาธวัช	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
ดร.ขวัญจิตต์ สุวรรณนพรัตน์	มหาวิทยาลัยทักษิณ
ดร.จิรนนท์ กมลสินธุ์	มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา
ดร.เจษฎา จันทวงศ์	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ดร.โชคกามาต พลศรี	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
ดร.ณัฐพล จันทระขุโบล	มหาวิทยาลัยรังสิต
ดร.ดวงกมล จงเจริญ	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ดร.ประกายใจ อรจันทร์	มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ดร.เปรมกมล จันทร์กวิกุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ดร.พงศกร พิชยदनย์	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
ดร.พงศ์สฎา เฉลิมกลิ่น	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
ดร.พัชรี กล่อมเมือง	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ดร.พิมพ์พลอย อีร์สดีย์ธรรม	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ดร.เพ็ญประภา มังกรวงษ์	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ดร.เพ็ญประภา มังกรวงษ์	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ดร.ภฤศญา ปิยะนุสรณ์	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ดร.มีนมาส พรานป่า	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ดร.เยาวพา กองเกตุ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
ดร.รพีพัฒน์ ศรีศิริรักษ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
ดร.วนิดา บุญโถม	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
ดร.วัฒน์ชัย แสงสุวรรณ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ดร.วิญญู ปรอยกระโทก	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ดร.วิไลลักษณ์ รักบำรุง	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ดร.สถาปต์ย์ กิลาส	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ดร.สมคะเน ยอดพราหมณ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
ดร.สิริอร จุลทรัพย์ แก้วมรกฏ	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ดร.สุชาดา แสงดวงดี	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
ดร.สุนิต เวชโซ	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ดร.สุนทรียา ไชยปัญญา	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
ดร.แสงดาว ประสิทธิ์สุข	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ดร.อมรรัตน์ ภัทรกิจธรรม	มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
ดร.อุไรรัตน์ อติเทพสถิต	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
Asst.Prof.Dr.Mohd Rizaimy Shahrudin	Universiti Teknologi MARA, Malaysia
Asst.Prof.Dr.Majid Khan	National University of Sciences and Technology, Pakistan
Asst.Prof.Dr.Muhammad Shahid Khan	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
Dr.Ju-Long Chen	Chihlee University of Technology, Taiwan

ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติของบุคลากรกรมที่ดิน กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1

กัลยา ทองหนู้อย^{1*}, ประสพชัย พสุนนท์²

¹เจ้าพนักงานที่ดินจังหวัดกาญจนบุรี สาขาพนมทวน กาญจนบุรี

²คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จังหวัดเพชรบุรี

Received: 12 May 2025

Revised: 8 September 2025

Accepted: 26 September 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ตัวอย่างการวิจัย คือ บุคลากรของกรมที่ดินกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 ประกอบด้วยกาญจนบุรี ราชบุรี และสุพรรณบุรี รวมประชากร 409 คน คำนวณได้ตัวอย่างเท่ากับ 202 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือ ถูกต้องมากขึ้น ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถาม จำนวน 350 ชุด และได้กลับคืนมา 307 ชุด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความสัมพันธ์เพียร์สัน การวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบวิธี Enter ผลพบว่า แรงจูงใจปัจจัยจูงใจ ด้านลักษณะงาน ด้านความรับผิดชอบ ด้านความสำเร็จของงาน ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ แรงจูงใจปัจจัยจูงใจ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ประโยชน์ที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ผู้บริหารสามารถนำไปประยุกต์ใช้ทางการบริหารในการสร้างแรงจูงใจเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

คำสำคัญ : ประสิทธิภาพในการทำงาน แรงจูงใจในการทำงาน ปัจจัยจูงใจ ปัจจัยจูงใจ

*ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: kanlaya51550@gmail.com

Factors affecting the Work Efficiency of Personnel at the Department of Lands under lower Central Provincial Cluster 1.

Kanlaya Thongnunui^{1,*}, Prasopchai Pasunon²

¹Head of the Kanchanaburi Provincial Land Office, Phanom Thuan Branch

²Faculty of Management Science Silpakorn University

Received: 12 May 2025

Revised: 8 September 2025

Accepted: 26 September 2025

Abstract

This research studied factors affecting the work efficiency of personnel. The research sample included personnel of the Land Department, Lower Central Provincial Cluster 1, namely Kanchanaburi, Ratchaburi, and Suphan Buri, with a total population of 409 people. The sample size was calculated to be 202 people. To obtain more reliable and accurate data, the researcher distributed 350 questionnaires and received back 307 questionnaires. The statistics were used to analyze the data, including frequency, percentage, mean, standard deviation, Pearson's correlation coefficient, and enter multiple regression analysis. The results of this study were as follows: The motivational factors in terms of job description, responsibilities, achievement, recognition, and Hygiene motivation factors in terms of interpersonal relationships significantly impacted work efficiency, at a significance level of 0.05. The benefits gained from this research can be applied by executives in management to create motivation to increase work efficiency.

Keywords: Work Efficiency, Work Motivation, Motivational Factors, Hygiene Factors

*Corresponding Author; E-mail: kanlaya51550@gmail.com

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีขีดความสามารถสูงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กรให้มีความสามารถในการแข่งขันและรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในอนาคต เนื่องจากบุคลากรเป็นทรัพยากรหรือทุนมนุษย์ที่มีความสำคัญ การมีทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพ มีความรู้ความสามารถ มีประสบการณ์และมีทัศนคติที่ดีในการทำงานจะทำให้งานสำเร็จตามความคาดหวังขององค์กร การจัดการทรัพยากรมนุษย์ให้มีประสิทธิภาพจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันบรรลุเป้าหมายสูงสุด และทำให้องค์กรเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน เนื่องจากทรัพยากรมนุษย์เป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวขององค์กร จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องได้มาซึ่งทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพ การสร้างความพึงพอใจและภูมิใจ การธำรงรักษาทรัพยากรมนุษย์ให้ปฏิบัติงานให้กับองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล จะต้องอาศัยการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่ดีและเหมาะสม (Saudom, 2023) ดังนั้นผู้บริหารองค์กรจะต้องให้ความสำคัญกับทัศนคติ ความคิดความรู้สึกรู้สึกของบุคลากรเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงาน ทำให้บุคลากรให้ความร่วมมือทุ่มเทกำลังกายกำลังใจในการทำงานให้กับองค์กร

แรงจูงใจในการทำงานเป็นองค์ประกอบที่สำคัญขององค์การภาครัฐและภาคเอกชน เนื่องจากมีบทบาทสำคัญที่ทำให้เกิดการบรรลุเป้าหมาย เป็นรูปแบบของความต้องการและความจำเป็น เป็นกระบวนการที่องค์การจูงใจพนักงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ซับซ้อนขององค์การและส่วนบุคคล พนักงานในองค์การจะได้รับแรงบันดาลใจจากกลวิธีที่หลากหลายรูปแบบ เพื่อปรับปรุงผลการปฏิบัติงาน รวมทั้งแรงจูงใจในการทำงานและความพึงพอใจในงาน ซึ่งผลการวิจัยพบว่าแรงจูงใจในการทำงานเป็นลักษณะของการทำงานในรูปแบบของสิ่งจูงใจ เช่น เงินเดือน การเลื่อนตำแหน่ง ความมั่นคงในงาน และการมีเงินทุนที่เพียงพอ กิจกรรมของแรงจูงใจในการทำงานสามารถเพิ่มความพึงพอใจในงาน และผลการปฏิบัติงาน ความสำคัญของความพึงพอใจในงานเป็นการสะท้อนถึงความรู้สึกรู้สึกทางบวกของบุคคลเกี่ยวกับงานที่ได้รับจากการประเมินลักษณะพิเศษของตัวงานนั่นเอง (Nanariain et al., 2022) นอกจากนี้ Naewsoon and Prungkiat (2024) ยังกล่าวว่าแรงจูงใจในการทำงานของบุคลากรถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันและการพัฒนาองค์กรในระยะยาว และพบว่าแรงจูงใจในการทำงานมีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานคือความสามารถในการบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ภายในกรอบระยะเวลาและทรัพยากรที่กำหนด

ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรเป็นส่วนที่มีความสำคัญต่อองค์กรเป็นอย่างมาก เนื่องจากสามารถก่อให้เกิดความก้าวหน้าหรือความตกต่ำขององค์กรได้ เมื่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานไม่มีประสิทธิภาพ องค์กรจะต้องประสบกับความล้มเหลว ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานไม่สามารถแยกออกจากลักษณะของงานได้ แต่สามารถประเมินได้จากความสามารถของพนักงานแต่ละคน ผลการปฏิบัติงานที่น่าเสนอของพนักงานแต่ละคนจะมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว จะต้องมีความสอดคล้องและการร่วมมือที่สอดคล้องระหว่างองค์กรและพนักงาน ดังนั้นผู้บริหารจะต้องทราบและให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน (Ridwan and Khoirina, 2023)

รัฐบาลให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติของข้าราชการโดยได้กำหนดไว้ในแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2566-2580) มีเป้าหมายให้การบริการของรัฐมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการ มุ่งเน้นปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพการบริการให้มีความทันสมัย ทันความเปลี่ยนแปลงของโลกาภิวัตน์ตอบสนองความต้องการของประชาชนและแก้ไขปัญหาที่มีอยู่อย่างเป็นลำดับขั้นตอน (Office of the National Economic and Social Development Council, 2023) และ Civil Service Development Institute (2024) กำหนดให้หน่วยงานของรัฐ บุคลากร ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง มีบทบาทในการปฏิบัติภารกิจตามที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็ม

ศักยภาพ ให้ความรู้ ทักษะที่เกี่ยวข้องในการปฏิบัติงาน และมีการพัฒนาประสิทธิภาพการทำงาน ผู้บริหารมีบทบาทในการส่งเสริม สนับสนุน และสร้างแรงจูงใจแก่บุคลากร ในการดำเนินการเพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

สำนักงานที่ดินเป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่ให้บริการประชาชนด้านการคุ้มครองสิทธิเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์ ทั้งด้านการรังวัดและจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมให้กับประชาชนผู้มาใช้บริการ ซึ่งในแต่ละวันมีประชาชนมาติดต่อขอรับบริการเป็นจำนวนมาก มีปัญหาในการปฏิบัติงานที่ต้องแก้ไขให้กับประชาชนทั้งด้านกฎหมายและข้อพิพาทเกี่ยวกับที่ดิน ซึ่งอาจทำให้เจ้าหน้าที่เกิดความท้อแท้เบื่อหน่าย ทำให้เจ้าหน้าที่บางส่วนไม่สามารถปฏิบัติงานได้สำเร็จตามระยะเวลาและเป้าหมายที่กรมที่ดินกำหนดไว้ ซึ่งสร้างความเสียหายให้กับประชาชนและเศรษฐกิจของประเทศ ประกอบกับยังไม่ค่อยมีงานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยจูงใจปัจจัยและอนามัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรกรมที่ดิน เพื่อให้ผลการปฏิบัติงานของฝ่ายรังวัดและฝ่ายทะเบียนเป็นไปตามกรอบการประเมินผลการพัฒนาคุณภาพการปฏิบัติงานและการให้บริการตามโครงการคัดเลือกสำนักงานที่ดินบริหารจัดการดีเด่น กรมที่ดินกระทรวงมหาดไทย (Management System Development Group, Department of Lands, 2024) ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่องแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรกรมที่ดินกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับของแรงจูงใจและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรกรมที่ดินกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรกรมที่ดินกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรกรมที่ดินกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 ผู้วิจัยได้เล็งเห็นประโยชน์ของประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ซึ่งจะส่งผลต่อส่วนรวมและประชาชนที่มาใช้บริการ จึงได้นำแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน (Certo and Certo, 2006; Peterson and Plowman, 1989) และงานวิจัยที่ผ่านมาของหน่วยงานราชการที่ลักษณะการทำงานที่คล้ายคลึงกันตามตารางที่ 1 มาประยุกต์ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยสามารถสรุปสาระสำคัญได้ว่าตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานได้แก่แรงจูงใจในการทำงานที่เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างขวัญและกำลังใจให้กับบุคลากรและก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ด้านคือ 1) ปัจจัยการจูงใจ (Motivation Factors) คือ ปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจหรือมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ซึ่งเป็นตัวกระตุ้นหรือสร้างความพึงพอใจในการทำงานและต้องการทำงานให้สำเร็จตัวอย่าง เช่น ความก้าวหน้าส่วนตัว การบรรลุผลสำเร็จของงาน การได้รับการยกย่องในการทำงานและได้รับความก้าวหน้าในการทำงาน เป็นต้น 2) ปัจจัยอนามัย (Hygiene Factors) คือ ปัจจัยที่ทำให้คนรู้สึกไม่พึงพอใจเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมของงานเป็นส่วนใหญ่ ที่เป็นตัวขัดขวางไม่ให้เกิดปัจจัยจูงใจเกิดขึ้น หรือทำให้เกิดความไม่พึงพอใจและทำให้การทำงานล่าช้าไม่มีประสิทธิภาพ องค์การจึงต้องดูแลบุคลากรอย่างเหมาะสมเพื่อรักษาและทำให้เกิดความพึงพอใจใน

การทำงานร่วมกับองค์กร เช่น นโยบายองค์กร สภาพการทำงาน การบังคับบัญชา และเงินเดือน เป็นต้น เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานในบริบทของหน่วยงานราชการ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน 4 ด้านดังต่อไปนี้

1. คุณภาพของงาน (Quality) คือ งานมีคุณภาพสูง ผู้ผลิตและผู้ใช้ได้ประโยชน์คุ้มค่า ผลการปฏิบัติงานมีความถูกต้องได้มาตรฐาน มีความรวดเร็ว ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าหรือผู้รับบริการ

2. ปริมาณงาน (Quantity) คือ งานที่เกิดจากเป้าหมายขององค์กร ผลงานที่ปฏิบัติได้มีปริมาณงานที่เหมาะสมตามแผนงานหรือเป้าหมายที่องค์กรวางไว้ และมีการกำหนดระยะเวลาหรือวางแผนบริหารเวลา เพื่อให้ได้ปริมาณงานตามเป้าหมาย โดยผลงานที่ได้ต้องสอดคล้องกับอัตรากำลังคนในองค์กร

3. เวลาที่ใช้ในงาน (Time) คือ เวลาที่ใช้ในการดำเนินงานต้องกำหนด อย่างเหมาะสมตามลักษณะงาน มีการพัฒนาเทคนิคการทำงานให้มีความสะดวกรวดเร็วมากขึ้น ผลงานเสร็จตามกำหนดเมื่อเทียบกับความยากง่ายของงาน ใช้เวลาน้อย ส่งมอบตรงตามกำหนด ถูกต้องรวดเร็ว

4. ค่าใช้จ่าย (Cost) คือ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทั้งหมด ต้องเหมาะสมกับงาน ลงทุนน้อยได้ผลกำไรมากที่สุด ใช้ทรัพยากรด้านบุคคล วัสดุ เทคโนโลยี และการเงิน อย่างประหยัดและคุ้มค่า มีการวางแผนก่อนเริ่มงาน เพื่อขจัดความซ้ำซ้อนในการลดต้นทุนของการผลิต นำความรู้มาใช้ในการงานก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อหาตัวแปรมาใช้ในการทดสอบสมมุติฐานการวิจัย และความสัมพันธ์ของตัวแปรแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน สามารถสรุปได้ตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สรุปผลการศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

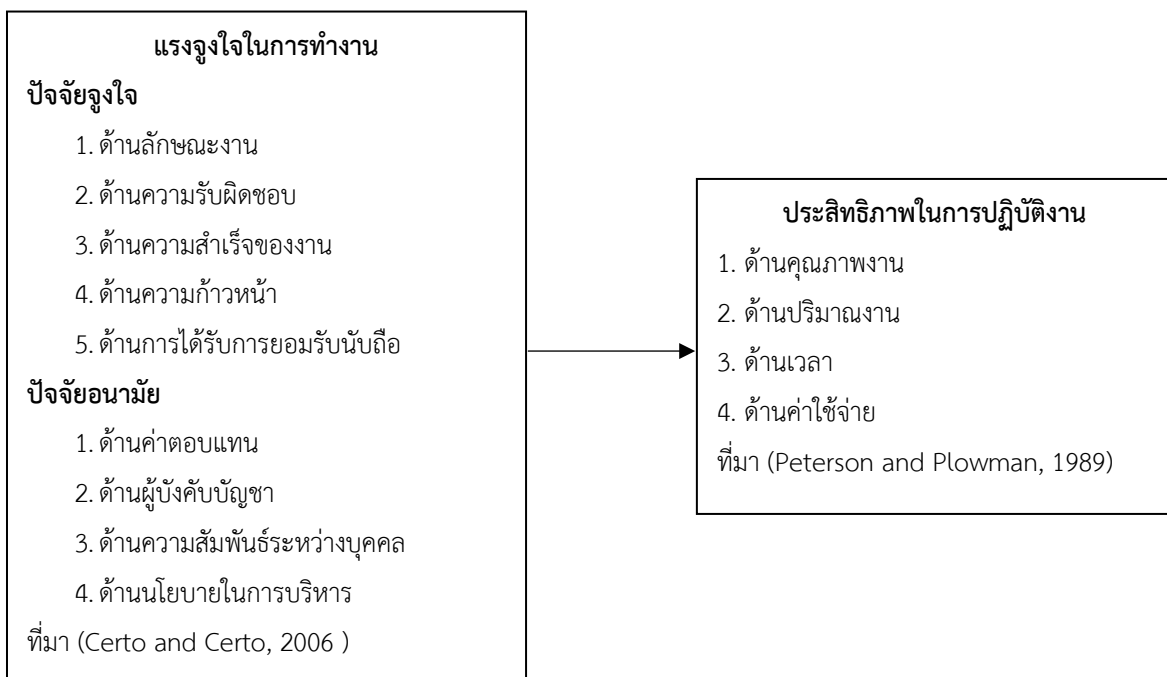
แรงจูงใจและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน		Boonyakiat and Chotpittayanon (2022)	Chaiyakotr et al. (2023)	Kamchompoo and Romyen (2023)	Manoyut (2023)	Phadee et al. (2023)	Pitaksanti et al. (2023)	Chotiwanthanasiri (2023)	Pimda et al. (2024)	Phanpo et al. (2022)	Yuakong et al. (2024)
ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน	ด้านคุณภาพงาน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	ด้านปริมาณงาน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	ด้านเวลา	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓
	ด้านความประหยัดคุ้มค่า	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
แรงจูงใจปัจจัย จูงใจ	ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ	✓*	✓	✓*	✓*	✓	✓	✓*	✓	✓*	✓*
	ด้านความรับผิดชอบ	✓*	✓	✓*		✓*	✓	✓	✓*	✓*	✓
	ด้านความสำเร็จของงาน	✓	✓*	✓	✓*	✓*	✓	✓	✓*	✓	✓*
	ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่ง	✓	✓	✓*	✓	✓*	✓*	✓	✓	✓	✓*
	การได้รับการยอมรับนับถือ	✓*	✓	✓	✓*	✓	✓	✓	✓	✓	✓*

ตารางที่ 1 (ต่อ)

แรงจูงใจและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน		Boonyakiat and Chotpittayanon (2022)	Chaiyakotr et al. (2023)	Kamchompoo and Romyen (2023)	Manoyut (2023)	Phadee et al. (2023)	Pitaksanti et al. (2023)	Chotiwanhasiri (2023)	Pimda et al. (2024)	Phanpo et al. (2022)	Yuakyong et al. (2024)
แรงจูงใจปัจจัย อนามัย	ด้านค่าตอบแทน	✓	✓*	✓	✓	✓*	✓*	✓*	✓	✓	✓
	ด้านผู้บังคับบัญชา				✓	✓*			✓	✓*	
	ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา		✓	✓*		✓	✓*		✓	✓*	
	ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน	✓*	✓	✓	✓	✓*		✓*		✓	✓*
	ด้านนโยบายในการบริหาร	✓*	✓	✓*	✓	✓*	✓	✓*	✓*	✓	✓*
	ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน	✓*			✓*	✓	✓*	✓			✓
	ด้านความมั่นคงปลอดภัย	✓*									
	ด้านความมั่นคงในงาน		✓		✓*	✓*		✓*	✓*		✓*
	ด้านลักษณะของอาชีพ			✓*		✓*	✓*				
	ด้านสภาพการทำงาน			✓					✓	✓*	
	ด้านการเจริญเติบโต			✓*							
	ด้านตำแหน่งงาน				✓						

✓ หมายถึงตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย * หมายถึงแรงจูงใจที่ส่งผลทางบวกกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

จากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาแรงจูงใจในการทำงานปัจจัยจูงใจและปัจจัยอนามัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติ ในด้านที่เหมาะสมกับบริบทของหน่วยงานราชการดังที่ได้สรุปตามตารางที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากภาพที่ 1 กรอบแนวคิดที่ใช้ศึกษามีตัวแปรแรงจูงใจเป็นตัวแปรอิสระและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานเป็นตัวแปรตาม ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

สมมติฐานการวิจัย: แรงจูงใจในการทำงานส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. จากผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับหน่วยงานต่างๆ ในการทดสอบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานโดยเฉพาะหน่วยงานราชการต่อไป
2. ผู้บริหารสามารถนำผลการวิจัยนี้ไปเป็นแนวทางในการสร้างแรงจูงใจให้กับบุคลากรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรกรมที่ดินกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1
3. ผู้บริหารสามารถนำผลการวิจัยนี้ไปพัฒนาบุคลากรเพื่อให้เกิดการรับรู้ถึงผลกระทบของแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

วิธีดำเนินการวิจัย

แบบแผนการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้วิธีนัย ด้วยการสร้างกรอบการวิจัยจากแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วตั้งสมมติฐานจากกรอบแนวคิดเพื่อให้ผลการวิจัยเป็นไปตามวัตถุประสงค์การวิจัย หลังจากนั้นจึงได้รวบรวมข้อมูลเชิงประจักษ์เพื่อนำมาพิสูจน์ในกระบวนการวิเคราะห์ว่าสมมติฐานที่ตั้งไว้นั้นได้รับการยืนยันจากข้อมูลเชิงประจักษ์ (Phodhisita, 2021) การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสหสัมพันธ์ (Correlational study)

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ บุคลากรของสำนักงานที่ดินในจังหวัดราชบุรี กาญจนบุรี และสุพรรณบุรี ประกอบไปด้วยข้าราชการ รวมทั้งสิ้น 409 คน การกำหนดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ผู้วิจัยใช้สูตรเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบทราบดีความน่าจะเป็น (Probability Sampling)แบบชั้นภูมิ โดยที่หน่วยตัวอย่างแต่ละหน่วยถูกเลือกขึ้นมาโดยทราบดีความน่าจะเป็นหรือทราบดีโอกาสของการถูกเลือกในอัตราส่วนที่เท่ากัน โดยใช้สูตรของ Yamane (1967) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 สามารถคำนวณได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 202 คนเพื่อให้ผลการวิจัยมีความถูกต้องน่าเชื่อถือมากขึ้น ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามแก่ประชากรไปทั้งหมดจำนวน 350 ชุด และได้รับกลับคืนมาจำนวน 307 ชุด ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมในครั้งนี้คือช่วงเดือน สิงหาคม-กันยายน 2567

เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าเอกสารประกอบที่เกี่ยวข้อง โดยข้อคำถามได้ครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งสอบถามออกเป็น 2 ส่วน คือส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามแรงจูงใจในการทำงาน และประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ประกอบด้วยคำถามจำนวน 64 ข้อ โดยปรับปรุงจาก (Jantawong, 2023; Keawtinkad, 2020); Jaitang, 2012; Khongsaenkham, 2021; Rattanachinchai, 2020; Phrommun, 2021); Nimmanee, 2020; Sarika, 2023; Indan, 2022) ข้อคำถามทุกข้อเป็นเชิงบวกทั้งหมด ลักษณะของแบบสอบถามในส่วนนี้ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแนวคิดของ Likert โดยแบ่งเป็น

5 ระดับ ได้แก่ ระดับมากที่สุดมีค่าคะแนนเท่ากับ 5 มากมีค่าคะแนนเท่ากับ 4 ปานกลางมีค่าคะแนนเท่ากับ 3 น้อยมีค่าคะแนนเท่ากับ 2 และน้อยที่สุดมีค่าคะแนนเท่ากับ 1 โดยตรวจสอบความถูกต้องในการตอบแบบสอบถาม และคัดแบบสอบถามที่ใช้ไม่ได้ออกไปปรากฏว่าสามารถนำมาวิเคราะห์ผล จำนวน 307 ชุด

การหาคุณภาพของเครื่องมือประกอบด้วย 2 ส่วน คือ 1) ตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถามซึ่งประกอบด้วยความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและโครงสร้างโดยการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจจากผู้เชี่ยวชาญมาหาค่าความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ของแบบสอบถาม และนำมาปรับปรุงแก้ไข โดยคำนวณจากความสอดคล้องระหว่างประเด็นที่ต้องการวัดกับข้อคำถามที่สร้างขึ้น เรียกว่า ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item – Objective Congruence Index: IOC) (Tirakanan, 2005) พบว่า ค่า IOC มีค่ามากกว่า 0.60 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงตรง 2) นำแบบสอบถามที่ได้คำนวณหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการวัดความสอดคล้องภายใน (Measure of Internal Consistency) ด้วยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) หากปรากฏว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ต่ำกว่า .50 ถือว่าเชื่อถือได้น้อย อยู่ระหว่าง .50-.65 เชื่อถือได้ปานกลาง และถ้าหากมีค่าตั้งแต่ .70 ขึ้นไป ถือว่าเชื่อถือได้ค่อนข้างสูง (Prasitrat, 2003) พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค อยู่ระหว่าง .83 ถึง .87

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษารังนี้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย ซึ่งประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลคะแนน ในการจำแนกผลการวิเคราะห์ทางสถิติของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ใช้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง แรงจูงใจในการทำงาน กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบวิธี Enter (Multiple Regression Analysis) ใช้วิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรที่มีอิทธิพลหรือสามารถพยากรณ์เพื่อทดสอบสมมุติฐานแรงจูงใจในการทำงาน ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิเคราะห์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 156 คน (ร้อยละ 50.80) เพศชาย 151 คน (ร้อยละ 49.20) มีอายุ 30-39 ปี 102 คน (ร้อยละ 33.20) อายุ 40-49 ปี 80 คน (ร้อยละ 26.10) อายุต่ำกว่า 30 ปี 68 คน (ร้อยละ 22.10) และอายุ 50 ปีขึ้นไป 57 คน (ร้อยละ 18.60) มีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 1-5 ปี 95 คน (ร้อยละ 30.90) 5-10 ปี 76 คน (ร้อยละ 24.80) 20 ปีขึ้นไป 71 คน (ร้อยละ 23.10) 10-20 ปี 65 คน (ร้อยละ 21.20)

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ ระดับแรงจูงใจในการทำงานและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรกรมที่ดิน กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน แรงจูงใจปัจจัยจูงใจ และปัจจัยอนามัย

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน (effic)	4.23	.48	มาก
ปัจจัยจูงใจ			
1. ด้านลักษณะงาน (job)	4.20	.57	มาก
2. ด้านความรับผิดชอบ (res)	4.25	.56	มาก
3. ด้านความสำเร็จของงาน (suc)	4.27	.58	มาก
4. ด้านความก้าวหน้า (pro)	4.13	.69	มาก
5. ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ (rec)	4.13	.60	มาก
ปัจจัยอนามัย			
1. ด้านค่าตอบแทน (comp)	3.99	.82	มาก
2. ด้านผู้บังคับบัญชา (comm)	4.24	.78	มาก
3. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (rel)	4.26	.60	มาก
4. ด้านนโยบายในการบริหาร (mana)	4.14	.71	มาก

จากตารางที่ 2 สามารถอธิบายได้ว่า บุคลากรที่ติดกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 มีระดับของประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานอยู่ระดับสูง มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.23 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ .48 มีระดับของปัจจัยจูงใจด้านลักษณะงานอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.20 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ .57 ด้านความรับผิดชอบอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.25 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ .56 ด้านความสำเร็จของงานในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.27 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ .58 ด้านความก้าวหน้าอยู่ระดับสูง มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.13 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ .69 ด้านการได้รับการยอมรับนับถืออยู่ระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.13 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ .60 และปัจจัยอนามัยด้านค่าตอบแทนอยู่ระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 3.99 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ .82 ด้านผู้บังคับบัญชาอยู่ระดับสูง มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.24 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ .78 ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลอยู่ระดับสูง มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.26 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ .60 ด้านนโยบายในการบริหารอยู่ระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.14 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ .71

ส่วนที่ 3 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานและแรงจูงใจในการทำงานด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson' Correlation coefficient)

ตารางที่ 3 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ

ตัวแปร	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	VIF
1. effic		.72*	.73*	.79*	.66*	.75*	.60*	.54*	.66*	.61*	
2. job			.70*	.72*	.66*	.71*	.61*	.54*	.62*	.59*	2.62
3. res				.77*	.68*	.71*	.58*	.60*	.68*	.61*	3.14
4. suc					.71*	.75*	.60*	.56*	.65*	.64*	3.45
5. pro						.77*	.74*	.70*	.71*	.72*	3.87
6. rec							.72*	.59*	.71*	.73*	4.00
7. comp								.61*	.58*	.73*	2.93
8. comm									.72*	.63*	2.56
9. rel										.66*	3.05
10. mana											2.92

*P<0.05

จากตารางที่ 3 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ใช้ในการวิจัย พบว่า ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงสามารถนำไปวิเคราะห์ความสัมพันธ์ถดถอย (Regression) ได้ เมื่อพิจารณาค่า VIF เพื่อทดสอบปัญหา Multicollinearity ของตัวแปรอิสระทุกตัว พบว่า มีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่เกิดปัญหาสัมพันธ์กัน และค่า Durbin-Watson มีค่าเท่ากับ 1.88 แสดงว่าไม่เกิดปัญหาอัตสหสัมพันธ์ในการวิเคราะห์การถดถอย จึงนำไปสู่การทดสอบสมมติฐานโดยการทดสอบด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน(Enter) โดยการนำตัวแปรอิสระทุกตัวเข้าสมการซึ่งได้ผลตามตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบอิทธิพลของตัวแปรแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้วย
การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุด้วย วิธี Enter

ตัวแปร	B	Std error	Beta	t	Sig
ค่าคงที่	.93	.13		7.35***	.000
ด้านลักษณะงาน (job)	.13	.04	.15	3.05**	.002
ด้านความรับผิดชอบ (res)	.11	.05	.13	2.44*	.015
ด้านความสำเร็จของงาน (suc)	.31	.05	.37	6.41***	.000
ด้านความก้าวหน้า (pro)	-.03	.04	-.05	-.78	.437
ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ (rec)	.19	.05	.23	3.78***	.000
ด้านค่าตอบแทน (comp)	.03	.03	.05	1.03	.306
ด้านผู้บังคับบัญชา (comm)	-.01	.03	-.02	-.46	.649
ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (rel)	.09	.04	.11	2.02*	.045
ด้านนโยบายในการบริหาร (mana)	-.02	.04	-.04	-.67	.502

R= 0.85, R²= 0.72, Adjusted R² = 0.71

จากตารางที่ 4 สมการถดถอยคือ Y (ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน) = 0.13 ด้านลักษณะงาน (job) + 0.11 ด้านความรับผิดชอบ (res) + 0.31 ด้านความสำเร็จของงาน (suc) + 0.19 ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ (rec) + 0.09 ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (rel)

อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรกรมที่ดินกลุ่มจังหวัดภาคกลาง ตอนล่าง 1 สามารถอธิบายผลการวิจัยได้ดังนี้

ปัจจัยจุดด้านลักษณะงานมีอิทธิพลทางบวกต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานเนื่องจากถ้าหากบุคลากรได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติงานที่ตรงกับความรู้ความสามารถเป็นงานที่ทำหายจะทำให้บุคลากรมีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติ นอกจากนี้ถ้าหากบุคลากรมีความเป็นอิสระในการแสดงความคิดเห็นในการปฏิบัติงานก็จะทำให้บุคลากรสามารถหาทางแก้ไขปัญหาการทำงาน เนื่องจากงานในสำนักงานที่ดินนั้นจะต้องใช้ระเบียบกฎหมายเป็นจำนวนมาก ซึ่งเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติจะต้องมีความละเอียดรอบคอบเป็นอย่างมากเพื่อป้องกันความผิดพลาดที่จะเกิดขึ้น ลดอัตราความเสี่ยงที่เจ้าหน้าที่จะต้องถูกฟ้องทั้งทางแพ่งและทางอาญา สอดคล้องกับงานวิจัยของ Boonyakiati and Chotpittayanon (2022), kamchompoo and Romyen (2023), Manoyut (2023), Chotiwithanasiri (2023), Phanpo, Tachateerapreda and Prathanadi Chatviwattanakarn (2022), Yuakyong, Rojanatrakul and Wongwatthanaphong (2024) ที่พบว่าลักษณะงานที่ปฏิบัติมีอิทธิพลทางบวกกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน เพราะฉะนั้นผู้บังคับบัญชาจะต้องให้ความสำคัญในการมอบหมายงานให้ผู้ใต้บังคับบัญชาปฏิบัติ ที่จะต้องพิจารณาถึงความรู้ความสามารถ มอบงานที่ทำหายเพื่อให้บุคลากรได้พัฒนาตัวเอง และเปิดโอกาสให้พูดคุยแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับงานที่ปฏิบัติอย่างเป็นอิสระก็จะทำให้ผลการปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะข้าราชการที่มีอายุราชการน้อยๆ เช่น ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 1-5 ปี ที่ตอบแบบสอบถามมีจำนวนถึง 95 คน และ 5-10 ปี 76 คน

ปัจจัยจุดด้านความรับผิดชอบ มีอิทธิพลทางบวกต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน เนื่องจากการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน ร่วมกันคิดหาทางแก้ไขปัญหาลดอุปสรรคในการทำงาน การให้ความสำคัญกับงานที่ได้รับมอบหมาย การแสดงศักยภาพในการทำงานอย่างเต็มกำลังความสามารถก็จะส่งผลทางบวกต่อผลการปฏิบัติงานให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Boonyakiati and Chotpittayanon (2022), kamchompoo and Romyen (2023), Phadee, Suntramethakul and Juangsuwadee (2023), Pimda, Kenaphoom, Kosonkittumporn (2024), Phanpo et al. (2022) ที่พบว่าปัจจัยจุดด้านความรับผิดชอบ มีอิทธิพลทางบวกกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน เพราะฉะนั้นผู้บังคับบัญชาจะต้องสร้างค่านิยมให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการทำงานและแก้ไขปัญหาลดอุปสรรคในการทำงานร่วมกัน เห็นคุณค่าความสำคัญในงานที่ได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติ

ปัจจัยจุดด้านความสำเร็จของงาน มีอิทธิพลทางบวกต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน เนื่องจากบุคลากรสามารถกำหนดขั้นตอนหรือวิธีการทำงานด้วยตัวเองและแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นในระหว่างการทำงานได้ บุคลากรรู้สึกมีความภาคภูมิใจที่เป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จขององค์กรและผลการปฏิบัติงานทำให้ผลการปฏิบัติงานสำเร็จตามเป้าหมายที่กรมที่ดินกำหนดไว้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Chaiyakotr, Prasertsri and Piyasakulkiat (2023), Manoyut (2023), Phadee et al. (2023), Yuakyong et al. (2024), Pimda et al. (2024) เพราะฉะนั้น

ผู้บังคับบัญชาต้องสนับสนุนให้บุคลากรทำงานให้สำเร็จตามที่ได้รับมอบหมายเพื่อที่บุคลากรจะได้มีขวัญและกำลังใจในการทำงานต่อไป

ปัจจัยจูงใจด้านการได้รับการยอมรับนับถือ มีอิทธิพลทางบวกกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานเนื่องจากบุคลากรจะมีความรู้สึกภาคภูมิใจที่ได้การยอมรับจากผู้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงาน ที่ได้รับโอกาสในการทำงานสำคัญๆ เพื่อแสดงศักยภาพในการทำงานและได้รับความไว้วางใจจากจากผู้บังคับบัญชาได้รับการยกย่องชมเชยจากผู้บังคับและเพื่อนร่วมงาน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Boonyakiati and Chotpittayanon (2022), Manoyut (2023), Yuakyong et al. (2024) เพราะฉะนั้น ผู้บังคับบัญชาต้องให้ความสำคัญกับการกล่าวคำยกย่องชมเชยแสดงความยอมรับนับถือต่อบุคลากรที่ปฏิบัติงานได้สำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ ยกย่องชมเชยประกาศให้บุคลากรคนอื่นๆ ได้รับทราบและผู้นำใช้บริการมอบหมายการงานที่มีความสำคัญให้ปฏิบัติ

ปัจจัยอนามัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมีอิทธิพลทางบวกกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน เนื่องจากความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน จะทำให้เกิดความร่วมมือร่วมใจช่วยเหลือซึ่งกันและกัน แลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Boonyakiati and Chotpittayanon (2022), kamchompoo and Romyen (2023), Phadee et al. (2023), Pitaksanti, Saelee, and Somchob (2023), Chotiwanthanasiri (2023), Yuakyong et al. (2024) เพราะฉะนั้น ผู้นำองค์กรจะต้องให้ความสำคัญในการสร้างค่านิยมของการความยอมรับนับถือให้เกิดขึ้นในองค์กร

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

จากที่พบว่าแรงจูงใจปัจจัยจูงใจ ด้านลักษณะงาน ด้านความรับผิดชอบ ด้านความสำเร็จของงาน ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ และปัจจัยอนามัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มีส่งผลทางบวกต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ผู้บริหารสามารถนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้หรือเสนอต่อองค์กรในการกำหนดนโยบายเชิงบริหารจัดการเกี่ยวกับกิจกรรมในการปฏิบัติงานที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจในการทำงาน ด้วยการให้ความสำคัญกับปัจจัยจูงใจด้านลักษณะงาน ด้วยการมอบหมายการทำงานที่ตรงกับความสามารถมีความท้าทายและมีอิสระในการปฏิบัติงาน ด้านความรับผิดชอบด้วยการสร้างการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน กระตุ้นให้บุคลากรให้ความสำคัญกับงานที่ได้รับมอบหมายเพื่อให้แสดงศักยภาพในการทำงานอย่างเต็มที่ ด้านความสำเร็จของงาน ให้บุคลากรมีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งในความสำเร็จขององค์กรและมีความภาคภูมิใจในความสำเร็จของผลการปฏิบัติงาน และด้านการได้รับการยอมรับนับถือ สร้างการยอมรับและยกย่องชมเชยเมื่อบุคลากรมีผลการปฏิบัติงานที่ดี และปัจจัยอนามัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล องค์กรจะต้องมุ่งเน้นการสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้วยการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ส่งเสริมให้บุคลากรให้ความสำคัญกับการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชาเพื่อก่อให้เกิดการพึ่งพาอาศัยแลกเปลี่ยนเรียนรู้ต่อกัน ซึ่งจะส่งผลให้เกิดผลการปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การสร้างแรงจูงใจในการทำงานของบุคลากร มีความสำคัญต่อองค์กรเป็นอย่างมาก เนื่องจากว่าแรงจูงใจในการทำงานก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร ทำให้องค์การนั้นมีผลปฏิบัติที่มีคุณภาพ มีความประหยัดคุ้มค่า รวดเร็วสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ ปฏิบัติงานได้บรรลุเป้าหมายที่

กรมที่ดินกำหนดไว้ เพราะฉะนั้นในองค์การทุกองค์การจึงต้องให้ความสำคัญกับความรู้สึกของบุคลากรที่มีต่อองค์การ ในการวิจัยครั้งต่อไปจึงขอเสนอแนะให้ทำการวิจัยกับบุคลากรกรมที่ดินในเขตตรวจราชการอื่นๆ เพื่อเปรียบเทียบ ยืนยันผลการวิจัย และทำการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อตรวจสอบยืนยันผลการวิจัยให้เป็นที่น่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับ ทางวิชาการมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- Boonyakiati, N., and Chotpittayanon, N. (2022). Motivational Factors and Hygiene Factors Affecting the Performance Efficiency of Officials in the Bureau of the Budget. *Journal of Wisdom the Political Science and Multi-Disciplinary Sciences*, 6(3), 1-19 (in Thai)
- Certo, S.C. and Certo, S.T. (2006). *Modern Management*. (10th ed). New Jersey: Pearson.
- Chaiyakotr, I., Prasertsri, R., and Piyasakulkiat, O. (2023). Motivation Factors Affecting to Operational Efficiency of the Government Officer Court of Justice in Rayong Province. *Mahachulagajasa Journal*. 14(2), 77-92. (in Thai)
- Chotiwithanasiri, T. (2023). Work Motivation Affecting the Performance of Officials in the Department of Local Administration Promotion. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 1(7), 87-87. (in Thai)
- Civil Service Development Institute. (2024). *Guidelines for the development of government personnel 2023-2024*. (in Thai)
- Indan, A. (2022). *The Factors Affecting Working for Academic Supporting Personnel of Nakhon Sawan Rajabhat University*. Nakhon Sawan: Nakhon Sawan Rajabhat University. (in Thai)
- Jaitang, U. (2012). *Factors Affecting the Work Efficiency of Personnel at Academic Resources Center, Khon Kaen University*. Independent Study of the Degree of Master's Program. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University. (in Thai)
- Jantawong, A., (2023). *Teamwork Factors Affecting the Work Performance of Officials in the Customs Department, Songkhla Province*. Thesis of the Degree of Master's Program. Songkla: Prince of Songkla University. (in Thai)
- kamchompoo, K. and Romyen, L. (2023). Factors Affecting the Operational Efficiency of Personnel at Sakon Nakhon Hospital. *Journal of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University*, 3(3), 158-173. (in Thai)
- Keawtinkad, R. (2020). *Factors Affecting the Work Efficiency of Personnel in the Court of Region 6*. Independent Study of the Degree of Master's Program. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University. (in Thai)
- Khongsaenkham, A. (2021). *Factors Affecting the Work Efficiency of Officials under the Central Administration of the Department of National Parks, Wildlife and Plant Conservation*.

- Independent Study of the Degree of Master's Program. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University. (in Thai)
- Management System Development Group, Department of Lands. (2024). *Outstanding Land Office Management Project*. www.dol.go.th/pepc/Pages/default.aspx. (in Thai)
- Manoyut, R. (2023). Factors Affecting the Work Efficiency of Dentists in Government Hospitals of Nakhon Si Thammarat Province. *Journal of Health Sciences and Pedagogy*, 3(3), 71-86. (in Thai)
- Nanariain, D. Sanusi, A. and Supriadi, B. (2022). The Urgency of Job Motivation and Job Satisfaction for Members of Papua Sports Organizations. *East African Scholars Journal of Economics, Business and Management*, 5(6), 128-133.
- Naewsoon, N. and Prungkiat, C. (2024). Outcomes of Work Motivation of Personnel in Organizations in Thailand. *Journal of Local Management and Development Pibulsongkram Rajabhat University*, 4(2), 88-99. (in Thai)
- Nimmanee, T. (2020). *Factors Influencing Work Efficiency of Personnel in the Cooperative Office, Krabi Province*. Independent Study of the Degree of Master's Program. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University. (in Thai)
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2023). *Master plan under the national strategy* (Revised edition). Bangkok: Office of the National Economic and Social Development Council (NESDC). (in Thai)
- Peterson, E. and Plowman, E. G. (1989). *Business Organization and Management*. Homewood, Illinois: Richard D. Irwin.
- Phadee, J., Suntramethakul, A. S., and Juangsuwadee, K. (2023). Motivation Factors Influencing Work Efficiency of Personnel in the Subdistrict Administrative Organization in Nam Kiang District, Si Sa Ket Province. *Journal of Management and Development, Ubon Ratchathani Rajabhat University*, 10(2), 135-151. (in Thai)
- Phanpo, U., Tachateerapreda, S., and Prathanadi Chatviwattanakarn, S. (2022). Factors Affecting the Work Efficiency of Tax Auditors in the Revenue Department, Bangkok Region. *Academic and Research Journal of Northeastern University*, 12(2), 202-218. (in Thai)
- Phodhisita, C. (2021). *The Science and Art of Qualitative Research*. 9th ed. Bangkok: Amarin Printing and Publishing. (in Thai)
- Phrommun, N., (2021). *Motivation Factors Affecting Work Efficiency of Personnel at Sathing Phra Hospital, Songkhla Province*. Independent Study of the Degree of Master's Program. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University. (in Thai)

- Pimda, S., Kenaphoom, S., Kosonkittiumporn, S. (2024). Motivational Factors Affecting the Work Efficiency of Administrative Officials in the Provincial Attorney's Office under the Office of the Attorney, Region 4. *Ratanabuth Journal*, 6(1), 517-531. (in Thai)
- Pitaksanti, P., Saelee, R., and Somchob, P. (2023). The Motivation Influencing Performance Efficiency of Personnel at Pakse Teacher College in Champasak Province, Lao People's Democratic Republic. *Journal of Management and Development, Ubon Ratchathani Rajabhat University*, 10(2), 231-250. (in Thai)
- Prasitratsin, S. (2003). *Social Science Research Methodology*. 12th ed. Samlada: Bangkok (in Thai)
- Rattanachinchai, J. (2020). *Factors Affecting Work Efficiency of Personnel in the Comptroller General's Department at Central Level*. Independent Study of the Degree of Master's Program. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University. (in Thai)
- Ridwan, M., and Khoirina, S. (2023). Pengaruh Kompetensi Dan Reward Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bank Muamalat Indonesia (Persero), TBK Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 3(3), 144-156.
- Sarika, T. (2023). *Factors Affecting the Efficiency in Performance of Finance and Fiscal Officers at the Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi*. Nonthaburi: Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi. (in Thai)
- Saudom, P. (2023). *Human Resource Management*. Bangkok: Textbook Production Center King Mongkut's University of Technology North. (in Thai)
- Tirakanan, S. (2005). *Social Science Research Methodology: Guidelines for Practice*. 5th ed. Bangkok. Chulalongkorn University. (in Thai)
- Yamane, T. (1967). *Statistics: An Introductory Analysis*. New York: Harper and Row.
- Yuakyong, D., Rojanatrakul, T., and Wongwatthanaphong, K. (2024). Factors Affecting the Performance Efficiency of Local Government Officers in Mueang Phichit District, Phichit Province. *Interdisciplinary Academic and Research Journal*, 4(4), 878-898. (in Thai)

ส่วนประสมการตลาดบริการและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยสั่งตัดของสมาชิก สหกรณ์การเกษตรเมืองลับแล จำกัด จังหวัดอุตรดิตถ์

อุมพร พลูใจ^{1,*}, ภาศิริ เขตปิยรัตน์², อีราวัฒน์ ชมระกา³

^{1,2,3}หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

Received: 15 May 2025

Revised: 2 July 2025

Accepted: 8 July 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดบริการ ความไว้วางใจ และการตัดสินใจซื้อปุ๋ยสั่งตัดของสมาชิก และส่วนประสมการตลาดบริการและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยสั่งตัดของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองลับแล จำกัด จังหวัดอุตรดิตถ์ กลุ่มตัวอย่างคือ สมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองลับแล จำกัด เลือกสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า จำนวน 382 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ส่วนประสมการตลาดบริการ ความไว้วางใจ และการตัดสินใจซื้อปุ๋ยสั่งตัดภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านบุคคล ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยสั่งตัดของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองลับแล จำกัด จังหวัดอุตรดิตถ์ โดยสามารถพยากรณ์การตัดสินใจซื้อได้ ร้อยละ 81.3 และความไว้วางใจ ด้านความเข้าใจ ด้านความดูแลและการให้ ด้านการให้ข้อมูลมรดก ด้านการสื่อสาร และด้านความน่าเชื่อถือ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยสั่งตัดของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองลับแล จำกัด จังหวัดอุตรดิตถ์ โดยสามารถพยากรณ์การตัดสินใจซื้อปุ๋ยสั่งตัดได้ร้อยละ 83.5

คำสำคัญ : ส่วนประสมการตลาดบริการ ความไว้วางใจ การตัดสินใจซื้อ สหกรณ์การเกษตร

*ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: ohm.pluchai52@gmail.com

Service Marketing mix and trust affecting the decision to purchase
customized fertilizer of members of the Laplae Agricultural Cooperative
Limited, Uttaradit Province

Umaporn Pluchai^{1,*}, Pasiri Khetpiyarat², Irawat Chomraka³

^{1,2,3}Master of Business Administration, Faculty of Management Sciences,
Uttaradit Rajabhat University

Received: 15 May 2025

Revised: 2 July 2025

Accepted: 8 July 2025

Abstract

This research aimed to study the importance of service marketing mix, trust, and decision-making to buy customized fertilizer of members, and the service marketing mix and trust that affect the decision-making to buy customized fertilizer of members of Laplae Agricultural Cooperative Limited, Uttaradit Province. The sample group was 382 members of Laplae Agricultural Cooperative Limited, selected by quota sampling. The research instrument was a questionnaire. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis. The results of the research found that the service marketing mix, trust, and decision-making to buy customized fertilizer were at a high level. The results of the multiple regression analysis at the 0.05 significance level revealed that the service marketing mix in terms of promotion, product, service process, distribution channel, and personnel affected the decision-making to buy customized fertilizer of members of Laplae Agricultural Cooperative Limited, Uttaradit Province, and could predict the decision-making by 81.3 percent, and trust, understanding, care and giving, commitment, communication, and reliability. Affecting the decision to purchase tailor-made fertilizer of members of the Laplae Agricultural Cooperative Limited, Uttaradit Province, by being able to predict the decision to purchase tailor-made fertilizer at 83.5 percent.

Keywords: Service Marketing Mix, Trust, Purchase Decision, Agricultural Cooperative

*Corresponding Author; E-mail: ohm.pluchai52@gmail.com

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การเติบโตของอุตสาหกรรมปุ๋ยเคมีของไทยในปี 2566-2568 มีแนวโน้มการเจริญเติบโตในอัตราต่ำ ส่งผลให้ราคาปุ๋ยเคมีเฉลี่ยในประเทศมีแนวโน้มปรับตัวลดลง ขณะที่ความต้องการใช้ปุ๋ยเคมีในประเทศจะเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 2.0-3.0 ต่อปี โดยมีปัจจัยหนุนที่ทำให้ราคาปุ๋ยมีการเปลี่ยนแปลงเกิดจาก (1) ภาวะเศรษฐกิจไทยมีการฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องทำให้สามารถ หนุนความต้องการบริโภคพืชและอาหารเพิ่มขึ้น (2) เกษตรกรมีแนวโน้มที่จะขยายพื้นที่เพาะปลูกพืชเศรษฐกิจหลัก อาทิ ข้าว ยางพารา และปาล์มน้ำมันจากราคาสินค้าเกษตรที่พุ่งสูง และ (3) การคาดการณ์สภาพอากาศจะเอื้ออำนวยต่อการเพาะปลูก จึงส่งผลให้ผู้ประกอบการมีแนวโน้มขยายช่องทางการตลาดเพื่อเพิ่มรายได้และเสริมความยั่งยืนทางธุรกิจ ได้แก่ การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ อาทิ ปุ๋ยสั่งตัด การใช้ช่องทางออนไลน์เพื่อขยายฐานลูกค้า และการขยายตลาดส่งออกใน CLMV (ประเทศ กัมพูชา ลาว สปป.ลาว เวียดนาม) ที่มีโอกาสเติบโตต่อเนื่อง ส่วนปัจจัยท้าทายจะมาจากแรงกดดันด้านต้นทุนนำเข้าปุ๋ยที่ทรงตัวในระดับสูงตามราคาพลังงาน ในขณะที่การปรับขึ้นราคาปุ๋ยทำได้จำกัด จึงมีผลต่อการทำกำไรของผู้ประกอบการ (Tanpaiboon, 2023)

ทั้งนี้ข้อพิพาทหลักส่วนใหญ่ของประชาชนจังหวัดอุดรธานี คือเกษตรกรมีพื้นที่เพาะปลูกพืชเศรษฐกิจ คือ ข้าว มีพื้นที่ทั้งสิ้น 4,899,120 ไร่ พื้นที่การเกษตร 1,249,902 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 25.51 ของพื้นที่ทั้งหมด อีกทั้งมีความต้องการการใช้ปุ๋ยเคมี โดยเฉลี่ย 50 กิโลกรัม/ต่อไร่/ต่อพืชแต่ละชนิด และการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ เฉลี่ย 850 กิโลกรัม/ต่อไร่/พืชแต่ละชนิด ดังนั้นความต้องการใช้ปุ๋ยเคมีเฉลี่ยต่อไร่ 50 กิโลกรัม เท่ากับ 62,495,100 กิโลกรัม หรือ 62,495 ตัน (National Statistical, Ministry of Digital Economy and Society, 2021) เนื่องจากความต้องการใช้ปุ๋ยในการผลิตมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และต้องพึ่งพาการนำเข้าปุ๋ยเคมีจากต่างประเทศมีราคาค่อนข้างแพง โดยมีเกษตรกรจำนวนมากใช้ปุ๋ยเคมีไม่ถูกต้องตามหลักวิชาการ และยังไม่มากเกินความต้องการของพืช ส่งผลให้มีต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น ต้นทุนปุ๋ยเคมีคิดเป็นร้อยละ 19-20 ของต้นทุนการเพาะปลูกพืชทั้งหมด ดังนั้นเพื่อเป็นการลดต้นทุนการเพาะปลูก การให้คำแนะนำและส่งเสริมให้เกษตรกรมีความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้ปุ๋ยที่ถูกต้อง เหมาะสมกับชนิดของดินและพืช โดยกรมส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์ ได้มีการดำเนินโครงการส่งเสริมการใช้ปุ๋ยเคมีแก่เกษตรกรในพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเพื่อการลดต้นทุนการผลิต โดยนำแนวคิดเทคโนโลยีปุ๋ยสั่งตัด เข้ามาใช้ในการทำให้เทคโนโลยีปุ๋ยสั่งตัดเริ่มแพร่หลายมากขึ้น ในปี พ.ศ. 2561 คณะรัฐมนตรีมีมติให้กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ ดำเนินมาตรการประชารัฐเพื่อลดต้นทุน การผลิตให้แก่เกษตรกร โดยจัดทำโครงการสนับสนุนการผลิตหรือจัดหาปุ๋ยสั่งตัดผ่านสถาบันเกษตรกรตามความต้องการใช้ปุ๋ยของสมาชิก

สหกรณ์การเกษตรเมืองลับแล จำกัด จังหวัดอุดรธานี เป็นสถาบันหนึ่งที่ร่วมโครงการจัดทำปุ๋ยเคมี (ปุ๋ยสั่งตัด) โดยส่วนประสมการตลาดบริการของสหกรณ์ฯ สามารถจำแนกได้ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ คือปุ๋ยเคมี (ปุ๋ยสั่งตัด) ที่ปรับสูตรให้เหมาะสมกับความต้องการของพืชในแต่ละพื้นที่ ด้านราคา จะตั้งราคาปุ๋ยเคมี (สั่งตัด) แต่ละสูตร โดยคำนึงความคุ้มค่าและคุณภาพของปุ๋ย การตั้งราคากำหนดให้มีราคาต่ำกว่าท้องตลาดกระสอบละ 80-100 บาท ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีการกระจายของไปขายแต่ละสาขา และตั้งจำหน่ายในบริเวณชุมชน ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการแจ้งข่าวสาร การจัดโปรโมชั่นพิเศษ และกิจกรรมต่าง ๆ ไปยังกลุ่มเป้าหมาย ด้านบุคคล มีบุคลากรและทีมงานช่วยให้บริการด้านข้อมูลหรือให้คำแนะนำ ด้านลักษณะทางกายภาพ มีพื้นที่สำหรับนั่งรอรับบริการ และพื้นที่สำหรับจอดรถอย่างเพียงพอ ด้านกระบวนการให้บริการ จะแจ้งขั้นตอนและวิธีการในการให้บริการที่ชัดเจน ได้แก่ บริการให้

คำปรึกษาด้านเกษตรกรรม การรับคำสั่งซื้อ มีการจัดส่งปุ๋ยให้กับสมาชิกและเกษตรกร รวมถึงบริการหลังการขาย (Agricultural Cooperative of Muang Lablao Co., Ltd., 2023) ดังนั้นหากสามารถดำเนินการได้จะช่วยให้สมาชิกและเกษตรกร เกิดความเชื่อมั่น ความไว้วางใจ และเกิดการตัดสินใจซื้อ ซึ่งสมาชิกสหกรณ์ฯ ส่วนมากจะมีอาชีพทางการเกษตร ที่จำเป็นต้องใช้ปุ๋ยเคมีเป็นปัจจัยหลักในการประกอบอาชีพ สหกรณ์การเกษตรเมืองลับแล จำกัด จังหวัดอุตรดิตถ์ เห็นความสำคัญของการควบคุมต้นทุนการใช้ปุ๋ย จึงกำหนดทางเลือกในการลดต้นทุนด้วยการนำเสนอปุ๋ยสั่งตัด เพื่อช่วยให้เกษตรกรมีปุ๋ยสำหรับการทำการเกษตร และสามารถลดต้นทุนการผลิตได้ แต่เนื่องจากสมาชิกเกษตรกรส่วนใหญ่ยังขาดความเข้าใจด้านเทคโนโลยีปุ๋ยสั่งตัดที่ถูกต้อง ขาดความเชื่อมั่นในคำแนะนำที่ได้รับจากสหกรณ์ฯ หรือหน่วยงานภาครัฐ ในการใช้ปุ๋ยสั่งตัด รวมถึงความเคยชินที่มีต่อปุ๋ยสูตรสำเร็จ ซึ่งถ้าสมาชิกสหกรณ์ฯ หรือชาวนาทั้งจังหวัดอุตรดิตถ์และประเทศไทย หันมาใช้ปุ๋ยสั่งตัด จะทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการซื้อปุ๋ยไปได้ถึงปีละประมาณ 14,000 ล้านบาททั่วประเทศ (Thairath, 2018)

อีกทั้ง ปัญหาที่ทำให้การใช้ปุ๋ยสั่งตัดยังไม่ทั่วถึงนั้น คือตลาดปุ๋ยสูตรปุ๋ยเคมี มีการแข่งขันกันอย่างมาก เช่น ด้านการจัดแคมเปญ สื่อโฆษณาที่น่าสนใจ ด้านการจัดโปรโมชั่นให้ลูกค้า ด้านการประชาสัมพันธ์สามารถเข้าถึงลูกค้า ทั้งสื่อทางทีวี สื่อทางอินเทอร์เน็ต พร้อมข้อมูลเนื้อหาของตัวสินค้าได้อย่างรวดเร็ว ล้วนแล้วแต่เป็นต้นทุนหรือเพิ่มค่าใช้จ่ายให้กับสหกรณ์ฯ ในการสื่อถึงตัวปุ๋ยสั่งตัด ทำให้ธุรกิจแปรรูปปุ๋ยสั่งตัด ยังไม่เป็นที่ยอมรับของสมาชิก (Agricultural Cooperative of Muang Lablao Co., Ltd., 2023) ทำให้ต้นทุนการประกอบอาชีพของสมาชิกสหกรณ์ฯ ยังคงสูงเช่นเดิม ส่งผลให้รายได้หรือผลตอบแทนทางผลผลิตได้ไม่คุ้มค่ากับการลงทุน

จากสถานการณ์ดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการตลาดบริการและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยสั่งตัดของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองลับแล จำกัด จังหวัดอุตรดิตถ์ เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการพัฒนาด้านกลยุทธ์การตลาด และการบริหารงานธุรกิจแปรรูปปุ๋ยสั่งตัดสหกรณ์ฯ ให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการและสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นในอนาคต

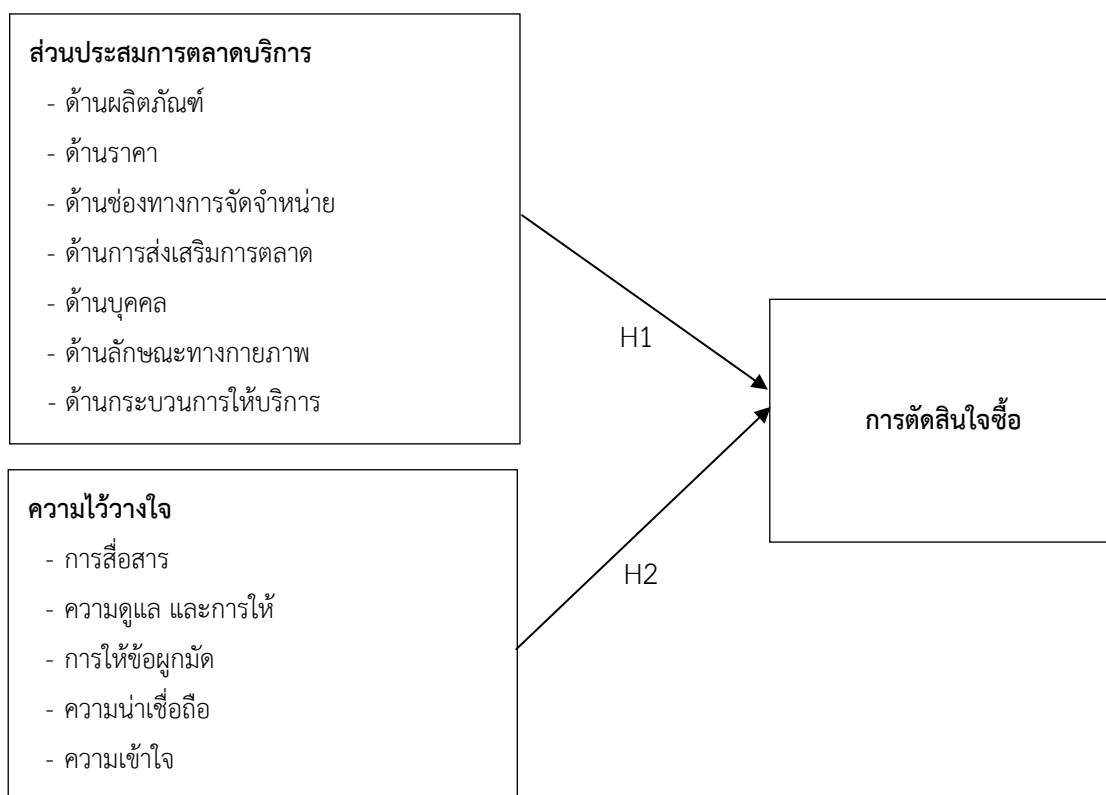
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดบริการ ความไว้วางใจ และการตัดสินใจซื้อปุ๋ยสั่งตัดของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองลับแล จำกัด จังหวัดอุตรดิตถ์
2. เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยสั่งตัดของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองลับแล จำกัด จังหวัดอุตรดิตถ์

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษานี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาถึงส่วนประสมการตลาดบริการและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยสั่งตัดของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองลับแล จำกัด จังหวัดอุตรดิตถ์ โดยใช้ตัวแปร ส่วนประสมการตลาดบริการประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ และศึกษาถึงความไว้วางใจในการใช้บริการ โดยใช้ตัวแปรด้านการสื่อสาร ด้านความดูแลและการให้ ด้านการให้ข้อมูลถูกต้อง ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านความเข้าใจ นอกจากนั้นยังศึกษา

ความสัมพันธ์ของส่วนประสมการตลาดบริการ และความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยสั่งตัดของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองลับแล จำกัด จังหวัดอุตรดิตถ์ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ส่วนประสมการตลาดบริการส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยสั่งตัดของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองลับแล จำกัด จังหวัดอุตรดิตถ์

สมมติฐานที่ 2 ความไว้วางใจส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยสั่งตัดของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองลับแล จำกัด จังหวัดอุตรดิตถ์

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ สมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองลับแล จำกัด ประกอบอาชีพ 3 อาชีพ คือ ทำนา ทำหอม และทำสวน ทั้ง 8 ตำบล อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ ที่มีจำนวนสมาชิกทั้งสิ้น 8,248 คน (Agricultural Cooperative of Muang Lablae Co., Ltd, 2024) กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรคำนวณขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane ซึ่งเป็นสูตรที่ใช้คำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่าง กรณีที่ประชากรมีขนาดเล็ก และทราบจำนวน (Sukcharoen, 2019) ได้กลุ่มตัวอย่าง 382 ราย และเลือกสุ่มแบบโควตา

เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยมีคำถามคัดกรองสมาชิกที่เคยใช้ และยังไม่เคยใช้ปุ๋ยสั่งตัด แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามปลายปิด ส่วนที่ 2 ระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดบริการ ส่วนที่ 3 แบบสอบถามระดับความสำคัญของความไว้วางใจ และส่วนที่ 4 แบบสอบถามระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยสั่งตัด ซึ่งส่วนที่ 2-4 เป็นข้อคำถามแบบมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับ

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ พบว่า ค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 และการหาค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (Reliability) โดยการทำการทดลองกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะเหมือนกันกับประชากรที่ใช้ศึกษา แต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย แล้วนำมาหาค่าอำนาจจำแนกและค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยวิเคราะห์ค่า Cronbach's Alpha ต้องไม่ต่ำกว่า 0.7 (Nunnally and Bernstein, 1994) ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.970 โดยส่วนประสมการตลาดบริการมีค่าความเชื่อมั่น 0.933 ด้านความไว้วางใจมีค่าความเชื่อมั่น 0.897 และด้านการตัดสินใจซื้อมีค่าความเชื่อมั่น 0.915

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ จากการใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 382 ราย และดำเนินการแจกแบบสอบถามให้กับสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองลับแล จำกัด จังหวัดอุตรดิตถ์ ในทุกๆ วัน ตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันศุกร์

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมาน ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เทคนิค Enter Selection

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 51 – 60 ปี การศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา อาชีพเกษตรกร ประเภททำนา เป็นสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองลับแล จำกัด จังหวัดอุตรดิตถ์ มากกว่า 10 ปี เป็นสมาชิกสามัญ และทำการซื้อปุ๋ยสั่งตัด 2 ครั้งต่อเดือน ใช้บริการด้านเงินฝากมากที่สุด และซื้อปุ๋ยสั่งตัดจากสหกรณ์การเกษตรเมืองลับแล จำกัด จังหวัดอุตรดิตถ์มากที่สุด

ระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดบริการ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามากที่สุดคือ ด้านลักษณะทางกายภาพ รองลงมาคือ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

ระดับความสำคัญของความไว้วางใจ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มากที่สุดคือ ด้านการสื่อสาร รองลงมาคือ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการดูแลและการให้ ด้านการให้ข้อมูล และด้านความเข้าใจ

ระดับความสำคัญของการตัดสินใจซื้อ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มากที่สุดคือ ด้านการแสวงหาข้อมูล รองลงมาคือ ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ด้านการรับรู้ความต้องการ ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านการประเมินผลทางเลือก

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของส่วนประสมการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ

ส่วนประสมการตลาดบริการ	การตัดสินใจซื้อ						
	Unstandardized		Standardized	t	p-value	Collinearity	
	Coefficients		Coefficients			Statistics	
	B	SE	Beta			Tolerance	VIF
ค่าคงที่ (Constant)	.147	.103		1.424	.155		
ด้านผลิตภัณฑ์ (X ₁)	.212	.041	.223	5.129	.000*	.266	3.760
ด้านราคา (X ₂)	.080	.042	.086	1.896	.059	.245	4.075
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X ₃)	.129	.044	.139	2.943	.003*	.226	4.433
ด้านการส่งเสริมการตลาด (X ₄)	.249	.048	.258	5.189	.000*	.203	4.928
ด้านบุคคล (X ₅)	.083	.041	.090	2.014	.045*	.249	4.023
ด้านลักษณะทางกายภาพ (X ₆)	.047	.041	.050	1.159	.247	.273	3.659
ด้านกระบวนการให้บริการ (X ₇)	.146	.037	.154	3.940	.000*	.328	3.045
SE _{est} = 0.24733, F = 231.922, Adj R ² = 0.809, R ² = 0.813							

*มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 1 การแจกแจงของค่าคลาดเคลื่อนมีการกระจายตัวแบบปกติ การทดสอบความเป็นอิสระของค่าคลาดเคลื่อน เท่ากับ 1.810 (Durbin Watson ต้องมีค่าอยู่ระหว่าง 1.5-2.5) และการทดสอบตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเองโดยพิจารณาจากค่า Tolerance ซึ่งทุกตัวมีค่ามากกว่า 0.10 ค่า VIF ของตัวแปรทั้ง 7 ตัว มีค่าเท่ากับระหว่าง 3.045 - 4.928 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระแต่ละตัวมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณรายด้าน พบว่า ส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านบุคคล ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยสังเคราะห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถพยากรณ์การตัดสินใจซื้อปุ๋ยสังเคราะห์ ได้ร้อยละ 81.3

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรพยากรณ์ พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโดยเรียงลำดับตามค่าน้ำหนักอิทธิพล ดังนี้ การส่งเสริมการตลาด (X₄) ค่า Beta = 0.258 ผลิตภัณฑ์ (X₁) ค่า Beta = 0.223 กระบวนการให้บริการ (X₇) ค่า Beta = 0.154 ช่องทางการจัดจำหน่าย (X₃) ค่า Beta = 0.139 และบุคคล (X₅) ค่า Beta = 0.090 สามารถพยากรณ์การตัดสินใจซื้อสินค้าของสมาชิก ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการการถดถอยในรูปแบบค่าคะแนนดิบ ได้ ดังนี้

$$Y = a + bX$$

$$Y = 0.147 + 0.249X_4 + 0.212X_1 + 0.146X_7 + 0.129X_3 + 0.083X_5$$

สามารถเขียนเป็นสมการการถดถอย ในรูปของค่าคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้

$$Z = 0.258ZX_4 + 0.223ZX_1 + 0.154ZX_7 + 0.139ZX_3 + 0.090ZX_5$$

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยสั่งตัด

ความไว้วางใจ	การตัดสินใจซื้อ						
	Unstandardized		Standardized	t	p-value	Collinearity	
	Coefficients		Coefficients			Statistics	
	B	SE	Beta	Tolerance	VIF		
ค่าคงที่ (Constant)	.157	.095		1.655	.099		
ด้านการสื่อสาร (X ₁)	.125	.036	.131	3.452	.001*	.305	3.278
ด้านความดูแลและการให้ (X ₂)	.186	.036	.194	5.172	.000*	.310	3.227
ด้านการให้ข้อมูลกมัต (X ₃)	.156	.034	.168	4.655	.000*	.337	2.970
ด้านความน่าเชื่อถือ (X ₄)	.113	.042	.118	2.707	.007*	.230	4.357
ด้านความเข้าใจ (X ₅)	.371	.040	.396	9.275	.000*	.240	4.174
SE _{est} = 0.23128, F = 381.656, Adj R ² = 0.833, R ² = 0.835							

*มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 การแจกแจงของค่าคลาดเคลื่อนมีการกระจายตัวแบบปกติ การทดสอบความเป็นอิสระของค่าคลาดเคลื่อน เท่ากับ 1.811 (Durbin Watson ต้องมีค่าอยู่ระหว่าง 1.5-2.5) และการทดสอบตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเองโดยพิจารณาจากค่า Tolerance ซึ่งทุกตัวมีค่ามากกว่า 0.10 ค่า VIF ของตัวแปรทั้ง 5 ตัว มีค่าเท่ากับ 2.970 - 4.357 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระแต่ละตัวมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณรายด้าน พบว่า การตัดสินใจซื้อได้แก่ ด้านความเข้าใจ ด้านความดูแลและการให้ ด้านการให้ข้อมูล ด้านการสื่อสาร และด้านความน่าเชื่อถือ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยสั่งตัดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถพยากรณ์การตัดสินใจซื้อปุ๋ยสั่งตัด ได้ร้อยละ 83.5

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรพยากรณ์ พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ โดยเรียงลำดับตามค่าน้ำหนักอิทธิพล ดังนี้ ความเข้าใจ (X₅) ค่า Beta = 0.369 ความดูแลและการให้ (X₂) ค่า Beta = 0.194 การให้ข้อมูล (X₃) ค่า Beta = 0.168 การสื่อสาร (X₁) ค่า Beta = 0.131 และความน่าเชื่อถือ (X₄) ค่า Beta = 0.118 สามารถพยากรณ์การตัดสินใจซื้อสินค้าของสมาชิก ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการการถดถอยในรูปแบบค่าคะแนนดิบ ได้ ดังนี้

$$Y = a + bX$$

$$Y = 0.157 + 0.371X_5 + 0.186X_2 + 0.156X_3 + 0.125X_1 + 0.113X_4$$

สามารถเขียนเป็นสมการการถดถอย ในรูปของค่าคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้

$$Z = 0.396ZX_5 + 0.194ZX_2 + 0.168ZX_3 + 0.131ZX_1 + 0.118ZX_4$$

อภิปรายผล

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดบริการ ความไว้วางใจ และการตัดสินใจซื้อปุ๋ยสั่งตัดของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองลับแล จำกัด จังหวัดอุตรดิตถ์

ผลการศึกษา พบว่า ส่วนประสมการตลาดบริการของสหกรณ์การเกษตรเมืองลับแล จำกัด จังหวัดอุตรดิตถ์ ในภาพรวมว่ามีความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มากที่สุดคือ ด้านลักษณะทางกายภาพ รองลงมาคือ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ เนื่องจากสหกรณ์มีขั้นตอนการให้บริการที่ชัดเจนแก่ สมาชิกอย่างเสมอภาค มีการจัดระบบคิวที่ถูกต้อง และรวดเร็ว นอกจากนี้ ยังพบว่า สถานที่ให้บริการสะอาด สวยงาม และมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่สามารถรองรับการเข้าใช้บริการได้อย่างดี อีกทั้ง ผลิตภัณฑ์ปุ๋ยสั่งตัดยังได้มาตรฐาน มีคุณภาพและตรงกับความต้องการของสมาชิก สอดคล้องกับ Butdeesuwan and Yakhampom (2024) ซึ่งศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยของเกษตรกรในเขตอำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพบว่าด้านที่เกษตรกรให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์และด้านการส่งเสริมการตลาด รองลงมา คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านพนักงาน และด้านราคา ตามลำดับ ทั้งนี้ Phunsawat (2023) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร ในอำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านราคา และด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการตัดสินใจการซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกร นอกจากนี้งานวิจัยของ Sarapugdi and Tansamai (2022) ยังพบว่าพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อปุ๋ยปรับปรุงสภาพดินของเกษตรกรในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อปุ๋ยปรับปรุงสภาพดินของเกษตรกร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาตามลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านราคา สถานที่จัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ด้านความไว้วางใจสหกรณ์การเกษตรเมืองลับแล จำกัด จังหวัดอุตรดิตถ์ในภาพรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มากที่สุดคือ ด้านการสื่อสาร รองลงมาคือ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความดูแลและการให้ และด้านการให้ข้อมูลตามลำดับ ทั้งนี้ เนื่องจากเจ้าหน้าที่และสหกรณ์ฯ ต้องสามารถจัดทำเอกสารสำคัญต่างๆ อาทิ เอกสารเกี่ยวปุ๋ยสั่งตัดเพื่อส่งมอบข้อมูลที่จำเป็นกับเกษตรกรได้อย่างถูกต้อง เช่น สูตรปุ๋ยสำหรับนาข้าว สูตรปุ๋ยสำหรับสำหรับไม้ผล สูตรปุ๋ยสำหรับสำหรับหอม และการออกแบบกระบวนการตรวจวัด วิเคราะห์ และผลิตปุ๋ยสั่งตัดที่ได้มาตรฐานด้วยเครื่องจักรที่ทันสมัย ซึ่งสอดคล้องกับ Wongsamit et al. (2024) ที่พบว่า ส่วนประสมการตลาดออนไลน์ และความไว้วางใจที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อทุเรียนจังหวัดอุตรดิตถ์ของผู้บริโภคในประเทศไทย พบว่า ความไว้วางใจภาพรวมอยู่ในระดับมาก นั่นคือ การสร้างความไว้วางใจ ต้องมุ่งเน้นในด้านคุณภาพมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นและเชื่อถือผ่านการสื่อสารข้อมูลที่ช่วยในการตัดสินใจซื้อได้ อีกทั้ง Park et al. (2017) ยังพบว่า ความไว้วางใจเป็นความเชื่อมั่นของผู้รับบริการที่มีความรู้สึกไว้วางใจต่อการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการตามที่ผู้ให้บริการได้สัญญาไว้ทำให้ผู้รับบริการมีความรู้สึกไว้วางใจในการให้บริการ

สำหรับการตัดสินใจซื้อ พบว่า การตัดสินใจซื้อปุ๋ยสั่งตัดของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองลับแล จำกัด จังหวัดอุตรดิตถ์ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มากที่สุดคือ ด้านการแสวงหาข้อมูล รองลงมาคือ พฤติกรรมภายหลังการซื้อ ด้านการรับรู้ความต้องการ ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านการประเมินผลทางเลือก ตามลำดับ ทั้งนี้ เนื่องจากเกษตรกรจะขอข้อมูลเกี่ยวกับปุ๋ยสั่งตัด ที่เกิดจากคำแนะนำของญาติหรือผู้ที่เคยใช้มาก่อน โดยผู้ที่เคยใช้จะแบ่งปันประสบการณ์การซื้อปุ๋ยสั่งตัดของสหกรณ์ฯ ให้สมาชิก หรือเกษตรกรท่านอื่นทราบ ซึ่งหากเกิดความพึงพอใจ จะทำให้เกิดการกลับมาซื้อปุ๋ยสั่งตัดของสหกรณ์ฯ ใหม่อีกครั้งเมื่อถึงฤดูกาลเพาะปลูก

สอดคล้องกับ Pochai (2019) พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ในอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ว่าเมื่อพิจารณาผลของแต่ละด้าน มีการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด 3 ด้าน โดยการตัดสินใจซื้อเริ่มต้นจาก ด้านการแสวงหาข้อมูล รองลงมาคือ ด้านการรับรู้ปัญหา และด้านการประเมินผลทางเลือก ส่วนการตัดสินใจที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ตามลำดับ อีกทั้ง Kotler and Keller (2012) ได้กล่าวเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ดังนั้น เพื่อให้ลูกค้าเกิดพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อจึงควรดำเนินการให้ครบถ้วนตามขั้นตอนทั้ง 5 ขั้นตอน เพื่อเป็นประโยชน์ต่อภาคธุรกิจต่อไปธุรกิจ

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยสั่งตัดของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองลับแล จำกัด จังหวัดอุตรดิตถ์

ผลการวิจัย พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยสั่งตัดของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองลับแล จำกัด จังหวัดอุตรดิตถ์ คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านบุคคล เนื่องจากสหกรณ์ฯ มีการจัดการส่งเสริมการตลาดโดยการมีบริการส่งปุ๋ยฟรีถึงที่บ้าน เมื่อสมาชิกซื้อปุ๋ยสั่งตัดตั้งแต่ 30 กระสอบขึ้นไป อีกทั้ง มีบริการตรวจวัดวิเคราะห์ดินก่อนใช้ปุ๋ยฟรีสำหรับสมาชิก และมีการจัดการระบบคิวที่ถูกต้องและรวดเร็ว ซึ่งสร้างความชื่นชอบให้กับสมาชิกได้ นอกจากนี้ ปุ๋ยสั่งตัดของสหกรณ์ฯ ยังเป็นปุ๋ยที่ตรงตามมาตรฐานที่แจ้ง และยังสามารถผลิตสูตรปุ๋ยให้ตรงกับความต้องการของเกษตรกรได้ สอดคล้องกับ Phunsawat (2023) ที่พบว่า การตัดสินใจซื้อของสมาชิกส่วนใหญ่เกิดจากปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านราคา และด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกรในอำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อีกทั้ง Tinwarodom and Wiriakitjar (2021) ที่พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาและด้านกระบวนการที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของผู้ประกอบการร้านจำหน่ายสินค้าเกษตรแตกต่างกัน โดยเฉพาะเรื่อง ปุ๋ยเคมีที่มีคุณภาพ มีมาตรฐานรองรับเป็นที่ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Pochai (2019) พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลไม้พรีเมียม กรณีศึกษาผู้บริโภค ในอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ที่พบว่า ปัจจัยทางการตลาดด้านบุคคล ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลไม้พรีเมียม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการ ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลไม้พรีเมียม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ ดังนั้น จึงควรให้ความสำคัญกับส่วนประสมการตลาดบริการเพื่อให้สามารถตอบโจทย์ความต้องการตัดสินใจซื้อได้

ความไว้วางใจส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยสั่งตัดของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองลับแล จำกัด ผลการวิจัยพบว่า ความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยสั่งตัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ความเข้าใจ ความดูแลและการให้ การให้ข้อมูล การสื่อสาร ความน่าเชื่อถือ สอดคล้องกับงานวิจัยในครั้งนี้ คือ การสร้างความเข้าใจให้กับสมาชิก โดยสหกรณ์จัดให้มีการอบรมข้อมูลเกี่ยวกับปุ๋ยสั่งตัด รวมทั้งพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ต้องสามารถตอบคำถามให้กับสมาชิกได้อย่างชัดเจน อีกทั้ง ผู้บริหารสหกรณ์ฯ ต้องมีการวางแผนการให้กู้ยืมเพื่อจัดซื้อปุ๋ยสั่งตัดแบบไม่มีดอกเบี้ยในระยะเวลา 4 เดือน หรือใช้วิธีการสนับสนุนการให้ข้อมูลแก่สมาชิกอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งการให้บริการตรวจวัด วิเคราะห์ดินก่อนใช้ปุ๋ยสั่งตัด ทั้งนี้จากการดำเนินการของสหกรณ์ฯ จะส่งผลต่อการเข้าใช้บริการของสมาชิก

ซึ่งผลการศึกษาเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับ Wongsamit et al. (2024) เรื่องส่วนประสมการตลาดออนไลน์ และความไว้วางใจที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในประเทศไทย พบว่าความไว้วางใจด้านความสามารถ และด้านความปลอดภัย ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ ด้านความซื่อสัตย์ ซึ่งพบว่าลูกค้าจะไว้วางใจในเรื่องการตัดสินใจซื้อผ่านมาตรฐาน และการรับบริการหลังการขาย ดังนั้นหากสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจให้กับลูกค้าได้ก็จะส่งผลต่อผลประกอบการของธุรกิจอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 ผลการวิจัยพบว่า ส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ดังนั้น ผู้บริหารหรือสหกรณ์ควรให้ความสำคัญกับการออกแบบกระบวนการให้บริการที่ดีแก่สมาชิก โดยเริ่มตั้งแต่การจัดระบบคิวที่ชัดเจนสำหรับการให้บริการรวมถึงการมีบริการขนส่งถึงบ้านให้แก่สมาชิก นอกจากนี้ผู้บริหารควรพัฒนาทักษะด้านการให้บริการแก่เจ้าหน้าที่เพื่อเพิ่มศักยภาพในการบริการให้มากขึ้นและเพื่อสร้างความประทับใจในการเข้าใช้บริการ แก่สมาชิกหรือบุคคลทั่วไปในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ต่อไป

1.2 ผลการวิจัยพบว่า การส่งเสริมการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด ดังนั้น ผู้บริหารหรือสหกรณ์ควรวางแผนเพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อไม่ว่าจะเป็นการให้บริการส่ง สินค้า ฟรีถึงบ้านกรณีซื้อสินค้าจำนวนมาก การบริการตรวจวัดวิเคราะห์ดินก่อนใช้ปุ๋ยฟรีสำหรับสมาชิก การให้บริการการกู้ยืมแบบไม่คิดดอกเบี้ยในระยะเวลาสั้นเดือนและมีการแจกจ่ายตัวอย่างเพื่อให้ทดลองใช้ฟรีแก่เกษตรกร ทั้งนี้ ควรจัดทำประชาสัมพันธ์หรือการสื่อสารในช่องทางต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์ ไลน์กลุ่ม หรือป้ายประชาสัมพันธ์ ที่มีข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจให้เกษตรกรทราบ อย่างทั่วถึงเพื่อช่วยให้ง่ายต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าได้

1.3 ผลการวิจัย พบว่า ความไว้วางใจด้านความเข้าใจส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด ทั้งนี้ผู้บริหารหรือสหกรณ์ ควรตระหนักถึงการสร้างความเข้าใจที่ดีให้กับผู้เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นสมาชิกหรือเกษตรกรทั่วไป โดยควรให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนการเข้าใช้บริการสหกรณ์ รวมถึงการรับรู้ช่องทางติดต่อสื่อสารหรือ การสั่งซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ และการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการซื้อหรือการกู้ยืมเงินสำหรับการซื้อสินค้าในครั้งต่อไป

1.4 สำหรับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ทั้งๆ ที่มีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญระดับมากที่สุด เนื่องจาก ปัจจัยลักษณะทางกายภาพเป็นสิ่งที่เป็นภาพลักษณ์ส่งผลต่อความพึงพอใจในการมาใช้บริการ เช่น การตกแต่งที่ดูดี สะอาด สวยงาม มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น รถยกปุ๋ย ที่นั่งรอ น้ำดื่ม และ Wifi ซึ่งทำให้สมาชิกจะรู้สึกดี แต่ภาพลักษณ์ดังกล่าวไม่ได้เป็นปัจจัยที่ทำให้สมาชิกตัดสินใจซื้อ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาตัวแปรส่วนประสมการตลาดบริการและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยสั่งตัดของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองลับแล จำกัด จังหวัดอุตรดิตถ์ ดังนั้นการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาต่อยอดในประเด็นคุณภาพการบริการ การยอมรับเทคโนโลยี หรือการบริหารประสิทธิภาพลูกค้า เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ด้านการบริการและการตลาดขององค์กรให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้น

2.2 งานวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยที่ศึกษาในเชิงปริมาณ ซึ่งเป็นการศึกษาเฉพาะด้านส่วนประสมทางการตลาด ความไว้วางใจ และการตัดสินใจซื้อเท่านั้น ดังนั้น ควรจะทำการศึกษาเพิ่มเติมในเชิงคุณภาพควบคู่ไปด้วย เนื่องจากจะสามารถเข้าใจถึงปัจจัยเชิงลึกมากขึ้น พฤติกรรมและความต้องการของผู้เกี่ยวข้อง หรือการศึกษาในภาพรวมเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาองค์กรได้มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- Agricultural Cooperative of Muang Lablao Co., Ltd. (2023). *Annual Report*. (in Thai)
- Agricultural Cooperative of Muang Lablao Co., Ltd. (2024). *Annual Report*. (in Thai)
- Butdeesuwan, P., and Yakhampom, W. (2024). Factors Influencing Farmers' Decision-making in Purchasing Fertilizer in Mueang District, Loei Province. *Research and Development Journal, Loei Rajabhat University*, 19(69), 33-34. (in Thai)
- Kotler, P., and Keller, K.L. (2012). *Marketing Management*. 14th ed. Upper Saddle River, Pearson Education.
- National Statistical, Ministry of Digital Economy and Society. (2021). *Fertilizer consumption*. [Online]. Retrieved January 23, 2024 from: <https://directory.gdcatalog.go.th>
- Nawarat Na Ayutthaya, T. (2020). *Service Marketing*. 6th ed. Bangkok: Chulalongkorn University. (in Thai)
- Nunnally, J.C., and Bernstein, I.H. (1994). *Psychometric theory*. McGraw-Hill, Inc., New York.
- Park, E., Kim, K. J., and Kwon, S. J. (2017). Corporate social responsibility as a determinant of consumer loyalty: An20 examination of ethical standard, satisfaction, and trust. *Journal of Business Research*, 76, 8-13.
- Pochai, D. (2019). *Marketing factors that affect the decision to consume premium fruit: Case study the consumers in BanPong District, Ratchaburi Province*. Thesis of the Degree of Master of Business Administration Program. Bangkok: Silpakorn University. (in Thai)
- Phunsawat, M. (2023). Factors that Affect the Purchasing Behavior of Agricultural Chemicals of Farmers in Song Phi Nong District, Suphan Buri Province. Independent study of Degree of Master's Program. Bangkok: Siam University. (in Thai)
- Sarapugdi, P., and Tansamai, P. (2022). Behavior and marketing mix factors affecting farmers' decision-making in purchasing soil improvement fertilizers in Mueang Maha Sarakham District, Maha Sarakham Province. *College of Asian Scholar Journal*, 12(2), 158-169. (in Thai)
- Sukcharoen, W. (2019). *Marketing Research*. 2nd ed. Bangkok: Chulalongkorn University Press. (in Thai)

- Tanpaiboon, N. (2023). *Business/Industry Trends 2023-2025 Chemical Fertilizer Industry*. [Online]. Retrieved August 20, 2024 from: <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/chemicals/chemical-fertilizers/io/io-chemical-fertilizers-2023-2025>. (in Thai)
- Thairath. (2018). *BAAC urges fertilizer to be cut, fearing political unrest*. [Online]. Retrieved May 3, 2018 from: <https://www.thairath.co.th/news/local/1271027>. (in Thai)
- Tinwarodom, C., and Wiriyakitjar, R. (2021). Factors affecting the decision to buy chemical fertilizers of Agricultural product stores entrepreneurs. *Journal of Accountancy and Management*, Mahasarakham University, 13(3), 25-40. (in Thai)
- Wongsamit, C., Khetpiyarat, P. and Yaemkong, S. (2024). Online marketing mix and trust affecting the decision-making process of purchasing durian in Uttaradit Province of consumers in Thailand. *Management Sciences Valaya Alongkorn Review*, 5(2), 64-79. (in Thai)

การวิเคราะห์ระดับการรู้สารสนเทศของผู้สูงอายุในเขตดุสิต

อาภาภรณ์ โพธิ์กระจ่าง^{1,*}, วิไลลักษณ์ รักบำรุง², มุกด์ตรา ทองเวส³, คัทลียา จันดา⁴

^{1,2,3,4}วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Received: 20 June 2025

Revised: 27 July 2025

Accepted: 18 August 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อวิเคราะห์ระดับการรู้สารสนเทศของผู้สูงอายุ (2) เพื่อเปรียบเทียบระดับการรู้สารสนเทศของผู้สูงอายุ จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ กลุ่มตัวอย่างคือ ประชากรอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ในเขตดุสิต จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามมี 2 ตอน คือ ตอนที่ 1 เป็นคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม และตอนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับระดับการรู้สารสนเทศ วิเคราะห์ข้อมูล ใช้ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานวิจัย T-test และ F-test ผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุมีระดับการรู้สารสนเทศ โดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.09$) และ ผลเปรียบเทียบการรู้สารสนเทศของผู้สูงอายุตามคุณลักษณะส่วนบุคคล พบว่าผู้สูงอายุที่มีเพศต่างกัน มีการรู้สารสนเทศไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในขณะที่ตัวแปรอายุ วุฒิการศึกษา อาชีพ ของผู้สูงอายุที่ต่างกันมีการรู้สารสนเทศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .01

คำสำคัญ: การรู้สารสนเทศ ผู้สูงอายุ เขตดุสิต

*ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: arpaporn.ph@ssru.ac.th

A Study of Information Literacy of the Elderly in Dusit District

Arpaporn Phokajang^{1,*}, Wilailuk Rakbumrung², Mooktra Thongves³, Kathaleeya Chanda⁴
^{1,2,3,4}College of Innovation and Management, Suan Sunandha Rajabhat University

Received: 20 June 2025

Revised: 27 July 2025

Accepted: 18 August 2025

Abstract

This research aimed to study the level of information literacy in the elderly and compare the information literacy of the elderly based on gender, age, educational level, and occupation. Samples were 400 elderly persons of age over 60 years, living in Dusit District. The research instrument was a questionnaire consisting of two parts, part 1 of the questionnaire covered the personal characteristics of the respondents, and part 2 focused on the level of information literacy. Data analysis was made by using percentage statistics mean and standard deviation, and testing the research hypotheses by using T-test and F-test. It was found that the level of information literacy, both overall and in each aspect of the elderly was rather low ($\bar{x} = 2.09$), the comparison of the literacy by gender showed it had no significant difference while the difference of age and occupation made variation of literacy at 0.01.

Keywords: Information Literacy, Elderly, Dusit District

*Corresponding Author; E-mail: arpaporn.ph@ssru.ac.th

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคปัจจุบันสารสนเทศมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ จากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีส่งผลให้สารสนเทศมีจำนวนมาก หลากหลายรูปแบบ มีแนวโน้มการเพิ่มปริมาณอย่างรวดเร็ว และต่อเนื่อง อีกทั้งความเจริญก้าวหน้าทางด้านการสื่อสารคมนาคมและเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญ เปลี่ยนแปลงวิถีการดำเนินชีวิตของมนุษย์ในสังคมมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของ การใช้ชีวิตประจำวัน การศึกษา การทำงาน การติดต่อสื่อสาร ความบันเทิง และการพักผ่อนหย่อนใจ ดังนั้นเพื่อที่จะเข้าถึงสารสนเทศได้อย่างรวดเร็ว และให้ได้สารสนเทศที่ตรงกับความต้องการ มนุษย์จึงจำเป็นต้องมีการรู้สารสนเทศอย่างเหมาะสม เพื่อช่วยตัดสินใจคัดเลือกสารสนเทศได้อย่างมีทักษะ ที่ประกอบไปด้วยการกำหนดสารสนเทศที่ต้องการ การเข้าถึงสารสนเทศ การประเมินคุณค่าสารสนเทศ การใช้สารสนเทศและจริยธรรมการใช้สารสนเทศ จึงทำให้มนุษย์ใช้การรู้สารสนเทศแก้ปัญหา และตัดสินใจเกี่ยวกับชีวิตประจำวันได้

การรู้สารสนเทศเป็นแนวคิดพื้นฐานที่ช่วยให้มนุษย์เรียนรู้ด้วยตนเอง เรื่องการเรียนรู้ตลอดชีวิต ที่เชื่อว่าการศึกษามีไม่สิ้นสุด ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายหลักของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ของประเทศไทย ฉบับที่ 13 เป้าหมายที่ 3 การมุ่งสู่สังคมแห่งโอกาสและความเป็นธรรม ด้วยการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต ซึ่งเป้าหมายและผลลัพธ์ของการพัฒนาระดับมหุ้คหมายของเป้าหมายที่ 3 คือ ประชาชนทุกกลุ่มเข้าถึงการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Office of the National Economic and Social Development Council, 2022) เช่นเดียวกับพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ ฉบับที่ 3 มาตรา 4 ว่า “ การศึกษาตลอดชีวิต หมายความว่า การศึกษาที่เกิดจากการผสมผสานระหว่างการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย เพื่อให้สามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตได้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต” (Office of the Permanent Secretary, Ministry of Education, 2017)

ประเทศไทยก้าวเข้าสู่การเป็นสังคมสูงอายุ มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 และในปี พ.ศ. 2567 ไทยมีสัดส่วนประชากรกลุ่มผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป 13 ล้านคน หรือร้อยละ 20 ของประชากรเข้าสู่สังคมสูงอายุแบบสมบูรณ์ และคาดว่าจะขยับเป็นสังคมสูงอายุแบบสุดยอด หรือมีผู้สูงอายุมากกว่าร้อยละ 30 ในปี พ.ศ. 2576 (National Health Commission Office, 2021) ในหลายประเทศผู้สูงอายุถือเป็นปุขนิยบุคคลที่มีคุณค่าอย่างยิ่ง เนื่องจากเคยเป็นกำลังสำคัญของประเทศมาก่อน เป็นผู้มีความรู้ มีทักษะ มีความสามารถ อนุรักษ์และสืบทอดประเพณีวัฒนธรรม และได้ทำคุณประโยชน์แก่ประเทศชาติและสังคมมาแล้วมากมาย จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่คนรุ่นหลังต้องให้ความสำคัญกับผู้สูงอายุเหล่านี้ให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี ไม่ว่าจะเป็นด้านสุขภาพกาย สุขภาพใจ ความรู้ ความสามารถ เป็นที่น่าสังเกตว่า ผู้สูงอายุบางส่วนอาศัยอยู่ในสภาพสังคมปัจจุบันที่ทันสมัย ซึ่งเปลี่ยนแปลงไปจากชีวิตความเป็นอยู่ในอดีต อาจเป็นด้วยบทบาทของคนในสังคมเปลี่ยนแปลงไป ผู้สูงอายุบางส่วนจึงต้องประสบกับภาวะการก้าวตามไปไม่ทันของความแตกต่างระหว่างบุคคลแต่ละวัยแต่ละยุคสมัย ผู้สูงอายุ คือบุคคลกลุ่มหนึ่งที่สังคมควรให้ความสนใจต่อการรู้สารสนเทศ

จากข้อมูลข้างต้น จะเห็นว่าการรู้สารสนเทศมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของคนทุกช่วงวัย ไม่ได้จำกัดแต่เฉพาะนักเรียน นิสิต นักศึกษา หรือบางช่วงอายุเท่านั้น และจากการทำการค้นคว้าหาข้อมูลของผู้วิจัย พบว่าข้อมูลงานวิจัยโดยทั่วไปนั้นจะเกี่ยวกับการรู้สารสนเทศของ นักเรียน นิสิต นักศึกษา ทำให้ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ผู้สูงอายุก็เป็นบุคคลกลุ่มหนึ่งที่สังคมควรต้องให้ความสนใจ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการรู้สารสนเทศของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร เพื่อวิเคราะห์ระดับการรู้สารสนเทศของผู้สูงอายุ เพื่อให้ทราบข้อมูลที่แท้จริง และเป็นฐานข้อมูลให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการ กรมกิจการผู้สูงอายุ หรือหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

ในการพัฒนาศักยภาพของผู้สูงอายุให้มีความรู้ ความสามารถ และทักษะในการเข้าถึงสารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพ อย่างเพียงพอ เนื่องจากผู้สูงอายุมีระยะเวลาและมีโอกาสที่จะใช้ชีวิตอยู่ในสังคมยาวนานขึ้น ดังนั้นผู้สูงอายุจึงจำเป็นต้องรู้ทันโลกที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว และมีโอกาสได้รับการศึกษาอย่างต่อเนื่องไปจนตลอดชีวิต ด้วยการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต เพื่อที่จะรองรับสังคมผู้สูงอายุแบบสุดยอด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ระดับการรู้สารสนเทศของผู้สูงอายุในเขตดุสิต
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับการรู้สารสนเทศของผู้สูงอายุในเขตดุสิต จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความหมายของการรู้สารสนเทศ

Information Literacy หมายถึง การรู้สารสนเทศ ซึ่งมีคำอื่นที่ใช้ในความหมายที่เหมือนหรือใกล้เคียงกัน ได้แก่ Information Competency และ Information skills แต่คำว่า Information literacy เป็นคำที่ใช้แพร่หลายมากที่สุด (Veerachard, 2012) ซึ่งมีผู้ให้ความหมายการรู้สารสนเทศว่า การรู้สารสนเทศ คือ ความสามารถของแต่ละบุคคลในการตระหนักถึงความต้องการสารสนเทศ จัดเก็บ ค้นหาและประเมินคุณภาพได้ สามารถนำสารสนเทศไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ใช้ข้อมูลอย่างมีจริยธรรมและถ่ายทอดความรู้ได้ (Catts and Lau, 2008) ซึ่งมีความสอดคล้องกับความหมายของ Supakavanich (2004) ได้กล่าวว่าความสามารถแต่ละบุคคลในการวิเคราะห์ สังเคราะห์ ค้นหา ประเมินและใช้สารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อใช้แก้ปัญหาต่างๆ หรือเพื่อการตัดสินใจ นอกจากนี้ Sacchanand (2005) ให้ความหมายว่าหมายถึง ความรู้ และทักษะในการกำหนดสารสนเทศของตนเองได้ตามต้องการ ความสามารถในการเข้าถึง ค้นหาแหล่งความรู้ ความสามารถในการวิเคราะห์และประเมินสารสนเทศ รวมทั้งความสามารถในการใช้สารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึง Baykaykom (2007) ได้กล่าวถึง การรู้สารสนเทศว่าหมายถึง ความสามารถในการแสวงหา การประเมิน และการใช้สารสนเทศเพื่อการเรียนรู้ หรือสามารถตัดสินใจได้ว่าจะต้องใช้สารสนเทศเมื่อใด รวมถึงความสามารถในการแสวงหา การเลือกใช้สารสนเทศอย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ ซึ่งประกอบด้วยทักษะการพูด การอ่าน การเขียน ทักษะดังกล่าวล้วนเกี่ยวข้องกับการรู้สารสนเทศ ส่วน ALA (American Library Association, 2000) ได้สรุปความหมายว่า คือ ความสามารถในการตระหนักว่าเมื่อใดจำเป็นต้องใช้สารสนเทศ สามารถเข้าถึง ประเมิน และใช้สารสนเทศได้อย่างเหมาะสม มีจริยธรรม และถูกต้องตามหลักวิชาการ

ความสำคัญของการรู้สารสนเทศ

การรู้สารสนเทศมีความสำคัญกับบุคคลในยุคสังคมสารสนเทศในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ด้านการศึกษาการรู้สารสนเทศเป็นสิ่งจำเป็นในทุกระดับของการศึกษา ตั้งแต่ระดับ ประถมศึกษาถึงระดับอุดมศึกษา ทั้งการศึกษาในระบบโรงเรียน การศึกษานอกระบบโรงเรียน การศึกษาตามอัธยาศัยและการเรียนรู้ตลอดชีวิต เนื่องจากการกำหนดแหล่งสารสนเทศ การเข้าถึงสารสนเทศ การประเมิน และการใช้สารสนเทศนั้นเป็นทักษะในการพัฒนาให้บุคคลนั้นเป็นผู้ที่มีการเรียนรู้ตลอดชีวิต ซึ่งเป้าหมายสำคัญในระดับอุดมศึกษา คือ พัฒนา

ผู้เรียนให้มีศักยภาพในการเรียนรู้ด้วยตนเอง มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความใฝ่รู้ และพัฒนาตนเองได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งการพัฒนาให้ผู้เรียนเป็นไปตามเป้าหมายได้นั้น จำเป็นต้องมีทักษะการรู้สารสนเทศเป็นพื้นฐานในการพัฒนา (Sacchanand, 2005; Pratumrat, 2010)

2. การดำรงชีวิตประจำวันในสังคม จำเป็นอย่างยิ่งต้องนำเอาการรู้สารสนเทศมาใช้ในการแก้ไขปัญหาในการดำรงชีวิตประจำวันให้มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ตนเอง เพราะบุคคลที่มีการรู้สารสนเทศจะสามารถวิเคราะห์ประเมินสารสนเทศให้เหมาะกับตนเองได้ (Maitaouthong, 2011; Pratumrat, 2010)

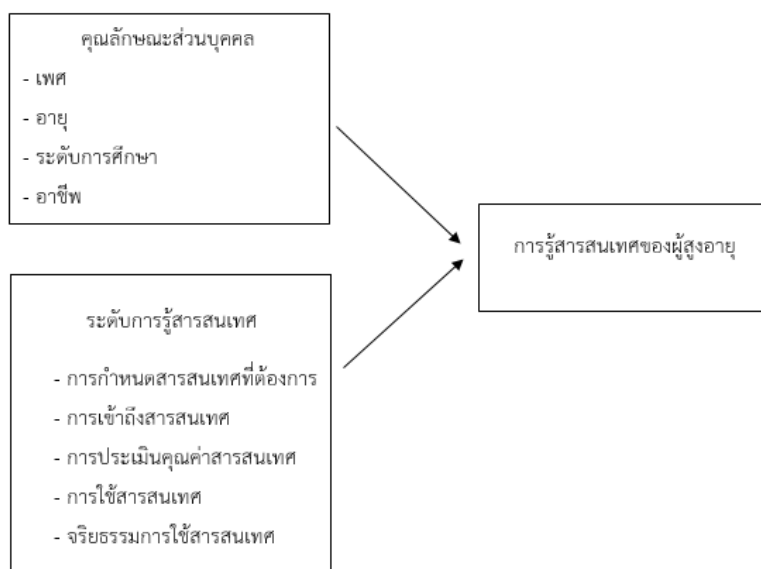
3. การประกอบอาชีพ การรู้สารสนเทศมีความสำคัญต่อการประกอบอาชีพในปัจจุบัน เพราะข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ต่างๆ มีการพัฒนาตลอดเวลาเพื่อการประกอบอาชีพของตนเอง (Pratumrat, 2010)

4. สังคม เศรษฐกิจและการเมือง การรู้สารสนเทศเป็นสิ่งสำคัญโดยเฉพาะสังคมในยุคสารสนเทศ (Information Age) บุคคลจำเป็นต้องรู้สารสนเทศเพื่อปรับตนเองให้เข้ากับสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง เช่น การอยู่ร่วมกันในสังคม การบริหารจัดการ การดำเนินธุรกิจและการแข่งขัน การบริหารบ้านเมืองของผู้นำประเทศ เป็นต้น อาจกล่าวได้ว่าผู้รู้สารสนเทศ คือ ผู้ที่มีอำนาจ สามารถชี้วัดความสามารถขององค์กรหรือประเทศชาติได้ ดังนั้นประชากรที่เป็นผู้รู้สารสนเทศจึงถือว่าเป็นทรัพยากรที่มีค่ามากที่สุดของประเทศ (Pratumrat, 2010)

การรู้สารสนเทศของผู้สูงอายุ

การเจ็บป่วยเป็นปัญหาอันดับแรกของผู้สูงอายุ ผู้สูงอายุจึงต้องแสวงหาสารสนเทศสุขภาพเพื่อใช้ในการดูแลตนเอง เมื่อเกิดการเจ็บป่วยจึงต้องแสวงหาสารสนเทศสุขภาพ เพื่อทำความเข้าใจในอาการป่วยตลอดจนรับมือกับปัญหาสุขภาพ (Ninlaor et al. 2023) ปัญหาโรคภัยไข้เจ็บที่ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ต้องเผชิญจึงส่งผลให้ผู้สูงอายุมีความต้องการรับรู้เนื้อหาสารสนเทศเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการปฏิบัติตนให้มีสุขภาพที่ดีสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ต่อไป (Saraphon, 2018) อีกทั้งผู้สูงอายุส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์ในการแสวงหาสารสนเทศเพื่อการป้องกันโรค นอกจากนี้ผู้สูงอายุมีการประเมินสารสนเทศก่อนนำไปใช้ คือ มีการตรวจสอบ ความน่าเชื่อถือของสารสนเทศที่ได้รับก่อนนำไปใช้ (Boonchuay et al. 2020) ผู้สูงอายุมีทักษะการประเมินสารสนเทศจากสื่อสังคมออนไลน์ และเลือกใช้สารสนเทศที่ถูกต้อง (Rachpiboon, 2021) รวมถึงผู้สูงอายุสามารถรู้สารสนเทศได้จากการฟัง สื่อที่ใช้คือรายการโทรทัศน์ และอุปกรณ์ที่ใช้คือ โทรทัศน์ มีวัตถุประสงค์เพื่อติดตามข่าวสารบ้านเมือง (Saraphon, 2018)

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

แบบแผนการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรและตัวอย่าง

รวบรวมข้อมูลจากประชากรอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ในเขตดุสิต มีผู้สูงอายุ (60 ปีขึ้นไป) จำนวน 9,066 คน โดยมีจำนวนผู้สูงอายุเพศชาย 6,867 คน และเพศหญิง 2,199 คน (Dusit District Office, 2022)

ขนาดตัวอย่าง ใช้สูตรยามานะ (Yamane, 1973) กรณีทราบค่าประชากร ที่ค่าความคลาดเคลื่อนระดับ .05 สุ่มตัวอย่างใช้วิธีการเจาะจง (purposive selection) จากจำนวนประชากรผู้สูงอายุ 9,066 คน ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 383.10 คน ดังนั้นผู้วิจัยจึงดำเนินการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม 400 ชุด

เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือวิจัยทดสอบความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - coefficient) ของครอน บาค ผลค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามระดับการรู้สารสนเทศ เท่ากับ .887

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองโดยใช้แบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติทดสอบ ได้แก่ t-test และ One-way ANOVA

ผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ระดับการรู้สารสนเทศของผู้สูงอายุ ในกรุงเทพมหานคร นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากแบบสอบถาม มาวิเคราะห์หาค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปรากฏดังตาราง 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับการรู้สารสนเทศของผู้สูงอายุ

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
การกำหนดสารสนเทศที่ต้องการ	2.03	0.23	น้อย
การเข้าถึงสารสนเทศ	2.05	0.16	น้อย
การประเมินคุณค่าสารสนเทศ	2.12	0.18	น้อย
การใช้สารสนเทศ	2.09	0.17	น้อย
จริยธรรมการใช้สารสนเทศ	2.15	0.19	น้อย
ระดับการรู้สารสนเทศรวม	2.09	0.11	น้อย

ผลตาราง 1 พบว่า ผู้สูงอายุมีการรู้สารสนเทศ ระดับน้อย ($\bar{X} = 2.09$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าค่าเฉลี่ยระดับน้อยทั้งห้ามิติ ได้แก่ ด้านการกำหนดสารสนเทศที่ต้องการ ด้านจริยธรรมการใช้สารสนเทศ ด้านการใช้สารสนเทศ ด้านการเข้าถึงสารสนเทศ และด้านการประเมินคุณค่าสารสนเทศ ตามลำดับ

2. ผลการเปรียบเทียบระดับการรู้สารสนเทศของผู้สูงอายุตามคุณลักษณะส่วนบุคคล นำเสนอ ดังนี้

2.1 คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้สูงอายุที่ตอบแบบสอบถาม 400 คน พบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 68.2 มีอายุระหว่าง 60-69 ปี คิดเป็นร้อยละ 88.5 มีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 36.75 ประกอบอาชีพกิจการส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 36.0

2.2 การทดสอบสมมติฐาน วิจัยครั้งนี้ได้ตั้งสมมติฐานวิจัยว่า ผู้สูงอายุที่เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา ต่างกัน มีระดับการรู้สารสนเทศต่างกัน มีข้อค้นพบ ดังตาราง 2

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยการรู้สารสนเทศของผู้สูงอายุ ตามคุณลักษณะส่วนบุคคล

Variable	Group	n	$\bar{X}$	S.D.	t-test	Prob.
เพศ	ชาย	127	2.09	.12	-0.31	0.757
	หญิง	273	2.08	.11		
Variable	Source of Variation	Sum of Squares	df	MS	F-test	Prob.
อายุ	Between Groups	0.62	14	0.044	3.85	.00**
	Within Groups	4.44	385	0.012		
	Total	5.07	399			
การศึกษา	Between Groups	0.232	4	0.058	4.741	.001**
	Within Groups	4.837	395	0.012		
	Total	5.069	399			
อาชีพ	Between Groups	0.293	3	0.098	9.467	.00**
	Within Groups	4.092	396	0.01		
	Total	4.385	399			

*p<.05 นัยสำคัญทางสถิติ ระดับ .05 **p<.01 นัยสำคัญทางสถิติ ระดับ .01

ผลตาราง 2 ตัวแปรเพศ ทดสอบค่าที พบว่า ผู้สูงอายุชายและผู้สูงอายุหญิงมีการรู้สารสนเทศไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($t = -0.31, p.757$)

ตัวแปรอายุ ทดสอบค่าเอฟ ด้วยวิธี (One-Way Analysis of Variance: ANOVA) พบว่า ผู้สูงอายุที่มีอายุต่างกัน มีการรู้สารสนเทศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($F = 3.85, p.00$) ผลทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ Least Significant Differences: LSD ผู้ที่อายุ 60-69 ปี มีการรู้สารสนเทศมากกว่าผู้ที่อายุ 70-79 ปี และอายุ 80-89 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงให้เห็นว่า ผู้สูงอายุที่มีอายุน้อยมีการรู้สารสนเทศมากกว่าผู้สูงอายุที่มีอายุมากกว่า

ตัวแปรการศึกษา ทดสอบค่าเอฟ ด้วย ANOVA พบว่า ผู้สูงอายุที่มีการศึกษาสูงสุดต่างกัน มีการรู้สารสนเทศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($F = 4.741, p.001$) ผลทดสอบ LSD พบว่าผู้ที่จบการศึกษาระดับประถมศึกษา มีการรู้สารสนเทศ น้อยกว่าผู้ที่จบการศึกษาระดับอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงให้เห็นว่า ผู้สูงอายุที่จบการศึกษาระดับสูงกว่ามีการรู้สารสนเทศมากกว่าผู้สูงอายุที่จบการศึกษาระดับต่ำกว่า

ตัวแปรอาชีพ ทดสอบค่าเอฟ ด้วย ANOVA พบว่า ผู้สูงอายุที่อาชีพต่างกัน มีการรู้สารสนเทศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($F = 9.467, p.00$) ผลทดสอบ LSD พบว่า ผู้ที่มีอาชีพข้าราชการบำนาญนั้น รู้สารสนเทศมากกว่า ผู้มีอาชีพอิสระ กิจการส่วนตัว เกษตรกร และผู้ไม่ประกอบอาชีพ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะความจำเป็นทางหน้าที่การงานส่งเสริมให้มีการปรับตัวใช้สารสนเทศ ตามอาชีพที่รับผิดชอบ โดยสรุปผลสมมติฐานวิจัยดังตาราง 3

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐานวิจัย

สมมติฐานการวิจัย	การทดสอบ	ผลการวิจัย
1. ผู้สูงอายุที่เพศต่างกัน มีการรู้สารสนเทศต่างกัน	t-test	ยอมรับสมมติฐานวิจัย
2. ผู้สูงอายุที่มีอายุต่างกันมีการรู้สารสนเทศต่างกัน	F-test: ANOVA	ยอมรับสมมติฐานวิจัย
3. ผู้สูงอายุที่มีการศึกษาสูงสุดต่างกันมีการรู้สารสนเทศต่างกัน	F-test: ANOVA	ยอมรับสมมติฐานวิจัย
4. ผู้สูงอายุที่มีอาชีพต่างกันมีการรู้สารสนเทศต่างกัน	F-test: ANOVA	ยอมรับสมมติฐานวิจัย

จากตาราง 3 นำเสนอผลการทดสอบสมมติฐาน สรุปรายละเอียดได้ดังนี้

ผลสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ผู้สูงอายุชายและผู้สูงอายุหญิงมีการรู้สารสนเทศไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้สูงอายุชายและผู้สูงอายุหญิงมีการรู้สารสนเทศทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการกำหนดสารสนเทศที่ต้องการ ด้านการเข้าถึงสารสนเทศ ด้านการประเมินคุณค่าสารสนเทศ ด้านการใช้สารสนเทศ และด้านจริยธรรมการใช้สารสนเทศไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงปฏิเสธสมมติฐานวิจัยข้อ 1

จากผลวิจัยแสดงให้เห็นว่าผู้สูงอายุชายและผู้สูงอายุหญิงมีการรู้สารสนเทศไม่แตกต่างกัน นั้นหมายถึงตัวแปรเพศไม่มีผลต่อการรู้สารสนเทศของผู้สูงอายุ

ผลสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 2 ผู้สูงอายุที่มีอายุต่างกัน มีการรู้สารสนเทศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐานวิจัยข้อ 2 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้สูงอายุที่มีอายุต่างกันมีการรู้สารสนเทศด้านการเข้าถึงสารสนเทศ ด้านการประเมินคุณค่าสารสนเทศ และด้านจริยธรรมการใช้สารสนเทศแตกต่างกันอย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในขณะที่ ผู้สูงอายุที่มีอายุต่างกันมีการรู้สารสนเทศด้านการกำหนดสารสนเทศที่ต้องการและการใช้สารสนเทศ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยการรู้สารสนเทศของผู้สูงอายุ จำแนกตามตัวแปรอายุ เป็นรายคู่ แสดงให้เห็นว่า ผู้สูงอายุที่มีอายุระหว่าง 60-69 ปี มีการรู้สารสนเทศ มากกว่าผู้สูงอายุที่มีอายุ 70-79 ปี และอายุ 80-89 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากผลวิจัยแสดงให้เห็นว่า ผู้สูงอายุที่มีอายุน้อยมีการรู้สารสนเทศมากกว่าผู้สูงอายุที่มีอายุมากกว่า นั้นหมายถึง ตัวแปรอายุมีผลต่อการรู้สารสนเทศของผู้สูงอายุ

ผลสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 3 ผู้สูงอายุที่มีการศึกษาสูงสุดต่างกัน มีการรู้สารสนเทศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงยอมรับสมมติฐานข้อ 3 เมื่อพิจารณาทางด้านพบว่า ผู้สูงอายุที่มีการศึกษาสูงสุดต่างกันมีการรู้สารสนเทศ ด้านการกำหนดสารสนเทศที่ต้องการ ด้านการเข้าถึงสารสนเทศ ด้านการประเมินคุณค่าสารสนเทศ ด้านการใช้สารสนเทศ และด้านจริยธรรมการใช้สารสนเทศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยการรู้สารสนเทศของผู้สูงอายุ โดยจำแนกตามตัวแปรการศึกษา เป็นรายคู่ แสดงให้เห็นว่า 1) ผู้สูงอายุที่จบการศึกษาระดับประถมศึกษา มีการรู้สารสนเทศ น้อยกว่าผู้สูงอายุที่จบการศึกษาระดับอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 2) ผู้สูงอายุที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ มีการรู้สารสนเทศน้อยกว่าผู้สูงอายุที่จบการศึกษาระดับอนุปริญญา/ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 และมีการรู้สารสนเทศน้อยกว่าผู้สูงอายุที่จบการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ 3) ผู้สูงอายุที่จบการศึกษอนุปริญญา/ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง มีการรู้สารสนเทศน้อยกว่าผู้สูงอายุที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากผลวิจัยแสดงให้เห็นว่า ผู้สูงอายุที่จบการศึกษาระดับสูงกว่ามีการรู้สารสนเทศมากกว่าผู้สูงอายุที่จบการศึกษาระดับต่ำกว่า นั้นหมายถึง ตัวแปรศึกษามีผลต่อการรู้สารสนเทศของผู้สูงอายุ

ผลสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 4 ผู้สูงอายุที่มีอาชีพต่างกัน มีการรู้สารสนเทศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงยอมรับสมมติฐานข้อ 4 เมื่อพิจารณาทางด้านพบว่า ผู้สูงอายุที่มีอาชีพต่างกันมีการรู้สารสนเทศทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการกำหนดสารสนเทศที่ต้องการ ด้านการเข้าถึงสารสนเทศ ด้านการประเมินคุณค่าสารสนเทศ ด้านการใช้สารสนเทศ และด้านจริยธรรมการใช้สารสนเทศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยการรู้สารสนเทศของผู้สูงอายุ โดยจำแนกตามตัวแปรอาชีพ เป็นรายคู่ แสดงให้เห็นว่า 1) ผู้สูงอายุที่มีอาชีพเกษตรกรมีการรู้สารสนเทศ น้อยกว่าผู้สูงอายุที่มีอาชีพข้าราชการบำนาญ แต่มีการรู้สารสนเทศ มากกว่าผู้สูงอายุที่ไม่ประกอบอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ในขณะที่มีการรู้สารสนเทศ ไม่แตกต่างกับผู้สูงอายุที่ทำการส่วนตัวและผู้สูงอายุที่ประกอบอาชีพอิสระ 2) ผู้สูงอายุที่เป็นข้าราชการบำนาญมีการรู้สารสนเทศ มากกว่าผู้สูงอายุทุกกลุ่มอาชีพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ 3) ผู้สูงอายุที่ทำการส่วนตัวและผู้สูงอายุที่ประกอบอาชีพอิสระ มีการรู้สารสนเทศ มากกว่าผู้สูงอายุที่ไม่ประกอบอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากผลวิจัยแสดงให้เห็นว่าผู้สูงอายุที่มีอาชีพข้าราชการบำนาญ มีการรู้สารสนเทศมากกว่าผู้สูงอายุกลุ่มอาชีพอิสระ กิจการส่วนตัว เกษตรกร และผู้สูงอายุที่ไม่ประกอบอาชีพ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะความจำเป็นทางหน้าที่

การงานส่งเสริมให้มีการใช้สารสนเทศ หน้าที่การงานส่งเสริมให้มีการปรับตัวเรียนรู้สารสนเทศตามความรับผิดชอบตามอาชีพที่รับผิดชอบ นั้นหมายถึง ตัวแปรอาชีพมีผลต่อการรู้สารสนเทศของผู้สูงอายุ

สรุปได้ว่าผู้สูงอายุที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลทั้ง 4 ตัวแปร ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา และอาชีพ พบว่ายอมรับสมมติฐานวิจัยข้อที่ 2-ข้อที่ 4 แต่ปฏิเสธสมมติฐานวิจัยข้อที่ 1 จึงสรุปได้ว่าผู้สูงอายุเพศชายและเพศหญิงมีการรู้สารสนเทศไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ผู้สูงอายุที่อายุ การศึกษาสูงสุด และอาชีพต่างกันมีการรู้สารสนเทศต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

อภิปรายผล

1. ระดับการรู้สารสนเทศของผู้สูงอายุ มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย ($\bar{X} = 2.09$) ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลวิจัยที่ พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีระดับการรู้สารสนเทศโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (Kumsombat, 2019)

2. การรู้สารสนเทศของผู้สูงอายุตามตัวแปรเพศ พบว่าผู้สูงอายุชายและผู้สูงอายุหญิงมีการรู้สารสนเทศไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับงานวิจัย ที่พบว่า ผู้สูงอายุสมาชิกชมรมผู้สูงอายุ ศูนย์บริการสาธารณสุขในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศต่างกันมีการรู้สารสนเทศสุขภาพไม่แตกต่างกัน (Ninlaor et al., 2023) ทั้งนี้ไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบว่า พฤติกรรมในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงวัย ที่มีเพศที่แตกต่างกันมีความถี่ในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน โดยเพศหญิงจะมีการใช้งานมากกว่า และผู้ที่มีการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป จะมีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี (Rueangyot, 2020)

3. การรู้สารสนเทศของผู้สูงอายุตามตัวแปรอายุ พบว่าผู้สูงอายุที่อายุต่างกันมีการรู้สารสนเทศ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับผลวิจัย พบว่า พฤติกรรมการใช้และทักษะการประเมินสารสนเทศจากสื่อสังคมออนไลน์ ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุแตกต่างกัน มีทักษะการประเมินสารสนเทศจากสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (Rachpi boon, 2021)

4. การรู้สารสนเทศของผู้สูงอายุตามตัวแปรการศึกษาสูงสุด พบว่า ผู้สูงอายุที่มีการศึกษาสูงสุดต่างกัน มีการรู้สารสนเทศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับผลวิจัย พบว่า ผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนครยะลา ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน รู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (Kanjana buch, 2018)

5. การรู้สารสนเทศของผู้สูงอายุตามตัวแปรอาชีพ พบว่าผู้สูงอายุที่มีอาชีพต่างกัน มีการรู้สารสนเทศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับ ผลวิจัยพบว่า อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่าอาชีพอื่นๆ (Chaipruk, 2013) และผลวิจัยอีกฉบับที่พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง มีสถานภาพการทำงานต่างกันมีการรู้สารสนเทศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (Pawinun, 2008)

6. การรู้สารสนเทศของผู้สูงอายุตามตัวแปรรายได้ พบว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่างกัน มีการรู้สารสนเทศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ผลเปรียบเทียบรายคู่แสดงว่า ผู้สูงอายุที่มีรายได้มากกว่ามี การรู้สารสนเทศมากกว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้น้อยกว่า ทั้งนี้ไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยเรื่องความต้องการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มสมาชิกผู้สูงอายุ ตำบลเทพารักษ์ จังหวัดสมุทรปราการ (Chaipruk, 2013) พบว่า กลุ่มสมาชิกผู้สูงอายุ ที่มีรายได้

30,001-40,000 บาท ส่วนใหญ่มีการใช้อินเทอร์เน็ตน้อยกว่า กลุ่มสมาชิกผู้สูงอายุ ที่มีรายได้ 20,001-30,000 และ 10,001-20,000 บาท

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 ควรมีการส่งเสริมการรู้สารสนเทศของผู้สูงอายุ โดยการจัดทำคู่มือการรู้สารสนเทศ หรือคู่มือการสืบค้นและเทคนิคการสืบค้นที่ถูกต้อง

1.2 สถาบันการศึกษาควรจัดบริการวิชาการด้านการรู้สารสนเทศกับชุมชนต่างๆ ด้วยรูปแบบการอบรมบริการสู่ชุมชน

1.3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดเครื่องคอมพิวเตอร์ให้เพียงพอต่อความต้องการใช้งานของผู้สูงอายุ รวมทั้งเสริมทักษะภาษาอังกฤษกับผู้สูงอายุเพื่อช่วยในการสืบค้นหลากหลาย

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการวิเคราะห์ระดับการรู้สารสนเทศของผู้สูงอายุในเขตอื่นๆเพิ่มเติม

2.2 การวิจัยครั้งต่อไปควรมีการสัมภาษณ์ผู้สูงอายุเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก เพื่อนำข้อมูลมาสรุปหาแนวทางการในการพัฒนาการรู้สารสนเทศที่ตรงกับความต้องการของผู้สูงอายุ

เอกสารอ้างอิง

- American Library Association. (2000). *Information Literacy Competency Standards for Higher Education*. [Online]. Retrieved from: <https://alair.ala.org/server/api/core/bitstreams/ce62c38e-971a-4a98-a424-7c0d1fe94d34/content>
- Amornsiripong, W. (2018). Information literacy of undergraduate students at Nakhon Pathom Rajabhat University. *Journal of Information Science*, 36(3), 42–66.
- Bangkok Metropolitan Administration, Strategy and Evaluation Department. (2022). *Population and density in Bangkok, 2022*. [Online]. Retrieved January 20, 2025, from: <https://webportal.bangkok.go.th/pipd/page/sub/26222/>
- Baykaykom, S. (2007). *Information literacy of undergraduate students at Kasetsart University, Sriracha Campus*. Thesis of the Degree of Master's Program. Chonburi: Burapha University.
- Boonchuay, K., Phatcharasit, K., and Intaramo, R. (2020). Health Information Seeking and Use of Elderly People in the Crowded Community of Songkhla Province. *The Proceedings of the Library Transformation in a Disrupted World Conference*, 8-9 January 2020, Thaksin University Library
- Catts, R., and Lau, J. (2008). *Towards information literacy indicators*. Paris: UNESCO.

- Chaipruk, I. (2013). *Internet usage needs of elderly members in Thepharak Subdistrict, Samut Prakan Province*. Thesis of the Degree of Master's Program. Bangkok: Ramkhamhaeng University.
- Chaliaopon, N. (2011). *Information literacy in the administration of Subdistrict Administrative Organizations personnel in Nakhon Nayok Province*. Thesis of the Degree of Master's Program. Bangkok: Ramkhamhaeng University.
- Chiawkok, P. (2007). *Information literacy of undergraduate students at Srinakharinwirot University*. Thesis of the Degree of Master's Program. Bangkok: Srinakharinwirot University.
- Dusit District Office. (2022). *Annual Action Plan 2022 Of Dusit District Office*. [Online]. Retrieved January 22, 2025, from: https://webportal.bangkok.go.th/public/user_files_editor/57/ITA/O10/plan_65.pdf
- Kanjanabuch, S. (2018). *Exposure to and Internet Media Literacy among Senior Citizen Yala Municipality*. Thesis of the Degree of Communication Arts Program. Bangkok: Sukhothai Thammathirat Open University.
- Kumsombat, K. (2019). *Information literacy and self-efficacy perception of students in the Northeastern Rajabhat Universities group*. Thesis of the Degree of Master's Program. Mahasarakham: Mahasarakham Rajabhat University.
- Maitaouthong, T. (2011). *Integrating information literacy into the teaching and learning process of general education courses in undergraduate programs*. Thesis of the Degree of Doctoral Program. Khon Kaen: Khon Kaen University.
- National Health Commission Office. (2021). *Ageing society: A "crisis" or an "opportunity" for Thailand*. [Online]. Retrieved January 20, 2025, from: <https://old.nationalhealth.or.th/th/node/4901>
- Ninlaor, T. (2023). Health information literacy of the Elderly in senior citizen club, Bangkok Public Health Center. *TLA Bulletin*, 67(1), 79-98.
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2022). *The 13th National Economic and Social Development Plan*. [Online]. Retrieved January 20, 2025, from: https://www.nesdc.go.th/ewt_news.php?nid=13651&filename=develop_issue
- Office of the Permanent Secretary, Ministry of Education. (2017). *National Education Act (No. 3)*. [Online]. Retrieved January 25, 2025, from <https://ops.moe.go.th/>
- Pawinun, P. (2008). *Information literacy of students at Ramkhamhaeng University*. Bangkok: Department of Library Science, Faculty of Humanities, Ramkhamhaeng University.
- Pratumrat, P. (2010). *Information literacy: Essential skills for lifelong learners*. [Online]. Retrieved from: <http://www.2.udru.ac.th/ill500105/article%201%.doc>

- Rachpiboon, P. (2021). *Using behavior and information evaluation skill based on online social media of the elderly in Bangkok*. Thesis of the Degree of Master's Program. Bangkok: Srinakharinwirot University.
- Rueangyot, C. (2020). *Social Media Literacy among the Elderly*. Thesis of the Degree of Master of Arts Program in Corporate Communication Management. Bangkok: Thammasat University.
- Sacchanand, C. (2005). *Information and society*. In *Contemporary information in social sciences: Unit 1* (pp. 1–35). Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University.
- _____. (2011). Developing information literacy standards for Thai students. *Journal of the Thai Library Association Research*, 4(1), 13–22.
- Saraphon, T. (2018). Information needs to improve quality of life for the Elderly of Elderly school in ma-aue sub-district, Thawatburi district, Roi-et province. *NRRU Community Research Journal*, 12(3), 114-123.
- Supakavanich, W. (2004). *Integrating information literacy into the teaching of English courses for third-year undergraduate students at Rajamangala Institute of Technology, Kalasin Campus*. Independent study of the Degree of Master of Arts Program in Library and Information Science. Khon Kaen: Khon Kaen University.
- Veerachard, J. (2012). *Learning factors affecting information literacy skills of undergraduate students at Dhurakij Pundit University*. Thesis of the Degree of Master's Program. Chonburi: Burapha University.
- Yamane. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. Third edition. NY: Harper and Row.

การวิเคราะห์ผลการทดสอบและแนวทางเพื่อยกระดับคุณภาพแบบทดสอบความสามารถทาง ภาษาอังกฤษ มหาวิทยาลัยศรีปทุม (SPU-TEP)

ไพบุณย์ สุขวิชิต บาร์^{1,*}, ถิรนนท์ วงศ์วิวัฒน์², Oscar Jr. Malicad³, สุบิน ยุระรัช⁴

^{1,2,3}คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

⁴ศูนย์ส่งเสริมการวิจัยและการประกันคุณภาพการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีปทุม

Received: 28 June 2025

Revised: 18 August 2025

Accepted: 1 September 2025

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ (1) เพื่อวิเคราะห์คะแนนผลการทดสอบความสามารถทางภาษาอังกฤษของนักศึกษามหาวิทยาลัยศรีปทุม (2) เพื่อวิเคราะห์ความยากง่ายและอำนาจจำแนกของแบบทดสอบความสามารถทางภาษาอังกฤษ มหาวิทยาลัยศรีปทุม (SPU-TEP) และ (3) เพื่อนำเสนอแนวทางการปรับปรุงข้อสอบวัดระดับความสามารถทางภาษาอังกฤษของนักศึกษาระดับอุดมศึกษา กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีปทุม จำนวนผู้เข้าสอบจริง 220 คน คณะผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐาน ค่าความยากง่าย ค่าอำนาจจำแนก และค่าความเชื่อมั่น ผลการวิจัยพบว่า (1) ผลการทดสอบของนักศึกษา จำนวน 220 คน ที่ทำข้อสอบวัดระดับความสามารถทางภาษาอังกฤษ (SPU-TEP) จำนวน 100 ข้อ พบว่า ค่าเฉลี่ยผลการทดสอบวัดระดับความสามารถทางภาษาอังกฤษ (SPU-TEP) อยู่ในเกณฑ์ระดับปานกลาง ($M = 68.90$, $SD = 13.01$) และผลการวิเคราะห์ระดับความสามารถทางภาษาอังกฤษเทียบกับ CEFR พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับ B2 (ร้อยละ 42.80) รองลงมา คือ ระดับ B1 (ร้อยละ 37.40) ระดับ A2 (ร้อยละ 6.58) และระดับ A1 (ร้อยละ 0.82) ตามลำดับ (2) ค่าความยากง่าย (p) ของข้อสอบ SPU-TEP ที่วัดทักษะการฟังมีค่าอยู่ระหว่าง 0.08-0.98 ส่วนค่าความยากง่ายของข้อสอบ SPU-TEP ที่วัดทักษะการอ่านมีค่าอยู่ระหว่าง 0.27-0.95 สำหรับค่าอำนาจจำแนก (D) ของข้อสอบ SPU-TEP ที่วัดทักษะการฟังมีค่าอยู่ระหว่าง -0.10-0.72 ส่วนค่าอำนาจจำแนกของข้อสอบ SPU-TEP ที่วัดทักษะการอ่านมีค่าอยู่ระหว่าง -0.11-0.71 (3) แนวทางการปรับปรุงข้อสอบวัดระดับความสามารถทางภาษาอังกฤษ ได้แก่ การปรับปรุงโครงสร้างและเนื้อหาของข้อสอบ การเพิ่มรูปแบบการฟังที่หลากหลายสำหรับข้อสอบวัดทักษะการฟัง และการเพิ่มข้อคำถามที่ต้องใช้การวิเคราะห์และสรุปความมากขึ้นสำหรับข้อสอบวัดทักษะการอ่าน

คำสำคัญ: ข้อสอบ แบบทดสอบความสามารถทางภาษาอังกฤษ อุดมศึกษา

*ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: piboon.su@spu.ac.th

An Analysis of Test Result and Guidelines for Enhancing the Quality of the Sripatum University Test of English Proficiency (SPU-TEP)

Piboon Sukvijit Barr^{1,*}, Tiranun Wongwiwat², Oscar Jr. Malicad³, Subin Yurarach⁴

^{1,2,3} School of Liberal Arts, Sripatum University, Thailand

⁴ Research Facilitation and Development Center, Sripatum University, Thailand

Received: 28 June 2025

Revised: 18 August 2025

Accepted: 1 September 2025

Abstract

This article consists of three main objectives: (1) to analyze the English proficiency test scores of Sripatum University students, (2) to examine the difficulty levels and discrimination indices of the Sripatum University Test of English Proficiency (SPU-TEP), and (3) to propose approaches for improving the English proficiency test for higher education students. The sample consisted of 220 undergraduate students from Sripatum University, who took the test. Data were collected by the research team and analyzed using basic statistics, item difficulty (p), item discrimination (D), and reliability values. The research findings revealed that (1) The test results of 220 students who took the English proficiency test (SPU-TEP), which consisted of 100 items, revealed that the average score was at a moderate level ($M = 68.90$, $SD = 13.01$). When comparing the English proficiency levels with the CEFR, it was found that the majority of students were at the B2 level (42.80%), followed by B1 (37.40%), A2 (6.58%), and A1 (0.82%), respectively. (2) The item difficulty (p) of the SPU-TEP listening section ranged from 0.08 to 0.98, while that of the reading section ranged from 0.27 to 0.95. The item discrimination (D) for the listening section ranged from -0.10 to 0.72, and for the reading section, from -0.11 to 0.71. (3) The suggested approaches for improving the English proficiency test include revising the test structure and content, incorporating more diverse listening formats in the listening section, and adding more analytical and inferential items in the reading section.

Keywords: Test Item, English Proficiency Test, Higher Education

*Corresponding Author; Email: piboon.su@spu.ac.th

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาความสามารถทางภาษาอังกฤษของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาเป็นหนึ่งในประเด็นสำคัญที่ได้รับ ความสนใจอย่างต่อเนื่องจากหน่วยงานด้านการศึกษา ทั้งในระดับนโยบายของภาครัฐและในระดับสถาบันการศึกษา ต่างๆ ทั่วประเทศ เนื่องจากภาษาอังกฤษถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสาร การแสวงหาความรู้ และการทำงานใน สังคมโลกยุคใหม่ (Kirkpatrick, 2012) การผลิตบัณฑิตที่มีทักษะภาษาอังกฤษที่เพียงพอจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อ คุณภาพของแรงงานและการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (Office of the Higher Education Commission: OHEC, 2019)

ในปี พ.ศ. 2567 คณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา (กมอ.) ได้ประกาศนโยบายเรื่องการยกระดับ มาตรฐานภาษาอังกฤษของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษา โดยเน้นย้ำให้นักศึกษาทุกคนต้องผ่านเกณฑ์การวัดระดับ ความสามารถทางภาษาอังกฤษก่อนสำเร็จการศึกษา (Office of the Higher Education Standards Committee, 2024) นโยบายนี้มีเป้าหมายเพื่อผลักดันให้ทุกมหาวิทยาลัยในประเทศไทยพัฒนาระบบการเรียนการสอนและ การประเมินผลทางภาษาอังกฤษให้มีประสิทธิภาพ และเป็นไปตามกรอบอ้างอิงความสามารถทางภาษาของยุโรป (Common European Framework of Reference for Languages: CEFR) ซึ่งเป็นมาตรฐานสากลในการวัดทักษะ ภาษา (Council of Europe, 2020)

มหาวิทยาลัยศรีปทุม ในฐานะสถาบันอุดมศึกษาชั้นนำแห่งหนึ่ง ได้ตอบสนองต่อนโยบายดังกล่าวอย่าง ชัดเจน โดยประกาศแนวนโยบายในการยกระดับทักษะภาษาอังกฤษของนักศึกษาระดับปริญญาตรีอย่างจริงจัง ทั้งนี้ เพื่อเตรียมความพร้อมให้นักศึกษาสามารถประกอบอาชีพในบริบทสากลได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Sripatum University, 2024) ในการดำเนินการตามนโยบายดังกล่าว มหาวิทยาลัยได้จัดตั้ง “คณะกรรมการขับเคลื่อน การยกระดับมาตรฐานภาษาอังกฤษของนักศึกษา” ซึ่งในการประชุมครั้งที่ 3 เมื่อวันที่ 18 มกราคม พ.ศ. 2567 ได้มี มติให้ยกเลิกประกาศแนวทางเดิม (ปก.มศป.050/2562) และกำหนดแนวปฏิบัติใหม่ในการวัดระดับความสามารถทาง ภาษาอังกฤษของนักศึกษา โดยเน้นให้การวัดผลมีมาตรฐาน มีความน่าเชื่อถือ และสามารถใช้นำผลคะแนนเพื่อ การพัฒนาศักยภาพนักศึกษาได้อย่างแท้จริง (English Language Standards Enhancement Steering Committee, 2024)

จากนโยบายใหม่นี้ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม จึงได้รับมอบหมายให้ดำเนินการพัฒนา แบบทดสอบความสามารถทางภาษาอังกฤษของนักศึกษาในชื่อ Sripatum University Test of English Proficiency (SPU-TEP) เพื่อใช้เป็นเครื่องมือหลักในการประเมินความสามารถด้านการฟังและการอ่านของนักศึกษาระดับปริญญาตรี โดยในการออกแบบข้อสอบดังกล่าว คณะผู้จัดทำได้ร่วมมือกับผู้เชี่ยวชาญจากสถาบันภาษาที่มีประสบการณ์ในการสอน ภาษาและการวัดผลทางภาษาตามมาตรฐานสากล เพื่อให้แน่ใจว่าแบบทดสอบจะมีคุณภาพสูง มีความเที่ยงตรง (validity) และความเชื่อถือได้ (reliability) ตามหลักทฤษฎีการวัดผลทางจิตวิทยาการศึกษา (Brown, 2014; Fulcher & Davidson, 2007)

โดยกระบวนการในการพัฒนาข้อสอบความสามารถทางภาษาอังกฤษ (SPU-TEP) พัฒนาโดยทีมอาจารย์ ผู้สอนภาษาอังกฤษที่มีประสบการณ์การสอน ซึ่งทีมอาจารย์พัฒนาข้อสอบนี้ได้ผ่านการอบรมการสร้างข้อสอบ และ ทำการแบ่งกันสร้างข้อสอบตามกรอบ CEFR ในสองทักษะคือทักษะการฟัง และทักษะการอ่าน เพื่อออกแบบ

ข้อคำถามให้สอดคล้องกับระดับความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษของผู้เรียนแต่ละระดับ และแบ่งระดับความยาก-ง่ายของข้อสอบรายข้อตามสัดส่วนที่เหมาะสม และผ่านการประเมินคุณภาพข้อสอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิ

การพัฒนาแบบทดสอบที่มีประสิทธิภาพไม่เพียงแต่จะช่วยให้สามารถประเมินทักษะของนักศึกษาได้อย่างแม่นยำ แต่ยังมีส่วนสำคัญในการออกแบบแผนการเรียนรู้เฉพาะบุคคล (Personalized learning) การจัดกลุ่มเรียนเสริม และการกำหนดมาตรการเพื่อสนับสนุนการพัฒนาภาษาอังกฤษอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนคุณภาพการศึกษาของมหาวิทยาลัยศรีปทุมให้สอดคล้องกับบริบทโลกในศตวรรษที่ 21

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์คะแนนผลการทดสอบความสามารถทางภาษาอังกฤษ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
2. เพื่อวิเคราะห์คะแนนผลการทดสอบความสามารถทางภาษาอังกฤษของนักศึกษามหาวิทยาลัยศรีปทุม
3. เพื่อนำเสนอแนวทางการปรับปรุงข้อสอบวัดระดับความสามารถทางภาษาอังกฤษของนักศึกษาระดับอุดมศึกษา

วิธีดำเนินการวิจัย

แบบแผนการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาสถาบัน (Institutional Research) โดยดำเนินการทดลองใช้ (pilot test) กับกลุ่มนักศึกษาที่ลงทะเบียนในรายวิชา EBC323 - ภาษาอังกฤษสำหรับงานบริการลูกค้า (English for Customer Services) ในภาคการศึกษา 1/2566

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากร คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยศรีปทุม ปีการศึกษา 2566 จำนวน 654 คน

ตัวอย่าง คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยศรีปทุม จำนวน 243 คน จาก 6 คณะ ได้แก่ (1) วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ (2) คณะศิลปศาสตร์ (3) คณะดิจิทัลมีเดีย (4) วิทยาลัยนานาชาติ (5) คณะวิศวกรรมศาสตร์ และ (6) วิทยาลัยการบินและคมนาคม การเลือกตัวอย่าง ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) จากนักศึกษาชั้นปีที่ 2 และ 4 ที่ลงทะเบียนรายวิชาภาษาอังกฤษ EBC323 – ภาษาอังกฤษสำหรับงานบริการลูกค้า (English for Customer Services) ในภาคการศึกษา 1/2566

เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มี 2 ฉบับ ได้แก่ (1) แบบทดสอบความสามารถทางภาษาอังกฤษ มหาวิทยาลัยศรีปทุม (Sripatum University Test of English Proficiency Test: SPU-TEP) และ (2) แบบบันทึกคะแนนผลการสอบ การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัยดำเนินการทั้งความตรงและความเที่ยงเพื่อให้ข้อสอบและแบบสอบมีคุณภาพและสามารถนำไปใช้ได้ (Tabachnick and Fidell, 2019) โดยแบบทดสอบประกอบไปด้วยข้อสอบจำนวน 100 ข้อ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ การฟัง และการอ่าน พัฒนาโดยคณะอาจารย์ที่สอนภาษาอังกฤษสื่อสารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ที่มีความสามารถทางด้านภาษาและประสบการณ์ในการสอนภายใต้คำชี้แนะ การตรวจสอบคุณภาพข้อสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ความเที่ยง (Reliability) ความยากง่ายของข้อสอบ โดยผู้เชี่ยวชาญ

ทางด้านการพัฒนาข้อสอบที่มาจากสถาบันภาษา ที่มีศูนย์สอบทางด้านภาษาอังกฤษที่เป็นที่ยอมรับระดับประเทศ ด้านความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ใช้การวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับ วัตถุประสงค์ (Index of Objective-Congruence: IOC) พบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง 0.60-1.00 ส่วนผลการวิเคราะห์ ค่าความเที่ยง (Reliability) ของแบบทดสอบ ใช้สูตร KR20 พบว่า ได้ค่าเท่ากับ 0.87

การเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งจากแบบทดสอบความสามารถทางภาษาอังกฤษและแบบ บันทึกรายชื่อ โดยได้นำแบบทดสอบที่พัฒนาขึ้นจำนวน 1 ชุด รวม 100 ข้อ ไปทดลองใช้ครั้งที่ 1 เพื่อวิเคราะห์คุณภาพ ข้อสอบและปรับปรุงแก้ไข ก่อนนำไปใช้ในการทดลองครั้งที่ 2 โดยจัดให้นักศึกษาเข้าทำข้อสอบผ่านระบบ Google Form ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกในการดึงข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ ทั้งนี้ การสอบได้จัดขึ้นในห้องเรียนภายใต้ การกำหนดเวลาที่ชัดเจน และผลการสอบถูกนับเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการเรียนรู้ในรายวิชา เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ นักศึกษามีความตั้งใจในการทำข้อสอบอย่างจริงจัง หลังจากนั้น คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการประมวลผลและวิเคราะห์ ข้อมูลเชิงสถิติ พร้อมทั้งจัดประชุมหารือร่วมกับผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อรับข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนา แบบทดสอบ ทั้งในชุดที่ใช้อยู่และการสร้างแบบทดสอบในชุดต่อไปในอนาคต

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ (1) ผลการวิเคราะห์คะแนนการสอบวัดระดับความสามารถทางภาษาอังกฤษ มหาวิทยาลัยศรีปทุม (SPU-TEP) และ (2) การวิเคราะห์ค่าความยากของข้อสอบ (Difficulty Index) และค่าอำนาจ จำแนกของข้อสอบ (Discrimination Index)

สำหรับการวิเคราะห์ค่าความยากง่ายของข้อสอบ การวิเคราะห์ค่าความยากของข้อสอบ (P) ถูกวิเคราะห์ เพื่อให้แน่ใจว่าข้อสอบมีความเหมาะสม ไม่ง่ายหรือยากเกินไป โดยใช้เกณฑ์วัดระดับของค่าความยากง่ายของ โดยกำหนดเกณฑ์ ดังนี้

ตารางที่ 1 เกณฑ์การแปลความหมายค่าความยากง่ายของข้อสอบ (Brown, 2014)

ค่า P	เกณฑ์การแปลความหมาย
$P > 0.80$	ข้อสอบง่ายมาก
$0.61 \leq P \leq 0.80$	ข้อสอบค่อนข้างง่าย
$0.41 \leq P \leq 0.60$	ข้อสอบยากง่ายปานกลาง
$0.21 \leq P \leq 0.40$	ข้อสอบค่อนข้างยาก
$P < 0.20$	ข้อสอบยากมาก

การวิเคราะห์อำนาจจำแนกของข้อสอบ การวิเคราะห์ค่าอำนาจจำแนก (D) ใช้ในการวัดว่าข้อสอบสามารถ แยกความแตกต่างระหว่างนักศึกษาที่มีความสามารถสูงและต่ำได้ดีเพียงใด โดยค่าความจำแนกที่ดีควรมีค่ามากกว่า 0.20 โดยกำหนดเกณฑ์ ดังนี้

ตารางที่ 2 เกณฑ์การแปลความหมายค่าอำนาจจำแนกของข้อสอบ (Ebel & Frisbie, 1991)

ค่า D	เกณฑ์การแปลความหมาย
$D > 0.40$	อำนาจจำแนกดีมาก
$0.30 \leq P \leq 0.39$	อำนาจจำแนกดี
$0.20 \leq P \leq 0.29$	อำนาจจำแนกน้อย (ต้องปรับปรุง)
$P < 0.19$	อำนาจจำแนกไม่ดี (ตัดทิ้ง)

สำหรับหลักการเทียบคะแนนสอบของ SPU-TEP กับระดับ CEFR คะแนน นั้น ผู้พัฒนาการทดสอบ SPU-TEP กำหนดช่วงคะแนนที่สอดคล้องกับแต่ละระดับ CEFR ที่สะท้อนผลความสามารถทางภาษาอังกฤษของนักศึกษาในสองทักษะ ได้แก่ การฟังและการอ่าน โดยการวิเคราะห์ผลการสอบในอดีต คำนวณมาจากผู้ทรงคุณวุฒิ และเปรียบเทียบกับตัวชี้วัดของ CEFR (Sripatum University, 2025)

ตารางที่ 3 เกณฑ์การแปลความหมายคะแนนสอบของ SPU-TEP กับ CEFR

SPU-TEP	CEFR	เกณฑ์การแปลความหมาย
0-30	A1	ระดับเริ่มต้น (สามารถใช้ประโยคง่ายๆ ได้)
31-50	A2	ระดับพื้นฐาน (สามารถเข้าใจประโยคและสำนวนที่ใช้บ่อยๆ)
51-70	B1	ระดับปานกลาง (สามารถรับมือกับสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้น)
71-90	B2	ระดับกลางสูง (สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพในบริบทที่หลากหลาย และมีความซับซ้อน)
91-100	C1	ระดับชำนาญการ (สามารถสื่อสารในการอภิปรายที่ซับซ้อนได้หลากหลายหัวข้อ มีทักษะการใช้ภาษาที่ลื่นไหล แม่นยำ และมีประสิทธิภาพสูง)

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อสอบวัดระดับความสามารถทางภาษาอังกฤษที่พัฒนาขึ้นโดยทีมอาจารย์ของคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์คะแนนผลการทดสอบวัดระดับความสามารถทางภาษาอังกฤษ (SPU-TEP)

(n=220)

คะแนนผลการทดสอบ	M	SD	แปลผล
คะแนนผลการทดสอบ SPU-TEP: ทักษะการฟัง	32.67	6.88	-
คะแนนผลการทดสอบ SPU-TEP: ทักษะการอ่าน	36.24	7.71	-
คะแนนรวม	68.90	13.01	ปานกลาง

จากตารางพบว่า ผลการทดสอบของนักศึกษาที่ทำข้อสอบวัดระดับความสามารถทางภาษาอังกฤษ (SPU-TEP) จำนวน 100 ข้อ จำนวน 220 คน พบว่า ค่าเฉลี่ยผลการทดสอบวัดระดับความสามารถทางภาษาอังกฤษ (SPU-TEP) อยู่ในเกณฑ์ระดับปานกลาง ($M = 68.90$, $SD = 13.01$) ทั้งนี้ ค่าเฉลี่ยผลการทดสอบทักษะการฟัง เท่ากับ 32.67 ($M = 32.67$, $SD = 6.88$) ส่วนค่าเฉลี่ยผลการทดสอบทักษะการอ่านเท่ากับ 36.24 ($M = 36.24$, $SD = 7.71$)

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ระดับความสามารถทางภาษาอังกฤษเทียบกับ CEFR (n=220)

ระดับ CEFR	ความหมาย	จำนวน	ร้อยละ
A1	0-30 (Basic User)	2	0.82
A2	31-50 (Basic User)	16	6.58
B1	51-70 (Independent User)	91	37.40
B2	71-90 (Independent User)	104	42.80
C1	91-100 (Advanced User)	7	2.88
รวม		220	100.00

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์พบว่าผลคะแนนของนักศึกษาเมื่อทำการเทียบกับระดับ The Common European Framework of Reference for Languages (CEFR) ส่วนใหญ่อยู่ในระดับ B2 (ร้อยละ 42.80) รองลงมา คือ ระดับ B1 (ร้อยละ 37.40) ระดับ A2 (ร้อยละ 6.58) และระดับ A1 (ร้อยละ 0.82) ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความยากง่ายและอำนาจจำแนกของแบบทดสอบความสามารถทางภาษาอังกฤษ (SPU-TEP)

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ระดับความยากง่ายและอำนาจจำแนกของแบบทดสอบความสามารถทางภาษาอังกฤษ ของมหาวิทยาลัยศรีปทุม: แบบทดสอบการฟัง (Listening Test)

Test Item	Difficulty (P)	Interpretation	P_T	P_L	Discrimination (D)	Interpretation
1	0.85	ง่ายมาก	0.96	0.66	0.30	อำนาจจำแนกดี
2	0.13	ยากมาก	0.11	0.21	-0.10	อำนาจจำแนกไม่ดี
3	0.80	ค่อนข้างง่าย	0.98	0.49	0.49	อำนาจจำแนกดีมาก
4	0.73	ค่อนข้างง่าย	0.96	0.36	0.6	อำนาจจำแนกดีมาก
5	0.92	ง่ายมาก	1	0.74	0.26	อำนาจจำแนกน้อย
6	0.89	ง่ายมาก	1	0.72	0.28	อำนาจจำแนกน้อย
7	0.65	ค่อนข้างง่าย	0.89	0.38	0.51	อำนาจจำแนกดีมาก
8	0.46	ยากง่ายปานกลาง	0.87	0.15	0.72	อำนาจจำแนกดีมาก
9	0.32	ค่อนข้างยาก	0.7	0.11	0.59	อำนาจจำแนกดีมาก
10	0.79	ค่อนข้างง่าย	0.96	0.66	0.30	อำนาจจำแนกดี
11	0.89	ง่ายมาก	0.98	0.68	0.30	อำนาจจำแนกดี

Test Item	Difficulty (P)	Interpretation	P_T	P_L	Discrimination (D)	Interpretation
12	0.89	ง่ายมาก	0.98	0.7	0.28	อำนาจจำแนกน้อย
13	0.86	ง่ายมาก	0.96	0.6	0.36	อำนาจจำแนกดี
14	0.84	ง่ายมาก	0.96	0.62	0.34	อำนาจจำแนกดี
15	0.98	ง่ายมาก	1	0.91	0.09	อำนาจจำแนกไม่ดี
16	0.95	ง่ายมาก	1	0.83	0.17	อำนาจจำแนกไม่ดี
17	0.93	ง่ายมาก	1	0.74	0.26	อำนาจจำแนกน้อย
18	0.93	ง่ายมาก	1	0.74	0.26	อำนาจจำแนกน้อย
19	0.88	ง่ายมาก	0.98	0.6	0.38	อำนาจจำแนกดี
20	0.91	ง่ายมาก	1	0.72	0.28	อำนาจจำแนกน้อย
21	0.35	ค่อนข้างยาก	0.59	0.19	0.4	อำนาจจำแนกดีมาก
22	0.75	ค่อนข้างง่าย	0.89	0.49	0.4	อำนาจจำแนกดีมาก
23	0.39	ค่อนข้างยาก	0.7	0.15	0.55	อำนาจจำแนกดีมาก
24	0.30	ค่อนข้างยาก	0.43	0.32	0.11	อำนาจจำแนกไม่ดี
25	0.55	ยากง่ายปานกลาง	0.85	0.28	0.57	อำนาจจำแนกดีมาก
26	0.49	ยากง่ายปานกลาง	0.67	0.17	0.5	อำนาจจำแนกดีมาก
27	0.75	ค่อนข้างง่าย	0.96	0.32	0.64	อำนาจจำแนกดีมาก
28	0.43	ยากง่ายปานกลาง	0.56	0.38	0.18	อำนาจจำแนกไม่ดี
29	0.71	ค่อนข้างง่าย	0.87	0.45	0.42	อำนาจจำแนกดีมาก
30	0.38	ค่อนข้างยาก	0.83	0.13	0.7	อำนาจจำแนกดีมาก
31	0.76	ค่อนข้างง่าย	1	0.57	0.43	อำนาจจำแนกดีมาก
32	0.18	ยากมาก	0.31	0.19	0.12	อำนาจจำแนกไม่ดี
33	0.83	ง่ายมาก	0.96	0.6	0.36	อำนาจจำแนกดี
34	0.22	ค่อนข้างยาก	0.3	0.23	0.07	อำนาจจำแนกไม่ดี
35	0.42	ยากง่ายปานกลาง	0.78	0.19	0.59	อำนาจจำแนกดีมาก
36	0.85	ง่ายมาก	0.98	0.53	0.45	อำนาจจำแนกดีมาก
37	0.63	ค่อนข้างง่าย	0.94	0.32	0.62	อำนาจจำแนกดีมาก
38	0.75	ค่อนข้างง่าย	0.96	0.43	0.53	อำนาจจำแนกดีมาก
39	0.91	ง่ายมาก	0.98	0.68	0.30	อำนาจจำแนกดี
40	0.88	ง่ายมาก	1	0.49	0.51	อำนาจจำแนกดีมาก
41	0.08	ยากมาก	0.09	0.11	-0.02	อำนาจจำแนกไม่ดี
42	0.66	ค่อนข้างง่าย	0.89	0.47	0.42	อำนาจจำแนกดีมาก
43	0.93	ง่ายมาก	1	0.81	0.19	อำนาจจำแนกไม่ดี
44	0.79	ค่อนข้างง่าย	0.93	0.53	0.40	อำนาจจำแนกดีมาก

Test Item	Difficulty (P)	Interpretation	P _T	P _L	Discrimination (D)	Interpretation
45	0.41	ยากง่ายปานกลาง	0.63	0.32	0.31	อำนาจจำแนกดี
46	0.76	ค่อนข้างง่าย	0.85	0.62	0.23	อำนาจจำแนกน้อย
47	0.81	ง่ายมาก	0.98	0.55	0.43	อำนาจจำแนกดีมาก
48	0.31	ค่อนข้างยาก	0.59	0.23	0.36	อำนาจจำแนกดี
49	0.55	ยากง่ายปานกลาง	0.85	0.4	0.45	อำนาจจำแนกดีมาก
50	0.27	ค่อนข้างยาก	0.5	0.19	0.31	อำนาจจำแนกดี

โดยสรุป ผลการวิเคราะห์ค่าความยากง่ายของข้อสอบของแบบทดสอบการฟัง (Listening Test) พบว่าแบบทดสอบปรนัย มีจำนวนข้อทั้งหมด 50 ข้อ เมื่อพิจารณาคุณภาพรายข้อ สามารถแบ่งออกได้เป็น 5 กลุ่ม คือ (1) ข้อสอบง่ายมาก มีจำนวน 19 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 38 (2) ข้อสอบค่อนข้างง่าย มีจำนวน 13 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 26 (3) ข้อสอบยากง่ายปานกลาง มีจำนวน 7 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 14 (4) ข้อสอบค่อนข้างยาก จำนวน 8 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 16 และ (5) ข้อสอบยากมาก จำนวน 3 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 6 โดยค่าความยากง่ายของข้อสอบ (P) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.08-0.98 ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์ค่าความยากง่ายของข้อสอบที่มีค่าอยู่ระหว่าง 0.21 - 0.80 (ระดับที่เหมาะสมและยอมรับได้) จะถูกนำมาเก็บรวบรวมไว้ในคลังข้อสอบ (Test Bank) ต่อไป

ผลการวิเคราะห์อำนาจจำแนกของข้อสอบปรนัย จำนวน 50 ข้อ พบว่า ข้อสอบมีค่าอำนาจจำแนกอยู่ในระดับดีมาก จำนวน 23 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 46 มีค่าอำนาจจำแนกอยู่ในระดับดี จำนวน 11 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 22 มีค่าอำนาจจำแนกอยู่ในระดับน้อย จำนวน 7 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 14 และมีข้อที่ควรปรับปรุงหรือตัดทิ้ง จำนวน 9 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 18 ทั้งนี้ ค่าอำนาจจำแนกของข้อสอบ (D) มีค่าอยู่ระหว่าง -0.10 ถึง 0.72 ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์ค่าอำนาจจำแนกของข้อสอบที่พบว่ามีค่ามากกว่า 0.20 (ระดับที่เหมาะสมและยอมรับได้) จะถูกนำมาเก็บรวบรวมไว้ในคลังข้อสอบ (Test Bank) ต่อไป

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ระดับความยากง่ายและอำนาจจำแนกของแบบทดสอบความสามารถทางภาษาอังกฤษของมหาวิทยาลัยศรีปทุม: แบบทดสอบการอ่าน (Reading Test)

Test Item	Difficulty (P)	Interpretation	P _T	P _L	Discrimination (D)	Interpretation
1	0.71	ค่อนข้างง่าย	0.95	0.46	0.49	อำนาจจำแนกดีมาก
2	0.60	ยากง่ายปานกลาง	0.86	0.43	0.43	อำนาจจำแนกดีมาก
3	0.90	ง่ายมาก	1	0.7	0.3	อำนาจจำแนกดี
4	0.27	ค่อนข้างยาก	0.51	0.13	0.38	อำนาจจำแนกดี
5	0.95	ง่ายมาก	0.96	0.85	0.11	อำนาจจำแนกไม่ดี
6	0.92	ง่ายมาก	1	0.78	0.22	อำนาจจำแนกน้อย
7	0.75	ค่อนข้างง่าย	0.96	0.37	0.59	อำนาจจำแนกดีมาก
8	0.85	ง่ายมาก	0.95	0.65	0.3	อำนาจจำแนกดี
9	0.71	ค่อนข้างง่าย	0.84	0.5	0.34	อำนาจจำแนกดี

Test Item	Difficulty (P)	Interpretation	P _T	P _L	Discrimination (D)	Interpretation
10	0.78	ค่อนข้างง่าย	0.96	0.57	0.39	อำนาจจำแนกดี
11	0.78	ค่อนข้างง่าย	0.89	0.5	0.39	อำนาจจำแนกดี
12	0.92	ง่ายมาก	1	0.8	0.20	อำนาจจำแนกน้อย
13	0.54	ยากง่ายปานกลาง	0.74	0.28	0.46	อำนาจจำแนกดีมาก
14	0.94	ง่ายมาก	0.96	0.85	0.11	อำนาจจำแนกไม่ดี
15	0.73	ค่อนข้างง่าย	0.95	0.43	0.52	อำนาจจำแนกดีมาก
16	0.95	ง่ายมาก	0.98	0.85	0.13	อำนาจจำแนกไม่ดี
17	0.69	ค่อนข้างง่าย	0.7	0.5	0.20	อำนาจจำแนกน้อย
18	0.73	ค่อนข้างง่าย	0.82	0.46	0.36	อำนาจจำแนกดี
19	0.74	ค่อนข้างง่าย	0.91	0.5	0.41	อำนาจจำแนกดีมาก
20	0.94	ง่ายมาก	1	0.8	0.20	อำนาจจำแนกน้อย
21	0.91	ง่ายมาก	1	0.7	0.30	อำนาจจำแนกดี
22	0.73	ค่อนข้างง่าย	0.89	0.46	0.43	อำนาจจำแนกดีมาก
23	0.84	ง่ายมาก	0.98	0.5	0.48	อำนาจจำแนกดีมาก
24	0.86	ง่ายมาก	0.86	0.72	0.14	อำนาจจำแนกไม่ดี
25	0.56	ยากง่ายปานกลาง	0.91	0.24	0.67	อำนาจจำแนกดีมาก
26	0.80	ค่อนข้างง่าย	0.95	0.65	0.30	อำนาจจำแนกดี
27	0.84	ง่ายมาก	0.98	0.5	0.48	อำนาจจำแนกดีมาก
28	0.93	ง่ายมาก	1	0.8	0.20	อำนาจจำแนกพบน้อย
29	0.80	ค่อนข้างง่าย	0.96	0.43	0.53	อำนาจจำแนกดีมาก
30	0.80	ค่อนข้างง่าย	1	0.43	0.57	อำนาจจำแนกดีมาก
31	0.48	ยากง่ายปานกลาง	0.86	0.15	0.71	อำนาจจำแนกดีมาก
32	0.77	ค่อนข้างง่าย	1	0.39	0.61	อำนาจจำแนกดีมาก
33	0.58	ยากง่ายปานกลาง	0.89	0.28	0.61	อำนาจจำแนกดีมาก
34	0.53	ยากง่ายปานกลาง	0.91	0.2	0.71	อำนาจจำแนกดีมาก
35	0.49	ยากง่ายปานกลาง	0.51	0.35	0.16	อำนาจจำแนกไม่ดี
36	0.58	ยากง่ายปานกลาง	0.77	0.39	0.38	อำนาจจำแนกดี
37	0.81	ง่ายมาก	0.95	0.52	0.43	อำนาจจำแนกดีมาก
38	0.44	ยากง่ายปานกลาง	0.79	0.09	0.70	อำนาจจำแนกดีมาก
39	0.65	ค่อนข้างง่าย	0.95	0.35	0.60	อำนาจจำแนกดีมาก
40	0.59	ยากง่ายปานกลาง	0.89	0.2	0.69	อำนาจจำแนกดีมาก
41	0.80	ค่อนข้างง่าย	0.95	0.48	0.47	อำนาจจำแนกดีมาก
42	0.55	ยากง่ายปานกลาง	0.79	0.28	0.51	อำนาจจำแนกดีมาก
43	0.74	ค่อนข้างง่าย	0.98	0.43	0.55	อำนาจจำแนกดีมาก

Test Item	Difficulty (P)	Interpretation	P _T	P _L	Discrimination (D)	Interpretation
44	0.48	ยากง่ายปานกลาง	0.74	0.22	0.52	อำนาจจำแนกดีมาก
45	0.68	ค่อนข้างง่าย	0.91	0.2	0.71	อำนาจจำแนกดีมาก
46	0.85	ง่ายมาก	0.96	0.63	0.33	อำนาจจำแนกดี
47	0.82	ง่ายมาก	0.95	0.78	0.17	อำนาจจำแนกไม่ดี
48	0.77	ค่อนข้างง่าย	0.95	0.48	0.47	อำนาจจำแนกดีมาก
49	0.77	ค่อนข้างง่าย	0.96	0.54	0.42	อำนาจจำแนกดีมาก
50	0.31	ค่อนข้างยาก	0.6	0.11	0.49	อำนาจจำแนกดีมาก

โดยสรุป ผลการวิเคราะห์ค่าความยากง่ายของข้อสอบของแบบทดสอบการฟัง (Listening Test) พบว่า เมื่อพิจารณาคุณภาพเป็นรายข้อ สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ (1) ข้อสอบง่ายมาก มีจำนวน 16 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 32 (2) ข้อสอบค่อนข้างง่าย มีจำนวน 20 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 40 (3) ข้อสอบยากง่ายปานกลาง มีจำนวน 12 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 24 และ (4) ข้อสอบค่อนข้างยาก จำนวน 2 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 4 โดยค่าความยากง่ายของข้อสอบอยู่ในช่วง 0.27 ถึง 0.95 โดยมีค่าความยากง่ายของข้อสอบมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างง่าย ($p = .72$) ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์ค่าความยากง่ายของข้อสอบที่อยู่ระหว่าง 0.21 ถึง 0.80 ซึ่งอยู่ในระดับที่เหมาะสมและยอมรับได้ จะถูกนำมาเก็บรวบรวมไว้ในคลังข้อสอบ (Test Bank) ต่อไป

การวิเคราะห์อำนาจจำแนกของข้อสอบ ผลการวิเคราะห์ พบว่า ข้อสอบปรนัยจำนวน 50 ข้อ มีค่าอำนาจจำแนกดีมาก จำนวน 28 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 56 ค่าอำนาจจำแนกดี จำนวน 11 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 22 ค่าอำนาจจำแนกน้อย จำนวน 5 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 10 และข้อที่ควรปรับปรุงหรือตัดทิ้ง จำนวน 6 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 12 ทั้งนี้ ค่าอำนาจจำแนกของข้อสอบมีค่าอยู่ระหว่าง 0.11 ถึง 0.71 ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์ค่าอำนาจจำแนกที่มีค่ามากกว่า 0.20 (ระดับที่เหมาะสมและยอมรับได้) จะถูกนำมาเก็บรวบรวมไว้ในคลังข้อสอบ (Test Bank) ต่อไป

โดยสรุป ผลการวิเคราะห์ข้อสอบวัดระดับความสามารถทางภาษาอังกฤษของนักศึกษาระดับอุดมศึกษา สามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพข้อสอบให้ดียิ่งขึ้น ทั้งในด้านการปรับปรุงคำถามและตัวเลือกเพื่อให้เหมาะสมกับระดับความยากง่าย การปรับปรุงหรือตัดข้อสอบเพื่อเพิ่มค่าอำนาจจำแนก การปรับโครงสร้างและเนื้อหา ตลอดจนการเพิ่มรูปแบบการฟังและคำถามที่เน้นการวิเคราะห์และสรุปความ นอกจากนี้ ควรมีการอบรมอาจารย์ผู้ออกข้อสอบอย่างต่อเนื่องให้สามารถจัดทำข้อสอบตามกรอบ CEFR เพื่อยกระดับคุณภาพของข้อสอบโดยรวม

อภิปรายผล

1. ผลการวิเคราะห์คะแนนแบบทดสอบความสามารถทางภาษาอังกฤษ มหาวิทยาลัยศรีปทุม (SPU-TEP) ของนักศึกษาจากนักศึกษาชั้นปีที่ 2 และ 4 ที่ลงทะเบียนรายวิชาภาษาอังกฤษ EBC323 – ภาษาอังกฤษสำหรับงานบริการลูกค้า (English for Customer Services) ในภาคการศึกษา 1/2566 ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ทักษะ ได้แก่ การฟัง (Listening) และการอ่าน (Reading) พบว่าคะแนนเฉลี่ยของทักษะการฟังอยู่ในระดับปานกลาง ($M = 32.7$, $SD = 6.79$) และการอ่านก็อยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน ($M = 36.00$, $SD = 7.90$) โดยเมื่อเทียบผลคะแนนรวมกับกรอบ CEFR พบว่า นักศึกษาอยู่ในระดับ B2 (42.8%), B1 (37.4%), A2 (6.58%), C1 (2.88%), และ A1 (1.23%) ข้อมูลนี้สะท้อน

ให้เห็นว่ากลุ่มนักศึกษาส่วนใหญ่ยังไม่สามารถผ่านเกณฑ์ระดับ B2 ได้ในสัดส่วนเกินครึ่ง ทั้งที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีประสบการณ์การเรียนรู้ภาษาอังกฤษมาหลายรายวิชา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Weir (2005) และ Alderson (2005) ที่ชี้ว่าการประเมินความสามารถทางภาษาควรสะท้อนผลลัพธ์ของการเรียนรู้ตามระดับที่เหมาะสม หากผลคะแนนโดยรวมยังไม่ถึงระดับเป้าหมาย ย่อมสะท้อนถึงข้อจำกัดเชิงหลักสูตร การจัดการเรียนการสอน หรือวิธีการวัดผล อย่างไรก็ตาม การกำหนดช่วงคะแนนตัดสินผลสอบ SPU-TEP ที่ใช้เทียบกับ CEFR อาจส่งผลต่อความตรงเชิงโครงสร้างของการตีความคะแนน (Construct validity) และอาจทำให้ผลสอบสะท้อนความสามารถทางภาษาอังกฤษของนักศึกษาได้ไม่สมบูรณ์ ทั้งนี้ ต้องคำนึงถึงแง่มุมด้านผลลัพธ์ของความตรงเชิงโครงสร้าง โดยเฉพาะการกำหนดช่วงคะแนนตัดสิน (Cut-off scores) ซึ่งไม่เที่ยงตรง (Invalidity) อาจเกิดจากทั้งกระบวนการกำหนดคะแนนและผลลัพธ์ที่ตามมา (Messick, 1980; Messick, 1989)

2. ผลการวิเคราะห์ความยากง่ายและอำนาจจำแนกของแบบทดสอบความสามารถทางภาษาอังกฤษที่พัฒนาโดยทีมอาจารย์คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม การวิเคราะห์เชิงเทคนิคของข้อสอบรายข้อโดยใช้ค่าความยากง่าย (p) และค่าอำนาจจำแนก (Discrimination Index: D) พบว่า ทักษะการฟัง ค่า p อยู่ระหว่าง 0.08–0.98 และ D อยู่ระหว่าง -0.10–0.72 ส่วนทักษะการอ่าน ค่า p อยู่ระหว่าง 0.27–0.95 และ D อยู่ระหว่าง 0.11–0.71 ทั้งนี้ ข้อสอบทั้ง 100 ข้อถูกจัดกลุ่มคุณภาพออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ (1) ข้อสอบที่ได้คุณภาพ: การฟัง 34 ข้อ (68%) และการอ่าน 39 ข้อ (78%) โดยมี D อยู่ระหว่าง 0.30–0.72 ซึ่งอยู่ในระดับ “ดี” ตามเกณฑ์ของ Ebel และ Frisbie (1991) (2) ข้อสอบที่ควรปรับปรุง: การฟัง 7 ข้อ (14%) และการอ่าน 5 ข้อ (10%) มี D อยู่ระหว่าง 0.20–0.28 ซึ่งถือว่าพอใช้ได้ แต่ควรปรับปรุงเพื่อเพิ่มความแม่นยำในการวัด และ (3) ข้อสอบที่ควรตัดทิ้ง: การฟัง 9 ข้อ (18%) และการอ่าน 6 ข้อ (12%) ที่มี D ต่ำกว่า 0.20 หรือติดลบ ซึ่งแสดงว่าข้อสอบไม่สามารถแยกความแตกต่างของความสามารถผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Haladyna & Rodriguez, 2013) ค่าเฉลี่ยโดยรวมของข้อสอบฟัง ($p = 0.654$, $D = 0.364$) และอ่าน ($p = 0.723$, $D = 0.417$) อยู่ในเกณฑ์ “ค่อนข้างง่าย” แต่มีค่าอำนาจจำแนกอยู่ในระดับ “ดีถึงดีมาก” ซึ่งถือว่าเป็นเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Nitko, 2001) และสามารถนำไปจัดเก็บในคลังข้อสอบเพื่อใช้ซ้ำหรือปรับใช้ในการประเมินผลในอนาคต จากที่ทีมผู้พัฒนาแบบทดสอบทำการวิเคราะห์ข้อสอบรายข้อ พบว่าข้อสอบที่ไม่ผ่านเกณฑ์เกิดจาก 4 ปัจจัยหลัก คือ (1) ข้อคำถามเน้นเพียงความจำ ความเข้าใจ ไม่ได้เน้นการคิดวิเคราะห์และการสรุปความมากพอ (2) ภาษาที่ยากและง่ายเกินไป และ (3) ตัวเลือกที่ยังไม่สมดุล

3. แนวทางการปรับปรุงข้อสอบวัดระดับความสามารถทางภาษาอังกฤษของนักศึกษา ระดับอุดมศึกษา จากผลการวิจัยดังกล่าว คณะผู้วิจัยเสนอแนวทางการพัฒนาข้อสอบ SPU-TEP ได้แก่ (1) พัฒนาโครงสร้างข้อสอบและเนื้อหาให้หลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะในส่วนของการฟัง ควรมีบทสนทนา บทพูดจากแหล่งต่างๆ ที่สอดคล้องกับระดับภาษา CEFR เพื่อเพิ่มความสามารถในการวัดทักษะในบริบทที่หลากหลาย (Council of Europe, 2001) (2) เพิ่มข้อคำถามที่เน้นการคิดวิเคราะห์และการสรุปความ ตามลำดับขั้นใน Bloom’s Taxonomy (Krathwohl, 2002) ซึ่งช่วยยกระดับข้อสอบจากเพียงการทดสอบความจำไปสู่การวัดความเข้าใจและการประยุกต์ใช้ และ (3) จัดอบรมอาจารย์อย่างสม่ำเสมอ เพื่อพัฒนาแนวทางการออกข้อสอบที่อิงตามมาตรฐาน CEFR โดยเน้นหลักการออกข้อสอบที่มีคุณภาพสูง มีความชัดเจนของตัวเลือก และมีประสิทธิภาพในการวัดผลตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ (Haladyna & Downing, 1989) ข้อเสนอเหล่านี้มีเป้าหมายเพื่อยกระดับคุณภาพการวัดผลทางภาษาของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาอย่างยั่งยืน และเป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาทั้งคลังข้อสอบ การประเมินผล และคุณภาพการจัดการเรียนการสอน

ของมหาวิทยาลัย นอกจากนี้ จากการวิเคราะห์พบว่าข้อสอบ SPU-TEP ที่พัฒนาขึ้นมีคุณภาพในระดับที่น่าพึงพอใจ ทั้งในแง่ของค่าความยากและค่าความจำแนก ข้อสอบสามารถใช้เป็นเครื่องมือวัดความสามารถทางภาษาอังกฤษของนักศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม ควรมีการปรับปรุงบางส่วน เช่น การเพิ่มจำนวนข้อสอบที่มีค่าความจำแนกสูงกว่า 0.40 เพื่อเพิ่มคุณภาพของแบบทดสอบ (Kline, 2015)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

- 1.1 จัดเก็บข้อสอบที่มีคุณภาพไว้ในคลังข้อสอบ (Test Bank) เพื่อใช้ซ้ำและพัฒนาต่อยอดในการสอบครั้งถัดไป โดยเน้นข้อที่มีค่าอำนาจจำแนกสูง ($D > 0.30$)
- 1.2 ออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้เสริม สำหรับนักศึกษาที่ได้คะแนนต่ำกว่าเกณฑ์ B2 ตาม CEFR โดยใช้ผลคะแนนสอบเป็นเครื่องมือวางแผนการสอนรายบุคคล (Personalized learning)
- 1.3 อบรมอาจารย์ผู้สร้างข้อสอบอย่างต่อเนื่อง ในการเขียนข้อสอบที่สอดคล้องกับกรอบ CEFR และหลักการสร้างข้อสอบมาตรฐาน เพื่อยกระดับคุณภาพข้อสอบในระยะยาว

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 2.1 เปรียบเทียบผลสอบ SPU-TEP กับข้อสอบมาตรฐานสากล (เช่น TOEIC, IELTS) เพื่อประเมินความสอดคล้องและความน่าเชื่อถือของข้อสอบที่พัฒนาเอง
- 2.2 ขยายกลุ่มตัวอย่างไปยังนักศึกษาต่างคณะหรือวิทยาเขตอื่น เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างเชิงสถิติในทักษะภาษาอังกฤษของนักศึกษาต่างกลุ่ม
- 2.3 ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผลสอบ SPU-TEP กับผลสัมฤทธิ์ทางวิชาการ เพื่อประเมิน Predictive Validity ของข้อสอบต่อการเรียนรู้ในรายวิชาต่างๆ

เอกสารอ้างอิง

- Alderson, J. C. (2005). *Diagnosing Foreign Language Proficiency: The Interface Between Learning and Assessment*. Continuum.
- Brown, J. D. (2014). *Testing in Language Programs*. McGraw-Hill.
- Commission on Higher Education Standards. (2024). *Announcement of the Commission on Higher Education Standards: Policy on Raising English Proficiency Standards in Higher Education Institutions*. Ministry of Higher Education, Science, Research, and Innovation (MHESI), Thailand. (in Thai)
- Committee for Advancing English Proficiency Standards. (2024). *Guidelines for Raising English Proficiency Standards of Students*. Bangkok: Sripatum University. (in Thai)
- Council of Europe. (2020). *Common European Framework of Reference for Languages: Learning, teaching, assessment – Companion volume*. [Online]. Retrieved from: <https://www.coe.int/en/web/common-european-framework-reference-languages>

- Council of Europe. (2001). *Common European Framework of Reference for Languages: Learning, Teaching, Assessment*. Cambridge University Press.
- Ebel, R. L., & Frisbie, D. A. (1991). *Essentials of Educational Measurement*. (5th ed.). Prentice Hall.
- English Language Standards Enhancement Steering Committee. (2024). *Minutes of the 3rd meeting held on January 18, 2024*. Sripatum University. (in Thai)
- Fulcher, G., & Davidson, F. (2007). *Language testing and assessment: An advanced resource book*. Routledge.
- Haladyna, T. M., & Downing, S. M. (1989). Validity of a taxonomy of multiple-choice item-writing rules. *Applied Measurement in Education*, 2(1), 51–78.
- Kline, P. (2015). *A Handbook of Test Construction: Introduction to Psychometric Design*. Routledge.
- Kirkpatrick, A. (2012). *English as an international language in Asia: Implications for language education*. Springer.
- Krathwohl, D. R. (2002). A revision of Bloom's taxonomy: An overview. *Theory into Practice*, 41(4), 212–218.
- Messick, S. (1980). Test validity and the ethics of assessment. *American Psychologist*, 35, 1012–1027.
- Messick, S. (1989). Validity. In R.L. Linn (Ed.), *Educational measurement* (3rd ed., pp. 13-103). New York, NY: Macmillan.
- Nitko, A. J. (2001). *Educational Assessment of Students*. 3rd ed. Merrill/Prentice Hall.
- Office of the Higher Education Standards Committee. (2024). *Announcement of the Higher Education Standards Committee on the policy for enhancing English language standards in higher education institutions*. Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation. (in Thai)
- Office of the Higher Education Commission. (2019). *National English proficiency development policy*. Bangkok: OHEC.
- Sripatum University. (2025). *Draft Mapping of SPU-TEP English Proficiency Test Results to the CEFR Framework*. Bangkok: School of Liberal Arts, Sripatum University.
- Sripatum University. (2024). *Strategic plan for student development of Sripatum University (2024–2028)*. Sripatum University. (in Thai)
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2019). *Using Multivariate Statistics*. 7th ed. Pearson.
- Weir, C. J. (2005). *Language Testing and Validation: An Evidence-Based Approach*. Palgrave Macmillan.

อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจที่มีต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว ในการใช้บริการรถสาธารณะในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

พนิดา นิลอรุณ^{1,*}, ภาวิณัฏฐา เจริญบุญ², พาโชค เลิศอัศวภัทร³, สุวิตา พงกษอาภรณ์⁴,
สุตารัตน์ ชีราพฤกษ์⁵

^{1,3,4,5} วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

² สาขาวิชาสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาเขตกาญจนบุรี

Received: 8 July 2025

Revised: 27 July 2025

Accepted: 7 August 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจ และความภักดีของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการรถสาธารณะในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 2) วิเคราะห์อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจที่มีต่อความภักดี และ 3) สร้างแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุเพื่อพยากรณ์ความภักดี โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวที่เคยใช้บริการรถสาธารณะในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 300 คน ด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า 1) ตัวแปรความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมมากที่สุด คือ 3.87 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน คือ 0.942 2) ตัวแปรคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรความพึงพอใจและมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อความภักดีผ่านตัวแปรความพึงพอใจ 3) แบบจำลองความสัมพันธ์ที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อย่างสมบูรณ์ มีดัชนีความกลมกลืน ดังนี้ CMIN/df = 2.267, GFI = 0.962, NFI = 0.959, RFI = 0.939, IFI = 0.977, TLI = 0.965, CFI = 0.977 และ RMSEA = 0.065 ซึ่งผลการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะให้มีคุณภาพตอบสนองความคาดหวังของนักท่องเที่ยวและส่งเสริมความภักดีในการใช้บริการซ้ำ

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจ ความภักดี

*ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: panida.ni@ssru.ac.th

Influences of Service Quality and Satisfaction affecting the Loyalty among Tourist of Public Transport in Prachuapkhirikhan

Panida Ninaroon^{1,*}, Pawintana Charoenboon², Pachoke Lert-asavapatra³,
Suwita Pruksaarporn⁴, Sudarat Chirapruk⁵

^{1,3,4,5}College of Innovation and Management, Suan Sunandha Rajabhat University

²School of Interdisciplinary Studies, Mahidol University Kanchanaburi Campus

Received: 8 July 2025

Revised: 27 July 2025

Accepted: 7 August 2025

Abstract

This research aimed to 1) examine the levels of service quality, satisfaction, and loyalty among tourists using public transportation in Prachuap Khiri Khan province; (2) analyze the influence of service quality and satisfaction on loyalty; and 3) develop a causal relationship model to predict loyalty. A questionnaire was administered to 300 tourists who had previously used public transportation services in the province. Data were analyzed using structural equation modeling (SEM). The findings revealed that 1) satisfaction has the highest overall average of 3.87 with a standard deviation of 0.942 2) service quality had a direct influence on satisfaction and both direct and indirect influences on loyalty through satisfaction and 3) the created structural model matched the actual data (perfect fit), with the following fit scores CMIN/df = 2.267, GFI = 0.962, NFI = 0.959, RFI = 0.939, IFI = 0.977, TLI = 0.965, CFI = 0.977, and RMSEA = 0.065. The results suggest that the proposed model can serve as a practical framework for improving public transportation systems to tourist expectations and enhanced loyalty.

Keywords: Service Quality, Satisfaction, Loyalty

*Corresponding Author; E-mail: panida.ni@ssru.ac.th

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ระบบขนส่งสาธารณะในประเทศควรมีคุณภาพดี ได้มาตรฐาน และไม่ว่าบุคคลใดจะอยู่ที่ใดของประเทศ ควรสามารถเข้าถึงบริการได้ง่าย สะดวก โดยที่รัฐบาลต้องเห็นความสำคัญพิจารณาอุดหนุนขนส่งสาธารณะเพิ่มขึ้น (Thailand Consumer Council, 2022) โดยความสำคัญของระบบขนส่งสาธารณะที่มีประสิทธิภาพเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยกระตุ้นให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวขยายตัว อีกทั้งยังเป็นปัจจัยสนับสนุนการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจในภาพรวมและเพิ่มขีดความสามารถของประเทศได้ด้วย ระบบขนส่งสาธารณะในเมืองหลักภูมิภาคจำเป็นต้องมีการกำหนดทิศทางของแนวทางการพัฒนาที่เหมาะสมเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติในระยะยาวที่ยั่งยืนและเกิดการบูรณาการร่วมกันระหว่างระบบขนส่งมวลชนประเภทต่าง ๆ (Lim and Atchara, 2020) ตามแผนพัฒนาของแต่ละภูมิภาค

แผนพัฒนาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2566-2570 ที่มีสาระสำคัญในการพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับระบบขนส่งสาธารณะ โดยมีด้านการท่องเที่ยวที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นจังหวัดที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวมากที่สุดในภาคกลาง ซึ่งมุ่งเน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ส่วนมิติด้านการค้าขายแดน มุ่งเน้นการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจด้านสิงขร ทั้งนี้มีเป้าประสงค์เพื่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยเน้นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันการท่องเที่ยว เกษตร อุตสาหกรรม และการค้าขายแดน อีกทั้งยังมียุทธศาสตร์ในสร้างความเป็นธรรมและการลดความเหลื่อมล้ำในสังคม ซึ่งมีเป้าหมายให้ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการที่มีคุณภาพของรัฐได้ (Strategy and Information for Provincial Development Prachuap Khiri Khan, 2023) โดยการสร้างชุมชนเข้มแข็ง (Community Building) ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้แก่ การปรับปรุงภูมิทัศน์ โครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภคเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของการท่องเที่ยวและสร้างความเข้มแข็งทางการตลาด เพื่อรองรับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (Mamak and Chairatana, 2023) ดังนั้น เห็นได้ว่า โครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภค โดยหมายรวมถึงระบบขนส่งสาธารณะจึงเป็นหมวดหมู่สำคัญในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการอันจะส่งผลไปสู่ความพึงพอใจและความภักดีของนักท่องเที่ยวได้

การจัดการคุณภาพการให้บริการในมิติของการให้บริการสาธารณะต้องคำนึงถึงความสัมพันธ์ระหว่างการวางแผน การจัดองค์กร และการให้บริการที่ประชาชนสามารถเข้าถึงได้อย่างเท่าเทียม โดยคุณภาพการให้บริการมีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างความเชื่อมั่นและความพึงพอใจของประชาชน อีกทั้งยังเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดศักยภาพโดยรวมของการคมนาคมขนส่งในพื้นที่ ซึ่งการบริหารจัดการคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลเชิงบวกกับระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการจัดการคุณภาพที่มีประสิทธิภาพ (Khawdee, Saenmueang, and Mongkhonmaphai, 2020)

จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่า การพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะให้มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคสามารถส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของประชาชนและรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้หลากหลายรูปแบบขึ้น อีกทั้งการขนส่งสาธารณะมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศอย่างยิ่งทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคม ดังนั้นการมีระบบขนส่งสาธารณะที่ดีมีรูปแบบการเดินทางที่หลากหลาย สะดวก และมีราคาที่เหมาะสม อีกทั้งยังมีส่วนช่วยในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว ซึ่งก็จะส่งผลให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยเติบโตมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจและความภักดีของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการรถสาธารณะในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการรถสาธารณะในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
3. เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและพยากรณ์ระดับความภักดีของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการรถสาธารณะในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดด้านคุณภาพการให้บริการ (Service quality)

คุณภาพการให้บริการถือเป็นแนวคิดสำคัญที่มีบทบาทสำคัญต่อศักยภาพการให้บริการของระบบขนส่งสาธารณะ โดยเฉพาะในบริบทของการพัฒนาการคมนาคมในระดับจังหวัด ทั้งนี้แนวคิดคุณภาพการให้บริการมุ่งเน้นความสำคัญของการตอบสนองต่อความต้องการ ความพึงพอใจ และประสบการณ์ของผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ

Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1985) ได้มีการอธิบายองค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการไว้ใน 10 มิติสำคัญ โดยประกอบด้วย ลักษณะทางกายภาพ (Tangibles) ความเชื่อมั่นในการบริการ (Reliability) การตอบสนอง (Responsiveness) การสื่อสาร (Communication) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ความปลอดภัย (Security) สมรรถนะ (Competency) มารยาท (Courtesy) การเข้าใจลูกค้า (Understanding/Knowing Customer) และการเข้าถึง (Access) จากนั้นได้ใช้พื้นฐานองค์ประกอบในการปรับปรุงแนวคิดดังกล่าว โดย Parasuraman, Zeithaml and Berry (1988) ได้พัฒนาเป็นแนวคิด SERVQUAL คุณภาพการให้บริการโดยวัดจากคุณภาพการให้บริการจริงในมิติต่างๆ กับความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ซึ่งครอบคลุม 5 มิติ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ ความเอาใจใส่ ลักษณะทางกายภาพ ความมั่นใจในการบริการ และการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ทั้งนี้ได้มีนักวิจัยจำนวนมากนำตัวแปรเหล่านี้ไปประยุกต์ใช้และทดสอบในหลากหลายบริบท ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจค้าปลีก ร้านอาหาร โรงแรม บริการด้านโลจิสติกส์ สถานศึกษา รวมถึงโรงพยาบาล โดยผลการศึกษาในหลายกรณี ซึ่งส่วนมากพบว่า ตัวแปรดังกล่าวมีอิทธิพลต่อการกำหนดคุณภาพการให้บริการ และมีความเชื่อมโยงที่ชัดเจนกับความพึงพอใจและการรับรู้ของผู้ใช้บริการในแต่ละประเภทธุรกิจ (Aagja and Garg, 2010)

การให้บริการที่มีคุณภาพจึงหมายถึงการลดช่องว่างระหว่างสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังและสิ่งที่ได้รับจริงให้น้อยที่สุด (Laoketkarn, 2022) ทั้งนี้ Grönroos (1984) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการประกอบด้วยคุณภาพด้านการดำเนินงาน (functional quality) ที่เกี่ยวกับวิธีการให้บริการ และคุณภาพด้านเทคนิค (technical quality) ที่เกี่ยวกับสิ่งที่ผู้ใช้บริการ อีกทั้งความสำคัญของการรับรู้และความคาดหวังของผู้โดยสารต่อคุณภาพการให้บริการ โดยชี้ให้เห็นว่าปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ความตรงต่อเวลา ความสะดวกสบาย และพฤติกรรมของพนักงานล้วนมีผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสาร (Teerapattrakul, 2022)

ดังนั้นคุณภาพการให้บริการในระบบขนส่งสาธารณะมุ่งเน้นปัจจัยด้านบุคลากร ระบบและโครงสร้างพื้นฐาน มาตรฐานด้านความปลอดภัย และกระบวนการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนาศักยภาพขนส่งสาธารณะโดยคำนึงปัจจัยดังกล่าวจึงใช้เป็นกรอบแนวคิดในการพัฒนาระบบบริการที่ตอบ

โจทย์ความต้องการและความคาดหวังของประชาชน อีกทั้งยังสามารถเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและความยั่งยืนของระบบขนส่งสาธารณะในระยะยาว

แนวคิดด้านความพึงพอใจ (Satisfaction)

แนวคิดด้านความพึงพอใจในบริบทของการขนส่งสาธารณะ หมายถึง การประเมินของผู้ใช้บริการว่าบริการที่ได้รับตรงกับความต้องการหรือไม่ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้โดยสารที่มีโอกาสเปลี่ยนมาใช้ระบบขนส่งสาธารณะ ความพึงพอใจถือเป็นตัวแปรสำคัญที่มีบทบาทเป็นตัวกลางระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการกับพฤติกรรมการใช้บริการในอนาคต กล่าวคือ หากผู้โดยสารรับรู้ว่าคุณภาพบริการ เช่น ความตรงต่อเวลาของรถ ความถี่ที่เหมาะสม การให้ข้อมูลที่ชัดเจน และความสามารถในการเชื่อมต่อการเดินทางรูปแบบอื่นได้สะดวกซึ่งจะนำไปสู่ความพึงพอใจ และทำให้เกิดความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำหรือแนะนำผู้อื่นให้ใช้บริการ

จากการศึกษาของ De Oña (2022) พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้รถยนต์ส่วนตัวที่เคยมีประสบการณ์ในการใช้ขนส่งสาธารณะส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจในการเปลี่ยนมาใช้บริการขนส่งสาธารณะมากขึ้น โดยปัจจัยด้านความพึงพอใจเหล่านั้น ได้แก่ ความตรงต่อเวลา ความถี่ของรถ และความสะดวกในการเปลี่ยนรูปแบบการเดินทาง ซึ่งเป็นสิ่งที่กลุ่มนี้ให้ความสำคัญสูงและเป็นตัวกระตุ้นที่ดีในการสร้างความรู้สึกรับรู้ความพึงพอใจ นอกจากนี้ยังมีการศึกษาระบบขนส่งสาธารณะในฟิลิปปินส์ช่วงการระบาดของ COVID-19 โดยได้นำแบบจำลอง SERVQUAL มาศึกษาพร้อมกับมาตรการป้องกันโรค เช่น การเว้นระยะห่าง การสวมหน้ากาก และการจำกัดจำนวนผู้โดยสาร ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารมากที่สุด คือ การปฏิบัติตามมาตรการ COVID-19 รองลงมาคือความสะอาด ความปลอดภัย และความสุภาพของพนักงานขับรถ โดยผู้โดยสารรู้สึกมั่นใจและพึงพอใจหากเห็นว่ามีผู้จัดการด้านสุขอนามัยที่ดี ทั้งนี้ยังพบว่า สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ความสะอาด ความสบาย และรูปลักษณ์ของรถ ส่งผลอย่างยิ่งต่อความรู้สึกของผู้โดยสาร จึงแสดงให้เห็นว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการไม่ได้ขึ้นอยู่กับคุณภาพทางกายภาพเพียงอย่างเดียว แต่รวมถึงความรู้สึกปลอดภัยและการรับรู้ถึงการดูแลเอาใจใส่จากผู้ให้บริการด้วย (Chuenyindee et al., 2022)

ความพึงพอใจของลูกค้ามีบทบาทสำคัญต่อการสร้างความไว้วางใจระหว่างลูกค้ากับผู้ให้บริการ โดยความพึงพอใจมาจากคุณภาพการให้บริการและคุณธรรมของราคา หากลูกค้ารับรู้ว่าคุณภาพบริการ เช่น ความตรงต่อเวลา พนักงานมีมารยาท สิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ และความรวดเร็วในการให้บริการย่อมส่งผลให้เกิดความพึงพอใจ นอกจากนี้ ความรู้สึกว่าคุณค่าโดยสารมีความยุติธรรมไม่สูงเกินไปเมื่อเทียบกับบริการที่ได้รับ ซึ่งเป็นอีกปัจจัยสำคัญที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกพึงพอใจ จึงสะท้อนให้เห็นว่าความพึงพอใจมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อความไว้วางใจของลูกค้า โดยสามารถส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการในระยะยาว ดังนั้น การรักษามาตรฐานบริการและกำหนดราคาที่เหมาะสมจึงเป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้างความพึงพอใจและความเชื่อมั่นในใจลูกค้า (Setiawan et al., 2020)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจึงมีผลมาจากคุณภาพของการให้บริการ ซึ่งผู้ให้บริการจะพิจารณาจากหลายองค์ประกอบ เช่น ความตรงต่อเวลา ความปลอดภัย ความสะอาด ความสะดวกในการเข้าถึง และข้อมูลที่ชัดเจน หากผู้ให้บริการรับรู้ว่าคุณภาพของบริการอยู่ในระดับที่เหมาะสมจะส่งผลให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจต่อบริการนั้นๆ ดังนั้นคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลโดยตรงต่อระดับความพึงพอใจ ทั้งนี้ผู้ให้บริการได้รับประเมินจากประสบการณ์จริงที่ตนได้รับ จึงทำให้สะท้อนถึงความสำคัญของการพัฒนาและรักษามาตรฐานคุณภาพในการให้บริการ

แนวคิดด้านความภักดี (Loyalty)

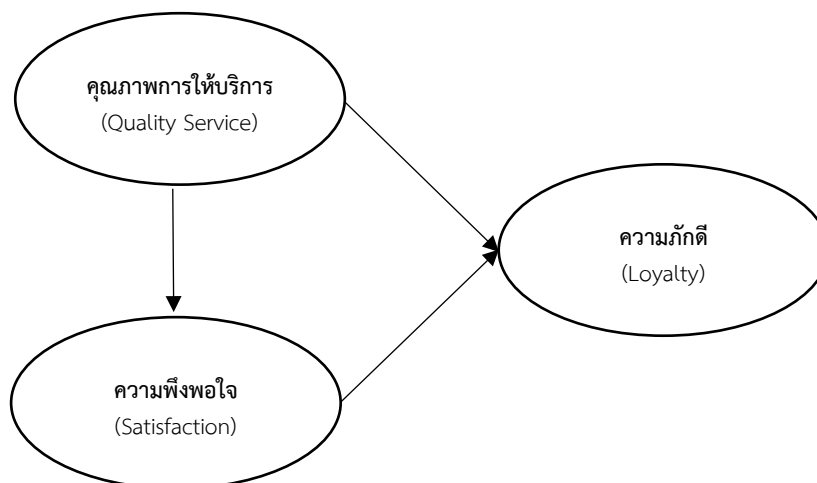
แนวคิดด้านความภักดี (Loyalty) หมายถึง ความตั้งใจของผู้โดยสารที่จะใช้บริการซ้ำและแนะนำผู้อื่นให้ใช้บริการ ซึ่งเกิดขึ้นจากรู้สึกเชื่อมั่นและพึงพอใจต่อบริการที่ได้รับ ซึ่งเชื่อมโยงกับความพึงพอใจที่เกิดจากคุณภาพการให้บริการและคุณค่าที่ผู้ใช้บริการรับรู้ โดยความภักดีมีทั้งด้านพฤติกรรม เช่น การใช้บริการซ้ำ และด้านทัศนคติ เช่น ความตั้งใจในการแนะนำบริการให้ผู้อื่น ดังนั้นความภักดีจึงไม่ใช่แค่การให้บริการอย่างต่อเนื่องเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการมีทัศนคติที่ดีและความเชื่อมั่นในบริการนั้นด้วย ซึ่งการสร้างภักดีจำเป็นต้องเริ่มจากการให้บริการที่มีคุณภาพ มีความสม่ำเสมอ และตอบสนองความคาดหวังของผู้ใช้บริการได้อย่างเหมาะสม ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจะนำไปสู่ความภักดี และช่วยลดความไม่พอใจหรือข้อร้องเรียนของผู้ใช้บริการในระยะยาว จึงกล่าวได้ว่าความภักดีเป็นผลลัพธ์ที่สำคัญของคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของลูกค้า (Ibrahim and Borhan, 2020)

ความภักดีในบริบทของการให้บริการขนส่งสาธารณะสะท้อนจากพฤติกรรมและความตั้งใจของผู้ใช้บริการที่ต้องการใช้บริการซ้ำอย่างต่อเนื่องและแนะนำผู้อื่นให้ใช้บริการ โดยมีพื้นฐานมาจากประสบการณ์ที่ดีและความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจากคุณภาพการให้บริการ โดยปัจจัยด้านคุณภาพของการให้บริการ เช่น ความสะดวกในการเข้าถึง ความตรงต่อเวลา ความปลอดภัย ความสะอาด และการให้ข้อมูลที่ชัดเจน มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจของผู้โดยสาร และเมื่อผู้โดยสารรู้สึกพึงพอใจ ก็เกิดความภักดีในรูปแบบของพฤติกรรม เช่น การเดินทางซ้ำเป็นประจำ หรือการบอกต่อให้คนรอบข้างมาใช้บริการด้วย ซึ่งความพึงพอใจมีบทบาทเป็นตัวกลางที่สำคัญระหว่างคุณภาพบริการกับความภักดี ซึ่งแสดงให้เห็นว่า หากต้องการสร้างความภักดีอย่างยั่งยืน ต้องเริ่มจากการพัฒนาคุณภาพของบริการอย่างรอบด้าน โดยเฉพาะในแง่ของประสบการณ์การเดินทางที่ตอบสนองความคาดหวังของผู้โดยสาร (Sheikh Muhamad Hizam et al., 2021)

สรุปได้ว่า ความภักดีของผู้ใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะเกิดขึ้นจากการที่ผู้โดยสารได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการให้บริการ ซึ่งเริ่มต้นจากการรับรู้ถึงคุณภาพของบริการ เช่น ความตรงต่อเวลา ความปลอดภัย ความสะอาด และความสะดวก เมื่อผู้โดยสารประเมินว่าบริการเหล่านี้ตรงกับความต้องการหรือเหนือกว่าที่คาดหวังจะส่งผลไปยังความพึงพอใจและความภักดี นอกจากนั้นยังพบว่าความพึงพอใจอาจจะเป็นตัวกลางระหว่างคุณภาพการให้บริการและความภักดี โดยเมื่อผู้ใช้บริการรับรู้ถึงคุณภาพการให้บริการและเกิดความรู้สึกพึงพอใจ ผู้ใช้บริการจะมีแนวโน้มใช้บริการซ้ำและแนะนำผู้อื่นให้ใช้บริการด้วย ดังนั้นความภักดีจึงเป็นผลลัพธ์ของคุณภาพของบริการและความพึงพอใจที่ได้รับการรับรู้และประเมินจากผู้โดยสาร ซึ่งสะท้อนถึงความสำคัญของการพัฒนาคุณภาพบริการเพื่อสร้างฐานผู้ใช้บริการที่ภักดีในระยะยาว

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยเรื่อง ตัวแบบสมการโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อความพึงพอใจและความภักดีของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการรถสาธารณะในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดที่ใช้ศึกษาในงานมีตัวแปรทั้งสิ้น 3 ตัว ได้แก่ คุณภาพการให้บริการ(Quality Service) ความพึงพอใจ (Satisfaction) และความภักดี (Loyalty) ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานการวิจัยได้ 3 ข้อ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจ

สมมติฐานที่ 2 คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความภักดี

สมมติฐานที่ 3 ความพึงพอใจมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความภักดี

วิธีดำเนินการวิจัย

แบบแผนการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้เป็น การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวทั่วไปในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ของประเทศไทยซึ่งเคยใช้บริการรถสาธารณะ โดยกำหนดขนาดตัวอย่าง จำนวน 300 คน (Hair et al, 2010) ซึ่งจำนวนตัวอย่างนี้ได้มาจากการอ้างอิงขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมในการวิเคราะห์ตามขั้นตอนของตัวแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling) ตามที่ Hair และคณะ ในปี 2010 ได้อธิบายเอาไว้ว่าขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมและมากพอในการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างอยู่ในช่วง 200 ถึง 300 ตัวอย่างถือว่าเพียงพอ นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้ทำการเก็บตัวอย่างเกินจากที่กำหนดเพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของเครื่องมือวัดในเบื้องต้นก่อนดำเนินการเก็บข้อมูลจริง และนำมาใช้เป็นข้อมูลสำรอง และใช้การสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลงานวิจัยในครั้งนี้ได้แก่ แบบสอบถาม ซึ่งได้มาจากการทบทวนวรรณกรรมทำให้ได้ ข้อคำถามซึ่งเป็นมาตรวัดในการวัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวแปรที่ผู้วิจัยศึกษาทั้งนี้ผู้วิจัยนำข้อคำถามจาก

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องมาประยุกต์และปรับให้เหมาะสมกับบริบทของงานวิจัยในครั้งนี้ โดยมีค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.82 ซึ่งเป็นตามเกณฑ์ ทั้งนี้ แบบสอบถามประกอบไปด้วยข้อคำถามทั้งหมด 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเชิงประชากรศาสตร์ซึ่งจะถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทขนส่งสาธารณะที่ใช้บริการ อาชีพ จุดประสงค์การใช้บริการขนส่งสาธารณะ ประเภทกลุ่มโดยสารในการใช้บริการขนส่งสาธารณะ จำนวนครั้งในการใช้บริการขนส่งสาธารณะ สาเหตุในการใช้บริการขนส่งสาธารณะ ระยะเวลาในการรอคอยขนส่งสาธารณะ และวิธีการใช้บริการขนส่งสาธารณะ ไปยังจุดหมายปลายทาง

ส่วนที่ 2 คือ แบบสอบถามเพื่อวัดระดับความคิดเห็นของคุณภาพการให้บริการรถสาธารณะ ซึ่งเป็นมาตรวัดแบบอันตรภาคชั้น 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 คือ แบบสอบถามเพื่อวัดระดับความคิดเห็นของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถสาธารณะ ซึ่งเป็นมาตรวัดแบบอันตรภาคชั้น 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 คือ แบบสอบถามเพื่อวัดระดับความคิดเห็นของความภักดีในการใช้บริการรถสาธารณะ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลนั้นผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลจากตัวแทนของประชากรซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่เคยมีประสบการณ์การใช้บริการรถสาธารณะในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยให้ตัวแทนจากแต่ละอำเภอจากนั้นทำการสุ่มตัวอย่างให้อย่างเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป จากการเก็บข้อมูลผู้วิจัยได้รับการตอบแบบสอบถามมารวมทั้งสิ้น 492 คน โดย 50 คนแรก ผู้วิจัยจะแยกไว้เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ สำหรับในส่วนที่เหลือผู้วิจัยแยกไว้เป็นข้อมูลสำรอง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามกระบวนการของวิธีการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง ซึ่งจะประกอบไปด้วย การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirm Factor Analysis) ของตัวแบบการวัด (Measurement Model) และตัวแบบโครงสร้าง (Structural Model) โดยทำการวิเคราะห์จากข้อมูลตัวอย่างจำนวน 300 ตัวอย่าง จากนั้นผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์น้ำหนักอิทธิพลระหว่างแต่ละตัวแปรด้วยวิธีการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพล (Path Analysis) เพื่ออธิบายระดับน้ำหนักความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรทั้งยังใช้เพื่อตอบผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ในการวิเคราะห์ค่าต่างๆ ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์

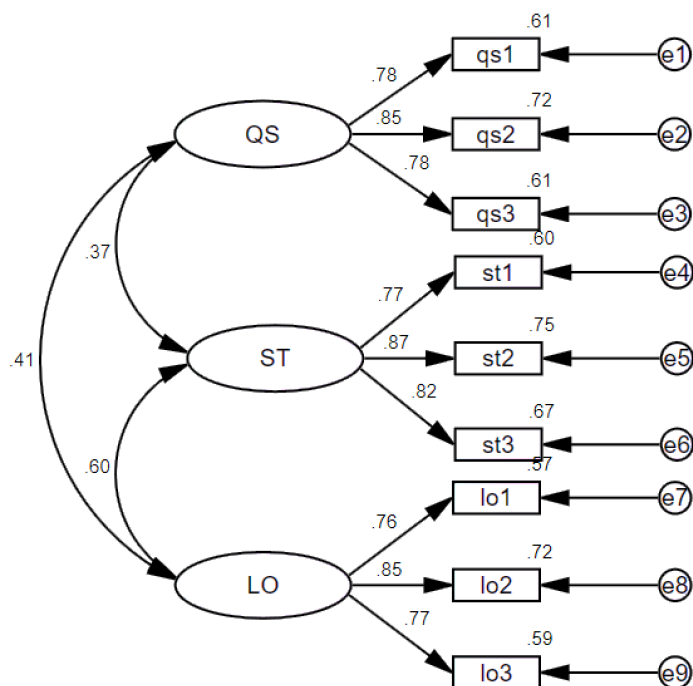
ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์ พบว่า นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการขนส่งสาธารณะส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 63.10) มีอายุระหว่าง 21-30 ปี (ร้อยละ 41.00) มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 49.20) ประกอบอาชีพอิสระ (ร้อยละ 26.60) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 10,001-20,000 บาท (ร้อยละ 37.40) สถานภาพโสด (ร้อยละ 53.50) ส่วนใหญ่ใช้บริการรถไฟ (ร้อยละ 47.40) มีจุดประสงค์เพื่อท่องเที่ยว (ร้อยละ 47.40) ใช้บริการขนส่งสาธารณะคนเดียว (ร้อยละ 68.90) ใช้บริการขนส่ง 1-5 ครั้งต่อเดือน (ร้อยละ 36.90) โดยมีสาเหตุในการใช้บริการขนส่งเพราะค่าโดยสารไม่แพงและคุ้มค่า (ร้อยละ 47.90) ใช้ระยะเวลาในการรอคอยขนส่ง 1-15 นาที (ร้อยละ 35.60) วิธีการใช้บริการขนส่งสาธารณะไปยังจุดหมายปลายทาง โดยไม่ต้องต่อรถ (ร้อยละ 72.20)

การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อใช้อธิบายสภาพปัจจุบันของตัวแปรที่ศึกษาวิจัยในครั้งนี้ พบว่า ตัวแปรคุณภาพการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.62 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.137 ตัวแปรความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.87 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.942 และตัวแปรความภักดี มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.33 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.187

ผู้วิจัยทำการตรวจสอบข้อมูลที่เก็บมาเพื่อทดสอบว่าลักษณะของข้อมูลนั้นมีการแจกแจงแบบปกติ (Normal Distribution Curve) หรือไม่โดยใช้ค่าความเบ้และความโด่งซึ่งจะต้องไม่ควรมากกว่า +2 หรือ ต่ำกว่า -2 (Byrne, 2010) โดยจากการตรวจสอบพบว่าข้อมูลมีลักษณะการแจกแจงแบบปกติซึ่งสามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมานต่อไปได้ตามเงื่อนไข

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแบบการวัด โดยในการวิเคราะห์ผู้วิจัยกำหนดสัญลักษณ์ตัวอักษรแทนตัวแปร ดังต่อไปนี้ ตัวแปรคุณภาพการให้บริการ คือ QS ตัวแปรความพึงพอใจในการใช้บริการ คือ ST และตัวแปรความจงรักภักดี คือ LO ทั้งนี้จากการวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบตัวแบบสมการโครงสร้างในขั้นตอนการตรวจสอบองค์ประกอบปัจจัยเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) นั้นผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบค่า Factor Loading ของตัวแบบการวัด (Measurement Model) ซึ่งเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักอิทธิพลของของตัวแปรสังเกตที่สะท้อนตัวแปรแฝงนั้นพบว่าไม่มีอิทธิพลตัวใดที่ต่ำกว่า 0.7 ทำให้ผู้วิจัยไม่ต้องตัดตัวแปรสังเกตได้ตัวใดออกจากแบบจำลอง จากนั้นหลังจากที่ได้ดำเนินการวิเคราะห์แล้วพบว่าค่าดัชนีความกลมกลืนทุกค่าผ่านเกณฑ์ทุกตัว ตั้งแต่การทดสอบวิเคราะห์ในครั้งแรกซึ่งพบว่ามีค่าความเหมาะสมของข้อมูลเชิงประจักษ์กับตัวแบบสมการโครงสร้างที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นแบบสอดคล้องแนบสนิท (Perfect Fit) ทำให้ผู้วิจัยไม่จำเป็นต้องปรับปรุงแบบจำลองด้วยการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่าง Error Term ของตัวแปรสังเกตได้คู่ใด ๆ ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแบบการวัดนั้น ได้ดัชนีความกลมกลืน ดังนี้ CMIN/df = 54.400, GFI = 0.962, NFI = 0.959, RFI = 0.939, IFI = 0.977, TLI = 0.965, CFI = 0.977 และ RMSEA = 0.065 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่ Hair และคณะในปี 2013 ได้กำหนดเอาไว้โดยลักษณะของแบบจำลองตัวแบบสมการโครงสร้างของตัวแบบการวัด มีลักษณะดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แสดงลักษณะของตัวแบบสมการโครงสร้างของโมเดลการวัด

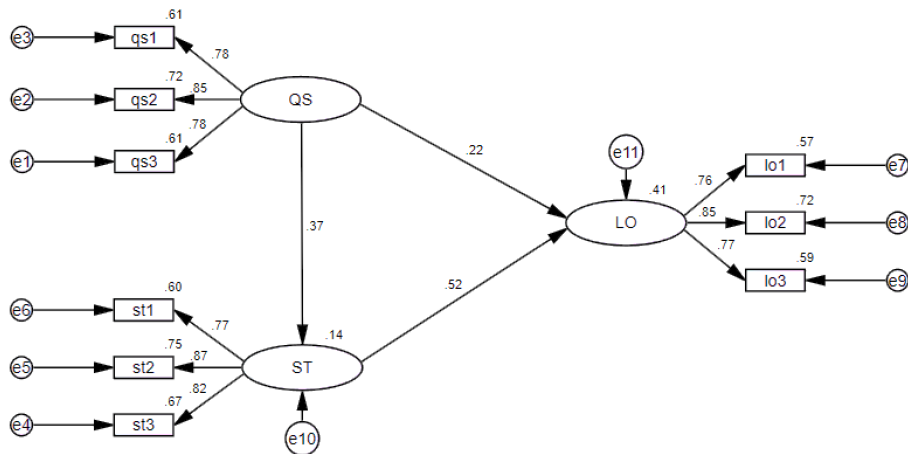
จากภาพที่ 2 ผู้วิจัยได้นำเอาค่า factor loading มาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเสมือน (Convergent Validity) และความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) ด้วยค่า Variance Factor Exacted (VIF) กับค่ารากที่สองของ VIF ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเสมือนและความเที่ยงตรงเชิงจำแนกของตัวแบบสมการโครงสร้าง

ตัวแปรแฝง	จำนวนตัวแปรสังเกตได้	ค่า Construct Reliability	AVE
QS	3	.843	.641
ST	3	.861	.674
LO	3	.837	.631

จากผลการวิเคราะห์ดังแสดงในตารางที่ 1 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงตรงประกอบ (Construct Reliability) ของตัวแปรแฝงทุกตัวมีค่าสูงกว่า 0.60 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าตัวแปรแฝงแต่ละตัวสามารถสะท้อนชุดของตัวแปรสังเกตได้อย่างเหมาะสมสอดคล้องกับโครงสร้างของโมเดลการวัดที่นักวิจัยได้กำหนดไว้ นอกจากนี้เพื่อประเมินความเที่ยงตรงเชิงเสมือน (Convergent Validity) นักวิจัยได้ใช้ค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่สกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) โดยผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าค่า AVE ของตัวแปรแฝงแต่ละตัวมีค่ามากกว่า 0.50 ซึ่งเป็นเกณฑ์ขั้นต่ำที่สามารถใช้ยืนยันความแม่นยำในการวัดตัวแปรได้อย่างน่าเชื่อถือ สำหรับการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) ได้อิงตามแนวทางของ Fornell และ Larcker (1981) โดยพบว่าค่ารากที่สองของ AVE ของแต่ละตัวแปรแฝงมีค่ามากกว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงนั้นกับตัวแปรแฝงอื่นๆ ภายในโมเดล ซึ่งแสดงให้เห็นว่าตัวแปรแฝงแต่ละตัวสามารถจำแนกออกจากกันได้อย่างชัดเจน

จากนั้นผู้วิจัยทำการวิเคราะห์หาค่าประกอบเชิงยืนยันของตัวแบบสมการโครงสร้างในลักษณะของแบบจำลองโครงสร้าง (Structural Model) ซึ่งใช้เกณฑ์วัดระดับของดัชนีความกลมกลืนที่อ้างอิงจากวรรณกรรมของ Hair และคณะในปี 2013 เช่นกัน ทั้งนี้จากการวิเคราะห์พบว่าดัชนีความกลมกลืนได้เป็นดังนี้ CMIN/df = 2.267, GFI = 0.962, NFI = 0.959, RFI = 0.939, IFI = 0.977, TLI = 0.965, CFI = 0.977 และ RMSEA = 0.065 โดยผลการวิเคราะห์พบว่าตัวแบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์แบบแนบสนิทสมบูรณ์ (Perfect Fit) ทำให้ผู้วิจัยได้ตัวแบบสมการโครงสร้างที่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่น่าเสนอได้ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 แสดงลักษณะของตัวแบบสมการโครงสร้างของโมเดลโครงสร้าง

ในลำดับต่อมาผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบเพื่อวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลด้วยการตรวจสอบน้ำหนักอิทธิพลของแต่ละปัจจัยและทำการตรวจสอบอิทธิพลในลักษณะของอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลโดยภาพรวมของแต่ละตัวแปรแฝงที่มีความสัมพันธ์เชิงอิทธิพลต่อกัน โดยนำเสนอตารางที่ 2

ตารางที่ 2 เส้นทางอิทธิพลระหว่างตัวแปรในตัวแบบสมการโครงสร้าง (Path Analysis)

Path Analysis	Direct Effect	Indirect Effect	Total Effect
QS -> ST	.371	-	.371
QS -> LO	.219	.193	.413
ST -> LO	.522	-	.522

ผลการทดสอบสมมติฐานทางสถิติจากการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างพบว่าผลการทดสอบเป็นดังนี้

1. คุณภาพการให้บริการ (QS) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจ (ST) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยมีน้ำหนักอิทธิพลเท่ากับ 0.371 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ (ยอมรับสมมติฐานวิจัยที่ 1)
2. คุณภาพการให้บริการ (QS) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความจงรักภักดี (LO) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยมีน้ำหนักอิทธิพลเท่ากับ 0.219 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ (ยอมรับสมมติฐานวิจัยที่ 2)
3. ความพึงพอใจ (ST) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความจงรักภักดี (LO) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยมีน้ำหนักอิทธิพลเท่ากับ 0.522 (ยอมรับสมมติฐานที่ 3)

อภิปรายผล

1. ระดับคุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจและความภักดีของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการรถสาธารณะในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการรถสาธารณะในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีระดับความคิดเห็นในด้านคุณภาพการให้บริการและด้านความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าสภาพปัจจุบันของระบบขนส่งสาธารณะในพื้นที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ในด้านคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจมีระดับมากเป็นอันดับหนึ่ง เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับสูงจึงสะท้อนถึงการรับรู้ในด้านบวกต่อคุณลักษณะของการให้บริการ เช่น ความปลอดภัย ความสะดวกสบาย และความคุ้มค่าของราคา (Kawabata et al., 2020) ในด้านความภักดีอยู่ในระดับปานกลาง อาจแสดงถึงข้อจำกัดในการสร้างแรงจูงใจให้เกิดการใช้ซ้ำหรือการแนะนำบริการแก่ผู้อื่น

2. อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการรถสาธารณะในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ คุณภาพการให้บริการ (QS) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกโดยตรงต่อความพึงพอใจ (ST) และความภักดี (LO) ของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการรถสาธารณะในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อย่างมีนัยสำคัญ โดยความพึงพอใจเป็นตัวแปรส่งผ่านไปยังความภักดี ซึ่งสะท้อนถึงบทบาทสำคัญของความพึงพอใจที่ก่อให้เกิดความภักดีของผู้ใช้บริการ สอดคล้องกับคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ และความพึงพอใจยังเป็นตัวแปรส่งผ่านยังความภักดีในการใช้บริการอีกด้วย (Juan de Oña, 2021) ทั้งนี้ความพึงพอใจมีบทบาทเป็นตัวกลางระหว่างคุณภาพการให้บริการและความไว้วางใจหรือความภักดี โดยหากผู้ใช้บริการรับรู้ว่าการบริการมีคุณภาพและสามารถสนองความคาดหวังได้จะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจ และนำไปสู่ความภักดีในการใช้บริการซ้ำ (Setiawan et al., 2020) นอกจากนี้ความพึงพอใจมีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรมการใช้บริการซ้ำ โดยมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความภักดีและมีบทบาทเป็นตัวกลางระหว่างคุณภาพการให้บริการและความภักดีเช่นเดียวกัน (Ibrahim and Borhan, 2020) ดังนั้นแสดงให้เห็นว่า การพัฒนาคุณภาพการให้บริการสามารถเพิ่มระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและสามารถส่งเสริมให้เกิดความภักดีต่อการใช้บริการรถสาธารณะในพื้นที่ได้ตามความต้องการนักท่องเที่ยว

3. แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุเพื่อพยากรณ์ระดับความภักดีของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการรถสาธารณะในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อย่างสมบูรณ์ (Perfect Fit) แสดงให้เห็นว่าโมเดลที่พัฒนาขึ้นสามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจ และความภักดีได้อย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับ Kawabata et al. (2020) ที่ชี้ให้เห็นว่าแบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ และความภักดีในระบบขนส่งสาธารณะสามารถอธิบายพฤติกรรมการใช้บริการในระยะยาวได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะความพึงพอใจซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวกลางที่สำคัญระหว่างคุณภาพกับความภักดี นอกจากนี้ความพึงพอใจเป็นตัวแปรส่งผ่านต่อพฤติกรรมความภักดี (Hizam et al., 2021) ดังนั้นแบบจำลองที่พัฒนาสามารถพยากรณ์ความภักดีของนักท่องเที่ยว โดยแสดงถึงความเชื่อมโยงระหว่างตัวแปรที่คุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจ และความภักดี เพื่อสนับสนุนการวางแผนพัฒนาการบริการขนส่งสาธารณะได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 คุณภาพการให้บริการด้านลักษณะทางกายภาพควรพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ผ่านระบบขนส่งสาธารณะ เช่น ท่องเที่ยวผ่านขนส่งทางราง โดยการให้มีโบกี้สำหรับการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ (การตกแต่งการให้บริการ) หรือ การนำเที่ยวในจังหวัดด้วยรถสาธารณะ และส่งเสริมการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์ โดยบูรณาการกับยานพาหนะที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น จุดบริการจักรยานใกล้กับจุดบริการขนส่งสาธารณะ

1.2 คุณภาพการให้บริการด้านความปลอดภัยควรเร่งพัฒนาด้านความปลอดภัยเป็นอันดับแรก โดยการออกกฎหมายที่เข้มงวดขึ้นเพื่อคุ้มครองผู้โดยสารขณะขับขี่ รวมทั้งบุคลากรที่เป็นผู้ขับขี่ขนส่งสาธารณะยังเป็นปัจจัยหลักในการช่วยสร้างความปลอดภัยตลอดการโดยสาร ดังนั้นควรมีหลักสูตรอบรมเพื่อเตรียมความพร้อมของบุคลากรก่อนปฏิบัติหน้าที่ รวมทั้งการพัฒนากระบวนการสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการจราจร

1.3 ควรสำรวจความต้องการขนส่งสาธารณะภายในจังหวัด เพื่อประเมินการเพิ่มเส้นทางบริการขนส่งสาธารณะในพื้นที่ที่ยังไม่มีการเข้าถึงของบริการขนส่งสาธารณะ รวมถึงการเพิ่มมาตรการจุดบริการรับส่งตามจุดที่กำหนดเท่านั้น อีกทั้งควรจัดระเบียบผู้ประกอบการขนส่งสาธารณะโดยใช้เทคโนโลยี จะสามารถพัฒนาต่อยอดในการบริหารจัดการที่เป็นธรรม ตลอดจนการพัฒนาแอปพลิเคชันที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งง่ายต่อผู้ใช้บริการและการบริหารจัดการในอนาคต

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาตัวแปรแทรกซ้อนเพิ่มเติม เช่น การรับรู้ด้านความปลอดภัย การเข้าถึงข้อมูล หรือประสบการณ์การเดินทางที่ผ่านมา สามารถนำไปใช้ในการคาดการณ์พฤติกรรมในเชิงลึกได้ในอนาคต

2.2 ควรดำเนินการวิจัยแบบติดตามผลในระยะยาว (Longitudinal Study) เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงของความพึงพอใจและความภักดีตามการปรับปรุงบริการหรือปัจจัยแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง

เอกสารอ้างอิง

- Strategy and Information for Provincial Development, Prachuap Khiri Khan. (2023). *Prachuap Khiri Khan Provincial Development Plan B.E. 2566–2570 (2023–2027)*. [Online]. Retrieved from: <https://prachuapkhirikhan.industry.go.th>
- Thailand Consumer Council. (2022). *Information and activities for consumer protection*. [Online]. Retrieved from: <https://www.tcc.or.th/>
- Aagja, J., and Garg, R. (2010). Measuring perceived service quality for public hospitals (PubHosQual) in the Indian context. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, 4(1), 60-83.
- Byrne, B. M. (2010). *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications, and programming*. 2nd ed. Routledge.

- Chuenyindee, T., Ong, A. K. S., Ramos, J. P., Prasetyo, Y. T., Nadlifatin, R., Kurata, Y. B., and Sittiwatethanasiri, T. (2022). Public utility vehicle service quality and customer satisfaction in the Philippines during the COVID-19 pandemic. *Utilities Policy*, 75, 101336.
- De Oña, J. (2022). Service quality, satisfaction and behavioral intentions towards public transport from the point of view of private vehicle users. *Transportation*, 49(1), 237–269.
- Fornell, C., and Larcker, D. F. (1981). Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics. *Journal of Marketing Research*, 18(3), 382–388. <https://doi.org/10.2307/3151312>
- Mamak, S., and Chairatana, P. (2023). Wellness Tourism Potential in Hua Hin District, Prachuap Khiri Khan Province. *Journal of Management and Local Innovation*, 5(5), 144-155.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of marketing*, 49(4), 41-50.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., and Sarstedt, M. (2013). Partial least squares structural equation modeling: Rigorous applications, better results and higher acceptance. *Long range planning*, 46(1-2), 1-12.
- Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of marketing*, 18(4), 36-44.
- Ibrahim, A. N. H., and Borhan, M. N. (2020). The interrelationship between perceived quality, perceived value and user satisfaction towards behavioral intention in public transportation: A review of the evidence. *International Journal on Advanced Science, Engineering and Information Technology*, 10(5), 2048–2056.
- Ittipon Jit-ue. (2025). Management of quality in vehicle service provision, Prachuap Khiri Khan provincial land transportation office. *Journal of Interdisciplinary and Innovative Management*, 3(1), 38-48.
- Kawabata, Y., Ryo, T., Friman, M., Olsson, L. E., Lättman, K., and Fujii, S. (2020). Time-series analysis of the causal effects among perceived quality, satisfaction, loyalty, and frequency of public transportation use. *Frontiers in Built Environment*, 6, 137.
- Khawdee, W., Saenmueang, K. W., and Mongkhonmaphai, S. (2020). Service recipients' satisfaction toward service quality of the Yi San Subdistrict Administrative Organization, Amphawa District, Samut Songkhram Province. *Prachachuen Research Network Social Sciences Journal*, 2(1), 14–27.
- Laoketkarn, C. (2022). Public transport service quality perception measurement model (PubTransQual) in Bangkok. *Journal of Accountancy and Management*, 14(2), 143-160.

- Lim, M., and Atchara. (2020). Direction of mass transit system development in major regional cities and guidelines for transit-oriented development. *Journal of Transportation and Logistics (TRANSLOG)*, 2020(1), 9–39.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L. (1988). Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perc. *Journal of retailing*, 64(1), 12-40.
- Setiawan, E. B., Watia, S., Wardana, A., and Ikhsan, R. B. (2020). Building trust through customer satisfaction in the airline industry in Indonesia: Service quality and price fairness contribution. *Management Science Letters*, 10(5), 1095–1102.
- Teerapattrakul, R. (2020). The Expectations and Perceptions of Tourists towards the Service Quality of Local Public Transportation (Pho–Thong) in PhuketProvince. *Journal of Humanities and Social Sciences, Rajapruk University*, 6(3), 209-221.

การสังเคราะห์แนวคิดเพื่อพัฒนาเครื่องมือสำหรับการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ ความรับผิดชอบต่อสังคมและการรายงานบัญชีเพื่อความยั่งยืน

สุรัชดา เชิดบุญเมือง^{1,*}, มัทธกร เปลี่ยนสมัย², ณัฐชญา เชิดบุญเมือง³

¹คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

²คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

³นักวิจัยอิสระ

Received: 15 July 2025

Revised: 29 October 2025

Accepted: 21 November 2025

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นการวิจัยเชิงเอกสาร โดยทบทวนและสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากฐานข้อมูลวารสารวิชาการระดับชาติและนานาชาติ แสดงการสังเคราะห์แนวคิดเพื่อพัฒนาเครื่องมือสำหรับการจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) ในรูปแบบต่างๆ ด้วยกระบวนการเชิงระบบของการจัดกิจกรรม ใน 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ปัจจัยนำเข้า (Input) กระบวนการ (Process) และผลลัพธ์ (Output) มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สังเคราะห์แนวคิดในการพัฒนาเครื่องมือสำหรับจัดกิจกรรม CSR ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ขององค์กร 2) เพื่อถอดบทเรียนแนวปฏิบัติที่ดีของการจัดการในลำดับขั้นตอนจัดกิจกรรม CSR ให้สอดคล้องกับทิศทางขององค์กร และ 3) เพื่อศึกษาแนวทางการรายงานผลของกิจกรรม CSR ที่สอดคล้องกับการเปิดเผยข้อมูล ESG ในการบัญชีเพื่อความยั่งยืน ผลการศึกษา พบว่า 1) การสังเคราะห์แนวคิดจะสามารถกำหนดลักษณะของกิจกรรมอย่างมีแบบแผน สร้างขอบเขตของกิจกรรม นำไปสู่การทำการกิจกรรมที่ถูกต้อง ด้วยการออกแบบจากทักษะของผู้ดำเนินงาน 2) การถอดบทเรียนเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานนั้นจะทำให้สามารถเรียงลำดับขั้นตอนการปฏิบัติไปที่เป้าหมายได้อย่างชัดเจนและเหมาะสม และ 3) การรายงานผลทางบัญชีแสดงถึงความเชื่อมโยงโดยตรงกับการดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม จัดการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม ภายใต้หลักธรรมาภิบาล (Environmental, Social and Governance: ESG)

คำสำคัญ: ความรับผิดชอบต่อสังคม การดำเนินงานจัดกิจกรรมเพื่อสังคม การจัดทำบัญชีเพื่อความยั่งยืน

*ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: suradchadache@pim.ac.th

The Synthesis of Concepts for Developing Tools for CSR Activities and Sustainability Accounting Reports

Suradchada Cherdboonmung^{1,*}, Mahatthakorn Plensamai²,
Natchaya Cherdboonmuang³

¹Faculty of Business Administration, Panyapiwat Institute of Management

²Faculty of Management Sciences, Ubon Ratchathani University

³Independent Researcher

Received: 15 July 2025

Revised: 29 October 2025

Accepted: 21 November 2025

Abstract

This article is documentary research by reviewing and synthesizing related research from national and international academic journal databases. It presents the synthesis of concepts to develop tools for organizing corporate social responsibility (CSR) activities in various formats through a systematic process of organizing activities in 3 components: input, process, and output. The objectives are: 1) Synthesize concepts in developing tools for organizing CSR activities to be aligned with organizational objectives; 2) To extract lessons from good practices of managing the steps in organizing CSR activities to be aligned with the organization's direction; and 3) To study the guidelines for reporting the results of CSR activities that are consistent with ESG information disclosure in sustainability accounting. The study found that: 1) Concept synthesis can systematically define the nature of activities, establish activity boundaries, and lead to proper implementation by designing them based on the operator's skills. 2) Lessons learned as operational guidelines enable clear and appropriate sequencing of operational steps toward goals. 3) Accounting reporting demonstrates a direct link to socially responsible business practices, managing environmental disclosure under the principles of environmental, social, and governance (ESG).

Keyword: corporate social responsibility, CSR business practices, sustainability accounting report

*Corresponding Author; E-mail: suradchadache@pim.ac.th

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) ได้กลายเป็นหัวข้อสำคัญในแวดวงธุรกิจและอุตสาหกรรมทั่วโลก การพัฒนาอย่างยั่งยืนไม่ได้มุ่งเน้นเฉพาะการสร้างผลกำไรในระยะสั้น แต่ยังรวมถึงการจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อสร้างผลประโยชน์ระยะยาวโดยไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อมและความเป็นอยู่ของชุมชน ได้แก่ การจัดการน้ำโดยไม่ปล่อยมลพิษทางน้ำจากโรงงานที่มีจุลินทรีย์ทำให้แหล่งน้ำมีสิ่งปนเปื้อนไม่เหมาะสมกับสัตว์ที่อาศัยอยู่ในน้ำที่อาจสูญพันธุ์ หรือการปล่อยมลพิษทางอากาศจากการเผาไหม้ส่งผลต่อสัตว์ ต้นไม้ และมนุษย์ ในระบบหายใจและผิวหนัง เป็นต้น (Chotithammo, 2022)

กล่าวได้ว่า การดำเนินกิจการต้องมีความชัดเจนในด้านวิสัยทัศน์ พันธกิจ กรอบแนวคิด และแนวทางปฏิบัติ ด้วยทิศทางในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนในระยะยาวจะต้องครอบคลุมถึงความรับผิดชอบต่อสังคม การเสริมสร้างชุมชน และการสร้างความสมดุลระหว่างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยการจัดการด้วยความโปร่งใส ภายใต้หลักธรรมาภิบาล มีการเปิดเผยข้อมูลอย่างชัดเจนและตรงไปตรงมา ในการรายงานแสดงความยั่งยืนขององค์กร (Sustainability Accounting) 3 ด้าน ได้แก่ สิ่งแวดล้อม (Environment) สังคม (Social) และธรรมาภิบาล (Governance) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและน่าเชื่อถือให้กับผู้มีส่วนได้เสียและนักลงทุน

การศึกษาแนวทางในการจัดกิจกรรม CSR และการเปิดเผยข้อมูลทางบัญชีเพื่อความยั่งยืนในครั้งนี้ มีเหตุปัจจัยมาจาก ปัญหาสิ่งแวดล้อม การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างสิ้นเปลือง โดย Rangaptook (2020) ได้กล่าวถึง 3 กระแสหลักที่ขับเคลื่อนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง และผันแปรของโลกอย่างรวดเร็ว ได้แก่ กระแสโลกาภิวัตน์ กระแสการพัฒนาเทคโนโลยี และกระแสความเป็นใหญ่ของเงินทุนที่เปลี่ยนเป็นดิจิทัลมากขึ้น ทำให้เกิดสภาวะปรกติแบบใหม่ของโลก ที่ประกอบด้วย ความผันผวน (volatility) ความไม่แน่นอน (uncertainty) ความสลับซับซ้อน (complexity) และความคลุมเครือ (ambiguity) หรือ VUCA World โดยในช่วงเวลาของการเปลี่ยนแปลง องค์กรต้องเตรียมความพร้อมให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงนี้ จึงต้องเสริมสร้างสมรรถนะ การเป็นพลเมืองดี และการตระหนักรู้ทางสังคมให้บุคลากรในองค์กร

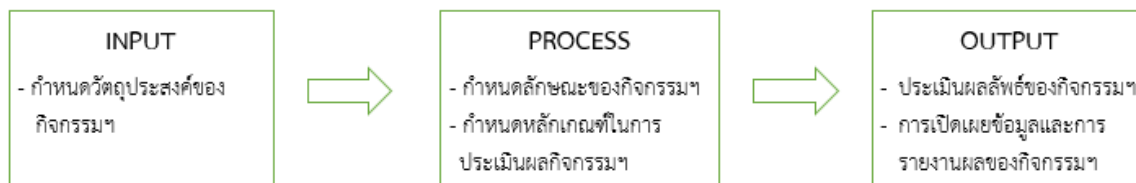
ดังนั้น การศึกษาในครั้งนี้จึงได้เชื่อมโยงแนวคิดในกระบวนการ ที่มีความต่อเนื่องกัน และมีความสัมพันธ์กันระหว่างแนวคิดเกี่ยวกับการจัดกิจกรรม CSR (Corporate Social Responsibility) ด้วยการนำกรอบ ESG (Environmental, Social, and Governance) ที่มุ่งเน้นพิจารณากิจกรรมเพื่อแสดงผลกระทบเชิงบวกด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม ภายใต้หลักธรรมาภิบาล มาเป็นแนวทางในการจัดกิจกรรม และทำการเปิดเผยข้อมูลเพื่อความยั่งยืน (Sustainability Accounting)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสังเคราะห์แนวคิดในการพัฒนาเครื่องมือสำหรับจัดกิจกรรม CSR ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ขององค์กร (ปัจจัยนำเข้า: INPUT)
2. เพื่อถอดบทเรียนแนวปฏิบัติที่ดีของการจัดการในลำดับขั้นตอนจัดกิจกรรม CSR ให้สอดคล้องกับทิศทางขององค์กร (กระบวนการ: PROCESS)
3. เพื่อศึกษาแนวทางการรายงานผลของกิจกรรม CSR ที่สอดคล้องกับการเปิดเผยข้อมูล ESG ในการบัญชีเพื่อความยั่งยืน (ผลผลิต: OUTPUT)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การสร้างกรอบแนวคิดผ่านกระบวนการเชิงระบบ จากการศึกษา ทบทวน รวบรวม และสังเคราะห์ เพื่อลำดับขั้นตอนการดำเนินงานในการจัดกิจกรรม CSR ดังแผนภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงกระบวนการเชิงระบบ เพื่อกำหนดกิจกรรม CSR นำไปสู่ผลลัพธ์ของการดำเนินการดัดแปลงมาจาก Wiwattanakornwong (2024)

วิธีดำเนินการวิจัย

แบบแผนการวิจัย

การศึกษา การสังเคราะห์แนวคิดเพื่อพัฒนาเครื่องมือสำหรับการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม และการรายงานบัญชีเพื่อความยั่งยืน เป็นการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research)

ตัวอย่าง

ตัวอย่าง คือ วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้แก่ หนังสือ บทความวิจัย และวิชาการที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ ในฐานข้อมูลวารสารวิชาการระดับชาติและนานาชาติ (Tongkaew and Pasunon, 2018)

เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือวิจัย คือ แบบบันทึกข้อมูล (Record form) ผลงานวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ที่สังเคราะห์ได้จากฐานข้อมูลวารสารวิชาการระดับชาติและนานาชาติ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยคัดเลือกเอกสารจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการสังเคราะห์ผลงานวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย และดำเนินการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผลการวิจัย

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดกิจกรรม CSR

โดยทั่วไปจะมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการบรรเทาปัญหาหรือประเด็นทางสังคมที่มีมาอย่างยาวนาน เพื่อให้ชุมชนรวมถึงผู้มีส่วนได้เสียทั้งทางตรงและทางอ้อม ได้มีส่วนร่วมในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม วิธีคิด แนวทางปฏิบัติของตนเอง เกิดเป็นคนกลุ่มใหญ่ที่ได้เปลี่ยนแปลงสังคมและชุมชนไปในทิศทางที่เหมาะสม มั่นคง และเข้มแข็งต่อไป โดยกิจการที่จัดกิจกรรมฯ จะวางแผนงาน ด้วยการเรียงลำดับขั้นตอนการดำเนินงานไว้ดังนี้ 1) กำหนดลักษณะของ

กิจกรรมฯ ตามความสามารถและทักษะของบุคลากรในองค์กร 2) กำหนดวัตถุประสงค์ของกิจกรรมฯ เพื่อเป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมฯ 3) ระบุหลักเกณฑ์ในการประเมินผลของกิจกรรมฯ และ 4) ประเมินผลลัพธ์ของการทำกิจกรรมฯ ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในข้อ 3 ตามลำดับ เครื่องมือในการชี้วัดประสิทธิผลของกิจกรรมถูกกำหนดขึ้นเป็นจำนวนหรือตัวเลข ได้แก่ ค่าสถิติ (Statistics) ค่าร้อยละ (Percentage) อัตราส่วน (Ratio) สัดส่วน (Proportion) ค่าเฉลี่ย (Mean) เป็นต้น หรืออาจวัดประสิทธิผลจากผลกระทบด้านเศรษฐกิจ (Economic Impact Reporting) สิ่งแวดล้อม (Environmental Impact Reporting) และด้านสังคม (Social Impact Reporting) เพื่อสรุปและจัดทำรายงานผลการบูรณาการทางบัญชีเพื่อความยั่งยืนต่อไป

อ้างอิงหนังสือ CSR การจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร: การสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน ของ Nontanatorn (2016) ได้กล่าวถึงมิติของกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) โดยแยกกิจกรรมออกได้เป็นหลายลักษณะตามสมรรถนะขององค์กรแบ่งได้เป็น 7 ประเภท ดังนี้

1. การส่งเสริมเหตุปัจจัย (Cause Promotion) เป็นการส่งเสริมหรือสนับสนุนเพื่อเพิ่มการตระหนักรู้ปัญหาของสังคม โดยสร้างการรับรู้ในสาเหตุต่าง ๆ และการหาแนวทางแก้ไข อ้างถึงงานวิจัยของ Lomlao, Pasusirirod, Phoophai boon and Siriwong (2016) ทำการศึกษารูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมจากความต้องการของพนักงานในบริษัท โดยมีเป้าประสงค์ให้พนักงานเป็นผู้ออกแบบกิจกรรมเน้นทักษะที่มีอยู่ ทำการวิเคราะห์และกำหนดลักษณะ วิธีดำเนินงานของกิจกรรมฯ โดยให้สอดคล้องกับประเด็นปัญหาของสังคมที่จำเป็นต้องแก้ไข เน้นรูปแบบของการทำดีเพื่อสังคม ผลลัพธ์ที่ได้จะแยกออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) ส่วนของพนักงานในองค์กร และประสิทธิผลของการจัดกิจกรรมฯ คือ การปรับทัศนคติของบุคคลในการอยู่ร่วมกัน ช่วยเหลือเกื้อกูลและความเอื้ออาทรที่มีต่อกันต่อชุมชนและสังคม 2) ส่วนของผู้มีส่วนได้เสียทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งมีความชัดเจนของความสุขที่ได้ร่วมกิจกรรมฯ เป็นพลังขับเคลื่อนให้พนักงานมีความตั้งใจทำงาน มีความภาคภูมิใจต่อองค์กร โดยยกตัวอย่างกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ โครงการสืบสานตามประเพณีและวัฒนธรรมไทย ประกอบด้วย งานปีใหม่ งานรดน้ำดำหัวในวันสงกรานต์ กิจกรรมฝึกอาชีพ เป็นต้น ซึ่งเป็นการดำเนินกิจกรรมสู่สังคม นอกจากนี้ยังได้นำสิ่งของเพื่อการบริจาคให้วัด โรงเรียน ชุมชน โดยเป็นสินค้าของกิจการ เช่น กระเป๋ามงกุฎหลังคา ฯ และโครงการมอบทุนการศึกษาในพื้นที่บริเวณรอบที่ตั้งของบริษัทและโรงงานผลิต เพื่อผลักดันให้ชุมชนส่งเสริมบุตรหลานให้ได้เรียนหนังสือ นอกจากนี้องค์กรได้ทำการสนับสนุน การพัฒนา และแก้ไขปัญหาสังคมที่สำคัญ ที่ต้องรีบดำเนินการด่วน ได้แก่ การปรับปรุงเส้นทางคมนาคมในการสัญจรเข้าออก เนื่องจากเป็นการใช้ทางร่วมกันระหว่างชุมชนและองค์กร มีรถบรรทุกสินค้าวิ่งเข้าออกเป็นประจำ ทำให้ถนนเป็นหลุมเป็นบ่อ การปรับปรุงแหล่งน้ำ ด้วยการตรวจสอบคุณภาพของน้ำเป็นประจำ ให้ได้ค่ามาตรฐานเหมาะสมสำหรับดื่มและใช้ของบุคคลทั่วไป การปรับปรุงหรือการจัดการปัญหาขยะ ทำการคัดแยกขยะ รวมถึงการส่งเสริมการลดโลกร้อนเพิ่มพื้นที่สีเขียวบริเวณรอบบริษัทและโรงงาน เพิ่มพื้นที่ปลูกป่าในบริเวณห่างไกล ซึ่งองค์กรได้ใช้ประเด็นปัญหาของสังคมที่จำเป็นต้องแก้ไข มาเป็นแผนที่ชี้ทางในการดำเนินกิจกรรม

2. การตลาดเหตุสัมพันธ์ (Cause-Related Marketing) เป็นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือสังคมผ่านทางการซื้อผลิตภัณฑ์ และนำรายได้ไม่หักค่าใช้จ่ายสู่องค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรเพื่อกระจายสู่สาธารณะกุศลต่อไป ดังเช่น งานวิจัยของ Apiwatthanakul and Kasemsuk (2022) ได้กล่าวถึงรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมกับความยั่งยืนของธุรกิจ ของ บมจ. หู คอร์ปอเรชั่น โดยบุคคลทั่วไปสามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้

โดยแยกรูปแบบกิจกรรม เป็น 4 ประเภทดังนี้ 1) รูปแบบส่งเสริมการรับรู้ประเด็นทางสังคม ได้แก่ โครงการค่ายเยาวชนช่อสะอาดด้านทุจริต โครงการพัฒนาศักยภาพและคุณภาพชีวิตผู้พิการ เป็นต้น 2) รูปแบบการตลาดเพื่อสังคม ได้แก่ โครงการ Care The Whale ขยะล่องหน โครงการทูลเกล้าถวายฎีกา เป็นต้น 3) รูปแบบส่งเสริมสังคมจากกลยุทธ์การตลาด ได้แก่ โครงการสามเณรปลูกปัญญาธรรม โครงการนักวิทยุน้อยทรูแลป เป็นต้น และ 4) อาสาสมัครช่วยเหลือชุมชน ได้แก่ โครงการระบบเฝ้าระวังช้างป่า โครงการคอนเน็กซ์อีดี เป็นต้น

3. การตลาดเพื่อสังคมของกิจการ (Corporate Social Marketing) เพื่อแก้ไขปัญหาสังคม โดยมุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การสร้างความตระหนักรู้ ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านสาธารณสุข ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านความปลอดภัย ทำให้ชุมชนอยู่ดีมีมีความสุข ดังตัวอย่างงานวิจัยที่แสดงถึงความตระหนักรู้ของบุคลากร ด้วยกิจกรรมการสร้างคุณค่าร่วมกับสังคม ของ Jaiya and Pakasat (2021) ได้ศึกษาแนวทางในการสร้างคุณค่าร่วมกับสังคมขององค์กร (CSV) ที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ ชื่อเสียง และการยอมรับของชุมชนในเขตพื้นที่มาบตาพุด จังหวัดระยอง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการเข้าร่วมกิจกรรมการสร้างคุณค่าร่วมกับสังคมขององค์กร ในการรักษาอัตลักษณ์ของชุมชน เป็นอันดับแรก ($\bar{X}$ = 4.244, S.D. = 0.7982) โดยชุมชนต้องการให้มีกิจกรรมชุมชน ได้แก่ บุญข้าวหลาม สงกรานต์ ลอยกระทง งานมงคลและอวมงคลของชุมชน เพื่อสนับสนุนอัตลักษณ์ให้คงอยู่ รองลงมา คือ ชุมชนมีความต้องการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจและการจ้างงาน ($\bar{X}$ = 4.102, S.D. = 0.796) ด้วยการจัดกิจกรรมส่งเสริมรายได้ ได้แก่ จัดให้มีตลาดนัดในสวน ร้านขายของที่ระลึก ร้านอาหารชุมชน ร้านนวดสมุนไพร เพื่อเกิดการขยายตัวของสังคม และลำดับที่ 3 คือ ชุมชนมีความต้องการด้านการศึกษาและการพัฒนาชุมชน ($\bar{X}$ = 4.028, S.D. = 0.804) ได้แก่ การให้ทุนการศึกษาแก่บุตรหลานในชุมชน เป็นต้น จะเห็นได้ว่า การขับเคลื่อนธุรกิจด้วยชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร ทำให้การสร้างคุณค่าร่วมกันกับสังคม จะสามารถกำหนดทิศทางการขับเคลื่อนการดำเนินงานขององค์กรได้ชัดเจนมากขึ้น ทำให้ประเด็นปัญหาสังคมได้ถูกแก้ไขไปพร้อมกันกับการเติบโตขององค์กร

4. การให้เพื่อสังคมของกิจการ (Corporate Philanthropy) เป็นการดำเนินการตามกระแสความต้องการของสังคมหรือจากภายนอกองค์กร หรือการบริจาคตรง ดังนั้นจะไม่เชื่อมโยงกับพันธกิจหรือเป้าหมายของกิจการชัดเจน เนื่องจากไม่มีการวางแผนเป้าหมายการดำเนินงานและการออกแบบการจัดกิจกรรมฯ โดยละเอียด ซึ่งลักษณะกิจกรรมจะเป็นการบริจาคและการให้เงินช่วยเหลือ รวมถึงการจัดตั้งหน่วยงานที่ทำหน้าที่เป็นคนกลางหรือหน่วยรับบริจาค เพื่อส่งต่อให้สังคมในโครงการต่าง ๆ ได้แก่ โครงการแก้ปัญหาสุขภาพผู้ประสบภัยน้ำท่วมและร่วมพัฒนาพื้นที่พื้นที่น้ำท่วม ประจำปี 2566 โดยหน่วยรับบริจาคมีหลากหลายประเภท ได้แก่ มูลนิธิ สภาวิชาชีพ โรงพยาบาล และสถานศึกษา ทั้งนี้รัฐบาลและผู้เกี่ยวข้องได้เห็นความสำคัญของการเพิ่มช่องทางสำหรับการบริจาคเงินเพื่อเป็นประโยชน์ต่อสังคมเพิ่มขึ้น จึงได้ทำการเพิ่มช่องทางในระบบบริจาคอิเล็กทรอนิกส์ (e-Donation) โดยหน่วยรับบริจาคต่าง ๆ จะต้องได้รับการรับรอง โดยผู้บริจาคสามารถตรวจสอบรายชื่อหน่วยงานที่เข้าร่วมระบบ e-Donation ได้ที่เว็บไซต์ของกรมสรรพากร

สอดคล้องกับงานวิจัยของ Nitichoatpakin and Sukcharoensin (2025) ได้กล่าวถึงการบริจาคเพื่อช่วยเหลือสังคมผ่านระบบ e-Donation โดยผู้บริจาคต้องการบริจาคเงินให้หน่วยรับบริจาคเพราะต้องการแบ่งปันช่วยเหลือผู้ที่ด้อยโอกาสมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 18.2 และผู้ที่ได้รับความเดือดร้อนอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 11.0 โดยเลือกบริจาคผ่านระบบ e-Donation เพราะความสะดวกคิดเป็นร้อยละ 43.9 จะเห็นได้ว่า การได้รับรู้ปัญหาและความต้องการของผู้ที่เดือดร้อน มาจากอิทธิพลของการสร้างเครือข่ายทางสังคมอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ

ซึ่งจะเป็นช่องทางให้บุคคลได้รับข่าวสารข้อมูลมากยิ่งขึ้น ดังนั้น จึงควรส่งเสริมให้มีการทำกิจกรรมในชุมชนอย่างต่อเนื่องในทุกเดือน จะทำให้เกิดกุศลซึ่งกันและกัน ทั้งนี้จะสามารถสร้างรากฐานแห่งความสามัคคีที่เข้มแข็งให้กับชุมชน

5. การอาสาชุมชน (Community Volunteering) เป็นการสนับสนุนและจูงใจให้ผู้มีส่วนได้เสีย ได้แก่ พนักงาน คู่ค้า สมาชิกกิจการ เป็นต้น มาร่วมมือ ร่วมแรง และสร้างประโยชน์ให้แก่ชุมชน เพื่อตอบสนองประเด็นปัญหาสังคมที่กิจการได้ให้ความสนใจหรือห่วงใย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Songklang and Sripokangkul (2020) ได้ทำการศึกษาวิธีการดำเนินโครงการเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทในด้านการศึกษา เพื่อสร้างความสัมพันธ์ร่วมกันในฐานะสมาชิกของชุมชนหรือสังคมเดียวกัน โดยบริษัทฯ เปิดโอกาสให้พนักงานได้มีส่วนร่วมเป็นอาสาสมัคร ไปทำหน้าที่พลเมืองดีในชุมชน หนึ่งในโครงการที่สำคัญ คือ โครงการทฤษฎีอาสา ปลุกปัญญาเยาวชนไทย โดยมีวัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรมเพื่อให้พนักงานมีจิตอาสา ให้ความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และต้องการส่งเสริมครู นักเรียนให้ใช้ประโยชน์จากอุปกรณ์และสื่อปลูกปัญญาที่มอบให้ ทั้งนี้พนักงานที่เป็นอาสาสมัครจะได้รับการประเมินว่าเป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานในหน้าที่ที่พึงกระทำ

6. การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business Practices) กล่าวถึงกระบวนการทางธุรกิจที่ป้องกันหรือหลีกเลี่ยงประเด็นปัญหาของสังคม ซึ่งในงานวิจัยของ Kettapan (2016) ได้ยกตัวอย่างกรณีศึกษาของ บริษัทในประเทศอินเดีย ด้วยการสร้างโอกาสและเพิ่มคุณค่าทางธุรกิจให้แก่กิจการ จากการที่รับซื้อผลิตภัณฑ์น้ำมันของกลุ่มเกษตรกรรายย่อยในท้องถิ่น เสริมสร้างความรู้เพื่อให้ผลผลิตเพิ่มขึ้น และวิธีการลดการทำลายสิ่งแวดล้อมในชุมชน ทำให้มีความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกิจการกับชุมชน ลูกค้าให้ความไว้วางใจ ส่งผลต่อยอดขายและกำไรที่เพิ่มขึ้น ส่วนแบ่งตลาดสูงขึ้น กิจการเป็นที่รู้จัก ได้รับการยอมรับ ลูกค้ามีความพึงพอใจและความภักดี จะเห็นได้ว่า กระบวนการดำเนินธุรกิจที่ให้ชุมชนมีส่วนร่วมในความสำเร็จของกิจการนั้น จะสร้างการเติบโตให้กิจการอย่างยั่งยืน

7. การพัฒนาและส่งมอบสินค้าและบริการที่สามารถซื้อหาได้ (Developing and Delivering Affordable Products and Services) กล่าวได้ว่า เป็นการพัฒนาสินค้า เพื่อให้ตลาดที่เป็นกลุ่มที่มีฐานะยากจน มีกำลังซื้อ มีความปลอดภัยขั้นพื้นฐานที่ได้รับการปกป้องคุ้มครองจากกฎหมาย กล่าวคือเป็นกลุ่มคนที่อยู่บนฐานล่างสุดของปิรามิด (The Bottom of the Pyramid: BOP) ซึ่งเป็นหน้าที่ที่กิจการต้องปฏิบัติ โดยแบ่งตามลำดับขั้นความรับผิดชอบต่อสังคม ในลำดับที่ 1 เป็นระดับข้อบังคับ (Mandatory Level) ที่เป็นข้อบังคับตามกฎหมาย ซึ่งกิจการต้องปฏิบัติตาม ได้แก่ กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค กฎหมายแรงงาน เป็นต้น ที่สะท้อนความรับผิดชอบต่อด้านเศรษฐกิจ และกิจการยังคงมีกำไรจึงจะสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้เช่นกัน (Wagner, 2019)

ทั้งนี้ เพื่อให้กิจกรรม CSR เป็นไปอย่างถูกต้องและเหมาะสมตามสมรรถนะขององค์กรให้สอดคล้องกับความต้องการของสังคม การกำหนดวัตถุประสงค์ของกิจกรรมฯ จึงเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อเป็นทิศทางในการดำเนินงาน และการระบุตัวชี้วัดจากการดำเนินงานเป็นตัวบ่งชี้ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยสามารถแบ่งทิศทางของการกำหนดวัตถุประสงค์ไว้ ดังนี้ (Nontanatorn, 2016)

1. กิจกรรมเพื่อให้ความสอดคล้อง (Relevance) ระหว่างกลยุทธ์กิจการและผู้มีส่วนได้เสีย โดยมีบทบาทในลักษณะของผู้ทำกิจกรรมและผู้ได้รับผลประโยชน์จากกิจกรรมฯ นั้น ๆ อ้างถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการในหน่วยงานต่างๆ ที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ของ Kusakei and Bushera (2023) ได้กล่าวถึงแนวคิดในแผนภาพปิรามิดของ CSR ที่ได้ทำการศึกษาบริษัทต่างๆ ในประเทศเอธิโอเปีย (Corporate social responsibility

pyramid in Ethiopia) พบว่า ข้อมูลถูกรวบรวมมาจาก 100 บริษัทที่ทำธุรกิจแตกต่างกัน ได้แก่ ร้านค้าปลีกค้าส่ง เทคโนโลยี การเกษตร การขนส่ง เป็นต้น จากการคำนวณสัดส่วนของค่าเฉลี่ยรวมเป็นร้อยละ ของการปฏิบัติงานจากการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมต่อจำนวนกิจการที่ปฏิบัติงานใน 5 ลักษณะโครงการ ดังต่อไปนี้ 1) CSR กับพนักงาน พิจารณาจากการจัดการเงินเดือนและผลตอบแทนต่างๆ โดยร้อยละ 78 ของกิจการ ได้จัดการในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 3-4) 2) ESG (Environmental Social Governmental) กับ CSR พิจารณาจาก การจัดการสิ่งแวดล้อม การบริจาค และสังคมยั่งยืน โดยร้อยละ 44 ของกิจการ ได้จัดการในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 3-4) 3) CSR กับทิศทางความต้องการของลูกค้า พิจารณาจากควมมีสุขภาพที่ดี โดยทุกกิจการได้จัดการในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 3-4) 4) ความรับผิดชอบต่อทางด้านกฎหมาย โดยร้อยละ 83 ของกิจการ ได้จัดการในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 3-4) และ 5) การจัดการกิจการกับ CSR พบว่า มีการจัดการในระดับสากลเป็นการพัฒนาย่างยั่งยืน โดยร้อยละ 85 ได้จัดการในระดับพื้นฐานปรกติ (2.5-3) อาจกล่าวได้ว่า เมื่อประเมินภาพรวม CSR กับค่าเฉลี่ยกับจำนวนของบริษัทฯ คิดเป็นค่าร้อยละของการปฏิบัติพบว่า ภาพรวมของการประกอบการเกี่ยวกับ CSR มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดที่ 2.5-3 คิดเป็นร้อยละ 58 ของการประกอบกิจการที่ถูกรวบรวมมาจำนวน 100 บริษัท

2. กิจกรรมเพื่อเพิ่มความพอเพียง (Adequacy) ในการใช้ทรัพยากรต่างๆ สำหรับการทำกิจกรรม CSR ได้แก่ การนำเทคโนโลยีมาช่วยลดการสูญเสียในกระบวนการผลิต การเพิ่มช่องทางการขายด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น สอดคล้องกับวิจัยของ Kittanondecha and Ruangchoengchum (2018) ได้ทำการศึกษาการลดความสูญเสียโดยไม่ทราบสาเหตุในกระบวนการผลิตน้ำตาลทรายของโรงงานน้ำตาลเกษตรผลจำกัด จังหวัดอุดรธานี ด้วยการสนทนากลุ่มกับผู้ให้ข้อมูลจำนวน 20 รายร่วมกับการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย IDEFO และแผนผังต้นไม้ โดยใช้การวิเคราะห์ด้วย Why-Why และ How-How โดยได้ทำการแก้ไขกระบวนการผลิตน้ำตาลทรายด้วยการลดการสูญเสียโดยไม่ทราบสาเหตุ สรุปได้ว่า สามารถลดการสูญเสียจากสิ่งปนเปื้อนที่มากับอ้อยได้ร้อยละ 59 การลดความสูญเสียจากอ้อยตกหล่นเมื่อขนส่งอ้อยเข้าหีบร้อยละ 35 และการลดการรั่วไหลของน้ำตาลจากกิจกรรมการบีบร้อยละ 70 สรุปได้ว่า การค้นหาค่าความสูญเสียในกระบวนการผลิต จะเป็นการประหยัดทรัพยากร ส่งผลต่อมูลค่าของผลผลิตจะเพิ่มขึ้น

3. กิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ในประสิทธิภาพและประสิทธิผล (Efficiency and Effectiveness) แสดงถึงความคุ้มค่าในการใช้ทรัพยากรด้านต่างๆ ได้แก่ ทางการเงิน ทางกายภาพ และทุนมนุษย์ เป็นต้น เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Al-Shammari, Banerjee and Rasheed (2021) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่าง CSR และการรายงานผลประกอบการของบริษัทในความสัมพันธ์แบบ 3 ทิศทาง ระหว่าง CSR การรายงานผลประกอบการ และการแสดงสถานะทางเศรษฐกิจของบริษัท โดยเลือกศึกษาบริษัทขนาดใหญ่ที่เป็นบริษัทมหาชนในทวีปอเมริกาเหนือ จำนวน 137 บริษัท ระหว่างปี ค.ศ.2004-2013 จาก S&P 500 (Standard & Poor's 500) ที่เป็นหนึ่งในดัชนีที่แสดงถึงเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศสหรัฐอเมริกา ประกอบด้วยบริษัทขนาดใหญ่จำนวน 500 บริษัท คำนวณโดยวิธีถ่วงน้ำหนักตามมูลค่าตลาด (Market cap) ที่มีขนาดประมาณร้อยละ 80 ของมูลค่าตลาดหุ้นสหรัฐอเมริกาทั้งหมด ผลการศึกษาพบว่า บริษัทที่การแสดงผลประกอบการด้านความสามารถในการวิจัยและพัฒนา และด้านการบริหารจัดการภายในที่ดี จะส่งผลต่อการรายงานผลประกอบการภาพรวมที่แสดงสถานะทางเศรษฐกิจที่ดีของบริษัทด้วย ทั้งนี้ วัตถุประสงค์ของการดำเนินงานของบริษัทจะแยกส่วนของกิจกรรมหลัก ออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้ กิจกรรมหลักเป็นกิจกรรม CSR ที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียกับกิจการทั้งทางตรงและทางอ้อม (social responsibility toward all

stakeholders) และกิจกรรมหลักในการดำเนินงาน ได้แก่ การวิจัยและการพัฒนา การตลาด กระบวนการดำเนินงาน เป็นต้น สรุปได้ว่า การแสดงผลประกอบการของกิจการเป็นภาพสะท้อนของประสิทธิภาพในการบริหารจัดการและประสิทธิผลของความสัมพันธ์ในการดำเนินกิจกรรมทางสังคมที่ให้ประโยชน์ร่วมกัน

4. กิจกรรมเพื่อสร้างผลผลิตและผลลัพธ์ (Output and Outcome) ดังเช่นตัวอย่างของการสร้างอาชีพและรายได้ของคนในชุมชน ด้วยการพัฒนาสินค้าของชุมชน การปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว การสื่อสารด้วยภาษาถิ่นแสดงถึงขนบธรรมเนียมและวัฒนธรรมประจำท้องถิ่น การสร้างการรับรู้ และกระแสมโนทัศน์ให้การเดินทางมาเยือน เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อความมั่นคงในอาชีพอย่างยั่งยืนในชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Tuphrut, Boonkuer and Amphap (2020) ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยแห่งความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตรังโดยใช้แนวคิดในการบริหารจัดการ Balanced Scorecard กล่าวคือ ความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน เป็นการยืนยันความสามารถในการพัฒนาตนเองของชุมชน ที่บ่งชี้ความเข้มแข็งและยั่งยืน โดยมุ่งเน้นกิจกรรมสาธารณประโยชน์และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยการใช้ Balanced Scorecard (BSC) ในการประเมินผลลัพธ์และนำไปแก้ไข ด้วยการทำการประเมินผลการปฏิบัติงานของวิสาหกิจชุมชนใน 4 ด้านหลัก คือ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการพัฒนา ผลการศึกษาพบว่า ความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดตรังด้านความคิดริเริ่ม เป็นปัจจัยที่มีระดับของความสำเร็จมากที่สุด ($\bar{X} = 4.50$, $SD = 0.48$) กล่าวคือ วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตรัง มีการวางแผนกระบวนการทำงานเป็นทีม มีการพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าด้วยการสำรวจอย่างเป็นลำดับขั้นตอน จัดการวางแผนแนวทางในการพัฒนาทักษะ และสืบทอดความรู้สู่เยาวชนรุ่นใหม่ ทำให้มีการพัฒนาผลผลิตอยู่เสมอ และมีผลลัพธ์ที่ชัดเจน

5. กิจกรรมเพื่อส่งผลกระทบ (Impact) ให้เกิดขึ้นในภาพรวมที่แสดงถึงความต้องการเติบโตของกิจการที่วางแผนไว้โดยกิจกรรม CSR ที่ได้ดำเนินการจะสะท้อนให้เห็นภาพลักษณ์ของกิจการ เจตคติที่ดีของกิจการที่ต้องการพัฒนาสังคม สิ่งแวดล้อม ชุมชน และผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมดของกิจการ ซึ่งงานวิจัยหลายฉบับได้นำแนวคิดมาและกรณีศึกษาที่อยู่ในทิศทางเดียวกันมาสรุปไว้ ดังตัวอย่างงานวิจัยของ Kettapan (2016) ที่ทำการศึกษากลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อความสำเร็จในการแข่งขัน ได้ศึกษาแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัทบางจาก ปีโตเลียม จำกัด (มหาชน) ในประเทศไทย พบว่าบริษัทฯ ได้นำ CSR มาประยุกต์ใช้กับการดำเนินงานทางธุรกิจ เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่กิจการ และสิ่งสำคัญที่เห็นเด่นชัดจากการประกอบกิจกรรม CSR นั้น จะเป็นการขยายโอกาสสร้างงาน สร้างรายได้เพิ่มขึ้น นำไปสู่ชุมชนพัฒนา

กล่าวได้ว่า กิจการต่างๆ นิยมใช้หลักการ CSR นี้ในการดำเนินงาน เนื่องจากเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน ส่งผลต่อผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มใหญ่ ที่จะสะท้อนผลประโยชน์ที่เป็นตัวเงินและไม่ได้เป็นตัวเงิน ทำให้ได้รับการยอมรับ สามารถจดจำได้ง่าย และได้รับการระลึกถึง เป็นบทบาทของกิจการในการประกอบธุรกิจที่สะท้อนการมีชื่อเสียงเชิงบวกได้ในภาพรวม ด้วยเหตุผลของหลักการ CSR นี้ได้ส่งผลต่อการมีทัศนคติของผู้มีส่วนได้เสียต่อกิจการ และความคาดหวังของสังคมที่มีต่อกิจการนั้นๆ อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการจะต้องทำด้วยความสมัครใจและสามารถวัดผลได้ใน 3 มิติ กล่าวคือ การวัดผลทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

จากหนังสือ CSR การจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร: การสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน (Nontanatorn, 2016) ยังได้กล่าวถึงการประเมินผลกิจกรรม CSR ไว้ว่าเป็นการนำผลลัพธ์ในแต่ละช่วงเวลา

ของการดำเนินงานภายใต้หลักเกณฑ์ที่กำหนดขึ้น ซึ่งได้รับการตรวจสอบความชัดเจนให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการดำเนินการอย่างถูกต้องแล้ว ทั้งนี้การประเมินผลตามช่วงเวลาของการดำเนินกิจกรรม ได้มีการแบ่งลักษณะไว้ดังนี้

1. การประเมินผลกระบวนการ (Process Evaluation) เป็นการศึกษาผลการดำเนินงานใน 4 มิติ ได้แก่ ด้านปริมาณ ด้านคุณภาพ ด้านเวลา และด้านต้นทุน จะทำให้กระบวนการในการดำเนินงานของกิจกรรมมีประสิทธิภาพมากขึ้น ได้แก่ การบริหารงานแบบไคเซ็น (Kaizen) ที่เป็นแนวคิดในการปรับปรุงการบริหารและการจัดการที่มีประสิทธิผล โดยใช้ความรู้ ความสามารถของพนักงานมาดำเนินงาน โดยลักษณะการดำเนินงานตามแนวคิดของไคเซ็นนั้น มุ่งเน้นไปที่การควบคุมคุณภาพและการบริหารคุณภาพทั้งระบบ มีระบบการผลิตแบบทันเวลาพอดี มีการบำรุงรักษาทรัพย์สิน เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Janjic, Bagicevic and Krstic (2019) ที่กล่าวถึงประโยชน์ที่ได้รับ เมื่อกิจการใช้แนวคิดไคเซ็นมาปรับปรุงในกระบวนการทำงาน กิจการสามารถจัดการต้นทุนได้อย่างเหมาะสม ลดการสูญเสียในกระบวนการผลิต และการพัฒนาคุณภาพของกระบวนการผลิต รวมถึงได้เปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมในการทำงาน และจัดการกิจการด้วยวิธีใหม่ อาจกล่าวได้ว่าแนวคิดไคเซ็น เป็นเครื่องมือในการเปลี่ยนวัฒนธรรมกิจการ วิธีการทำงาน และประสบการณ์ในการทำงานให้เหมาะสมมากขึ้น

2. การประเมินผลลัพธ์ (Outcome Evaluation) เป็นการตรวจสอบผลลัพธ์จากเป้าหมายที่ระบุไว้ กล่าวคือเป็นการประเมินผลหลังจากการดำเนินงานสิ้นสุดลง โดยเปรียบเทียบประสิทธิผลจากการดำเนินงานและเป้าประสงค์ที่วางแผนไว้ ดังเช่น งานวิจัยของ Nyeadi, Ibrahim and Sare (2018) เรื่อง Corporate social responsibility and financial performance nexus: Empirical evidence from South African listed firms ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างการแสดงผลประกอบการในงบการเงินของกิจการและกิจการ CSR โดยศึกษาข้อมูลจาก 100 บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ (listed firms) ในประเทศแอฟริกาใต้ พบว่ามีผลกระทบเชิงบวกที่ชัดเจนโดยเฉพาะในกิจการขนาดใหญ่ ด้วยการแสดงผลการดำเนินงานประจำปีในรายงานความยั่งยืนในประเด็นสำคัญทางธุรกิจและที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม CSR ในด้านต่าง ๆ กล่าวคือ ด้านสังคม ได้แก่ การดูแลสุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน การตรวจสอบสัดส่วนร้อยละของจำนวนพนักงานทุกซ์พลภาพ การกำหนดสิทธิประโยชน์ขั้นพื้นฐานของพนักงานในกิจการ เป็นต้น และในด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การตรวจสอบสัดส่วนร้อยละของปริมาณน้ำที่ถูกนำมาใช้หมุนเวียน การตรวจสอบสัดส่วนร้อยละของการนำวัสดุอุปกรณ์กลับมาใช้ใหม่ วิธีการคัดแยกขยะและกำจัดของเสียในโรงงาน เป็นต้น

3. การประเมินผลกระทบ (Impact Evaluation) เป็นการสำรวจภาพสะท้อนของกิจกรรมในการดำเนินงานทั้งก่อน และภายหลังการทำกิจกรรม กล่าวคือ เป็นการวิเคราะห์สถานการณ์ต่างๆ ที่อยู่ร่วมในเหตุการณ์ดังนั้นจึงสามารถประเมินผลกระทบก่อนการดำเนินงานได้ โดยมีองค์ประกอบของการประเมินผลกระทบก่อนการดำเนินงานเรียกว่า Impact Assessment แบ่งออกเป็น การประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม (Environmental Impact Assessment: EIA) การประเมินผลกระทบสังคม (Social Impact Assessment: SIA) และการประเมินผลกระทบสุขภาพ (Health Impact Assessment: HIA) รวมถึงการวิเคราะห์จากประสิทธิผลของกิจกรรมหลังการดำเนินงานได้เช่นกัน ตัวอย่างกรณีศึกษา บริษัท อำพลฟู้ดส์ไพรเวตส์ จำกัด ในงานวิจัยของ Dechporn (2020) ได้ศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อการรับรู้ด้านการทำกิจกรรมทางสังคมเพื่อสิ่งแวดล้อมของธุรกิจ และภาพลักษณ์ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัท อำพลฟู้ดส์ไพรเวตส์ จำกัด พบว่าภาพลักษณ์ด้านการประกอบการของกิจการนั้น ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความสามารถรองรับเมื่อได้รับความไม่เป็นธรรมจากกิจการเป็นอันดับแรก ($\bar{X} = 4.27$,

SD = 0.84) ซึ่งเป็นผลกระทบในด้านสังคม ขณะที่ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ได้รับความสนใจมากที่สุด ที่กิจการได้จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีเนื้อหาด้านสุขภาพเพื่อให้ความรู้แก่ผู้บริโภค ($\bar{X}$ = 3.95, SD = 0.87) กล่าวคือเป็นผลกระทบด้านสุขภาพ และภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมนั้น ผู้บริโภคให้ความสนใจในโครงการ “กล่องพิเศษ” เพื่อรีไซเคิลกล่อง ยู เอช ที มากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.37, SD = 0.75) ซึ่งเป็นการประเมินผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม

ดังนั้น การสร้างตัวชี้วัด CSR จึงเป็นสิ่งสำคัญในการตรวจสอบความสำเร็จ จึงมีข้อความที่ควรระบุไว้อย่างชัดเจน ได้แก่ วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ ซึ่งจะเป็นแผนที่นำทางการดำเนินงานในกระบวนการต่างๆ เพื่อจะได้ไม่คลาดเคลื่อนไปจากเป้าประสงค์ที่ต้องการ นอกจากนี้ปัจจัยแห่งความสำเร็จก็จะเป็นตัวแปรที่ควบคุมให้อยู่ในกรอบของการดำเนินงานที่วางแผนไว้ และการจัดการข้อควรระวังในโอกาสของการเบี่ยงเบนผลลัพธ์ ที่อาจมาจากปัจจัยอื่นๆ ซึ่งกิจการจะสามารถตรวจสอบได้ด้วยการใช้สถิติในการหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) ในการประเมินผล และสุดท้าย คือ ประโยชน์ที่กิจการและผู้มีส่วนได้เสียจะได้รับในประเด็นต่างๆ จากการมีส่วนร่วมในกิจกรรม CSR จึงเป็นบทสรุปที่กล่าวไว้อย่างชัดเจน ภายหลังจากเสร็จสิ้นของกิจกรรม CSR ดังตัวอย่างการค้นคว้าของ Manasomjit (2021) เรื่อง แผนธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารเสริมจากสารสกัดเมล่อน ด้วยเทคโนโลยีการผลิตฟาร์อินฟราเรด เพื่อการชะลอวัย เป็นการค้นหาแนวทางและจัดทำแผนการดำเนินงานด้วยกิจกรรมเพื่อสร้างผลผลิตและผลลัพธ์ กล่าวคือ บริษัท วอนเดอร์ เมล่อน จำกัด ได้ดำเนินธุรกิจด้านการพัฒนาและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารเสริม (Dietary Supplement product) มีเป้าหมายในการดำเนินงาน เพื่อผลักดันให้อุตสาหกรรมอาหารเสริมในประเทศไทยมีมาตรฐานในระดับสากล มีตลาดจำหน่ายทั่วโลก โดยเริ่มจากวางแผนการดำเนินงาน ด้วยแนวคิดที่จะเป็นไปได้ในการประกอบกิจการ วิเคราะห์อุตสาหกรรมที่มีองค์ประกอบ 6 ด้านที่มีโอกาสสร้างผลกระทบกับธุรกิจทั้งในเชิงบวกและเชิงลบด้วย PESTEL Analysis วางแผนเป้าหมายทางการตลาดแบ่งออกเป็นระยะสั้น ภายใน 1 ปี กำหนดแผนงาน 1) การกระจายสินค้าทั่วประเทศไทย 2) จำนวนข้อร้องเรียนโดยรวมที่ต่ำกว่าร้อยละ 10 ของกิจการการขายทั้งหมด และแผนระยะยาว (1-5 ปี) กำหนดแผนการดำเนินงานที่ผลกำไรในปีที่ 2 ของการดำเนินกิจการมีการขยายตัวแทนจำหน่ายเติบโตที่ร้อยละ 10 ต่อปี มีอัตราส่วนกำไรเติบโตเฉลี่ยที่ร้อยละ 5 ต่อปี มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ปีละ 1 ชุดผลิตภัณฑ์ เพื่อรักษฐานลูกค้าเก่า เป็นต้น จะเห็นได้ว่าลักษณะกิจกรรมเพื่อสร้างผลผลิตและผลลัพธ์มีความชัดเจน มีตัวเลขชี้วัดเป้าหมาย มีการสร้างมาตรฐานและกฎเกณฑ์ในการประเมินผลลัพธ์เพื่อตรวจสอบความสำเร็จของแผนงานที่จัดทำ

อาจกล่าวได้ว่า ตัวชี้วัดผลงาน (Key Performance Indicator: KPI) ที่จัดทำเป็นตัวเลข ในลักษณะของร้อยละ (Percentage) อัตราส่วน (Ratio) สัดส่วน (Proportion) ค่าเฉลี่ย (Mean) เป็นต้น ถูกประยุกต์ใช้เพื่อรายงานแบบบูรณาการ (Integrated Reporting) แสดงถึงผลกระทบด้านความยั่งยืนของกิจการ ที่สามารถประเมินประสิทธิภาพจากประสิทธิภาพได้เช่นกัน ตัวอย่าง การนำหลักการในการประยุกต์ตัวชี้วัดประสิทธิภาพทางการบริการ (Service Effectiveness) มาใช้ ก็จะสามารถอ้างอิงได้จากการนับจำนวนผู้ที่ได้รับบริการและได้รับผลประโยชน์จากการให้บริการ และเมื่อกล่าวถึง การนำหลักการประยุกต์ตัวชี้วัดประสิทธิภาพเชิงต้นทุนต่อหน่วยกิจกรรมหรือการประหยัดเงิน (Economy) ก็จะสามารถคำนวณจากค่าใช้จ่ายจริงต่อกิจกรรมที่ลดลง

แนวคิดในการจัดทำบัญชีเพื่อความยั่งยืน (Sustainability Accounting) การบัญชีเพื่อความยั่งยืน (Sustainability Accounting) ได้รับการประยุกต์ใช้อย่างกว้างขวางในกิจการหลายแห่งทั่วโลก เพื่อเพิ่มความโปร่งใสและประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ซึ่งการบัญชีประเภทนี้มุ่งเน้นการประเมินและรายงานผลกระทบทางเศรษฐกิจ

สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยให้ธุรกิจดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น แต่ยังช่วยเสริมสร้างความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือในสายตาของผู้มีส่วนได้เสีย การนำมาประยุกต์ใช้ในกิจการต่างๆ มีลักษณะดังต่อไปนี้

1. การใช้แนวทางการรายงานด้วยการเปิดเผยข้อมูลของผลการดำเนินงานของกิจการด้านความยั่งยืน 3 ด้าน ได้แก่ สิ่งแวดล้อม (Environment) สังคม (Social) และ ธรรมาภิบาล (Governance) หรือ การรายงานด้าน ESG ซึ่งช่วยในการกำหนดกลยุทธ์เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพในทุกมิติของการดำเนินธุรกิจ รวมถึง การนำมาตราฐาน ISO 26000 ไปใช้ในองค์กร โดยมีหลักการสำคัญ 7 ประเด็น ได้แก่ ธรรมาภิบาลขององค์กร สิทธิมนุษยชน การปฏิบัติด้านแรงงาน สิ่งแวดล้อม การปฏิบัติดำเนินงานอย่างเป็นธรรม ประเด็นด้านผู้บริโภค และการมีส่วนร่วมและพัฒนาชุมชน (Suntornchote and Meeampol, 2020) ดังเช่น งานวิจัยของ Zik-rullahi and Jide (2023) ได้ทำการศึกษาบริษัทในอุตสาหกรรมพลังงานที่ใช้ข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) สังคม (Social) และธรรมาภิบาล (Governance) ในการรายงานข้อมูลเกี่ยวกับการลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และการจัดการทรัพยากรน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ

และงานวิจัยของ Yothachun, Meeumpol, and Pajongwong (2020) ทำการศึกษารายงานที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่ม ESG100 มีการเปิดเผยข้อมูลรายงานความยั่งยืน จากปี พ.ศ. 2558–2562 พบว่า การเปิดเผยข้อมูลมีเพิ่มมากขึ้น เมื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลรายงาน ความยั่งยืนกับผลการดำเนินงาน โดยควบคุมขนาดของบริษัท อายุของบริษัท อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนผู้ถือหุ้น และประเภทอุตสาหกรรม พบว่า การเปิดเผยข้อมูลรายงานความยั่งยืนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) และมูลค่ากิจการวัดโดย Tobin's Q แสดงให้เห็นถึงการเปิดเผยข้อมูลรายงานความยั่งยืน ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของบริษัทที่ดีขึ้นตามไปด้วย ในด้านสังคมมีการเปิดเผยข้อมูลต่ำสุด แสดงให้เห็นว่าบริษัทยังคงให้ความสำคัญกับกิจกรรมทางสังคมน้อย ควรมีการส่งเสริมให้บริษัทหันมาสนใจทำกิจกรรมเพื่อสังคมให้มากขึ้น เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้บริษัทส่งผลต่อความน่าเชื่อถือ สร้างมูลค่าทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในบริษัทส่งผลต่อยอดขายและกำไร สามารถดึงดูดนักลงทุนให้เข้ามาลงทุน และสร้างความเชื่อมั่นให้นักลงทุน ใช้ประกอบพิจารณาในการลงทุน

2. การใช้การบัญชีสิ่งแวดล้อม (Environmental Accounting) โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมที่มีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติมาก เช่น อุตสาหกรรมพลังงาน อุตสาหกรรมเหมืองแร่ และอุตสาหกรรมเกษตร เป็นต้น ซึ่งจะช่วยให้กิจการสามารถวัดผลกระทบที่เกิดจากการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ การจัดการของเสีย และการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ที่จะสามารถวางแผนเชิงกลยุทธ์เพื่อปรับปรุงการดำเนินงานได้อย่างยั่งยืน (Rangkuti, 2023) โดยงานวิจัยของ Yangyuen (2020) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ESG Performance กับประสิทธิภาพทางการเงินในกลุ่มบริษัทอุตสาหกรรมที่อ่อนไหว (Sensitive industries) กรณีศึกษาในกลุ่มสมาชิกสหภาพยุโรป โดยมุ่งเน้นบริษัทที่มีการดำเนินงานด้าน ESG ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์กลุ่มประเทศยุโรปจำนวน 16 ประเทศ ได้แก่ อังกฤษ สวีเดน เยอรมัน โปแลนด์ ฝรั่งเศส รัสเซีย อิตาลี สเปน เดนมาร์ก ฟินแลนด์ เนเธอร์แลนด์ ออสเตรเลีย สวิสเซอร์แลนด์ เบลเยียม นอร์เวย์ และกรีซ จากบริษัทจดทะเบียนจำนวนทั้งสิ้น 428 บริษัท ในช่วงระยะเวลาระหว่างปี 2553-2561 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มบริษัทอุตสาหกรรมที่อ่อนไหว โดยเฉพาะในกลุ่มอุตสาหกรรมที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมสูง เช่น อุตสาหกรรม เหมืองแร่ โลหะ ก่อสร้าง และเคมี เนื่องจากอุตสาหกรรมเหล่านี้มีความเสี่ยงสูงในการก่อมลพิษและก่อปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม จึงมีการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมมากกว่ากลุ่มอื่นๆ โดยเฉพาะบริษัทขนาดใหญ่มีการดำเนินงานด้าน ESG ในทุกๆ ด้านได้เป็นอย่างดี ได้คำนึงถึงการควบคุมและการจัดการ

มลพิษต่างๆ เป็นการตระหนักถึงส่วนรวมที่ไม่ให้กระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ เป็นไปตามมาตรการในการควบคุมมลพิษในยุโรป

3. การประยุกต์ใช้การบัญชีเพื่อความยั่งยืนในอุตสาหกรรมการเงิน ได้นำแนวคิด การเงินสีเขียว (Green Finance) มาใช้ควบคู่กับการบัญชีเพื่อความยั่งยืน ดังเช่น งานวิจัยของ Ng (2018) ที่ทำการศึกษา การจัดทำบัญชีเพื่อความยั่งยืนในระบบการเงินสีเขียว (Green Financing System) ในประเทศฮ่องกง เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับนักลงทุนและส่งเสริมให้เกิดการลงทุนในโครงการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมหรือโครงการที่ช่วยลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม เช่น โครงการพลังงานสะอาด และโครงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

4. การใช้การบัญชีเพื่อความยั่งยืน ตัวอย่างเช่น งานวิจัยของ Noor, Mat, Zainun, Mat and Abdullah (2023) ที่กล่าวถึง การจัดการบัญชีสิ่งแวดล้อม (Environmental Management Accounting System: EMAS) ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมการผลิตของมาเลเซีย เพื่อประเมินและรายงานผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม เช่น การจัดการของเสีย การลดการใช้พลังงาน และการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ผลการวิจัยพบว่า การใช้ EMAS ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการรายงาน และทำให้การดำเนินงานมีความยั่งยืนมากขึ้นในระยะยาว

5. การประยุกต์ใช้การรายงานแบบบูรณาการ (Integrated Reporting) ซึ่งรวมเอาการรายงานทางการเงิน และการรายงานผลกระทบด้านความยั่งยืนเข้าด้วยกัน ทำให้กิจการสามารถสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียถึงการเชื่อมโยงระหว่างการดำเนินงานทางการเงินกับผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมและสังคมได้อย่างชัดเจน ตัวอย่างเช่น บริษัทในอุตสาหกรรมเกษตรได้ใช้การรายงานแบบบูรณาการเพื่อแสดงถึงการลดการใช้ทรัพยากรน้ำและการปรับปรุงกระบวนการผลิตให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้มากขึ้น (Zyznarska-Dworczak, 2020)

กล่าวได้ว่า แนวคิดในการจัดการบัญชีเพื่อความยั่งยืน เป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้กิจการสามารถบริหารจัดการผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างผลประโยชน์ระยะยาวให้กับกิจการ ทั้งนี้ เป็นการลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมและสังคม สร้างความน่าเชื่อถือ และเสริมสร้างความโปร่งใส ให้กับกิจการและผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมดของกิจการ

อย่างไรก็ตาม ความท้าทายและข้อจำกัดยังคงมีหลายประการที่กิจการต้องเผชิญ ในการจัดทำบัญชีเพื่อความยั่งยืน ที่จะสามารถเป็นเครื่องมือสำคัญในการเสริมสร้างประสิทธิภาพและความโปร่งใสของกิจการ เช่น การขาดแคลนข้อมูลที่ถูกต้องและเพียงพอ การบังคับใช้มาตรฐานการรายงานที่ไม่ทั่วถึง และต้นทุนในการดำเนินการที่สูง ทั้งนี้ การนำกรอบแนวคิดความยั่งยืนมาใช้ในทางปฏิบัติ ยังคงต้องการการสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร และการบังคับใช้นโยบายที่เข้มแข็ง (Bashatweh, 2018) และในอนาคต แนวโน้มของการบัญชีเพื่อความยั่งยืนจะมีบทบาทมากขึ้นในธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีการพัฒนามาตรฐานและเครื่องมือที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง เช่น การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ผลกระทบที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนอย่างละเอียดมากขึ้น การปรับปรุงระบบการรายงานให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วโลกจะช่วยให้กิจการสามารถเปรียบเทียบผลการดำเนินงานได้ดีขึ้น (Ng, A., 2018)

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการสังเคราะห์แนวคิดในการพัฒนาเครื่องมือสำหรับจัดกิจกรรม CSR ที่สืบค้นจากฐานข้อมูลผลงานวิจัยที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารวิชาการระดับชาติและระดับนานาชาติ ทำให้ได้การลำดับขั้นตอนของกิจกรรม CSR เป็นไปตามวัตถุประสงค์และลักษณะของกิจกรรมที่เป็นโครงสร้างในการปฏิบัติขององค์กรได้อย่างเหมาะสม ทั้งนี้

อาจมีการเพิ่มลดขั้นตอนเพื่อให้เป็นไปตามระยะเวลาจัดกิจกรรมฯ ของโครงการ ซึ่งอาจจะมีรายละเอียดที่แตกต่างกัน รวมถึงการสร้างตัวชี้วัดความสำเร็จ และการประมวลผลแห่งความสำเร็จของการดำเนินการจัดกิจกรรมฯ

2. ผลลัพธ์ที่ได้จากการถอดบทเรียนแนวปฏิบัติที่ดีของแต่ละกิจกรรม CSR ในแต่ละขั้นตอน จะทำให้การกำหนดทิศทางของการจัดกิจกรรม CSR ได้สอดคล้องกับความต้องการของกิจการอย่างแท้จริง เกี่ยวข้องกับทักษะของบุคลากรและความร่วมมือในกิจการ แผนกลยุทธ์การเติบโตที่สัมพันธ์กับอัตลักษณ์ขององค์กร รวมถึงสัมพันธ์ภาพระหว่างผู้มีส่วนได้เสียทั้งใกล้และไกล

3. ลักษณะของการรายงานผลจากแนวคิดในการจัดทำบัญชีเพื่อความยั่งยืนที่นำมาประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมประเภทต่างๆ ด้วยแนวทางปฏิบัติของกิจการที่เป็นตัวอย่างในการแสดงความน่าเชื่อถือและเสริมสร้างความโปร่งใสให้กับองค์กร และแสดงถึงอัตลักษณ์ขององค์กร ที่แสดงถึงการจัดการผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อม ส่งผลต่อการเติบโตที่ยั่งยืนของกิจการต่อไป

อภิปรายผล

1. ด้านปัจจัยนำเข้า ผลจากการสังเคราะห์แนวคิดการพัฒนาเครื่องมือสำหรับจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม นำไปสู่ความเข้าใจในกระบวนการเชิงระบบ ได้มองเห็นภาพรวมและองค์ประกอบที่ทำงานร่วมกันในระบบ จะสามารถกำหนดวัตถุประสงค์ของกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมให้สอดคล้องกับความต้องการของสังคมและองค์กรได้ ตัวอย่างเช่น การประชาสัมพันธ์สินค้าประเภทเครื่องสำอางที่ชัดเจน เรื่องของการไม่ทดลองสินค้าในสัตว์ โดยมีการระบุข้อความ “Cruelty Free” ไว้ข้างหน้าสินค้า หรือด้านหลังสินค้า โดยมีข้อความว่า “ไม่ได้ทำการทดลองกับสัตว์” (Not Tested on Animal) (Bangkok Biz News, 2021) แสดงให้เห็นถึงวัตถุประสงค์ของการดำเนินงานด้วยการประชาสัมพันธ์เพื่อชี้แจงให้ผู้บริโภคเชื่อมั่นและเต็มใจสนับสนุนสินค้า

2. ด้านกระบวนการ เมื่อสามารถเข้าใจความต้องการของสังคมอย่างถ่องแท้ ทำให้กำหนดแนวปฏิบัติที่ดีได้ด้วยการจัดลำดับขั้นตอนของกิจกรรม CSR ในทิศทางตามสมรรถนะขององค์กร ตรงกับประเด็นปัญหาสังคม และปรับปรุงให้ดีขึ้นไปพร้อม ๆ กับการเติบโตขององค์กรได้ โดยการออกแบบลักษณะกิจกรรม CSR ภายใต้หลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่องค์กรกำหนดขึ้น ซึ่งอาจใช้การประเมินผล 1) จากการดำเนินงาน ในมิติของ ปริมาณ คุณภาพ เวลา และต้นทุน 2) จากการตรวจสอบผลลัพธ์จากเป้าหมาย หรือ 3) จากผลกระทบของเหตุการณ์ เครื่องมือชี้วัดนี้สามารถกำหนดให้เป็นจำนวน หรือตัวเลขได้

3. ด้านผลผลิต องค์กรจะทำการสื่อสารได้ชัดเจน สร้างความเข้าใจร่วมกันได้ระหว่างผู้เกี่ยวข้องับกระบวนการทั้งหมด รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียทั้งสังคมใกล้ (ผู้ที่มีผลกระทบทางตรง) และสังคมไกล (ผู้ที่มีผลกระทบทางอ้อม) ภายในและภายนอกกิจการ ได้แก่ บุคลากรในองค์กร ลูกค้า ชัพพลายเออร์ เป็นต้น ทั้งยังเอื้อประโยชน์ให้แก่สังคมช่วยเหลือเกื้อกูลกันและกัน รวมถึงการดูแลสิ่งแวดล้อมที่อยู่รอบกิจการ ด้วยการแสดงความโปร่งใสในการรายงานผลของกิจกรรม CSR ในการเปิดเผยข้อมูล ESG ในการบัญชีเพื่อความยั่งยืน ทั้งนี้จะทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในตราสินค้าและยินดีสนับสนุนองค์กร

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 องค์กรสามารถนำกรอบแนวคิดเชิงระบบ (Input-Process-Output) ที่ได้จากการสังเคราะห์ ไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการออกแบบและวางแผนกิจกรรม CSR ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ขององค์กร รวมถึงบริบทของสังคมและผู้มีส่วนได้เสียอย่างเป็นรูปธรรม

1.2 หน่วยงานที่รับผิดชอบด้าน CSR และการพัฒนาอย่างยั่งยืน ควรนำผลการวิจัยไปใช้ในการกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จของกิจกรรม CSR ที่เชื่อมโยงกับการเปิดเผยข้อมูลด้าน ESG เพื่อเพิ่มความโปร่งใส ความน่าเชื่อถือ และคุณค่าของรายงานความยั่งยืนขององค์กร

1.3 ผลการวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาเครื่องมือหรือคู่มือปฏิบัติงาน (Guidelines/Toolkit) สำหรับการจัดกิจกรรม CSR และการจัดทำบัญชีเพื่อความยั่งยืน เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจร่วมกันของบุคลากรในองค์กร และยกระดับการดำเนินงานให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงประจักษ์ (Empirical Research) โดยนำกรอบแนวคิดและเครื่องมือที่พัฒนาขึ้นจากงานวิจัยนี้ไปทดลองใช้กับองค์กรหรืออุตสาหกรรมที่หลากหลาย เพื่อเปรียบเทียบผลลัพธ์ วิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จ อุปสรรค และขยายองค์ความรู้เกี่ยวกับการบูรณาการกิจกรรม CSR กับการบัญชีเพื่อความยั่งยืนในบริบทที่แตกต่างกัน

เอกสารอ้างอิง

- Al-Shammari, M.A., Banerjee, S.N. & Rasheed, A.A. (2021). Corporate social responsibility and firm performance: A Theory of dual responsibility. *Management Decision*, 60(6), 1513-1540.
- Apiwatthanakul, U. and Kasemsuk, J. (2022). A model of corporate social responsibility activities and business sustainability: A case study of True Corporation Public Company Limited. *Panyapiwat Journal*, 14(3), 293-305. (in Thai)
- Bangkok Biz News. (2021). "Cosmetics" and animals: Why should we care today?. [Online]. Retrieved March 15, 2025 from: <https://www.bangkokbiznews.com/business/934134>.
- Bashatweh, A. D. (2018). Accounting theory and its impact on adoption of sustainability reporting dimensions - A field study. *International Journal of Accounting and Financial Reporting*, 8(4), 82-99.
- Chotithammo, K. (2022). A study of sustainable development factors (Environmental, Social, Governance: ESG) in SME business in Thailand. Independent study of the Degree of Master's Program in Management. Bangkok: Mahidol University. (in Thai)
- Dechporn, J. (2020). Consumers' Perception towards Image of Organization Implementing Concept of Corporate Social Responsibility (Case Study: Ampol Food Processing Ltd.). Thesis of the Degree of Master of Business Administration Program in Business Innovation Management. Bangkok: Silpakorn University. (in Thai)

- Jaiya, P., and Pakasat, N. (2021). The Method of Creating Shared Value (CSV) influencing to image, reputation, and community acceptance within Mab Ta Phut, Rayong province. *Social Sciences Journal*, 11(2), 469-479. (in Thai)
- Janjic, V., Bagicevic, J. and Krstic, B. (2019). Kaizen as a Global Business Philosophy for Continuous Improvement of Business Performance. *EKOONOMIKA*, 65(2), 13-25.
- Kettapan, K. (2016). Strategy of Corporate Social Responsibility for Competitive Advantage. *Silpakorn University Veridian E-Journal of Humanities, Social Sciences and Arts*, 9(1), 1143-1156. (in Thai)
- Kittanondech, T and Ruangchoengchum, P. (2018). Reduction of Undetermined Loss in Sugar Production Process of Kasetphol Sugar Factory, Udonthani Province. *Journal of the Graduate School of Management Khon Kaen University*, 11(2), 1-17. (in Thai)
- Kusakei, S. and Bushera, I. (2023). Corporate social responsibility pyramid in Ethiopia: A mixed study on approaches and practices. *International Journal of Business Ecosystem & Strategy*, 5(1), 37-48.
- Lomlao, P., Pasusirirot, T., Phoophailboon, S. and Siriwong, P. (2016). The Social Construction of Meanings, Source of Meanings and Corporate Social Responsibility Practicing Concept to Needs of Staff of TPI Polene Public Company Limited. *Silpakorn University Veridian E-Journal of Humanities, Social Sciences and Arts*, 9(1), 630-642. (in Thai)
- Manasomjit, P. (2021). Business Plan for Dietary Supplements from Melon Extract with Far-Infrared-Technology for Anti-Aging. Thesis of the Degree of Master's Program in Management. Bangkok: Mahidol University. (in Thai)
- Ng, A. (2018). From sustainability accounting to a green financing system: Institutional legitimacy and market heterogeneity in a global financial centre. *Journal of Cleaner Production*, 195, 585-592.
- Nitichotpakin, P. and Sukcharoensin, P. (2025). Factors affecting Donations through the Electronic Donation System (e-Donation). *Development Economic Review*, 19(1), 69-89. (in Thai)
- Nontanorn, P. (2016). CSR Corporate Social Responsibility Management: Creating Sustainable Competitive Advantage. 2nd ed. Bangkok: Social Business Leadership Center of Kasetsart University. (in Thai)
- Noor, N., Mat, A., Zainun, T., Mat, T., and Abdullah, A. (2023). Environmental management accounting system adoption and sustainability performance: Triple bottom line approach. *Management and Accounting Review*, 22(1), 229-263.

- Nyeadi, J.D., Ibrahim, M. and Sare, Y.A. (2018). Corporate social responsibility and financial performance nexus: Empirical evidence from South African listed firms. *Journal of Global Responsibility*, 9(3), 301-328.
- Rangaptook, W. (2020). Thai children's competencies in the era of VUCA world. *Kurusapawitthayachan Journal*, 1(1), 8-18. (in Thai)
- Rangkuti, M. B. (2023). Green accounting in enhancing sustainability report disclosure. *International Journal of Research and Review*, 10(11), 483-490.
- Songklang, K. and Sripokangkul, S. (2020). Corporate Social Responsibility of the True Corporation to Support Education. *Journal of Modern Learning Development*, 5(6), 88-101. (in Thai)
- Togkaew, T. and Pasunon, P. (2018). The Documentary Research to Synthesize Components and Analyze the Relationships of Managing Capabilities of Occupational for People with Disabilities: The context of Situation, Paradigms and Capability Approach. *Silpakorn University Veridian E-Journal*, 11(3), 2162-2192. (in Thai)
- Tuphrut, N., Boonkuer, S. and Ampha, O. (2020). Factors of Success in Trang Community Enterprise by the Use of Balanced Scorecard. *Nakhabut Paritat Journal Nakhorn Si Thammarat Rajabhat University*, 12(1), 1-12. (in Thai)
- Wagner, S. (2019). In search of ethics: from Carroll to integrative CSR economics. *Social Responsibility Journal*, 15(4), 469-491.
- Wiwattanakornwong, K. (2024). Waste reduction in the order management process through enterprise resource planning: A case study of ABC Company. *Journal of Social Innovation and Mass Communication Technology*, 7(3), 60-72. (in Thai)
- Yangyuen, W. (2020). ESG Performance and Corporate Financial Performance in Sensitive Industries – An Empirical Study of European Union. Thesis of the Degree of Master's Program in Management. Bangkok. Mahidol University. (in Thai)
- Zyznarska-Dworczak, B. (2020). Sustainability accounting—Cognitive and conceptual approach. *Sustainability*, 12, 1-24.

ปัจจัยด้านโลจิสติกส์ที่มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจและความพึงพอใจของลูกค้า: มุมมองของผู้ค้าปลีกเสื้อผ้าออนไลน์

ปภัสนร ดวงฤทธิ์^{1,*}, ชลธิชา จันทร์แสง², เมธิวิน กิตติคุณ³, โปยมราณี ฤกษ์สำราญ⁴

^{1,2} คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก

³ MBro Global Co., Ltd.

⁴ สถาบันนวัตกรรมการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

Received: 3 September 2025

Revised: 21 October 2025

Accepted: 25 November 2025

บทคัดย่อ

การเติบโตของอีคอมเมิร์ซเสื้อผ้าในไทยได้เปลี่ยนโฉมตลาด โดยมีผู้ค้ารายย่อยเป็นผู้เล่นหลัก อย่างไรก็ตาม คุณภาพบริการโลจิสติกส์ยังเป็นอุปสรรคสำคัญต่อความไว้วางใจและความพึงพอใจของลูกค้า โดยเฉพาะผู้ขายบนแพลตฟอร์มเช่น Facebook, LINE, TikTok, Lazada และ Shopee การศึกษานี้ตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการโลจิสติกส์ ประสิทธิภาพการจัดส่ง ความโปร่งใสด้านราคา ความไว้วางใจ และความพึงพอใจของลูกค้า ด้วยวิธีการเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากผู้ขายออนไลน์ 420 ราย และวิเคราะห์ด้วยโมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) โดยผลการศึกษาพบว่าคุณภาพบริการ ประสิทธิภาพการจัดส่ง และความโปร่งใสด้านราคา ล้วนส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความไว้วางใจของลูกค้า โดยเฉพาะคุณภาพบริการที่มีอิทธิพลสูงสุด ($\beta = .394$) ในขณะที่ความไว้วางใจมีอิทธิพลโดยตรงที่สูงต่อความพึงพอใจ ($\beta = .589$) และทำหน้าที่เป็นตัวกลางเต็มระหว่างปัจจัยโลจิสติกส์กับความพึงพอใจ โมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของความไว้วางใจและความพึงพอใจได้ 38.4% และ 34.7% ตามลำดับ ทั้งนี้ ข้อค้นพบนี้เน้นย้ำความสำคัญของการสร้างความไว้วางใจผ่านการปฏิบัติการที่ดีและการสื่อสารที่โปร่งใส เพื่อเพิ่มความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าในระยะยาวสำหรับผู้ขายเสื้อผ้าออนไลน์ไทย

คำสำคัญ: อีคอมเมิร์ซ โลจิสติกส์ ความไว้วางใจลูกค้า ความพึงพอใจลูกค้า ผู้ค้าปลีกเสื้อผ้าออนไลน์

*ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: papassorn.fw@gmail.com

Logistics Factors Influencing Customer Trust and Satisfaction: An Online Clothing Retailer's Perspective

Papassorn Duanglith^{1,*}, Chonticha Jansang², Medhawin Kitikun³,
Payomrasi Lerksamran⁴

^{1,2}Faculty of Business Administration, Krirk University

³MBro Global Co., Ltd.

⁴Innovative Education and Life Learning Institute,
Rajamangala University of Technology Tawan-ok

Received: 3 September 2025

Revised: 21 October 2025

Accepted: 25 November 2025

Abstract

The growth of e-commerce in Thailand's online clothing sector has transformed the market, with individual retailers emerging as key players. However, logistics service quality remains a major obstacle impacting customer trust and satisfaction, especially for sellers on platforms like Facebook, LINE, TikTok, Lazada, and Shopee. This study investigates the relationships among logistics service quality, delivery performance, price transparency, customer trust, and customer satisfaction. Utilizing a quantitative approach, data were collected from 420 active online clothing sellers and analyzed using Structural Equation Modeling (SEM). The results reveal that service quality, delivery performance, and price transparency all have significant positive effects on customer trust, with service quality exhibiting the strongest influence ($\beta = .394$). Furthermore, customer trust itself is a strong direct predictor of customer satisfaction ($\beta = .589$) and acts as a full mediator between the logistics factors and satisfaction. The model explains a substantial portion of the variance, accounting for 38.4% in customer trust and 34.7% in customer satisfaction. These findings underscore the critical importance of prioritizing trust-building through operational excellence and transparent communication to enhance customer satisfaction and foster long-term loyalty for online clothing retailers in Thailand.

Keywords: E-commerce, Logistics, Customer Trust, Customer Satisfaction, Online Clothing Retailers

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

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ภูมิทัศน์ของอีคอมเมิร์ซในประเทศไทยได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะในภาคแฟชั่นและเสื้อผ้า ซึ่งกลายเป็นผู้นำอย่างไม่มีข้อโต้แย้งในตลาดค้าปลีกออนไลน์ ตัวเลขชี้ให้เห็นอย่างชัดเจนว่า ในปี 2567 ตลาดอีคอมเมิร์ซของไทยมีมูลค่าสูงถึง 1.1 ล้านล้านบาท (ประมาณ 66.7 พันล้านเหรียญสหรัฐ) โดยสินค้ากลุ่มแฟชั่นสร้างรายได้มากกว่าครึ่งหนึ่งของมูลค่าตลาดทั้งหมด และยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง (Nation Thailand, 2025) ปัจจัยขับเคลื่อนหลักของการเติบโตนี้คือการขยายตัวอย่างรวดเร็วของโซเชียลคอมเมิร์ซ เช่น Facebook, LINE, Instagram และ TikTok Shop ซึ่งเปลี่ยนแปลงรูปแบบการค้นหาและซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์ของผู้บริโภคไทยอย่างสิ้นเชิง เช่น การซื้อผ่านไลฟ์สด (Live Shopping) ที่ให้ความรู้สึกเหมือนได้ซื้อของจากร้านค้าจริง การค้นหาสไตล์และการรีวิวจากอินฟลูเอนเซอร์หรือเพื่อนบนโซเชียลมีเดีย หรือการซื้อสินค้าจากร้านค้าที่ไม่มีหน้าร้านเป็นของตัวเองแต่มีเพียงแชทบอทแอปพลิเคชันอย่าง LINE เป็นต้น

สิ่งที่ทำให้ตลาดแฟชั่นออนไลน์ของไทยโดดเด่นเป็นพิเศษ สิ่งที่ทำให้ตลาดแฟชั่นออนไลน์ของไทยโดดเด่นเป็นพิเศษคือโครงสร้างที่แตกต่างจากตลาดตะวันตกที่บริษัทขนาดใหญ่ครองตลาด ในประเทศไทย ผู้ขายเสื้อผ้าออนไลน์ส่วนใหญ่มากกว่า 25,000 ราย เป็นผู้ประกอบการรายย่อยหรือ “แม่ค้าออนไลน์” ซึ่งขับเคลื่อนด้วยจิตวิญญาณผู้ประกอบการ (entrepreneurial spirit) ผู้ขายเหล่านี้ใช้ประโยชน์จากการใช้โซเชียลมีเดียของคนไทยที่สูงมาก จนกลายเป็นตลาดที่ 81% ของผู้บริโภคระบุว่าจะตัดสินใจซื้อจากการแนะนำของอินฟลูเอนเซอร์ อิโคซิสเต็มของโซเชียลคอมเมิร์ซนี้สร้างทั้งโอกาสและความท้าทายที่มีลักษณะเฉพาะตัวของไทย (Online Clothing Retailers in Thailand, 2024)

เมื่ออุตสาหกรรมอีคอมเมิร์ซเติบโตมากขึ้น ปัจจัยสำคัญหนึ่งที่กลายเป็นกุญแจสู่ความสำเร็จทางการแข่งขันก็คือ “คุณภาพการให้บริการด้านโลจิสติกส์” สำหรับผู้ประกอบการ SMEs และแม่ค้าออนไลน์ การส่งมอบสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพและเชื่อถือได้มีความสำคัญพอ ๆ กับตัวสินค้าเอง งานวิจัยจำนวนมากระบุว่า คุณภาพการให้บริการด้านโลจิสติกส์ อาทิ ครอบคลุมทั้งการส่งมอบตรงเวลา การติดตามสินค้าอย่างโปร่งใส ราคาเป็นธรรม และการสื่อสารกับลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า (Jusufović and Stević, 2023; Rizal and Idris, 2024; Al-Mu'ani et al., 2024) กรอบแนวคิดเรื่องคุณภาพการให้บริการแบบ SERVQUAL ได้รับการประยุกต์ใช้ในการประเมินปัจจัยเหล่านี้ โดยมุ่งเน้นไปที่ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความเห็นอกเห็นใจ การสร้างความมั่นใจ และองค์ประกอบที่จับต้องได้ซึ่งล้วนมีบทบาทต่อการรับรู้ของลูกค้า ในสภาพแวดล้อมของโซเชียลคอมเมิร์ซไทยที่มีการแข่งขันสูง และลูกค้าคาดหวังการโต้ตอบแบบเรียลไทม์ คุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์เหล่านี้กลายเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความแตกต่าง (Malau and Sitanggang, 2024)

อย่างไรก็ตาม เบื้องหลังเรื่องราวความสำเร็จนี้ยังมีความท้าทายที่คุกคามการเติบโตอย่างยั่งยืนของภาคธุรกิจนี้ แม้ว่าผู้บริโภคไทยจะเปิดรับการช้อปปิ้งออนไลน์อย่างแพร่หลาย แต่ก็ยังพบประสบการณ์ที่น่าหงุดหงิดเกี่ยวกับการจัดส่งที่ไม่น่าเชื่อถือ ระบบติดตามที่ไม่โปร่งใส ราคาที่ไม่ชัดเจน และความยากลำบากในการสร้างความไว้วางใจกับผู้ขายรายย่อย (Al-Mu'ani et al., 2024; Rothenberger, 2015; Rizal and Idris, 2024) ความแตกต่างระหว่างผู้ขายแต่ละประเภทชัดเจนเป็นอย่างยิ่ง แพลตฟอร์มขนาดใหญ่อย่าง Shopee และ Lazada ลงทุนในระบบโลจิสติกส์และมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค ทำให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ราบรื่น ขณะที่แม่ค้าออนไลน์รายย่อยยังขาดโครงสร้างพื้นฐานที่ทันสมัยเช่นเดียวกัน ส่งผลให้เกิดความท้าทายในการรักษามาตรฐานการบริการ การบริหารความคาดหวัง

ของลูกค้า และการให้ความโปร่งใสที่ลูกค้ายุคใหม่ต้องการ ความบกพร่องเหล่านี้ไม่เพียงทำให้เกิดความผิดหวังในระยะสั้น แต่ยังบ่อนทำลายความไว้วางใจและความภักดีที่ธุรกิจขนาดเล็กต้องพึ่งพาเพื่อความอยู่รอดในตลาดที่มีการแข่งขันสูง

แม้จะมีการศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ในอีคอมเมิร์ซอย่างแพร่หลาย แต่เมื่อพิจารณาอย่างลึกซึ้งจะพบว่ามี “ช่องว่าง” ที่สำคัญอยู่ ซึ่งส่วนใหญ่แล้วงานวิจัยที่มีอยู่จะเน้นไปที่แพลตฟอร์มขนาดใหญ่หรือพูดถึงอีคอมเมิร์ซในเชิงภาพรวม ในขณะที่งานวิจัยที่เน้นเฉพาะผู้ขายเสื้อผ้าออนไลน์รายย่อย โดยเฉพาะกลุ่ม “แม่ค้าออนไลน์” ซึ่งเป็นหัวใจของเศรษฐกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลของไทย โดยเฉพาะในบริบทตลาดเกิดใหม่ที่โซเชียลคอมเมิร์ซสร้างพลวัตและความท้าทายเฉพาะ ยังขาดแคลนอย่างเห็นได้ชัด (Al-Mu'ani et al., 2024; Rizal and Idris, 2024; Jusufbašić and Stević, 2023)

ช่องว่างนี้ยิ่งทวีความสำคัญในบริบทเฉพาะของอีคอมเมิร์ซไทย ที่อิทธิพลของโซเชียลมีเดีย ความคาดหวังด้านบริการในเชิงวัฒนธรรม และการมีผู้ประกอบการรายย่อยเป็นหลัก ก่อให้เกิดบริบทที่อาจแตกต่างจากตลาดตะวันตกหรือเอเชียตะวันออกที่เป็นฐานของวรรณกรรมส่วนใหญ่ การทำความเข้าใจว่าคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์มีผลต่อความไว้วางใจและความพึงพอใจของลูกค้าในสภาพแวดล้อมที่มีลักษณะเฉพาะนี้อย่างไร จึงไม่ใช่แค่ประเด็นเชิงทฤษฎี แต่เป็นหัวใจสำคัญในการสนับสนุนผู้ประกอบการไทยหลายพันรายที่ดำรงชีพด้วยการขายเสื้อผ้าออนไลน์

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. พื้นฐานแนวคิดทฤษฎีด้านคุณภาพการบริการ

การปฏิวัติดิจิทัลได้เปลี่ยนแปลงวิธีการซื้อขายเสื้อผ้าในปัจจุบันโดยสิ้นเชิง การเติบโตอย่างรวดเร็วของธุรกิจอีคอมเมิร์ซได้ปรับเปลี่ยนความคาดหวังของผู้บริโภคและพลวัตทางการแข่งขันในแบบที่ไม่เคยเป็นมาก่อน (Nguyen et al., 2025; Nation Thailand, 2025) ในภูมิทัศน์ใหม่นี้ ความสำเร็จไม่ได้ขึ้นอยู่กับเพียงแค่คุณภาพของสินค้าหรือกลยุทธ์ด้านราคาอีกต่อไป แต่ขึ้นอยู่กับ “ประสบการณ์บริการ” ตลอดเส้นทางของลูกค้า—ตั้งแต่คลิก “สั่งซื้อ” ไปจนถึงความพึงพอใจเมื่อแกะกล่องสินค้า แบบจำลอง SERVQUAL ซึ่งริเริ่มโดย Parasuraman et al. (1988) และได้รับการปรับใช้กับยุคดิจิทัล เป็นกรอบแนวคิดสำคัญที่ช่วยให้เข้าใจพลวัตของการให้บริการ โดยหำมิติหลัก—ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การสร้างความมั่นใจ ความเห็นอกเห็นใจ และสิ่งที่จับต้องได้—ล้วนมีความหมายใหม่ในบริบทการค้าปลีกออนไลน์ ตัวอย่างเช่น “ความน่าเชื่อถือ” คือความสม่ำเสมอของการจัดส่งสินค้า “การตอบสนอง” หมายถึงการตอบคำถามลูกค้าอย่างรวดเร็ว “การสร้างความมั่นใจ” คือความเป็นมืออาชีพในการจัดการธุรกรรม “ความเห็นอกเห็นใจ” คือความเข้าใจในข้อกังวลของลูกค้า และ “สิ่งที่จับต้องได้” ปรากฏในรายละเอียดต่างๆ ตั้งแต่การออกแบบเว็บไซต์ไปจนถึงคุณภาพบรรจุภัณฑ์ (Ratasuk et al., 2025; Rizal and Idris, 2024; Jusufbašić and Stević, 2023)

เพื่อให้เข้าใจอย่างลึกซึ้งว่าคุณภาพการบริการส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างไร นักวิจัยร่วมสมัยได้นำกรอบแนวคิด Stimulus-Organism-Response (S-O-R) มาใช้ ซึ่งเป็นแบบจำลองทางจิตวิทยาที่อธิบายได้อย่างสวยงามว่า ปัจจัยกระตุ้นภายนอกในการให้บริการจะกระตุ้นสภาวะจิตใจภายในของลูกค้า เช่น ความเชื่อมั่น ความมั่นใจ หรือความวิตกกังวล ซึ่งท้ายที่สุดจะสะท้อนออกมาในรูปของพฤติกรรม เช่น ความพึงพอใจ ความภักดี หรือการละทิ้งแบรนด์ (Patanasiri and Siricharoen, 2016) สำหรับผู้ขายเสื้อผ้าออนไลน์ หมายความว่าทุกจุดสัมผัสกับลูกค้าล้วน

มีความสำคัญ อาทิ ความชัดเจนของคำอธิบายสินค้า ความง่ายในการชำระเงิน ความโปร่งใสของค่าจัดส่ง และความเป็นมืออาชีพของฝ่ายบริการลูกค้า ทั้งหมดนี้ล้วนเป็น “ตัวกระตุ้น” ที่รวมกันแล้วมีบทบาทสำคัญในการกำหนดสภาวะจิตใจของลูกค้าและความพึงพอใจขั้นสุดท้าย (Al-Mu'ani et al., 2024) โดยสรุป การบูรณาการแบบจำลอง SERVQUAL และ S-O-R เข้าด้วยกันช่วยให้เห็นภาพว่ากระบวนการด้านโลจิสติกส์ไม่ใช่เพียงข้อกำหนดด้านการทำงาน แต่เป็น “สิ่งเร้า” ทางจิตวิทยาที่สำคัญในการปลูกฝังความไว้วางใจ ซึ่งจะแปรเปลี่ยนเป็นความพึงพอใจและความภักดีที่ยั่งยืนท่ามกลางการแข่งขันที่สูงของตลาดค้าปลีกเสื้อผ้าออนไลน์

2. ความสำคัญของปัจจัย “ประสิทธิภาพการจัดส่ง”

ในโลกของธุรกิจค้าปลีกแฟชั่นออนไลน์ ประสิทธิภาพการจัดส่งได้กลายเป็นปัจจัยชี้ขาดที่สำคัญที่สุดประการหนึ่งต่อความพึงพอใจและความไว้วางใจของลูกค้า (Dündar and Öztürk, 2020; Wang and Jotikasthira, 2023) แม้องค์ประกอบหลักอย่างการส่งตรงเวลา ความรวดเร็ว ความแม่นยำ และการสื่อสารจะดูเป็นเรื่องพื้นฐานแต่การรักษามาตรฐานให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องกลับเป็นความท้าทายที่หากเกิดความผิดพลาดเพียงเล็กน้อยก็อาจส่งผลกระทบต่อระดับความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าอย่างรุนแรง งานวิจัยของ Dündar และ Öztürk (2020) ยืนยันในธุรกิจค้าปลีกหลายช่องทางว่าความน่าเชื่อถือของการจัดส่งเป็นปัจจัยเดียวที่สามารถอธิบายความแปรปรวนของความพึงพอใจลูกค้าได้อย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับ Al-Mu'ani et al. (2024) ที่พบว่าสำหรับกลุ่ม Gen Z และมิลเลนเนียล ซึ่งเป็นฐานลูกค้าหลักของตลาดแฟชั่นออนไลน์ ความแม่นยำและความตรงต่อเวลาของการจัดส่งคือตัวทำนายนายสำคัญที่สุดที่จะกำหนดว่าพวกเขาจะไว้วางใจและกลับมาซื้อซ้ำหรือไม่

อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคยุคใหม่ต้องการมากกว่าเพียงการได้รับสินค้าที่ถูกต้อง แต่ยังต้องการ “ความโปร่งใส” ตลอดเส้นทางการจัดส่ง งานของ Emiliana and Efawati (2025) ชี้ให้เห็นว่าการให้บริการติดตามสถานะแบบเรียลไทม์และการสื่อสารเชิงรุกสามารถเปลี่ยนช่วงเวลาการรอคอยที่เต็มไปด้วยความกังวลให้กลายเป็นประสบการณ์ที่สร้างความเชื่อมั่นและความผูกพันกับแบรนด์ได้อย่างแท้จริง ซึ่งสำคัญอย่างยิ่งในตลาดแฟชั่นที่อารมณ์ความตื่นเต้นอาจแปรเปลี่ยนเป็นความหงุดหงิดได้ง่ายหากบริหารจัดการไม่ดี โดยสรุปแล้ว ประสิทธิภาพการจัดส่งจึงไม่ใช่เพียงภารกิจการส่งของให้ถึงมือลูกค้า แต่เป็นกระบวนการสร้างประสบการณ์เชิงบวกที่ส่งสัญญาณถึงความน่าเชื่อถือและความใส่ใจ ความสามารถในการส่งมอบที่ตรงเวลา แม่นยำ และโปร่งใส จึงเปรียบเสมือนกลไกสำคัญที่เปลี่ยนการดำเนินงานเบื้องหลังให้เป็นจุดสร้างความไว้วางใจ นำไปสู่ความพึงพอใจและความภักดีที่ยั่งยืนในกลุ่มลูกค้าที่ให้คุณค่ากับความรวดเร็วและความชัดเจนเป็นอย่างสูง

3. อิทธิพลของปัจจัย “ความโปร่งใสด้านราคา”

เมื่อการช้อปปิ้งออนไลน์เติบโตสู่ความเป็นผู้ใหญ่มากขึ้น ผู้บริโภคก็ยิ่งมีความรู้เท่าทันและระมัดระวังเกี่ยวกับกลยุทธ์ด้านราคามากขึ้น ส่งผลให้ “ความโปร่งใสด้านราคา” เปลี่ยนสถานะจากเพียงคุณสมบัติที่ดีต่อใจ มาเป็น “ความคาดหวังพื้นฐาน” ที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงความยุติธรรมและความน่าเชื่อถือของร้านค้า (Rothenberger, 2015) ความโปร่งใสที่แท้จริงไม่ได้หมายถึงเพียงการแสดงราคาเท่านั้น แต่ครอบคลุมถึงการสื่อสารค่าใช้จ่ายทั้งหมดอย่างชัดเจนตั้งแต่ต้น ความสม่ำเสมอในทุกช่องทาง และความซื่อสัตย์เกี่ยวกับส่วนลดหรือโปรโมชั่นต่างๆ โดยงานวิจัยของ Rothenberger (2015) พบว่าเมื่อผู้ค้าปลีกให้ข้อมูลราคาที่ครบถ้วนและโปร่งใส ลูกค้าไม่ได้เพียงแค่รู้สึกพึงพอใจมากขึ้น แต่ยังเกิดความจงรักภักดีในระดับลึกบนฐานของความรู้สึกถึงความยุติธรรมและการได้รับความเคารพ

ข้อค้นพบนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งในตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งผู้บริโภคมีความอ่อนไหวต่อราคาและตระหนักถึงความเสี่ยงของการซื้อขายออนไลน์ที่เพิ่มขึ้น งานวิจัยของ Fong Shi Kang et al. (2023) รวมถึง Nguyen et. al (2025) ยืนยันตรงกันว่า “ราคาที่โปร่งใส” เป็นสัญญาณแห่งความไว้วางใจอินเทอร์เน็ตที่ช่วยลดทอนความลังเลใจและกระตุ้นการซื้อซ้ำ สำหรับผู้ขายเสื้อผ้าออนไลน์ไทยท่ามกลางการแข่งขันที่ดุเดือด ความโปร่งใสด้านราคาจึงไม่ใช่เพียงรายละเอียดเชิงปฏิบัติ แต่เป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการสร้างความได้เปรียบ (Nation Thailand, 2025) โดยสรุปความโปร่งใสด้านราคาจึงเป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ที่ทรงพลังในการสร้างและธำรงรักษาความไว้วางใจ ซึ่งเป็นรากฐานของความสัมพันธ์ระยะยาว ในบริบทตลาดออนไลน์ที่เน้นความยุติธรรม การสื่อสารราคาอย่างเปิดเผยจึงไม่ใช่ทางเลือก แต่เป็นปัจจัยชี้ขาดเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน

4. ความสำคัญของปัจจัย “ความไว้วางใจของลูกค้า”

ในตลาดดิจิทัลที่ลูกค้าไม่สามารถสัมผัสสินค้าโดยตรงหรือพบปะผู้ขายแบบตัวต่อตัว “ความไว้วางใจ” จึงเปรียบเสมือนสกุลเงินสำคัญที่ขับเคลื่อนการค้าขายออนไลน์ (Jusufbašić and Stević, 2023; Malau and Sitanggang, 2024) โดยงานวิจัยระบุองค์ประกอบของความไว้วางใจไว้ 4 มิติหลัก ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ (การทำตามสัญญาอย่างสม่ำเสมอ) ความซื่อตรง (การดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม) ความสามารถ (ศักยภาพในการให้บริการที่มีคุณภาพ) และความปลอดภัย (การปกป้องข้อมูลและธุรกรรมของลูกค้า) (Al-Mu'ani et al., 2024) มิติทั้งสี่นี้จำเป็นต้องทำงานประสานกัน ซึ่งหากขาดความแข็งแกร่งในด้านใดด้านหนึ่งย่อมส่งผลกระทบต่อความไว้วางใจโดยรวม แต่หากธุรกิจสามารถสร้างความเป็นเลิศได้ในทุกมิติ ก็จะกลายเป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขันที่ทรงพลัง

ความสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจกับผลลัพธ์ทางธุรกิจเป็นไปอย่างชัดเจนและมีความสำคัญ งานวิจัยของ Malau and Sitanggang (2024) ชี้ให้เห็นว่าเมื่อความไว้วางใจสูง จะไม่เพียงนำไปสู่การซื้อซ้ำ แต่ยังเกิดการบอกต่อเชิงบวกอย่างกระตือรือร้น ในขณะที่ Rizal and Idris (2024) พบว่าความไว้วางใจช่วยเสริมอิทธิพลเชิงบวกของคุณภาพบริการต่อความพึงพอใจลูกค้า ยิ่งไปกว่านั้น งานศึกษาของ Al-Mu'ani et al. (2024) ยังแสดงให้เห็นถึงบทบาทตัวกลางของความไว้วางใจ ซึ่งทำหน้าที่เป็น “สะพานทางจิตวิทยา” ที่เปลี่ยนบริการที่ดีให้กลายเป็นความพึงพอใจเชิงลึกและความภักดีที่ยั่งยืน โดยสรุป ความไว้วางใจจึงไม่ใช่เพียงผลลัพธ์จากการบริการ แต่เป็นสินทรัพย์ทางกลยุทธ์ที่เปลี่ยนคุณค่าด้านปฏิบัติการ (Operational Excellence) ให้กลายเป็นคุณค่าด้านความสัมพันธ์ (Relational Equity) การลงทุนสร้างความไว้วางใจจึงเป็นการสร้างรากฐานที่มั่นคงที่สุดสำหรับความสำเร็จและความยั่งยืนของธุรกิจในตลาดดิจิทัล

5. ความหลากหลายของมิติ “ความพึงพอใจของลูกค้า”

ความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจขายเสื้อผ้าออนไลน์ไม่สามารถนิยามได้เพียงมิติเดียว หากแต่เป็นผลลัพธ์เชิงอารมณ์และความคิดที่เกิดจากปฏิสัมพันธ์หลายจุดตลอดเส้นทางการช้อปปิ้ง (Budari et al., 2024; Jusufbašić and Stević, 2023) ความพึงพอใจจึงเป็นผลจากการผสมผสานระหว่างการรักษาคุณภาพบริการ ประสิทธิภาพการจัดส่ง ความยุติธรรมด้านราคา และประสิทธิภาพของการสื่อสาร เมื่อร้านค้าสามารถสร้างความเป็นเลิศในทุกมิติข้างต้นได้ ก็จะเกิดสิ่งที่ Dündar and Öztürk (2020) เรียกว่า “ความพึงพอใจสะสม” (cumulative satisfaction) หรือความพึงพอใจในระดับลึกที่ยั่งยืน ซึ่งเกินกว่าความสุขจากธุรกรรมเพียงครั้งเดียว

ในยุคที่การรีวิวและคำแนะนำจากเพื่อนฝูงมีอิทธิพลสูง มิติทางสังคมของความพึงพอใจยิ่งทวีความสำคัญ Budari et al. (2024) ชี้ให้เห็นว่า “อิทธิพลของเพื่อน” และ “หลักฐานทางสังคม” (social proof) มีผลต่อการรับรู้

ความพึงพอใจของลูกค้าอย่างมาก โดยจะเกิดวงจรบวกที่ลูกค้าที่พึงพอใจกลายเป็น “ทูตแบรนด์” (brand advocates) ซึ่งช่วยดึงดูดลูกค้ากลุ่มใหม่เข้ามา โดยเฉพาะในธุรกิจแพชชั่นที่การเลือกสไตล์สะท้อนตัวตนและการยอมรับจากกลุ่มเพื่อนมีความหมายอย่างมาก โดยสรุป ความพึงพอใจของลูกค้าจึงมีใช้จุดสิ้นสุดของการให้บริการ แต่เป็นจุดเริ่มต้นของวงจรเชิงบวกที่ขับเคลื่อนธุรกิจได้ด้วยตัวเอง เมื่อความพึงพอใจจากประสบการณ์การซื้อที่รอบด้านถูกแปลงเป็นพลังทางสังคมผ่านการบอกต่อและรีวิว มันจึงสร้างได้ทั้งยอดขายที่มั่นคงและชื่อเสียงของแบรนด์ในระยะยาว ซึ่งเป็นทรัพย์สินที่มีค่าที่สุดในตลาดออนไลน์ที่ขับเคลื่อนด้วยความน่าเชื่อถือและการยอมรับจากสังคม

6. หลักฐานเชิงประจักษ์ของสังคมพาณิชย์ค้าปลีกเสื้อผ้าออนไลน์ของไทย

ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ ประสิทธิภาพการจัดส่ง ความโปร่งใสด้านราคา ความไว้วางใจ และความพึงพอใจของลูกค้าเป็นเครือข่ายที่ซับซ้อนซึ่งนักวิจัยยังคงพยายามทำความเข้าใจอย่างถ่องแท้ (Nguyen et al., 2025; Al-Madhagy et al., 2023) สิ่งที่ชัดเจนคือ ตัวแปรเหล่านี้ไม่ได้ทำงานแยกจากกัน แต่กลับมีปฏิสัมพันธ์กันในรูปแบบที่คาดไม่ถึง งานวิจัยของ Al-Mu'ani et al. (2024) แสดงให้เห็นว่าคุณภาพบริการโลจิสติกส์มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจทั้งทางตรงและทางอ้อมผ่าน “ความไว้วางใจ” ซึ่งทำหน้าที่เสมือนตัวคูณที่เสริมสร้างประสบการณ์บริการเชิงบวก ขณะเดียวกัน Fong Shi Kang et al. (2023) ก็พบว่าราคา คุณภาพบริการ และความไว้วางใจทำงานร่วมกันอย่างมีพลวัต โดยแต่ละมิติช่วยเสริมอิทธิพลซึ่งกันและกันต่อความพึงพอใจ Rothenberger (2015) ยังอธิบายเพิ่มเติมว่า ความโปร่งใสด้านราคาสามารถส่งผลต่อความพึงพอใจได้หลากหลายช่องทาง ไม่เพียงแต่โดยตรงเท่านั้น แต่ยังช่วยเสริมสร้างการรับรู้ถึงความยุติธรรมและความไว้วางใจ ซึ่งจะนำไปสู่ความภักดีในระยะยาว ด้าน Rizal and Idris (2024) ก็เน้นย้ำว่ามิติบางอย่างของบริการที่มักถูกมองข้าม เช่น ความเห็นอกเห็นใจและการสร้างความมั่นใจสามารถเป็นแรงขับเคลื่อนความพึงพอใจที่ทรงพลังได้ โดยเฉพาะในบริบทเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมีความสำคัญทางวัฒนธรรม

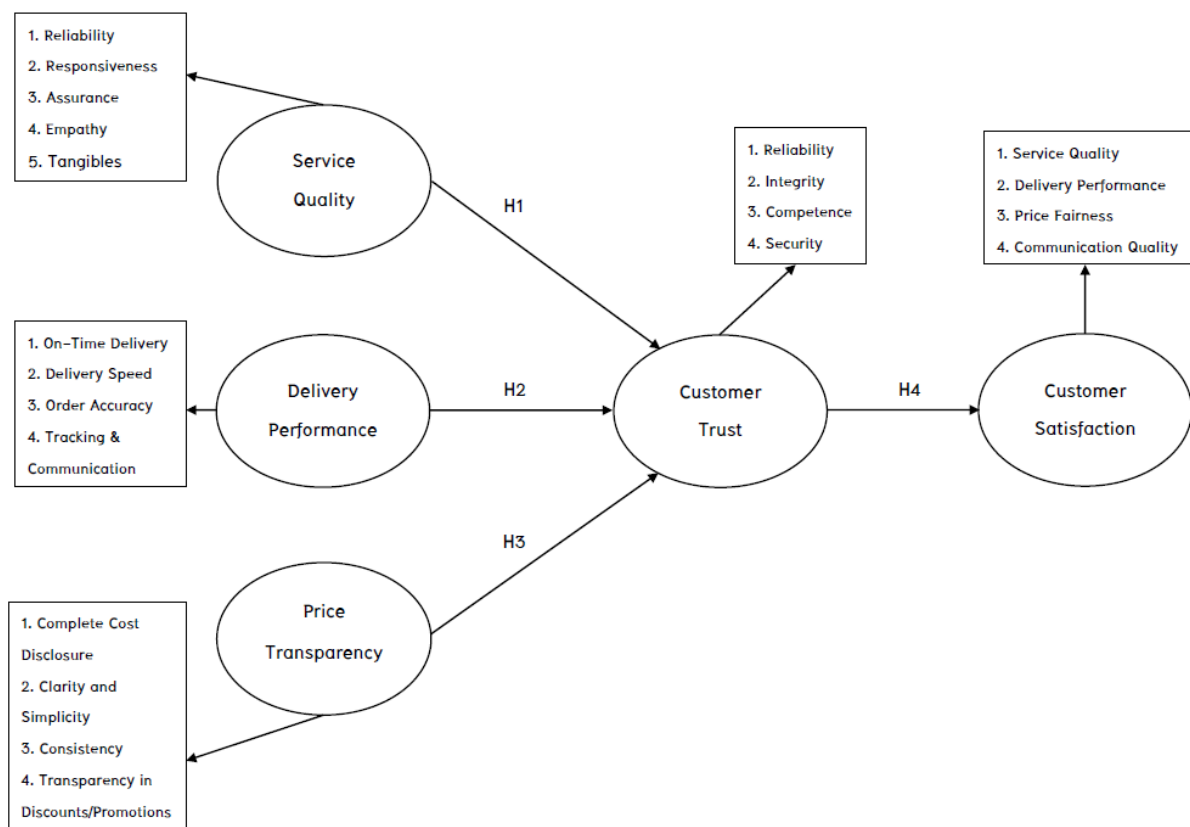
ตลาดเสื้อผ้าออนไลน์ของไทยถือเป็นพื้นที่ทดลองที่น่าสนใจสำหรับการศึกษากลไกเหล่านี้ ซึ่งได้รับอิทธิพลจากลักษณะเฉพาะของแพลตฟอร์มโซเชียลคอมเมอร์ซ เช่น Facebook, TikTok, LINE และ Shopee งานวิจัยของ Patanasiri and Siricharoen (2016) ชี้ให้เห็นว่า โซเชียลมีเดียก่อให้เกิดรูปแบบของสิ่งเร้าที่แตกต่างจากโมเดลอีคอมเมอร์ซแบบดั้งเดิม ความเป็นปัจจุบันและการโต้ตอบแบบเรียลไทม์ของการขายผ่านโซเชียลทำให้ทั้งโอกาสและความท้าทายทวีคูณ ทั้งนี้ ผู้ขายสามารถสร้างความสัมพันธ์ส่วนตัวกับลูกค้าได้ง่ายขึ้น แต่ขณะเดียวกันก็ต้องบริหารความคาดหวังด้านการตอบสนองและความโปร่งใสที่สูงมาก (Nation Thailand, 2025) ด้วยความเข้มข้นของการแข่งขันในตลาดที่มีผู้ขายรายย่อยนับพัน การพัฒนาเลิศด้านโลจิสติกส์ กลยุทธ์ราคา และการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าจึงไม่ใช่แค่ทางเลือก แต่เป็น “เงื่อนไขที่ขาดไม่ได้” สำหรับการอยู่รอดและเติบโตในสภาพแวดล้อมที่ผู้ขายส่วนใหญ่ยังคงมีทรัพยากรและโครงสร้างพื้นฐานจำกัด ซึ่งคุณภาพการบริการกลายเป็นตัวแยกแยะความแตกต่างที่สำคัญในตลาดนี้

7. การบูรณาการสู่กรอบแนวคิดในการศึกษา

เมื่อสังเคราะห์ข้อค้นพบจากงานวิจัยที่หลากหลาย จะเห็นภาพที่ชัดเจนว่าคุณภาพการให้บริการ ประสิทธิภาพการจัดส่ง และความโปร่งใสด้านราคาคือเสาหลักสำคัญที่สนับสนุนความไว้วางใจและความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ ความสัมพันธ์เหล่านี้ไม่ใช่เรื่องง่ายหรือเชิงเส้นตรง—บริการที่เหนือความคาดหมายและการดำเนินงานอย่างโปร่งใสช่วยสร้างความไว้วางใจ ซึ่งจะทำหน้าที่เป็นตัวกลางและเสริมอิทธิพลต่อความพึงพอใจ

ในขณะที่คุณภาพของการสื่อสารและการรับรู้ถึงความยุติธรรมก็เป็นอีกชั้นสำคัญที่ส่งผลโดยตรง (Rothenberger, 2015; Al-Mu'ani et al., 2024; Malau and Sitanggang, 2024) แม้จะมีองค์ความรู้มากมายในเรื่องนี้ แต่งานวิจัยส่วนใหญ่ยังคงเน้นที่แพลตฟอร์มขนาดใหญ่หรือบริบทอีคอมเมิร์ซทั่วไป ขณะที่ประสบการณ์ของผู้ขายเสื้อผ้าออนไลน์รายบุคคล โดยเฉพาะในอีโคซิสเต็มโซเซียลคอมเมิร์ซของไทย ยังขาดการศึกษาอย่างเป็นระบบ ทั้งที่ผู้ขายกลุ่มนี้มีบทบาทสำคัญทางเศรษฐกิจและเผชิญกับพลวัตเฉพาะตัว งานวิจัยนี้จึงมุ่งเติมเต็มช่องว่างดังกล่าว ด้วยการนำเสนอกรอบแนวคิดแบบบูรณาการที่อธิบายความสัมพันธ์อันซับซ้อนระหว่างคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ ประสิทธิภาพการจัดส่ง ความโปร่งใสด้านราคา ความไว้วางใจ และความพึงพอใจจากมุมมองของผู้ขายเสื้อผ้าออนไลน์ไทย เพื่อสร้างข้อค้นพบที่ส่งเสริมทั้งการพัฒน่องค์ความรู้ทางทฤษฎีและความสำเร็จเชิงปฏิบัติในหนึ่งในตลาดดิจิทัลที่มีพลวัตมากที่สุดของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

จากการทบทวนวรรณกรรมตามที่กล่าวมา ผู้วิจัยสามารถพัฒนารอบแนวคิดของการวิจัยหรือแบบจำลองเชิงแนวคิดขององค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดแบบจำลองปัจจัยโลจิสติกส์ที่มีผลต่อความไว้วางใจและความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าออนไลน์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ ประสิทธิภาพในการจัดส่ง ความโปร่งใสด้านราคา ความไว้วางใจของลูกค้า และความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าออนไลน์
2. เพื่อวิเคราะห์ผลของคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ ประสิทธิภาพในการจัดส่ง และความโปร่งใสด้านราคาที่มีต่อความไว้วางใจของลูกค้า และผลของความไว้วางใจที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้า

สมมติฐานการวิจัย

1. สมมติฐาน 1: คุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความไว้วางใจของลูกค้า
2. สมมติฐาน 2: ประสิทธิภาพในการจัดส่งมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความไว้วางใจของลูกค้า
3. สมมติฐาน 3: ความโปร่งใสด้านราคามีอิทธิพลเชิงบวกต่อความไว้วางใจของลูกค้า
4. สมมติฐาน 4: ความไว้วางใจของลูกค้ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษานี้มุ่งสำรวจความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนระหว่างคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ ประสิทธิภาพการจัดส่ง ความโปร่งใสด้านราคา ความไว้วางใจ และความพึงพอใจของลูกค้าในกลุ่มผู้ขายเสื้อผ้าออนไลน์รายบุคคลของไทย หรือ "แม่ค้าออนไลน์" ที่เปลี่ยนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียให้กลายเป็นตลาดการค้าออนไลน์ที่มีชีวิตชีวา แตกต่างจากงานวิจัยที่ผ่านมา ซึ่งมักเน้นไปที่บริษัทอีคอมเมิร์ซขนาดใหญ่ งานวิจัยนี้พิจารณาความเป็นจริงเฉพาะของผู้ประกอบการรายย่อยที่ดำเนินธุรกิจผ่าน Facebook, LINE Shopping, TikTok, Instagram, Lazada และ Shopee ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มสำคัญที่กำหนดภูมิทัศน์ของอีคอมเมิร์ซแฟชั่นไทย (Nation Thailand, 2025)

การวิจัยครอบคลุมตัวชี้วัดเชิงสังเกต 21 ตัว แบ่งออกเป็น 5 โครงสร้างหลัก โดยคุณภาพการให้บริการสะท้อนมิติ SERVQUAL ดั้งเดิม ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การสร้างความมั่นใจ ความเห็นอกเห็นใจ และสิ่งที่จับต้องได้ ส่วนประสิทธิภาพการจัดส่งครอบคลุมปัจจัยสำคัญทางปฏิบัติ ได้แก่ การส่งตรงเวลา ความรวดเร็ว ความแม่นยำของออเดอร์ และความสามารถในการติดตามสินค้า ขณะที่ความโปร่งใสด้านราคามุ่งเน้นวิธีการสื่อสารค่าใช้จ่าย ความชัดเจนของราคา ความสม่ำเสมอของราคาข้ามช่องทาง และการจัดการโปรโมชั่น องค์ประกอบบริการเหล่านี้ล้วนมีผลต่อผลลัพธ์สำคัญสองประการ คือ ความไว้วางใจของลูกค้า (สะท้อนผ่านการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ ความซื่อตรง ความสามารถ และความปลอดภัย) และความพึงพอใจของลูกค้า (ประเมินผ่านคุณภาพบริการ ประสิทธิภาพการจัดส่ง ความยุติธรรมด้านราคา และประสิทธิภาพการสื่อสาร) (Nguyen et al., 2025; Al-Mu'ani et al., 2024)

วิธีดำเนินการวิจัย

แบบแผนการวิจัย

การศึกษานี้ใช้แนวทางวิจัยเชิงปริมาณในการคลี่คลายความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนระหว่างคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ ประสิทธิภาพการจัดส่ง ความโปร่งใสด้านราคา ความไว้วางใจ และความพึงพอใจของลูกค้าในกลุ่มผู้ขายเสื้อผ้าออนไลน์ไทย โดยออกแบบแบบสอบถามที่ครอบคลุมกลุ่ม “แม่ค้าออนไลน์” ที่ดำเนินธุรกิจอยู่บนแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซหลักของไทย กำหนดขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 420 ราย เพื่อให้มีอำนาจทางสถิติที่เพียงพอต่อ

การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ตามแนวทางสากลที่แนะนำให้ใช้ 10-20 ตัวอย่างต่อพารามิเตอร์ (Kline, 2015; Schumacker and Lomax, 2016; Hair et al., 2014)

ประชากรและตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่างใช้ทั้งแบบเจาะจง (purposive sampling) และแบบลูกโซ่ (snowball sampling) เพื่อเข้าถึงเครือข่ายผู้ขายออนไลน์และกลุ่มธุรกิจดิจิทัลที่มีความเชื่อมโยงแน่นแฟ้น วิธีนี้พิสูจน์แล้วว่าได้ผลดีเป็นพิเศษในบริบทโซเซียลคอมเมอร์ซของไทยที่การแนะนำและการบอกต่อมีอิทธิพลสูง

เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ทั้งนี้ แบบสอบถามสอดคล้องกับโครงสร้างหลัก 5 ประการ ใช้มาตร 5 ระดับ (Likert scale) เพื่อเก็บมุมมองเชิงลึกและหลากหลาย โดยดัดแปลงจากแบบวัดมาตรฐานในงานวิจัยก่อนหน้าและปรับให้เหมาะสมกับบริบทตลาดออนไลน์ไทย (Jusufbašić and Stević, 2023; Rizal and Idris, 2024; Rothenberger, 2015) ก่อนใช้งานจริงได้มีการทดลองใช้และปรับปรุงร่วมกับนักวิชาการและแม่ค้าออนไลน์เพื่อความชัดเจนและเหมาะสมทางวัฒนธรรม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

โดยแบบสอบถามถูกแจกจ่ายผ่าน Google Forms เพื่อความสะดวกและตอบโต้กับผู้ประกอบการรายย่อยที่ต้องจัดการหลายหน้าที่พร้อมกัน

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังตรวจสอบความครบถ้วนและความถูกต้องของข้อมูลแล้ว ได้ใช้โปรแกรม AMOS วิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมในกรอบแนวคิดทฤษฎี วิธีวิเคราะห์นี้สอดคล้องกับแนวปฏิบัติร่วมสมัยในงานวิจัยอีคอมเมิร์ซ และช่วยให้ได้ข้อค้นพบที่มีทั้งความถูกต้องทางทฤษฎีและความเป็นประโยชน์ในเชิงปฏิบัติสำหรับตลาดแฟชั่นออนไลน์ของไทย (Nguyen et al., 2025; Al-Madhadhy et al., 2023; Emiliana and Efawati, 2025)

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์เชิงพรรณนา

การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ดำเนินการเก็บข้อมูลจากผู้ค้าปลีกเสื้อผ้าออนไลน์จำนวน 420 ราย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้เชิงบวกในระดับค่อนข้างดีต่อทุกโครงสร้างที่วัด โดยค่าเฉลี่ยของแต่ละข้ออยู่ระหว่าง 3.05 ถึง 4.40 บนมาตร 5 ระดับ (Likert scale) สะท้อนถึงการประเมินในเชิงบวกปานกลางทั้งด้านคุณภาพการให้บริการ ประสิทธิภาพการจัดส่ง ความโปร่งใสด้านราคา ความไว้วางใจ และความพึงพอใจของลูกค้า โดยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.807 ถึง 1.063 บ่งชี้ว่ามีความแปรปรวนในระดับปานกลาง

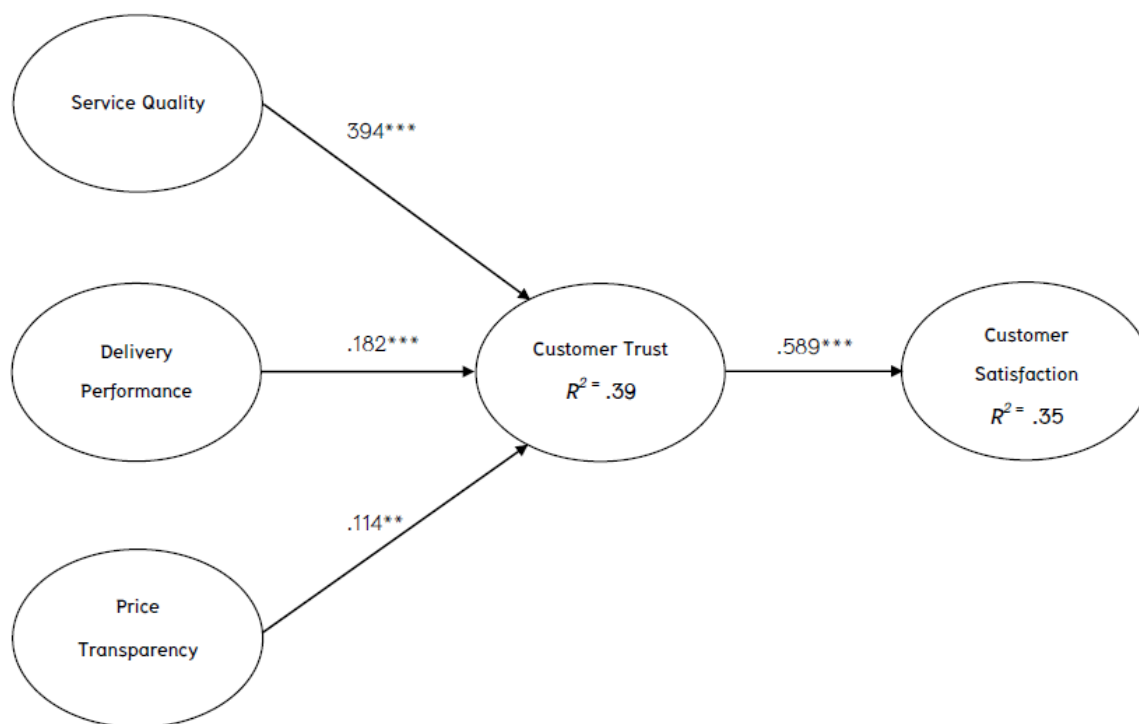
นอกจากนี้ ค่าความเบ้ (skewness) และความโด่ง (kurtosis) ของแต่ละข้ออยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (± 1.3) สะท้อนให้เห็นว่าข้อมูลเข้าใกล้การกระจายตัวแบบปกติและเหมาะสมต่อการวิเคราะห์พหุคูณ (Kline, 2015; Hair et al., 2014) สำหรับค่าดัชนี KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) วัดความเพียงพอของขนาดตัวอย่างอยู่ที่ 0.865 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับ “ดีมาก” และสูงกว่าค่าขั้นต่ำที่แนะนำคือ 0.80 สำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Kaiser, 1974) ส่วน Bartlett's Test of Sphericity มีค่าสำคัญสูงมาก ($\chi^2 = 6499.73$, $df = 210$, $p < .001$) ซึ่งยืนยันว่าความสัมพันธ์

ระหว่างแต่ละข้อมีขนาดมากพอที่จะใช้วิเคราะห์องค์ประกอบร่วมกันได้ โดยผลการวิเคราะห์นี้แสดงให้เห็นว่าชุดข้อมูลนี้มีคุณสมบัติตรงตามข้อกำหนดสำคัญสำหรับการดำเนินการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) ได้อย่างดี (Schumacker and Lomax, 2016)

2. การประเมินโมเดลการวัดและโมเดลโครงสร้าง

ในส่วนของโมเดลการวัด (Measurement Model) ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เพื่อประเมินความตรงและความเชื่อมั่นของโมเดลการวัด โดยพบว่าค่าสัมประสิทธิ์น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Standardized factor loadings) ของตัวชี้วัดแต่ละตัวในตัวแปรแฝงทั้งหมด โดยส่วนใหญ่สูงกว่า .70 ซึ่งแสดงถึงความตรงเชิงบรรจบที่ดีมาก (convergent validity) (Hair et al., 2014; Kline, 2015) ยิ่งไปกว่านั้น โมเดลการวัดยังแสดงค่าความพอดีของโมเดลในระดับดีเยี่ยม โดยดัชนีสำคัญ เช่น อัตราส่วนค่าไค-สแควร์ต่อองศาอิสระ (CMIN/DF) อยู่ที่ 1.91 ซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์แนะนำที่ 3.0 (Kline, 2015) อีกทั้งดัชนีอื่น ๆ ยังบ่งชี้ถึงความพอดีของโมเดลที่ดี ได้แก่ Goodness-of-Fit Index (GFI) = .933, Adjusted GFI (AGFI) = .905, Comparative Fit Index (CFI) = .977, Tucker-Lewis Index (TLI) = .970 และ Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = .047 ซึ่งค่าดังกล่าวตรงหรือสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่ยอมรับในวงการวิจัย (Hair et al., 2014; Schumacker and Lomax, 2016)

สำหรับการทดสอบโมเดลโครงสร้าง (Structural Model) ผู้วิจัยได้ใช้วิธีวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง พบว่าค่าดัชนีชี้วัดความพอดีของโมเดลอยู่ในเกณฑ์ที่ดี ได้แก่ อัตราส่วนค่าไค-สแควร์ต่อองศาอิสระ (CMIN/DF) = 2.796, GFI = .904, AGFI = .870, CFI = .952, TLI = .941 และ RMSEA = .065 ซึ่งค่าทั้งหมดอยู่ในช่วงที่ยอมรับได้ สะท้อนว่าโมเดลโครงสร้างสามารถอธิบายข้อมูลที่สังเกตได้อย่างสมเหตุสมผล (Kline, 2015; Hair et al., 2014) ทั้งนี้ ค่าสัมประสิทธิ์ทางตรงมาตรฐานแสดงให้เห็นว่า คุณภาพการให้บริการ ($\beta = .394$), ประสิทธิภาพการจัดส่ง ($\beta = .182$) และความโปร่งใสด้านราคา ($\beta = .114$) มีอิทธิพลโดยตรงต่อความไว้วางใจของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญ ขณะที่ความไว้วางใจของลูกค้าส่งผลโดยตรงที่แข็งแกร่งต่อความพึงพอใจ ($\beta = .589$) ผลการวิเคราะห์ทางอ้อมยืนยันว่าผลของคุณภาพบริการ ประสิทธิภาพการจัดส่ง และความโปร่งใสด้านราคา มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าโดยผ่าน “ความไว้วางใจ” อย่างชัดเจน (ภาพ 2)



ภาพที่ 2 แบบจำลองสมการโครงสร้างปัจจัยโลจิสติกส์ที่มีผลต่อความไว้วางใจและความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าออนไลน์
ที่มา: ผลการวิเคราะห์ของผู้วิจัย

3. การวิเคราะห์เส้นทางและอิทธิพล

จากผลการศึกษาพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางมาตรฐานจากการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) สะท้อนขนาดและนัยสำคัญของความสัมพันธ์ตามสมมติฐานระหว่างโครงสร้างหลัก (ตาราง 1) พบว่า “คุณภาพการให้บริการ” มีอิทธิพลโดยตรงที่แข็งแกร่งที่สุดต่อความไว้วางใจของลูกค้า ($\beta = .394, p < .001$) รองลงมาคือ “ประสิทธิภาพการจัดส่ง” ($\beta = .182, p < .001$) และ “ความโปร่งใสด้านราคา” ($\beta = .114, p < .01$) ส่วน “ความไว้วางใจของลูกค้า” มีอิทธิพลโดยตรงและมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความพึงพอใจของลูกค้า ($\beta = .589, p < .001$)

ในขณะเดียวกัน การวิเคราะห์ผลทางอ้อม (indirect effects) ชี้ให้เห็นว่าอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ประสิทธิภาพการจัดส่ง และความโปร่งใสด้านราคาต่อความพึงพอใจของลูกค้าถูกส่งผ่าน (fully mediated) โดยปัจจัยความไว้วางใจของลูกค้า โดยมีค่าผลกระทบทางอ้อมที่ได้มาตรฐาน $\beta = .232$ (คุณภาพการให้บริการ), $\beta = .107$ (ประสิทธิภาพการจัดส่ง), และ $\beta = .067$ (ความโปร่งใสด้านราคา) ส่วนผลกระทบรวม (total effects: ผลโดยตรง + ผลทางอ้อม) ต่อความพึงพอใจของลูกค้า คือ $\beta = .232$ สำหรับคุณภาพการให้บริการ, $\beta = .107$ สำหรับประสิทธิภาพการจัดส่ง, และ $\beta = .067$ สำหรับความโปร่งใสด้านราคา ซึ่งทั้งหมดมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$) ผลลัพธ์เหล่านี้ยืนยันบทบาทตัวกลางที่สำคัญของ “ความไว้วางใจ” ในกระบวนการสร้างความพึงพอใจของลูกค้า

ตารางที่ 1 อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม อิทธิพลรวม และค่าความแปรปรวนที่อธิบายได้

เส้นทาง	อิทธิพล ทางตรง	อิทธิพล ทางอ้อม	อิทธิพล รวม	R^2
คุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของลูกค้า	.394***	-	.394***	.39
ประสิทธิภาพในการจัดส่งมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของลูกค้า	.182***	-	.182***	
ความโปร่งใสด้านราคามีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของลูกค้า	.114**	-	.114**	
คุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า	-	.232***	.232***	.35
ประสิทธิภาพในการจัดส่งมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า	-	.107***	.107***	
ความโปร่งใสด้านราคามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า	-	.067**	.067**	
ความไว้วางใจของลูกค้ามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า	.589***	-	.589***	

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($p < .01$) *** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ($p < .001$)

ยิ่งไปกว่านั้น สำหรับสัดส่วนความแปรปรวนที่อธิบายได้ (R^2) แบบจำลองสมการโครงสร้างสามารถอธิบายความแปรปรวนของความไว้วางใจลูกค้าได้ 38.4% และความพึงพอใจของลูกค้าได้ 34.7% แสดงให้เห็นว่าแบบจำลองที่ทำการศึกษานี้สามารถอธิบายผลลัพธ์หลักได้ในสัดส่วนที่สูง ซึ่งสอดคล้องหรือสูงกว่าค่ามาตรฐานในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องก่อนหน้านี้ในบริบทอีคอมเมิร์ซและคุณภาพบริการโลจิสติกส์ (Jusufbašić and Stević, 2023; Al-Mu’ani et al., 2024)

4. การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการศึกษาที่กำหนดขึ้นทั้งหมดได้รับการยืนยันสนับสนุนดังนี้ (ตาราง 2)

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

	สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
H1	คุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความไว้วางใจของลูกค้า	สนับสนุน
H2	ประสิทธิภาพในการจัดส่งมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความไว้วางใจของลูกค้า	สนับสนุน
H3	ความโปร่งใสด้านราคามีอิทธิพลเชิงบวกต่อความไว้วางใจของลูกค้า	สนับสนุน
H4	ความไว้วางใจของลูกค้ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า	สนับสนุน

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ข้อค้นพบจากการวิจัยนี้มีความสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงประจักษ์ที่เคยทำการศึกษามาแล้วในอดีตอย่างชัดเจน ผลกระทบที่มีอิทธิพลสูงของปัจจัยคุณภาพการให้บริการและประสิทธิภาพการจัดส่งที่มีต่อความไว้วางใจและความพึงพอใจของลูกค้า สะท้อนผลการศึกษาที่คล้ายกันของ Rizal and Idris (2024) Jusufbašić and Stević (2023) และ Nguyen et al. (2025) ยิ่งไปกว่านั้น บทบาทการเป็นตัวกลางของ “ความไว้วางใจ” และอิทธิพลสำคัญของ “ความโปร่งใส” มีความสอดคล้องกับงานของ Rothenberger (2015), Fong Shi Kang et al. (2023) และ Al-Mu’ani et al. (2024) ค่าความแปรปรวนที่อธิบายได้ (R^2) ของความไว้วางใจและความพึงพอใจในงานวิจัยนี้ก็อยู่ในระดับที่เทียบเท่าหรือสูงกว่างานวิจัยของแบบจำลองที่เกี่ยวข้องในบริบทอื่น สะท้อนถึงอิทธิพลและศักยภาพในการนำไปประยุกต์ใช้ของกรอบแนวคิดวิจัยนี้

โดยสรุป งานวิจัยนี้ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการ ประสิทธิภาพการจัดส่ง ความโปร่งใสด้านราคา ความไว้วางใจ และความพึงพอใจของลูกค้าในกลุ่มธุรกิจเสื้อผ้าออนไลน์ของไทย ด้วยการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) กับกลุ่มตัวอย่างผู้ค้าปลีกออนไลน์จำนวน 420 ราย ข้อค้นพบจากการศึกษาพบว่าทั้งสามปัจจัยหลัก ได้แก่ คุณภาพการให้บริการ ประสิทธิภาพการจัดส่ง และความโปร่งใสด้านราคานั้นมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญ และความไว้วางใจนี้ส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจของลูกค้า สมมติฐานที่ตั้งไว้ทั้งหมดได้รับการสนับสนุน โดย “ความไว้วางใจ” เป็นตัวกลางสำคัญระหว่างความสามารถด้านการจัดการโลจิสติกส์กับการตอบสนองเชิงบวกของลูกค้า ทั้งนี้ แบบจำลองของการวิจัยยังสามารถอธิบายสัดส่วนความแปรปรวนในทั้งความไว้วางใจและความพึงพอใจได้ในระดับสูง สะท้อนถึงความถูกต้องและความเหมาะสมสำหรับบริบทโซเชียลคอมเมิร์ซและผู้ประกอบการรายย่อยในประเทศไทย

อภิปรายผล

ผลการวิจัยของงานนี้สอดคล้องกับงานศึกษาล่าสุดในสาขาโลจิสติกส์ ซัพพลายเชน และอีคอมเมิร์ซ โดยตอกย้ำถึงความสำคัญของคุณภาพการให้บริการ ความน่าเชื่อถือ และการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสในการสร้างความไว้วางใจและความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Jusufbašić and Stević, 2023; Al-Mu'ani et al., 2024; Rothenberger, 2015) ข้อค้นพบที่สำคัญคือ อิทธิพลของคุณภาพบริการโลจิสติกส์และความโปร่งใสด้านราคาต่อความพึงพอใจของลูกค้านั้นถูกส่งผ่านความไว้วางใจอย่างสมบูรณ์ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าความไว้วางใจทำหน้าที่เป็น “สะพานทางจิตวิทยา” ที่เชื่อมโยงระหว่างประสิทธิภาพการดำเนินงานกับการตอบสนองเชิงบวกของลูกค้า

ในบริบทตลาดเสื้อผ้าออนไลน์ไทยที่มีการแข่งขันสูง ข้อค้นพบนี้ชี้ให้เห็นแนวทางการแข่งขันใหม่ที่นอกเหนือจากด้านราคาและสินค้า โดยแสดงให้เห็นว่า การสร้างความไว้วางใจสามารถเป็นกลยุทธ์หลักที่สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ แม้สำหรับผู้ประกอบการรายย่อยที่มีทรัพยากรจำกัด ก็สามารถสร้างจุดยืนที่แข็งแกร่งได้ผ่านการพัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้าบนพื้นฐานของความน่าเชื่อถือและความโปร่งใส ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะทางวัฒนธรรมของไทยที่เน้นความสัมพันธ์ส่วนบุคคล

สำหรับการประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติ งานวิจัยนี้เสนอว่า ผู้ประกอบการควรพิจารณาการสร้าง ความไว้วางใจเป็นเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ โดยการออกแบบประสบการณ์การบริการทั้งหมดให้ส่งเสริมการสร้าง ความไว้วางใจในทุกจุดสัมผัส การลงทุนในเทคโนโลยีโลจิสติกส์ การพัฒนาบุคลากร และการสื่อสารที่โปร่งใส ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งอิทธิพลต่อการสร้างความไว้วางใจ ซึ่งจะนำไปสู่ความพึงพอใจและความภักดีที่ยั่งยืนของลูกค้าในตลาดดิจิทัล

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยแนะนำให้ผู้ประกอบการขายเสื้อผ้าออนไลน์ (แม่ค้าออนไลน์) โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการรายย่อยและ SMEs ในประเทศไทย ให้ความสำคัญกับ “การสร้างและรักษาความไว้วางใจของลูกค้า” เป็นเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ ขั้นตอนปฏิบัติได้จริง เช่น การลงทุนในพันธมิตรโลจิสติกส์ที่เชื่อถือได้ การตรวจสอบและปรับปรุงคุณภาพบริการและความแม่นยำในการจัดส่งอย่างต่อเนื่อง และการสร้างความโปร่งใสครบถ้วนทั้งด้านราคา

และโปรโมชั่น ขณะเดียวกัน แพลตฟอร์มและผู้กำหนดนโยบายควรสนับสนุนผู้ประกอบการด้วยทรัพยากร การอบรม และกรอบกำกับดูแลที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม โปร่งใส และเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยในอนาคตควรติดตามการเปลี่ยนแปลงของ “ความไว้วางใจ” และ “ความพึงพอใจ” ในระยะยาว เปรียบเทียบข้ามกลุ่มธุรกิจอีคอมเมิร์ซประเภทต่าง ๆ หรือศึกษาบทบาทของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และวัฒนธรรม เพื่อพัฒนาข้อเสนอเชิงกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับเศรษฐกิจดิจิทัลไทยที่กำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

เอกสารอ้างอิง

- Al-Madhagy, T. H., Alzubaidi, M. S., and Hamed, A. M. (2023). Investigating the impact of customer satisfaction, trust, and quality of services on the acceptance of delivery services companies and related applications in Omani context. *International Journal of Data and Network Science*, 7(2), 351–362.
- Al-Mu’ani, L., Al-Momani, M. M., Amayreh, A., Aladwan, S. I., and Al-Rahmi, W. M. (2024). The effect of logistics and policy service quality on customer trust, satisfaction, and loyalty in quick commerce: A multigroup analysis of generation Y and generation Z. *Uncertain Supply Chain Management*, 12, 1417–1432. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2024.4.009>
- Budari, P. P., Djatmiko, B. A., and Kusumawati, A. (2024). Analysis of customer satisfaction level on service, price, and word of mouth. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 12(2), 273–281.
- Dündar, S., and Öztürk, Y. (2020). The effect of on-time delivery on customer satisfaction and loyalty in channel integration. *International Journal of Supply Chain Management*, 9(6), 762–770.
- Emiliana, R., and Efawati, Y. (2025). Strengthening e-commerce customer satisfaction through delivery service transparency. *International Journal Administration, Business and Organization*, 6(1), 112–124. <https://doi.org/10.61242/ijabo.25.350>
- Fong Shi Kang, A. K. C., Tanakinjal, G. H., Boniface, B., Gukang, A. S., and Lubang, L. A. (2023). Price, service quality, customer trust and safety influence towards customer satisfaction on online transportation. *Labuan Bulletin of International Business and Finance*, 21(1), 78–90.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., and Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis*. 7th ed. Pearson.
- Jusufbašić, A., and Stević, Ž. (2023). Measuring logistics service quality using the SERVQUAL model. *Journal of Intelligent Management Decision*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.56578/jimd020101>
- Kline, R. B. (2015). *Principles and practice of structural equation modeling*. 4th ed. Guilford Press.

- Malau, H., and Sitanggang, J. K. F. (2024). The impact of trust and service quality on customer loyalty in e-commerce. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 10(3), 366–373. <https://doi.org/10.29210/020244031>
- Nation Thailand. (2025, July 14). *Thai e-commerce hits 1 trillion baht milestone amid TikTok shopping boom*. Nation Thailand. [Online]. Retrived from: <https://www.nationthailand.com/business/ economy/40052525>
- Nguyen, N. T. V., Nguyen, M. K., and Tran, M. N. (2025). Evaluating the impact of supply chain factors on customer satisfaction and loyalty in Vietnam. *Journal of Distribution Science*, 23(2), 51–61.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Patanasiri, A., and Siricharoen, W. V. (2016). Social media: How does it influence customers' purchasing decision?. *The Proceedings of the International Conference on Business, Economics and Information Technology*, 24–30. (in Thai)
- Ratasuk, A., Naing, N. L., and Tantaworranart, P. (2025). Enhancing patient trust in Yangon's private hospitals: Impact of service quality using SERVQUAL model on brand image. *Journal of Humanities and Social Sciences, University of the Thai Chamber of Commerce*, 45(2), 1–14. (in Thai)
- Rizal, N. F., and Idris, S. (2024). Measurement of customers' satisfaction among e-commerce users towards the logistics service quality of courier service in Sabah. *International Journal of Business, Economics and Law*, 33(1), 101–106.
- Rothenberger, S. (2015). Fairness through transparency: The influence of price transparency on consumer perceptions of price fairness [Working paper]. Université Libre de Bruxelles. <https://ideas.repec.org/p/sol/wpaper/2013-234456.html>
- Schumacker, R. E., and Lomax, R. G. (2016). *A beginner's guide to structural equation modeling* 4th ed. Routledge.
- Wang, Y., and Jotikasthira, N. (2023). A quantitative study of the impact of supply chain management on customer satisfaction. *Frontiers in Business, Economics and Management*, 12(3), 285–290.

นวัตกรรมบริการ และกลยุทธ์การตลาด 4E ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ
ศูนย์วิทยบริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
ของนักศึกษาจากประเทศจีน มหาวิทยาลัยราชภัฏแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร

สุดารัตน์ ชีราพฤกษ์^{1,*}, วิไลลักษณ์ รักษ์บำรุง², ศุภรา เจริญภูมิ³

^{1,2,3}สาขาวิชานวัตกรรมและการจัดการ วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Received: 4 September 2025

Revised: 21 October 2025.

Accepted: 21 November 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับของนวัตกรรมการบริการ กลยุทธ์การตลาด 4E และการตัดสินใจใช้บริการ ศูนย์วิทยบริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษาจากประเทศจีน 2) เพื่อศึกษานวัตกรรมการบริการ และกลยุทธ์การตลาด 4E ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ศูนย์วิทยบริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษาจากประเทศจีน โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาจากประเทศจีน วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ ที่ได้เข้าใช้บริการศูนย์วิทยบริการฯ จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 207 คน ด้วยแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น ทำการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ผลการวิจัย 1) ด้านระดับความเห็น ดังนี้ ด้านนวัตกรรมการบริการ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.75$) ด้านกลยุทธ์การตลาด 4E พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.73$) ด้านการตัดสินใจใช้บริการ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.74$) นอกจากนี้ ผลการทดสอบสมมติฐานยังพบว่า ด้านนวัตกรรมการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์วิทยบริการฯ ได้แก่ ด้านข้อมูลสารสนเทศ ด้านกระบวนการ ด้านเทคโนโลยี และด้านสภาพแวดล้อม ตามลำดับ และด้านกลยุทธ์การตลาด 4E มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์วิทยบริการฯ ได้แก่ ด้านการสร้างประสบการณ์ ด้านการสร้างความสัมพันธ์ และ ด้านการสร้างความคุ้มค่า โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์การทำนายระหว่างตัวแปรทุกด้านพบว่า มีความสัมพันธ์กันไม่เกิน 0.80

คำสำคัญ : นวัตกรรมการบริการ กลยุทธ์การตลาด 4E ตัดสินใจใช้บริการ ศูนย์วิทยบริการสำนักวิทยบริการ
และเทคโนโลยีสารสนเทศ

*ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: s66563829003@ssru.ac.th

Service Innovation and 4E Marketing Strategy Influencing the Service Usage
Decision of Chinese Students at the Academic Service Center,
Office of Academic Resources and Information Technology,
at a Rajabhat University in Bangkok

Sudarat Chirapruk^{1,*}, Wilailuk Rakbumrung², Suppara Charoenpoom³

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

Received: 4 September 2025

Revised: 21 October 2025.

Accepted: 21 November 2025

Abstract

This research aimed to: 1) Study the levels of service innovation, 4E marketing strategy, and the service usage decision among Chinese students at the Academic Service Center, Office of Academic Resources and Information Technology. 2) Study the influence of service innovation and 4E marketing strategy on the service usage decision of these students. This study employed a quantitative research methodology. Data were collected from a sample group of 207 Chinese students from the College of Innovation and Management who had utilized the services of the Academic Service Center. A questionnaire, verified for validity and reliability, was used as the research instrument. Hypotheses were tested using multiple regression analysis. The research findings were as follows: 1) Regarding perception levels, service innovation was rated at the highest level overall ($\bar{X}$ = 4.75). The 4E marketing strategy was at the highest level overall ($\bar{X}$ = 4.73). The service usage decision was also at the highest level overall ($\bar{X}$ = 4.74). Furthermore, hypothesis testing revealed that the service innovation factors influencing the service usage decision at the Academic Service Center were, in descending order of influence: information, process, technology, and environment. The 4E marketing strategy factors influencing the service usage decision were: Experience, Relationship, and Value. The predictive correlation coefficients among all variables did not exceed 0.80.

Keywords: Service Innovation, 4E Marketing Strategy, The Decision to Use of Services, the Office of Academic Resources and Information Technology

*Corresponding Author; E-mail: s66563829003@ssru.ac.th

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ ปัจจุบันศูนย์วิทยบริการ หรือที่เรียกกันว่า “ห้องสมุด” มีการเปิดใช้ให้บริการ นักศึกษาไทย นักศึกษาชาวต่างชาติ อาจารย์ เจ้าหน้าที่และบุคคลภายนอก มีศูนย์การเรียนรู้ทางอิเล็กทรอนิกส์ สามารถสืบค้นหนังสือแบบออนไลน์ได้ เรียกว่า “SSRU Library” และนอกจากนี้ศูนย์วิทยบริการ มีฐานข้อมูลออนไลน์ ที่สามารถสืบค้นงานวิจัยที่หลากหลาย เช่น Scopus, IEEE, ACS, IG Library และฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ งานวิจัยฉบับเต็มของมหาวิทยาลัยฯ เป็นต้น ให้บริการฐานข้อมูลออนไลน์ นักศึกษาส่วนใหญ่จะเข้าใช้บริการ ฐานข้อมูลออนไลน์ ในการสืบค้นข้อมูลวิจัย การให้บริการนักศึกษานั้นเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง (ศูนย์วิทยบริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานครฯ, 2567)

ซึ่งการใช้บริการศูนย์วิทยบริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานครฯ ในส่วนของนักศึกษาต่างชาติ โดยเฉพาะนักศึกษาจากประเทศจีนที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งนักศึกษาจีนมีความต้องการ และปัญหาการใช้บริการที่แตกต่างจากนักศึกษาไทย เช่น ด้านการสื่อสารหรืออ่านข้อมูลที่เป็นภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ ซึ่งเป็นภาษาหลักที่ใช้ในระบบห้องสมุด เช่น การค้นหาหนังสือ การใช้ระบบ OPAC (Online Public Access Catalog) หรือการอ่านป้ายประกาศ ข้อมูลหรือคู่มือการใช้งาน ส่งผลต่อการเข้าถึงเทคโนโลยีหรือทรัพยากรสารสนเทศ นักศึกษาบางส่วนอาจไม่คุ้นเคยกับระบบเทคโนโลยีที่ใช้ในห้องสมุด เช่น การยืม-คืน หนังสืออัตโนมัติ หรือการค้นหาข้อมูลออนไลน์ผ่านฐานข้อมูลออนไลน์ ดังนั้น การใช้นวัตกรรมบริการจึงเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อปรับปรุงและพัฒนาการบริการให้มีความน่าสนใจ และตอบสนองต่อความต้องการของนักศึกษาได้อย่างตรงจุด

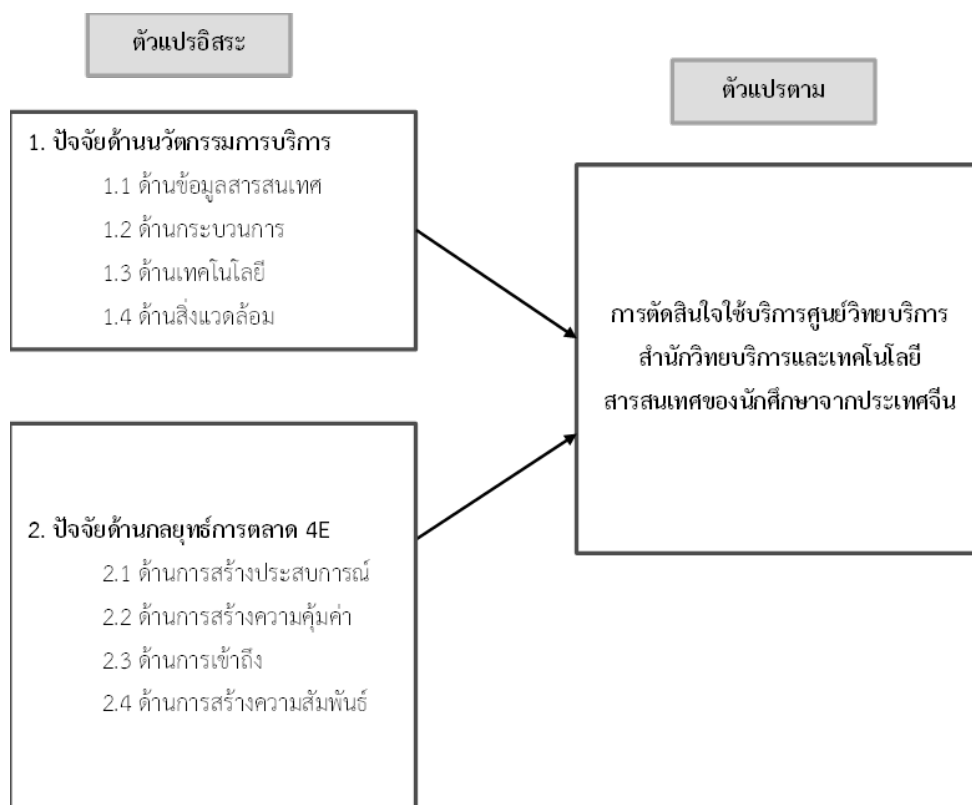
นอกจากนี้กลยุทธ์การตลาด 4E (Experience, Exchange, Everyplace, Evangelism) ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้ใช้บริการ และส่งเสริมให้การใช้บริการห้องสมุดเกิดประสิทธิภาพสูงสุด (Kotler and Keller, 2016) จากความสำคัญในช่วงต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำวิจัยเรื่อง นวัตกรรมบริการ และกลยุทธ์การตลาด 4E ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการห้องสมุด ศูนย์วิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษาจากประเทศจีน เพื่อนำเสนอการประยุกต์ใช้นวัตกรรมบริการและกลยุทธ์การตลาด 4E ต่อการเสริมสร้างประสิทธิภาพในการใช้บริการห้องสมุด โดยเฉพาะสำหรับนักศึกษาจากประเทศจีน ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนและปรับปรุงการบริการ ผลการวิจัยนี้จะมีประโยชน์ในการพัฒนา ปรับปรุงนโยบายและกลยุทธ์ การให้บริการของห้องสมุดในระดับสากล ศูนย์วิทยบริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานครฯ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับของนวัตกรรมบริการ กลยุทธ์การตลาด 4E และการตัดสินใจใช้บริการ ศูนย์วิทยบริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษาจากประเทศจีน มหาวิทยาลัยราชภัฏแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานครฯ
2. เพื่อศึกษานวัตกรรมบริการ และกลยุทธ์การตลาด 4E ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ศูนย์วิทยบริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษาจากประเทศจีน มหาวิทยาลัยราชภัฏแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานครฯ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “นวัตกรรมบริการ และกลยุทธ์การตลาด 4E ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ศูนย์วิทยบริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษาจากประเทศจีน มหาวิทยาลัยราชภัฏแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร” กรอบแนวความคิดในการทำวิจัย ได้มีกำหนดตัวประสิทธิและตัวแปรตาม เพื่อเป็นเครื่องมือในการดำเนินงานวิจัยและเป็นแนวทางในการหาผลลัพธ์ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

ผู้วิจัยศึกษาว่านวัตกรรมบริการ และกลยุทธ์การตลาด 4E ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ศูนย์วิทยบริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษาจากประเทศจีน วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานครซึ่งกำหนดสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

1. นวัตกรรมบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ศูนย์วิทยบริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษาจากประเทศจีน วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยกำหนดสมมติฐานการวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 ด้านข้อมูลสารสนเทศที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ศูนย์วิทยบริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษาจากประเทศจีน วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 1.2 ด้านกระบวนการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ศูนย์วิทยบริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษาจากประเทศจีน วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานครฯ

สมมติฐานที่ 1.3 ด้านเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ศูนย์วิทยบริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษาจากประเทศจีน วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานครฯ

สมมติฐานที่ 1.4 ด้านสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ศูนย์วิทยบริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษาจากประเทศจีน วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานครฯ

2. กลยุทธ์การตลาด 4E ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ศูนย์วิทยบริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษาจากประเทศจีน วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานครฯ ผู้วิจัยกำหนดสมมติฐานการวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 2.1 ด้านการสร้างประสบการณ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ศูนย์วิทยบริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษาจากประเทศจีน วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานครฯ

สมมติฐานที่ 2.2 ด้านการสร้างความรู้ความเข้าใจ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ศูนย์วิทยบริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษาจากประเทศจีน วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานครฯ

สมมติฐานที่ 2.3 ด้านการเข้าถึง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ศูนย์วิทยบริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษาจากประเทศจีน วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานครฯ

สมมติฐานที่ 2.4 ด้านการสร้างความสัมพันธ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ศูนย์วิทยบริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษาจากประเทศจีน วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานครฯ

วิธีดำเนินการวิจัย

แบบแผนการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาจากประเทศจีน วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานครฯ รวมทั้งสิ้น 428 คน (Educational Administration Division, 2023)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักศึกษาจากประเทศจีน วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานครฯ จำนวน 207 คน โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในกรณีที่ทราบขนาดประชากร คำนวณด้วย สูตรของ (Yamane, 1973) โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ 5

ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Wanichbuncha, 2015) (simple random sampling) โดยใช้โปรแกรมทางสถิติจัดทำตารางเลขสุ่ม ให้ได้ครบ 207 ตัวอย่าง

เครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นแบบสอบถามลักษณะคำถามปลายเปิดและปลายปิดที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยการศึกษาจากแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ศึกษาการสร้างแบบสอบถามจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกได้เป็น 5 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา และระยะเวลาการใช้บริการ ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการ 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านข้อมูลสารสนเทศ 2) ด้านกระบวนการ 3) ด้านเทคโนโลยี 4) ด้านสิ่งแวดล้อม ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์วิทยบริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาด 4E ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการสร้างประสบการณ์ 2) ด้านการสร้างคุณค่า 3) ด้านการเข้าถึง 4) ด้านการสร้างความสัมพันธ์ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการห้องสมุดศูนย์วิทยบริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ตอนที่ 4 การตัดสินใจใช้บริการศูนย์วิทยบริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร คำถามปลายเปิด (Open Ended Questionnaire) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการและกลยุทธ์การตลาด 4E ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์วิทยบริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ตอนที่ 5 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการทำแบบสอบถามเป็นฉบับภาษาจีน เพื่อส่งให้กับนักศึกษาจากประเทศจีน ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างนั้น จำนวนทั้งสิ้น 207 คน โดยส่งผ่านระบบออนไลน์ และเมื่อได้ข้อมูลครบทุกรายแล้ว จึงดำเนินการเก็บรวบรวมแบบสอบถามไปดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) อธิบายปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ใช้สถิติค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ส่วนการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการและกลยุทธ์การตลาด 4Es ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์วิทยบริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษาจากประเทศจีน วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการศูนย์วิทยบริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษาจากประเทศจีน วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นตัวแปรเชิงปริมาณใช้การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุ (Multiple Regression)

ผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาจากประเทศจีน วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร จำนวน 207 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ได้วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และช่วงเวลาในการมาใช้บริการ โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง (ผู้รับบริการของศูนย์วิทยบริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร) มีผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งหมด 207 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 60.4 และเพศชาย จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 39.6

ข้อมูลอายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากอยู่ในช่วงอายุ 51-60 ปี จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 48.8 รองลงมาช่วงอายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 ถัดมาเป็นช่วงอายุ 30 – 40 ปี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 17.9 และช่วงอายุที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ มากกว่าหรือเทียบเท่า 61 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 3.9

ข้อมูลระดับการศึกษา จากผลสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่เข้าใช้บริการส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาเอก จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 57.0 รองลงมาอยู่ในระดับปริญญาโท จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 25.6 และระดับการศึกษาที่มีผู้ใช้บริการน้อยมากที่สุดคือ ระดับปริญญาตรี จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 17.4

ข้อมูลสำรวจช่วงเวลาในการมาใช้บริการ มี 4 ช่วงเวลาดำเนินการ ช่วงเวลาที่มีผู้ใช้บริการมากที่สุด คือ 06.00–12.00 น. จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 57.0 รองลงมาอยู่ในช่วงเวลา 12.01–18.00 น. จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 38.2 ลำดับถัดมาอยู่ในช่วงเวลา 18.01–22.00 น. จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 และช่วงเวลาที่ไม่มีผู้เข้าใช้บริการ คือ 22.01–24.00 น.

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการที่มีอิทธิพลต่อ

การตัดสินใจใช้บริการ ศูนย์วิทยบริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร (ในภาพรวม)

นวัตกรรมบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ (ในภาพรวม)	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ
1. ด้านข้อมูลสารสนเทศ	4.69	0.570	มากที่สุด	4
2. ด้านกระบวนการ	4.75	0.560	มากที่สุด	3
3. ด้านเทคโนโลยี	4.77	0.571	มากที่สุด	2
4. ด้านสภาพแวดล้อม	4.79	0.573	มากที่สุด	1
รวม	4.75	0.551	มากที่สุด	

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ศูนย์วิทยบริการฯ ในภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.75$) หากพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่าด้านที่มีระดับมากที่สุด คือ ด้านสภาพแวดล้อม ($\bar{X} = 4.79$) อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยรองลงมา คือ ด้านเทคโนโลยี

($\bar{X} = 4.77$) อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านที่มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด คือ ด้านข้อมูลสารสนเทศ ($\bar{X} = 4.69$) อยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาด 4E ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ศูนย์วิทยบริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานครฯ (ในภาพรวม)

กลยุทธ์การตลาด 4E ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ (ในภาพรวม)	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ
1. ด้านการสร้างประสบการณ์	4.74	0.585	มากที่สุด	2
2. ด้านการสร้างความคุ้มค่า	4.76	0.586	มากที่สุด	1
3. ด้านการเข้าถึง	4.71	0.601	มากที่สุด	4
4. ด้านการสร้างความสัมพันธ์	4.72	0.572	มากที่สุด	3
รวม	4.73	0.571	มากที่สุด	

จากภาพรวมของตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาด 4E ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ศูนย์วิทยบริการฯ ทุกด้านมีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.73$) หากพิจารณาเป็นรายด้าน ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านที่มากที่สุด คือ ด้านการสร้างความคุ้มค่า ($\bar{X} = 4.76$) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการสร้างประสบการณ์ ($\bar{X} = 4.74$) อยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกัน และด้านที่มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด คือ ด้านการเข้าถึง ($\bar{X} = 4.71$) อยู่ในระดับมากที่สุด

จากผลการวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการ ศูนย์วิทยบริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานครฯ ในภาพรวม พบว่า ระดับความคิดเห็นอยู่ระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.74$) หากพิจารณาเป็นรายข้อ ข้อที่ได้ระดับความคิดเห็นสูงสุด คือ ท่านมีความตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการของศูนย์วิทยบริการฯ ($\bar{X} = 4.78$) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ท่านมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการที่ได้รับจากศูนย์วิทยบริการฯ ในระดับใด ($\bar{X} = 4.78$) อยู่ในระดับมากที่สุด ประเด็นที่มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด มี 2 ข้อ คือ ท่านมักจะค้นหาข้อมูลในโซเชียลมีเดีย อาทิ เว็บไซต์ หรือ Facebook ก่อนเข้ารับบริการศูนย์วิทยบริการฯ ($\bar{X} = 4.67$) อยู่ในระดับมากที่สุด และ การประชาสัมพันธ์ของศูนย์วิทยบริการฯ ช่วยกระตุ้นความสนใจให้อยากเข้าใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย S.D.เท่ากับประเด็นที่ 4. (0.660) แต่ถือว่าอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 3 ผลการตรวจสอบรูปแบบที่เหมาะสมของด้านนวัตกรรมบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ศูนย์วิทยบริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษาจากประเทศจีน มหาวิทยาลัยราชภัฏแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร

แบบจำลอง	Unstandardized Coefficients		β	t	Sig.
	B	S.E.			
ค่าคงที่	.056	.097	-	.577	.564
ด้านข้อมูลสารสนเทศ (X 1.1)	.340	.053	.342	6.448	.000*
ด้านกระบวนการ (X 1.2)	.259	.077	.256	3.362	.001*
ด้านเทคโนโลยี (X 1.3)	.238	.084	.240	2.825	.005*
ด้านสภาพแวดล้อม (X 1.4)	.152	.067	.153	2.260	.025*

ก. ตัวแปรตาม : Y

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 ผลการตรวจสอบรูปแบบที่เหมาะสมของด้านนวัตกรรมบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ศูนย์วิทยบริการฯ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) ผลการทดสอบได้แบบจำลอง พบได้ว่า ด้านนวัตกรรมบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ศูนย์วิทยบริการฯ ด้านที่มากที่สุด ได้แก่ ด้านข้อมูลสารสนเทศ (X 1.1) (Beta = .342, Sig. = .000*) รองลงมา คือ ด้านกระบวนการ (X 1.2) (Beta = .256, Sig. = .001*) ด้านเทคโนโลยี (X 1.3) (Beta = .240, Sig. = .005*) และด้านสภาพแวดล้อม (X 1.4) (Beta = .153, Sig. = .025*)

ตารางที่ 4 ผลการตรวจสอบรูปแบบที่เหมาะสมของด้านกลยุทธ์การตลาด 4E ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ศูนย์วิทยบริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษาจากประเทศจีน มหาวิทยาลัยราชภัฏแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร

แบบจำลอง	Unstandardized Coefficients		β	t	Sig.
	B	S.E.			
ค่าคงที่	.151	0.71	-	2.148	0.33
ด้านการสร้างประสบการณ์ (X 2.1)	.585	.061	.604	9.669	.000*
ด้านการสร้างความคุ้มค่า (X 2.2)	.157	.048	.162	3.250	.001*
ด้านการเข้าถึง (X 2.3)	-.050	.048	-.053	-1.041	.299
ด้านการสร้างความสัมพันธ์ (X 2.4)	.277	.055	.280	5.048	.000*

ก. ตัวแปรตาม : SUMY

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์รูปแบบของด้านกลยุทธ์การตลาด 4E ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ศูนย์วิทยบริการฯ ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) ผลการทดสอบได้แบบจำลอง พบว่า ด้านกลยุทธ์การตลาด 4E ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ศูนย์วิทยบริการฯ มากที่สุด ได้แก่ ด้านการสร้างประสบการณ์ (X 2.1) ($Beta = .604$, $Sig. = .000^*$) รองลงมาคือ ด้านการสร้างความสัมพันธ์ (X 2.4) ($Beta = .280$, $Sig. = .000^*$) และ ด้านการสร้างความรู้คุณค่า (X 2.2) ($Beta = .162$, $Sig. = .001^*$) ส่วน ด้านการเข้าถึง (SUMX 2.3) ($Beta = -.053$, $Sig. = .299^*$) เนื่องจาก Sig. เกิน 0.5 หมายถึง กลยุทธ์การตลาด 4E ด้านการเข้าถึงไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ศูนย์วิทยบริการฯ

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

จากด้านที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ ศูนย์วิทยบริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานครฯ ข้างต้น สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ตามกรอบแนวคิดการวิจัย ดังตารางที่ 5 และ 6

ตารางที่ 5 สรุปผลการทดสอบตามสมมติฐานการวิจัย (ด้านนวัตกรรมบริการ)

ตัวแปร	p-value	Beta	การยอมรับสมมติฐานการวิจัย
ด้านนวัตกรรมบริการ			
1. ด้านข้อมูลสารสนเทศ ($X_{1.1}$)	.000*	.342	ยอมรับ
2. ด้านกระบวนการ ($X_{1.2}$)	.001*	.256	ยอมรับ
3. ด้านเทคโนโลยี ($X_{1.3}$)	.005*	.240	ยอมรับ
4. ด้านสภาพแวดล้อม ($X_{1.4}$)	.025*	.153	ยอมรับ
$R = 0.960^a$ $R^2 = 0.922$ Adjusted $R^2 = 0.921$ $SE = 0.159$			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 พบได้ว่า การวิเคราะห์รูปแบบของด้านที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ ศูนย์วิทยบริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานครฯ ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุ ผลการทดสอบ พบว่า ด้านนวัตกรรมบริการ ยอมรับสมมติฐานทั้ง 4 ด้าน ด้านที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ ศูนย์วิทยบริการฯ มากที่สุด ได้แก่ ด้านข้อมูลสารสนเทศ รองลงมา คือ ด้านกระบวนการ ด้านเทคโนโลยี และ ด้านสภาพแวดล้อม ตามลำดับ

ตารางที่ 6 สรุปผลการทดสอบตามสมมติฐานการวิจัย (ด้านกลยุทธ์การตลาด 4E)

ตัวแปร	p-value	Beta	การยอมรับสมมติฐานการวิจัย
ด้านนวัตกรรมบริการ			
1. ด้านการสร้างประสบการณ์ (X _{2.1})	.000*	.604	ยอมรับ
2. ด้านการสร้างความคุ้มค่า (X _{2.2})	.001*	.162	ยอมรับ
3. ด้านการเข้าถึง (X _{2.3})	.299*	-.053	ปฏิเสธ
4. ด้านการสร้างความสัมพันธ์ (X _{2.4})	.000*	.280	ยอมรับ
R = 0.978 ^a R ² = 0.956 Adjusted R ² = 0.955 SE = 0.120			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6 พบได้ว่า การวิเคราะห์รูปแบบของด้านที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ศูนย์วิทยบริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุ ผลการทดสอบ พบว่า ด้านกลยุทธ์การตลาด 4E ยอมรับสมมติฐาน 3 ด้านและด้านที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ศูนย์วิทยบริการมากที่สุด ได้แก่ ด้านการสร้างประสบการณ์ ด้านการสร้างความสัมพันธ์ และด้านการสร้างความคุ้มค่า ด้านการเข้าถึง เป็นด้านที่ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ศูนย์วิทยบริการ

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ศูนย์วิทยบริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ของนักศึกษาจากประเทศจีน มหาวิทยาลัยราชภัฏแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านนวัตกรรมบริการ ยอมรับสมมติฐานทั้ง 4 ด้าน ด้านที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ศูนย์วิทยบริการมากที่สุด คือ ด้านข้อมูลสารสนเทศ รองลงมา คือ ด้านกระบวนการ ด้านเทคโนโลยี และด้านสภาพแวดล้อม ตามลำดับ และด้านกลยุทธ์การตลาด 4E ยอมรับสมมติฐาน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการสร้างประสบการณ์ ด้านการสร้างความสัมพันธ์ ด้านการสร้างความคุ้มค่า และไม่ยอมรับ 1 ด้าน คือ ด้านการเข้าถึง ผู้วิจัยอภิปรายผล ดังนี้

1. ด้านนวัตกรรมบริการ

ด้านข้อมูลสารสนเทศ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ศูนย์วิทยบริการมากที่สุด เนื่องจากศูนย์วิทยบริการฯ มีข้อมูลสารสนเทศที่นักศึกษาต้องการอย่างครบถ้วนสมบูรณ์ สามารถเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศได้ง่าย และอย่างรวดเร็วมีข้อมูลสารสนเทศที่มีความถูกต้องเหมาะสมที่จะนำไปใช้งาน มีการปรับข้อมูลข่าวสารสารสนเทศให้ทันสมัยเป็นปัจจุบันเสมอมีช่องทางหลากหลายในการเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศ อาทิ เว็บไซต์ หรือเฟซบุ๊ก ศูนย์วิทยบริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Amornkitiphon (2020) ทำวิจัยเรื่อง นวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการจัดสวนของบริษัท ทรัพย์เจริญศรี จำกัด พบว่า ได้แก่ นวัตกรรมบริการด้านข้อมูลสารสนเทศ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการจัดสวนของบริษัท ทรัพย์เจริญศรี จำกัด

ด้านกระบวนการ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ศูนย์วิทยบริการฯ รองลงมาจากด้านข้อมูลสารสนเทศ เนื่องจากศูนย์วิทยบริการมีกระบวนการทำงานเข้าใช้งานที่ไม่ซับซ้อน มีกระบวนการให้บริการที่รวดเร็ว อาทิ ด้านการยืม-คืน หนังสือ การสืบค้นข้อมูล พร้อมทั้งมีกระบวนการให้บริการ ที่เหมาะสมกับความต้องการ

ของผู้รับบริการ สามารถจัดการข้อร้องเรียนของผู้รับบริการที่รวดเร็ว และมีกระบวนการให้บริการมีความเท่าเทียมทั้ง นักศึกษาไทยและต่างชาติ นั้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Songsunthorn (2016) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง นวัตกรรม บริการ : กลยุทธ์ที่สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์การธุรกิจบริการ จากการศึกษา พบว่า ในหลาย องค์ประกอบความสำเร็จมาจากการสร้างนวัตกรรม นวัตกรรมบริการสามารถเริ่มตั้งแต่กระบวนการผลิต การวางแผน การผลิตจำเป็นต้องรวมการผลิตเข้ากับการบริการ จากการศึกษางานวิจัยดังกล่าว ได้ให้ความสำคัญของธุรกิจ การบริการ ว่าเริ่มจากกระบวนการผลิต การวางแผนและกระบวนการให้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า จึงนำไปสู่การกลับมาใช้บริการซ้ำ

ด้านเทคโนโลยี เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ ศูนย์วิทยบริการฯ โดยการนำเทคโนโลยี ใหม่ ๆ มาประยุกต์ใช้ในการให้บริการ อาทิ ตู้คืนหนังสือระบบอัตโนมัติ ระบบค้นหาหนังสือออนไลน์ หรือฐานข้อมูล วิจัยออนไลน์ ฯลฯ พร้อมทั้งมีการจัดห้องหรือพื้นที่ให้บริการ โดยนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ อาทิ ห้องคอมพิวเตอร์ ห้องชมวิดีโอ ห้องประชุม มีบริการระบบฐานข้อมูลงานวิจัยที่ครอบคลุมความต้องการของผู้รับบริการ นักศึกษาหรือ บุคลากรสามารถเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา มีระบบ Wi-Fi ที่เสถียรและครอบคลุมพื้นที่ใช้งานภายในมหาวิทยาลัยฯ และมีอุปกรณ์ เครื่องมือที่ทันสมัย และพร้อมใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Amornkitiphon (2020) ทำวิจัย เรื่อง นวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการจัดสวนของบริษัท ทรัพย์เจริญศรี จำกัด พบว่า นวัตกรรม บริการด้านเทคโนโลยี สามารถช่วยลดระยะเวลาในการทำงาน และสามารถช่วยออกแบบงานจัดสวนได้ทำให้ ดำเนินงานได้อย่างลุล่วงโดยเร็ว

ด้านสภาพแวดล้อม เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ ศูนย์วิทยบริการฯ เนื่องจากภายใน ศูนย์วิทยบริการฯ มีการจัดสภาพแวดล้อมที่สวยงาม ทันสมัย มีความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย เป็นสถานที่ที่มีความเหมาะสมกับการส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้ใช้บริการและสะดวกต่อการเข้าใช้บริการ อาทิ มีป้ายบอกทาง ป้ายบอกหมวดหมู่หนังสือที่ชัดเจน พร้อมทั้งมีพื้นที่สำหรับการให้บริการที่หลากหลาย เช่น ห้องอ่านหนังสือ ห้องทำงาน ฯลฯ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Thongkerd (2021) วิจัยเรื่อง นวัตกรรมบริการ: กลยุทธ์ การสร้างความแตกต่างของธุรกิจบริการ จากการศึกษา พบว่า กลยุทธ์ในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจบริการที่ สำคัญอีกอย่างหนึ่ง คือ การสร้างภาพลักษณ์ การเข้าถึงลูกค้า และบริการเสริม ทั้งหมดนี้เป็นกลยุทธ์ทางการตลาด ที่ให้บริการลูกค้าหลากหลายเทคนิค และสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างแท้จริง

2. ด้านกลยุทธ์การตลาด 4E

ด้านการสร้างประสบการณ์ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ ศูนย์วิทยบริการฯ เนื่องจาก ศูนย์วิทยบริการฯ มีภาพลักษณ์ที่ดี สามารถช่วยเสริมสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ในการศึกษา ผู้เข้าใช้บริการได้รับ แรงบันดาลใจในการเรียนหรือการทำงานจากการใช้บริการในศูนย์วิทยบริการฯ ทั้งนี้การให้บริการของบุคลากร มีความพร้อมด้านความรู้ ความเข้าใจที่สร้างความประทับใจ ให้ประสบการณ์ที่ดีจากการใช้บริการ ศูนย์วิทยบริการฯ กลยุทธ์การตลาดด้านการสร้างประสบการณ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Watakit (2023) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ส่วนประสมการตลาด 4Es ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคของผู้บริโภคผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ จากการศึกษา พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด 4Es ด้านการสร้างประสบการณ์ การสร้างสาวก และการเข้าถึง ผู้บริโภค มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อไปในทิศทางเดียวกัน นับสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ความแปรผันได้ร้อยละ 53.2

ด้านการสร้างความสัมพันธ์ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ ศูนย์วิทยบริการฯ เนื่องจาก ศูนย์วิทยบริการจัดกิจกรรมที่ให้ผู้ใช้บริการมีส่วนร่วม สามารถแสดงความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเพื่อการบริการที่ดีขึ้น ผ่านช่องทางต่างๆ ได้ อาทิ สื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ หรือกระทู้ต่างๆ มีการให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนเมื่อผู้ให้บริการต้องการขอความช่วยเหลือในด้านต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Oeusoonthornwattana (2018) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ส่วนประสมการตลาด 4Es และแรงจูงใจที่ ส่งผลต่อการตัดสินใจ ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร พบว่า ภาพรวมความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ด้านการสร้างความสัมพันธ์ อยู่ระดับดีมาก จึงเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ด้านการสร้างความคุ้มค่า เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ ศูนย์วิทยบริการฯ เนื่องจาก การเข้าใช้บริการแต่ละครั้งมีความคุ้มค่ากับเวลาที่เสียไป มีทรัพยากรที่อำนวยความสะดวกต่อผู้ใช้งาน ที่มีเพียงพอ ทันสมัย และพร้อม มีการมีบริการที่หลากหลายที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ และการเข้าถึงทรัพยากรที่มีคุณภาพภายในศูนย์วิทยบริการฯ สามารถช่วยเสริมศักยภาพด้านการศึกษาหรือการทำงานของผู้เข้าใช้บริการได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wongrian (2023) ได้จัดทำวิจัยเรื่อง กลยุทธ์ทางการตลาด 4E's ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จากการศึกษา พบว่า ด้านที่มีคุณค่ามากที่สุดได้แก่ “การสร้างความคุ้มค่า หรือที่เรียกว่า การแลกเปลี่ยน (Exchange) ตามด้วย การสร้างประสบการณ์ (Experience) การสร้างความสัมพันธ์ (Evangelism) และด้านที่มีค่าน้อยที่สุด ได้แก่ การเข้าถึงอย่างทั่วถึง (Everywhere)

ด้านการเข้าถึง ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ ศูนย์วิทยบริการฯ เนื่องจาก มีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่ยังไม่สามารถให้บริการทางออนไลน์ที่เหมาะสมสำหรับนักศึกษาจากประเทศจีน สื่อประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับ ศูนย์วิทยบริการฯ เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ซึ่งนักศึกษาบางคนไม่เข้าใจในภาษา อีกทั้ง นักศึกษาส่วนใหญ่อาศัยอยู่ประเทศจีนการที่จะเข้าถึงข้อมูลแอปพลิเคชัน หรือเว็บไซต์ต่างประเทศ มีข้อจำกัดทางกฎหมายและความมั่นคงของชาติ อาทิเช่น Facebook, Instagram, YouTube, Line และ Google เป็นเรื่องที่ไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ค่อนข้างยาก ทั้งนี้ เว็บไซต์สำหรับสืบค้นฐานข้อมูลวิจัยของศูนย์วิทยบริการฯ ยังสามารถเข้าถึงได้หากเปิดใช้ (VPN) หรือที่เรียกว่า เครือข่ายส่วนตัวเสมือน (Virtual Private Network) ที่ช่วยให้ผู้ใช้งานในประเทศจีนสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตและบริการต่างๆ ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ Panomai (2024) ได้จัดทำวิจัยเรื่อง ปัจจัยทางการตลาด 4E ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัททำความสะอาดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผลการวิจัยพบว่า การเข้าถึงง่าย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัททำความสะอาดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

นำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้กับการพัฒนาการให้บริการจริงของศูนย์วิทยบริการฯ และติดตามผลการเปลี่ยนแปลงหลังการดำเนินงาน เพื่อประเมินว่าการปรับปรุงตามข้อเสนอแนะนั้นมีประสิทธิภาพเพียงใด

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการขยายกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมมากขึ้น เพื่อให้การได้ข้อมูลที่มีความหลากหลายและสามารถสะท้อนความคิดเห็นจากผู้ที่ใช้บริการจริงในหลายๆ มิติ เช่น นักศึกษาไทย หรือชาตินอื่นๆ อาจารย์ บุคลากร รวมไปถึงผู้ให้บริการจากภายนอก

2.2 เพิ่มปัจจัยหรือตัวแปรอื่นๆเพิ่มเติม เนื่องจากยุคสมัยที่เปลี่ยนไปอาจมีตัวแปรปัจจัยอื่นๆ ที่อาจมีผลต่อการสนใจใช้บริการ เช่น ความพึงพอใจในการใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศ ความถี่ในการเข้าใช้บริการ หรือการรับรู้ภาพลักษณ์ของศูนย์วิทยบริการ

2.3 การใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม (Mixed Methods) การใช้ทั้งแบบสอบถาม (เชิงปริมาณ) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (เชิงคุณภาพ) จะช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้ใช้บริการในเชิงลึกมากขึ้น และสามารถนำมาประกอบการวิเคราะห์เพื่อให้ผลการวิจัยมีความน่าเชื่อถือและครอบคลุม

2.4 สามารถศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจของกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีลักษณะต่างกัน เช่น ระดับชั้นปี เพศ หรือสาขาวิชา เพื่อวิเคราะห์ว่ากลุ่มใดได้รับผลจากนวัตกรรมบริการหรือกลยุทธ์ 4E มากที่สุด

เอกสารอ้างอิง

- Amornkitiphon, N. (2020). *The Service Innovation that Affects Decision to Use the Gardening Services Of Sapjaroensri Co., Ltd.* Thesis of the Degree of Master's Program. (Unpublished) (in Thai)
- Charoonnimarn, T. (2023). The Innovative Strategy of Service Marketing Influence Customer Decision Making on Use of Hotel Business in Chumphon province. *Santhapol College Academic Journal*, 9(1), 106-118. (in Thai)
- Oeusoonthornwattana, I. (2018). *Marketing Mix 4Es and Motivation Affecting the Decisions of Thai Tourists on Traveling in The Bangkok Metropolitan Area*. Independent study of the Degree of Master's Program. Bangkok: Srinakharinwirot University. (in Thai)
- Panomai, P. (2024). The 4E Marketing Factors that Influence Consumers' Decision to Use Cleaning Companies in Bangkok. *APHEIT Journals*, 30(1), 52-64. (in Thai)
- Kotler, P., and Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. 15th ed. Pearson Education.
- Songsunthorn, C. (2016). Service Innovation: A Strategy That Create a Competitive Advantage of The Service Business Organization. *Journal of Modern Management*, 14(2), 13-24. (in Thai)
- Thongkerd, M. (2564). Service Innovation: Differentiation Strategy of Service Business. *North-Eastern University Journal of Academic and Research*, 12(1), 114-129. (in Thai)
- Wanichbuncha, K. (2015). *Data analysis using SPSS for Windows*. 14th ed. Bangkok: Chulalongkorn University Book Center. (in Thai)
- Watakit, U. (2023). The Affecting of 4Es Marketing Mix to Consumer Buying Decision on Consumer Products via Online Social Network. *North-Eastern University Journal of Academic and Research*, 13(1), 31- 45. (in Thai)
- Wongrian, B. (2023). *The 4E's Marketing Strategy that Affects the Decision to use Hotel Services in Mueang District Chiang Rai Province*. Thesis of the Degree of Master's Program in Business Administration. Pathum Thani: Bangkok University.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. Harper and Row.

แนวทางการพัฒนาเพื่อส่งเสริมและยกระดับคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ ในจังหวัดนครปฐม

ธวัชชัย สู่เพื่อน*

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Received: 13 September 2025

Revised: 9 October 2025

Accepted: 14 October 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุจังหวัดนครปฐม เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ กับระดับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุจังหวัดนครปฐม เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในจังหวัดนครปฐม งานวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยแบบผสม โดยเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากผู้สูงอายุ 400 คน และเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึก 15 คน วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยการถดถอยพหุคูณปกติ และเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่าผู้สูงอายุส่วนใหญ่เป็นวัยต้น (60–69 ปี) ร้อยละ 51.25 เพศหญิงร้อยละ 66.25 มีสถานภาพสมรสร้อยละ 59 และจบการศึกษาระดับประถมศึกษาร้อยละ 71.25 ระดับคุณภาพชีวิตโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.13) ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณภาพชีวิต ได้แก่ ระดับการศึกษา ($\beta = .112$) การมีผู้ดูแล ($\beta = .193$) สิทธิการรักษาพยาบาล ($\beta = .316$) ความมั่นคงในที่อยู่อาศัย ($\beta = .151$) การเข้าร่วมกลุ่มอาชีพในชุมชน ($\beta = .614$) การเข้าร่วมกิจกรรมในชุมชน ($\beta = .350$) การเตรียมความพร้อมด้านสุขภาพ ($\beta = .240$) และการเตรียมหาอาชีพหลังเกษียณ ($\beta = .253$) โดยการเข้าร่วมกลุ่มอาชีพในชุมชนเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุด ข้อมูลเชิงคุณภาพสอดคล้องกับเชิงปริมาณ โดยผู้สูงอายุที่มีการศึกษาสูง มีบ้านเป็นของตนเอง ได้รับสิทธิการรักษาพยาบาล เข้าร่วมกิจกรรมชุมชน และมีการเตรียมความพร้อมทั้งด้านร่างกายและอาชีพ มีแนวโน้มที่จะมีคุณภาพชีวิตสูงกว่า ผลการศึกษานำไปสู่ข้อเสนอแนวทางการพัฒนา เช่น การส่งเสริมการศึกษาตลอดชีวิตและการฝึกอบรมวิชาชีพ การขยายสิทธิและการเข้าถึงบริการสุขภาพ การปรับปรุงที่อยู่อาศัยให้ปลอดภัย การสร้างกิจกรรมและเครือข่ายทางสังคม และการเตรียมความพร้อมด้านสุขภาพและอาชีพสำหรับผู้ใกล้เข้าสู่ผู้สูงอายุ

คำสำคัญ: ผู้สูงอายุ สังคมอายุ คุณภาพชีวิต จังหวัดนครปฐม

*ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: tawatchai.su@ssru.ac.th

Development Guidelines for Promoting and Raising the Quality of Life for the Elderly in Nakhon Pathom Province

Tawatchai Suphuan*

College of Innovation and Management, Suan Sunandha Rajabhat University

Received: 13 September 2025

Revised: 9 October 2025

Accepted: 14 October 2025

Abstract

This research aimed to study the quality of life of the elderly in Nakhon Pathom, examine the relationship between various factors and their quality of life, and propose development guidelines. A mixed-methods approach was employed. Quantitative data collected from 400 older adults and qualitative data obtained through in-depth interviews with 15 participants. The results showed that most of the elderly were in their early years (60–69 years). The overall quality of life was moderate (mean 3.13). The factors that positively influenced the quality of life were education level ($\beta = .112$), carriership ($\beta = .193$), right to medical care ($\beta = .316$), housing security ($\beta = .151$), participation in community occupational groups ($\beta = .614$), participation in community activities ($\beta = .350$), health preparedness ($\beta = .240$), and preparation for retirement ($\beta = .253$). Qualitative data corresponds to quantitatively by highly educated older adults. They have their own house and receive medical treatment rights. Participate in community activities and be prepared both physically and professionally. Tend to have a higher quality of life.

Keyword: Elderly, Aging Society, Quality of Life, Nakhon Pathom Province

*Corresponding Author; E-mail: tawatchai.su@ssru.ac.th

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยกำลังจะเข้าสู่ “สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์” (Complete aged society) เนื่องจากการที่ประชากรวัยสูงอายุมีแนวโน้มเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้ประเทศต้องมีรายจ่ายด้านสวัสดิการเพื่อผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น ครอบครัวต้องแบกรับภาระในการดูแลผู้สูงอายุมากขึ้น ขณะที่ผู้สูงอายุเมื่อมีอายุยืนยาวจะต้องเผชิญกับปัญหาขาดแคลนรายได้ หรือมีรายได้ไม่เพียงพอแก่การดำรงชีพ รวมถึงความเสี่ยงจากการเจ็บป่วยด้วยโรคเรื้อรังต่างๆ และส่วนหนึ่งเป็นผู้สูงอายุที่มีความพิการหรือทุพพลภาพร่วมด้วย ทั้งนี้ พบว่าประมาณร้อยละ 75 ของผู้สูงอายุในประเทศไทย มีถิ่นที่อยู่อาศัยในชนบทและสวนใหญ่มีสภาพแวดล้อมไม่มีความเหมาะสมปลอดภัย ทำให้เกิดความเสี่ยงในการดำรงชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับองค์การอนามัยโลก (WHO) ที่ให้ความสำคัญกับแนวคิดเรื่อง “เมืองน่าอยู่ของผู้สูงวัย” นอกจากนี้ปัญหาที่พบอีกประการหนึ่ง คือ สภาพครอบครัวไทยที่เปลี่ยนแปลงไปจากอดีต จากครอบครัวขยายกลายเป็นครอบครัวเดี่ยว ทำให้ผู้สูงอายุต้องอยู่กันตามลำพังขาดผู้ดูแล ที่ผ่านมามีผู้สูงอายุจำนวนไม่น้อยขาดโอกาสการเข้าถึงบริการสวัสดิการสังคมในด้านต่างๆ หรือบริการสวัสดิการสังคมที่รัฐจัดให้ยังไม่เพียงพอและครอบคลุม และจากสภาพที่อยู่อาศัยซึ่งไม่มั่นคงแข็งแรง พบว่า ผู้สูงอายุมักจะประสบอุบัติเหตุหกล้ม และจะส่งผลกระทบต่อด้านอื่นๆ ตามมา (Thai Institute of Gerontology Research and Development Foundation, 2014)

จังหวัดนครปฐมเป็นจังหวัดหนึ่งเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ มีช่วงจำนวนประชากรมากที่สุดในวัยทำงาน จะเห็นค่อนข้างชัดเจนในกลุ่มเด็กและกลุ่มผู้สูงอายุที่มีจำนวนของประชากรที่น้อยลงอย่างมาก อาจจะกล่าวได้ว่าจังหวัดนครปฐมในอีก 10 ปี จำนวนวัยทำงานจะย้ายไปเป็นผู้สูงอายุในจำนวนที่เพิ่มสูงขึ้นมาก ในขณะที่วัยเด็กวัยศึกษา จะยังไม่ถูกเข้าไปในระบบทำงาน เป็นไปได้ว่าจังหวัดอาจจะขาดแคลนแรงงานมากขึ้น ซึ่งจะเป็นปัญหาสำคัญที่อาจส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย เนื่องจากวัยแรงงานที่เป็นวัยที่เป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้ขับเคลื่อน หากกำลังแรงงานมีสัดส่วนที่ลดลง ในขณะที่วัยสูงอายุเป็นกลุ่มประชากรที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นก็จะส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจ

แนวทางการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุของจังหวัดนครปฐม เนื่องจากการศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุจังหวัดนครปฐมที่ผ่านมา จะเป็นการศึกษาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ โดยมุ่งเน้นการศึกษาด้านสุขภาพ และเลือกศึกษาเฉพาะพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งของจังหวัดนครปฐมเท่านั้น Dechsitboolporn (2014) ผู้วิจัยจึงมีความต้องการศึกษาระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุจังหวัดนครปฐม และแนวทางการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุจังหวัดนครปฐมที่อาจมีความแตกต่างกัน เพื่อที่จะนำผลการศึกษามาสร้างแนวทางการพัฒนาเพื่อส่งเสริมและยกระดับคุณภาพชีวิตผู้สูงวัยในเขตจังหวัดนครปฐม และพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุให้บรรลุเป้าหมาย การมีคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้สูงอายุต่อไป (Dechsitboolporn, 2014; Meechamnan, 2010; Ruenwong, 2014; Saetang, 2021; Siwatthana, 2013; Srianan, 2017)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุจังหวัดนครปฐม
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ กับระดับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุจังหวัดนครปฐม
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในจังหวัดนครปฐม

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเรื่องผู้สูงอายุ

การแบ่งช่วงอายุของผู้สูงอายุสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ช่วง คือ วัยต้น (อายุ 60-69 ปี) วัยกลาง (อายุ 70-79 ปี) และวัยปลาย (อายุ 80 ปีขึ้นไป) National Statistical Office (2014) ผู้สูงอายุ หมายถึง ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ทั้งเพศหญิงและชายเป็นวัยที่อยู่ในช่วงวงจรสุดท้ายของชีวิต อยู่ในระหว่างการเปลี่ยนแปลงในลักษณะการเสื่อมถอยทั้งด้านร่างกาย จิตใจ และสังคม

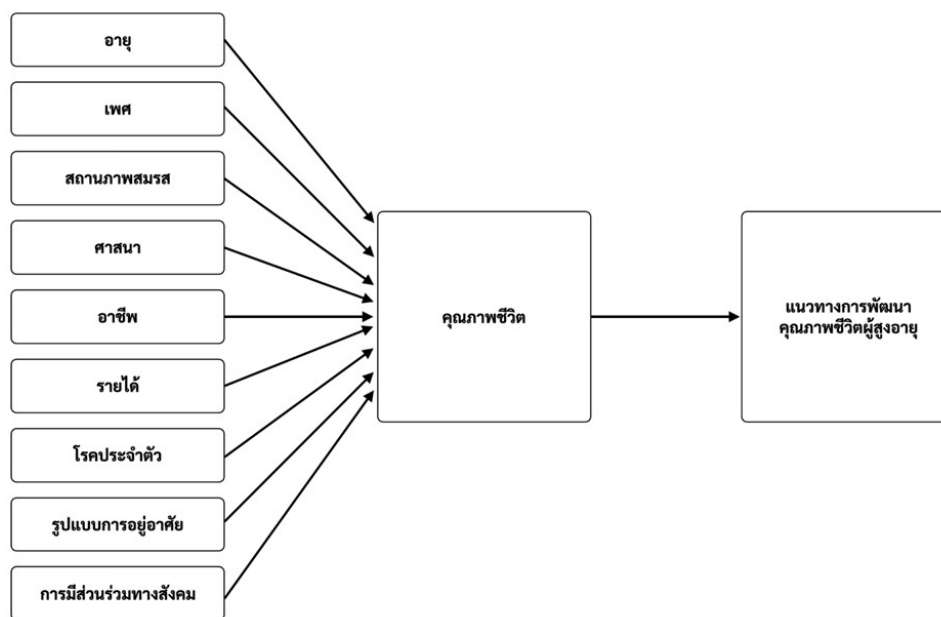
การจำแนกกลุ่มผู้สูงอายุเพื่อให้เหมาะสมกับการดำเนินงานดูแลส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายตามกลุ่มศักยภาพ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข ได้ประยุกต์จากเกณฑ์การประเมินความสามารถในการประกอบกิจวัตรประจำวัน ดัชนีบาร์เธลเอดีแอล (Barthel ADL index) ซึ่งมีคะแนนเต็ม 20 คะแนน ดังนี้ 1) ผลคะแนนรวม ตั้งแต่ 12 คะแนน คือ ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 1 คือ ผู้สูงอายุที่พึ่งตนเองได้ ช่วยเหลือผู้อื่น ชุมชนและสังคมได้ (กลุ่มติดสังคม) 2) ผลคะแนนรวม ตั้งแต่ 5-11 คะแนน ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 2 คือ ผู้สูงอายุที่ดูแลตนเองได้บ้าง ช่วยเหลือตนเองได้บ้าง (กลุ่มติดบ้าน) 3) ผลคะแนนรวม ตั้งแต่ 0-4 คะแนน ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 3 คือ ผู้สูงอายุกลุ่มที่พึ่งตนเองไม่ได้ ช่วยเหลือตนเองไม่ได้ พิการหรือทุพพลภาพ (กลุ่มติดเตียง) (Department of Health, 2013)

แนวคิดด้านคุณภาพชีวิต

ตัวชี้วัดคุณภาพชีวิต ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ 1) ระดับมหภาค ใช้ตัวชี้วัดทางวัตถุวิสัย (Objective Indicators) ได้มาจากการสำรวจวิเคราะห์และสังเคราะห์จากข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งรวบรวมมาจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลดังกล่าวมีอาทิเช่น ข้อมูลทางด้านสาธารณสุข ด้านการศึกษา ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ด้านแรงงาน ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสาธารณสุข และด้านเศรษฐกิจ เป็นต้น ข้อมูลต่างๆ เหล่านี้ จะเป็นตัวชี้วัดทางด้านวัตถุวิสัยให้เห็นถึงคุณภาพชีวิตของคนไทยที่ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากบทบัญญัติในรัฐธรรมนูญ และจากการดำเนินการของรัฐ 2) ระดับปัจเจกบุคคลใช้ตัวชี้วัดทางอัตวิสัย (Subjective Indicators) ในเรื่องคุณภาพชีวิตไว้ด้วยกัน 5 มิติ คือ 1) คุณภาพชีวิตด้านการทำงาน 2) คุณภาพชีวิตด้านครอบครัว 3) คุณภาพชีวิตด้านสุขภาพและความเครียด 4) คุณภาพชีวิตด้านสิ่งแวดล้อม และ 5) คุณภาพชีวิตด้านชีวิตความเป็นอยู่ประจำวัน (Constitution of the Kingdom of Thailand, 2007) คุณภาพชีวิตคนในการศึกษาเรื่องคุณภาพชีวิตของคนไทยประกอบด้วยการศึกษาคุณภาพชีวิตของบุคคลโดยใช้ตัวชี้วัดทางอัตวิสัย (Subjective Indicators) และตัวชี้วัดทางวัตถุวิสัย (Objective Indicators) ซึ่งได้จาก การรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

คุณภาพชีวิต หมายถึง การดำรงชีวิตอยู่ในสังคมอย่างมีความสุข เหมาะสม ไม่เป็นภาระพึ่งพิงต่อผู้อื่น ไม่ก่อปัญหาในสังคม มีความพึงพอใจในการดำเนินชีวิตที่มีความสุขทั้งทางร่างกาย จิตใจและสังคมที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม ค่านิยมของสังคมสามารถแก้ไขปัญหา ตลอดจนแสวงหาสิ่งที่ตนปรารถนาให้ได้มาอย่างถูกต้อง ภายใต้อุปกรณ์และทรัพยากรที่มีอยู่ (Ruenwong, 2013; Sirawatthana, 2013)

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

- H1 ปัจจัยลักษณะทางประชากรด้านอายุที่แตกต่างกัน จะมีคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุแตกต่างกัน
- H2 ปัจจัยลักษณะทางประชากรด้านเพศที่แตกต่างกันจะมีคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุแตกต่างกัน
- H3 ปัจจัยลักษณะทางประชากรด้านสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันจะมีคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ แตกต่างกัน
- H4 ปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรด้านศาสนาที่แตกต่างกันจะมีคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ แตกต่างกัน
- H5 ปัจจัยด้านการประกอบอาชีพที่แตกต่างกันจะมีคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุแตกต่างกัน
- H6 ปัจจัยด้านจำนวนรายได้มีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ
- H7 ปัจจัยด้านโรคประจำตัวที่แตกต่างกันจะมีคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุแตกต่างกัน
- H8 ปัจจัยด้านรูปแบบการอยู่อาศัยที่แตกต่างกันจะมีคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุแตกต่างกัน
- H9 ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมทางสังคมที่แตกต่างกันจะมีคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุแตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

แบบแผนการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed – Methods Research Design) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ประชากรและตัวอย่าง

1. การวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากร ได้แก่ ผู้สูงอายุในจังหวัดนครปฐมจำนวน 148,054 คน (Department of Health, 2013)

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้สูงอายุในจังหวัดนครปฐมซึ่งได้จากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยสูตรของ Yamane (1967) โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 ผู้วิจัยจะดำเนินการสำรวจข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 399 คน แต่เพื่อลดความคลาดเคลื่อนในการจัดเก็บข้อมูล จึงเพิ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็น 40 คน การสุ่มตัวอย่างผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Proportional Stratified Random Sampling) ของผู้สูงอายุในแต่ละอำเภอ และการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยคำนวณจากร้อยละของผู้สูงอายุในแต่ละอำเภอ

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ ตัวแทนผู้สูงอายุในจังหวัดนครปฐม จำนวน 15 คน โดยมีรายละเอียดเกณฑ์การคัดเลือกและคัดออก ดังนี้

เกณฑ์การคัดเลือก คือ 1) อายุ 60 ปีขึ้นไป ที่เข้าโรงเรียนผู้สูงอายุ จังหวัดสระบุรี 2) สามารถพูดคุยสื่อสารได้โดยใช้ภาษาไทย และ 3) เป็นผู้ยินดีให้ความร่วมมือในการศึกษาครั้งนี้

เกณฑ์การคัดออก คือ 1) ผู้สูงอายุที่มีปัญหาในการรับรู้และมีความพิการ ผู้สูงอายุกลุ่มติดบ้านผู้สูงอายุกลุ่มติดเตียง ได้แก่ พิการทางเคลื่อนไหว พิการทางสติปัญญา ตาบอดและหูหนวก และ 2) ผู้สูงอายุหลังการเข้าร่วมการวิจัย เมื่อให้ข้อมูลในระดับหนึ่งแล้วผู้สูงอายุสามารถถอนตัวออกจากการวิจัยเมื่อใดก็ได้ตามความประสงค์

เครื่องมือวิจัย

1. การวิจัยเชิงปริมาณ การวิจัยเชิงปริมาณจะใช้แบบสอบถามเป็นตัวเก็บข้อมูลทั้งหมด โดยผู้วิจัยได้คิดรูปแบบคำถามจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องรวมถึงการนำข้อมูลไปขอความคิดเห็นกับผู้เชี่ยวชาญเพื่อกำหนดเป็นตัวแทนต่างๆ โดยแบบสอบถามดังกล่าวประกอบไปด้วยคำถามคัดกรอง และตัวแบบสอบถามเพื่อหาความสำคัญของปัจจัยที่เกี่ยวข้อง

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ แบบสัมภาษณ์เจาะลึกบุคคลแบบมีโครงสร้างที่ผู้วิจัยสังเคราะห์ขึ้นมาจาก การทบทวนวรรณกรรม แบ่งประเด็นคำถามออกเป็น 7 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลเบื้องต้นผู้สูงอายุ 2) แหล่งที่มาของรายได้และค่าใช้จ่ายของผู้สูงอายุ 3) ข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพ และความต้องการบริการสนับสนุนด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ 4) รูปแบบการอยู่อาศัยและลักษณะที่อยู่อาศัยของผู้สูงอายุ 5) การมีส่วนร่วมทางสังคม 6) การเตรียมการเพื่อวัยสูงอายุ 7) คุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ขออนุญาตจากมหาวิทยาลัยถึงนายกองค์การบริหารส่วนตำบลที่เป็นพื้นที่ศึกษา เพื่อขอความร่วมมือในการดำเนินการแจกแบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูล และนัดหมายเพื่อทำการสัมภาษณ์

2. อธิบายสร้างความเข้าใจ และทดสอบฝึกปฏิบัติการถามแบบสอบถามกับผู้สูงอายุให้กับผู้ร่วมทีมในการลงพื้นที่เก็บแบบสอบถาม จำนวน 2 ท่าน

3. ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม โดยการชี้แจงรายละเอียดของแบบสอบถาม ข้อกำหนดเกณฑ์การคัดเลือก-คัดออก ชี้แจงวัตถุประสงค์ในการเก็บข้อมูลให้ผู้สูงอายุรับทราบ และขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม หากผู้สูงอายุมีข้อสงสัยเกี่ยวกับข้อคำถามก็จะอธิบายเพิ่มเติม โดยผู้ศึกษาคอยให้คำแนะนำขณะเก็บ

ข้อมูล แล้วนำแบบสอบถามที่รับคืนมาตรวจสอบความครบถ้วนและถูกต้องสมบูรณ์ แล้วนำไปประมวลผลเพื่อหาค่าสถิติ

4. สัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องตามวันเวลาและสถานที่ตามที่นัดหมาย โดยมีการจดบันทึกขณะสัมภาษณ์ และสัมภาษณ์ตามข้อคำถามที่กำหนดไว้ในแบบสัมภาษณ์ ในการสัมภาษณ์แต่ละท่าน โดยใช้เวลาโดยเฉลี่ย 1 ชั่วโมง

5. รวบรวมความคิดเห็นที่ได้จากการสัมภาษณ์ และนำมาวิเคราะห์เนื้อหาและสรุปผลการสัมภาษณ์

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยจะนำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้มีการรวบรวมไว้ไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data Analysis) ซึ่งประกอบไปด้วย

1) การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยจะใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการนำเสนอ และอธิบายข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

2) การใช้สถิติเชิงอ้างอิง (Inferential Statistics) โดยใช้วิธีวิเคราะห์ทาง วิจัยครั้งนี้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติทดสอบเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างประชากร 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน คือ Independent t-test สถิติทดสอบเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างประชากรตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป คือ F-test (ANOVA) และสถิติตรวจสอบความสัมพันธ์ Pearson's Correlation ในกรณีที่เป็นการตรวจสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเชิงปริมาณโดยผู้วิจัยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ การวิเคราะห์ข้อมูลจะเป็นการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยใช้ข้อมูลที่ได้จากการจดบันทึกและการถอดเทป จากการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้ให้ข้อมูลหลัก การวิเคราะห์เนื้อหาที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกนี้จะได้ 1) ข้อมูลเบื้องต้นผู้สูงอายุ 2) แหล่งที่มาของรายได้ และค่าใช้จ่ายของผู้สูงอายุ 3) ข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพ และความต้องการบริการสนับสนุนด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ 4) รูปแบบการอยู่อาศัยและลักษณะที่อยู่อาศัยของผู้สูงอายุ 5) การมีส่วนร่วมทางสังคม 6) การเตรียมการเพื่อวัยสูงอายุ 7) คุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ โดยจะแบ่งการวิเคราะห์ ดังนี้

1) การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยจะเน้นเนื้อหาที่มีความสอดคล้อง กับทฤษฎี (Theoretical relevance)

2) การวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ (Systematic) และการวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic analysis) เป็นการวิเคราะห์โดยเน้นหาความหมาย การตีความข้อมูล ซึ่งจะเป็นการวิเคราะห์ตลอดกระบวนการเก็บข้อมูลและอ้างอิงจากคำพูดผู้ให้สัมภาษณ์ จากนั้นนำข้อมูลเข้ามาสู่กระบวนการวิเคราะห์ อธิบาย หรือตีความ เพื่อป้องกันการนำความคิด ของผู้วิจัยมาร่วมในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัย

1. ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

1.1 ลักษณะทางประชากร

กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุจังหวัดนครปฐม จำนวน 400 คน เป็นผู้สูงอายุตอนต้น (อายุ 60-69 ปี) ร้อยละ 51.25 ผู้สูงอายุตอนกลาง อายุ 70-79 ปี ร้อยละ 33 ผู้สูงอายุตอนปลาย (อายุ 80 ปีขึ้นไป) ร้อยละ 15.75 เป็นเพศหญิง

ร้อยละ 66.25 เพศชาย ร้อยละ 33.75 มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 59 ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับประถมศึกษา ร้อยละ 71.25

1.2 ปัจจัยด้านการประกอบอาชีพ

กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุจังหวัดนครปฐม จำนวน 400 คน ในปัจจุบันส่วนใหญ่ไม่ได้ประกอบอาชีพ ร้อยละ 44 ประกอบอาชีพค้าขาย ร้อยละ 26.50 ประกอบอาชีพ รับจ้างทั่วไป ร้อยละ 14.75 โดยก่อนอายุ 60 ปี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 57.25 ทุกคนมีรายได้ ร้อยละ 100 ส่วนใหญ่มีรายได้เพียงพอ ร้อยละ 66.75 ทุกคนได้รับเบี้ยยังชีพ ร้อยละ 100 มีรายได้จากการทำงานในปัจจุบัน ร้อยละ 48 และมีรายได้จากบุตร ร้อยละ 28.50 ส่วนใหญ่มีรายจ่ายที่ต้องรับผิดชอบต่อเดือนน้อยกว่า 1,000 บาท ร้อยละ 35.24 ไม่มีเงินออม สูงถึง ร้อยละ 68.75 ไม่มีปัญหาทางการเงิน สูงถึงร้อยละ 76

1.3 ปัจจัยด้านสุขภาพและสวัสดิการ

กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุจังหวัดนครปฐม จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่มีสุขภาพปานกลาง ร้อยละ 50.25 มีโรคประจำตัวสูงถึง ร้อยละ 73.75 เป็นโรคความดัน ร้อยละ 66.25 เข้ารับการตรวจรักษาจากบุคลากรด้านสาธารณสุขทุกครั้งทัน ร้อยละ 65 เคยได้รับอุบัติเหตุในรอบปีที่ผ่านมา ร้อยละ 16.25 จากผู้ที่เคยได้รับอุบัติเหตุทั้งหมด ล้วนเคยได้รับอุบัติเหตุจากการหกล้ม และส่วนใหญ่ผู้สูงอายุที่เคยหกล้มนั้น จะประสบอุบัติเหตุการหกล้มในบ้าน ร้อยละ 72.30 ใช้สิทธิรักษาพยาบาลบัตรทอง ร้อยละ 74.75

1.4 ปัจจัยด้านรูปแบบการอยู่อาศัยและสถานที่อยู่อาศัย

กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุจังหวัดนครปฐม จำนวน 400 คน ไม่มีคนดูแล สูงถึงร้อยละ 84.50 อาศัยอยู่ในบ้านของตนเอง/คู่สมรส ร้อยละ 76.75 ส่วนใหญ่อาศัยอยู่กับคู่สมรส บุตร และหลาน ร้อยละ 45 ส่วนใหญ่ไม่มีปัญหาเรื่องที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน ร้อยละ 97.25 มีความสะดวก/ปลอดภัยในบ้านที่อยู่อาศัย ร้อยละ 97.25

1.5 ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมทางสังคม

กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุจังหวัดนครปฐม จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่ไม่ได้เข้าร่วมกลุ่มอาชีพ ร้อยละ 98.25 ไม่ได้เป็นสมาชิกชมรมผู้สูงอายุ ร้อยละ 82.75 ไม่ได้เข้าร่วมกิจกรรมในชุมชน ร้อยละ 81.75

1.6 ปัจจัยด้านการเตรียมการเพื่อวัยสูงอายุ

กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุจังหวัดนครปฐม จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่ไม่ได้คิดเตรียมการเพื่อวัยสูงอายุด้านการเงิน ร้อยละ 56.75 ส่วนใหญ่ไม่คิดเตรียมความพร้อมทางด้านสุขภาพ ร้อยละ 56.75 ส่วนใหญ่ไม่คิดเตรียมความพร้อมทางด้านที่อยู่อาศัย ร้อยละ 69 ส่วนใหญ่ไม่คิดเตรียมความพร้อมทางด้านจิตใจ ร้อยละ 80.50 ส่วนใหญ่ไม่คิดเตรียมความพร้อมทางด้านผู้ที่จะมาดูแลในอนาคต/ยามสูงอายุ ร้อยละ 83.50 ส่วนใหญ่ไม่คิดเตรียมความพร้อมทางด้านการเข้าร่วมกลุ่ม/ชมรม การเป็นอาสาสมัคร ร้อยละ 83.75 ส่วนใหญ่ไม่คิดเตรียมความพร้อมทางด้านการเตรียมหางาน/อาชีพ ที่เหมาะกับวัยสูงอายุ การเป็นอาสาสมัคร ร้อยละ 86.75

1.7 ระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุจังหวัดนครปฐม

พบว่า ผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในจังหวัดนครปฐม จำนวน 400 คน มีระดับค่าเฉลี่ยรวมด้านคุณภาพชีวิต 3.13 โดยมีค่าคะแนนต่ำสุด 1.92 ค่าคะแนนสูงสุด 4.27 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.551

1.8 ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ

ปัจจัยด้านลักษณะทางประชากร พบว่า ระดับการศึกษา มีผลกับระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุจังหวัดนครปฐม โดยระดับการศึกษา มีค่าอิทธิพลที่ .112 ($\beta=.112$) มีผลเชิงบวกต่อระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุจังหวัดนครปฐม หมายความว่า ผู้สูงอายุจังหวัดนครปฐม ที่มีระดับการศึกษาสูงขึ้นจะมีระดับคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ปัจจัยด้านสุขภาพและสวัสดิการ พบว่า การมีคนดูแลและสิทธิการรักษาพยาบาล มีผลกับระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุจังหวัดนครปฐม โดยการมีคนดูแล มีค่าอิทธิพลที่ .193 ($\beta=.193$) และสิทธิการรักษาพยาบาล มีค่าอิทธิพลที่ .316 ($\beta=.316$) กล่าวคือ การมีคนดูแลและสิทธิการรักษาพยาบาลมีผลเชิงบวกต่อระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุจังหวัดนครปฐม หมายความว่า ผู้สูงอายุจังหวัดนครปฐมที่มีคนดูแล และมีสิทธิการรักษาพยาบาลจะมีระดับคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ปัจจัยด้านรูปแบบการอยู่อาศัยและสภาพที่อยู่อาศัย พบว่า สถานภาพที่อยู่อาศัยมีผลเชิงบวกต่อระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุจังหวัดนครปฐม มีค่าอิทธิพลที่ .151 ($\beta=.151$) กล่าวคือ สถานภาพที่อยู่อาศัยมีผลเชิงบวกต่อระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุจังหวัดนครปฐม หมายความว่า ผู้สูงอายุจังหวัดนครปฐมที่มีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองหรือคู่สมรส จะมีระดับคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมทางสังคม พบว่า การเข้าร่วมกลุ่มอาชีพในชุมชน และการเข้าร่วมกิจกรรมในชุมชนมีผลเชิงบวกต่อระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ จังหวัดนครปฐม โดยการเข้าร่วมกลุ่มอาชีพในชุมชน มีค่าอิทธิพลที่ .614 ($\beta=.614$) และการเข้าร่วมกิจกรรมในชุมชน มีค่าอิทธิพลที่ .350 ($\beta=.350$) กล่าวคือ การเข้าร่วมกลุ่มอาชีพในชุมชน และการเข้าร่วมกิจกรรมในชุมชน มีผลเชิงบวกต่อระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุจังหวัดนครปฐม หมายความว่า ผู้สูงอายุจังหวัดนครปฐม ที่มีการเข้าร่วมกลุ่มอาชีพในชุมชน และเข้าร่วมกิจกรรมในชุมชนจะมีระดับคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และปัจจัยด้านการเตรียมการเพื่อยูสูงอายุ พบว่า การเตรียมความพร้อมทางด้านสุขภาพ และการเตรียมความพร้อมทางด้านการเตรียมงาน/อาชีพมีผลเชิงบวกต่อระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุจังหวัดนครปฐม โดยการเตรียมความพร้อมทางด้านสุขภาพ มีค่าอิทธิพลที่ .240 ($\beta=.240$) และการเตรียมความพร้อมทางด้านการเตรียมงาน/อาชีพ มีค่าอิทธิพลที่ .253 ($\beta=.253$) กล่าวคือ การเตรียมความพร้อมทางด้านสุขภาพ และการเตรียมความพร้อมทางด้านการเตรียมงาน/อาชีพ มีผลเชิงบวกต่อระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุจังหวัดนครปฐม หมายความว่า ผู้สูงอายุจังหวัดนครปฐมที่มีการเตรียมความพร้อมทางด้านสุขภาพ และการเตรียมความพร้อมทางด้านการเตรียมงาน/อาชีพ จะมีระดับคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

2. ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

2.1 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้สูงอายุ

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 15 คน เป็นเพศหญิงจำนวน 9 คน เป็นเพศชายจำนวน 5 คน อายุเฉลี่ย ประมาณ 73 ปี มีการศึกษาระดับประถมศึกษาจำนวน 6 คน ระดับปริญญาตรี จำนวน 4 คน ระดับมัธยมศึกษา จำนวน 2 คน และไม่ได้ศึกษาจำนวน 3 คน มีสถานภาพสมรส จำนวน 10 คน เป็นหม้าย จำนวน 3 คน และโสด จำนวน 2 คน

2.2 แหล่งที่มาของรายได้ และค่าใช้จ่ายของผู้สูงอายุ

การศึกษาเรื่องแหล่งที่มาของรายได้ และค่าใช้จ่ายของผู้สูงอายุ โดยมีแนวคำถาม ดังนี้

- ในช่วง 1 เดือนที่ผ่านมา ผู้สูงอายุทำงานอะไรเป็นหลัก (งานที่ได้รายได้สูงสุด) และมีอาชีพเสริมเป็นงานอื่นๆ หรือไม่

- ผู้สูงอายุมีรายได้จากแหล่งใดบ้าง และเฉลี่ยต่อเดือนเป็นเงินจำนวนเท่าใด รายได้ดังกล่าวเพียงพอต่อการยังชีพในปัจจุบันหรือไม่ อย่างไร

- หากเงินใช้จ่ายไม่เพียงพอ ผู้สูงอายุสามารถพึ่งพาใครได้บ้าง หรือต้องทำอะไร

- ผู้สูงอายุเคยวางแผนเก็บเงินไว้ใช้ดูแลตัวเองยามแก่ชราหรือไม่ ด้วยวิธีการใด เพราะเหตุใด

จากข้อคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึกดังกล่าว สามารถบันทึกรายละเอียดคำตอบจำนวนผู้สูงอายุ ดังนี้

“ในช่วง 1 เดือนที่ผ่านมา ไม่ได้ทำงานอะไร มีรายได้จากการให้เช่าที่ดิน และเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ เดือนหนึ่งประมาณ 25,000 บาท” จากการศึกษาข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า กลุ่มตัวอย่างยังคงมีรายได้ เช่น รายได้จากเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ รายได้จากเงินบำนาญ และรายได้จากการทำงานในปัจจุบัน ซึ่งผู้สูงอายุทุกคนให้ความเห็นว่า หากมีปัญหาหรือความจำเป็นที่จะต้องใช้เงินนั้น จะสามารถขอหรือขอยืมจากญาติ พี่น้อง บุตร หรือคู่สมรสได้ นอกจากนี้เรื่องของสถานภาพการทำงาน ก็พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะไม่ได้ทำงาน หากมีการทำงานในปัจจุบันก็จะเป็นกลุ่มอาชีพที่เป็นแรงงานนอกระบบ เช่น การค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว หรือทำสวน ซึ่งอาชีพนั้นก็ส่งผลต่อการวางแผนด้านการเก็บเงินไว้ใช้ยามฉุกเฉิน จะพบได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการวางแผนการเก็บเงินไว้ใช้ยามฉุกเฉินจากเงินที่ได้จากการทำงาน และบำนาญหลังจากเกษียณราชการ เป็นต้น

2.3 สุขภาพ และความต้องการบริการสนับสนุนด้านสุขภาพผู้สูงอายุ

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีโรคประจำตัวของกลุ่มผู้สูงอายุที่มีความคล้ายกัน ได้แก่ โรคความดัน โรคเบาหวาน โรคไขมัน และมีบางส่วนที่เป็นโรคข้อเข่าเสื่อม ซึ่งจากจำนวนผู้สูงอายุที่ทำการศึกษาค้นคว้าเชิงลึก พบว่า ผู้สูงอายุมีสวัสดิการในการรักษาพยาบาล เช่น บัตรทอง และสวัสดิการการรักษาพยาบาลข้าราชการของตนเองและครอบครัว

2.4 รูปแบบการอยู่อาศัยและลักษณะที่อยู่อาศัยของผู้สูงอายุ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังคงมีความสามารถในการดูแลตนเองได้ มีเพียงเล็กน้อยที่ให้ผู้สมรสและบุตรเป็นผู้ดูแล ทั้งนี้บ้านที่กลุ่มตัวอย่างอาศัยอยู่ส่วนใหญ่จะเป็นบ้านของผู้สูงอายุหรือคู่สมรส ซึ่งบ้านมีความมั่นคง แข็งแรง และปลอดภัยสำหรับการดำรงชีวิตอยู่ได้ โดยส่วนใหญ่จะให้ข้อมูลว่าบ้านที่อยู่อาศัยมีความสะดวกสบาย หรือหากมีข้อจำกัดก็จะมีการปรับรูปแบบการอยู่อาศัยให้สามารถอยู่ได้อย่างสะดวกสบายมากขึ้น

2.5 การมีส่วนร่วมทางสังคม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะไม่ได้เข้าร่วมกิจกรรมภายในชุมชน เนื่องจาก ไม่สะดวก ไม่มีเวลา สุขภาพไม่แข็งแรง และเนื่องด้วยสถานการณ์โควิด-19 ทำให้ไม่ต้องการที่จะเข้าร่วมกิจกรรมในชุมชน ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมกิจกรรมภายในชุมชน เนื่องจากขอความช่วยเหลืองานในชุมชน

2.6 การเตรียมตัวเพื่อวัยสูงอายุ

กลุ่มตัวอย่างที่มีการเตรียมความพร้อมเรื่องการเงิน จะมีการวางแผนและการเตรียมความพร้อมด้วยการฝากเงินเข้าบัญชีออมทรัพย์ การลงทุน รวมถึงการวางแผนการทำงานข้าราชการ เพื่อที่จะมีบำเหน็จบำนาญเป็นเงินเอาไว้ใช้ในยามสูงอายุ การเตรียมความพร้อมด้านที่อยู่อาศัย จากข้อมูลพบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างจะมีความเห็นว่าการเตรียมความพร้อมทางด้านที่อยู่อาศัยนั้น เป็นการสร้างบ้าน หรือซื้อบ้านที่อยู่อาศัยในยามสูงอายุ แต่จะไม่ได้มีการเตรียมความพร้อมเรื่องบ้านที่มีความเหมาะสมต่อการอยู่อาศัยของผู้สูงอายุ เช่น ทางลาด ราวจับ เป็นต้น การเตรียมความพร้อมทางด้านจิตใจ จากข้อมูลพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยมีการเตรียมความพร้อมทางด้าน

จิตใจ เนื่องจากไม่รู้ว่าต้องมีการเตรียมความพร้อมอย่างไร การเตรียมความพร้อมเรื่องผู้ที่จะมาดูแลยามสูงอายุ พบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ไม่ได้มีการวางแผนว่าจะต้องให้ใครมาดูแลยามสูงอายุ แต่จะมีความเห็นว่า ปัจจุบันอาศัยอยู่กับ ลูกหลานอยู่แล้ว ดังนั้น ลูกหลานก็น่าจะเป็นผู้ที่ดูแลในอนาคต การเตรียมด้านการเข้าร่วมกลุ่ม/ชมรม และการเตรียม ด้านการเตรียมหางาน/อาชีพที่เหมาะสมกับวัยสูงอายุ ส่วนใหญ่ผู้สูงอายุยังไม่ได้มีการเตรียมความพร้อมทางด้านนี้

2.7 คุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีระดับความพึงพอใจในคุณภาพชีวิตระดับดี โดยให้ความเห็นว่าทั้งทางด้าน สุขภาพกาย ด้านจิตใจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อมนั้น ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตแต่ละด้านอย่างดี สามารถใช้ชีวิต ได้ดี จะมีบางส่วนที่ให้ความเห็นว่าไม่เคยรู้สึกรู้ว่าคุณภาพชีวิตดีเลย

อภิปรายผล

จากผลการศึกษา พบว่า ระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในจังหวัดนครปฐมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.13) ซึ่งจากผลการศึกษาระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุยังไม่ได้อยู่ในระดับที่ดีนัก สามารถที่จะพัฒนา เพื่อให้มี ระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุที่ดีขึ้นได้ ด้วยเหตุนี้ การศึกษาถึงปัจจัยด้านการเตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคมสูงวัยที่มี ความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ เพื่อที่จะได้นำผลจากการศึกษามาเป็นแนวทางใน การกำหนด จากการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดปัจจัยที่จะใช้ในการศึกษาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ ได้แก่ ปัจจัย ทางด้านลักษณะประชากร และปัจจัยด้านการเตรียมการเพื่อวัยสูงอายุ ซึ่งผลจากการศึกษาโดยการวิเคราะห์ การถดถอยพหุแบบปกติ (Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาว่าตัวแปรอิสระทั้งกลุ่มสามารถอธิบายการแปรผัน ของตัวแปรตามได้เท่าใด และเมื่อควบคุมอิทธิพลของตัวแปรตัวอื่นแล้ว ตัวแปรอิสระ ตัวใดบ้างที่สามารถอธิบาย การแปรผันของตัวแปรตาม โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จากผลการศึกษาที่พบว่า ปัจจัยลักษณะทาง ประชากร พบว่า ระดับการศึกษาสัมพันธ์กับระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุจังหวัดนครปฐม โดยระดับการศึกษา มีค่า อิทธิพลที่ .112 ($\beta=.112$) มีผลเชิงบวกต่อระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ จังหวัดนครปฐม หมายความว่า ผู้สูงอายุ จังหวัดนครปฐมที่มีระดับการศึกษาสูงขึ้นจะมีระดับคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น กล่าวคือ ผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาสูงจะเป็น ผู้ที่มีความรู้ ทำให้มีความสามารถในการเรียนรู้ หรือศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่สังคม สูงอายุ รวมถึงการวางแผนด้านการประกอบอาชีพ ทำให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Pattana (2017). ที่พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุโดยรวม คือ ระดับการศึกษา อาชีพหลัก ความเพียงพอของรายได้ ลักษณะการพักอาศัย การรับรู้ภาวะสุขภาพของตนเอง จำนวนโรคเรื้อรัง ระดับการเข้าร่วม กิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ ความถี่การเข้าร่วมกิจกรรม ของโรงเรียนผู้สูงอายุและการได้รับแรงสนับสนุนทางสังคม และ ปัจจัยด้านการเตรียมการเพื่อวัยสูงอายุ พบว่า ผู้สูงอายุจังหวัดนครปฐมที่มีการเตรียมความพร้อมทางด้านสุขภาพ และ การเตรียมความพร้อมทางด้านการเตรียมหางาน/อาชีพ จะมีระดับคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นสอดคล้องกับการศึกษาของ Srianan, I. (2017) ที่พบว่า ผู้สูงอายุรายได้ของตนเองสูงกวาจะมีคุณภาพชีวิตด้านสภาวะทางสุขภาพที่ดีกว่าอย่างไรก็ตามยังพบว่ามีปัจจัยที่มีความสัมพันธ์เชิงลบกับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ คือ ผู้สูงอายุที่มีโรคประจำตัว จะมีคุณภาพ ชีวิตด้านสภาวะทางสุขภาพที่ไม่ดี

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 ควรมีการจัดอบรมให้ความรู้เรื่องการเตรียมความพร้อมก่อนเข้าสู่สังคมสูงอายุของผู้สูงอายุ เพื่อให้ผู้สูงอายุทราบถึงรูปแบบการเตรียมความพร้อม เพื่อนำไปสู่การมีคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้สูงอายุ

1.2 ควรส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้สูงอายุเข้าไปมีบทบาทในกิจกรรมต่างๆ ในชุมชนและสังคมให้มากขึ้น โดยเน้นบทบาทในด้านการถ่ายทอดภูมิปัญญา และประสบการณ์ที่มีอยู่ไปสู่คนรุ่นหลัง เพื่อเพิ่มความรู้สึกรักคุณค่าในตนเองให้กับผู้สูงอายุ (Saetang, 2564)

1.3 ควรมีการรณรงค์และเผยแพร่ความรู้ข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับการส่งเสริมการดำรงชีวิตอย่างมีคุณค่าของผู้สูงอายุโดยผ่านสื่อ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสารหรือแผ่นพับ เป็นต้น และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการให้บริการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับปัญหาสุขภาพของผู้สูงอายุ และการดำรงชีวิตอย่างมีคุณค่าที่ ถูกวิธีแก่ผู้สูงอายุด้วย

1.4 หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ ควรให้ความช่วยเหลือ สนับสนุน ทั้งทางด้านอารมณ์ วัตถุ ข้อมูล ข่าวสารให้แก่ผู้สูงอายุ รวมทั้งจัดกิจกรรมให้ผู้สูงอายุตระหนักถึงการรับรู้ความสามารถของตนเอง และการเห็นคุณค่าในตนเอง นำไปสู่การมองโลกในแง่ดี เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุให้ดีขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยต่อไป

2.1 ควรทำการศึกษาพื้นที่อื่นๆเพิ่มเติม และนำผลการศึกษามาเปรียบเทียบ เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุให้ดีขึ้น

2.2 ควรทำการศึกษาปัญหาและความต้องการของผู้สูงอายุให้ครอบคลุมทุกด้าน เพื่อนำผลจากการศึกษาไปใช้ในการกำหนดแนวทางในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ

2.3 ควรมีการนำแนวทางในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุไปใช้ในการทดลอง เพื่อนำผลจากการศึกษามาปรับปรุงให้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุได้

เอกสารอ้างอิง

- Dechsitbooporn, N. (2014). *Quality of life and health-welfare needs of the elderly in Sam Tambon Sub-district, Nakhon Pathom Province* (Unpublished master's thesis). Thailand. (in Thai)
- Department of Health. (2013). *Report on health promotion and quality of life of the elderly* (Unpublished manuscript). Ministry of Public Health, Thailand. (in Thai)
- Group, W. (1996). *WHOQOL-BREF Introduction Administration Scoring and Generic Version of the Assessment*. Geneva: WHOQOL Group.
- Meechamnan, S. (2010). *Quality of life of people in Nakhon Chaisri District, Nakhon Pathom Province* (Unpublished master's thesis). Thailand. (in Thai)
- Organization, W. H. (1998). *Division of Health Promotion, Education and Communication World Health Organization*. Geneva: Health Promotion Glossary.

- Ruenwong, S. (2014). *Factors influencing the level of quality of life of the elders in the Hua Ngom Sub-district Elderly School, Phan District* (Master's thesis). Mae Fah Luang University, Thailand.
- Thai Institute of Gerontology Research and Development Foundation. (2014). *Annual report on the situation of the Thai elderly*. Bangkok, Thailand.
- Saetang, P. (2021). The Quality of Life of the Elderly in Phong Maduea Subdistrict Administrative Organization Area, Mueang Nakhon Pathom District, Nakhon Pathom Province. *The Journal of Faculty of Applied Arts*, 14(2).
- Siwatthana, C. (2013). Self-Acceptance, Family Relationship, Community Participation and Quality of Life of the Elderly at Dindaeng Housing Community in Bangkok Metropolitan. *J. of Soc Sci & Hum.*, 80-94.
- Srianan, I. (2017). *Social support and social participation in relation to the quality of life of the elderly: A study in Nakhon Chai Si District, Nakhon Pathom Province* (Unpublished master's thesis). Thailand. (in Thai)
- Yamane, T. (1967). *An Introductory Analysis*. New York: Harper & Row.

บุพปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินชีวิตอย่างเป็นสุขของคนวัยเกษียณในจังหวัดกระบี่

ธนันพิชญ์ สิทธิเดชไพบูลย์^{1,*}, ชมภู สายเสมา², บัณฑิต ผังนิรันดร์³,

ธนพล ก่อฐานะ⁴, ชัยธวัชกร ภาวิศิรียะกฤติ⁵

หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการจัดการ

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Received: 24 October 2025

Revised: 21 November 2025

Accepted: 8 December 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบุพปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินชีวิตอย่างเป็นสุขของคนวัยเกษียณในจังหวัดกระบี่ โดยใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง กลุ่มตัวอย่างคือคนวัยเกษียณในจังหวัดกระบี่ จำนวน 300 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือวิจัยเป็นแบบสอบถามมาตรฐานลิเคิร์ต 5 ระดับ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรแฝงทั้งหมดมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และแบบจำลองโครงสร้างเชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี จากการประเมินความสอดคล้องของโมเดลพบว่าค่าไคสแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) = 2.724, RMSEA = 0.076, CFI = 0.958, GFI = 0.920 และ NFI = 0.935 ซึ่งผ่านเกณฑ์มาตรฐานทั้งหมด ผลการวิเคราะห์อิทธิพลแสดงว่า การรับรู้คุณค่าและประโยชน์ (PVB) การสร้างทัศนคติ (ATF) และสภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัย (LIE) มีอิทธิพลทางตรงต่อกิจกรรมทางกายภาพและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (PAS) อย่างมีนัยสำคัญ และทั้งสี่ปัจจัยนี้มีอิทธิพลทางตรงต่อความเป็นอยู่ที่ดี (WBE) โดยปัจจัย ATF มีอิทธิพลรวมสูงสุดต่อ WBE ($\beta = 0.325$) นอกจากนี้ PAS ยังทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านอิทธิพลทางอ้อมของ PVB, ATF และ LIE ไปยัง WBE อีกด้วย แบบจำลองนี้สามารถอธิบายความแปรปรวนของความเป็นอยู่ที่ดีได้ร้อยละ 39 ผลการศึกษานำไปสู่การพัฒนา “แบบจำลองความเป็นอยู่ที่ดี” ซึ่งเป็นกรอบแนวทางสำหรับการวางแผนนโยบายและการออกแบบบริการเพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตคนวัยเกษียณอย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้มีข้อจำกัดด้านพื้นที่ศึกษาที่เก็บข้อมูลเฉพาะในจังหวัดกระบี่ ซึ่งอาจมีบริบททางสังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่างจากพื้นที่อื่น ผลการศึกษาจึงควรนำไปประยุกต์ใช้อย่างระมัดระวัง

คำสำคัญ: คุณค่าและประโยชน์ที่รับรู้ สภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัย กิจกรรมทางกายภาพและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
ความเป็นอยู่ที่ดีของผู้สูงอายุ คนวัยเกษียณ

*ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: s66584945001@ssru.ac.th

Primary Factors Influencing the Well-Being of Retirees in Krabi Province

Thananpit Sitthidetphaiboon^{1,*}, Chompoo Saisama², Bundit Pungnirund³,

Tanapol kortana⁴, Chaithanaskorn Phawitpiriyakliti⁵

Doctor of Philosophy Program in Innovation Management,

College of Innovation and Management, Suan Sunandha Rajabhat University

Received: 24 October 2025

Revised: 21 November 2025

Accepted: 8 December 2025

Abstract

This research aimed to investigate the primary factors influencing the well-being of retirees in Krabi Province, employing a structural equation model. The sample consisted of 300 retired individuals in Krabi, obtained through multi-stage sampling. The research instrument was a 5-point Likert-scale questionnaire. Data were analyzed using descriptive statistics and Structural Equation Modeling (SEM). The findings revealed that all latent variables were rated at a high level. The developed causal structural model demonstrated an excellent fit with the empirical data, with all key fit indices meeting the standard thresholds: Relative Chi-Square (χ^2/df) = 2.724, RMSEA = 0.076, CFI = 0.958, GFI = 0.920, and NFI = 0.935. The path analysis indicated that Perceived Value and Benefits (PVB), Attitude Formation (ATF), and Living Environment (LIE) had significant direct effects on Physical Activities and Social interaction (PAS). Furthermore, all four constructs significantly directly influenced Well-Being (WBE), with Attitude Formation (ATF) exhibiting the highest total effect (β = 0.325). PAS also served as a significant partial mediator. The model accounted for 39% of the variance in well-being. This study led to the development of a “Well-Being Enhancement Model,” which provides a valuable framework for policy planning and service design to improve the quality of life for retirees sustainably. However, this research has limitations regarding the study area, as data were collected only in Krabi Province, which may have social and cultural contexts different from those of other areas. Therefore, the results should be applied with caution.

Keywords: Perceived Value and Benefits, Living Environment, Physical Activity and Social Interaction, Elderly Well-being, Retirees

*Corresponding Author; E-mail: s66584945001@ssru.ac.th

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในศตวรรษที่ 21 โลกกำลังเผชิญกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงทางประชากรศาสตร์สู่สังคมผู้สูงอายุอย่างรวดเร็ว องค์การสหประชาชาติ (United Nations, 2023) คาดการณ์ว่าประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปจะเพิ่มขึ้นเป็นสองเท่าภายในปี 2050 ส่งผลจากความก้าวหน้าด้านการแพทย์และระบบสาธารณสุข (World Health Organization, 2021) สำหรับประเทศไทย Office of the National Economic and Social Development Council (2023) ระบุว่าประเทศไทยได้ก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์และกำลังจะก้าวสู่ระดับสุดยอดในปี 2031 โดยมีผู้สูงอายุมากกว่า 28% ของประชากรทั้งหมด การเปลี่ยนแปลงนี้สร้างความท้าทายในการวางระบบรองรับอย่างเร่งด่วน มุ่งส่งเสริมให้ผู้สูงอายุสามารถพึ่งพาตนเอง มีสุขภาพดี และมีคุณภาพชีวิตที่มีความหมาย ซึ่งการดูแลไม่ได้จำกัดเพียงด้านร่างกายอีกต่อไป แต่ต้องครอบคลุมถึงมิติด้านจิตใจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างรอบด้าน รวมถึงการส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางสังคม

สำหรับบริบทในพื้นที่ศึกษา ข้อมูลล่าสุดจาก Department of Health Service Support (2024) ระบุว่าจังหวัดกระบี่มีผู้สูงอายุรวมทั้งสิ้น 23,775 คน ตัวเลขดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของกลุ่มประชากรวัยเกษียณในพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับศักยภาพของจังหวัดกระบี่ที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นสถานที่อยู่อาศัยในวัยเกษียณที่เหมาะสม เนื่องจากมีสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่สวยงาม อุดมสมบูรณ์ ความปลอดภัย ระบบคมนาคมที่สะดวก และการเข้าถึงบริการสุขภาพที่มีคุณภาพ จุดเด่นด้านสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะค่าฝุ่นละออง PM2.5 เฉลี่ยที่ต่ำ (Pollution Control Department, 2023) เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อสุขภาพผู้สูงอายุโดยตรง นอกจากนี้ วัฒนธรรมชุมชนที่แข็งแกร่งและความหลากหลายทางชาติพันธุ์ยังเอื้อต่อการสร้างกิจกรรมทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งช่วยลดความโดดเดี่ยวและส่งเสริมสุขภาพทางสังคมและจิตใจได้เป็นอย่างดี

อย่างไรก็ตาม ความนิยมของกระบี่ในฐานะจุดหมายสำหรับผู้เกษียณทั้งชาวไทยและต่างชาติได้ก่อให้เกิดความท้าทายหลายประการ ระบบสาธารณสุขในพื้นที่ยังมีข้อจำกัดด้านบุคลากรเฉพาะทางสำหรับดูแลผู้สูงอายุ การขยายตัวของอสังหาริมทรัพย์อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนดั้งเดิมหากขาดการวางแผนที่เหมาะสม พร้อมกันนี้ยังมีความท้าทายด้านการบูรณาการทางวัฒนธรรมระหว่างชุมชนท้องถิ่นกับผู้เกษียณชาวต่างชาติ และที่สำคัญ ประเทศไทยยังขาดนโยบายระดับชาติที่ชัดเจนในการรองรับผู้เกษียณชาวต่างชาติอย่างยั่งยืน ทั้งในประเด็นสิทธิการอยู่อาศัยระยะยาว สิทธิในการเข้าถึงบริการสุขภาพ และการส่งเสริมการพัฒนาบริการเฉพาะทาง

จากบริบทและความท้าทายดังกล่าว การศึกษานี้จึงมุ่งหมายที่จะทำความเข้าใจ “บุพปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินชีวิตอย่างเป็นสุขของคนวัยเกษียณในจังหวัดกระบี่” อย่างเป็นระบบ โดยมุ่งเน้นปัจจัยหลัก 4 ประการ ได้แก่ 1) คุณค่าและประโยชน์ 2) การสร้างทัศนคติ 3) สภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัย และ 4) กิจกรรมทางกายภาพและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ผลจากการศึกษาจะนำไปสู่การพัฒนา “แบบจำลองความเป็นอยู่ที่ดี” (A model of factors enhancing the well-being of retired individuals) ซึ่งจะเป็นกรอบแนวทางที่สำคัญสำหรับการวางแผนนโยบายการพัฒนาบริการ และการจัดการทรัพยากรในระดับท้องถิ่นและระดับชาติ อันจะส่งผลให้จังหวัดกระบี่สามารถก้าวสู่การเป็นเมืองต้นแบบแห่งการเกษียณที่มีคุณภาพและยั่งยืนในระดับสากลต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบุพปัจจัย คุณค่าและประโยชน์ การสร้างทัศนคติ สภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัย กิจกรรมทางกายภาพและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม กับการดำเนินชีวิตอย่างเป็นสุขของคนวัยเกษียณในจังหวัดกระบี่
2. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของบุพปัจจัย คุณค่าและประโยชน์ การสร้างทัศนคติ สภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัย กิจกรรมทางกายภาพและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม กับการดำเนินชีวิตอย่างเป็นสุขของคนวัยเกษียณในจังหวัดกระบี่ต่อการดำเนินชีวิตอย่างเป็นสุขของคนวัยเกษียณในจังหวัดกระบี่

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มรูปแบบ ข้อมูลจาก Department of Provincial Administration (2023) ระบุว่าประเทศไทยมีจำนวนผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป อยู่ที่ 14,459,000 คน คิดเป็น 21.9% ของประชากรทั้งหมด สถานการณ์นี้สะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างประชากรของประเทศที่สำคัญ การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุทำให้ประเทศไทยต้องเผชิญกับความท้าทายในหลายๆ ด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจ การดูแลสุขภาพ และสวัสดิการของผู้สูงอายุ ซึ่งมีแนวโน้มที่จะเพิ่มมากขึ้นในอนาคต

การเกษียณอายุเป็นหนึ่งในช่วงเวลาสำคัญของชีวิตมนุษย์ ซึ่งเป็นช่วงที่บุคคลต้องหยุดทำงานประจำและเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตที่เคยคุ้นเคยมาเป็นระยะเวลานาน สำหรับหลายคน การเกษียณเป็นช่วงเวลาแห่งการพักผ่อน แต่สำหรับบางคนกลับเป็นช่วงเวลาของการปรับตัวและการสร้างกิจกรรมใหม่ๆ ในชีวิต (Chao and Wu, 2023) การดำเนินชีวิตของคนวัยเกษียณจึงมีหลากหลายแง่มุม ทั้งด้านสุขภาพ ความสัมพันธ์ สังคม การเงิน และจิตใจ

แนวคิดเรื่องความสุขและคุณภาพชีวิต (Well-Being and Quality of Life Frameworks)

การดำเนินชีวิตอย่างเป็นสุขของผู้สูงอายุในวัยเกษียณเป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจอย่างมากในปัจจุบัน เนื่องจากสะท้อนถึงความสามารถในการดำรงชีวิตในช่วงบั้นปลายอย่างมีคุณภาพ มีศักดิ์ศรี และปลอดภัยในทุกมิติของชีวิต ทั้งด้านร่างกาย จิตใจ เศรษฐกิจ และสังคม (Hossain et al., 2023) แนวคิดนี้ประกอบด้วยองค์ประกอบหลักสี่ประการที่เชื่อมโยงกันและส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุอย่างมีนัยสำคัญ

องค์ประกอบแรกคือการรับรู้ถึงคุณค่าและประโยชน์ของตนเอง ผู้สูงอายุจำเป็นต้องรู้สึกว่ามีชีวิตที่ยังคงมีความหมายและสามารถสร้างคุณประโยชน์ให้กับตนเอง ครอบครัว และสังคมได้ (Srithongchai and Chansatitporn, 2022) การมีบทบาทที่ชัดเจนในสังคมหรือครอบครัว เช่น การช่วยเหลือดูแลหลานหรือการเป็นอาสาสมัครในชุมชน สามารถเพิ่มความพึงพอใจในชีวิตได้อย่างเห็นได้ชัดเมื่อเทียบกับผู้ที่เกษียณแล้วไม่มีบทบาทใดๆ

องค์ประกอบที่สองคือการสร้างทัศนคติเชิงบวก ซึ่งเป็นกระบวนการพัฒนาความคิด ความเชื่อ และการรับรู้ในแง่ดีต่อชีวิตและสิ่งแวดล้อม ทัศนคติที่ดีนี้ไม่เพียงแต่กระตุ้นให้ผู้สูงอายุเข้าร่วมกิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพ แต่ยังช่วยลดอุปสรรคทางจิตใจ เช่น ความกลัวหรือความเชื่อที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับความสามารถของตนเอง

องค์ประกอบที่สามคือสภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัยที่เหมาะสม ซึ่งครอบคลุมทั้งสิ่งปลูกสร้าง พื้นที่สีเขียว ระบบสาธารณูปโภค ความปลอดภัย และการเข้าถึงบริการพื้นฐานต่างๆ (Jarutach and Lertpradit, 2020) สภาพแวดล้อมที่ออกแบบมาเพื่อรองรับผู้สูงอายุจะช่วยส่งเสริมความปลอดภัย อำนวยความสะดวก และเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงบริการที่จำเป็นสำหรับการดำเนินชีวิตประจำวัน

องค์ประกอบสุดท้ายคือการเข้าร่วมกิจกรรมทางกายภาพและการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม การเคลื่อนไหวร่างกายอย่างสม่ำเสมอและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมกับผู้อื่นมีบทบาทสำคัญต่อสุขภาพทั้งด้านร่างกาย จิตใจ และอารมณ์ (Wang, Li and Zhang, 2024) กิจกรรมเหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยเสริมสร้างความแข็งแรงของร่างกาย แต่ยังช่วยลดความรู้สึกโดดเดี่ยวและเหงาที่มักพบในผู้สูงอายุอีกด้วย

แนวคิดเหล่านี้สอดคล้องกับกรอบความคิดด้านความผาสุกและคุณภาพชีวิตที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล โดยเฉพาะแบบจำลอง PERMA ของ Seligman (2011) ที่ประกอบด้วยองค์ประกอบห้าด้าน ได้แก่ อารมณ์เชิงบวก ความผูกพัน ความสัมพันธ์ ความหมายในชีวิต และความสำเร็จ (Huta and Waterman, 2014) แบบจำลองนี้ได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้อย่างแพร่หลายในการส่งเสริมคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ โดยมุ่งเน้นให้ผู้สูงอายุสามารถใช้ชีวิตอย่างมีความสุข มีเป้าหมายที่ชัดเจน และมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่นในสังคม นอกจากนี้ Seligman (2011) ยังเสนอว่าองค์ประกอบสำคัญของความผาสุกควรครอบคลุมสุขภาพกาย สุขภาพจิต การมีเป้าหมายในชีวิต การมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคม และความรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีชีวิตที่มีคุณภาพและเป็นสุขอย่างแท้จริง

ทฤษฎีคุณค่าและผลประโยชน์ที่รับรู้ (Perceived Value and Benefits Theory)

ทฤษฎีคุณค่าและผลประโยชน์ที่รับรู้เป็นกรอบแนวคิดที่อธิบายกระบวนการที่ผู้สูงอายุประเมินและตัดสินใจเลือกใช้บริการ สิ่งแวดล้อม และกิจกรรมต่างๆ โดยพิจารณาจากคุณค่าและผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ทฤษฎีนี้เน้นย้ำว่าการรับรู้ของผู้สูงอายุต่อคุณค่าและประโยชน์ที่ได้รับมีอิทธิพลโดยตรงต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมของพวกเขา ซึ่งส่งผลต่อความพึงพอใจในชีวิตและความผาสุกโดยรวม

คุณค่าที่ผู้สูงอายุรับรู้ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงประโยชน์ที่เป็นรูปธรรม เช่น สุขภาพกายที่ดีขึ้นหรือความสะดวกสบายในการใช้ชีวิต แต่ยังครอบคลุมถึงคุณค่าทางอารมณ์และจิตใจ เช่น ความรู้สึกมีศักดิ์ศรี ความมั่นใจในตนเอง และความรู้สึกว่าชีวิตยังมีความหมาย งานวิจัยของ Phongphit et al. (2023) ชี้ให้เห็นว่าผู้สูงอายุที่รับรู้คุณค่าและผลประโยชน์จากการอยู่อาศัยในชุมชนผู้สูงอายุ สถานที่พักระยะยาว หรือหมู่บ้านเกษียณ มักมีความพึงพอใจในชีวิตสูงกว่าผู้ที่ไม่รับรู้คุณค่าเหล่านั้น

การประยุกต์ใช้ทฤษฎีนี้ในบริบทของผู้สูงอายุครอบคลุมหลายมิติ ไม่ว่าจะเป็นการเลือกใช้บริการสุขภาพ เช่น ระบบการแพทย์ทางไกล (telemedicine) ที่ช่วยให้ผู้สูงอายุเข้าถึงการรักษาได้สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น การเลือกที่อยู่อาศัยที่เหมาะสมซึ่งมีสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย หรือการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมที่สร้างความสัมพันธ์และลดความรู้สึกโดดเดี่ยว เมื่อผู้สูงอายุรับรู้ว่าสิ่งเหล่านี้มีคุณค่าและให้ประโยชน์ที่สอดคล้องกับความต้องการของตนเอง พวกเขามีแนวโน้มที่จะเลือกใช้บริการหรือเข้าร่วมกิจกรรมเหล่านั้นอย่างต่อเนื่อง

งานวิจัยของ Sawadsri (2024) ยืนยันว่าการรับรู้คุณค่าและผลประโยชน์มีความสัมพันธ์โดยตรงกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการและความพึงพอใจในชีวิตของผู้สูงอายุ ผู้สูงอายุที่รับรู้ถึงคุณค่าของการดูแลสุขภาพและการมีส่วนร่วมทางสังคมมักมีพฤติกรรมเชิงรุกในการดูแลตนเอง มีสุขภาพที่ดีขึ้น และมีความผาสุกในชีวิตมากกว่า

ทฤษฎีการสร้างทัศนคติ (Attitude Formation Theory)

ทฤษฎีการสร้างทัศนคติเป็นกรอบแนวคิดที่สำคัญในการทำความเข้าใจพฤติกรรมและการตัดสินใจของผู้สูงอายุ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของการดำเนินชีวิตอย่างมีคุณภาพในวัยเกษียณ ทฤษฎีของ Fishbein และ

Ajzen (1975) เสนอว่าทัศนคติของบุคคลเกิดจากความเชื่อและการประเมินผลลัพธ์ที่คาดหวังจากพฤติกรรมนั้นๆ ซึ่งหมายความว่าผู้สูงอายุจะมีทัศนคติที่ดีต่อกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งหากเชื่อว่ากิจกรรมนั้นจะนำมาซึ่งผลลัพธ์เชิงบวก

ทั้งนี้ แนวคิด ABC Model ให้มุมมองที่ครอบคลุมยิ่งขึ้นโดยอธิบายว่าทัศนคติประกอบด้วยสามองค์ประกอบหลักที่เชื่อมโยงกัน องค์ประกอบแรกคืออารมณ์หรือความรู้สึก ซึ่งหมายถึงปฏิกิริยาทางอารมณ์ที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น ความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ ความกังวลหรือความมั่นใจ สำหรับผู้สูงอายุ ความรู้สึกเชิงบวกต่อกิจกรรมทางสังคมหรือการออกกำลังกายจะส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมมากขึ้น องค์ประกอบที่สองคือพฤติกรรม ซึ่งเกี่ยวข้องกับแนวโน้มในการกระทำหรือตอบสนองต่อสถานการณ์ต่างๆ ผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมเชิงบวกจะมีแนวโน้มที่จะเข้าร่วมกิจกรรมและดูแลสุขภาพของตนเองอย่างสม่ำเสมอ องค์ประกอบที่สามคือความรู้ความเข้าใจ ซึ่งหมายถึงความเชื่อ ความคิด และความรู้ที่บุคคลมีต่อสิ่งนั้นๆ ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับประโยชน์ของการดูแลสุขภาพและการมีส่วนร่วมทางสังคมจะช่วยสร้างทัศนคติที่ดีและนำไปสู่พฤติกรรมที่เหมาะสม

นอกจากนี้ แนวคิดทฤษฎีการรับรู้ตนเองยังเสนอมุมมองที่น่าสนใจว่าบุคคลสามารถสร้างหรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติของตนเองได้ผ่านการสังเกตและตีความพฤติกรรมของตนเอง เมื่อผู้สูงอายุเข้าร่วมกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งและสังเกตเห็นว่าตนเองทำได้ดีหรือได้รับความพึงพอใจ พวกเขาจะพัฒนาทัศนคติเชิงบวกต่อกิจกรรมนั้นๆ และมีแนวโน้มที่จะทำต่อไปในอนาคต

ทฤษฎีสิ่งแวดล้อมการอยู่อาศัย (Living Environment Theory)

ทฤษฎีสิ่งแวดล้อมการอยู่อาศัยเป็นกรอบแนวคิดที่เน้นย้ำถึงความสำคัญของสภาพแวดล้อมโดยรอบต่อคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีของผู้สูงอายุ ทฤษฎีนี้ตระหนักว่าสิ่งแวดล้อมไม่ได้เป็นเพียงฉากหลังของการใช้ชีวิต แต่มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมหรือจำกัดความสามารถของผู้สูงอายุในการดำเนินชีวิตอย่างเป็นอิสระและมีความสุข สิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมสามารถชดเชยข้อจำกัดทางร่างกายและส่งเสริมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สิ่งแวดล้อมทางกายภาพถือเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่มีผลกระทบโดยตรงต่อความปลอดภัยและความสามารถในการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้สูงอายุ การออกแบบบ้านเรือนที่เหมาะสมและเป็นมิตรกับผู้สูงอายุเป็นสิ่งจำเป็น โดยเฉพาะอย่างยิ่งแนวคิดการออกแบบเพื่อคนทุกคนหรือ universal design ที่มุ่งเน้นการสร้างพื้นที่ที่ทุกคนสามารถใช้งานได้สะดวกโดยไม่จำเป็นต้องดัดแปลงเป็นพิเศษ องค์ประกอบสำคัญของสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่ดีประกอบด้วยพื้นที่ที่ไม่ลื่น มีแสงสว่างเพียงพอ มีราวจับในจุดสำคัญ ห้องน้ำที่ปลอดภัยและเข้าถึงได้ง่าย ทางเดินที่กว้างพอสำหรับการใช้อุปกรณ์ช่วยเดิน และการจัดวางเฟอร์นิเจอร์ที่เหมาะสม นอกจากนี้ สภาพแวดล้อมภายนอกบ้านก็มีความสำคัญไม่แพ้กัน เช่น ทางเท้าที่เรียบ พื้นที่สีเขียวที่เข้าถึงได้ง่าย ระบบขนส่งสาธารณะที่เหมาะสม และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่ช่วยให้ผู้สูงอายุสามารถเคลื่อนที่ได้อย่างปลอดภัยและมีความมั่นใจ

อย่างไรก็ตาม สิ่งแวดล้อมที่ดีไม่ได้จำกัดอยู่เพียงปัจจัยทางกายภาพเท่านั้น สิ่งแวดล้อมทางสังคมมีบทบาทสำคัญเท่าเทียมกันในการสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับผู้สูงอายุ ความสัมพันธ์กับเพื่อนบ้านและชุมชนเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยป้องกันความรู้สึกโดดเดี่ยวและสร้างเครือข่ายสนับสนุนทางสังคม ชุมชนที่เอื้ออาทรและให้การต้อนรับผู้สูงอายุจะส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ และสร้างความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของสังคม การมีพื้นที่สาธารณะที่ส่งเสริมการพบปะสังสรรค์ เช่น สวนสาธารณะ ศูนย์ชุมชน หรือตลาดนัด ช่วยเสริมสร้างความผูกพันทางสังคมและความรู้สึกมีคุณค่าในชีวิต

งานวิจัยของ Lawton (2020) รวมถึง World Health Organization (2020) ได้แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า สภาพแวดล้อมที่สนับสนุนส่งผลโดยตรงต่อหลายมิติของชีวิตผู้สูงอายุ ประการแรก สิ่งแวดล้อมที่ดีส่งผลต่อสุขภาพกายและจิตใจ พื้นที่ที่ปลอดภัยและเอื้อต่อการเคลื่อนไหวช่วยลดความเสี่ยงต่อการบาดเจ็บจากการหกล้ม ในขณะที่สภาพแวดล้อมทางสังคมที่ดีช่วยลดความเครียดและภาวะซึมเศร้า ประการที่สอง สิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมช่วยเสริมสร้างความมั่นใจในตนเองของผู้สูงอายุ เมื่อพวกเขาสามารถดำเนินกิจกรรมประจำวันได้ด้วยตนเองอย่างปลอดภัยและสะดวก จะช่วยรักษาความรู้สึกเป็นอิสระและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ ประการสุดท้าย สิ่งแวดล้อมที่ครอบคลุมทั้งมิติกายภาพและสังคมส่งผลต่อคุณภาพชีวิตโดยรวมของผู้สูงอายุ ทำให้พวกเขาสามารถใช้ชีวิตอย่างมีความหมาย มีความสุข และรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

ทฤษฎีกิจกรรมทางกายและสังคม (Physical Activities and Social Interaction Theory)

ทฤษฎีกิจกรรมทางกายและสังคมเป็นกรอบแนวคิดที่เน้นย้ำถึงความสำคัญของการเคลื่อนไหวร่างกายและการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นในการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ ทฤษฎีนี้ตั้งอยู่บนพื้นฐานความเชื่อว่าการใช้ชีวิตที่มีความสุขและมีสุขภาพดีในวัยสูงอายุต้องอาศัยการมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันทั้งในด้านกิจกรรมทางกายภาพและการเชื่อมโยงกับสังคม โดยทั้งสองมิตินี้เสริมสร้างซึ่งกันและกันและส่งผลต่อความผาสุกโดยรวมของผู้สูงอายุ

กิจกรรมทางกายภาพมีบทบาทสำคัญต่อสุขภาพของผู้สูงอายุในหลายมิติ งานวิจัยของ Wang และ Zhang และ (2024) แสดงให้เห็นว่ากิจกรรมทางกาย เช่น การเดิน การออกกำลังกายเบาๆ การยืดเหยียด และกิจกรรมสันทนาการต่างๆ ช่วยให้ผู้สูงอายุมีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง การเคลื่อนไหวอย่างสม่ำเสมอช่วยรักษาความแข็งแรงของกล้ามเนื้อ ความยืดหยุ่นของข้อต่อ และความสมดุลของร่างกาย ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการป้องกันการหกล้มและการบาดเจ็บ นอกจากนี้ การออกกำลังกายยังช่วยลดความเสี่ยงต่อโรคเรื้อรัง เช่น โรคหัวใจและหลอดเลือด เบาหวาน และความดันโลหิตสูง ส่งผลให้ผู้สูงอายุสามารถดำเนินชีวิตได้อย่างเป็นอิสระและมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

ประโยชน์ของกิจกรรมทางกายไม่ได้จำกัดอยู่เพียงด้านร่างกายเท่านั้น แต่ยังส่งผลต่อสุขภาวะทางจิตใจอย่างมีนัยสำคัญ การเคลื่อนไหวร่างกายกระตุ้นการหลั่งสารเอ็นดอร์ฟินซึ่งช่วยสร้างความรู้สึกละaxedและมีสุขภาพดี ช่วยลดความเครียด ความวิตกกังวล และอาการซึมเศร้า นอกจากนี้ยังช่วยปรับปรุงคุณภาพการนอนหลับและเพิ่มพลังงานในการใช้ชีวิตประจำวัน

การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมเป็นอีกองค์ประกอบสำคัญที่เสริมสร้างความผาสุกของผู้สูงอายุ การเข้าร่วมกิจกรรมกับผู้อื่นในชุมชนช่วยสร้างเครือข่ายทางสังคม ความสัมพันธ์ที่มีความหมาย และความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของสังคม การมีส่วนร่วมทางสังคมช่วยลดความรู้สึกโดดเดี่ยวและเหงาซึ่งเป็นปัญหาสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพจิตของผู้สูงอายุ การมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่นช่วยเพิ่มความรู้สึกมีคุณค่าในชีวิตและสร้างความหมายให้กับการดำเนินชีวิตในวัยเกษียณ

สิ่งที่น่าสนใจคือกิจกรรมทางกายและการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมสามารถผสมผสานกันได้อย่างลงตัว กิจกรรม เช่น การออกกำลังกายเป็นกลุ่ม การเต้นแอโรบิกร่วมกัน หรือการเดินในสวนสาธารณะพร้อมเพื่อนๆ ไม่เพียงแต่ช่วยเสริมสร้างสุขภาพร่างกาย แต่ยังสร้างโอกาสในการพบปะสังสรรค์และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น การออกกำลังกายในกลุ่มยังช่วยเพิ่มแรงจูงใจและความมุ่งมั่นในการทำกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้สูงอายุสามารถดำเนินชีวิตอย่างมีความสุข มีสุขภาพที่ดีทั้งกายและใจ และรู้สึกมีคุณค่าในสังคม

การประยุกต์ใช้ในบริบทจังหวัดกระบี่

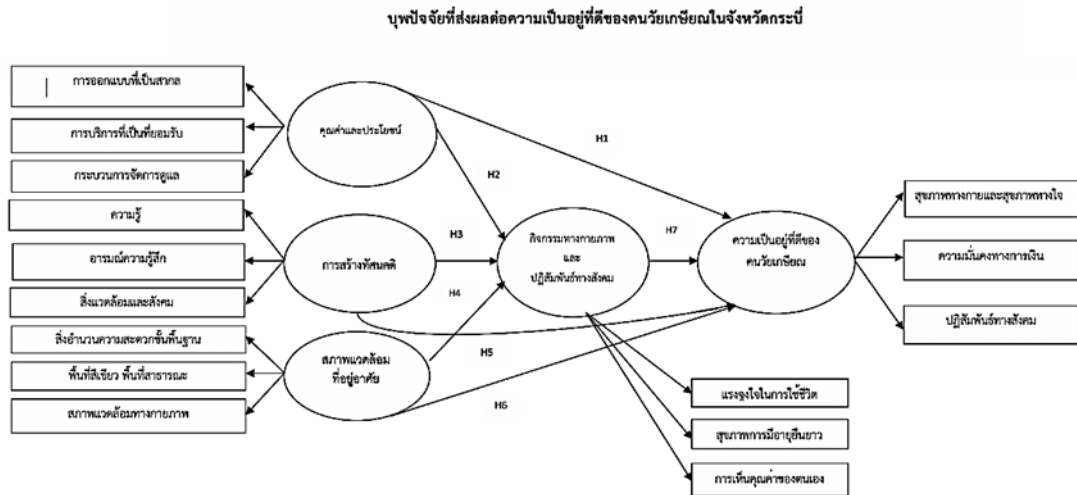
จังหวัดกระบี่มีศักยภาพที่โดดเด่นในการเป็นเมืองเกษียณสุขด้วยลักษณะทางภูมิศาสตร์และสังคมที่เอื้ออำนวย ผู้สูงอายุในพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางสังคมและเศรษฐกิจ ตั้งแต่ข้าราชการเกษียณที่มีรายได้จากบำนาญ เกษตรกรที่ยังประกอบอาชีพอย่างต่อเนื่อง ไปจนถึงผู้ถ่ายทอดความรู้ให้คนรุ่นใหม่ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ทั้งทะเล ภูเขา ป่าไม้ และอากาศบริสุทธิ์ ส่งเสริมวิถีชีวิตที่เรียบง่ายและสอดคล้องกับธรรมชาติ ผู้สูงอายุจำนวนมากยังคงดูแลตนเองได้ ทำสวน ปลุกผัก เลี้ยงปลา และทำอาหารจากวัตถุดิบพื้นบ้าน ซึ่งนอกจากจะช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายแล้ว ยังเป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพกายและจิตได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม ยังคงมีความท้าทายที่ต้องแก้ไข เช่น การขาดแคลนบุคลากรด้านการดูแลผู้สูงอายุในพื้นที่ชนบท การเข้าถึงระบบประกันสุขภาพที่มีประสิทธิภาพ และการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ศึกษา

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่าปัจจัยทั้งสี่ด้านมีความเชื่อมโยงซึ่งกันและกันอย่างซับซ้อน คุณค่าและประโยชน์ที่ผู้สูงอายุรับรู้มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมกิจกรรมทางกายภาพและการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม โดยการบริการที่ดีและการดูแลที่มีประสิทธิภาพช่วยเสริมสร้างสุขภาพจิตและความมั่นใจในตนเอง (Wang, Li and Zhang, 2024) ทักษะคิดเชิงบวกช่วยลดอุปสรรคทางจิตใจ เช่น ความกลัวหรือความเชื่อที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับการออกกำลังกายหรือการเข้าสังคม ส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมสุขภาพเชิงรุก สภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัยที่มีส่วนสำคัญในการส่งเสริมทั้งกิจกรรมทางกายและการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม โดยพื้นที่สีเขียวและพื้นที่สาธารณะที่เข้าถึงได้ง่ายช่วยเสริมสร้างโอกาสในการเคลื่อนไหวและการพบปะผู้อื่น ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลรวมต่อการดำเนินชีวิตอย่างเป็นสุขของผู้สูงอายุ โดยการออกแบบที่เหมาะสมช่วยลดความเสี่ยงจากอุบัติเหตุ (Lawton, 2020) ในขณะที่การบริการและการดูแลที่มีคุณภาพช่วยให้ผู้สูงอายุรู้สึกมีคุณค่าและไม่โดดเดี่ยว (Rowe and Kahn, 2021)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยนี้เสนอว่า “ความเป็นอยู่ที่ดีของคนวัยเกษียณ (WBE)” เกิดจากอิทธิพลของปัจจัยสามกลุ่มคือ (1) การรับรู้คุณค่าและประโยชน์ (PVB) (2) การสร้างทัศนคติเชิงบวก (ATF) และ (3) สภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัยที่เอื้อต่อผู้สูงอายุ (LIE) โดยปัจจัยทั้งสามส่งผลต่อ WBE ทั้งทางตรงและทางอ้อมผ่าน “กิจกรรมทางกายภาพและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม” (PAS) ซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่าน (mediator) กรอบดังกล่าวคาดว่า LIE, PVB และ ATF จะกระตุ้น PAS ให้สูงขึ้น และ PAS จะเพิ่มผลลัพธ์ด้านความผาสุกหลายมิติ ได้แก่ สุขภาพกาย-ใจ ความมั่นคงทางการเงิน และความสัมพันธ์ทางสังคม ทั้งนี้ได้กำหนดสมมติฐานเชิงสาเหตุ (H1-H7) เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยโมเดลสมการโครงสร้าง (SEM)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

แบบแผนการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยออกแบบเป็นวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ผ่านการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ทั้งนี้ รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณเหมาะสมในการวัดและเปรียบเทียบความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างจำนวนมาก รวมถึงการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยสถิติขั้นสูง เช่น การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ซึ่งสนับสนุนการศึกษาคู่ประกอบปัจจัยและความสัมพันธ์ทางสถิติอย่างมีประสิทธิภาพ (Hair et al., 2014; Kline, 2016)

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ คนวัยเกษียณที่อาศัยอยู่ในจังหวัดกระบี่ มีจำนวนทั้งสิ้น 23,775 คน โดยในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยอ้างอิงหลักการของ Jackson (2003) และ Hair, Ringle, and Sarstedt (2011) ซึ่งแนะนำว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิเคราะห์แบบ SEM ควรมีสัดส่วนอย่างน้อย 20 เท่าของจำนวนตัวแปรสังเกต (Observed Variables) เนื่องจากงานวิจัยนี้มีตัวแปรสังเกตจำนวน 15 ตัวแปร ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างไว้ที่ 300 คน ซึ่งเป็นขนาดที่เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ทางสถิติที่ใช้ตามข้อเสนอแนะของ Hair et al. (2014) ทั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) เริ่มจากการแบ่งพื้นที่ในจังหวัดกระบี่ออกเป็น 8 อำเภอ และคัดเลือกมา 4 อำเภอ โดยพิจารณาจากพื้นที่ที่มีความหนาแน่นของประชากรวัยเกษียณสูงและมีบริบทครอบคลุมทั้งเขตเมืองและเกษตรกรรม จากนั้นทำการสุ่มเลือกตำบลในแต่ละอำเภอ อำเภอละ 4 ตำบล รวมเป็น 16 ตำบล และสุ่มตัวอย่างคนวัยเกษียณในแต่ละตำบลจำนวนตำบลละประมาณ 19 คน เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างครบ 300 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling)

เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือหลักที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณคือแบบสอบถามซึ่งได้รับการออกแบบให้มีโครงสร้างเป็นแบบปลายปิด แบ่งออกเป็น 6 ตอน ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) แบบสอบถามการรับรู้เกี่ยวกับตัวแปรต้นต่างๆ ซึ่งประกอบด้วยข้อคำถามรวม 15 ข้อ ที่สร้างขึ้นจากกรอบแนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ถึงตอนที่ 6 ใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ (Likert, 1932) กำหนดค่าระดับความคิดเห็นตั้งแต่ 1 (น้อยที่สุด) ถึง 5 (มากที่สุด) คุณภาพของเครื่องมือได้รับการตรวจสอบทั้งด้านความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) จากผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่าน ซึ่งผลการพิจารณาพบว่าทุกข้อมีค่า IOC สูงกว่า 0.50 และด้านความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการทดสอบด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) (Cronbach, 1951) จากการทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง 50 คน ผลปรากฏว่ามาตรวัดทุกตัวมีค่าสัมประสิทธิ์สูงกว่า 0.70 ซึ่งแสดงว่าเครื่องมือมีคุณภาพและความน่าเชื่อถือเพียงพอ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

กระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณดำเนินการโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนในจังหวัดกระบี่ ผู้วิจัยได้ประสานงานกับผู้นำชุมชนในแต่ละตำบลเพื่อขอความร่วมมือในการกระจายและเก็บรวบรวมแบบสอบถาม โดยการเก็บข้อมูลส่วนใหญ่ดำเนินการแบบออนไลน์เพื่อความรวดเร็วและครอบคลุมพื้นที่ หลังจากการกระจายแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้รวบรวมแบบสอบถามที่ตอบกลับมามีจำนวน 300 ชุด ภายในระยะเวลาที่กำหนด ก่อนนำแบบสอบถามเหล่านี้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลอีกครั้งเพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลมีความถูกต้องและพร้อมสำหรับการนำไปวิเคราะห์ทางสถิติในขั้นตอนต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลเริ่มด้วยการตรวจสอบความครบถ้วนและความถูกต้องของข้อมูล ต่อด้วยการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) เช่น ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบคุณภาพข้อมูล (skewness/kurtosis) จากนั้นใช้สถิติวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เพื่อประเมินโครงสร้างตัวแปร รวมถึงการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เพื่อทดสอบความสอดคล้องของแบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์และวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยพิจารณาจากค่าดัชนีความกลมกลืน อาทิ ค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) ที่น้อยกว่า 5.0 (Hair et al. (2014) ค่า RMSEA น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.08 (Jackson, 2003) และค่า GFI NFI CFI ที่มากกว่า 0.90 ขึ้นไป (Schumacker and Lomax, 2010) เป็นต้น

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์เชิงพรรณนา

จากการวิเคราะห์เชิงพรรณนาเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 คน ในจังหวัดกระบี่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (56.67%) อายุอยู่ในช่วง 66-70 ปี (31%) มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา (34%) และมีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท (38.67%) ด้านระดับความคิดเห็นต่อตัวแปรต่าง ๆ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับ “มาก” ในทุกตัวแปรแฝง โดยมีค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.61 ถึง 4.13 ซึ่งสะท้อนว่าผู้สูงอายุในจังหวัดกระบี่มีการรับรู้เชิงบวกต่อคุณค่าและประโยชน์ การสร้างทัศนคติ สภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัย กิจกรรมทางกายภาพและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม รวมถึงความเป็นอยู่ที่ดีในระดับสูง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติเบื้องต้นเพื่อประเมินคุณภาพของตัวแปรในโมเดล พบว่าค่าการแจกแจงของข้อมูลอยู่ในระดับที่เหมาะสมต่อการวิเคราะห์เชิงโครงสร้าง เนื่องจากค่าความเบ้ (skewness) และค่าความโด่ง (kurtosis) ของตัวแปรทั้งหมด ได้แก่ คุณค่าและผลประโยชน์ที่รับรู้ (PVB) การสร้างทัศนคติ (ATF) สิ่งแวดล้อมการอยู่อาศัย (LIE) กิจกรรมทางกายและสังคม (PAS) และความผาสุกของผู้สูงอายุ (WBE) อยู่ในช่วงระหว่าง -2 ถึง +2 ซึ่งบ่งชี้ว่าข้อมูลมีการแจกแจงปกติ สามารถนำไปใช้งานวิเคราะห์โมเดลโครงสร้างเชิงสัมพันธ์ได้อย่างเหมาะสม (Hair et al., 2014)

การวิเคราะห์ตัวแบบการวัดและการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยใช้ Pearson Correlation พบว่ามีค่าความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างตัวแปรทุกคู่ โดยมีค่าสหสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางถึงสูง ($r = 0.65-0.90$) และไม่มีปัญหาความซ้ำซ้อนของข้อมูล (multicollinearity) ตามข้อเสนอของ Kline (2016) ที่ระบุว่า ค่าความสัมพันธ์ควรไม่เกิน 0.90 ข้อมูลจึงมีคุณสมบัติที่เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) และโมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) ต่อไป

ในการประเมินความเพียงพอของตัวอย่างสำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบ พบว่าค่า Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) มีค่าเท่ากับ 0.815 ซึ่งอยู่ในระดับดีมาก (Hair et al., 2010) บ่งชี้ว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างมีความเหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (EFA) และเชิงยืนยัน (CFA) พร้อมกันนี้ การทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity ให้ค่า Approx. Chi-Square = 3063.999, $df = 105$, และ $p\text{-value} = 0.000$ ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) แสดงให้เห็นว่าข้อมูลมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญและไม่เป็นเมทริกซ์เอกลักษณ์ (identity matrix) สามารถนำไปสู่ตัวอย่างเพื่อการวิเคราะห์องค์ประกอบได้อย่างถูกต้องตามหลักสถิติ (Hair et al. (2014)

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันที่ผ่านการปรับปรุง (Modified Confirmatory Factor Analysis: CFA) โดยการเพิ่มความสัมพันธ์ระหว่าง error term ของตัวแปรสังเกตบางคู่ พบว่าแบบจำลองการวัดมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับดี โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (Model Fit Index) ผ่านเกณฑ์มาตรฐานทั้งหมด ได้แก่ $\chi^2/df = 2.724$, RMSEA = 0.076, GFI = 0.920, CFI = 0.958, NFI = 0.935, IFI = 0.958 และ TLI = 0.929 ซึ่งสอดคล้องกับเกณฑ์มาตรฐานที่ Hair et al. (2014) เสนอ โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ (Standardized Factor Loading) ของตัวแปรแต่ละข้อมีค่าสูงกว่า 0.7 ทั้งหมด เมื่อประเมินความเชื่อมั่น (Composite Reliability: CR) ได้ค่าอยู่ในช่วง 0.870–0.915 และค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัด (Average Variance Extracted: AVE) อยู่ระหว่าง 0.685–0.765 แสดงถึงความเที่ยงตรงในเชิงโครงสร้างและความตรงตามเนื้อหา โดยการปรับปรุงโมเดลนี้ทำให้ตัวแปร PVB, ATF, LIE, PAS และ WBE แสดงอิทธิพลและความสัมพันธ์ภายในโมเดลอย่างมีนัยสำคัญ สามารถใช้เพื่อวิเคราะห์โมเดลโครงสร้างเชิงสาเหตุและทดสอบสมมติฐานในขั้นตอนถัดไปได้

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองโครงสร้าง

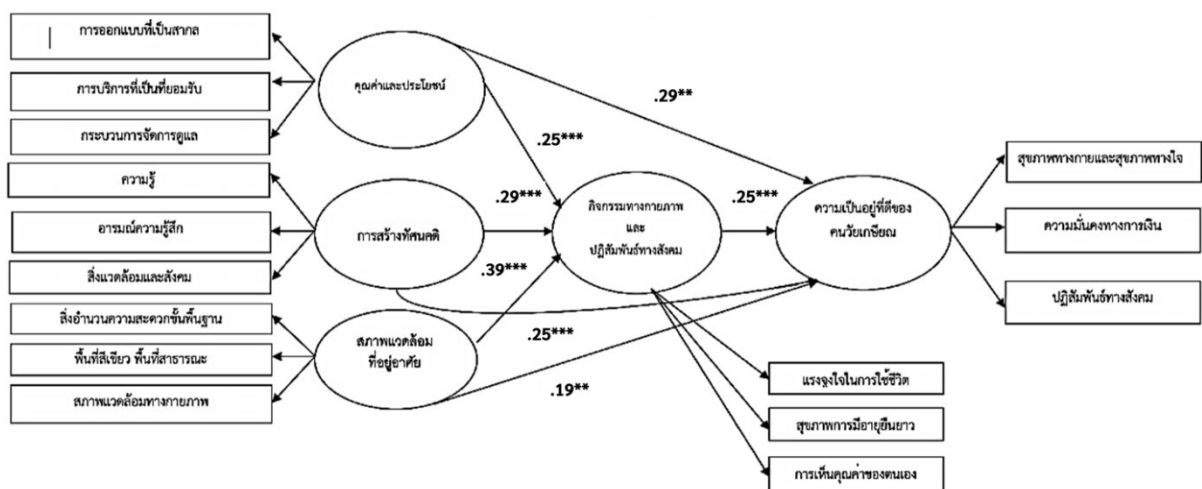
จากการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างที่ผ่านการปรับปรุง (Adjusted Model) พบว่าแบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับดี โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้องผ่านเกณฑ์มาตรฐานทั้งหมด ได้แก่ $\chi^2/df = 2.724$, RMSEA = 0.076, GFI = 0.920, CFI = 0.958, NFI = 0.935, และ IFI = 0.958 (ตารางที่ 1) ผลการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลแสดงให้เห็นว่าตัวแปรคุณค่าและประโยชน์ (PVB) การสร้างทัศนคติ (ATF) และสภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัย (LIE) มีอิทธิพลทางตรงต่อกิจกรรมทางกายภาพและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (PAS) อย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.254, 0.293, และ 0.394 ตามลำดับ (ภาพที่ 2) อีกทั้งตัวแปรทุกตัวมี factor loading สูงกว่า 0.70 และค่าความตรงตามโครงสร้าง (AVE) สูงกว่า 0.7 สะท้อนถึงความน่าเชื่อถือของโมเดลในการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงและตัวแปรสังเกตได้

ตารางที่ 1 ผลการเปรียบเทียบค่าสถิติที่คำนวณได้กับเกณฑ์มาตรฐาน เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของแบบจำลองสมการโครงสร้างปรับแก้ (Adjust Model)

รายการเกณฑ์	ค่าเกณฑ์ความสอดคล้องที่กำหนด (แหล่งอ้างอิง)	ค่าสถิติของ แบบจำลอง	ผลการ พิจารณา
Relative χ^2 (χ^2/df)	≤ 5.00 (Kline, 2016)	2.724	ผ่าน
RMSEA	$\leq .08$ (Hair et al., 2014)	0.076	ผ่าน
GFI	$\geq .90$ (Kline, 2016)	0.920	ผ่าน
NFI	$\geq .90$ (Hair et al., 2014)	0.935	ผ่าน
IFI	$\geq .90$ (Hair et al., 2014)	0.958	ผ่าน
CFI	$\geq .90$ (Hair et al., 2014)	0.958	ผ่าน

เมื่อวิเคราะห์ผลของแต่ละตัวแปรพบว่าค่าอิทธิพลตรง (direct effect) ของคุณค่าและผลประโยชน์ที่รับรู้ (PVB) และสิ่งแวดล้อมการอยู่อาศัย (LIE) มีผลต่อความผาสุกของผู้สูงอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.001$) ส่วนทัศนคติ (ATF) และกิจกรรมทางกายและสังคม (PAS) มีอิทธิพลทั้งโดยตรงและโดยอ้อมผ่านตัวกลางอื่นๆ ในโมเดล ตัวแบบนี้สามารถอธิบายความแปรปรวนของความผาสุกของผู้สูงอายุด้วยค่า R^2 ที่ระดับ 0.39–0.45 ซึ่งอยู่ในช่วงปานกลางตามแนวทางของ Hair et al. (2010) ผลที่ได้สอดคล้องกับงานวิจัยในต่างประเทศที่ใช้ SEM ในการศึกษาความผาสุกผู้สูงอายุ เช่น Jiang (2023) และ Hossain et al. (2023) โดยพบว่าปัจจัยทั้งสี่สามารถนำไปใช้พัฒนาโมเดลทำนายความผาสุกและสร้างแนวทางการส่งเสริมคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุไทยในอนาคตได้



ภาพที่ 2 แบบจำลองสมการปรับแก้ที่เหมาะสมกับบริบทของการวิจัย

ตารางที่ 2 ผลการประมาณค่าพารามิเตอร์ของสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรง (Direct Effect) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) และอิทธิพลโดยรวม (Total Effect) จากแบบจำลองสมการปรับแก้

ตัวแปรตาม (Dependent Variable)	R ²	อิทธิพล	ตัวแปรต้น (Independent Variable)			
			คุณค่าและ ประโยชน์ (PVB)	การสร้าง ทัศนคติ (ATF)	สภาพแวดล้อม ที่อยู่อาศัย (LIE)	กิจกรรมทาง กายภาพกับ ปฏิสัมพันธ์ทาง สังคม (PAS)
กิจกรรมทางกายภาพกับ ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (PAS)	0.45	ทางตรง	.254***	.293***	.394***	-
		ทางอ้อม	-	-	-	-
		โดยรวม	.254***	.293***	.394***	-
ความเป็นอยู่ที่ดีของคน วัยเกษียณ (WBE)	0.39	ทางตรง	.160**	.253***	.189**	.245**
		ทางอ้อม	.062**	.072***	.096**	-
		โดยรวม	.223**	.325***	.286**	.245**

$\chi^2 = 201.581$, $df = 74$, $p\text{-value} = 0.000$, $\chi^2 / df = 2.724$, $GFI = 0.920$, $NFI = 0.935$, $IFI = 0.958$, $CFI = 0.958$
และ $RMSEA = 0.076$

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($p < .05$) ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($p < .01$)

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ($p < .001$)

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลของแบบจำลองสมการโครงสร้างปรับแก้ พบว่า ปัจจัยคุณค่าและประโยชน์ (PVB) การสร้างทัศนคติ (ATF) และสภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัย (LIE) มีอิทธิพลทางตรงต่อกิจกรรมทางกายภาพและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (PAS) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดย LIE มีอิทธิพลสูงสุด ($\beta = 0.394$) และตัวแปรเหล่านี้ร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของ PAS ได้ 45% สำหรับความเป็นอยู่ที่ดี (WBE) นั้นได้รับอิทธิพลทางตรงจากทุกปัจจัย รวมถึง PAS ($\beta = 0.245$) และยังได้รับอิทธิพลทางอ้อมจาก PVB, ATF และ LIE ผ่าน PAS โดย ATF มีอิทธิพล รวมสูงสุดต่อ WBE ($\beta = 0.325$) และแบบจำลองสามารถอธิบายความแปรปรวนของ WBE ได้ 39% ซึ่งแบบจำลองนี้มีค่าดัชนีความสอดคล้องที่ผ่านเกณฑ์ทั้งหมด แสดงว่ามีความเหมาะสมกับข้อมูลเชิงประจักษ์

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการศึกษาที่กำหนดขึ้นทั้งหมดได้รับการยืนยันสนับสนุนดังนี้ (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย

	สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
H1	คุณค่าและประโยชน์มีอิทธิพลทางตรงต่อความเป็นอยู่ที่ดีของคนวัยเกษียณในจังหวัดกระบี่	สอดคล้อง กับสมมติฐานที่ตั้งไว้
H2	คุณค่าและประโยชน์มีอิทธิพลทางตรงต่อกิจกรรมทางกายภาพและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม	สอดคล้อง กับสมมติฐานที่ตั้งไว้
H3	การสร้างทัศนคติมีอิทธิพลทางตรงต่อกิจกรรมทางกายภาพและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม	สอดคล้อง กับสมมติฐานที่ตั้งไว้
H4	สภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัยมีอิทธิพลทางตรงต่อกิจกรรมทางกายภาพและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม	สอดคล้อง กับสมมติฐานที่ตั้งไว้
H5	สภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัยมีอิทธิพลทางตรงต่อความเป็นอยู่ที่ดีของคนวัยเกษียณในจังหวัดกระบี่	สอดคล้อง กับสมมติฐานที่ตั้งไว้
H6	การสร้างทัศนคติมีอิทธิพลทางตรงต่อความเป็นอยู่ที่ดีของคนวัยเกษียณในจังหวัดกระบี่	สอดคล้อง กับสมมติฐานที่ตั้งไว้
H7	กิจกรรมทางกายภาพและปฏิสัมพันธ์ทางสังคมมีอิทธิพลทางตรงต่อความเป็นอยู่ที่ดีของคนวัยเกษียณในจังหวัดกระบี่	สอดคล้อง กับสมมติฐานที่ตั้งไว้

จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัยทั้ง 7 ข้อ ด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) ที่ปรับแก้แล้ว พบว่าสมมติฐานทั้งหมดได้รับการสนับสนุนจากข้อมูลเชิงประจักษ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าปัจจัยคุณค่าและประโยชน์ (PVB) มีอิทธิพลทางตรงต่อทั้งกิจกรรมทางกายภาพและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (PAS) และความเป็นอยู่ที่ดี (WBE) อย่างมีนัยสำคัญ ($p < 0.001$ และ $p < 0.01$ ตามลำดับ) ในทำนองเดียวกัน การสร้างทัศนคติ (ATF) และสภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัย (LIE) ก็ส่งผลกระทบทางตรงต่อทั้ง PAS และ WBE อย่างมีนัยสำคัญ ($p < 0.001$ และ $p < 0.01$) นอกจากนี้ กิจกรรมทางกายภาพและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (PAS) ยังมีอิทธิพลทางตรงต่อความเป็นอยู่ที่ดี (WBE) อย่างมีนัยสำคัญ ($p < 0.01$) การยอมรับสมมติฐานทั้งหมดนี้ไม่เพียงแต่ยืนยันความถูกต้องของกรอบแนวคิดการวิจัยเท่านั้น แต่ยังเน้นย้ำถึงความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนและมีความหมายระหว่างบุพปัจจัยต่างๆ ต่อการดำเนินชีวิตอย่างเป็นสุขของผู้สูงอายุในจังหวัดกระบี่ โดยแสดงให้เห็นว่าโมเดลที่พัฒนาขึ้นมีความแข็งแกร่งและสามารถอธิบายความเป็นอยู่ที่ดีของกลุ่มตัวอย่างได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อภิปรายผล

จากการศึกษาบุพปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตอย่างเป็นสุขของคนวัยเกษียณในจังหวัดกระบี่ ส่งผลให้ได้ข้อค้นพบสำคัญที่สามารถอภิปรายผลเชื่อมโยงกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรมเฉพาะพื้นที่ได้อย่างน่าสนใจ ประการแรก ตัวแปรคุณค่าและประโยชน์ที่อยู่ในระดับสูงสะท้อนถึงบทบาททางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนกระบี่ได้เป็นอย่างดี จากการสนทนากลุ่มพบว่าผู้สูงอายุยังรู้สึกมีคุณค่าจากการเป็นผู้ถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การดูแลหลาน และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับค่านิยมสังคมไทยที่ให้ความสำคัญแก่ผู้สูงอายุ การที่ผู้สูงอายุ

ได้รับโอกาสในการแสดงบทบาทเหล่านี้อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้พวกเขารู้สึกว่าตนเองไม่ได้เป็นภาระ แต่ยังสามารถสร้างประโยชน์ให้ครอบครัวและชุมชนได้

ประการที่สอง ตัวแปรการสร้างทัศนคติที่อยู่ในระดับมากสามารถอธิบายได้จากความพยายามของหน่วยงานท้องถิ่นในการส่งเสริมภาพลักษณ์เชิงบวกของผู้สูงอายุ ผ่านโครงการต่างๆ เช่น การเรียนรู้ตลอดชีวิต การส่งเสริมอาชีพหลังเกษียณ และการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างวัย การที่ผู้สูงอายุในกระเป๋มีทัศนคติเปิดกว้างต่อการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยี ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้พวกเขาปรับตัวได้ดีกับสังคมยุคใหม่ และยังส่งผลต่อสุขภาพจิตที่ดีอีกด้วย

สำหรับตัวแปรสภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัย ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าสภาพธรรมชาติของกระเป๋มีทั้งทะเล ภูเขา และอากาศบริสุทธิ์ เป็นปัจจัยเอื้อสำคัญต่อคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ การออกแบบที่อยู่อาศัยและชุมชนที่คำนึงถึงความปลอดภัย เช่น การมีราวจับ พื้นกันลื่น และทางลาด ช่วยส่งเสริมความมั่นใจในการใช้ชีวิตอย่างอิสระ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบเพื่อทุกคน (Universal Design) ที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล

ยิ่งไปกว่านั้น ที่น่าสนใจคือ กิจกรรมทางกายภาพและปฏิสัมพันธ์ทางสังคมที่พบในกระเป๋มีลักษณะเฉพาะคือเป็นการดำเนินชีวิตตามวิถีธรรมชาติมากกว่ากิจกรรมที่เป็นทางการ เช่น การทำสวน ปลูกผัก เยี่ยมเยียนญาติ และร่วมงานบุญ ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้ไม่เพียงส่งเสริมสุขภาพกาย แต่ยังสร้างความรู้สึกมีคุณค่าและการเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน

จากการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง พบว่าปัจจัยทั้งหมดมีอิทธิพลต่อความเป็นอยู่ที่ดีทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยสภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัยมีอิทธิพลสูงสุดต่อกิจกรรมทางกายภาพและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ($\beta = 0.394$) ขณะที่การสร้างทัศนคติมีอิทธิพลรวมสูงสุดต่อความเป็นอยู่ที่ดี ($\beta = 0.325$) แสดงให้เห็นว่าการส่งเสริมทัศนคติเชิงบวกและการพัฒนาสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการดำรงชีวิตเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการยกระดับคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ ทั้งนี้ การค้นพบนี้สอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาแบบองค์รวมที่ต้องพิจารณาปัจจัยด้านจิตใจ สังคม และสิ่งแวดล้อมไปพร้อมกัน โดยเฉพาะในบริบทของจังหวัดกระเป๋ที่มีความได้เปรียบด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมชุมชนที่แข็งแกร่ง จึงควรนำจุดแข็งเหล่านี้มาพัฒนาเป็นนโยบายที่ยั่งยืนสำหรับผู้สูงอายุต่อไป

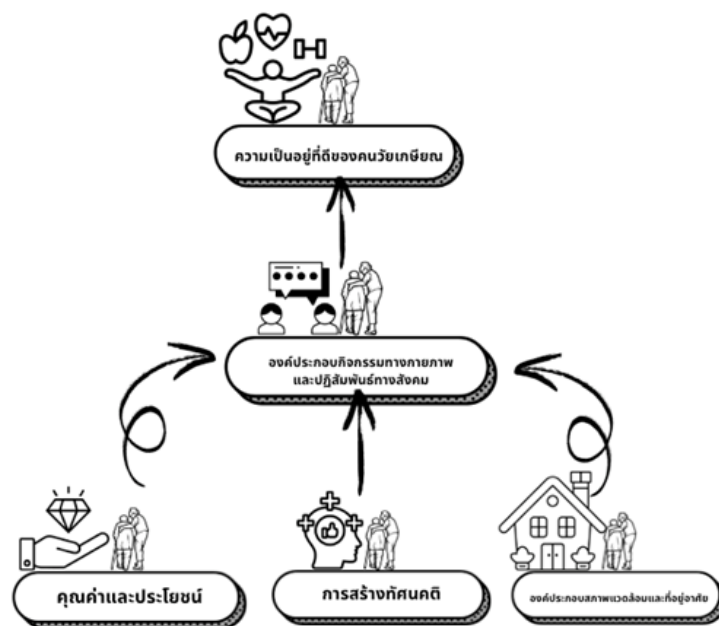
ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 ในมิติเชิงนโยบาย ข้อเสนอแนะเน้นการพัฒนาอย่างเป็นระบบและบูรณาการ โดยรัฐควรส่งเสริมการออกแบบพื้นที่สาธารณะและที่อยู่อาศัยให้เหมาะสมกับผู้สูงอายุ ผ่านมาตรการเช่น การสร้างสวนสุขภาพ พื้นที่ออกกำลังกายเฉพาะทาง และการปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางกายภาพในชุมชน โดยเฉพาะการติดตั้งสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานอย่างราวจับ ทางลาด และพื้นกันลื่น ซึ่งจำเป็นต้องมีการสนับสนุนงบประมาณอย่างต่อเนื่องแก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อให้สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพและครอบคลุม

1.2 ในมิติเชิงปฏิบัติการ แบบจำลอง “A model of factors enhancing the well-being of retired individuals” (ภาพที่ 3) ที่พัฒนาจากการวิจัยนี้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้โดยหน่วยงานสาธารณสุขและองค์กรท้องถิ่น โดยควรปรับให้สอดคล้องกับทรัพยากรและวัฒนธรรมเฉพาะของแต่ละชุมชน การพัฒนาศักยภาพบุคลากรให้

เข้าใจปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นอยู่ที่ดีของผู้สูงอายุก็เป็นสิ่งสำคัญ เพื่อให้สามารถออกแบบบริการและกิจกรรมที่ตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลายได้อย่างแท้จริง



ภาพที่ 3 A model of factors enhancing the well-being of retired individuals

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ขยายขอบเขตการศึกษาโดยควรมีการศึกษาปัจจัยเพิ่มเติม เช่น ความมั่นคงทางรายได้และความสัมพันธ์ในครอบครัว ซึ่งอาจส่งผลต่อความเป็นอยู่ที่ดีโดยเฉพาะในกลุ่มผู้สูงอายุที่อาศัยตามลำพัง นอกจากนี้ควรนำแบบจำลองไปทดสอบในบริบทที่แตกต่างทั้งในเขตเมืองและชนบท เพื่อความยืดหยุ่นและความถูกต้องของแบบจำลอง ซึ่งจะเป็นการยืนยันความน่าเชื่อถือและเพิ่มมูลค่าทางวิชาการของงานวิจัยนี้ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- Chao, S. F., and Wu, Y. Y. (2023). Life adjustment and meaning reconstruction in retirement. *Journal of Aging Studies*. Advance online publication.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297–334.
- Department of Health Service Support. (2024). *Report on the situation of the elderly*. Ministry of Public Health. (in Thai)
- Department of Provincial Administration. (2023). *Population statistics from civil registration (Monthly)*. Bureau of Registration Administration. (in Thai)
- Fishbein, M., and Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Addison-Wesley.

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., and Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis*. 7th ed. Prentice Hall.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., and Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis*. 7th ed. Pearson Education Limited.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., and Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139-152.
- Hossain, M. Z., et al. (2023). Multidimensional well-being in later life: A systematic review. *Ageing and Society*.
- Huta, V., and Waterman, A. S. (2014). Eudaimonia and its distinction from hedonia: Developing a classification and terminology for understanding conceptual and operational definitions. *Journal of Happiness Studies*, 15(6), 1425-1456.
- Jackson, D. L. (2003). Revisiting sample size and number of parameter estimates: Some support for the N:q hypothesis. *Structural Equation Modeling*, 10(1), 128-141.
- Jarutach, T., and Lertpradit, S. (2020). The influence of living environment on the quality of life of the elderly in Thailand. *Journal of Population and Social Studies*. Advance online publication. (in Thai)
- Jiang, L. (2023). *Application of Structural Equation Modeling (SEM) in Social Gerontology: A Practical Guide*. Springer.
- Kline, R. B. (2016). *Principles and practice of structural equation modeling*. 4th ed. Guilford Press.
- Krabi Provincial Statistical Office. (2025). *Population Data of Krabi Province*. (in Thai)
- Lawton, M. P. (2020). Environment and aging. In C. Eisdorfer (Ed.), *Annual review of gerontology and geriatrics* (Vol. 9). Springer.
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, 22(140), 1-55.
- Office of the National Economic and Social Development Council (NESDC). (2023). *Report on the Situation of the Thai Elderly*. Office of the Prime Minister, Thailand.
- Phongphit, S., et al. (2023). Perceived value and life satisfaction of the elderly in Thai retirement communities. *Journal of Applied Gerontology*. Advance online publication. (in Thai)
- Pollution Control Department (PCD). (2023). *Air Quality Report for Krabi Province*. Ministry of Natural Resources and Environment, Thailand.
- Rowe, J. W., and Kahn, R. L. (2021). Successful aging 2.0: Conceptual expansions for the 21st century. *The Journals of Gerontology: Series B*, 76(2), e36-e47.
<https://doi.org/10.1093/geronb/gbaa152>

- Sawadsri, K. (2024). Perceived value, service quality, and satisfaction of elderly consumers in Thailand. *Asian Journal of Business Research*. Advance online publication.
- Schumacker, R. E., and Lomax, R. G. (2010). *A beginner's guide to structural equation modeling*. 3rd ed. Routledge.
- Seligman, M. E. P. (2011). *Flourish: A visionary new understanding of happiness and well-being*. Free Press.
- Srithongchai, N., and Chansatitporn, N. (2022). Meaning in life and psychological well-being among Thai elderly. *Journal of Health Research*. Advance online publication.
- United Nations. (2023). *World Population Prospects: The 2022 Revision*. Department of Economic and Social Affairs, Population Division.
- Wang, Y., Li, J., and Zhang, H. (2024). The synergistic effect of physical activity and social participation on older adults' well-being. *Journal of Aging and Health*. Advance online publication.
- World Health Organization (WHO). (2021). *Global report on ageing and health*. WHO Press.

The Relationship Between Board and Executive Compensation and Tax Planning of Listed Companies on the Stock Exchange of Thailand

Nata Singprasert^{1,*}, Kanjana Phonsumlissakul²

¹Kasetsart Business School, Kasetsart University, Thailand

²Asst. Prof. Dr., Kasetsart Business School, Kasetsart University, Thailand

Received: 15 May 2025

Revised: 8 July 2025

Accepted: 24 July 2025

Abstract

Compensation may serve as a motivation for board members and executives to engage in tax planning. This study aims to examine the relationship between board and executive compensation and tax planning. Data are collected from 693 listed firms in Thailand during 2022–2023. The results show that board compensation is positively associated with tax planning measured by the generally accepted accounting principle's effective tax rate and the ratio of tax expenses to total assets, indicating a tendency for the company to engage in less tax planning. This reflects that increasing board compensation may strengthen its governance role, emphasizing tax transparency. Meanwhile, there is no significant relationship between executive compensation and corporate tax planning.

Keywords: Board of Directors' Compensation, Executive Compensation, Tax Planning

*Corresponding Author; E-mail: nata.s@ku.th

Introduction

The board of directors and executives are responsible for strategic control and effective operational execution within the framework of corporate governance. The board, which is chosen by the shareholders, is responsible for determining the company's strategic direction; executives are responsible for carrying out operational strategies that increase its value and profitability (SEC Thailand, 2017). These two groups collaborate through contractual and compensation mechanisms designed to align their interests. Long-term incentives, stock options, performance bonuses, and fixed salaries are typical (SEC Thailand, 2019).

A retainer fee, attendance allowances, performance-based incentives, and stock options are standard board compensation packages (SET, 2012; Sumitra et al., 2023). Competitive compensation attracts and retains top executives and promotes effective leadership and organizational performance (Nuttagarn, 2015; Rizal et al., 2014). More complex and profitable firms tend to offer higher director remuneration (Finkelstein and Hambrick, 1989). Executive pay has increased in Thailand during economic recovery due to supporting government initiatives (Nongluck, 2023). Additionally, there is evidence that executive salaries enhance corporate performance and asset utilization (Sukit, 2014; Sineenat, 2020).

The corporate income tax rate for businesses in Thailand is 20 percent. Taxes are a legal obligation and represent a significant operating cost. Tax planning has become a strategic instrument for boards and executives to lower tax burden and improve after-tax performance, provided it follows legal and regulatory frameworks (Suthep, 1998). Performance-based compensation systems could motivate CEOs to follow aggressive tax planning schemes (Armstrong et al., 2012). However, empirical results about the relationship between tax planning and compensation for executives remain uncertain. While some research reveals negative or no significant correlations (Desai and Dharmapala, 2006; Halioui et al., 2016; Huang et al., 2018; Satya and Patthayot, 2017), others claim a positive link (Minnick and Noga, 2010; Taylor and Richardson, 2014; Razali et al., 2019).

Considering the mixed empirical findings and the recent rise in executive compensation in Thailand—particularly during periods of economic recovery (Nongluck, 2023)—concerns have emerged regarding the potential spread of aggressive tax planning among listed firms. Such practices may weaken the integrity of the tax system, reduce public revenue, and trigger regulatory responses. They may also distort financial reporting, obscure actual firm performance, and undermine investor confidence, especially in markets that rely on transparency and sound governance (Hanlon and Heitzman, 2010; Desai and Dharmapala, 2006; OECD, 2013). These concerns underscore the importance of examining the link between board and executive

compensation and corporate tax planning. Accordingly, this study focuses on firms listed on the Stock Exchange of Thailand (SET).

Literature Review and Hypothesis Development

Agency Theory

According to Jensen and Meckling (1976), agency theory states shareholders give decision-making authority to managers in the belief that they will act in their best interests. This relationship works effectively when managers maximize shareholder value. It is possible for agency conflicts to arise when interests conflict (McColgan, 2001).

Remuneration and monitoring can help address agency problems, as suggested by Jensen and Meckling (1976). Linking executive compensation to corporate performance encourages alignment between managers and shareholders. Compensation includes salaries, bonuses, equity shares, and stock options. These approaches help discourage short-term decision-making and opportunistic behavior while also promoting long-term value creation.

Management is overseen by the board of directors to ensure that company objectives are achieved. Well-structured boards with a balanced composition of internal and independent members are more effective in regulating executive behavior and reducing self-interest.

Agency theory impacts corporate tax planning. Tax-minimizing strategies can help managers reach performance targets, as they are incentivized to reduce expenses and improve financial outcomes. However, techniques that aim to maximize personal wealth rather than corporate value may give rise to conflicts of interest (Bauer et al., 2018). According to Desai and Dharmapala (2006), performance-based pay can help mitigate such conflicts by ensuring that managerial actions align with shareholder interests, particularly in tax-related decisions.

Role of the board of directors

In small or family-owned enterprises, capital provision, ownership, and management are often concentrated in one individual, aligning managerial decisions with ownership interests. As firms grow and seek external or internal funding, a clear separation between ownership and management becomes essential. In listed firms, shareholders provide capital but delegate oversight to the board (SEC, 2004).

The board ensures that executives act in the best interests of shareholders while promoting transparency, fairness, and long-term value creation. According to the Securities and Exchange Commission of Thailand (2017), effective corporate governance is grounded in eight principles: board leadership, sustainable value creation, board and CEO oversight, innovation, risk management, transparency, and shareholder engagement.

Role of executives

According to Section 89/1 of the Securities and Exchange Act B.E. 2535 (1992), the term “executive” refers to a manager or an individual responsible for the company’s management, either by assignment from the board of directors or by the nature of their duties. In line with this legal framework, Soongsombat (2007) defines a manager as a person who allocates resources and coordinates personnel to achieve organizational objectives, supported by core managerial functions such as planning, organizing, regulating, and maintaining structure. Fayol’s (1916) classical POCCC model—comprising planning, organizing, commanding, coordinating, and controlling—further reinforces the essential roles of managers in aligning operations and ensuring effectiveness. Beyond operational tasks, effective executives are expected to lead change, act ethically, think strategically, and foster strong interpersonal relationships that contribute to long-term organizational success.

Board of Directors compensation

The Securities and Exchange Commission of Thailand (SEC) defines director compensation as the specific type and amount of remuneration provided to board members, excluding any compensation related to executive duties, which must be reported separately (SET, 2017). In line with good corporate governance practices, the Stock Exchange of Thailand encourages companies to clearly disclose their compensation policies for directors, senior executives, and members of subsidiary boards.

According to the Thai Institute of Directors (IOD, 2006), director salary should reflect responsibility, dedication, and firm value. Fiduciary obligation and clear framework should guide compensation. The IOD lists three director pay components are retainer fee, director attendance fee, and incentive fee.

To facilitate long-term retention, organizations may provide stock options to directors, executives, and staff. These schemes must be crafted with equity and equilibrium, with the objective of fostering sustainable wealth generation for shareholders. All stock-based remuneration must be disclosed clearly in compliance with regulatory mandates.

In Thailand, the remuneration of directors and executives is comparatively straightforward and open. It is often associated with short-term performance metrics, including basic compensation, performance incentives, and meeting allowances, and is regulated by the Corporate Governance Code established by the Stock Exchange of Thailand (SET, 2017).

Executive compensation

Executive compensation refers to the total remuneration, both monetary and non-monetary, that a company pays to its executives, such as salaries, bonuses, stock options, and long-term incentive rewards. The determination of compensation must align with the board's policy

and be approved by the shareholders to create incentives for efficient operations and to align with the company's goals (The Securities and Exchange Commission, 2019).

SEC (2008) states that executives refer to managers, the top four senior executives, including those in equivalent positions, and executives in accounting or finance. They must disclose compensation in both monetary form and other benefits, along with the number of executives receiving compensation.

Pranong Busaratakul et al. (2017) indicate that compensation should be considered based on qualifications, abilities, responsibilities, and experience through a transparent process, appropriate for the industry, and approved by shareholders to attract and retain quality executives.

According to the optimal contracting theory (MacLeod, 2003) Compensation should reflect the level of responsibility and risk of the executives to mitigate conflicts of interest and should be tied to the company's performance or stock value.

Incentive-based compensation plays a crucial role in enhancing managerial performance. Rego and Wilson (2012) found that a compensation structure focused on post-tax results effectively stimulates tax planning.

Board and executive compensation in Stock Exchange of Thailand-listed companies can be measured as monetary (salary, bonuses, meeting allowances, and provident fund contributions) or non-monetary (stock options, additional benefits, housing, or company vehicles). Most of research focus on monetary remuneration due to its clarity and dependability. Annual reports (Form 56-1) required by the Securities and Exchange Commission of Thailand include this information. These reports must explain the pay policy considering each director's obligations (SET, 2017).

Corporate Income Tax Planning

Tax planning refers to the lawful process by which businesses ensure full compliance with tax regulations while seeking to maximize available tax incentives and reduce overall tax expenses (Pongpasut, 2012). In practice, companies—especially multinational firms—may employ various strategies to lower their tax obligations, often by structuring transactions through affiliates in countries with more favorable tax systems (Russo, 2003).

Tax planning generally consists of two main components: tax management and tax avoidance. Acceptable tax avoidance involves the transparent use of legal provisions—such as exploiting loopholes or ambiguities in tax law—to reduce tax burdens without misrepresentation or illegal intent (Russo, 2007; Phuman, 2018). Tax evasion is the willful underreporting or non-payment of taxes, which is a criminal violation under tax law and carries penalties, whereas this type of avoidance stays within the bounds of the law (HandR Block, 2003; Revenue Department, 2011).

According to Hoffman (1961), a firm's tax burden is more closely associated with taxable income than with accounting income, since many tax strategies aim to reduce tax liabilities without affecting reported earnings. This suggests that tax planning may involve both book-tax conforming and nonconforming strategies. This study adopts GAAP ETR and TAX/ASSET as the primary measures because they capture two distinct but complementary dimensions of tax planning. GAAP ETR, calculated by dividing total income tax expense by pre-tax accounting income, reflects how firms manage tax obligations over both current and deferred periods. A lower GAAP ETR implies more effective tax planning, as it indicates a firm's ability to reduce tax expenses without altering book income (Chen et al., 2010; Frank et al., 2009). TAX/ASSET, on the other hand, is measured as current tax expense divided by total assets. This ratio indicates how efficiently a firm manages its tax burden relative to its asset base. A lower TAX/ASSET ratio suggests greater tax planning efficiency, particularly for firms with large asset bases but proportionally low tax expenses (Tantiwarong, 2009). Although both indicators serve as proxies for tax planning, they differ in interpretation: GAAP ETR focuses on the timing aspect, while TAX/ASSET captures structural efficiency. Importantly, both move inversely with the level of tax planning—the lower the ratio, the greater the extent of tax planning.

Hypothesis Development

Previous studies (Minnick and Noga, 2010; Razali et al., 2019; Pattamaporn et al., 2022) have found a positive relationship between board compensation and tax planning. Higher board compensation, especially when tied to performance, can motivate directors to engage in effective tax planning strategies that reduce corporate tax burdens. Cash-based compensation also appears to support this behavior. However, other research (Mulyadi and Anwar, 2015; Satya and Patthayot, 2017) indicates a negative link, suggesting that well-compensated and experienced directors may prioritize transparent governance and risk control, thereby avoiding aggressive tax strategies.

Based on the board's role in policy oversight and strategic direction, especially among financially knowledgeable members, this study proposes the following hypothesis:

H1: Board compensation is positively related to tax planning.

Previous research (Desai and Dharmapala, 2006; Minnick and Noga, 2010; Rego and Wilson, 2012; Taylor and Richardson, 2013; Schmittiel, 2014; Chee et al., 2017; Somsak et al., 2016) has shown that executive compensation is positively associated with tax planning. Higher compensation, especially when tied to performance, tends to motivate executives to adopt effective tax strategies aimed at reducing corporate tax burdens and increasing net profits. Compensation structures designed around performance outcomes can act as incentives for more efficient decision-making. However, some studies (Halioui et al., 2016; Jihene and Moez, 2019)

suggest that when executives are well-compensated, they may be less inclined to engage in aggressive tax planning and may instead prefer lower-risk, more conservative strategies. This study therefore proposes the following hypothesis:

H2: Executive compensation is positively related to tax planning.

Research Methodology

Research Design

This study employs a documentary research design.

Table 1 Summary of variables

Variable	Variable Type	Measurement
Tax Planning (GAAP ETR)	Dependent variable	Total income tax expense to earnings before tax
Tax Planning (TAX/ASSET)	Dependent variable	Income tax expense to total assets
Board of directors' compensation (BC)	Independent variable	Total board of directors' compensation to the number of board members
Executive compensation (EC)	Independent variable	Total executive compensation to the number of executives
Company size (SIZE)	Control variable	The natural logarithm of total assets
Return on assets (ROA)	Control variable	Profit before tax divided by total assets
Leverage (LEV)	Control variable	The ratio of total liabilities to total assets
Year (YEAR)	Control variable	Dummy variable
Industry type (IND)	Control variable	Dummy variable

Sample

The final sample comprises 693 firms. Board of Directors and Executive Compensation data are manually collected from company annual reports (Form 56-1). Information on company size, return on assets, leverage, year, and industry group is obtained from Refinitiv Workspace. It excludes enterprises in the financial sector, property funds, and real estate investment trusts (REITs), as well as firms undergoing business rehabilitation, those reporting pre-tax losses, firms with negative income tax, and companies with missing data.

Table 2 Details of the sample Selection for the study

Item	Sample size
Initial Sample size	1,842
Deduct bank and financial sectors	(294)
Deduct pre-tax loss firms	(391)
Deduct missing data (Board and Executive Compensation)	(218)
Deduct negative income tax	(246)
	<u>693</u>

Model 1:

$$GAAP\ ETR_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 BC_{i,t} + \beta_2 EC_{i,t} + \beta_3 SIZE_{i,t} + \beta_4 ROA_{i,t} + \beta_5 LEV_{i,t} + \beta_6 YEAR_{i,t} + \beta_7 IND_{i,t} + \epsilon_{i,t}$$

Model 2:

$$TAX / ASSET_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 BC_{i,t} + \beta_2 EC_{i,t} + \beta_3 SIZE_{i,t} + \beta_4 ROA_{i,t} + \beta_5 LEV_{i,t} + \beta_6 YEAR_{i,t} + \beta_7 IND_{i,t} + \epsilon_{i,t}$$

Data Collection

This research collects data from firms listed on the Stock Exchange of Thailand (SET) during 2022 and 2023.

Data Analysis

Descriptive statistics, including the mean, standard deviation, minimum, and maximum values, were used, along with inferential statistics comprising Pearson's product-moment correlation and multiple regression analysis.

Findings

This study includes 693 samples. A Winsorized approach is applied to the quantitative variables at the 3% and 97%.

Table 3 Descriptive Statistics

(n=693)				
Variable	Min	Max	Mean	SD
GAAP ETR	0.008	0.466	0.181	0.087
TAX/ASSET	0.000	0.048	0.014	0.012
BC	0.059	2.894	0.659	0.671
EC	1.218	21.710	6.086	4.727
SIZE	8.749	11.452	9.788	0.671
ROA	0.008	0.252	0.085	0.061
LEV	0.091	0.730	0.394	0.183

In Table 3, which presents the analysis of data using descriptive statistics for each variable, the results show that the GAAP Effective Tax Rate (GAAP ETR) has an average of 0.181, a minimum of 0.008, and a maximum of 0.466. This indicates that, on average, companies report income tax expenses equivalent to 18.1% of their accounting profits before tax. A lower GAAP ETR may reflect the use of accounting-based tax planning strategies, such as deferred tax recognition or timing differences.

The tax expense to total assets ratio (TAX/ASSET) has an average of 0.014, a minimum of 0.000, and a maximum of 0.048. Considering the average, it appears that the tax planning measure is lower than the corporate income tax rate set by the government at 20% of accounting profit before corporate income tax. This indicates that the company employs tax planning strategies to reduce the corporate income tax expenses payable to the Revenue Department. In other words, a low tax-to-asset ratio indicates high tax planning.

Additionally, the average compensation for board members (BC) is 0.659 million baht per person per year, while the average compensation for executives (EC) is 6.086 million baht per person per year. The control variables include company size (SIZE), which has an average value of 9.788 or approximately 17,967 million baht, a minimum value of 8.749 or approximately 6.30 million baht, and a maximum value of 11.452 or approximately 94.06 million baht. Profitability (ROA) has an average value of 0.085, with a minimum value of 0.008 and a maximum value of 0.252. Financial risk (LEV) has an average of 0.394, with a minimum value of 0.091 and a maximum value of 0.730.

Table 4 Pearson Correlation

(n=693)

Variable	GAAP ETR	TAX/ASSET	BC	EC	SIZE	ROA	LEV
GAAP ETR	1.000						
TAX/ASSET	.243**	1.000					
BC	0.053	0.018	1.000				
EC	-0.027	-0.010	.570**	1.000			
SIZE	-0.045	-.208**	.678**	.638**	1.000		
ROA	-.110**	.816**	-0.004	0.012	-.207**	1.000	
LEV	.138**	-.257**	.212**	.218**	.384**	-.331**	1.000

In Table 4, the results indicate that the GAAP Effective Tax Rate (GAAP ETR) is negatively correlated with return on assets (ROA), suggesting that more profitable firms tend to report lower income tax expenses relative to their accounting profits, which may imply the use of tax planning strategies to reduce their effective tax burden. A positive correlation is observed between GAAP

ETR and financial leverage (LEV), implying that firms with higher debt levels tend to report higher income tax expenses relative to their accounting profits. GAAP ETR shows no significant correlation with board compensation (BC), executive compensation (EC), or firm size (SIZE). These findings suggest that compensation structures and firm size may not directly influence accounting-based tax expenses. GAAP ETR is analyzed independently as a dependent variable.

The tax expense to total assets ratio, which also serves as a dependent variable, is negatively correlated with firm size (SIZE) and financial leverage (LEV), suggesting that larger firms and those with higher debt ratios tend to have lower TAX/ASSET values, potentially reflecting more effective tax planning. In contrast, TAX/ASSET is strongly and positively correlated with return on assets (ROA), indicating that more profitable firms may incur higher tax expenses relative to their total assets.

To test for multicollinearity, correlation coefficients are examined and found to be below the accepted threshold of 0.8 (Ferguson, 1981), indicating no problematic relationships between variables. Additional diagnostics show that the lowest tolerance value is 0.378 and the highest variance inflation factor (VIF) is 2.648—both within acceptable ranges. The Durbin–Watson statistic is 1.878, which is close to the ideal value of 2.0, confirming the absence of serious autocorrelation (Hair et al., 2010). Overall, the data are considered appropriate for multiple regression analysis.

Table 5 Multiple Regression Analysis

(n=693)

	Expected results	GAAP ETR			TAX/ASSET		
		b	t-Value	Sig.	b	t-Value	Sig.
Constant		0.484	6.681	<.001	.019	3.147	.002
BC	-	0.000	3.854	<.001***	0.000	3.255	.001**
EC	-	-0.000	-0.309	0.757	-0.000	-.500	.617
SIZE	-	-0.033	-4.217	<.001***	-.002	-3.166	.002**
ROA	-	-0.150	-2.550	0.011*	.162	33.409	<.001***
LEV	-	0.078	3.898	<.001***	.002	1.437	.151
Year		0.007	1.100	0.272	.000	.501	.616
IND1(RESOURC)		-0.032	-2.163	0.031*	-.001	-1.109	.268
IND2(TECH)		-0.020	-1.393	0.164	-.001	-1.255	.210
IND3(SERVICE)		-0.017	-1.465	0.143	.000	.179	.858
IND4(INDUS)		-0.017	-1.310	0.191	.000	-.116	.908
IND5(CONSUM)		-0.019	-1.212	0.226	-.001	-1.068	.286
IND6(PROPCON)		-0.021	-1.659	0.098	-.001	-.896	.371
Prob > F			<.001			<.001	
Adjusted R ²			0.049			.671	

In Table 5, the regression results show that tax planning, measured by the GAAP Effective Tax Rate (GAAP ETR), is significantly explained by the independent variables, with an adjusted R^2 of 4.90%. The results are inconsistent with Hypothesis H1. Board compensation (BC) is positively associated with GAAP ETR at the 0.001 significance level, suggesting that firms with higher board compensation tend to report higher accounting-based income tax expenses, which may indicate less aggressive tax planning behavior. However, executive compensation (EC) shows no significant effect on GAAP ETR, providing no support for Hypothesis H2.

Firm size (SIZE) is negatively associated with GAAP ETR at the 0.001 significance level, indicating that larger firms tend to report lower accounting-based income tax expenses relative to their profits. Return on assets (ROA) is also negatively related to GAAP ETR at the 0.05 level, suggesting that more profitable firms tend to report lower income tax expenses relative to their accounting profits. Financial leverage (LEV) shows a positive and significant association with GAAP ETR, implying that more highly leveraged firms may be subject to higher accounting-based income tax expenses relative to their profits.

Additionally, the regression results for tax planning, measured by the ratio of tax expense to total assets (TAX/ASSET), indicate that the model accounts for a substantial portion of the variance, with an adjusted R^2 of 67.10%. Board compensation (BC) is positively associated with TAX/ASSET, contradicting Hypothesis H1. This result implies that higher compensation to board members may be linked with higher tax expense relative to firm assets, which could suggest weaker tax efficiency. Firm size (SIZE) is negatively associated with TAX/ASSET at the 0.01 significance level, supporting the view that larger firms engage in more effective tax planning practices. Conversely, return on assets (ROA) is positively associated with TAX/ASSET at the 0.001 level, indicating that highly profitable firms tend to bear greater tax burdens. As with GAAP ETR, executive compensation (EC) does not demonstrate a significant relationship with TAX/ASSET, providing no support for Hypothesis H2.

Discussion

This study examines the relationship between board and executive compensation and tax planning among firms listed on the Stock Exchange of Thailand during 2022–2023. Tax planning is measured using two indicators: GAAP Effective Tax Rate (GAAP ETR) and the ratio of tax expense to total assets (TAX/ASSET) are both measures of the accounting-based tax burden, as reported in the financial statements

The findings show that board compensation (BC) is positively associated with both tax measures. This suggests that higher board pay is linked to greater tax burdens, which goes against

the initial assumption that well-compensated boards would support stronger tax oversight. A possible reason may be that board roles in some firms are more symbolic or not clearly tied to tax outcomes. Executive compensation (EC), on the other hand, doesn't show a significant relationship with either GAAP ETR or TAX/ASSET. This supports prior studies suggesting that executive pay structures often lack transparency or strong links to performance, limiting their role in driving tax efficiency (Philips, 2003; Kurnia et al., 2019; Ardillah and Prasetyo, 2021).

Among control variables, firm size (SIZE) shows a negative relationship with both tax measures, indicating that larger firms are more capable of managing taxes efficiently. Return on assets (ROA) relates negatively to GAAP ETR but positively to TAX/ASSET, suggesting that more profitable firms tend to report lower accounting-based income tax expenses relative to profits, while incurring higher tax expenses relative to total assets. Leverage (LEV) is positively related to GAAP ETR, suggesting that firms with higher debt levels tend to report higher accounting-based tax burdens.

These findings contribute to the literature by offering empirical evidence from an emerging market, highlighting that board compensation may not always align with effective tax governance. The study also provides practical implications for investors and regulators, emphasizing the need for clearer linkage between compensation policies and tax oversight.

However, the research has limitations. It considers only monetary compensation and excludes non-cash or long-term incentives. Moreover, the data is limited to Thai listed firms over 2022–2023, which may restrict generalizability across time and regions. Future studies could expand the scope to include alternative compensation forms and longitudinal analysis to better capture the dynamics of tax planning behavior.

Suggestion

Future research could extend the study period to capture long-term trends and economic changes. Including variables such as stock options, long-term incentives, or alternative proxies like book-tax differences and Cash ETR may better reflect executive influence on tax behavior. Using multi-year average ETRs (e.g., 3–5 years) can also reduce annual fluctuations and highlight consistent tax planning. As Thailand aligns with OECD's Base Erosion and Profit Shifting (BEPS) framework, future studies may explore how rising executive pay relates to aggressive tax planning. Cross-country comparisons or broader governance variables could enhance the generalizability of findings.

References

- Armstrong, C. S., Blouin, J. L., and Larcker, D. F. (2012). The incentives for tax planning. *Journal of Accounting and Economics*, 53 (1–2), 391–411.
- Bauer, T., Kourouxous, T., and Krenn, P. (2018). Taxation and agency conflicts between firm owners and managers: A review. *Business Research*, 11, 33–76.
- Chen, S., Chen, X., Cheng, Q., and Shevlin, T. 2010. Are family firms more tax aggressive than non-family firms? *Journal of Financial Economics*, 95(1), 41-61.
- Desai, M. A., and Dharmapala, D. (2006). Corporate tax avoidance and high-powered incentives. *Journal of Financial Economics*, 79(1), 145–179.
- Fayol, H. (1916). *General and industrial management*. Paris, France: Institute of Electrical and Electronics Engineering.
- Finkelstein, S., and Hambrick, D. C. (1989). Chief executive compensation: A study of the intersection of markets and political processes. *Strategic Management Journal*, 10, 121–134.
- Hoffman, W. H. (1961). The theory of tax planning. *The Accounting Review*, 36(2), 274-281
- HandR Block. (2003). *Tax planning advisor*. New York, NY: Random House Reference.
- Halioui, K., Neifar, S., and Ben Abdelaziz, F. (2016). Corporate governance, CEO compensation and tax aggressiveness: Evidence from American firms listed on the NASDAQ 100. *Review of Accounting and Finance*, 15(4), 445–462.
- Huang, W., Ying, T., and Shen, Y. (2018). Executive cash compensation and tax aggressiveness of Chinese firms. *Review of Quantitative Finance and Accounting*, 51(4), 1151–1180.
- Jensen, M. C., and Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360.
- Minnick, K., and Noga, T. (2010). Do corporate governance characteristics influence tax management? *Journal of Corporate Finance*, 16(5), 703–718.
- Ajanapanya, N. (2023). Survey indicates firms will pay more in 2024 as economy recovers. The Nation Thailand. [Online]. Retrieved January 7, 2025, from: <https://www.nationthailand.com/>
- Razali, M. W. M., Razak, A. E. A., Sheung, S. C. C., and Ali, D. H. A. (2019). Directors remuneration and tax planning of listed companies. *International Journal of Asian Social Science*, 9(11), 544–553.
- Rego, S. O., and Wilson, R. (2012). Equity risk incentives and corporate tax aggressiveness. *Journal of Accounting Research*, 50(3), 775–810.

- Revenue Department. (2011). Surcharges and additional charges for corporate income tax. [Online]. Retrieved September 16, 2024, from: <https://www.sanpakornsarn.com/> (in Thai)
- Russo, R. (2007). *Fundamentals of international tax planning*. The Netherlands: IBFD Publications.
- Securities and Exchange Commission of Thailand. (2004). Director's handbook vol.1: Roles, duties, and responsibilities of listed company directors. [Online]. Retrieved October 1, 2014, from: <http://capital.sec.or.th/webapp/nrs/data/499a5.pdf> (in Thai)
- Securities and Exchange Commission of Thailand. (2008a). *Notification No. TorChor. 23/2551: Criteria, conditions, and methods for reporting financial status and performance of listed companies*. (in Thai)
- Securities and Exchange Commission of Thailand. (2008b). *Notification No. TorChor. 17/2551: Disclosure of financial statements for securities-issuing companies*. (in Thai)
- Securities and Exchange Commission of Thailand. (2017). *Corporate governance code for listed companies 2017*. [Online]. Retrieved October 1, 2024, from <https://www.setsustainability.com/page/corporate-governance> (in Thai)
- Securities and Exchange Commission of Thailand. (2019). *Definition of "executive"*. [Online]. Retrieved September 15, 2024, from: <https://www.sec.or.th/cgthailand/TH/pages/faq/bodfaq.aspx> (in Thai)
- Stock Exchange of Thailand. (2017). Survey report on directors and executives of listed companies. [Online]. Retrieved September 14, 2024, from: <https://setsustainability.com/download/1x5lhzs8oed6yqw> (in Thai)
- Pongpitak, S. (1998). *Tax planning*. Bangkok, Thailand: Wichit Law and Accounting Office. (in Thai)
- Tantiwarong, T. (2009). *A study of factors influencing tax planning and the relationship between tax planning and firm value: Empirical evidence from Thailand*. Thesis of the Degree of Master's Program. Bangkok: Chulalongkorn University. (in Thai)
- Taylor, G., and Richardson, G. (2013). Incentives for corporate tax planning and reporting: Empirical evidence from Australia. *Journal of Contemporary Accounting and Economics*, 10(1), 1–15.
- Thai Institute of Directors. (2006). Best practices for determining directors' compensation. [Online]. Retrieved September 14, 2024, from: <https://www.sec.or.th/cgthailand/TH/Documents/Regulation> (in Thai)

Causal factors of Becoming an Innovative Organization and Business Performance of Service-Sector Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) in the Accommodation Industry in Thailand

Kanyarat Tirathanachaiyakun*

Doctor of Philosophy Program and Master of Business Administration Program in Entrepreneur and Business Innovative Design, College of Innovative Management, Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage

Received: 20 August 2025

Revised: 29 August 2025

Accepted: 11 September 2025

Abstract

This study aims to examine the levels of causal factors influencing the development of innovative organizations and business performance of small and medium-sized enterprises (SMEs) in the service sector, with a particular focus on the accommodation industry in Thailand. It also investigates the relationships and causal influences among service quality, digital transformation, strategic management, innovative organizations, and business performance, and proposes a structural model explaining these relationships. The sample consisted of 380 entrepreneurs and supervisory-level employees aged 20 years and above, working in accommodation-sector SMEs and registered with the Thai Small and Medium Enterprise Entrepreneurs Association. Data were analyzed using statistical software at a significance level of 0.05. Statistical techniques included descriptive statistics, confirmatory factor analysis (CFA), and model fit analysis to assess the consistency between the proposed model and empirical data. The findings indicate that service quality, digital transformation, strategic management, innovative organization, and business performance were all perceived at a high level. Service quality, digital transformation, and strategic management demonstrated strong correlations and significant causal effects on innovative organizations (0.90) and business performance (0.96). The proposed A-com Model effectively explained 90% of the variance in innovative organizations and 96% of business performance, with satisfactory goodness-of-fit indices. This study contributes to a deeper understanding of the key drivers of innovation and performance in accommodation-sector SMEs. The findings offer a useful theoretical and practical framework for future research and can support policymakers and relevant agencies in developing innovation-driven strategies. Additionally, SMEs can apply the results for organizational self-assessment, strategic planning, and enhancing competitiveness, sustainability, and adaptability in the digital and post-COVID-19 era.

Keywords: Innovative Organization, Business Performance, Small and Medium-sized Enterprises (SMEs), Service Sector, Accommodation Industry in Thailand

*Corresponding Author: E-mail: kanyarat.tira@vru.ac.th

Introduction

In the era of rapid changes in the business world driven by technology, consumer behavior, and intense competition, business organizations must possess the ability to adapt for survival and sustainable growth. This is especially true in the service sector, where customer expectations are constantly evolving. One of the key strategies enabling organizations to respond effectively to these changing contexts is becoming an innovative organization, which is capable of developing new ideas, methods, or services to enhance competitiveness. Innovation in services not only improves operational efficiency but also creates unique customer experiences that help organizations gain a sustainable competitive advantage (Lee and Kim, 2023; Zhang, 2024). In the context of Thailand, small and medium-sized enterprises (SMEs) play a vital role in the national economy, particularly in the service sector, which includes various industries such as the accommodation business. According to the Office of Small and Medium Enterprises Promotion (OSMEP), SMEs account for more than 99% of all enterprises in Thailand and contribute over 35% to the country's GDP (OSMEP, 2024). The accommodation industry holds high potential for generating tourism revenue and contributes significantly to employment and income distribution in local areas, especially as tourism rebounds in the post-COVID era (Tourism Authority of Thailand, 2023). However, SMEs in the accommodation sector often face limitations in resources, technology adoption, and innovation capabilities. Many struggle to keep pace with technological changes, digital transformation, and evolving customer expectations (Chaiyasit and Rattanawong, 2024). Unlike large corporations, SMEs typically lack formal structures and strategic innovation management, which can hinder long-term performance (Nguyen and Siripongdee, 2023). Therefore, it is essential to understand the causal factors that influence the development of innovative organizations in order to strengthen their business performance and sustainability. Although some research has addressed organizational innovation components and their impact on performance, most studies focus on large-scale enterprises or manufacturing sectors (Phan et al., 2023; Wang and Li, 2024). Research specifically targeting Thai SMEs in the accommodation service sector remains limited and lacks comprehensive structural analysis to clearly identify causal relationships among key factors. As such, this study aims to fill the research gap by investigating the causal factors of becoming an innovative organization and how these factors influence the business performance of service-sector SMEs in Thailand's accommodation industry. The findings are expected to provide both theoretical contributions and practical implications for SME development policies and strategies.

Research Objectives

1. To examine the levels of causal factors contributing to innovative organizations and the business performance of service-sector SMEs in the accommodation industry in Thailand.
2. To investigate the influence of causal factors on innovative organizations and the business performance of service-sector SMEs in the accommodation industry in Thailand.
3. To develop a model of becoming an innovative organization and business performance for service-sector SMEs in the accommodation industry in Thailand.

Conceptual Framework

Based on the literature review, the researcher has developed the conceptual framework for this study as follows:

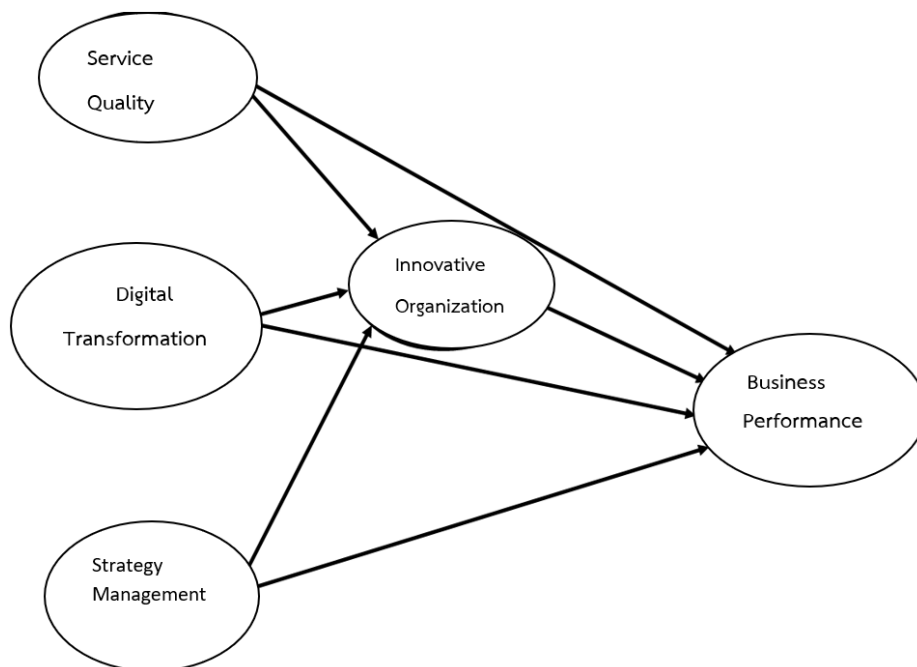


Figure 1 Conceptual Framework

Scope of the Research

To achieve the objectives of the study on Causal Factors of Becoming an Innovative Organization and Business Performance of Small and Medium-sized Enterprises (SMEs) in the Service Sector, Specifically the Accommodation Industry in Thailand, the researcher has defined the scope of the research as follows:

1. Content Scope

1.1 Service Quality based on the concept by Yang et al., (2024), comprising 5 dimensions: (1) Equitable Service (2) Timely Service (3) Ample Service (4) Continuous Service (5) Progressive Service

1.2 Digital Transformation, adopting the theory by Xhixho et al., (2025), consisting of 4 dimensions: (1) Customer Experience (2) Business Model (3) Technology (4) Organisation Structure and Processes

1.3 Strategic Management, using the concept and theory of Robinson et al., (2021), including 5 dimensions: (1) Mission Determination (2) Organizational Environment Analysis (3) Defining the Objectives of the Strategic Plan (4) Organizational Strategy Formulation (5) Implementation of Strategy

1.4 Innovative Organization, based on the theory of Putera et al., (2022), consisting of 3 dimensions: (1) Strategy and Vision (2) Organizational Structure (3) Organization Culture

1.5 Business Performance according to the concept of Al Sawalqa et al., (2011), comprising 2 components: (1) Financial Performance (2) Non-financial Performance

2. Geographic Scope

The researcher has limited the geographic scope of this study to Small and Medium-sized Enterprises (SMEs) in the service sector, specifically the accommodation industry, in Thailand.

Research Methodology

Research Design

This study employed a quantitative research design with a cause-and-effect approach.

Population and Sample

Population

The population for this research consists of entrepreneurs operating SMEs in the service sector, specifically in the accommodation industry, or employees holding supervisory-level positions and above, aged 20 years or older, working in SMEs in the accommodation sector who are members of the Thai Small and Medium Enterprise Association. The total population consists of 846 establishments (Office of Small and Medium Enterprises Promotion (OSMEP), 2024).

Sample

The sample group for this study includes entrepreneurs running SMEs in the service sector in accommodation or employees holding supervisory-level positions and above, aged 20 years or older, working in SMEs in accommodation, and members of the Thai Small and Medium Enterprise Association. The researcher has determined the sample size to be 380 individuals, based on 20 times

the number of observed variables in the model (19 x 20). The sampling method used is proportional stratified random sampling to obtain a representative number of samples from each organization. Then, the researcher distributed questionnaires using purposive sampling to select respondents who are suitable to answer the questionnaire.

Research Instruments

This study is quantitative research. The data collection instrument used in this study was a questionnaire developed by the researcher based on the review of relevant concepts, theories, and previous studies. The questionnaire consists of one set divided into six parts. The questions used to measure all variables were derived from the literature review to ensure relevance and alignment with the research objectives. The questionnaire is divided into six parts as follows: Part 1: Questions regarding the personal information of respondents, Part 2: Questions about Service Quality, Part 3: Questions about Digital Transformation, Part 4: Questions about Strategic Management, Part 5: Questions about Innovative Organization, Part 6: Questions about Business Performance. Each question is measured using a rating scale with a 5-point Likert scale: 1 = Least, 2 = Low, 3 = Moderate, 4 = High, 5 = Highest.

As for instrument validation, the researcher submitted the questionnaire to three experts for content validity evaluation. The validity was assessed using the Index of Item Objective Congruence (IOC) to measure the agreement between each item and the research objectives as well as specific definitions (Hambleton, 1984). The IOC value was 0.78, indicating good content validity. Besides, to test the reliability of the questionnaire, the researcher conducted a try-out with 30 employees whose job characteristics were similar to the sample group but were not part of the actual sample. The data collected were analyzed using Cronbach's alpha coefficient (α). The reliability coefficient was found to be 0.95, indicating the questionnaire was highly reliable and suitable for use in this study.

Data Collection

The questionnaire was distributed to the respondents by the researcher.

Data Analysis

1. Descriptive Statistics: The researcher used descriptive statistics to describe the characteristics and distribution of data for various variables based on demographic factors. Measurements included percentage (%), mean, and standard deviation (SD). Basic statistics and hypothesis testing for skewness and kurtosis were also performed using the Z-test to determine whether the distribution significantly differed from zero. If the observed variable is normally distributed, skewness (SK) equals 0 ($SK = 0$), indicating a normal curve. If the distribution is left-skewed, $SK < 0$, indicating most scores are high. If the distribution is right-skewed, $SK > 0$, indicating most scores are low. A kurtosis (KU) value of 3 indicates a mesokurtic (normal) distribution with a

medium peak. $KU > 3$ indicates a leptokurtic distribution with a high peak. $KU < 3$ indicates a platykurtic distribution with a flat, low peak (Hambleton, 1984).

2. Correlation Analysis: Correlation analysis was performed to determine whether linear relationships exist between variables, identifying the direction (positive or negative) and strength of the relationships. This analysis provided foundational information to develop the causal model of becoming an innovative organization among SMEs in the accommodation service sector in Thailand. The strength of correlation was interpreted using the correlation coefficient (r), where values close to -1 or 1 indicate a strong relationship, and values near 0 indicate little or no relationship. The general interpretation criteria of the correlation coefficient followed U-on (2007)

3. Structural Equation Modeling (SEM): The researcher examined the fit between the proposed model and the empirical data (Assessment of Model Fit). The indices used to evaluate the model fit included Chi-Square (χ^2), χ^2/df ratio, Comparative Fit Index (CFI), Goodness-of-Fit Index (GFI), Adjusted Goodness-of-Fit Index (AGFI), Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA), and Standardized Root Mean Square Residual (SRMR). The criteria for assessing the model's fit with the empirical data follow the guidelines for model fit evaluation as explained by Angsurochoti et al. (2011).

Findings

The researcher divided the presentation of the findings into five main sections: (1) General information of the questionnaire respondents (2) Average scores of the variables: Service Quality, Digital Transformation, Strategic Management, Innovative Organization, and Business Performance (3) Results of the path analysis of the variables in the model (4) Assessment of the fit between the research model and the empirical data (5) Model development (6) Results of the focus group discussion The details of the summary are as follows:

1. General Information of the Respondents

The respondents in this study were 380 entrepreneurs from small and medium-sized enterprises (SMEs) in the manufacturing sector. Most were male, numbering 202 persons, representing 53.20%, and females totaled 178 persons, representing 46.80%. Regarding age, the largest group was between 40–49 years old, with 117 persons (30.70%), followed by those aged 30–39 years old with 112 persons (29.50%), under 30 years old with 96 persons (25.30%), and 50 years old and above with 55 persons (14.50%). In terms of education, most held a bachelor's degree, numbering 253 persons (66.70%), followed by master's degree holders at 89 persons (23.30%), doctoral degree or higher holders at 25 persons (6.70%), and those below bachelor's degree at 13 persons (3.30%). Regarding work experience in their current position, 151 persons (39.70%) had 5–15

years of experience, 131 persons (34.50%) had less than 5 years, and 98 persons (25.80%) had 15 years or more.

2. Mean Scores of Variables: Service Quality, Digital Transformation, Strategic Management, Innovative Organization, and Business Performance

2.1 Service Quality: Overall, respondents expressed a moderate level of opinion regarding service quality.

2.2 Digital Transformation: Overall, respondents had a high level of opinion regarding digital transformation.

2.3 Strategic Management: Overall, respondents showed a high level of opinion regarding strategic management.

2.4 Innovative Organization: Overall, respondents had a high level of opinion regarding innovative organizations.

2.5 Business Performance: Overall, respondents expressed a high level of opinion regarding business performance.

3. Results of the Path Analysis of Variables in the Model

Business performance was most strongly influenced by digital transformation, with a total effect of 0.89, all of which was a direct effect. Next was service quality, with a total effect of 0.58 (direct effect of 0.25 and indirect effect of 0.33). Strategic management had a total effect of 0.55 (direct effect of 0.19 and indirect effect of 0.36). Organizational innovation had a total effect of 0.49 (direct effect of 0.32 and indirect effect of 0.17). Additionally, the innovative organization variable was most strongly influenced by strategic management with an effect size of 0.41, followed by service quality with an effect size of 0.38, and digital transformation with an effect size of 0.19, all of which were direct effects. These effects were statistically significant at the 0.05 level.

4. Results of the Model Fit Assessment with Empirical Data

The analysis of the fit indices for the causal factor model of becoming an innovative organization and business performance of SMEs in the service sector, specifically lodging businesses in Thailand, indicated that the fit indices were consistent with the empirical data. Therefore, it can be concluded that the structural equation model is appropriate and fits well with the empirical data, as illustrated in Figure 2.

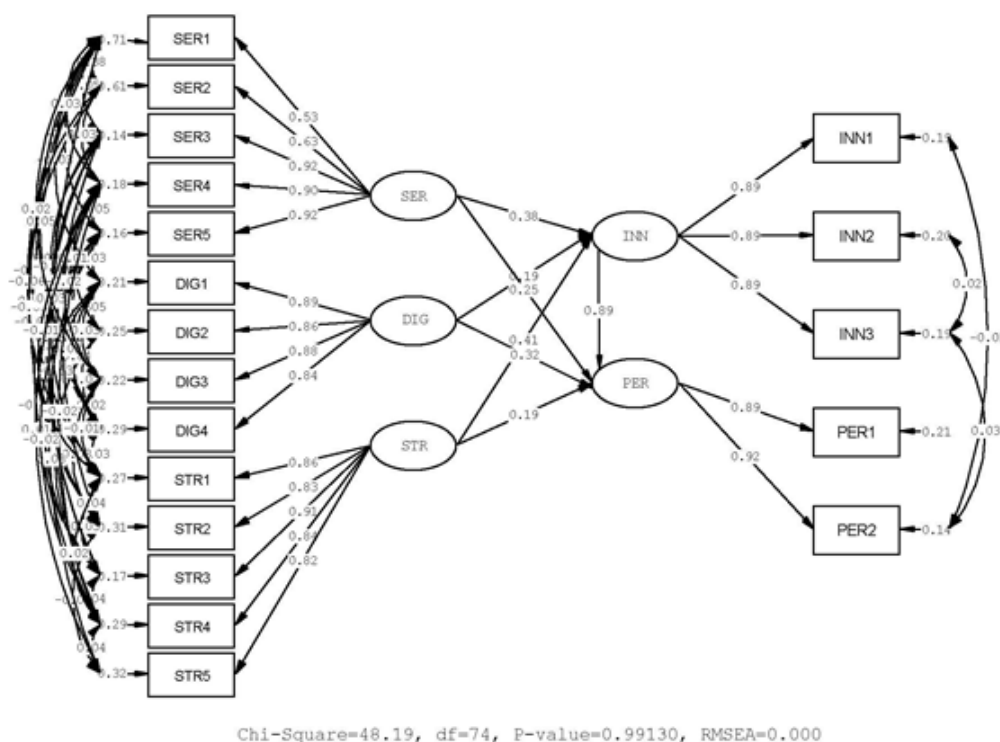


Figure 2 Structural Equation Relationship Model

The researcher developed the model by using Exploratory Factor Analysis (EFA) to address Research Objective 3, which was to construct a causal factor model of becoming an innovative organization and business performance for small and medium-sized enterprises (SMEs) in the service sector, specifically accommodation businesses in Thailand. The newly adjusted model is called the A-com Model (Model for SME Accommodation). The model adjustment revealed the following components: Service Quality consists of 3 components: equitable and timely service, comprehensive service, and consistent service. Digital Transformation consists of 4 components: customer experience, business model, technology, organizational structure, and processes. Strategic Management consists of 4 components: clear mission setting, strategic planning process, strategic objective setting, and strategy implementation. Innovative Organization consists of 3 components: organizational culture structure, strategic forecasting, and shared vision. Business Performance consists of 2 components: financial performance and non-financial performance. The overall model fit indices after model development showed good fit with empirical data, with all six indices meeting the acceptance criteria: $\chi^2 = 14.86$, $df = 44$, $P = 0.99999$, $CFI = 1.00$, $GFI = 1.00$, $AGFI = 0.98$, $SRMR = 0.0056$. The path analysis results indicated that business performance was most strongly influenced by the innovative organization, with a total effect of 0.80, all of which was direct influence. Following this were strategic management (total effect = 0.44; direct effect = 0.15; indirect effect = 0.29), service quality (total effect = 0.43; direct effect = 0.11; indirect effect = 0.32), and digital transformation

(total effect = 0.28; direct effect = 0.11; indirect effect = 0.17). All effects were statistically significant at the 0.05 level. Additionally, the innovative organization was influenced by service quality, strategic management, and digital transformation, all of which were direct effects with effect sizes of 0.40, 0.36, and 0.21, respectively, and were statistically significant at the 0.05 level. The causal factor relationship model of becoming an innovative organization and business performance for SMEs in the service sector, accommodation type in Thailand, based on the developed A-com Model, is illustrated in Table 1 and in Figure 2

Table 1 The Influence of Variables in the Causal Model of Becoming an Innovative Organization and Business Performance of Service-Sector SMEs in the Accommodation Industry in Thailand (Direct, Indirect, and Total Effects) Based on the A-COM Model

Reason	INN			PER					
	TE	IE	DE	TE	IE	DE			
SER	0.40	-	0.40	0.43	0.32	0.11			
	(0.12)	-	(0.12)	(0.11)	(0.11)	(0.11)			
DIG	0.21	-	0.21	0.28	0.17	0.11			
	(0.13)	-	(0.13)	(0.14)	(0.11)	(0.13)			
STR	0.36	-	0.36	0.44	0.29	0.15			
	(0.08)	-	(0.08)	(0.09)	(0.09)	(0.10)			
INN	-	-	-	0.80	-	0.80			
	-	-	-	(0.17)	-	(0.17)			
$\chi^2 = 14.86$, df = 44, P = 0.99999, CFI = 1.00, GFI= 1.00, AGFI = 0.98, SRMR = 0.0056									
Reliability	NSER1	NSER2	NSER3	NDIG1	NDIG2	NDIG3	NDIG4	NSTR1	NSTR2
Variable	0.30	0.78	0.88	0.75	0.74	0.77	0.73	0.83	0.76
Reliability	NSTR3	NSTR4	NINN1	NINN2	NINN3	NPER1	NPER2		
Variable	0.74	0.66	0.87	0.78	0.73	0.77	0.87		
Structural Equation of Variables						INN		PER	
R ²						0.90		0.96	
Correlation Matrix of Latent Variables									
Latent Variable	SER	DIG		STR		INN		PER	
SER	1.00								
DIG	1.00**	1.00							
STR	0.90**	0.96**		1.00					
INN	0.94**	0.97**		0.94**		1.00			
PER	0.93**	0.96**		0.91**		0.98**		1.00	

Note ** p < 0.05

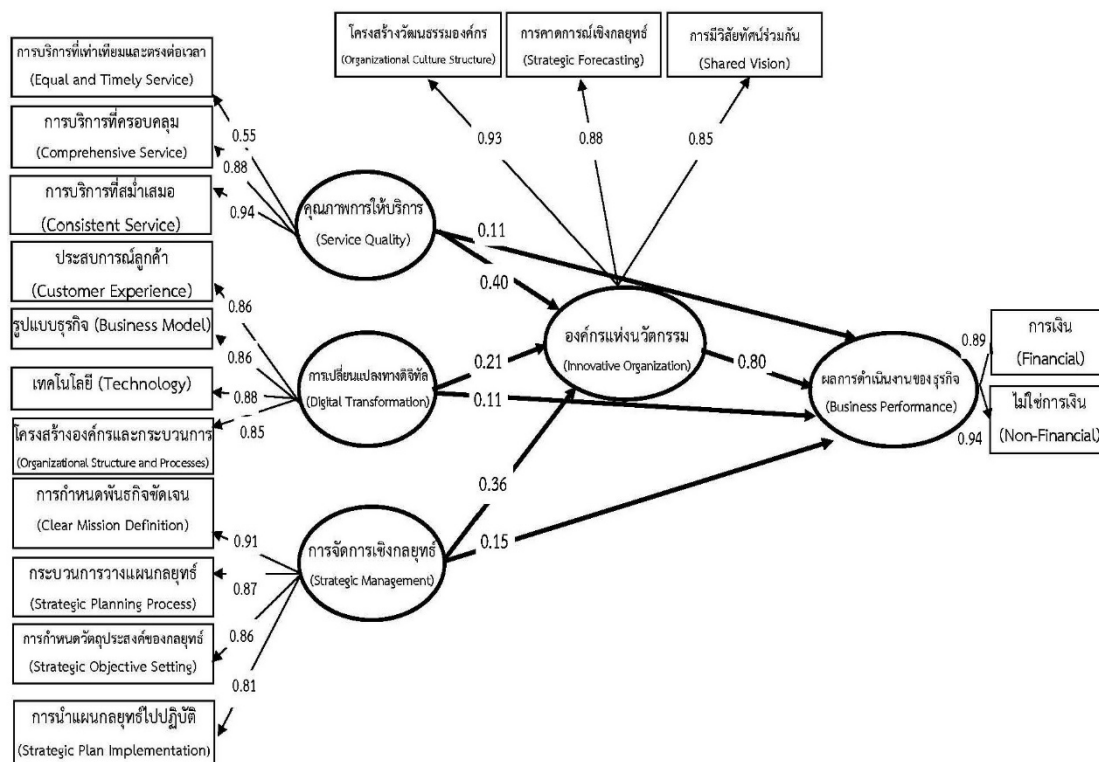


Figure 3 The relationship model developed from the results of the factor analysis

Discussion

The findings from the study on the causal factors of becoming an innovative organization and business performance of small and medium-sized enterprises (SMEs) in the accommodation service sector in Thailand are consistent with the research of Phan et al. (2022). They examined the impact of income distribution on the performance of commercial banks in Vietnam, using data from banks listed on the stock exchanges in Ho Chi Minh City and Hanoi between 2010 and 2020. Their analysis using the GMM regression model showed that factors affecting business performance included income distribution, credit activity size, and efficiency in physical management, indicating that effective management (part of good service quality) plays a crucial role in promoting performance and fostering innovation in the financial system. This aligns with Habib et al. (2022), who proposed the Open Data Roadmap (ODR) framework to assess the potential of cities in utilizing open data to enhance the quality of public services. Their focus was on measuring the dynamic capabilities of public agencies in handling open data. Similarly, Kurniawan et al. (2021) studied innovative work behavior among public sector employees in Indonesia, showing that employee quality influences overall organizational quality. Using Structural Equation Modeling (SEM) to analyze relationships between leadership, employee engagement, and innovative work behavior, they found that transformational leadership and high employee engagement significantly promote innovative

behaviors. The findings also correspond with Lee (2019), who introduced a patient-centered service design model emphasizing patient involvement in service processes, leading to co-creation of value and higher quality services. Rana et al. (2024) found that digital technology development enables Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to improve operational efficiency by expanding markets and increasing sales. The digital premier capabilities and digital knowledge of entrepreneurs were key factors for business success. Butt et al. (2023) emphasized the importance of digital transformation in the banking sector for competitiveness in both domestic and international markets. Their study on the impact of investments in Information and Communication Technology (ICT) on banking performance worldwide and in Southeast Europe (SEE), using panel data and fixed effects models, showed that ICT investments significantly reduce operating expenses (OPEX) and enhance profitability, reflecting digital technology as a critical factor in improving efficiency and competitiveness. Furthermore, Zhu et al. (2024) investigated the role of digital technology in MSME growth, focusing on equity crowdfunding as a new financing channel. Their study analyzed the effects of financial resources and crowdfunding on MSME performance using SEM via Smart PLS software. Consistent with Saleh et al. (2002), who analyzed globalization and the economic crisis in Europe, their findings highlighted that the size and activities of modern organizations are impacted by the rapid changes in environmental flexibility. This necessitates new management approaches and strategies suited to these conditions. Project management is recognized as a vital tool for effective human, material, and financial resource management and as a standard for sustainable strategy development and implementation in the medium and long term. Their research also stressed the importance of forecasting and organizing activities to address competitive pressures within the global economic and political system.

Suggestion

1. Expand the sample group to include other service industries, such as the restaurant business, health tourism, or logistics services. Since each type of business has unique characteristics regarding customers, service delivery, and technology use, diverse studies will help enhance the clarity and comprehensiveness of the analytical models and may uncover new factors that specifically affect each business type
2. Conduct comparative studies between businesses in different regions of the country, such as the North, South, or between major and secondary tourist cities. This would help understand how local geographic and cultural contexts influence the development of innovative organizations and business performance, as in many cases, innovation concepts or technology adoption may be limited by infrastructure or entrepreneur attitudes in each area.

3. Investigate deeper into latent variables or sub-dimensions of the “innovative organization,” such as internal motivation systems, knowledge management processes, or collaboration patterns between employees and management. These mechanisms may directly affect innovation creation but have not yet been thoroughly analyzed in the current research.

4. Conduct longitudinal studies to assess the long-term impact of innovations and strategies implemented in organizations. Measuring business performance over different time periods—before, during, and after strategy changes—would help clarify causal relationships and outcomes more clearly, while reducing limitations associated with the cross-sectional design used in this study.

References

- Al Sawalqa, F., Holloway, D., and Alam, M. (2011). Balanced Scorecard implementation in Jordan: An initial analysis. *International Journal of Electronic Business Management*, 9(3), 19-36.
- Anderson, B. (2024). *An Investigation into the Difficulties in Developing and Sustaining Business Eco-Systems: Borrowing from Network Theory to Identify and Reimagine Value Creation*. Thesis of the Degree of Master's Program. Lancaster, UK: Lancaster University.
- Angsuchoti, S., Wijitrawanna, S. and Pinyopanawat, R. (2011). *Statistical Analysis for Social and Behavioral Research: Techniques Using LISREL Software. 3rd ed.* Bangkok: Charoendee Munkong Printing. (in Thai)
- Butt, E. W., Baker, J. C., Bezerra, F. G. S., von Randow, C., Aguiar, A. P., and Spracklen, D. V. (2023). Amazon deforestation causes strong regional warming. *The Proceedings of the National Academy of Sciences*, 120(45), e23091-23120.
- Chaiyasit, P., and Rattanawong, S. (2024). Innovation challenges and digital transformation in Thai hospitality SMEs. *Journal of Service Innovation and Management*, 11(2), 45–59. (in Thai)
- Hariyanto, T. I., Japar, K. V., Kwenandar, F., Damay, V., Siregar, J. I., Lugito, N. P. H., ... and Kurniawan, A. (2021). Inflammatory and hematologic markers as predictors of severe outcomes in COVID-19 infection: A systematic review and meta-analysis. *The American journal of emergency medicine*, 4(1), 110-119.
- Habib, G., Sharma, S., Ibrahim, S., Ahmad, I., Qureshi, S., and Ishfaq, M. (2022). Blockchain technology: benefits, challenges, applications, and integration of blockchain technology with cloud computing. *Future Internet*, 14(11), 30-41.
- Hambleton, R. K. (1984). Validating the test scores. *A guide to criterion-referenced test construction*, 199-230.

- Kanjanaroj, R., U-On, W. and Theerathanachai-kul, K. (2021). Business Performance Model of Small and Medium-Sized Manufacturing Enterprises in Thailand. *Journal of Economics and Management Strategy*, 9(1), 127–142. (in Thai)
- Lee, H., and Kim, Y. (2023). Service innovation strategies for SMEs in Asia: A comparative study. *Asian Journal of Business Research*, 13(1), 23–38. <https://doi.org/10.xxxx/ajbr.2023.01301>
- Lee, A. J. (2019). *U-statistics: Theory and Practice*. Routledge.
- Nguyen, T., and Siripongdee, K. (2023). Strategic innovation capabilities and SME competitiveness in ASEAN. *International Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 9(3), 101–118.
- Office of Small and Medium Enterprises Promotion (OSMEP). (2024). *SME white paper 2024: Thailand SME development report*. Bangkok: OSMEP.
- Phan, Q. P., Tran, L. D., and Chan, K. (2023). Innovation-performance relationship in manufacturing SMEs: A structural model analysis. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 38(4), 522–536.
- Phan, H., and Mikkelsen, K. (2022). Automatic sleep staging of EEG signals: recent development, challenges, and future directions. *Physiological Measurement*, 43(4), 04TR01.
- Putera, I., Nora, R. L. D., Utami, N., Karuniawati, A., Yasmon, A., Wulandari, D., ... and Sitompul, R. (2022). The impact of aqueous humor polymerase chain reaction and serological test results for establishing infectious uveitis diagnosis: An Indonesian experience. *Heliyon*, 8(10), 50-63.
- Rana, N. P., Pillai, R., Sivathanu, B., and Malik, N. (2024). Assessing the nexus of Generative AI adoption, ethical considerations and organizational performance. *Tech novation*, 13(5), 113-124.
- Robinson, J. B., Xi, K., Kumar, R. V., Ferrari, A. C., Au, H., Titirici, M. M., ... and Shearing, P. R. (2021). 2021 roadmap on lithium sulfur batteries. *Journal of Physics: Energy*, 3(3), 31-50.
- Saleh, R. A., Agarwal, A., Kandirali, E., Sharma, R. K., Thomas Jr, A. J., Nada, E. A., ... and Alvarez, J. G. (2002). Leukocytospermia is associated with increased reactive oxygen species production by human spermatozoa. *Fertility and sterility*, 78(6), 1215-1224.
- Tirathanachaiyakun, K. (2024). Factors Affecting the Formation of Innovative Organizations of Small and Medium-Sized Enterprises in the Service Sector: Accommodation Business in Bangkok, Thailand. *Journal of Management Technology*, 5(1), 59–70.
- Tourism Authority of Thailand. (2023). *Tourism outlook and recovery trends in Thailand 2023*. Bangkok: TAT.
- U-On, W. (2007). *Business Research and Data Retrieval*. Bangkok: Print At Me (Thailand) Co., Ltd.

- Wang, S., and Li, J. (2024). Organizational innovation and firm performance: Evidence from East Asia. *Journal of Innovation and Knowledge*, 9(1), 78–91.
- Wanichbuncha, K. (2009). *Multivariate Data Analysis* (4th ed.). Bangkok: Department of Statistics, Faculty of Commerce and Accountancy, Chulalongkorn University.
- Xhixho, E., Pazylov, N., Savchenko, V., Patiev, N., and Pazylova, M. (2025). Digital transformation in the legal sector: challenges and opportunities for cybersecurity and data protection. *Law, State and Telecommunications Review*, 17(1). 457-469.
- Yang, J., Jin, H., Tang, R., Han, X., Feng, Q., Jiang, H., ... and Hu, X. (2024). Harnessing the power of llms in practice: A survey on chatgpt and beyond. *ACM Transactions on Knowledge Discovery from Data*, 18(6), 1-32.
- Zhang, M. (2024). Service innovation and customer experience in the post-pandemic era. *Journal of Service Marketing*, 38(2), 134–147.
- Zhu, X., Li, J., Liu, Y., Ma, C., and Wang, W. (2024). A survey on model compression for large language models. *Transactions of the Association for Computational Linguistics*, 12, 1556-1577.

การท่องเที่ยวแบบหรูหรา: แนวโน้ม พฤติกรรม และความยั่งยืนในยุคปัจจุบัน - การศึกษาเชิงวรรณกรรม

ธัญกานต์ จำปาเงิน^{1,*}, วรชิตา บุญญาณเมธภาพร²

^{1,2} คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

Received: 9 May 2025

Revised: 7 August 2025

Accepted: 22 August 2025

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวแบบหรูหรา (Luxury Tourism) เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่เติบโตอย่างรวดเร็วและมีบทบาทสำคัญในเศรษฐกิจโลก โดยเฉพาะในบริบทของยุคปัจจุบันที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ซึ่งเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ โดยนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้มักมองหาประสบการณ์ที่เหนือระดับ มีความพิเศษ และแตกต่างจากการท่องเที่ยวแบบทั่วไป ทั้งในแง่ของบริการ คุณภาพ และความเฉพาะตัว บทความนี้เป็นการศึกษาเชิงวรรณกรรมที่มุ่งวิเคราะห์แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบหรูหรา ตั้งแต่ลักษณะเฉพาะของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมและแนวโน้มของนักท่องเที่ยวแบบหรูหราในแต่ละภูมิภาค ไปจนถึงการประยุกต์ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์กับประสบการณ์การเดินทางแบบหรูหรา นอกจากนี้ ยังศึกษาลักษณะสำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวรูปแบบนี้มีความแตกต่าง และมีการเติบโตที่น่าจับตามองในปัจจุบัน พร้อมทั้งวิเคราะห์ประเด็นด้านความยั่งยืนและบทบาทของเทคโนโลยีในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแบบหรูหรา ให้สอดคล้องกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไป บทความนี้จึงมีเป้าหมายเพื่อเสนอกรอบแนวคิดและข้อเสนอเชิงกลยุทธ์ที่สามารถนำไปใช้ได้ทั้งในเชิงวิชาการและเชิงปฏิบัติ โดยเฉพาะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ และนโยบายด้านการท่องเที่ยวแบบหรูหราให้สอดคล้องกับบริบทของโลกในปัจจุบัน รวมทั้งเป็นแนวทางในการปรับกลยุทธ์การตลาดให้สามารถแข่งขันในตลาดนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวแบบหรูหรา ประสบการณ์ นักท่องเที่ยวหรูหรา ความยั่งยืน การพัฒนาสินค้าและบริการ

*ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: thanyakarn.j@gmail.com

Luxury Tourism: Trends, Behavior, and Sustainability in the Modern Era - A Literature-Based Analysis

Thanyakarn Jumpangern^{1,*}, Watsida Boonyanmethaporn²

^{1,2}Graduate School of Tourism Management,
National Institute of Development Administration

Received: 9 May 2025

Revised: 7 August 2025

Accepted: 22 August 2025

Abstract

Luxury tourism is one of the fastest-growing industries and plays a significant role in the global economy, particularly in the modern era shaped by the impact of the COVID-19 pandemic. This global event has significantly altered traveler behavior and expectations. Tourists in this segment seek elevated, exclusive, and personalized experiences that distinguish luxury tourism from conventional travel, especially in terms of service quality, uniqueness, and customization. This literature-based study aims to analyze key concepts related to luxury tourism, including the distinctive characteristics of luxury travelers, their behaviors and trends across regions, and the application of Maslow's hierarchy of needs to luxury travel experiences. It also explores the defining features that set luxury tourism apart and drive its continued growth. Furthermore, the study examines the increasing emphasis on sustainability and the role of technology in shaping industry to align with changing consumer demands. The objective of this article is to propose a conceptual framework and strategic recommendations that can be applied in both academic and practical contexts—particularly in the development of luxury tourism products, services, and policies that are responsive to the contemporary global landscape, while also offering insights for effective marketing strategies in an increasingly competitive market.

Keywords: Luxury tourism, Experience, Luxury Travelers, Sustainability, Product and Service Development

*Corresponding Author; E-Mail: thanyakarn.j@gmail.com

บทนำ

ในช่วงไม่กี่ทศวรรษที่ผ่านมา การท่องเที่ยวแบบหรูหรา (Luxury Tourism) ได้กลายเป็นหนึ่งในภาคอุตสาหกรรมที่เติบโตอย่างรวดเร็วและมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจโลก โดยเฉพาะในบริบทของยุคปัจจุบันที่เต็มไปด้วยความไม่แน่นอนและความเปลี่ยนแปลง เช่น วิกฤตการณ์ COVID-19 ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรม ความคาดหวัง และค่านิยมของนักท่องเที่ยวทั่วโลก (Thopson, 2021) นักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูงมองหาประสบการณ์ที่เหนือระดับ ไม่ใช่เพียงแค่การเดินทางเพื่อพักผ่อน แต่เป็นการแสวงหาความพิเศษ ความสะดวกสบาย และการบริการที่เป็นเอกสิทธิ์เฉพาะตัว (Iloranta and Komppula, 2022) ความหรูหราในบริบทของการท่องเที่ยวไม่ได้จำกัดอยู่แค่ที่พักระดับไฮเอนด์หรือการเดินทางด้วยเครื่องบินส่วนตัวเท่านั้น แต่ยังครอบคลุมถึงประสบการณ์ที่ออกแบบมาเพื่อมอบคุณค่าทางอารมณ์และสร้างความทรงจำที่ล้ำค่า (Meaningful Experience) เช่น การมีปฏิสัมพันธ์กับชุมชนท้องถิ่น การเรียนรู้วัฒนธรรมที่แท้จริง หรือการปรับเปลี่ยนมุมมองชีวิตผ่านกิจกรรมเฉพาะทาง ในขณะเดียวกัน แนวคิดของการท่องเที่ยวแบบหรูหราที่ครอบคลุมการเดินทางเฉพาะบุคคล (Tailor-Made Travel) กลายเป็นมาตรฐานใหม่ของความหรูหรา สะท้อนแนวคิดที่ตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะเจาะจงของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นเส้นทาง สถานที่พัก หรือกิจกรรมที่สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ รวมทั้งมอบประสบการณ์ที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวทั่วไป (Casillo et al., 2017) โดยมักมีมาตรฐานการให้บริการสูงสุดและมีองค์ประกอบด้านความเป็นส่วนตัว (Exclusivity) เป็นหัวใจสำคัญ

แนวโน้มของการท่องเที่ยวแบบหรูหราในปัจจุบันสะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับความเป็นส่วนตัว การบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการเฉพาะบุคคล และประสบการณ์ที่มีความหมายมากกว่าความหรูหราทางกายภาพเพียงอย่างเดียว (Page, 2019; Iloranta and Komppula, 2022) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีแนวโน้มที่จะเลือกใช้บริการที่มีความยั่งยืน (Sustainable Luxury), การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) และการเดินทางที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมท้องถิ่น (Authentic Cultural Experiences) มากขึ้น (Kunz et al., 2020) ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแบบหรูหราต้องปรับตัวเพื่อสร้างสมดุลระหว่างคุณภาพ ความรับผิดชอบต่อสังคม และนวัตกรรม

ประเด็นดังกล่าวทำให้เกิดคำถามที่สำคัญว่า ลักษณะพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวแบบหรูหราในยุคปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างไร ปัจจัยใดเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของการเติบโตในตลาดนี้ รวมทั้งอุตสาหกรรมควรปรับตัวอย่างไรเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในประเทศไทยซึ่งถือเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางที่มีศักยภาพในตลาดการท่องเที่ยวแบบหรูหรา จากจุดเด่นหลายประการ ได้แก่ 1) ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว โดยเฉพาะกรุงเทพมหานคร ภูเก็ต พัทยา กระบี่ และ เกาะสมุย ซึ่งมีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ความงดงามของธรรมชาติ 2) โรงแรมและรีสอร์ทระดับพรีเมียม 3) การบริการที่ได้มาตรฐานระดับสากล และ 4) ความปลอดภัย และการต้อนรับอย่างเป็นมิตร (Chulaphan, 2025)

จากที่กล่าวมาข้างต้น บทความนี้จึงเป็นการศึกษาเชิงวรรณกรรมที่มุ่งวิเคราะห์พฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวแบบหรูหรา วิเคราะห์แนวโน้มและการเปลี่ยนแปลงของความต้องการในตลาดนี้โดยประยุกต์ใช้ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs) เพื่อทำความเข้าใจแรงจูงใจในการเลือกประสบการณ์ระดับหรู รวมทั้งนำเสนอกรอบแนวคิดที่สามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดและการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ผลการศึกษาที่ได้คาดว่าจะให้ประโยชน์ทั้งในเชิงวิชาการและเชิงปฏิบัติ ได้แก่ ด้านวิชาการ ที่จะช่วยเติมเต็มองค์ความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมและ

ความต้องการของนักท่องเที่ยวแบบหรูหรา รวมถึงแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวประเภทนี้ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ด้านนโยบายและการพัฒนาอุตสาหกรรม ในการเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดและพัฒนานโยบายที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบหรูหราในประเทศไทย โดยเฉพาะในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้สอดคล้องกับแนวโน้มระดับโลก และ ด้านธุรกิจและผู้ประกอบการ ยังช่วยให้ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว โรงแรม และบริการระดับพรีเมียม สามารถปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการเฉพาะเจาะจง

โดยสรุป การท่องเที่ยวแบบหรูหราไม่ใช่เพียงแค่การบริโภคสินค้าหรือบริการราคาแพง แต่เป็นการลงทุนในประสบการณ์ที่มีคุณค่า (Meaningful Experience) ซึ่งแนวโน้มและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังคงเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การทำความเข้าใจในประเด็นเหล่านี้จะเป็นกุญแจสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแบบหรูหราให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้อย่างยั่งยืน

ความหมายและแนวคิดของการท่องเที่ยวแบบหรูหรา

ความหรูหรา (Luxury) หมายถึง ความฟุ่มเฟือย สิ่งอำนวยความสะดวกที่เหนือระดับ และประสบการณ์ที่มอบความพิเศษเฉพาะตัว เมื่อนำมาผนวกกับการท่องเที่ยว (Tourism) จึงเกิดเป็นแนวคิดของ “การท่องเที่ยวแบบหรูหรา” (Luxury Tourism) ซึ่งเป็นรูปแบบการเดินทางที่เน้นความสะดวกสบาย บริการชั้นเลิศ และประสบการณ์ที่ไม่สามารถพบได้ในรูปแบบการท่องเที่ยวทั่วไป กล่าวคือ การท่องเที่ยวแบบหรูหรา (Luxury Tourism) เป็นรูปแบบการเดินทางที่เน้นความสะดวกสบาย ความหรูหรา และการบริการระดับพรีเมียม (Khongharn et al., 2017) รวมทั้งยังครอบคลุมการเดินทางที่ออกแบบเฉพาะบุคคล ซึ่งมอบประสบการณ์ที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวทั่วไป (Casillo et al., 2017) โดยมีมาตรฐานการให้บริการสูงสุดและมีองค์ประกอบด้านความเป็นส่วนตัวเป็นหัวใจสำคัญ

กลุ่มนักท่องเที่ยวแบบหรูหรา (Luxury Tourists) เป็นหนึ่งในกลุ่มที่มีความต้องการประสบการณ์ที่ผสมผสานระหว่างความหรูหราและความรับผิดชอบต่อสังคม โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่ได้ต้องการเพียงแค่สิ่งอำนวยความสะดวกที่หรูหรา แต่ยังคำนึงถึงคุณค่าทางศีลธรรม ความเป็นเอกลักษณ์ และผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Li et al., 2024)

ลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวแบบหรูหรา

การท่องเที่ยวแบบหรูหราไม่เพียงแต่เป็นการเดินทางเพื่อพักผ่อน แต่ยังเป็นการลงทุนในประสบการณ์ที่มีเอกลักษณ์ โดยมุ่งเน้นการให้บริการที่เป็นส่วนตัว ความพิเศษเฉพาะบุคคล และมาตรฐานสูงสุดในการบริการ (Iloranta and Komppula, 2022) ลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวประเภทนี้คือการนำเสนอประสบการณ์ที่ออกแบบมาโดยเฉพาะ (Tailor-Made Experiences) ซึ่งอาจรวมถึงการเดินทางด้วยเครื่องบินส่วนตัว ที่พักระดับไฮเอนด์ ร้านอาหารชั้นนำ และกิจกรรมที่มีความเอ็กсклюзив เช่น การท่องเที่ยวเชิงศิลปะและวัฒนธรรมที่ได้รับการจัดเตรียมเป็นพิเศษ (Casillo et al., 2017)

ปัจจุบันแนวคิดของการท่องเที่ยวแบบหรูหราได้เปลี่ยนแปลงไปตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว โดยมีแนวโน้มสำคัญ 4 ประการ ได้แก่: Slow – การท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบที่ให้ผู้เดินทางได้มีส่วนร่วมกับประสบการณ์อย่างแท้จริง Small – สถานที่ท่องเที่ยวขนาดเล็กที่สร้างความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว (Exclusive) Special – การบริการ

แบบเฉพาะบุคคลที่มอบประสบการณ์ที่มีคุณค่าอย่างเต็มที่ และ Story – การเล่าเรื่องราวที่เพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการเพื่อสร้างความประทับใจ (Khongharn et al., 2017)

นอกจากนี้ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจการท่องเที่ยวแบบหรูหรา มักพิจารณา “ความคุ้มค่า” เป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการพิจารณาเลือกแผนการท่องเที่ยว รวมทั้งยังต้องการประสบการณ์ที่คำนึงถึงความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคม ส่งผลให้ภาคธุรกิจต้องพัฒนาแนวทางในการออกแบบประสบการณ์ที่ตอบโจทย์ต่อความต้องการที่ซับซ้อนและหลากหลายของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ โดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนท้องถิ่น (Pine and Gilmore, 1998)

การเติบโตและขอบเขตของการท่องเที่ยวแบบหรูหรา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแบบหรูหรา (Luxury Tourism) กำลังเติบโตและเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากขึ้น โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ย 6.2% ต่อปี ซึ่งสูงกว่าการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยรวมที่ 4.8% (Pattanaphokinsakul et al., 2023) คาดการณ์ว่าจะเติบโตถึง 1,650.5 พันล้านดอลลาร์ภายในปี 2031 ซึ่งสะท้อนอัตราการเติบโตคงที่ต่อปีที่ 8.9% (Travel and Tour World, 2024) ลักษณะเด่นของการท่องเที่ยวประเภทนี้คือการมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับประสบการณ์แบบหรูหรา โดยมองหาบริการที่เป็นเอกลักษณ์ การออกแบบที่หรูหรา และการตอบสนองทางอารมณ์ที่เหนือระดับ ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง รวมถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ซึ่งให้ความสำคัญกับการใช้จ่ายเพื่อสร้างประสบการณ์อันทรงคุณค่าให้แก่ตนเองและครอบครัว (Tuangrattanaphan, 2024)

ภาคอุตสาหกรรมนี้เติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในภูมิภาคยุโรปและตะวันออกกลาง ซึ่งมีการผสมผสานเอกลักษณ์ท้องถิ่นเข้ากับมาตรฐานบริการระดับสากล (Travel and Tour World, 2024) นอกจากนี้ การท่องเที่ยวแบบหรูหายังขยายไปสู่ภาคการเดินทางเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) ซึ่งรวมถึงสปาและศูนย์สุขภาพองค์รวม (Thirumaran et al., 2023) ในบริบทของเอเชีย ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางที่ได้รับความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยวหรูหรา เนื่องจากมีทรัพยากรทางธรรมชาติ วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ และมาตรฐานการบริการระดับโลก รวมทั้งอุตสาหกรรมสปาและสุขภาพของไทยยังเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวระดับพรีเมียมจากทั่วโลก (Chulaphan, 2025) ดังนั้น จะเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวแบบหรูหรมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศเนื่องจากการท่องเที่ยวที่เน้นเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง ช่วยเพิ่มมูลค่าและกระตุ้นการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในระดับมหภาคมากยิ่งขึ้น

พฤติกรรมและประเภทของนักท่องเที่ยวแบบหรูหรา

พฤติกรรม (Behavior) หมายถึง การแสดงออกของการกระทำที่เกิดขึ้นซ้ำจนกลายเป็นเอกลักษณ์ของบุคคลหรือกลุ่ม ในบริบทการท่องเที่ยว พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior) สะท้อนรูปแบบการเดินทาง ความต้องการ และการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการวิเคราะห์แนวโน้มและกำหนดกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยว โดยการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีเป้าหมายเพื่อคาดการณ์แนวโน้มการเดินทางและพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสม (Sukarat et al., 2024) ความเข้าใจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและส่งเสริมการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

นักท่องเที่ยวแบบหรูหรา (Luxury Tourists) เป็นกลุ่มที่มีความต้องการเฉพาะตัว และมองหาประสบการณ์ที่มีความพิเศษและมีคุณภาพสูง โดยทั่วไป นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความสามารถในการใช้จ่ายสูง และคาดหวังการบริการที่เหนือระดับ (Page, 2019) นักท่องเที่ยวแบบหรูหรามักมีความเต็มใจที่จะจ่ายเงินเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์และบริการที่มีราคาสูง โดยต้องมีคุณลักษณะสำคัญ 6 ประการ (6E of Luxury Factors) ได้แก่ 1) Exclusive – ความพิเศษเฉพาะบุคคล 2) Exceptional – คุณภาพและมาตรฐานที่โดดเด่น 3) Expertise – ความเชี่ยวชาญของผู้ให้บริการ 4) Experience – ประสบการณ์ที่น่าจดจำ 5) Excellence – ความเป็นเลิศด้านการบริการ และ 6) Ethical – ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Khongharn et al., 2017) การมีองค์ประกอบเหล่านี้ทำให้สินค้าและบริการมีคุณค่า (Value) มีความพิเศษ และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

แนวคิดหลักในการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแบบหรูหราคือ “The 5C’s of Luxury Travel” ซึ่งช่วยสร้างความผูกพันกับนักท่องเที่ยวในเชิงอารมณ์และประสบการณ์ ตั้งแต่ก่อนเดินทาง ระหว่างเดินทาง และหลังเดินทาง ประกอบด้วย 1) Cultural - การเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม 2) Cuisine - ประสบการณ์ด้านอาหาร 3) Community - การมีส่วนร่วมกับชุมชน 4) Content - การสร้างประสบการณ์ที่มีความหมาย และ 5) Customization - การปรับแต่งบริการให้เหมาะสมกับแต่ละบุคคล แม้แนวคิดเหล่านี้จะไม่ใช่วิธีใหม่ แต่กำลังถูกนำมาประยุกต์ใช้ในรูปแบบใหม่เพื่อรักษาความเกี่ยวข้องกับตลาดและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน (Kieran, 2021)

ตารางที่ 1 ความสอดคล้องของแนวคิดการศึกษาพฤติกรรมและคุณลักษณะสำคัญของนักท่องเที่ยวแบบหรูหรา

5C's of Luxury Travel	6Es of Luxury Factors
Cultural: เน้นการนำเสนอคุณค่ากับมรดกทางวัฒนธรรม อาทิ ศิลปะการแสดง เรื่องเล่าประจำท้องถิ่น และผลิตภัณฑ์หรูหรที่สะท้อนถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม	Expertise: นักท่องเที่ยวแบบหรูหรต้องการผู้ให้บริการที่มีความเชี่ยวชาญพิเศษ ที่ช่วยให้เข้าถึงประสบการณ์ที่มีคุณค่าและหายาก
Cuisine: สนใจการทำอาหารท้องถิ่น การท่องเที่ยวเชิงไวน์ หรือการลิ้มลองอาหารจากเชฟชื่อดังระดับโลก โดยยินดีจ่ายแพงขึ้นเพื่อสัมผัสประสบการณ์อาหารเหนือระดับ รวมทั้งคาดหวังคุณภาพและความแท้จริงของอาหารสูงกว่ามาตรฐาน	
Community: ต้องการความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน โดยสามารถสร้างความรู้สึกลึกซึ้งผ่านการเล่าเรื่องที่ดึงดูดใจในสื่อโฆษณา รวมถึงการจัดกิจกรรมภายในโรงแรมหรือที่พัก	Ethical: นักท่องเที่ยวแบบหรูหรามักสนับสนุนผลิตภัณฑ์และบริการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม และช่วยพัฒนาชุมชนท้องถิ่น
Content: ต้องการความสะดวกสบายในการเข้าถึงประสบการณ์ที่ได้รับการคัดสรรมาแล้ว ผลิตภัณฑ์และบริการที่นำเสนอ Content ที่ตอบโจทย์ จะสามารถช่วยให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ตัดสินใจได้ง่ายขึ้น	Experience: นักท่องเที่ยวแบบหรูหรามุ่งเน้นไปที่ประสบการณ์ ที่จะกลายเป็นความทรงจำที่ไม่มีวันลืม
	Exceptional: นักท่องเที่ยวแบบหรูหรต้องการบริการที่มีความพิเศษที่เกินความคาดหวัง สร้างความประหลาดใจและทำให้รู้สึกประทับใจอย่างแท้จริง

ตารางที่ 1 (ต่อ)

5C's of Luxury Travel	6Es of Luxury Factors
Customization: ต้องการอิสระในการเลือกประสบการณ์ของตนเอง ตั้งแต่การเลือกเมนูอาหาร การออกแบบการเดินทางและกิจกรรมตามความสนใจ รวมถึง การเลือกประเภทที่พักและบริการที่สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์	Exclusive: นักท่องเที่ยวแบบหรูหรมองหาประสบการณ์ที่ไม่สามารถซื้อได้ทั่วไป แต่ต้องเป็นสิ่งที่ถูกออกแบบมาเพื่อตัวเองโดยเฉพาะ
	Excellence: นักท่องเที่ยวแบบหรูหรมหาความหวังการให้บริการที่ไม่มีที่ติ ตั้งแต่เริ่มต้นการเดินทางระหว่างเดินทาง จนถึงสิ้นสุดการเดินทาง

ที่มา: ผลจากการสังเคราะห์วรรณกรรมโดยผู้ศึกษา (Kieran, 2021; Khongharn, R. et al., 2017)

จากตารางที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดที่ผู้ศึกษาพัฒนาขึ้นจากการวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแบบหรูหรม (5Cs) กับคุณลักษณะของการท่องเที่ยวหรูในปัจจุบัน (6Es) โดยเน้นให้เห็นว่าแต่ละมิติของพฤติกรรมมีความสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ต่อการสร้างคุณค่าทางประสบการณ์ที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะบุคคลของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ กรอบแนวคิดดังกล่าวจึงไม่ได้เป็นเพียงการจัดกลุ่มพฤติกรรมและคุณลักษณะของการท่องเที่ยวแบบหรูหรานั้น แต่ยังสะท้อนการเปลี่ยนแปลงของนิยามความหรูหรารในปัจจุบัน ที่ขยับจากการเน้นวัตถุหรือสถานะทางเศรษฐกิจ ไปสู่การสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าทางจิตใจ ความยั่งยืน และการเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ของตนเอง

การวิเคราะห์พฤติกรรมและแนวโน้มของนักท่องเที่ยวหรูหรมในแต่ละภูมิภาค

การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแบบหรูหรมในแต่ละภูมิภาคเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ (Wiratchanrat, 2018; Tourism Authority of Thailand, 2018, 2019) ความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับความต้องการและรูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถออกแบบสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์ได้ดียิ่งขึ้น จากการศึกษาข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแบบหรูหรมทั่วโลกสามารถสรุปตัวอย่างกลุ่มนักท่องเที่ยวที่โดดเด่นในแต่ละภูมิภาค ได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 สรุปพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแบบหรูหรมในแต่ละภูมิภาค

ภูมิภาค	ลักษณะเด่นของการท่องเที่ยวหรูหรม	กิจกรรมยอดนิยม
ยุโรป	- มุ่งเน้นวัฒนธรรม อาหาร และแฟชั่น - นิยมเข้าพักในที่พักที่มีเอกลักษณ์และประวัติศาสตร์	- ทัวร์ไร่องุ่น/ ชิมไวน์แบบส่วนตัว (อิตาลี/ฝรั่งเศส) - ขับรถซูเปอร์คาร์ (อิตาลี) - งานแฟชั่นระดับโลก (ฝรั่งเศส)
ตะวันออกกลาง	- ให้ความสำคัญกับความเป็นส่วนตัว - แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์ ผสมผสานความหรูหรา - เดินทางแบบ Ultra-Luxury Travel	- การท่องเที่ยวแบบเป็นส่วนตัว - ความสนุกสนานบันเทิงในรูปแบบต่างๆ

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ภูมิภาค	ลักษณะเด่นของการท่องเที่ยวหรูหรา	กิจกรรมยอดนิยม
เอเชีย	มีความหลากหลาย ตั้งแต่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สุขภาพ และแฟชั่น	- ทัวร์เชิงวัฒนธรรม - รีสอร์ทสุขภาพระดับไฮเอนด์ - ช้อปปิ้งสินค้าแบรนด์เนม
อเมริกาเหนือ	- สหรัฐฯ เน้นความสะดวกสบายและความพิเศษ - แคนาดาให้ความสำคัญกับธรรมชาติและความสะดวกสบาย	- Private Luxury Travel (สหรัฐฯ) - การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติระดับพรีเมียม (แคนาดา)
อเมริกาใต้	- มุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติ - ความสนใจแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ	- เทศกาลดนตรีและศิลปะ (บราซิล) - Luxury Wine Tourism (อาร์เจนตินา) - Luxury Eco-Tourism (ชิลี)
ออสเตรเลีย และ นิวซีแลนด์	- เน้นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และการผจญภัย - ให้ความสำคัญกับความเป็นส่วนตัวและที่พักระดับพรีเมียม	- Private Safari และดำน้ำสำรวจธรรมชาติ (ออสเตรเลีย) - Luxury Glamping และ Private Wine Tasting (นิวซีแลนด์)

ที่มา: ผลจากการสังเคราะห์วรรณกรรมโดยผู้ศึกษา (Wirotchanrat, 2018; Tourism Authority of Thailand, 2018, 2019)

จากตารางที่ 2 สะท้อนให้เห็นถึงความหลากหลายของมุมมองและค่านิยมต่อ "ความหรูหรา" (Luxury) ที่ไม่ได้มีความหมายตายตัว แต่มีพลวัตตามบริบทของแต่ละภูมิภาค โดยนักท่องเที่ยวยุโรปให้ความสำคัญกับวัฒนธรรม อาหาร และแฟชั่น ในขณะที่ตะวันออกกลางและเอเชียเน้นการท่องเที่ยวที่สะท้อนเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและศาสนา นักท่องเที่ยวจากอเมริกาเหนือมุ่งเน้นความสะดวกสบายและประสบการณ์กลางแจ้ง ในขณะที่อเมริกาใต้ให้ความสำคัญกับธรรมชาติและกิจกรรมเฉพาะทาง ด้านออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ เน้นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และการผจญภัยระดับพรีเมียม แม้ว่านักท่องเที่ยวระดับหรูจากทั่วโลกจะแสวงหาประสบการณ์พิเศษ แต่พฤติกรรมและรสนิยมของแต่ละภูมิภาคมีความแตกต่างกันตามปัจจัยทางวัฒนธรรมและภูมิศาสตร์ การเปรียบเทียบพฤติกรรมเหล่านี้เป็นกุญแจสำคัญที่ชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดและบริการที่มีลักษณะเฉพาะตามภูมิภาค (Region-Specific Luxury Strategy) เพื่อสามารถตอบสนองความคาดหวังของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในปัจจุบัน แนวโน้มของการท่องเที่ยวแบบหรูได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะหลังการแพร่ระบาดของ COVID-19 ซึ่งแนวโน้มสำคัญที่ปรากฏชัด ได้แก่ การให้ความสำคัญกับความเป็นส่วนตัว ความปลอดภัย และสุขภาพ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังมีแนวโน้มเลือกจุดหมายปลายทางที่สามารถตอบโจทย์ด้านความหมายของประสบการณ์ และมีการเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมท้องถิ่นหรือการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม แสดงถึงการขยับจาก “Luxury-as-Product” สู่ “Luxury-as-Experience” (Batat, 2019) ขณะเดียวกัน กลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่อย่าง Millennials และ Gen Z ก็เริ่มมีบทบาทเพิ่มขึ้นในตลาดการท่องเที่ยวแบบหรู โดยแสดงออกถึงความต้องการที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวรุ่นก่อน เช่น การให้ความสำคัญกับการปรับแต่งบริการเฉพาะบุคคล (Personalization) การใช้เทคโนโลยีที่ไร้รอยต่อในทุกจุดสัมผัส (Seamless Digital Experience) และการแสวงหาประสบการณ์ที่มีคุณค่าทางอารมณ์มากกว่าการบริโภควัตถุเพียงอย่างเดียว แนวโน้มเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยที่หล่อหลอมพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

แบบหรูหราในยุคใหม่ และเป็นแรงผลักดันสำคัญที่ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต้องปรับกลยุทธ์เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง

การวิเคราะห์ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการกับการท่องเที่ยวแบบหรูหรา

ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ (Hierarchy of Needs) ของ Maslow (1943) เน้นความเชื่อว่ามนุษย์มีความต้องการที่ไม่สิ้นสุด และเมื่อความต้องการพื้นฐานได้รับการตอบสนองแล้ว จะเกิดความต้องการที่สูงขึ้นในระดับต่อไป เช่น ความต้องการประจักษ์ตน (Self-Actualization Needs) ซึ่งทฤษฎีนี้ได้รับการนำมาปรับใช้ในบริบทของการท่องเที่ยวหรูหราเพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวในลำดับขั้นต่างๆ ในกรณีของการท่องเที่ยวหรูหรา (The Hierarchy of Luxury Travel Needs) โดยทฤษฎีนี้แบ่งออกเป็นระดับ ตามลำดับความต้องการของนักท่องเที่ยวหรูหรา โดยเริ่มจากฐานของพีระมิด คือ ความสะดวกและความไว้วางใจ (Trusted Travel Guardian) ซึ่งสะท้อนถึงความต้องการความปลอดภัยและความสะดวกสบายที่เป็นพื้นฐานก่อนที่จะก้าวไปสัมผัสประสบการณ์ที่ซับซ้อนยิ่งขึ้น

ระดับถัดไปคือ มาตรฐานและการบริการระดับสูง (Product Quality Standards and Service Level) เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับความปลอดภัยและไว้วางใจแล้ว พวกเขาจะต้องการบริการที่มีคุณภาพสูงและมาตรฐานที่สม่ำเสมอในทุกขั้นตอนของการเดินทาง การมีมาตรฐานที่ชัดเจนช่วยให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการเดินทางนั้นคุ้มค่าและพิเศษ หลังจากนั้น การแสวงหาความหมายและความหรูหรา (Indulgent and Authentic Experience) จะเกิดขึ้น ซึ่งเปรียบเสมือนกับความต้องการเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมและสถานที่ที่ไปเยือน นักท่องเที่ยวต้องการสัมผัสกับเอกลักษณ์ของจุดหมายปลายทางเพื่อให้ประสบการณ์นั้นมีความหมายและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

ระดับถัดไป คือ การแสดงออกถึงเอกลักษณ์เฉพาะตัว (Exclusive) นักท่องเที่ยวต้องการประสบการณ์ที่โดดเด่นและไม่เหมือนใคร การได้สัมผัสกับสิ่งพิเศษช่วยยกระดับสถานะทางสังคมและสะท้อนรสนิยมส่วนตัว ขณะที่ระดับสูงสุดของพีระมิด คือ ความเป็นส่วนตัวและอิสรภาพสูงสุด (VIP Privacy and Security) ซึ่งสอดคล้องกับ ความต้องการประจักษ์ตน ของ Maslow โดยเน้นการให้ความสำคัญกับความสงบและอิสระ มากกว่าความหรูหราทางกายภาพ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจสูงสุดจากประสบการณ์การเดินทาง (Amadeus, 2021)

การแพร่ระบาดของ COVID-19 ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาได้ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวแบบหรูหราอย่างมีนัยสำคัญ นักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีความต้องการที่ปรับตัวตามสถานการณ์ โดยเน้นไปที่การดูแลสุขภาพและความปลอดภัยมากขึ้น รวมถึงการมุ่งสู่ประสบการณ์ที่แท้จริงแทนการเน้นความหรูหราทางวัตถุเพียงอย่างเดียว การศึกษาล่าสุดจาก O'Neil (2021) พบว่า ลำดับขั้นความต้องการของนักท่องเที่ยวหรูหรางดมีการเปลี่ยนแปลง โดยยังคงเน้นคุณภาพของบริการและผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานสูงเป็นปัจจัยพื้นฐานในการตัดสินใจเดินทาง แต่ในระดับต่อมา นักท่องเที่ยวเน้นการมองหาประสบการณ์ที่สามารถกระตุ้นทุกประสาทสัมผัส (Authentic, Vivid, All Senses) ซึ่งสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงจากความหรูหราทางกายภาพไปสู่การแสวงหาประสบการณ์ที่มีความหมายมากขึ้น นักท่องเที่ยวต้องการสัมผัสวัฒนธรรมและสถานที่จริง พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับการมีประสบการณ์ที่เต็มไปด้วยอารมณ์ การรับรู้ผ่านประสาทสัมผัสต่าง ๆ และการปฏิสัมพันธ์กับสถานที่และผู้คนที่พวกเขาไปเยือน

ความหรูหราและสุขภาพที่สมดุล (Indulgence / Decadence and Wellness / Pampering) เป็นแนวโน้มที่สะท้อนถึงความสำคัญของการดูแลสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี นักท่องเที่ยวหรูหราในปัจจุบันเริ่มให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมากขึ้น การผสมผสานระหว่างความหรูหราและสุขภาพจึงกลายเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การเดินทางมีคุณค่าและสอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของนักท่องเที่ยวหรูหรา อีกหนึ่งปัจจัยที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจนคือ ความเป็นส่วนตัวและการหลีกเลี่ยงฝูงชน (Privacy / Few Crowds) นักท่องเที่ยวหรูหราในปัจจุบันมีความต้องการหลีกเลี่ยงฝูงชนและเพิ่มพื้นที่ส่วนตัวมากขึ้น โดยมีแนวโน้มเลือกจุดหมายปลายทางที่มีผู้คนจำนวนน้อยเพื่อรักษาระยะห่างทางสังคมและสัมผัสความสงบในระหว่างการเดินทาง

ในขณะที่ ระดับสูงสุดของพีระมิดใหม่ที่มีการเปลี่ยนแปลงมากที่สุดคือ ความสำคัญของสุขภาพและความปลอดภัย (Health and Safety) ซึ่งกลายเป็นปัจจัยสำคัญอันดับหนึ่งของนักท่องเที่ยวหรูหรา นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับมาตรการด้านสุขภาพและความปลอดภัยมากขึ้น โดยต้องการมาตรฐานสุขอนามัยที่เคร่งครัด รวมถึงการเข้าถึงการรักษาพยาบาลที่มีคุณภาพสูงในกรณีจำเป็น จุดหมายปลายทางที่มีระบบสาธารณสุขที่ดี และสถานที่พักหรือสายการบินที่มีมาตรการด้านความสะอาดและความปลอดภัยจึงกลายเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกเดินทาง ซึ่งทั้งหมดเป็นการตอบสนองต่อการเติบโตของตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นหลังจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 (O'Neil, 2021)



ภาพที่ 1: ลำดับชั้นความต้องการกับการท่องเที่ยวแบบหรูหรา

ที่มา: ผลจากการประยุกต์โมเดล The Hierarchy of Luxury Travel Needs ของ Amadeus (2021) และ The New Hierarchy of Luxury Travel Needs ของ O'Neil (2021)

รูปแบบการท่องเที่ยวแบบหรรษา: ความต้องการสร้างประสบการณ์เหนือระดับ

การท่องเที่ยวแบบหรรษานั้นเน้นการมอบประสบการณ์ที่มีความพิเศษและน่าจดจำ ซึ่งนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้คาดหวังประสบการณ์ที่ไม่เพียงแต่สะดวกสบาย แต่ยังต้องมีความสมบูรณ์แบบ ทั้งในด้านคุณภาพบริการและกิจกรรมที่เข้าถึงทุกประสาทสัมผัส ทำให้การสร้างประสบการณ์ที่ยอดเยี่ยมนั้นจึงเป็นสิ่งสำคัญในการดึงดูดและรักษาความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

“ประสบการณ์” หมายถึง การรับรู้หรือความรู้สึกของบุคคลที่เกิดขึ้นจากการสัมผัสสิ่งต่างๆ ซึ่งอาจเป็นความคุ้นเคยหรือสิ่งใหม่ที่ไม่เคยพบมาก่อน นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวหลายท่านมองว่า ประสบการณ์เป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ เป็นการมองหรือความรู้สึกที่บุคคลมีต่อสิ่งที่ประสบพบเจอ ซึ่งเกิดจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับกิจกรรมหรือแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ ประสบการณ์ยังสามารถถูกมองเป็นกระบวนการของการเรียนรู้ที่มาจากการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ โดยมีทั้งการมีส่วนร่วมแบบพาสซีฟ (Passive) ซึ่งไม่ส่งผลกระทบต่อประสบการณ์นักท่องเที่ยวมากนัก เช่น การชม แต่ไม่ได้มีส่วนร่วมในการสร้างประสบการณ์ หรือการมีส่วนร่วมที่จริงจัง (Active) ซึ่งบุคคลจะมีการปรับตัวเพื่อให้ได้ประสบการณ์ที่ดีที่สุดผ่านการลงมือทำจริง (Pine and Gilmore, 1998)

ประสบการณ์การท่องเที่ยวถือเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยว การสร้างประสบการณ์ที่ดีต้องคำนึงถึงหลากหลายมิติ เช่น สถานที่ วัฒนธรรม การบริการ กิจกรรม ความสะดวกสบาย และการปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว รวมถึงความปลอดภัย หากสามารถสร้างประสบการณ์ที่ดีและน่าจดจำได้ นักท่องเที่ยวมักจะมีความพึงพอใจและมีแนวโน้มที่จะกลับมาเยือนในอนาคตหรือแนะนำการท่องเที่ยวแก่ผู้อื่น ขณะเดียวกัน หากประสบการณ์ที่ได้รับไม่ดี ก็อาจส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และทำให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยรวม

การท่องเที่ยวแบบหรรษานั้นเน้นการมอบประสบการณ์ที่พิเศษและเหนือระดับในทุกแง่มุม โดยทฤษฎี 5A เป็นแนวคิดที่สำคัญในการอธิบายการสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวแบบหรรษา ซึ่งประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว (Attractions), การเข้าถึง (Accessibility), ที่พักอาศัย (Accommodation), สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities), และกิจกรรม (Activities) ซึ่งแต่ละองค์ประกอบมีบทบาทในการสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าและตอบโต้ความคาดหวังของนักท่องเที่ยว (Wachaiyung and Sunthayathon, 2022)

แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) เป็นจุดเริ่มต้นของประสบการณ์ท่องเที่ยวหรรษา นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักมองหาสถานที่ที่มีเอกลักษณ์ เช่น รีสอร์ทบนเกาะส่วนตัว หรือมรดกโลกที่ได้รับการดูแลอย่างดี พวกเขาคาดหวังประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใคร เช่น วิถีชีวิตที่แตกต่างที่ไม่พลุกพล่าน หรือบริการไกด์ส่วนตัวที่สามารถทำให้การเดินทางพิเศษยิ่งขึ้น

การเข้าถึง (Accessibility) เป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยเพิ่มความความสะดวกสบายในการท่องเที่ยวแบบหรรษา นักท่องเที่ยวมักคาดหวังบริการเดินทางที่เป็นส่วนตัว เช่น การเดินทางด้วยเครื่องบินชั้นเฟิร์สคลาส บริการเฮลิคอปเตอร์ส่วนตัว หรือการเดินทางโดยรถลีมูซีนจากสนามบินไปยังที่พัก เพื่อให้การเดินทางเป็นไปอย่างราบรื่นและไร้ความยุ่งยาก

ที่พักหรูหรา (Accommodation) ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยวหรูหรา โรงแรมหรือรีสอร์ทระดับ 5 ดาวไม่ได้เป็นเพียงที่พัก แต่ยังมอบบรรยากาศที่เรียบสงบและเป็นส่วนตัว พร้อมบริการพิเศษ เช่น Butler Service หรือสปาหรู ซึ่งช่วยสร้างความพึงพอใจและเพิ่มโอกาสให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ

สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการทำให้การท่องเที่ยวหรูหราเพียบพร้อม นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้คาดหวังสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีมาตรฐานระดับโลก เช่น ร้านอาหารมิชลินสตาร์ สปาหรู สนามกอล์ฟระดับพรีเมียม หรือร้านค้าแบรนด์เนม ซึ่งช่วยเติมเต็มประสบการณ์ที่ยอดเยี่ยมในการเดินทาง

กิจกรรม (Activities) เป็นอีกปัจจัยสำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวหรูหราเต็มไปด้วยความพิเศษ นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ต้องการกิจกรรมที่ออกแบบมาเป็นพิเศษ เช่น การล่องเรือยachtsส่วนตัว การเข้าร่วมเวิร์คช็อปศิลปะ หรือทัวร์ชิมไวน์แบบเอ็กсклюзив ตัวอย่างเช่น ประเทศไทยมีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับพรีเมียม เช่น Chiva-Som ที่มอบประสบการณ์สุขภาพด้วยโปรแกรมที่ออกแบบเฉพาะบุคคล

ตารางที่ 3 ความต้องการของนักท่องเที่ยวแบบหรูหรามาตามลักษณะการใช้จ่ายและพฤติกรรม

ประเภท	พฤติกรรม (5C)	ความต้องการ (Hierarchy)	ประสบการณ์ (5A)
Always Luxury	- มองว่าความหรูหราเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน - ไม่เปลี่ยนใจไปใช้บริการอื่นๆ	- บริการพรีเมียมที่มีมาตรฐานสูงสุด - ความสม่ำเสมอในคุณภาพและบริการ	- การเข้าพักในโรงแรมหรูระดับโลกที่มีชื่อเสียง - รับประทานอาหารในร้านระดับมิชลินสตาร์
Special Occasion	- เลือกประสบการณ์ที่มี Wow Factor - ยอมลดความสะดวกสบายเพื่อแลกกับประสบการณ์พิเศษ	- ประสบการณ์ที่มีเอกลักษณ์และสร้างความประทับใจ - กิจกรรมที่ออกแบบเฉพาะ	- ดินเนอร์ส่วนตัวบนหน้าผาหรือเรือยachts - เข้าร่วมกิจกรรมท้องถิ่นที่จัดขึ้นเฉพาะโอกาส
Bluxury	- ผสมผสานการทำงานกับการพักผ่อนหรูหรา - มองหาสิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับทั้งธุรกิจและการพักผ่อน	- ที่พักที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการทำงาน - ความยืดหยุ่นในการจัดตารางเวลา	- โรงแรมที่มีห้องประชุมและพื้นที่ทำงานส่วนตัว - บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงและอุปกรณ์สำนักงานครบครัน
Cash-rich, Time-poor	- มีเวลาจำกัดและแผนการเดินทางที่เปลี่ยนแปลงบ่อย - พึ่งพาผู้เชี่ยวชาญในการจัดการการเดินทาง	- การเดินทางที่รวดเร็วและสะดวกสบาย - บริการที่ปรับตามตารางเวลาที่แน่นอน	- ใช้บริการเครื่องบินส่วนตัวหรือ VIP Lounge - แผนการเดินทางที่จัดการโดยผู้ช่วยส่วนตัว
Strictly Opulent	- เลือกสรรสิ่งที่ดีที่สุดและหรูหราที่สุด - ใช้โซเชียลมีเดียเพื่อแสดงประสบการณ์ของตน	- สถานที่และบริการที่มีชื่อเสียงและหรูหรา - การบริการที่ออกแบบมาเฉพาะบุคคล	- พักในวิลล่าส่วนตัวหรือรีสอร์ทหรู - แอร์ประสบการณ์ผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย
Independent and Affluent	- เลือกการเดินทางหรูหราเมื่ออยากให้รางวัลตนเอง - ไม่ยึดติดกับแบรนด์หรือบริการใดๆ	- ความยืดหยุ่นและอิสระในการเลือกประสบการณ์ - บริการที่ปรับตามความต้องการเฉพาะบุคคล	- พักในรีสอร์ทบูติกที่มีเอกลักษณ์ - เข้าร่วมกิจกรรมที่สนใจเฉพาะ

ที่มา: ผลจากการสังเคราะห์วรรณกรรมโดยผู้ศึกษา (Amadeus, 2021)

การบูรณาการขององค์ประกอบทั้ง 5A นี้ ช่วยสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สมบูรณ์และน่าจดจำสำหรับนักท่องเที่ยวแบบหรูหรา เพื่อให้มั่นใจว่าทุกการเดินทางจะเต็มไปด้วยความพิเศษและเหนือระดับ จากที่กล่าวมาข้างต้น อาจสรุปได้ว่าความต้องการของนักท่องเที่ยวแบบหรูหรามีสามารถแบ่งออกเป็น 6 กลุ่มหลัก ตามที่ระบุโดย Amadeus (2021) ได้แก่: (1) กลุ่มหรูตลอดกาล (Always Luxury) กลุ่มนี้มีสัดส่วน 4% โดยที่ความหรูหราเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของพวกเขา เงินไม่ใช่ปัจจัยหลักในการตัดสินใจ นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ไม่เปลี่ยนแปลงความต้องการและไม่ย้ายไปยังกลุ่มอื่น (2) กลุ่มหรูในโอกาสพิเศษ (Special Occasion) กลุ่มนี้มีสัดส่วน 20% นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้มีฐานะดีและต้องการประสบการณ์พิเศษ โดยพร้อมที่จะลดความสะดวกบางประการเพื่อแลกกับสิ่งที่ทำให้เกิดความประทับใจ (Wow Factor) (3) กลุ่มท่องเที่ยวหรูควบคู่กับทำงาน (Bluxury) กลุ่มนี้มีสัดส่วน 31% เป็นการผสมผสานระหว่างการเดินทางเพื่อธุรกิจและการท่องเที่ยวหรูหรา เพื่อความสะดวกสบายและความหรูหราในระหว่างการทำงาน (4) กลุ่มรวยเงิน-จนเวลา (Cash-rich, Time-poor) กลุ่มนี้มีสัดส่วน 24% มักจะมีแผนการเดินทางที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเนื่องจากข้อจำกัดด้านเวลา ดังนั้นจึงมักเลือกที่จะพึ่งพาผู้เชี่ยวชาญในการช่วยวางแผนการเดินทางให้เหมาะสม (5) กลุ่มรวยออกสื่อ (Strictly Opulent) กลุ่มนี้มีสัดส่วน 18% นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้จะเลือกสิ่งที่ดีที่สุดและมักใช้โซเชียลมีเดียในการแชร์ประสบการณ์หรูหราของตนเองเพื่อแสดงให้ผู้อื่นเห็น และ (6) กลุ่มรวยแบบไม่ผูกมัด (Independent and Affluent) กลุ่มนี้มีสัดส่วน 3% นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้จะเลือกการเดินทางหรูหากต่อเมื่อพวกเขาต้องการให้รางวัลตนเองหลังจากการทำงานหนัก ซึ่งการเข้าใจความแตกต่างเหล่านี้ช่วยให้ผู้ให้บริการสามารถตอบสนองต่อความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวหรูหราได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

การท่องเที่ยวแบบหรูหราในยุคปัจจุบัน: ความยั่งยืนและเทคโนโลยีที่ขับเคลื่อนอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแบบหรูหรา (Luxury Tourism) ได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นอย่างมากในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคและความสำคัญของความยั่งยืนในระดับโลก นักท่องเที่ยวในปัจจุบันไม่เพียงแต่ต้องการความสะดวกสบายหรือบริการที่หรูหราเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญกับประสบการณ์ที่มีคุณค่าในด้านสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม (Kunz et al., 2020) ซึ่งนำไปสู่การออกแบบและการบริหารจัดการธุรกิจท่องเที่ยวหรูหราที่ต้องคำนึงถึงผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

แนวโน้มการท่องเที่ยวหรูหราในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงจากการเน้นที่สิ่งอำนวยความสะดวกไปสู่การสร้างประสบการณ์ที่มีความหมายและมีคุณค่าทางจิตใจ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักให้ความสนใจในบริการที่เฉพาะบุคคล (Personalized Experiences) และกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับสถานที่อย่างลึกซึ้ง เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Retreats) นอกจากนี้ แนวคิด “Silent Luxury” หรือ “Minimalist Luxury” ซึ่งเน้นความเรียบง่ายและการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ กำลังได้รับความนิยม โดยโรงแรมหรูในสวิตเซอร์แลนด์และญี่ปุ่นเริ่มนำแนวคิดนี้มาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างความยั่งยืนในการให้บริการ (Liu et al., 2024)

การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวหรูอย่างยั่งยืนจำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากชุมชนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้มักมองหากิจกรรมที่ช่วยเสริมสร้างความเป็นอยู่ของชุมชนและต้องการให้เงินที่ใช้จ่ายมีผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม ตัวอย่างเช่น โครงการ Luxury Homestay Programs ที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นในลักษณะที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญในแนวคิดความยั่งยืนของการท่องเที่ยวหรูหรา เนื่องจากธุรกิจนี้มักใช้ทรัพยากรจำนวนมากซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โรงแรมหรูหลายแห่งจึงได้ประกาศนโยบาย “Net Zero Carbon” ภายในปี 2030 โดยการลด

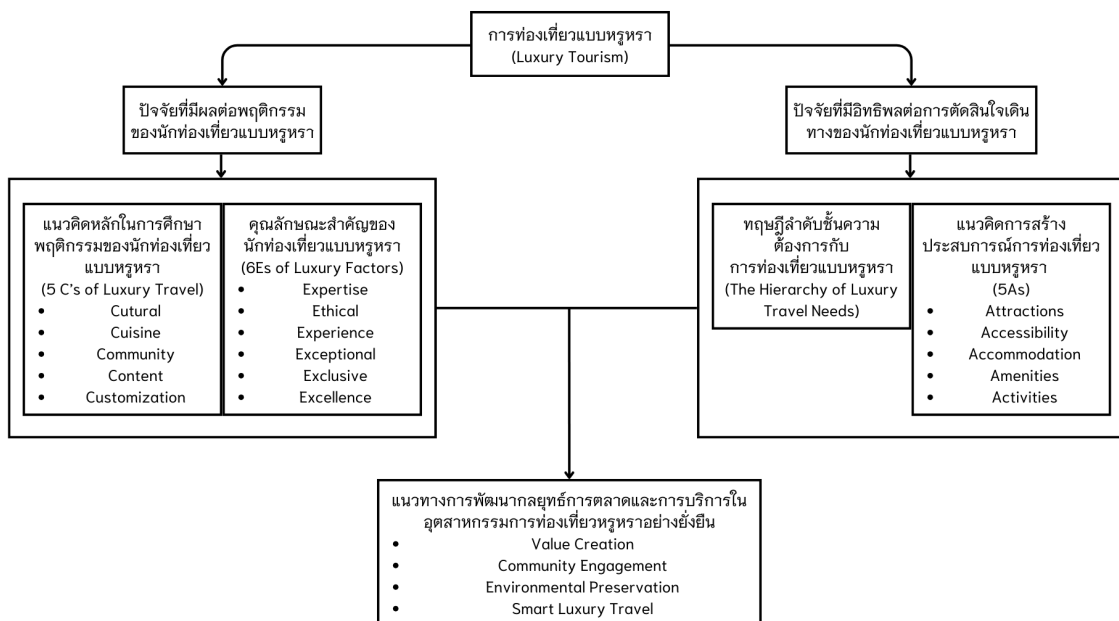
การใช้พลังงานและปลูกป่าชดเชยคาร์บอน อีกทั้งบางโรงแรมในยุโรปและออสเตรเลียยังนำแนวคิด “Passive House” มาใช้ในการออกแบบอาคารเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการประหยัดพลังงาน (Thanatrakul, 2021)

เทคโนโลยีดิจิทัลก็มีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวหรูหรา โดย AI และ Big Data ช่วยให้ผู้ธุรกิจสามารถวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าและนำเสนอโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับแต่ละบุคคล ขณะเดียวกัน Blockchain ก็ถูกนำมาใช้ในระบบสมาชิกของโรงแรมเพื่อเพิ่มความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของลูกค้า นอกจากนี้ เทคโนโลยี Virtual Reality (VR) และ Augmented Reality (AR) ยังถูกนำมาใช้เพื่อสร้างประสบการณ์เสมือนจริง เช่น โรงแรมในดูไบทำให้ลูกค้าสำรวจห้องพักผ่าน VR ก่อนตัดสินใจจอง และพิพิธภัณฑ์ในยุโรปที่ใช้ AR เพื่อช่วยลดความแออัดของนักท่องเที่ยว (Samoeephuean, 2022)

การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวหรูหราในทิศทางที่ตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลายของนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน พร้อมกับความยั่งยืนและการใช้เทคโนโลยีเพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าในทุกมิติ

ประเทศไทยมีศักยภาพสูงในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวหรูหราให้มีความยั่งยืน โดยอาศัยจุดแข็งทางวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติของประเทศ แนวทางสำคัญที่สามารถนำมาปรับใช้ได้แก่ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การพัฒนา Luxury Products ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนที่มีลักษณะหรูหรา อีกทั้ง การร่วมมือกับธุรกิจ هتلกรรมไทยเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์พรีเมียมในรูปแบบของที่ระลึกจากการเดินทาง สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้เช่นกัน (Tourism Authority of Thailand, 2025)

การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวหรูหราอย่างยั่งยืนจำเป็นต้องใช้แนวทางที่บูรณาการในทุกระดับ การสร้างคุณค่าผ่านประสบการณ์ที่มีความหมาย การมีส่วนร่วมของชุมชน การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และการใช้เทคโนโลยี ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมความยั่งยืน การดำเนินธุรกิจตามแนวทางเหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจ แต่ยังเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวและส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวหรูหราในระยะยาว



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดสรุปผลการศึกษา

ที่มา: ผลจากการสังเคราะห์วรรณกรรมโดยผู้ศึกษา

บทสรุป

จากการสังเคราะห์องค์ความรู้จากเอกสาร งานวิจัย และรายงานทางวิชาการ พบว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแบบหรูหรามี (Luxury Tourism) มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องและมีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจโลก นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับประสบการณ์ที่มีคุณภาพสูง มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และแตกต่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป โดยให้ความสำคัญกับความหรูหราในทุกแง่มุมของการท่องเที่ยว ทั้งในด้านคุณภาพของสินค้าและบริการ รวมถึงกิจกรรมที่พิเศษที่ไม่เหมือนใคร อย่างไรก็ตาม แม้ว่าความหรูหราอาจดูไม่เกี่ยวข้องกับคามยั่งยืน แต่มีนักท่องเที่ยวหลายคนที่ใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมและสนับสนุนการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อสังคม งานศึกษานี้เน้นย้ำว่าความยั่งยืนเป็นปัจจัยที่สำคัญและไม่สามารถมองข้ามได้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแบบหรูหรารวมทั้งควรถูกบูรณาการผสมผสานคุณค่าของคามยั่งยืนในทุกมิติของการเดินทาง ตั้งแต่การใช้ทรัพยากรในท้องถิ่น การมีส่วนร่วมของชุมชน และการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างคุณค่าทั้งในมิติส่วนบุคคลและมิติของโลก

สำหรับผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการให้ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวยุคใหม่ โดยเน้นการสร้างประสบการณ์ที่มีเอกลักษณ์และสอดคล้องกับคุณค่าทางจริยธรรม ความยั่งยืน และความหมายเฉพาะตัว การออกแบบสินค้าควรผสมผสานคุณภาพ ความพิเศษ และความใส่ใจในท้องถิ่น ขณะที่แนวทางการสื่อสารทางการตลาดควรยึดแนวคิดคุณค่าส่วนบุคคลมากกว่าการเน้นภาพลักษณ์แบบดั้งเดิม ขั้นตอนการพัฒนาสินค้าและบริการ ควรใส่ใจในรายละเอียดเพื่อสร้างเอกลักษณ์ที่แตกต่างและยากจะลืมโดยเน้นคุณภาพ ความพิเศษ และความโดดเด่นของสินค้าและบริการ นอกจากนี้ การรวบรวมความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยวเพื่อนำมาปรับปรุงสินค้าและบริการถือเป็นส่วนสำคัญในการรักษาความพึงพอใจและตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว อีกทั้งยังช่วยให้นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการซ้ำ

ทั้งนี้ สำหรับการศึกษาครั้งต่อไป ควรมุ่งประเด็นที่ความแตกต่างทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคต่างๆ รวมถึงศึกษาผลกระทบระยะยาวของการบูรณาการคามยั่งยืนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแบบหรูหรารวมทั้งการใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) และการวิเคราะห์ข้อมูลจากแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อช่วยให้เข้าใจความคาดหวังและการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในมิติเชิงลึกมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ควรให้ความสำคัญกับการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มและการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมนักท่องเที่ยวหรูหรารวมทั้งช่วงเวลาต่างๆ ซึ่งจะช่วยให้การติดตามและปรับกลยุทธ์ให้ทันสมัยสอดคล้องกับค่านิยมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

เอกสารอ้างอิง

- Amadeus. (2021). *Shaping the Future of Luxury Travel Future Traveller Tribes 2030*. [Online]. Retrieved July 23, 2024 from: <https://amadeus.com/>
- Batat, W. (2019). *Digital luxury: Transforming brands and consumer experiences*. Sage Publications.
- Casillo, M., Colace, F., Lemma, S., Lombardi, M., and Pascale, F. (2017). A Tailor made System for providing Personalized Services. In *SEKE* (pp. 495-500).

- Chulaphan, P. (2025). *Thailand's luxury tourism surges to 77 billion THB: Revamping the nation into a luxury brand*. [Online]. Retrieved February 28, 2025, from: <https://www.bangkokbiznews.com/business/business/1160378>. (in Thai)
- Iloranta, R., and Komppula, R. (2022). Service providers' perspective on the luxury tourist experience as a product. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 22(1), 39-57.
- Khongharn, R., Prompanit, P., and Intuition, P. (2017). Driving luxury tourism. *Thai Journal of Hospitality and Tourism*, 12(2), 94-104. (in Thai)
- Kieran C. (2021). *The 5 C's: A New Definition Of Luxury Travel*. [Online]. Retrieved July 30, 2024 from: <https://www.travelbite.co.uk/the-5-cs-a-new-definition-of-luxury-travel/>
- Kunz, J., May, S., and Schmidt, H. J. (2020). Sustainable luxury: Current status and perspectives for future research. *Business Research*, 13, 541-601.
- Li, J., Coca-Stefaniak, J. A., Nguyen, T. H. H., and Morrison, A. M. (2024). Sustainable tourist behavior: A systematic literature review and research agenda. *Sustainable Development*, 32(4), 3356-3374.
- Liu, Z. J., Yildirim, P., and Zhang, Z. J. (2024). Less is more: A theory of minimalist luxury. *Journal of Economics and Management Strategy*, 33(1), 78-110.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological review*, 50(4), 370.
- O'Neil S. (2021). *How Luxury Travel Is Leading the Recovery: A Skift Deep Dive*. [Online]. Retrieved July 23, 2024 from <https://skift.com/2021/04/28/how-luxury-travel-is-leading-the-recovery/>
- Page, S. J. (2019). *Tourism Management: An Introduction*. 2nd ed. Routledge.
- Pattanaphokinsakul, K., Sunsun, N., and Sungthong, S. (2023). Enhancing the value of luxury tourism to improve travel experiences. *Journal of Arts Management*, 7(4), 1663-1683. (in Thai)
- Pine, B. J., and Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the experience economy. *Harvard Business Review*, 76(4), 97-105.
- Samoephuean, J. (2022). Virtual reality: Future technology for Thailand's tourism and hospitality industries. *Journal of Management Science, Nakhon Ratchasima Rajabhat University*, 1(2), 90-98. (in Thai)
- Sukarat, N., Kongmanee, S., Moolpia, S., and Phichitranon, P. (2024). Thai tourists' behavior toward the Tai Dam cultural village, Khao Kaew Subdistrict, Chiang Khan District, Loei Province. *Journal of Community-Based Tourism Research*, 1(1), 15-29. (in Thai)
- Thanatrakul, N. (2021). *Small yet mighty: 'room2 Chiswick', the world's first net-zero hotel*. [Online]. Retrieved January 30, 2025, from http://creativethailand.org/article-read?article_id=33349. (in Thai)

- Thirumaran, K., Eijdenberg, E. L., and Wong, C. (2023). A scoping review of luxury yachting and wellness: study trends and research prospects. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 15(4), 371-385.
- Thopson, S. (2021). *Luxury Tourism After COVID: New Client Profile and Favorite Destinations*. [Online]. Retrieved August 7, 2025 from: <https://www.tourism-review.com/luxury-tourism-will-quickly-recover-news11953>.
- Tourism Authority of Thailand. (2018). *Olá Brasil: A market study of emerging international tourists – Brazil*. [Online]. Retrieved July 23, 2024, from: <https://tatreviewmagazine.com/article/the-project-to-study-tourism-in-emerging-markets-brazil/>. (in Thai)
- Tourism Authority of Thailand. (2019). *Who? Where? What? When? Why? Potential tourist segments*. [Online]. Retrieved July 10, 2024, from: <https://tatreviewmagazine.com/article/who-where-what-when-why-2019/>. (in Thai)
- Tourism Authority of Thailand. (2025). *Tourism market promotion strategy presentation for 2025*. [Online]. Retrieved January 30, 2025, from <https://tatreviewmagazine.com/article/thailand-tourism-trends-2025/>. (in Thai)
- Travel and Tour World. (2024). *Luxury travel market set for explosive growth: Projected to hit 1.65 trillion USD by 2031*. [Online]. Retrieved February 28, 2025, from: <https://www.travelandtourtworld.co.th/news/article/luxury-travel-market-set-for-explosive-growth-projected-to-hit-1-65-trillion-by-2031/>. (in Thai)
- Tuangrattanaphan, C. (2024). *Luxury + Experience Style Tourism*. [Online]. Retrieved June 25, 2024, from: <https://www.bangkokbiznews.com/blogs/business/business/1114969>. (in Thai)
- Wachaiyung, S., and Sunthayathon, S. (2022). The impact of 5As tourism components on travel decisions for senior sports tourism in Bangkok. *Journal of Sport Science and Health*, 23(2), 158–173.
- Wirotchanrat, W. (2018). *Luxury: Ni hao–Namaste. Exploring future tourism opportunities*. [Online]. Retrieved July 23, 2024, from: <https://www.prachachat.net/facebook-instant-article/news-117662>. (in Thai)

กรอบแนวคิดการพัฒนามาตรฐานวิชาชีพนักวิจัยและนวัตกรรมในสถาบันอุดมศึกษาไทย

สุบิน ยุระรัช^{1,*}, ศิริพร ทองแก้ว²

^{1,2} ศูนย์ส่งเสริมการวิจัยและการประกันคุณภาพการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีปทุม

Received: 15 July 2025

Revised: 18 August 2025

Accepted: 22 August 2025

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ข้อ คือ (1) เพื่ออธิบายแนวคิดมาตรฐานวิชาชีพและกรอบมาตรฐานวิชาชีพนักวิจัยและนวัตกรรมในระดับชาติและในระดับสากล และ (2) เพื่อวิเคราะห์ สังเคราะห์ และนำเสนอกรอบแนวคิดการพัฒนามาตรฐานวิชาชีพนักวิจัยและนวัตกรรมที่เหมาะสมกับบริบทของสถาบันอุดมศึกษาไทย โดยอ้างอิงและเปรียบเทียบกับกรอบมาตรฐานวิชาชีพระดับชาติและระดับสากลที่ได้รับการยอมรับในต่างประเทศ ได้แก่ (1) Professional Standards Framework (PSF) ของสหราชอาณาจักร (2) Researcher Development Framework (RDF) ของ Vitae (3) Innovation Competency Framework (ICF) ของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA) (4) Innovation Talent Development Framework (ITDF) ของสำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (NXPO) และ (5) European Framework for Research Careers (EFRC) ของสหภาพยุโรป ผลของการวิเคราะห์และสังเคราะห์ทำให้ได้ (ร่าง) กรอบแนวคิดในการพัฒนามาตรฐานวิชาชีพนักวิจัยและนวัตกรรมในสถาบันอุดมศึกษาไทย ซึ่งแบ่งโครงสร้างสมรรถนะของนักวิจัย/นวัตกรรม ออกเป็น 4 ระดับ ได้แก่ (1) Associate Fellow Researcher/Innovator (AFRI) หรือนักวิจัย/นวัตกรรมระดับต้น (2) Fellow Researcher/Innovator (FRI) หรือนักวิจัย/นวัตกรรมประจำหน่วยงาน (3) Senior Fellow Researcher/Innovator (SFRI) หรือหัวหน้าโครงการพัฒนางานวิจัย/นวัตกรรม และ (4) Principal Fellow Researcher/Innovator (PFRI) หรือผู้อำนวยการวิจัย หรือผู้ขับเคลื่อนนโยบายด้านการวิจัย/นวัตกรรม

คำสำคัญ: มาตรฐานวิชาชีพ นักวิจัย นวัตกรรม สมรรถนะ สถาบันอุดมศึกษา

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

A Conceptual Framework for Developing Professional Standards for Researchers and Innovators in Thai Higher Education Institutions

Subin Yurarach^{1,*}, Siriporn Thongkaew²

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

Received: 15 July 2025

Revised: 18 August 2025

Accepted: 22 August 2025

Abstract

This article has two objectives: (1) to describe the concept of professional standards and the competency frameworks for researchers and innovators at both national and international levels; and (2) to analyze, synthesize and propose a conceptual framework for developing professional standards for researchers and innovators that is appropriate to the context of Thai higher education institutions. This is done by referencing and comparing internationally recognized frameworks, including (1) the Professional Standards Framework (PSF) of the United Kingdom, (2) the Researcher Development Framework (RDF) of Vitae, (3) the Innovation Competency Framework (ICF) of the National Innovation Agency (NIA), (4) the Innovation Talent Development Framework (ITDF) of the Office of National Higher Education Science Research and Innovation Policy Council (NXPO), and (5) the European Framework for Research Careers (EFRC) of the European Union. The results of the analysis and synthesis led to a draft conceptual framework for developing professional standards for researchers and innovators in Thai higher education institutions. This framework classifies the competency structure of researchers/innovators into four levels: (1) Associate Fellow Researcher/Innovator (AFRI): entry-level researchers/innovators; (2) Fellow Researcher/Innovator (FRI): researchers/innovators at the institutional level; (3) Senior Fellow Researcher/Innovator (SFRI): leaders of research/innovation development projects; and (4) Principal Fellow Researcher/Innovator (PFRI): research directors or policymakers driving research and innovation.

Keywords: Professional Standard, Researcher, Innovator, Competency, Higher Education Institution

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

บทนำ

ในยุคเศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge-Based Economy) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยเฉพาะกำลังคนด้านการวิจัยและนวัตกรรม ถือเป็นยุทธศาสตร์สำคัญที่ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (NXPO, 2021) มหาวิทยาลัยในประเทศไทยจึงมีบทบาทสำคัญในการสร้างและพัฒนา นักวิจัยและนวัตกรรมให้มีคุณภาพ ทั้งผ่านการจัดสรรทุนวิจัย การพัฒนาโครงการฝึกอบรม และการสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานงานวิจัย (Office of the Permanent Secretary, Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation, 2022a) อย่างไรก็ตาม แม้ว่าสถาบันอุดมศึกษาไทยจะมีระบบสนับสนุนด้านทุนและโครงการต่างๆ แต่ประเทศไทยยังขาดกรอบมาตรฐานวิชาชีพ (Professional Standards) สำหรับนักวิจัยและนวัตกรรมที่มีความชัดเจนและได้รับการยอมรับในระดับชาติ ส่งผลให้การประเมินสมรรถนะและการพัฒนาเส้นทางความก้าวหน้าในวิชาชีพยังไม่เป็นระบบ ขาดทิศทางและความต่อเนื่อง (Vitae, 2011; European Commission, 2011) ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพงานวิจัยและขีดความสามารถในการแข่งขันเชิงนวัตกรรมของประเทศ

เมื่อเปรียบเทียบกับต่างประเทศ พบว่าหลายประเทศได้พัฒนารอบมาตรฐานวิชาชีพ ที่ใช้เป็นแนวทางพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านวิจัยและนวัตกรรมอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง เช่น Professional Standards Framework (PSF) ของ Advance HE สหราชอาณาจักรที่ใช้สำหรับสายงานการสอนในระดับอุดมศึกษา (Advance HE, 2023) และ Researcher Development Framework (RDF) ของ Vitae ที่เป็นเครื่องมือพัฒนานักวิจัยทุกระดับอย่างเป็นรูปธรรม (Vitae, 2011) นอกจากนี้ สหภาพยุโรปยังได้กำหนด European Framework for Research Careers (EFRC) ซึ่งช่วยสร้างเส้นทางความก้าวหน้าในวิชาชีพนักวิจัยให้ชัดเจนและสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน (European Commission, 2011)

แม้ว่าสถานการณ์ในประเทศไทยจะมีความพยายามพัฒนาระบบสนับสนุนด้านนวัตกรรม เช่น Innovation Competency Framework (ICF) ของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA) และ Innovation Talent Development Framework (ITDF) ของ NXPO (NXPO, 2021) แต่ยังคงขาดความเชื่อมโยงกับระบบรับรองวิชาชีพที่เป็นมาตรฐานและสามารถใช้ประเมินสมรรถนะเชิงระบบได้ ดังนั้น ในการพัฒนานักวิจัยและนวัตกรรมของประเทศไทย จึงควรมีการศึกษาแนวทางหรือการพัฒนารอบมาตรฐานวิชาชีพนักวิจัยและนวัตกรรมโดยอ้างอิงและประยุกต์ใช้แนวคิดจากกรอบมาตรฐานสากลดังกล่าว เพื่อช่วยยกระดับคุณภาพกำลังคนด้านวิจัยและนวัตกรรมให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศในยุคเศรษฐกิจฐานความรู้ได้อย่างแท้จริง (NXPO, 2021; Advance HE, 2023)

อย่างไรก็ตาม จากรายงาน Thailand Research and Innovation Utilization Survey (NXPO, 2023) พบว่า แม้จำนวนงานวิจัยที่ตีพิมพ์ในระดับนานาชาติของประเทศไทยจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่สัดส่วนของงานวิจัยที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์หรือเชิงสังคมยังอยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับหลายประเทศในภูมิภาค สะท้อนถึงประสิทธิภาพการถ่ายทอดเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ยังไม่เต็มศักยภาพ (Office of the Permanent Secretary, Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation, 2023a) นอกจากนี้ ผลสำรวจความคิดเห็นของนักวิจัยไทย (Office of the Permanent Secretary, Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation, 2023b) ยังชี้ว่าปัญหาสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อความก้าวหน้าในวิชาชีพ ได้แก่ ขาดเกณฑ์และมาตรฐานวิชาชีพที่ชัดเจน ขาดแนวทางพัฒนาเส้นทางอาชีพ (Career Pathway) ที่ตอบโจทย์ตามลำดับขั้น และขาดระบบประเมินสมรรถนะที่สอดคล้องกับกรอบมาตรฐาน จากข้อเท็จจริงดังกล่าว จึงอาจกล่าวได้ว่าการพัฒนารอบ

มาตรฐานวิชาชีพนักวิจัยและนวัตกรของประเทศไทยยังเป็นประเด็นที่ท้าทายและมีความจำเป็นเร่งด่วน เพื่อให้การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านวิจัยและนวัตกรรมเป็นไปอย่างมีทิศทางและเกิดผลสัมฤทธิ์อย่างแท้จริง (NXPO, 2023; Office of the Permanent Secretary, Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation, 2023a)

โดยสรุป ผลการวิเคราะห์และสังเคราะห์ในเชิงเปรียบเทียบเกี่ยวกับกรอบมาตรฐานวิชาชีพที่มีอยู่ในประเทศไทยและในระดับสากลที่ได้รับการยอมรับ จะนำมาสู่การจัดทำ (ร่าง) กรอบแนวคิดการพัฒนามาตรฐานวิชาชีพนักวิจัยและนวัตกรในสถาบันอุดมศึกษาของประเทศไทย ซึ่งจะมีการกำหนดระดับสมรรถนะที่มีความแตกต่างกัน เพื่อนำไปสู่การวางแผนในการพัฒนานักวิจัยหรือนวัตกรให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับชาติและในระดับนานาชาติต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่ออธิบายแนวคิดมาตรฐานวิชาชีพและกรอบมาตรฐานวิชาชีพนักวิจัยและนวัตกรในระดับชาติและในระดับสากล
2. เพื่อวิเคราะห์ สังเคราะห์ และนำเสนอกรอบแนวคิดการพัฒนามาตรฐานวิชาชีพนักวิจัยและนวัตกรที่เหมาะสมกับบริบทของสถาบันอุดมศึกษาไทย

แนวคิดทั่วไปเกี่ยวกับมาตรฐานวิชาชีพ

ความหมายของมาตรฐานวิชาชีพ

มาตรฐานวิชาชีพ (Professional Standards) หมายถึง ชุดเกณฑ์หรือกรอบแนวทางที่ใช้กำหนดคุณลักษณะและสมรรถนะของผู้ประกอบวิชาชีพอย่างเป็นระบบ (Boyatzis, 2008) โดยมีเป้าหมายเพื่อกำหนดทิศทางการพัฒนาและประเมินผลอย่างมีมาตรฐาน ดังนั้น มาตรฐานวิชาชีพ น่าจะหมายถึงชุดของแนวทาง กรอบแนวคิด หรือเกณฑ์ที่กำหนดขึ้นเพื่อใช้ในการพัฒนา ประเมิน และยืนยันสมรรถนะของผู้ประกอบวิชาชีพในด้านต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของวิชาชีพในอุดมศึกษาของ Advance HE (2023) ที่มีชื่อว่า HEA Fellowship หรือ UK Professional Standards Framework (UKPSF) ซึ่งเป็นระบบการรับรองความเชี่ยวชาญด้านการเรียนการสอนในอุดมศึกษา ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในฐานะกรอบแนวคิดที่ใช้ส่งเสริมสมรรถนะด้านการสอนในสถาบันอุดมศึกษา โดยประกอบด้วยระดับของผู้ปฏิบัติวิชาชีพ เช่น (1) Associate Fellow of the Higher Education Academy (AFHEA) หรือผู้ที่เริ่มพัฒนาทักษะการสอนและการสนับสนุนการเรียนรู้ (2) Fellow of the Higher Education Academy (FHEA) หรือผู้สนับสนุนการเรียนรู้ที่มีบทบาทประจำ (3) Senior Fellow of the Higher Education Academy (SFHEA) หรือผู้มีประสบการณ์สูงที่สามารถเป็นผู้นำโครงการหรือพัฒนาแนวทางการเรียนการสอน (4) Principal Fellow of the Higher Education Academy (PFHEA) (Advance HE, 2023) หรือผู้นำเชิงกลยุทธ์ในระดับสถาบันหรือระดับชาติ อย่างไรก็ตาม มาตรฐานวิชาชีพเป็นแนวคิดที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในหลากหลายสาขาวิชาชีพ เพราะเป็นเครื่องมือที่ช่วยกำหนดกรอบอ้างอิงสำหรับการปฏิบัติงาน การพัฒนา และการประเมินสมรรถนะของบุคลากรในวิชาชีพอย่างเป็นระบบ (Boyatzis, 2008; Eraut, 1994) โดยทั่วไป มาตรฐานวิชาชีพจะประกอบด้วยเกณฑ์หรือคุณลักษณะสำคัญที่ผู้ประกอบวิชาชีพควรมี ทั้งในมิติความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skills) และคุณลักษณะเชิงพฤติกรรม (Attitudes) เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดความเชื่อมั่นจากผู้รับบริการหรือสังคมโดยรวม

ประเภทของมาตรฐานวิชาชีพ

ในระดับสากล มาตรฐานวิชาชีพอาจถูกออกแบบและใช้ในรูปแบบที่แตกต่างกันตามลักษณะของสาขาวิชา ตัวอย่างเช่น ในสายวิชาชีพทางการศึกษา Professional Standards Framework (PSF) ของ Advance HE สหราชอาณาจักร ถือเป็นกรอบแนวทางที่ได้รับการยอมรับและใช้กันอย่างแพร่หลายเพื่อพัฒนาคุณภาพการสอนในระดับอุดมศึกษา (Advance HE, 2023) โดย PSF จะกำหนดองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน ได้แก่ (1) Areas of Activity กิจกรรมหลักในการจัดการเรียนการสอน เช่น การออกแบบหลักสูตร การจัดการเรียนการสอน และการประเมินผลการเรียนรู้ (2) Core Knowledge ความรู้หลักที่จำเป็นต่อการสอน เช่น ความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีการสอน จิตวิทยาการเรียนรู้ และเทคโนโลยีการศึกษา และ (3) Professional Values ค่านิยมวิชาชีพ เช่น การคำนึงถึงความหลากหลายของผู้เรียน ความยุติธรรม และการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ PSF ยังออกแบบโครงสร้างระดับผู้ปฏิบัติวิชาชีพเป็นลำดับขั้น ได้แก่ Associate Fellow (AFHEA), Fellow (FHEA), Senior Fellow (SFHEA) และ Principal Fellow (PFHEA) ซึ่งผู้ปฏิบัติสามารถยื่นขอรับรองระดับตามสมรรถนะและประสบการณ์ของตนได้อย่างเป็นทางการ (Advance HE, 2023) นอกจาก PSF แล้ว หลายประเทศยังได้พัฒนารอบมาตรฐานวิชาชีพสำหรับนักวิจัยโดยเฉพาะ เช่น Researcher Development Framework (RDF) ของ Vitae ประเทศ สหราชอาณาจักร ซึ่งแบ่งสมรรถนะออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ความรู้และเทคนิคการวิจัย การจัดการตนเอง การมีอิทธิพลเชิงสังคม และการพัฒนาวิชาชีพ เพื่อช่วยให้นักวิจัยทุกระดับมีแนวทางพัฒนาตนเองและสามารถวางแผนเส้นทางความก้าวหน้าในอาชีพได้อย่างเป็นระบบ (Vitae, 2011)

ประโยชน์ของมาตรฐานวิชาชีพ

การกำหนดและนำมามาตรฐานวิชาชีพมาใช้ให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม จะช่วยส่งเสริมคุณภาพบุคลากรและวิชาชีพในหลายมิติ เช่น (1) การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (Continuous Professional Development: CPD) บุคลากรจะมีแนวทางประเมินตนเองและวางแผนพัฒนาได้สอดคล้องกับมาตรฐาน (2) ความน่าเชื่อถือและการยอมรับในวงวิชาชีพ ผู้ที่ผ่านการประเมินและได้รับการรับรองจะมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น สร้างความมั่นใจให้ผู้ให้บริการหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (3) การสร้างความเท่าเทียมและมาตรฐานกลาง ทำให้ทุกสถาบันหรือองค์กรใช้มาตรฐานเดียวกันเป็นแนวทางอ้างอิง ลดความคลาดเคลื่อนในการประเมินสมรรถนะ (Eraut, 1994; Boyatzis, 2008) ในประเทศไทย แม้จะเริ่มมีการพัฒนารอบสมรรถนะวิชาชีพบางสาขา เช่น Innovation Competency Framework (ICF) ของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA) หรือ Innovation Talent Development Framework (ITDF) ของ NXPO แต่ยังคงขาดมาตรฐานกลางที่เชื่อมโยงกับระบบรับรองและการประเมินสมรรถนะอย่างเป็นทางการ โดยเฉพาะในสายวิชาชีพนักวิจัยและนวัตกรที่มีบทบาทสำคัญในยุคเศรษฐกิจฐานความรู้ (NXPO, 2021; Office of the Permanent Secretary, Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation, 2023a) งานวิจัยหลายฉบับแนะนำว่าการนำแนวคิดมาตรฐานวิชาชีพมาใช้ในสถาบันอุดมศึกษา ควรออกแบบให้เหมาะสมกับบริบทของแต่ละสาขาและควรมีระบบรับรองที่เชื่อมโยงกับการพัฒนาอาชีพอย่างต่อเนื่อง (Advance HE, 2023; Vitae, 2011) การจัดทำแนวทางที่อ้างอิงจากกรอบสากล เช่น PSF หรือ RDF และปรับใช้ให้เหมาะสมกับโครงสร้างอุดมศึกษาไทย จะช่วยยกระดับคุณภาพบุคลากรด้านวิจัยและนวัตกรรมของประเทศได้อย่างยั่งยืน

กรอบมาตรฐานวิชาชีพที่เป็นที่ยอมรับในประเทศไทยและในระดับสากล

1. กรอบมาตรฐานวิชาชีพในประเทศไทย

1.1 Innovation Competency Framework (ICF) หรือกรอบสมรรถนะนวัตกรรม ของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA, 2022) มุ่งเน้นการพัฒนาทักษะสำคัญสำหรับการสร้างนวัตกรรม เช่น การคิดเชิงสร้างสรรค์ (creative thinking) การแก้ปัญหาเชิงซับซ้อน (problem-solving) และ การทำงานข้ามศาสตร์ (interdisciplinary collaboration) จุดเด่นของกรอบนี้ คือ การเชื่อมโยงความสามารถเชิงวิชาชีพเข้ากับทักษะเชิงนวัตกรรมที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 ทำให้สามารถประยุกต์ใช้ได้ทั้งในภาคการศึกษาและภาคอุตสาหกรรม

1.2 Innovation Talent Development Framework (ITDF) กรอบสมรรถนะการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านนวัตกรรม (NXPO, 2021) จัดลำดับระดับสมรรถนะออกเป็น 4 ขั้น ได้แก่ Talent, Specialist, Leader และ Champion โดยเน้นการพัฒนาคนตั้งแต่ผู้มีความรู้ด้านนวัตกรรมในระดับเริ่มต้น ไปจนถึงผู้ที่สามารถขับเคลื่อนเชิงยุทธศาสตร์ จุดเด่นของ ITDF คือ การจัดลำดับพัฒนาการอย่างเป็นระบบจากผู้ปฏิบัติไปสู่ผู้นำ ทำให้สามารถใช้เป็นแนวทางในการออกแบบเส้นทางอาชีพ (Career pathway) ของบุคลากรด้านนวัตกรรมได้อย่างชัดเจน

2. กรอบมาตรฐานวิชาชีพในระดับสากล

2.1 Professional Standards Framework (PSF) ของสหราชอาณาจักร (Advance HE, 2023) เป็นกรอบมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในระดับสากล เน้นการพัฒนาสมรรถนะด้านการเรียนการสอนในอุดมศึกษา โดยแบ่งระดับผู้ปฏิบัติวิชาชีพเป็น Associate Fellow (AFHEA) Fellow (FHEA) Senior Fellow (SFHEA) และ Principal Fellow (PFHEA) จุดเด่นของ PSF คือ การใช้เป็นเกณฑ์รับรองคุณวุฒิด้านการสอน (Teaching Fellowship) ซึ่งช่วยสร้างแรงจูงใจและยกระดับคุณภาพการสอนในมหาวิทยาลัย

2.2 Researcher Development Framework (RDF) (Vitae, 2011) แบ่งสมรรถนะของนักวิจัยออกเป็น 4 โดเมนและ 12 ด้านย่อย ได้แก่ (1) ความรู้และทักษะทางการวิจัย (Knowledge and intellectual abilities) (2) ทักษะเชิงส่วนบุคคล (Personal effectiveness) (3) การจัดการอาชีพและความเป็นมืออาชีพ (Professional and career development) และ (4) การมีส่วนร่วมกับสังคมและองค์กร (Engagement, influence and impact) จุดเด่นคือเป็นกรอบที่ใช้พัฒนานักวิจัยทั้งในเชิงวิชาการและทักษะชีวิต (transferable skills) ทำให้เกิดสมรรถนะที่สมดุล

2.3 European Framework for Research Careers (EFRC) European Commission, 2011) กำหนดเส้นทางอาชีพนักวิจัยเป็น 4 ระดับ ได้แก่ R1 (First Stage Researcher), R2 (Recognized Researcher), R3 (Established Researcher), และ R4 (Leading Researcher) จุดเด่นของ EFRC คือ ความชัดเจนในการวาง Career progression ของนักวิจัย ตั้งแต่ระดับเริ่มต้นจนถึงผู้นำเชิงนโยบาย ทำให้มหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัยสามารถใช้เป็นเกณฑ์ในการกำหนดคุณสมบัติ การเลื่อนตำแหน่ง และการพัฒนาสายอาชีพนักวิจัยได้อย่างเป็นระบบ

โดยสรุป ICF และ ITDF เป็นกรอบมาตรฐานในระดับชาติ เน้นสมรรถนะด้านนวัตกรรมที่สอดคล้องกับความต้องการของไทย ส่วน PSF, RDF และ EFRC เป็นกรอบในระดับสากล เน้นมาตรฐานการสอน การวิจัย และเส้นทางอาชีพที่ได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ

กรอบมาตรฐานวิชาชีพด้านการวิจัยหรือนวัตกรรม

1. กรณีศึกษาในประเทศไทย

1.1 มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ได้พัฒนา CMU Researcher Development Model สำหรับนักวิจัยรุ่นใหม่ โดยจัดอบรมทักษะ Proposal Writing, International Publication และ Leadership มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ได้จัดทำโมเดล CMU Researcher Development Model โดยแบ่งนักวิจัยตามระดับอายุงานและจำนวนผลงานวิจัยเป็น 3 กลุ่มหลัก คือ Junior Researcher, Core Researcher และ Research Leader โดยแต่ละกลุ่มจะได้รับการพัฒนาเฉพาะด้าน เช่น Junior Researcher จะเข้ารับการอบรม Proposal Writing และทักษะการสื่อสารผลงาน ส่วน Core Researcher จะได้รับทุนพัฒนาหัวข้อวิจัยระดับนานาชาติ และ Research Leader จะได้รับการสนับสนุนเพื่อสร้างเครือข่ายและกำหนดทิศทางเชิงนโยบาย (Chiang Mai University, 2022)

1.2 มหาวิทยาลัยขอนแก่น มี KRU Researcher Incubation Program ที่จับคู่ Mentor–Mentee รายบุคคล โครงการนี้จัดตั้งขึ้นโดย ฝ่ายวิจัยและบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น เพื่อเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาและยกระดับศักยภาพนักวิจัยรุ่นใหม่อย่างเป็นระบบ โครงการนี้มุ่งเน้นการปูพื้นฐานทักษะงานวิจัย การสร้างเครือข่ายวิชาการ และการส่งเสริมให้เกิดผลงานวิจัยที่มีคุณภาพสูง สามารถตีพิมพ์ในระดับนานาชาติหรือสร้างผลกระทบเชิงเศรษฐกิจและสังคมได้จริง หนึ่งในจุดเด่นของโครงการ คือ การจับคู่ Mentor–Mentee รายบุคคล โดยจะมีอาจารย์หรือผู้เชี่ยวชาญวิจัยที่มีประสบการณ์สูง (Mentor) ทำหน้าที่ให้คำปรึกษา แนะนำ และติดตามการทำงานของนักวิจัยรุ่นใหม่ (Mentee) อย่างใกล้ชิดตลอดระยะเวลาโครงการ กระบวนการนี้ช่วยให้ Mentee ได้เรียนรู้จากประสบการณ์จริง ทั้งด้านการออกแบบงานวิจัย การเขียนข้อเสนอโครงการ การจัดการทุนวิจัย ตลอดจนการเตรียมตีพิมพ์และเผยแพร่ผลงานในวารสารวิชาการ นอกจากนี้ โครงการยังจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshops) และกิจกรรมพัฒนาทักษะเฉพาะด้าน เช่น การเขียนบทความวิจัยภาษาอังกฤษ การจัดการลิขสิทธิ์ผลงานวิจัย การสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับนักวิจัยจากสถาบันอื่นทั้งในและต่างประเทศ ตลอดจนสนับสนุนให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างนักวิจัยกับหน่วยงานภาคอุตสาหกรรมหรือผู้ใช้ประโยชน์ กล่าวโดยสรุป KRU Researcher Incubation Program ถือเป็นอีกหนึ่งกลไกสำคัญของมหาวิทยาลัยขอนแก่นในการสร้างนักวิจัยมืออาชีพ ที่มีความพร้อมทั้งด้านองค์ความรู้ สมรรถนะการวิจัย และเครือข่ายวิชาชีพ อันจะนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถทางวิชาการและนวัตกรรมของมหาวิทยาลัยในระดับประเทศและนานาชาติ (Khon Kaen University, Division of Research and Graduate Studies, 2024)

1.3 มหาวิทยาลัยศรีปทุม มีโครงการพัฒนานักวิจัยรุ่นใหม่ โดยมหาวิทยาลัยศรีปทุมได้เริ่มนำแนวคิด Researcher Development Framework มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนานักวิจัยรุ่นใหม่ โดยออกแบบโปรแกรมฝึกอบรมและระบบพี่เลี้ยงนักวิจัย (Mentoring) เพื่อพัฒนาสมรรถนะทั้งด้านเทคนิค การสื่อสาร การจัดการวิจัย และการวางแผนก้าวหน้าในสายอาชีพ โดยในปี 2567 มีนักวิจัยเข้าร่วมโครงการกว่า 50 คน ซึ่งประเมินพัฒนาการรายบุคคลผ่าน Portfolio และเครือข่ายเพื่อนร่วมวิจัย (Yurarach and Thongkaew, 2025)

1.4 สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (Panyapiwat Institute of Management: PIM) มีแนวทางการออกแบบ “โครงการเส้นทางอาชีพนวัตกรรม” ที่แบ่งระดับสมรรถนะและบทบาทของนักวิจัยอย่างเป็นลำดับขั้น โดยเน้นการพัฒนาตาม Career Path เพื่อสร้างบุคลากรนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ธุรกิจจริง (Suthammanon et al., 2023) โดยมีวัตถุประสงค์หลัก คือ (1) เพื่อวางเส้นทางอาชีพในวิชาชีพนวัตกรรมตั้งแต่ระดับพื้นฐานจนถึงระดับ

ผู้นำ (2) เชื่อมโยง สมรรถนะด้านนวัตกรรม (Innovation Competency) เข้ากับการทำงานจริง (Work-based Education) และ (3) สนับสนุนการเรียนรู้แบบ Lifelong Learning และการพัฒนาตามศักยภาพของแต่ละบุคคล สำหรับแนวทางการแบ่งระดับนวัตกรรมของ PIM จะมีการแบ่งกลุ่มหรือ Level ของนักนวัตกรรมคล้ายกับกรอบมาตรฐานนานาชาติ

ตารางที่ 1 เส้นทางอาชีพนวัตกรรมของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (Suthammanon et al., 2023)

ระดับ	คุณลักษณะ
1. Beginner/Talent	เริ่มต้นเรียนรู้แนวคิดนวัตกรรม ทักษะคิดสร้างสรรค์ ทักษะวิเคราะห์ปัญหา
2. Practitioner/Specialist	มีทักษะและประสบการณ์พัฒนานวัตกรรมจริง สามารถทำงานโครงการจริงในองค์กร
3. Leader/ Project Leader	บริหารจัดการทีมโครงการนวัตกรรม ขยายผลเชิงธุรกิจ มีทักษะสื่อสารและโน้มน้าวผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
4. Innovator Coach/Strategist	เป็นที่ปรึกษาเชิงกลยุทธ์ด้านนวัตกรรม มีบทบาทเชื่อมโยงกับผู้บริหารหรือกำหนดยุทธศาสตร์นวัตกรรมองค์กร

1.5 ผลงานวิจัยของ Parntong (2020) ได้นำเสนอโมเดลสมรรถนะนักวิจัยสถาบันราชภัฏ ผลงานวิจัยเรื่องนี้เป็นงานวิจัยที่มักถูกอ้างอิงเมื่อพูดถึงแนวทางพัฒนาโมเดลสมรรถนะ (Competency Model) สำหรับนักวิจัยในสถาบันอุดมศึกษาไทย งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยและสมรรถนะสำคัญของนักวิจัยในสถาบันราชภัฏและพัฒนาโมเดลสมรรถนะที่เหมาะสม สามารถใช้เป็นแนวทางประเมินและพัฒนา นักวิจัยให้มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล งานวิจัยเรื่องนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) โดยเริ่มจากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารงานวิจัย อาจารย์และนักวิจัยรุ่นใหม่ และใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างนักวิจัยในมหาวิทยาลัยราชภัฏหลายแห่ง ผลการวิจัยพบว่า (1) โมเดลสมรรถนะที่ได้ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ สมรรถนะด้านความรู้วิชาการและงานวิจัย (Research Knowledge) สมรรถนะด้านทักษะการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล (Research Skills & Data Analysis) สมรรถนะด้านการสร้างเครือข่ายวิชาชีพและความร่วมมือ (Networking & Collaboration) สมรรถนะด้านคุณธรรม จริยธรรมวิจัย (Research Ethics) และสมรรถนะด้านการจัดการตนเองและพัฒนาวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง (Self-Management & Lifelong Learning) โมเดลสมรรถนะนี้ได้รับการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ พบว่ามีความเหมาะสมและสามารถนำไปใช้จริงในการประเมินศักยภาพและพัฒนา นักวิจัยได้ โดยมีข้อเสนอแนะให้สถาบันราชภัฏจัดระบบฝึกอบรมและแนวทางพัฒนานักวิจัยให้สอดคล้องกับโมเดลนี้ สำหรับข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย งานวิจัยเสนอให้มหาวิทยาลัยและหน่วยงานวิจัยมีการนำโมเดลสมรรถนะไปใช้เป็นเครื่องมือหลักสำหรับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านวิจัยอย่างเป็นระบบ และควรพัฒนาแนวทางการประเมินผลอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความก้าวหน้าในวิชาชีพ

1.6 Innovation Competency Framework (ICF) จัดทำโดยสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA) เพื่อใช้ประเมินและพัฒนาสมรรถนะของนวัตกรรม โดยเน้นองค์ประกอบด้านการคิดสร้างสรรค์ การแก้ปัญหา การทำงานข้ามศาสตร์ และการพัฒนานวัตกรรมเชิงธุรกิจ ครอบคลุมทั้งระดับบุคคล ทีม และองค์กร (NIA, 2022)

ตารางที่ 2 กรอบสมรรถนะนวัตกรรมตามแนวทางของ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA, 2022)

ระดับ	หมวดสมรรถนะหลัก	รายละเอียดองค์ประกอบสมรรถนะ
บุคคล	1. การคิดเชิงสร้างสรรค์	การคิดนอกกรอบ การสร้างแนวคิดใหม่และการมองปัญหาเชิงรุก
	2. การแก้ปัญหาเชิงนวัตกรรม	การวิเคราะห์ปัญหา การหาทางเลือก การทดสอบแนวทางและเรียนรู้จากความล้มเหลว
	3. การพัฒนานวัตกรรมเชิงธุรกิจ	การเชื่อมโยงไอเดียสู่โมเดลธุรกิจ การประเมินความเป็นไปได้ การพัฒนาแนวคิดสู่ต้นแบบ
	4. การสื่อสารและการโน้มน้าว	การนำเสนอผลงาน การเล่าเรื่อง (storytelling) การจูงใจผู้เกี่ยวข้อง
ทีม	5. การทำงานข้ามศาสตร์	การประสานงานระหว่างผู้เชี่ยวชาญต่างสาขา การจัดการความรู้ร่วมกัน
	6. การสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ร่วม	การจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยน การสร้างพื้นที่ปลอดภัยสำหรับการทดลอง
องค์กร	7. การจัดการนวัตกรรม	การวางระบบสนับสนุน การจัดการทรัพยากรและการลงทุนในนวัตกรรม
	8. ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม	การสร้างวิสัยทัศน์ การสร้างแรงบันดาลใจ และการนำการเปลี่ยนแปลง

กรอบสมรรถนะนวัตกรรมตามแนวทางของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ นำมาใช้ประเมินจุดแข็ง-จุดอ่อนของนวัตกรรม ทั้งในมิติบุคคล ทีม และองค์กร รวมถึงเชื่อมโยงไปสู่แผนพัฒนาสมรรถนะอย่างเป็นระบบ และสอดคล้องกับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์และนวัตกรรมของประเทศ

1.7 Innovation Talent Development Framework (ITDF) พัฒนาโดยสำนักงานสภานโยบายนวัตกรรมแห่งชาติ (NXPO) เป็นกรอบที่กำหนดเส้นทางอาชีพและสมรรถนะหลักของบุคลากรด้านนวัตกรรม แบ่งออกเป็น 4 ระดับ ได้แก่ Talent, Specialist, Leader และ Champion ซึ่งสามารถเทียบได้กับระดับของ PSF ได้ (NXPO, 2021)

ตารางที่ 3 Innovation Talent Development Framework (ITDF)

ระดับอาชีพ	คุณลักษณะ/สมรรถนะหลัก	แนวทางการพัฒนา
1. Talent	- พื้นฐานการคิดสร้างสรรค์ - การสร้างแนวคิดนวัตกรรมเบื้องต้น - การเรียนรู้และทดลอง	- อบรมเบื้องต้น - โครงการฝึกงาน/การเรียนรู้ในงานจริง
2. Specialist	- ความเชี่ยวชาญเชิงลึกในสาขา - การจัดการโครงการนวัตกรรม - การพัฒนาต้นแบบและการทดสอบ	- โครงการพัฒนาความเชี่ยวชาญ - เวิร์กช็อปเชิงลึก - การทำงานร่วมกับผู้เชี่ยวชาญหลายสาขา
3. Leader	- ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม - การบริหารจัดการทีมข้ามศาสตร์ - การขยายผลนวัตกรรมเชิงธุรกิจ	- หลักสูตรผู้นำเชิงนวัตกรรม - การพัฒนาทักษะ Soft Skills (การสื่อสาร, การโน้มน้าวใจ) - Coaching และ Mentoring
4. Champion	- วิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์นวัตกรรม - การสร้างเครือข่ายและพันธมิตร - การผลักดันนวัตกรรมสู่ระบบเศรษฐกิจและสังคม	- การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระดับนานาชาติ - การเป็นวิทยากร/ผู้กำหนดนโยบาย - การขยายบทบาทในระดับนโยบาย

จากตาราง ITDF เชื่อมโยงกับระดับสมรรถนะของ Professional Standard Framework (PSF) ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางจัดทำ Career Path และแผนการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านนวัตกรรม รวมถึงสามารถประยุกต์ใช้ร่วมกับกรอบ ICF เพื่อให้ครอบคลุมทั้งมิติ สมรรถนะรายบุคคล ทีม และองค์กร

2. กรณีศึกษาในต่างประเทศ

2.1 ในระดับภูมิภาคอาเซียน โมเดลสมรรถนะนักวิจัยอาเซียน เช่น ASEAN Young Scientist Network (AYSN) ก็มีโครงการพัฒนาเครือข่ายนักวิจัยรุ่นใหม่ในภูมิภาคอาเซียน โดยได้พัฒนาเครือข่ายการพัฒนาสมรรถนะนักวิจัยรุ่นใหม่ โดยมุ่งเน้นสมรรถนะด้านการวิจัยข้ามชาติและการสร้าง Impact ต่อชุมชน (ASEAN, 2022) ซึ่งเป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับเป้าหมายของประเทศไทยในการพัฒนานักวิจัยให้สามารถทำงานในเวทีนานาชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Office of the National Research Council of Thailand: NRCT, 2022)

2.2 กรอบสมรรถนะของประเทศสหรัฐอเมริกา เช่น National Postdoctoral Association (NPA) ซึ่งมีสมรรถนะหลัก (Core Competencies) ครอบคลุม 6 ด้าน ได้แก่ (1) Research Skill Development (2) Communication Skills (3) Professionalism (4) Leadership and Management Skills (5) Responsible Conduct of Research และ (6) Career Development เป็นแนวทางที่หลายสถาบันนำไปใช้จริง (NPA, 2023)

2.3 Researcher Development Framework (RDF) กรอบมาตรฐานวิชาชีพนี้ พัฒนาโดย Vitae ประเทศสหราชอาณาจักร RDF ประกอบด้วย 4 โดเมน ได้แก่ (1) ความรู้และทักษะด้านการวิจัย (2) ทักษะส่วนบุคคล (3) การทำงานร่วมกับผู้อื่นและการสื่อสาร (4) การบริหารจัดการอาชีพและความเป็นผู้นำ ในแต่ละโดเมนแบ่งออกเป็นด้านย่อยรวม 12 ด้าน และมีระดับความก้าวหน้าทางสมรรถนะที่สามารถใช้สำหรับการพัฒนาและประเมินตนเองได้อย่างเป็นระบบ (Vitae, 2011)

ตารางที่ 4 โดเมนสมรรถนะสำคัญของ RDF (Vitae, 2011)

โดเมน	โดเมนหลัก (Main Domain)	โดเมนย่อย (Sub-domain)
A	1. ความรู้และทักษะด้านการวิจัย (Knowledge and Intellectual Abilities)	1.1 ความรู้ด้านวิชาการ (Knowledge Base) 1.2 การคิดเชิงวิพากษ์ (Cognitive Abilities) 1.3 ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม (Creativity)
B	2. ทักษะส่วนบุคคล (Personal Effectiveness)	2.1 การพัฒนาตนเอง (Personal Qualities) 2.2 การจัดการอาชีพ (Career Management) 2.3 การพัฒนาทักษะและการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Professional and Career Development)
C	3. การทำงานร่วมกับผู้อื่นและการสื่อสาร (Research Governance and Organization)	3.1 การทำงานร่วมกับผู้อื่น (Working with Others) 3.2 การสื่อสารและอิทธิพล (Communication and Dissemination) 3.3 การสร้างเครือข่ายและการทำงานร่วมมือ (Networking and Collaboration)

ตารางที่ 4 (ต่อ)

โดเมน	โดเมนหลัก (Main Domain)	โดเมนย่อย (Sub-domain)
D	4. การบริหารจัดการอาชีพและความเป็นผู้นำ (Engagement, Influence and Impact)	4.1 การบริหารจัดการโครงการวิจัย (Research Management) 4.2 ความเป็นผู้นำ (Leadership) 4.3 ความรับผิดชอบต่อจริยธรรมและความยั่งยืน (Responsibility and Professional Conduct)

โดเมนนี้เป็นการอ้างอิงจาก Vitae Researcher Development Framework (Vitae, 2011) ซึ่งได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายในสหราชอาณาจักรและสหภาพยุโรป แต่ละด้านย่อยจะถูกใช้เป็นแนวทางในการประเมินสมรรถนะ และวางแผนพัฒนานักวิจัยในทุกระดับ

2.4 European Framework for Research Careers (EFRC) จัดทำโดยคณะกรรมการยุโรป (European Commission) โดยแบ่งระดับของนักวิจัยออกเป็น R1-R4 ตามลำดับ ได้แก่ (1) First Stage Researcher (R1), (2) Recognized Researcher (R2), (3) Established Researcher (R3) และ (4) Leading Researcher (R4) (European Commission, 2011)

ตารางที่ 5 เปรียบเทียบระดับตำแหน่งกับเส้นทางอาชีพโดยคณะกรรมการยุโรป (EFRC)

ระดับสากล	เทียบระดับไทย	ตำแหน่งงานตัวอย่าง
R1	AFRI	ผู้ช่วยวิจัย
R2	FRI	นักวิจัย/นักวิชาการประจำหน่วยงาน
R3	SFRI	หัวหน้าทีมวิจัย
R4	PFRI	ผู้อำนวยการ/ผู้อำนวยการวิจัย

2.5 มหาวิทยาลัย Sheffield (UK) ใช้ RDF Planner Tool ควบคู่ Portfolio และประเมินผ่าน Supervisor Meeting กรณีศึกษา: RDF Planner Tool – University of Sheffield ที่มหาวิทยาลัย Sheffield สหราชอาณาจักร มีการพัฒนา RDF Planner Tool เพื่อให้นักวิจัยวิเคราะห์สมรรถนะตาม 4 โดเมน RDF และจัดทำแผนพัฒนารายบุคคล (IDP) โดยมีการประชุมกับอาจารย์ที่ปรึกษาทุก 6 เดือนเพื่อทบทวนและประเมินผล ทั้งนี้ ผลลัพธ์พบว่า นักวิจัยรุ่นใหม่สามารถเพิ่มจำนวนงานตีพิมพ์และขยายเครือข่ายความร่วมมือวิจัยได้มากขึ้นภายใน 2 ปี (University of Sheffield, 2021)

โดยสรุป จากการเปรียบเทียบกรอบมาตรฐานวิชาชีพ พบว่า มีความแตกต่างกันทั้งในด้านโดเมนหลัก ระบบรับรอง ระดับวิชาชีพ รูปแบบการประเมิน และหน่วยงานที่รับผิดชอบ โดย Professional Standards Framework (PSF) ของสหราชอาณาจักร เน้นด้าน Teaching มีระบบรับรองอย่างเป็นทางการ ครอบคลุม 4 ระดับวิชาชีพ ตั้งแต่ Associate Fellow ถึง Principal Fellow (AFHEA-PFHEA) ใช้วิธีการประเมินผ่าน Portfolio และ Peer review โดยมีหน่วยงาน Advance HE เป็นผู้รับผิดชอบ ในขณะที่ Researcher Development Framework (RDF) ของ Vitae (UK) มุ่งเน้นด้าน Research โดยไม่มีระบบรับรองวิชาชีพอย่างเป็นทางการ แต่เน้นการใช้เป็นแนวทางพัฒนา

ตนเอง แบ่งออกเป็น 4 โดเมน 12 ด้านหลัก ครอบคลุมสมรรถนะการวิจัยในมิติรอบด้าน สำหรับ European Framework for Research Careers (EFRC) ของสหภาพยุโรป มุ่งสนับสนุนเส้นทางอาชีพนักวิจัยในระดับ R1–R4 ใช้เป็นแนวทางในการแนะแนวและออกแบบเส้นทางความก้าวหน้าในวิชาชีพนักวิจัย โดยมีคณะกรรมการยุโรป (European Commission) เป็นผู้ดูแล

ด้านกรอบที่เกี่ยวข้องกับ Innovation เช่น Innovation Competency Framework (ICF) ของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA) จะเน้นสมรรถนะด้านนวัตกรรม ครอบคลุม 5 ด้านหลัก มีการประเมินผลงานเชิงนวัตกรรม และมีระบบรับรองบางส่วน สำหรับ Innovation Talent Development Framework (ITDF) ของสำนักงานนโยบายและแผนการต่างประเทศ (NXPO) จะเน้นเส้นทางอาชีพและการพัฒนาสมรรถนะบุคลากรด้านนวัตกรรม แบ่งออกเป็น Talent, Specialist, Leader และ Champion พร้อมระบบรับรองเพื่อใช้กำหนดเส้นทางความก้าวหน้า ส่วน NPA (หากหมายถึงกรอบสมรรถนะวิชาชีพที่ออกโดยหน่วยงานประเมินภายในหรือองค์กรกลาง) มักใช้ในกลุ่ม Research มีโครงสร้าง 6 Competencies ไม่มีระบบรับรองอย่างเป็นทางการเช่นเดียวกัน แต่เน้นใช้เพื่อการประเมินผลภายในองค์กร

จะเห็นได้ว่ากรอบมาตรฐานวิชาชีพแต่ละกรอบมีลักษณะการนำไปใช้และรูปแบบการประเมินแตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์และบริบท ทั้งนี้สามารถนำมาปรับประยุกต์ใช้เป็นแนวทางพัฒนามาตรฐานวิชาชีพนักวิจัยและนวัตกรรมให้เหมาะสมกับสถาบันอุดมศึกษาไทยได้อย่างเป็นระบบและเชื่อมโยงกัน

ตารางที่ 6 เปรียบเทียบกรอบมาตรฐานวิชาชีพต่าง ๆ ที่เป็นที่ยอมรับในระดับชาติและในระดับสากล

กรอบมาตรฐานวิชาชีพ	โดเมนหลัก	ระบบรับรอง	ระดับวิชาชีพ	รูปแบบการประเมิน	หน่วยงาน
PSF (UK)	Teaching	มี	4 ระดับ (AFHEA–PFHEA)	Portfolio, Peer review	Advance HE
RDF (UK)	Research	ไม่มีการรับรองอย่างเป็นทางการ	4 โดเมน, 12 ด้าน	ใช้เพื่อพัฒนาตนเอง	Vitae
EFRC (EU)	Research	แนะนำโดย EU	R1–R4	แนะแนววิชาชีพ	European Commission
ICF (TH)	Innovation	มีบางส่วน	5 ด้าน	ประเมินผลงานเชิงนวัตกรรม	NIA
ITDF	Innovation	มี	Talent–Champion	ใช้สำหรับเส้นทางความก้าวหน้า	NXPO
NPA	Research	ไม่มี	6 Competencies	ประเมินผล	NPA

กรอบแนวคิดการพัฒนามาตรฐานวิชาชีพนักวิจัยและนวัตกรรมในสถาบันอุดมศึกษาไทย

กรอบแนวคิดการพัฒนามาตรฐานวิชาชีพในบทความนี้ มีลักษณะเป็นกรอบแนวคิดสมรรถนะนักวิจัยและนวัตกรรมในสถาบันอุดมศึกษาที่เหมาะสมในบริบทไทย มาจากการวิเคราะห์และเปรียบเทียบกรอบแนวคิดมาตรฐานวิชาชีพทั้งในประเทศและต่างประเทศ บทความนี้จึงเสนอ กรอบสมรรถนะนักวิจัยหรือนวัตกรรมไทย โดยกำหนด

โครงสร้างระดับสมรรถนะออกเป็น 4 ระดับหลัก เพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาอาชีพและการประเมินวิชาชีพที่สามารถนำไปปรับใช้ได้จริงในสถาบันอุดมศึกษาไทย ได้แก่ (1) Associate Fellow Researcher/Innovator (AFRI) (2) Fellow Researcher/Innovator (FRI) (3) Senior Fellow Researcher/Innovator (SFRI) และ (4) Principal Fellow Researcher/Innovator (PFRI) โดยแต่ละระดับมีรายละเอียดดังนี้

1. ระดับ Associate Fellow Researcher/Innovator (AFRI) หมายถึง นักวิจัยหรือนวัตกรรมระดับเริ่มต้น ซึ่งมีความรู้พื้นฐานด้านการวิจัยหรือการพัฒนาวัตกรรม สามารถปฏิบัติงานภายใต้การกำกับดูแล มีทักษะการคิดวิเคราะห์เชิงสร้างสรรค์เบื้องต้น และมีศักยภาพในการเรียนรู้และพัฒนาเพื่อก้าวไปสู่ระดับสูงขึ้น เหมาะสำหรับนักวิจัยรุ่นใหม่ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หรือบุคลากรที่เพิ่งเริ่มต้นสายอาชีพด้านวิจัยและนวัตกรรม

2. ระดับ Fellow Researcher/Innovator (FRI) หมายถึง นักวิจัยหรือนวัตกรรมที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญเพิ่มขึ้น สามารถทำงานวิจัยหรือพัฒนาวัตกรรมได้อย่างอิสระ มีทักษะการแก้ปัญหาและการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ สามารถทำงานข้ามศาสตร์และสร้างเครือข่ายวิชาชีพ มีบทบาทในการถ่ายทอดองค์ความรู้หรือการทำงานร่วมกับทีมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. ระดับ Senior Fellow Researcher/Innovator (SFRI) หมายถึง นักวิจัยหรือนวัตกรรมอาวุโส ซึ่งมีประสบการณ์เชิงลึกในสายงานวิจัยหรือการสร้างนวัตกรรม มีความสามารถในการบริหารจัดการโครงการหรือทีมงานวิจัยขนาดกลางถึงขนาดใหญ่ มีบทบาทในการเป็นที่ปรึกษา โค้ช หรือผู้พัฒนาบุคลากรรุ่นใหม่ รวมถึงการสร้างผลงานที่มีผลกระทบเชิงเศรษฐกิจหรือสังคมในวงกว้าง

4. ระดับ Principal Fellow Researcher/Innovator (PFRI) หมายถึง นักวิจัยหรือนวัตกรรมชั้นนำที่มีบทบาทระดับนโยบายหรือระดับยุทธศาสตร์ เป็นผู้มีวิสัยทัศน์ สามารถกำหนดทิศทางและขับเคลื่อนงานวิจัยหรือระบบนวัตกรรมในระดับมหภาค สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างประเทศ ความเป็นผู้นำเชิงกลยุทธ์และเป็นต้นแบบในวงวิชาชีพ

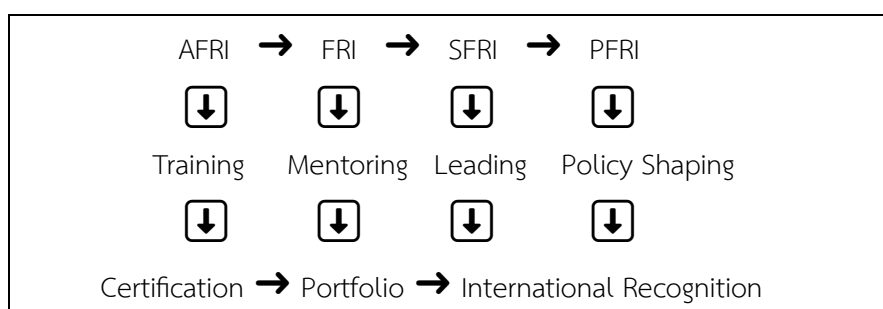
ตารางที่ 7 กรอบสมรรถนะ (Competency Framework) สำหรับนักวิจัยและนวัตกรรมไทย (ที่มา: ผู้เขียน)

ระดับ	บทบาทหลัก	สมรรถนะหลัก	สมรรถนะย่อย	สมรรถนะที่แสดงออก	ตัวอย่างเกณฑ์พิจารณา
AFRI	นักวิจัย/นวัตกรรมระดับเริ่มต้น หรือผู้เริ่มต้นเข้าสู่อาชีพนักวิจัย	ความรู้พื้นฐาน	การใช้เครื่องมือวิจัยเบื้องต้น	มีความรู้พื้นฐานด้านวิจัยหรือการสร้างนวัตกรรม ใช้เครื่องมือพื้นฐานได้	เคยเข้าร่วมโครงการวิจัย/นวัตกรรม มีผลงานระดับเบื้องต้น
FRI	นักวิจัย/นวัตกรรมมืออาชีพ หรือผู้ปฏิบัติงานวิชาชีพนักวิจัย/นวัตกรรม	ทักษะวิจัย	การจัดทำข้อเสนอทุนวิจัย	มีทักษะการดำเนินงานวิจัย/นวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง มีบทบาทในการจัดการบางส่วน	มีผลงานวิจัยตีพิมพ์/นวัตกรรมใช้ได้จริง มีประสบการณ์โครงการ

ตารางที่ 7 (ต่อ)

ระดับ	บทบาทหลัก	สมรรถนะหลัก	สมรรถนะย่อย	สมรรถนะที่แสดงออก	ตัวอย่างเกณฑ์พิจารณา
SFRI	หัวหน้าโครงการพัฒนา งานวิจัย/นวัตกรรม หรือผู้นำทางเทคนิค หรือทีมวิจัย	การจัดการวิจัย	การนำทีม	สามารถบริหารจัดการ งานวิจัย/นวัตกรรม นำทีมและให้ คำปรึกษาได้	เป็นหัวหน้าโครงการ ได้รับทุนภายนอก มีบทบาทในเครือข่าย วิชาการ
PFRI	ผู้อำนวยการวิจัย หรือ ผู้ขับเคลื่อนนโยบาย ด้านการวิจัย/ นวัตกรรม	ภาวะผู้นำเชิง นโยบาย	การกำหนด ทิศทางวิจัย ระดับชาติ	สร้างแนวคิดใหม่ระดับ นโยบาย มีอิทธิพลต่อ วงการวิจัย/นวัตกรรม	มีผลงานระดับ นานาชาติ เป็นที่ ยอมรับในสาขา เป็นกรรมการนโยบาย

การนำกรอบสมรรถนะนี้ไปใช้สามารถช่วยจัดระบบเส้นทางอาชีพของนักวิจัยและนวัตกรรมให้มีความชัดเจน และวัดผลได้จริง ทั้งยังตอบสนองต่อแนวนโยบาย Thailand 4.0 และ SDGs โดยเฉพาะด้านการศึกษานวัตกรรม (UNESCO, 2022) อย่างไรก็ตาม ความท้าทายคือการสร้างระบบรับรองกลางและการประเมินที่โปร่งใส (Knight, 2015) สำหรับเส้นทางอาชีพนักวิจัยและนวัตกรรม (Roadmap) สำหรับสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยที่ผู้เขียน ขอเสนอ แสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แผนภาพ Roadmap การพัฒนาวิชาชีพนักวิจัยและนวัตกรรม (ที่มา: ผู้เขียน)

แผนภาพ Roadmap ฉบับนี้ แสดงให้เห็นเส้นทางการเติบโตและพัฒนาวิชาชีพของนักวิจัยหรือนวัตกรรมไทย อย่างเป็นลำดับขั้น เริ่มต้นจาก Start ซึ่งหมายถึงจุดเริ่มต้นของการเข้าสู่อาชีพด้านการวิจัยหรือการสร้างนวัตกรรม บุคลากรจะพัฒนาสมรรถนะผ่านการฝึกอบรม (Training) อย่างต่อเนื่อง เพื่อก้าวสู่ระดับ Associate Fellow Researcher/Innovator (AFRI) ซึ่งเป็นระดับเริ่มต้น โดยมุ่งเน้นการพัฒนาทักษะพื้นฐาน การเรียนรู้จากการทำงานจริง และการสะสมประสบการณ์ เมื่อมีสมรรถนะและประสบการณ์เพิ่มขึ้น จะเข้าสู่ระดับ Fellow Researcher/Innovator (FRI) ซึ่งเน้นบทบาทการทำงานวิจัยหรือพัฒนานวัตกรรมได้อย่างอิสระ มีการเสริมพลังด้วยกระบวนการ Mentoring หรือการมีพี่เลี้ยงเพื่อให้คำแนะนำ ช่วยให้เกิดการพัฒนาตนเองและแลกเปลี่ยนองค์ความรู้กับผู้มีประสบการณ์ ถัดไปคือระดับ Senior Fellow Researcher/Innovator (SFRI) ซึ่งเป็นระดับอาวุโส ผู้ปฏิบัติหน้าที่ในฐานะ Leader มีบทบาทสำคัญในการบริหารจัดการโครงการ การนำทีมวิจัย หรือการพัฒนางานนวัตกรรมขนาดใหญ่

พร้อมทั้งดูแลและพัฒนาคนรุ่นใหม่ให้เติบโตในวิชาชีพ สุดท้าย คือ ระดับ Principal Fellow Researcher/Innovator (PFRI) ซึ่งเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญทางนโยบาย (Policy Shaping) สามารถกำหนดทิศทางนโยบายด้านวิจัยและนวัตกรรม ผลักดันการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทั้งในระดับชาติและนานาชาติ และมีความเป็นผู้นำเชิงกลยุทธ์ที่ได้รับการยอมรับในวงวิชาชีพ ตลอดเส้นทาง Roadmap นี้ จะมีการประเมินและรับรองสมรรถนะในแต่ละช่วง โดยเริ่มจาก Certification ซึ่งหมายถึง การรับรองมาตรฐานวิชาชีพระดับต้น ตามมาด้วย Portfolio ที่เป็นหลักฐานการพัฒนางาน วิชาการ งานวิจัย หรือนวัตกรรมที่สะท้อนศักยภาพของแต่ละบุคคล เมื่อถึงระดับสูงสุดจะมุ่งสู่ International Recognition หรือการได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ ซึ่งเป็นเป้าหมายสำคัญของการพัฒนาวิชาชีพนักวิจัยและนวัตกรรมให้มีคุณภาพทัดเทียมมาตรฐานสากล โดยสรุป Roadmap ฉบับนี้จึงเปรียบเสมือนแผนที่นำทางที่เชื่อมโยงการพัฒนาตนเอง (Self-development) การทำงานเป็นทีม (Team leadership) และการกำหนดนโยบาย (Policy leadership) เข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง เพื่อสร้างกำลังคนวิจัยและนวัตกรรมที่มีคุณภาพและตอบโจทย์ประเทศไทยอย่างแท้จริง

สรุป

กรอบการพัฒนามาตรฐานนักวิจัยและนวัตกรรมที่นำเสนอในบทความนี้มีลักษณะเป็นกรอบสมรรถนะของนักวิจัยและนวัตกรรม ซึ่งสถาบันอุดมศึกษาสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและยกระดับศักยภาพของนักวิจัยและนวัตกรรม รวมถึงขับเคลื่อนงานวิจัยหรือนวัตกรรมที่ตอบโจทย์การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม นอกจากนี้ กรอบการพัฒนามาตรฐานนักวิจัยและนวัตกรรมนี้ เป็นเครื่องมือสำคัญของมหาวิทยาลัยในการยกระดับมาตรฐานวิชาชีพนักวิจัยและนวัตกรรม และช่วยผลักดันการสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรมภายในสถาบันไปสู่ระดับชาติได้อย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง ทั้งนี้ การผลักดันกรอบสมรรถนะนักวิจัยและนวัตกรรมควรดำเนินการควบคู่กับเกณฑ์การประเมินตำแหน่งทางวิชาการของสำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สป.อว.) โดยสามารถนำระบบสมรรถนะมาใช้เป็นองค์ประกอบเสริมในการพิจารณาคุณสมบัติและการเลื่อนตำแหน่งวิชาการของอาจารย์ประจำ (NRCT, 2022) เพื่อให้การประเมินตำแหน่งทางวิชาการ ไม่พิจารณาเฉพาะผลงานวิจัยเชิงปริมาณเท่านั้น แต่ยังสะท้อนถึงพัฒนาการด้านทักษะและสมรรถนะของนักวิจัยด้วย นอกจากนี้ ควรมีการบูรณาการกับเกณฑ์มาตรฐานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น Thailand Quality Research (TQR) เพื่อยกระดับคุณภาพการวิจัยของประเทศให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล รวมถึงควรเชื่อมโยงกับระบบทุนวิจัยในลักษณะ Competitive Grant ซึ่งจะทำหน้าที่เป็นกลไกจูงใจสำคัญ ช่วยกระตุ้นให้นักวิจัยพัฒนาสมรรถนะของตนเองอย่างต่อเนื่องและมีทิศทางที่ชัดเจน ทั้งนี้ หากดำเนินการอย่างเป็นระบบและเชื่อมโยงกับนโยบายระดับประเทศอย่างรอบด้าน จะสามารถยกระดับศักยภาพนักวิจัยและนวัตกรรมไทยให้ก้าวทันการเปลี่ยนแปลงและตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาประเทศได้อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการพัฒนากรอบรับรองกลางร่วมกับหน่วยงานระดับชาติ โดยการจัดตั้งหรือพัฒนาระบบรับรองมาตรฐานวิชาชีพที่เป็นที่ยอมรับในระดับประเทศ โดยดำเนินการร่วมกับหน่วยงานสำคัญ เช่น สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA) และสำนักงาน

สภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (NXPO) เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและเป็นมาตรฐานเดียวกันในระดับประเทศ

2. ควรพัฒนาโครงการอบรมและหลักสูตรพัฒนาวิชาชีพต่อเนื่องตามระดับสมรรถนะ โดยจัดให้มีโครงการอบรม หลักสูตรพัฒนาวิชาชีพ และกิจกรรมเสริมศักยภาพที่สอดคล้องกับแต่ละระดับสมรรถนะของนักวิจัยและนวัตกรรม เพื่อให้บุคลากรมีโอกาสพัฒนาทักษะและความรู้ได้อย่างต่อเนื่องตามเส้นทางอาชีพ (Career Pathway) ที่ชัดเจน

3. ควรบูรณาการกรอบสมรรถนะเข้ากับระบบบริหารบุคลากรในมหาวิทยาลัย โดยนำกรอบสมรรถนะนี้ไปเชื่อมโยงกับระบบบริหารทรัพยากรบุคคล (HR) ของมหาวิทยาลัย เช่น ใช้ประกอบการพิจารณาความก้าวหน้าในตำแหน่งวิชาการ การประเมินผลการปฏิบัติงาน และการจัดทำแผนพัฒนาบุคลากรรายบุคคล เพื่อให้เกิดความสอดคล้องระหว่างสมรรถนะที่ต้องการกับระบบการประเมินและพัฒนาอย่างแท้จริง

4. ควรผลักดันให้มีการใช้ตัววัดระดับวิชาชีพอย่างเป็นทางการเพื่อสร้างแรงจูงใจและการรับรู้สถานะวิชาชีพที่ชัดเจน ควรสนับสนุนให้ผู้ผ่านการรับรองในแต่ละระดับสามารถนำตัววัดระดับวิชาชีพ เช่น AFRI, FRI, SFRI และ PFRI ไปใช้ต่อท้ายชื่ออย่างเป็นทางการได้ อาทิ ในเอกสารวิชาการ บัตรประจำตัว หรือการสมัครทุนวิจัย เพื่อสร้างคุณค่าเชิงสัญลักษณ์และแรงขับเคลื่อนในการพัฒนาตนเองต่อเนื่อง

เอกสารอ้างอิง

- Advance HE. (2023). *Professional Standards Framework*. [Online]. Retrieved from: <https://www.advance-he.ac.uk>
- ASEAN. (2022). *ASEAN Young Scientist Network Annual Report*.
- Boyatzis, R. E. (2008). Competencies in the 21st century. *Journal of Management Development*, 27(1), 5–12. <https://doi.org/10.1108/02621710810840730>
- Chiang Mai University. (2022). *CMU Researcher Development Model*. (in Thai)
- Eraut, M. (1994). *Developing professional knowledge and competence*. London: RoutledgeFalmer.
- European Commission. (2011). *Towards a European Framework for Research Careers*. Brussels: European Commission.
- Khon Kaen University, Division of Research and Graduate Studies. (2024). *KKU Researcher Incubation Program: Individual Mentor–Mentee Guidelines*. Khon Kaen: Unpublished report. (in Thai)
- Knight, P. T. (2015). *Assessment for Learning in Higher Education*. Routledge.
- National Innovation Agency (NIA). (2022). *Innovation Competency Framework*. Bangkok: NIA. (in Thai)
- National Research Council of Thailand (NRCT). (2022). *Core Competencies for Postdoctoral Scholars*.
- NXPO. (2021). *Innovation Talent Development Framework*. Bangkok: Office of National Higher Education Science Research and Innovation Policy Council. (in Thai)

- NXPO. (2023). *Thailand Research and Innovation Utilization Survey 2023*. Office of National Higher Education Science Research and Innovation Policy Council (NXPO). [Online]. Retrieved from: <https://www.nxpo.or.th>
- Office of the Permanent Secretary, Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation. (2022a). *Thailand Research and Development Statistics Report*. Bangkok: Office of the Permanent Secretary, MHESI. (in Thai)
- Office of the Permanent Secretary, Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation. (2022b). *Performance Report on Higher Education, Science, Research and Innovation*. Bangkok: Office of the Permanent Secretary, MHESI. (in Thai)
- Office of the Science Promotion Commission. (2023a). *Thailand Research and Innovation Utilization Overview Report*. Bangkok: Office of the Science Promotion Commission. (in Thai)
- Office of the Permanent Secretary, Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation. (2023b). *Survey of Thai Researchers' Opinions on the Research and Innovation Human Resource Development System*. Bangkok: Office of the Permanent Secretary, MHESI. (in Thai)
- Parntong, S. (2020). *Development of a researcher competency model for Rajabhat University*. Thesis of the Degree of Doctoral Program. Bangkok: Chandrakasem Rajabhat University. (in Thai)
- Suthammanon, K., et al. (2023). Designing strategic career pathways: A competency-based career path framework at Panyapiwat Institute of Management. *KUEY Journal*, 30(5), 489–504.
- UNESCO. (2022). *Higher Education in the Sustainable Development Goals*. Paris: UNESCO.
- University of Sheffield. (2021). *RDF Planner Tool Guide*.
- Vitae. (2011). *Researcher Development Framework*. Cambridge: Vitae. [Online]. Retrieved 23 March 2025 from: <https://www.vitae.ac.uk/researcher-development-framework>
- Yurarach, S., and Thongkaew, S. (2025). New researcher development project at Sripatum University. *SPU Research Bulletin*, 10(2), 20–25. (in Thai)

คำแนะนำในการเตรียมและการส่งต้นฉบับ

วารสารนวัตกรรมและการจัดการ

Journal of Innovation and Management (JIM)

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 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 ต้องระบุถึง วัตถุประสงค์ 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) และอีเมลของผู้เขียนสำหรับติดต่อ 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-นามสกุลผู้เขียนและสังกัด 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 อนุโลมให้นำมาใช้อ้างอิงได้

6.2 การอ้างอิงในเนื้อหา ใช้ระบบนามปี [นามสกุล, ปี หรือ นามสกุล (ปี)] และอ้างอิงโดยใช้นามสกุลภาษาอังกฤษเท่านั้น เช่น Yaempoklarn (2012) หรือ (Yaempoklarn, 2012) เป็นต้น ทั้งนี้ หากมีผู้แต่ง 2 คน ให้ใส่นามสกุลทั้งสองคน เช่น Klinkul and Sarthonnut (2009) หรือ (Klinkul and Sarthonnut, 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: สุวีริยาสาส์น.

ตัวอย่างที่ 2 วารสาร

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

Klinkul, K. and Sarthonnut, 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.

Sorntanong, 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 เทพสุกร. (2549). *ศึกษาความสำเร็จของการปรับปรุงการทำงานอย่างต่อเนื่องด้วยวิธี Kaizen กรณีศึกษา บริษัท โซนี่ เทคโนโลยี จำกัด*. ปทุมธานี: วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

7. บทความทุกเรื่องที่ส่งให้กองบรรณาธิการพิจารณา ต้องไม่ได้รับการเผยแพร่ที่ไหนมาก่อน หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาเผยแพร่ของวารสารอื่นๆ

8. การส่งต้นฉบับบทความ (Submission) ส่งต้นฉบับบทความในรูปแบบของไฟล์ word และ pdf ตามรูปแบบที่วารสารกำหนดมาที่

สำนักงานกองบรรณาธิการ วารสารนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ อาคาร 37 ชั้น 1

เลขที่ 1 ถนนอุททองนอก 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 10 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2568)

บทความวิจัย

- 07** ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรกรมที่ดิน กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1
กัลยา กองหนูย์, ประสพชัย พูนพันธ์
- 22** ส่วนประสมการตลาดบริการและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยสั่งตัดของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองลับแล จำกัด จังหวัดอุตรดิตถ์
อุมาพร พลูใจ, ภาศิริ เติบปียรัตน์, อธิวัฒน์ ชมระภา
- 35** การวิเคราะห์ระดับการรู้สารสนเทศของผู้สูงอายุในเขตคูสิต
อาภากรณ โพรธีระจำง, วิไลลักษณ์ รักบำรุง, มุกด์ตรา กองเวส, คัทลียา จันดา
- 48** การวิเคราะห์ผลการทดสอบและแนวทางเพื่อยกระดับคุณภาพแบบทดสอบความสามารถทางภาษาอังกฤษ มหาวิทยาลัยศรีปทุม (SPU-TEP)
ไพบูลย์ สุวิจิตร บาร์, ทิรณันท์ วงศ์วิวัฒน์, Oscar Jr. Malicad, สุบิน ยุระรัช
- 62** อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจที่มีต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการรถสาธารณะในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
พนิดา นิลอรุณ, ภวันกัรนา เจริญบุญ, พาโชค เลิศอัศวภัทร, สุวิธา พุกขอากรณ, สุดารัตน์ ชีราพทุกษ์
- 77** การสังเคราะห์แนวคิดเพื่อพัฒนาเครื่องมือสำหรับจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมและการรายงานผลการปฏิบัติงานเพื่อความยั่งยืน
สุรัชดา เชิดบุญเมือง, มหัทธกร เปลี่ยนสมัย, นัฐชญา เชิดบุญเมือง
- 94** ปัจจัยด้านโลจิสติกส์ที่มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจและความพึงพอใจของลูกค้า: มุมมองของผู้ค้าปลีกเสื้อผ้าออนไลน์
ปภัสนร ดวงฤทธิ์, ชลธิชา จันทร์แสง, เมธวิน ทิตติคุณ, ไพบูลย์ ฤกษ์สำราญ
- 110** นวัตกรรมบริการ และกลยุทธ์การตลาด 4E ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์วิทยบริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ของนักศึกษาจากประเทศจีน มหาวิทยาลัยราชภัฏแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร
สุดารัตน์ ชีราพทุกษ์, วิไลลักษณ์ รักบำรุง, ศุภรา เจริญบุญ
- 124** แนวทางการพัฒนาเพื่อส่งเสริมและยกระดับคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ ในจังหวัดนครปฐม
ธวัชชัย สู่เพื่อน
- 137** บุพปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินชีวิตอย่างเป็นสุขของคนวัยเกษียณในจังหวัดกระบี่
ธนันพิชญ์ สิทธิเดชไพบลูย์, ชมภู สายเสมอ, บัณฑิต ผังนิรันดร์, ธนพล ก่อฐานะ, ชัยรัตน์กักร กวิศพิริยะภักดี
- 155** The Relationship Between Board and Executive Compensation and Tax Planning of Listed Companies on the Stock Exchange of Thailand
Nata Singprasert, Kanjana Phonsumlissakul
- 169** Causal factors of Becoming an Innovative Organization and Business Performance of Service-Sector Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) in the Accommodation Industry in Thailand
Kanyarat Tirathanachaiyakun

บทความวิชาการ

- 183** การท่องเที่ยวแบบหรูหรา: แนวโน้ม พฤติกรรม และความยั่งยืนในยุคปัจจุบัน – การศึกษาเชิงวรรณกรรม
ธัญกานต์ จำปาเงิน, วรณิดา บุญญานเมธพร
- 200** กรอบแนวคิดการพัฒนามาตรฐานวิชาชีพนักวิจัยและนักตรรกในสถาบันอุดมศึกษาไทย
สุบิน ยุระรัช, ศิริพร ทองแก้ว



วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

เลขที่ 1 ถนนอุททองนอก แขวงคูสิต เขตคูสิต กรุงเทพมหานคร 10300
โทรศัพท์ 0 2160 1182, 0 2160 1456

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