



Glocalizing across the Sacred Place: Exploring Linguistic Landscape of Wat Maha That, Ayutthaya, Thailand การสร้างอัตลักษณ์ท้องถิ่นร่วมสมัยในสถานที่ศักดิ์สิทธิ์: การศึกษาภูมิทัศน์ภาษาของ วัดมหาธาตุ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประเทศไทย

Krishna Kosashunhanan
กฤษณะ โฆษสุนหนันท์

Article History
Receive: August 9, 2024
Revised: October 4, 2024
Accepted: December 16, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภูมิทัศน์ภาษาของวัดมหาธาตุ สถานที่มรดกทางวัฒนธรรมที่สำคัญในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประเทศไทย เพื่อเข้าใจการผสมผสานระหว่างองค์ประกอบท้องถิ่นและระดับโลกผ่านป้ายสาธารณะ การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพในการวิเคราะห์ป้าย จำนวน 48 ป้าย ที่วัดมหาธาตุ ในเชิงปริมาณป้ายถูกจัดกลุ่มเป็นป้ายภาษาหนึ่งภาษา สองภาษา และหลายภาษา ซึ่งพบว่าป้ายสองภาษา (ไทย-อังกฤษ) มีจำนวนมากที่สุด และมีป้ายหลายภาษาที่ผสมภาษาญี่ปุ่นและภาษาจีนในระดับที่น่าสนใจ ส่วนในเชิงคุณภาพ การวิเคราะห์เน้นไปที่องค์ประกอบทางภาษา โดยพิจารณาขนาด ตำแหน่ง และความโดดเด่นของแต่ละภาษาในเชิงภาพ รวมถึงบทบาทหน้าที่ของป้าย เช่น การให้ข้อมูลหรือการควบคุมพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพชี้ให้เห็นว่าภาษาไทยได้รับการให้ความสำคัญซึ่งสะท้อนถึงความสำคัญทางวัฒนธรรม ในขณะที่การใช้ภาษาต่างประเทศช่วยเพิ่มความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ นอกจากนี้ ผลการวิจัยพบว่า การใช้ภาษาต่างประเทศในป้ายที่เกี่ยวข้องข้อบังคับไม่เพียงแต่เพิ่มความน่าสนใจและความเข้าถึงได้ในระดับสากล แต่ยังเน้นย้ำถึงความสำคัญทางวัฒนธรรมและศาสนาของสถานที่ การผสมผสานระหว่างองค์ประกอบท้องถิ่นและระดับโลกเป็นสิ่งสำคัญ ในการรักษาความศักดิ์สิทธิ์และความแท้จริงของวัดมหาธาตุในขณะที่รองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ การศึกษานี้เน้นย้ำถึงความสำคัญของการสมดุลระหว่างมาตรการข้อบังคับกับประสบการณ์ของผู้เยี่ยมชมเพื่อหลีกเลี่ยงความรำคาญที่อาจเกิดขึ้นและเพิ่มความพึงพอใจโดยรวม ข้อมูลเชิงลึกเหล่านี้มีส่วนช่วยให้เข้าใจวิถีที่ภูมิทัศน์ทางภาษาสามารถเอื้อให้เกิดการผสมผสานระหว่างอิทธิพลระดับโลกและบริบทท้องถิ่น รักษาคุณค่าทางวัฒนธรรมในขณะที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

คำสำคัญ : การสร้างอัตลักษณ์ท้องถิ่นร่วมสมัย ; ภูมิทัศน์ภาษา ; ภาษาหลายภาษา ; สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ ; การท่องเที่ยว



ABSTRACT

This study examines the LL of Wat Maha That, a significant cultural heritage site in Ayutthaya, Thailand, to understand the process of glocalization through public signage. This study employed both quantitative and qualitative methodologies to analyze 48 signs at Wat Maha That. Quantitatively, the signs were categorized into monolingual, bilingual, and multilingual groups, revealing a predominance of bilingual Thai-English signs and a notable presence of multilingual signs incorporating Japanese and Chinese. Qualitatively, the analysis explored the linguistic composition, focusing on the size, placement, and visual prominence of each language, as well as the functional roles of the signs, such as providing information or regulating visitor behavior. The qualitative findings highlighted how Thai was prioritized, reflecting its cultural significance, while foreign languages enhanced accessibility for international tourists. The findings also indicate that the strategic use of foreign languages in regulatory signage not only enhances the site's global appeal and accessibility but also underscores its cultural and religious significance. This interplay between global and local elements is crucial for maintaining the sanctity and authenticity of Wat Maha That while catering to international tourists. The study highlights the importance of balancing regulatory measures with visitor experience to avoid potential irritation and enhance overall satisfaction. These insights contribute to the broader understanding of how linguistic landscapes can facilitate the integration of global influences into local contexts, preserving cultural heritage while promoting international tourism.

Keywords : Glocalization ; Linguistic Landscape ; Multilingualism ; Sacred Place ; Tourism

Introduction

Wat Maha That or Maha That temple in Ayutthaya, Thailand, stands as a crucial element of the Ayutthaya Historical Park, a recognized UNESCO World Heritage site (UNESCO, n.d.), captivating tourists with its rich history and cultural significance. Established in the 14th century, this temple functioned as a religious, political, and social hub during the Ayutthaya Kingdom, attracting those interested in the relics of ancient civilizations. The site is celebrated for its architectural wonders, including an array of chedis, prangs, and Buddha statues that exemplify early Siamese artistry. Notably, the sandstone Buddha head entwined within the roots of a Bodhi tree has become a symbolic and extensively photographed feature, representing Ayutthaya itself. More than its visual allure and historical importance, Wat Maha That continues to be a respected site where visitors partake in spiritual practices, enriching their experience. Its proximity to Bangkok ensures it is a frequent choice for day trips, appealing to international tourists and local visitors alike. The site also offers substantial educational value, making it a crucial destination for students and scholars studying the history, archaeology, and religious evolution of Southeast Asia. The temple's status as a key tourist destination makes it an ideal location to explore the linguistic landscape (LL) and the process of glocalization, as it offers a rich context where global influences intersect with deeply rooted local traditions.

As such, Wat Maha That serves as an exemplary case of how a historical site can preserve its local culture while simultaneously attracting international tourists. As one of Ayutthaya's most esteemed sites, it plays a crucial role in maintaining Thai cultural heritage, offering insights into the nation's past for both locals and tourists. The temple's distinct architectural features, such as its iconic prang and Buddha statues, display the unique Ayutthaya style, which integrates various historical influences. Efforts to enhance accessibility for international visitors include improved infrastructure, such as better signage and visitor centers, and promotional activities that spotlight the temple in global tourism campaigns. Educational materials further elucidate the site's historical and cultural relevance for a worldwide audience. However,

balancing tourism with cultural preservation necessitates sensitivity; it is vital that activities and visitor behavior respect the site's religious and historical significance to prevent commercialization that could detract from its authenticity. By preserving its cultural roots and offering authentic experiences, Wat Maha That not only safeguards but also shares its rich heritage with the world, illustrating a successful blend of local culture preservation and international appeal. This is what Robertson (1994) coins as glocalization.

According to Andrews & Ritzer (2007) ; Swyngedouw (1997), glocalization represents the dynamics between cultural homogenization and heterogenization, indicating a dual process where universal corporate or cultural practices are particularized to fit local contexts. Robertson (1994, 2014) further elaborates this concept by suggesting that glocalization blends universalizing tendencies with particularizing trends, indicating that what is globally recognized can be distinctly expressed in local terms. However, the central focus of this paper is from a bottom-up perspective, particularly emphasizing how Wat Maha That engages in the process of globalizing while simultaneously localizing. In simpler terms, it examines how the local site is actively glocalizing itself. To do so, there are various approaches used in investigating how places are glocalized, but in terms of linguistic approach, exploring linguistic landscape is one of the pervasive methods.

LL studies investigate glocalization by examining how languages are visually represented in public spaces, such as signs, billboards, and street names, to reflect the interaction between global and local elements. By analyzing the choice, placement, and prominence of languages in LL, researchers can determine how global forces, like tourism or economic activity, influence local practices.

Objectives

To elucidate the applications of linguistic landscape (LL) studies in glocalizing sacred places such as temples and historical sites, this study focuses on the linguistic landscape of Wat Maha That in Ayutthaya. The research aims to explore what languages are used on public signs at Wat Maha That and how these languages are employed to glocalize Wat Maha That.

Literature Review

Linguistic Landscape

The term “linguistic landscape” (LL) refers to the visible language objects within public spaces, encompassing public and commercial signage within a defined geographic area. This concept was initially defined by Landry & Bourhis (1997), who highlighted the “visibility and salience of languages on public and commercial signs in a given territory” including elements such as road signs, billboards, street names, shop signs, and government buildings. The framework established by Landry & Bourhis (1997) has been expanded by scholars like Shohamy & Gorter (2009) to include additional visual elements such as images, icons, graffiti, slogans, and mottos, which contribute to the socio-cultural and linguistic representation of public spaces.

LL studies in sociolinguistics investigate the visual presence of languages in multilingual settings, providing insights into language policy (Dal Negro, 2009), societal multilingualism (Backhaus, 2007), and language vitality (Supramani et al., 2013). Furthermore, LL research explores identity construction in multi-ethnic and multilingual contexts (Curtin, 2009; Wang et al., 2017), the impact of colonial legacies on ethno-cultural identities (An & Zhang, 2022), and the role of language in tourism development (Gu, 2024 ; Lin, 2023). These studies underscore LL's significant role in shaping social and cultural dynamics, illustrating how public language use reflects broader historical and socio-political narratives and influences perceptions and behaviors in various settings, particularly in tourism where the language of signage can enhance the cultural identity and appeal of destinations (Lu et al., 2020).



Research into LL in Tourism

In international contexts, research on LL in tourism has revealed various dimensions of language use, reflecting the intricate interplay between local, national, and global forces. In Macao, studies on heritage and gaming tourism signposts and brochures revealed the commodification of multilingualism for profit under neoliberal ideologies, featuring reductive translanguaging (Yan, 2019). Another study in the Bay of Palma used a corpus-based approach to analyze English texts, discovering the coexistence of two English varieties linked to the backgrounds of holidaymakers and local sign initiators, indicating social class influence (Bruy  l-Olmedo & Juan-Garau, 2019).

In Beijing's Palace Museum, a sociolinguistic approach combining qualitative and quantitative methods showed significant English presence for public services and touristic information, driven by market factors, government policies, and natural environments (Xiao & Lee, 2019). Similarly, a multi-case study in Phnom Penh hotels highlighted the dominance of English, with Chinese and Khmer also visible, influenced by language policy and attitudes within the tourism industry (Lin, 2023). Research on Wailingding Island's public signs and posters emphasized the dynamic relationship between LL and place-making, suggesting that the cultural connotations of LL are deeply tied to the social environment (Li et al., 2023).

The use of local dialects and English in LL has been shown to impact tourists' emotional experiences, with local LL stimulating higher arousal and global LL providing pleasure, according to construal level theory (Chang et al., 2022). An analysis of Jerash's historical sites indicated that English, despite being the official language, enjoyed higher visibility in unofficial signs, establishing it as the lingua franca in tourism discourse (Alomoush, 2022).

A study in Cyprus employed geo-semiotics to analyze multilingual LL, revealing positive attitudes towards multilingualism and a complex LL reflecting the political economy of language and space (Karpava, 2022). In Mojokerto, East Java, analysis of 600 signs indicated the dominance of the Indonesian language, aligned with national language policies, while Javanese was rarely used, demonstrating loyalty to government policies and the absence of language commodification (Rohmah et al., 2024). Kuala Lumpur International Airport's LL study found Malay dominant, followed by English and other languages, with most users favoring the bilingual signage (Woo & Riget, 2020). Finally, in Kupang, Indonesia, English expressions on public minivans displayed high error rates and variations, serving multiple functions such as attractiveness and social criticism, but not constituting a new English variety (Akoli et al., 2022).

Recent LL studies in Thai tourism continue to highlight the dominance of Thai and English in tourist areas. Low (2022) mapped the LL of Bang Saen Beach, finding a predominance of monolingual Thai signs and a significant presence of bilingual Thai-English signs. Choeirod & Chanthao (2023) used the conceptual framework of Landry & Bourhis (1997) to analyze the multilingual LL of Patong Beach, emphasizing the relationship between language use on signs and the tourist demographics of Phuket. Rini & Budiman (2023) utilized Google Street View to analyze signs in Chinatown, focusing on the prevalence of monolingual, bilingual, and trilingual signs.

Currently, studies have expanded their scope by incorporating diverse methodologies and exploring new areas. Wing-Yu Tam (2024) explored the economic implications of bilingual Thai-English menus in Bangkok restaurants, linking language choice to menu pricing. Rungswang (2023) combined quantitative analysis of shop signs with in-depth interviews with shop owners on Khaosan Road, providing a richer understanding of language functions and perceptions.

While recent LL studies in Thai tourism maintain the thematic focus on multilingualism and the prominence of English seen in past research, they differ by incorporating broader scopes, diverse methodologies, and deeper economic analyses. These studies reveal a growing complexity in the linguistic

landscapes of Thai tourist destinations and underscore the evolving dynamics of language use driven by both local and global influences.

However, while recent studies focus on urban tourist destinations, resorts, and airports, there is a notable gap in research focusing on sacred places like temples and historical sites with the focus on glocalization. More interdisciplinary approaches combining sociolinguistics, semiotics, and cultural studies are required to fully understand the role of LL in sacred and historical contexts.

Roles of LL in Glocalizing the Tourist Destinations

Glocalization, combining “global” and “local,” describes the interplay between global influences and local specificities, where global phenomena are adapted to fit local contexts (Robertson, 2014). It integrates global elements into local settings, blending universal themes with local variations. For instance, McDonald’s adapts its menu to local tastes, such as McFalafels in Egypt and Kiwiburgers in New Zealand, while maintaining its global brand identity (Ritzer, 2003). This duality enhances acceptance and success in different markets (Appadurai, 1996 ; Robertson, 2001). In guided tours, storytelling integrates local histories with global influences, shaping a glocalized urban image that merges global and local elements, as seen in Northern European capitals like Copenhagen and Berlin (Nilsson & Zillinger, 2020).

LL studies, examining language use in public spaces, reflect and influence the interaction between global and local cultures. LL, comprising text and sign systems, is crucial in tourist destinations, attracting visitors and shaping experiences (Artawa et al., 2023 ; Yao et al., 2024). Multilingual signs evoke authenticity and cultural richness, enhancing tourists’ emotional engagement and satisfaction (Shohamy et al., 2010 ; Siziba & Maseko, 2024 ; Yao et al., 2024). Local dialects in signage stimulate positive emotional responses and foster a sense of belonging, influencing tourists’ behavioral intentions (Hannum, 2022).

In tourism, LL plays a symbolic role by reflecting language policies, social psychology, and cultural values (Phan & Starks, 2020). Governments and tour operators use LL to mold tourist spaces and convey local characteristics and traditional culture, creating unique, memorable experiences (Lu et al., 2020). Familiar words in LL make tourists feel comfortable and welcomed, while local dialects enhance perceived authenticity (Yan, 2019 ; Alomoush, 2022). The dynamic between global languages like English and local languages in LL demonstrates glocalization, balancing global presence with local features to cater to diverse tourists (Xiao & Lee, 2019).

Glocalization in LL highlights cultural homogenization and heterogenization, where global themes are localized to fit specific contexts (Robertson, 1994 ; Andrews & Ritzer, 2007). In tourism, destinations use both global and local languages on signage to attract international visitors while preserving local identities (Artawa et al., 2023). Research consistently shows that English frequently appears on public signs in tourist areas, symbolizing a global ideology that integrates with local linguistic varieties to glocalize these spaces (Akoli et al., 2022 ; Alomoush, 2022 ; Chang et al., 2022 ; Karpava, 2022 ; Woo & Riget, 2020). The strategic use of English alongside local languages enhances accessibility and appeal, blending global influences with local identities and creating a culturally rich environment.

In conclusion, LL studies in tourism illustrate glocalization, where integrating global and local linguistic elements enhances tourist experiences and promotes cultural diversity. By examining language presence and function in public spaces, LL studies provide insights into how global influences like the English language adapt to local contexts, reflecting broader socio-cultural and economic dynamics. This understanding of glocalization through LL reveals the complexities of cultural exchange and the importance of balancing global and local identities in an interconnected world.



Conceptual Framework

The conceptual framework of this study is rooted in the exploration of linguistic landscapes (LL) as a tool for understanding the process of glocalization in historical and sacred sites. The framework integrates key concepts from sociolinguistics, cultural studies, and tourism studies to examine how public signage in these sites reflects the interplay between global and local elements. The study investigates the use of languages in public signs, focusing on how the inclusion of foreign languages alongside the local language contributes to the site's accessibility, appeal, and cultural authenticity (Akoli et al., 2022 ; Alomoush, 2022 ; Chang et al., 2022 ; Karpava, 2022 ; Woo & Riget, 2020). The analysis of LL in this context is guided by the principles of glocalization, which emphasize the adaptation of global influences to fit local contexts while maintaining the integrity and identity of the local culture (Robertson, 2014). The conceptual framework thus connects the linguistic elements of public signage with broader socio-cultural and economic dynamics, offering insights into how cultural heritage sites can balance global and local demands as presented in Figure 1.

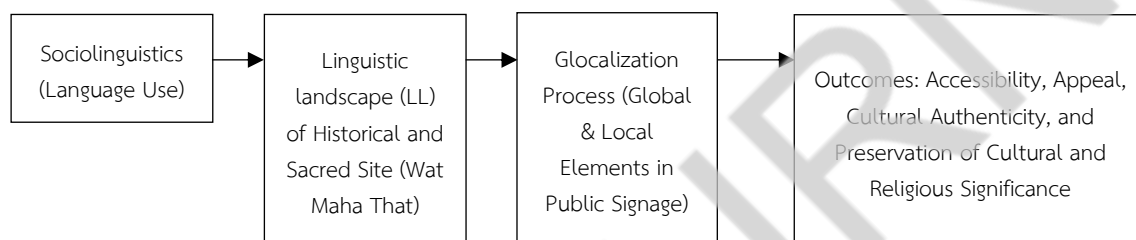


Figure 1 Conceptual Framework

Research Methodology

Data

While LL studies have encompassed both visual displays of languages (e.g. Akoli et al., 2022 ; Alomoush, 2022 ; Chang et al., 2022 ; Karpava, 2022 ; Landry & Bourhis, 1997 ; Woo & Riget, 2020) and images (Shohamy & Gorter, 2009), this research concentrates exclusively on public signs containing linguistic features, with or without accompanying images since the objective is to explore the glocalization of languages in selected areas. Hence, any signs containing only non-linguistic features such as images and graffiti were then excluded. The data includes signs and artifacts from both official entities ('top-down' signs) and local shops ('bottom-up' signs), representing the global and local influences respectively, thereby reflecting different perspectives on language use in the area. In addition to this, repeated signs were excluded from the collection to ensure a diverse and representative dataset. The fieldwork for this study was carried out in May 2024. Following the criteria, there were 48 signs collected.

Research Instrument

The research instruments for this study on the linguistic landscape (LL) of Wat Maha That in Ayutthaya, Thailand, include a mobile device for photographing signs, an observation checklist, and field notes. The mobile device is utilized to capture images of various public signs, including multilingual, monolingual, and bilingual signs, providing a visual record of the language presence within the study area. To ensure systematic data collection, an observation checklist is employed to document specific details about each sign, such as the languages used, font size, and positioning of the text. This checklist was created as a table encompassing of columns language used, a kind of sign and position of text. This could help maintain consistency and comprehensiveness in the data gathering process. Additionally, field notes are

taken as free writing to record contextual information and observations about the environment, as well as any relevant interactions or behaviors related to the signage. These field notes offer qualitative insights that complement the visual data, enriching the overall analysis of the linguistic landscape.

Data Collection

Wat Maha That is chosen as a research site since the place presents a unique opportunity for exploring LL in the context of glocalization. This site has been relatively overlooked in LL investigations in Thai context, which have traditionally focused on urban tourist destinations, and commercial areas. As a place that maintains both local and global elements, Wat Maha That offers a compelling case for examining how global influences are adapted and integrated into local contexts. The temple's prominence as a center of Buddhism during the Ayutthaya Kingdom and its enduring religious significance makes it a rich site for studying the interplay between local traditions and global tourism.

To collect the data, signs in the Wat Maha That area were photographed using the researcher's mobile phone. As depicted in Figure 2, the research site encompassed the entire area in blue square as well as the commercial zone where local shops are located.

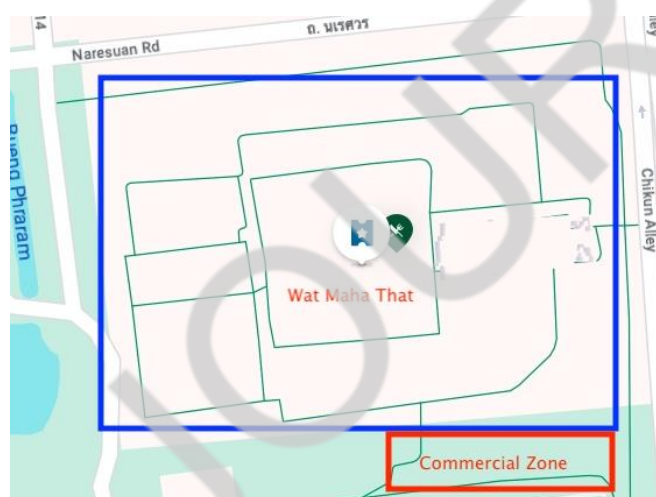


Figure 2 Scope of research site (Tripadvisor, 2024)

Data Analysis

The approach adopted in this study was both quantitative and qualitative since its aims were to explore language use through frequency and to identify language's functions of glocalizing the place using content analysis. The data obtained were analyzed in two parts to ensure a comprehensive understanding of the linguistic landscape at Wat Maha that. The first part focused on the use of language in the signs. Each sign was classified according to its language content: monolingual, bilingual, or multilingual. As shown in Figure 3, a monolingual sign contains only one language, a bilingual sign features two languages (see Figure 4), and a multilingual sign displays three or more languages illustrated in Figure 5. This classification allowed for a detailed examination of how different languages are used in the signage, providing insights into the linguistic dynamics present at the site. To accurately interpret the signs written in languages other than English, language experts, including lecturers and translators proficient in the languages found on the signs, were recruited to provide precise translations of the words and sentences. The second part of the analysis examined how languages and pictures contribute to the glocalization of the place, highlighting the integration of global linguistic elements into the local context.



Figure 3 A monolingual sign



Figure 4 A bilingual sign



Figure 5 A multilingual sign

Results and Discussion

To response first objective of this study aiming to explore what languages are used on public signs at Wat Maha That, the 48 signs from Wat Maha That were categorized by their linguistic composition into monolingual, bilingual, and multilingual signs. The analysis reveals that 6 signs are monolingual, exclusively featuring Thai. A significant portion of the signage, 35 signs, are bilingual, incorporating both Thai and English. The multilingual signs, totaling 7, display a combination of three or more languages. Specifically, 3 signs are in Thai, English, and Japanese, 1 sign includes Thai, English, and Chinese, and 3 signs feature Thai, English, Japanese, and Chinese. The details of signs were summarized in Table 1. This distribution indicates a predominant use of bilingual signs, particularly in Thai and English, while also highlighting the presence of multilingual signs that cater to a diverse international audience, integrating languages such as Japanese and Chinese along with Thai and English. This linguistic diversity underscores the site's role as both a cultural heritage location and an international tourist destination.

Table 1 Details of the Signs

Type of Sign	Number of Signs	Language Use (Frequency)
Monolingual sign	6	Th (6)
Bilingual sign	35	Th-Eng (35)
Multilingual sign	7	Th-Eng-Jap (3) Th-Eng-Ch (1) Th-Eng-Jap-Ch (3)
Total	48	

Note: Th (Thai), Eng (English), Jap (Japanese), Ch (Chinese)

The results also potentially yield the place's target visitor demographic. The predominance of bilingual signs in Thai and English (35 out of 48) indicates a strategic focus on catering to both local Thai visitors and international tourists who use English as a lingua franca. This suggests that a substantial proportion of the visitors are likely English-speaking, either as native speakers or as international tourists proficient in English.

The presence of multilingual signs, incorporating Japanese and Chinese along with Thai and English, further reflects the temple's effort to accommodate tourists from diverse linguistic backgrounds. Specifically, the inclusion of Japanese in 6 signs and Chinese in 4 signs suggests a significant number of visitors from Japan and China, both of which are key sources of international tourists in Thailand.

The sole use of Thai in monolingual signs, albeit a small number (6 signs), emphasizes the temple's continued relevance and accessibility to local Thai visitors. However, the overall linguistic diversity in the signage points to a clear orientation towards an international audience, aiming to enhance the visitor experience by providing information in multiple languages.

Composition and Position of Languages Used on the Signage

When analyzing the composition and positioning of different languages on the public signs at Wat Maha That, it was observed that Thai and English predominated, with Thai generally appearing above English on most bilingual signs, as depicted in Figure 6. Additionally, the font size for Thai was consistently larger than that for English. On multilingual signs, as illustrated in Figure 7, Thai and English maintained their primary positions, while Japanese and Chinese were added below in smaller fonts. Occasionally, the positions of Japanese and Chinese were interchanged.



Figure 6 Composition of bilingual sign



Figure 7 Composition of multilingual sign

At Wat Maha That, the linguistic landscape (LL) features multiple languages written in their respective scripts: Thai in Thai alphabets, English in Latin alphabets, Japanese in Japanese characters, and Chinese in simplified characters. Thai, prominently positioned at the top and displayed in the largest size, is given the most visual prominence. This hierarchy reflects the importance of the Thai language and its cultural significance, while also accommodating the diverse linguistic needs of international visitors. However, as simplified Chinese characters, rather than the traditional Chinese characters used in Hong Kong, appear on these signs, this leads to the speculation that the sign creator's decision to include Chinese was a reflection of the temple's target guest demographic of mainland Chinese.

As depicted in Figures 8 and 9, bilingual and multilingual signs were utilized to display regulations that visitors must strictly adhere to, while bilingual signage alone was used to convey historical background information and general details such as directions, area maps, and contact information (see Figure 10). Monolingual signs written in Thai were established exclusively in the parking areas, indicating where to park, drop off, and pick up vehicles as shown in Figure 11, targeting Thai drivers.



Figure 8 A bilingual sign for regulation



Figure 9 A multilingual sign for regulation



Figure 10 Bilingual signs for regulation the place's historical background and directions



Figure 11 A monolingual sign in the parking areas

Roles of LL in Glocalizing the Area of Wat Maha That

According to the second objective, the linguistic landscape (LL) at Wat Maha That exemplifies the process of glocalization by integrating foreign languages such as English, Japanese, and Chinese with local elements to emphasize the site's sacredness. The inclusion of these languages reflects the temple's global appeal and accessibility to international tourists, while its cultural and religious significance embodies

local authenticity. This interplay between global and local elements is strategically manifested in the LL to uphold and promote the sanctity of Wat Maha That.

As shown in Figure 5, a multilingual sign created by the Ayutthaya Historical Park, written in Thai, English, Japanese, and Chinese, states, “*This is a sacred place. Please respect the place and its materials,*” underscoring the need for strict adherence to regulations. The LL at Wat Maha That primarily employs foreign languages in regulatory signage (16 out of 48 signs) to guide and control tourist behavior, ensuring respect for the sacred site. For example, Figure 12 depicts a sign in Thai and English instructing visitors on appropriate conduct, such as prohibitions against wearing strapless tops, tank tops, and other forms of disrespectful attire, as well as forbidden behaviors like smoking, climbing, and scratching. However, the phrase “no sitting” on the sign is ambiguous, potentially confusing visitors about whether sitting in the area or on the ruins is prohibited. This sign is placed at the entrance next to the ticket counter, where the gatekeeper carefully screens visitors, pointing to the sign and asking those who do not follow the rules to change their outfits.



Figure 12 A regulatory sign



Figure 13 A “Do not climb” sign

Additionally, a multilingual sign in Thai, English, and Japanese stating “*Do not climb on monuments*” is positioned after the entrance, as shown in Figure 13. Visitors encounter this sign immediately upon entering the temple area. To ensure compliance, this sign is replicated seven times and placed around the area. The inclusion of Japanese suggests that Japanese visitors, who may unconsciously climb on the monuments, are a primary target.

At the popular site where the sandstone Buddha head is entwined within the roots of a Bodhi tree, many visitors queue to take photos with the Buddha head. A multilingual sign on the floor, written in Thai, English, Japanese, and Chinese, targets a broad audience, instructing, “*Please do not stand over the Buddha’s head (Pay respect).*” Despite this, many visitors miss the sign and stand over the Buddha’s head



while photographing. Staff promptly warn these visitors, pointing to the sign and asking them to sit in the designated area for photos.

Furthermore, there are other regulatory signs ensure appropriate behavior during visits. Figure 14 illustrates a bilingual sign in Thai and English stating “*Please keep off the grass,*” duplicated 11 times and placed around the area. Another bilingual sign in Thai and English warns not to climb specific areas, as shown in Figure 15, different from the sign in Figure 13, and replicated 7 times around the area. “No drones” sign written in Thai and English as shown in Figure 16 prohibits visitors to use drone without permission.



Figure 14 A “Keep off the grass” sign



Figure 15 A “Do not sit and climb” sign



Figure 16 A “No drones” sign

These signs serve a dual purpose: they clearly communicate rules to a diverse audience and reinforce the temple’s cultural norms and values. This use of LL demonstrates the glocalization process, where global linguistic elements are adapted to maintain and enhance the site’s local cultural integrity through a discourse of command. By doing so, the LL at Wat Maha That not only facilitates communication with international visitors but also preserves and respects the local traditions and the sacredness of the place.

The linguistic landscape (LL) study at Wat Maha That reveals significant insights into the process of glocalization, integrating foreign languages like English, Japanese, and Chinese with local elements to enhance the site’s sacredness and accessibility. This research aligns with previous studies highlighting the role of LL in glocalizing tourist destinations by blending global influences with local contexts (Robertson, 2014 ; Lu et al., 2020). However, it also presents unique findings that differentiate it from earlier works.

The predominant use of bilingual Thai-English signs (35 out of 48) at Wat Maha That underscores the strategic focus on catering to both local and international tourists, reflecting similar observations in studies by Xiao & Lee (2019) that emphasize the importance of English as a lingua franca in tourist settings. As a global lingua franca, English facilitates communication and interaction across diverse linguistic and cultural boundaries, promoting international connectivity and economic exchange (Canagarajah, 2007 ; Jenkins, 2009 ; Jenkins et al., 2011). In tourism, for instance, English signage is often adapted to include local dialects and cultural references, enhancing the authenticity of the tourist experience, fostering a sense of

place (Artawa et al., 2023), and reducing cultural gaps (Cappelli, 2013). Moreover, the inclusion of multilingual signs with Japanese and Chinese further supports the temple's effort to accommodate tourists from diverse linguistic backgrounds, aligning with the findings of Karpava (2022) on the positive impact of multilingualism in LL. Nevertheless, the inclusion of certain languages, such as Japanese and Chinese, on some regulatory signs suggests a targeting of specific audiences who have previously engaged in prohibited behaviors. This selective language use may inadvertently create a perception of language bias, potentially fostering negative impacts on the visitors' overall experience and perceptions of the temple.

The composition and positioning of languages on the signage at Wat Maha That, with Thai generally appearing above English and in larger fonts, reflect the temple's prioritization of local cultural significance while maintaining global accessibility. This mirrors the dual role of LL in both reflecting and shaping cultural identities, as discussed by Phan & Starks (2020) and Yan (2019). The strategic use of regulatory signs in multiple languages to guide tourist behavior ensures respect for the sacred site, exemplifying the symbolic role of LL in maintaining cultural norms and values (Lu et al., 2020).

One of the unique aspects of this study is the detailed analysis of the LL's effectiveness in regulating tourist behavior. The use of multilingual signs to communicate rules and expectations to a diverse audience demonstrates a practical application of LL in managing tourist interactions with cultural heritage sites. This focus on behavioral regulation through LL is less emphasized in previous studies, which often concentrate on the linguistic and cultural implications of signage (Shohamy et al., 2010 ; Alomoush, 2022).

Moreover, the inclusion of Japanese in regulatory signage suggests a specific targeting of Japanese tourists, who are a significant demographic for Thailand. This targeted approach highlights the understanding of visitor demographics and the tailored use of LL to enhance tourist experience and compliance with site regulations. This finding aligns with Chang et al. (2022), who noted the importance of understanding the emotional and psychological impact of LL on different tourist groups.

Overall, this study contributes to the existing body of LL research by providing a comprehensive analysis of how global and local elements are integrated in the signage at a significant cultural heritage site. It emphasizes the practical applications of LL in regulating tourist behavior and preserving cultural integrity, offering new perspectives on the strategic use of language in glocalizing tourist destinations. However, the frequent use of regulatory signs, while essential for maintaining the site's sanctity and order, may inadvertently cause irritation among visitors, potentially detracting from their overall experience. This concern aligns with findings in previous studies where the over-regulation through signage was noted to create a restrictive atmosphere, potentially impacting the tourist's sense of freedom and enjoyment (Shohamy et al., 2010 ; Alomoush, 2022). The constant reminders of rules and prohibitions, such as those instructing visitors on appropriate attire and behavior, can make the environment feel less welcoming and more controlled, which might not be conducive to a relaxed and immersive tourist experience.

In the context of Wat Maha That, where the primary aim is to preserve the cultural and religious integrity of the site, this balance between regulation and visitor experience is particularly delicate. The study's findings indicate that signs prohibiting behaviors like smoking, climbing, and inappropriate attire are necessary to protect the site, yet they must be strategically placed and designed to minimize visitor discomfort. For example, while the multilingual signs are crucial for clear communication with international tourists, the redundancy or overly prescriptive nature of some signs, such as the ambiguous "no sitting" instruction, could confuse or frustrate visitors.



Conclusion

This study on the linguistic landscape (LL) of Wat Maha That in Ayutthaya, Thailand, reveals the intricate interplay between global and local elements through the use of multilingual public signage. The analysis of 48 signs, predominantly bilingual in Thai and English, alongside multilingual signs incorporating Japanese and Chinese, underscores the site's strategic adaptation to cater to an international audience while maintaining its cultural and religious significance. The study highlights the role of LL in glocalizing sacred spaces, demonstrating how the integration of foreign languages in regulatory signs enhances accessibility and global appeal without compromising local authenticity. These findings contribute to a broader understanding of how LL can balance global influences with local traditions in promoting cultural heritage within the context of international tourism.

Contribution

The implications of these findings suggest that by highlighting the strategic use of foreign languages in regulatory signage to balance global accessibility with local cultural preservation, the study fills a theoretical gap in understanding how multilingualism functions in sacred spaces. Furthermore, it contributes to discussions on how language in public spaces not only reflects global-local dynamics but also actively shapes visitor experiences and reinforces cultural identity. It can be also noted that while regulatory signs are vital for the site's preservation, there is a need for a more visitor-friendly approach in their design and placement. This could involve using more welcoming language, incorporating culturally sensitive symbols, or providing clearer explanations for certain rules. Additionally, engaging visitors with interpretive signage that explains the cultural and historical significance of the regulations could enhance their understanding and appreciation, thereby reducing potential irritation.

In conclusion, while the strategic use of LL at Wat Maha That successfully integrates global and local elements to maintain the site's sanctity and accessibility, careful consideration is needed to balance regulation with visitor experience. By refining the design and implementation of regulatory signage and incorporating more interactive and educational elements, the site can better achieve its dual goals of preservation and positive tourist engagement.

Suggestions

Future research should incorporate visitor feedback and reflections on the regulatory signage at Wat Maha That and similar historical and sacred sites. Investigating how tourists perceive and react to these signs can provide a more holistic understanding of their effectiveness and impact. Additionally, it would be beneficial to explore alternative approaches to conveying rules and guidelines that balance the need for preservation with enhancing visitor experience. This could include the use of more engaging and less intrusive communication methods, such as digital signage or interactive guides. By incorporating these perspectives, future studies can offer recommendations for managing linguistic landscapes in a way that respects both the cultural significance of the site and the comfort of its visitors.

Limitations

This study provides valuable insights into the linguistic landscape of Wat Maha That, particularly in the context of glocalization. However, several limitations should be noted. One significant limitation is that the study did not include visitors' opinions and reflections on the regulatory signs. The frequent use of such signs, while intended to preserve the sanctity of the site and ensure appropriate behavior, may cause irritation among visitors and potentially detract from their overall experience. This aspect of visitor



experience was overlooked, which limits the study's comprehensiveness in understanding the full impact of the linguistic landscape on tourist satisfaction and behavior.

References

- Akoli, M. Y. F., bin Toni, E. A. & Kabelen, A. H. (2022). Glocalisation of English in Kupang Linguistic Landscape, Timor, Indonesia. *Journal of World Englishes and Educational Practices*, 4(3),39-52. <https://doi.org/10.32996/jweep.2022.4.3.5>
- Alomoush, O. I. S. (2022). Multilingualism in the linguistic landscape of the ancient city of Jerash. *Asian Englishes*, 25(1),95-110. <https://doi.org/10.1080/13488678.2022.2069421>
- An, R. & Zhang, Y. (2022). Language choice and identity construction: linguistic landscape of Jiangnan Road in Wuhan. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 45(10),4236-4253. <https://doi.org/10.1080/01434632.2022.2152456>
- Andrews, D.L. & Ritzer, G. (2007). The global in the sporting glocal. *Global Networks*, 7,135-153.
- Artawa, K., Paramarta, I. M. S., Mulyanah, A. & Atmawati, D. (2023). Centripetal and centrifugal interconnection on hotel and restaurant linguistic landscape of Bali, Indonesia. *Cogent Arts & Humanities*, 10(1),1-26. <https://doi.org/10.1080/23311983.2023.2218189>
- Appadurai, A. (1996). *Modernity at large: Cultural dimensions of globalization*. Minneapolis : University of Minnesota Press.
- Backhaus, P. (2007). *Linguistic Landscapes. A Comparative Study of Urban Multilingualism in Tokyo*. Clevedon : Multilingual Matters.
- Bruyèl-Olmedo, A. & Juan-Garau, M. (2019). Coexisting varieties of English in the linguistic landscape of tourism: the Bay of Palma. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 41(2),157-174. <https://doi.org/10.1080/01434632.2019.1606226>
- Chang, J., Li, J. & Lu, L. (2022). Localization or globalization? A psychophysiological approach to understanding tourists' emotional experiences toward symbolic linguistic landscape. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 27(6),618-636. <https://doi.org/10.1080/10941665.2022.2105159>
- Canagarajah, S. (2007). Lingua franca English, multilingual communities, and language acquisition. *The modern language journal*, 91(S1),923-939. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4781.2007.00678.x>
- Cappelli, G. (2013). Travelling words: Linguaging in English tourism discourse. In A. Yarrington, S. Villani & J. Kelly (Eds.), *Travels and translations* (pp. 353-374). Brill. https://doi.org/10.1163/9789401210164_022
- Choeirod, R. & Chanthao, R. (2023). Linguistic Landscape at Patong, Phuket, Thailand: language perception on public signs. *NeuroQuantology*, 21(1),250-261. <https://doi.org/10.48047/nq.2023.21.01.NQ20017>
- Curtin, M. (2009). Language on Display: Indexical Signs, Identities and the Linguistic Landscape of Taipei. In E. Shohamy & D. Gorter (Eds.), *Linguistic Landscape: Expanding the scenery* (pp. 221-237). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203930960>
- Dal Negro, S. (2009). Local Policy Modeling in the Linguistics Landscape. In E. Shohamy & D. Gorter (Eds.), *Linguistic Landscape: Expanding the scenery* (pp. 206-218). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203930960>
- Gu, C. (2024). Linguistic landscaping in Kathmandu's Thamel 'Chinatown': language as commodity in the construction of a cosmopolitan transnational space. *Contemporary South Asia*, 32(3),360-385. <https://doi.org/10.1080/09584935.2024.2378442>
- Hannum, K. L. (2022). Identity, Language, and Landscape in Galicia, Spain. *GeoHumanities*, 9(1),102-121. <https://doi.org/10.1080/2373566X.2022.2132975>



- Jenkins, J. (2009). English as a lingua franca: Interpretations and attitudes. *World Englishes*, 28(2),200-207. <https://doi.org/10.1111/j.1467-971X.2009.01582.x>
- Jenkins, J., Cogo, A. & Dewey, M. (2011). Review of developments in research into English as a lingua franca. *Language teaching*, 44(3),281-315. <https://doi.org/10.1017/S0261444811000115>
- Karpava, S. (2022). Multilingual linguistic landscape of Cyprus. *International Journal of Multilingualism*, 21(2),823-861. <https://doi.org/10.1080/14790718.2022.2096890>
- Landry, R. & Bourhis, R. Y. (1997). Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality: An Empirical Study. *Journal of Language and Social Psychology*, 16(1),23-49.
- Li, Y., Mai, Z. & Lau, C. (2023). Linguistic landscape and place-making on a resort island in China. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 21(5), 605-622. <https://doi.org/10.1080/14766825.2023.2207551>
- Lin, E. (2023). Language and tourism in Cambodia: a multi-case study of the linguistic landscape in Phnom Penh hotels. *Asian Englishes*, 26(2),475-497. <https://doi.org/10.1080/13488678.2023.2251754>
- Low, P. (2022). The Linguistic Landscape and Prospects of a Seaside Destination in the East of Thailand. *Journal of Language Teaching and Research*, 13(5),965-973. <https://doi.org/10.17507/jltr.1305.08>
- Lu, S., Li, G. H. & Xu, M. (2020). The linguistic landscape in rural destinations: A case study of Hongcun village in China. *Tourism Management*, 77,1-9. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.104005>
- Nilsson, J. H. & Zillinger, M. (2020). Free guided tours: storytelling as a means of glocalizing urban places. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 20(3),286-301. <https://doi.org/10.1080/15022250.2020.1772866>
- Phan, N. & Starks, D. (2020). Language in public space and language policies in Hanoi Old quarter, Vietnam: A dynamic understanding of the interaction. *Language Policy*, 19(1),111-138. <https://doi.org/10.1007/s10993-019-09526-z>
- Rini, E. S. & Budiman, A. (2023). A Linguistic Landscape in a Thailand Chinatown Area. *Elite Journal*, 5(3),521-526.
- Ritzer, G. (2003). The globalization of nothing. *SAIS review*, 23(2),189-200. 10.1353/sais.2003.0053
- Robertson, R. (1994). Globalisation or glocalisation? *Journal of International Communication*, 1(1),33-52.
- Robertson, R. (2001). Globalization theory 2000p: Major problematic. In G. Ritzer & B. Smart (Eds.), *Handbook of social theory* (pp. 458-471). Sage.
- Robertson, R. (2014). Europeanisation as Glocalisation. In R. Robertson (Ed.), *European Glocalisation in Global Context*, (pp.6-34). Palgrave-Macmillan.
- Rohmah, Z., Sholihah, D. N., Basthomi, Y. & Milal, A. D. (2024). School-scape as a linguistic battlefield: an LL study at Darussalam education complex of Gontor, Indonesia. *Cogent Arts & Humanities*, 11(1),1-17. <https://doi.org/10.1080/23311983.2024.2348301>
- Rungswang, A. (2023). Linguistic Landscape: Forms and Functions of Signs on Khaosan Road, Thailand. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 8(10),399-415.
- Shohamy, E., Ben-Rafael, E. & Barni, M. (2010). *Linguistic landscape in the city*. UK : Multilingual Matters.
- Shohamy, E. & Gorter, D. (2009). *Linguistic Landscape: Expanding the scenery*. USA : Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203930960>
- Siziba, L. & Maseko, B. (2024). Multilingual contestations and the reproduction of English legitimacy in bottom-up linguistic landscape: an analysis of shop signs in Bulawayo. *Cogent Arts & Humanities*, 11(1),1-13. <https://doi.org/10.1080/23311983.2024.2364490>
- Supramani, S., Wang, X., Koh, Y. C. & Riget, P. N. (2013). Will Tamil be Endangered in Malaysia? A Linguistic Landscape Perspective. In M. Ganesan (Ed.), *Language Endangerment in South Asia* (pp. 431-444). Annamalai University Press.



- Swyngedouw, E. (1997). Neither global nor local: “glocalization” and the politics of scale. In K. R. Cox (Ed.), *Spaces of globalization. Reasserting the power of the local* (pp. 137-166). The Guilford Press.
- Tripadvisor, (2024). *Wat Mahathat*. Retrieved October 2024, from https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g303897-d1235228-Reviews-Wat_Mahathat-Ayutthaya_Ayutthaya_Province.html
- UNESCO. (n.d.). *Historic City of Ayutthaya*. Retrieved September 2024, from <https://whc.unesco.org/en/list/576/>
- Wang, X., Riget, P. N., Supramani, S. & Koh, Y. C. (2017). Constructing identities through linguistic landscape: A comparison between Chinatown and Little India in Kuala Lumpur. In A. H. Omar & N. Norahim (Eds.), *Linguistic Minorities: Their Existence and Identity Within Larger Communities* (pp. 159-185). UNIMAS Publisher.
- Wing-Yu Tam, H. (2024). Sour soup, Tom Yum, or Dongyin? What can a menu tell us about linguistic capital and multilingual development in contemporary Thailand? *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 1–15. <https://doi.org/10.1080/01434632.2024.2305647>
- Woo, W. S. & Riget, N. P. (2020). Linguistic landscape in Kuala Lumpur international airport, Malaysia. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 43(5),404-423. <https://doi.org/10.1080/01434632.2020.1742724>
- Xiao, R. & Lee, C. (2019). English in the linguistic landscape of the Palace Museum: a field-based sociolinguistic approach. *Social Semiotics*, 32(1),95-114. <https://doi.org/10.1080/10350330.2019.1697542>
- Yan, X. (2019). A study of language choices in the linguistic landscape of Macao’s heritage and gaming tourism. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 40(3),198-217. <https://doi.org/10.1080/01434632.2018.1498853>
- Yao, J., Nie, P. & Zhou, L. (2024). Language change and multilingualism in an ethnic city in China: a diachronic linguistic landscape perspective. *International Journal of Multilingualism*, 1-18. <https://doi.org/10.1080/14790718.2024.2322472>



ปัจจัยเชิงเหตุของพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมด้านวิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจ
ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี
Causal Factors of Creative Innovation Behavior in Business Data Science
among Undergraduate Students

ธีรศักดิ์ พลพันธ์
Theerasak Ponapan

Article History
Receive: September 25, 2024
Revised: November 12, 2024
Accepted: November 12, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบและพัฒนาแบบจำลองความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นของปัจจัยทางจิตวิทยาและสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมด้านวิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจของนักศึกษาระดับปริญญาตรีจากการประยุกต์แนวคิดทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคมมาพัฒนาเป็นกรอบแนวทางประกอบศึกษาวิจัย กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจและคณะที่เกี่ยวข้องทางด้านการจัดการและการดำเนินงานทางธุรกิจ จำนวน 278 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม 2 ขั้นตอน และแบบสอบถามจำนวน 6 ตอน เป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล มีค่าความเชื่อมั่นระหว่าง 0.71-0.83 ผลการวิจัยด้วยการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง พบว่าการพัฒนาแบบจำลองความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมด้านวิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งมีค่าสถิติทดสอบ $p\text{-value} = 0.16$, $\chi^2 = 19.19$, $df = 14$, $RMSEA = 0.04$, $SRMR = 0.02$, $NNFI = 0.99$, $CFI = 0.99$ และ $GFI = 0.98$ อธิบายได้ว่าพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมด้านวิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจได้รับอิทธิพลทางบวกโดยตรงจากการรับรู้ความสามารถตนเองด้านความคิดสร้างสรรค์และอิทธิพลทางบวกโดยอ้อมจากความเป็นผู้นำในตนเอง ทักษะการเรียนรู้ของบุคคลด้านความคิดสร้างสรรค์และการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ทางสังคม ตามลำดับ ประโยชน์จากการวิจัยนี้สามารถเป็นแนวทางพัฒนานโยบายและกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของนักศึกษา รวมทั้งสามารถนำไปใช้ในการออกแบบหลักสูตรและการจัดกิจกรรมที่พัฒนาทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมในสถาบันอุดมศึกษา ตลอดจนใช้เป็นกรอบการพัฒนาบุคลากรในองค์กรเพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการสร้างสรรค์นวัตกรรมในงานที่เน้นการใช้ข้อมูล ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรได้

คำสำคัญ : แบบจำลองความสัมพันธ์โครงสร้าง ; พฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม ; วิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจ ; การรับรู้ความสามารถด้านความคิดสร้างสรรค์ ; นักศึกษาระดับปริญญาตรี

ABSTRACT

This study aimed to test and develop a linear structural relationship model of psychological and social factors influencing creative innovation behaviour (CIB) in business data science among undergraduate students. The study was applied from the social cognitive theory (SCT) and social exchange theory (SET) to develop a theoretical framework. A sample group consisting of 278 undergraduate students from business administration and management-related faculties was selected by using a two-stage cluster sampling technique. The data were collected using six-part questionnaires with alpha coefficients ranging from 0.71 to 0.83. The results indicated that the developing of the structural equation model of factors influencing creative innovation behaviour in business data science was consistent with the empirical data, as the following t-test value: p-value = 0.16, $\chi^2 = 19.19$, df = 14, RMSEA = 0.04, SRMR = 0.02, NNFI = 0.99, CFI = 0.99, and GFI = 0.98, which can describe that creative innovation behaviour was directly influenced by creative self-efficacy and indirectly influenced by self-leadership, self-learning in creativity, and perception on social support for creative thinking, respectively. The contribution of this research was that this research can be used as a guideline for developing policies and strategies to promote students' creative innovation behaviour, and also it can be used for curriculum design and organizing activities to develop creative thinking skills and innovation in higher educational institutions. Additionally, the research can be used as a framework for developing personnel in organizations to increase the potential in creative innovation in information-based work to increase the capability in the competition of the organization.

Keywords : Structural Equation Model ; Creative Innovation Behavior ; Business Data Science ; Creative Self-efficacy ; Undergraduate Students

บทนำ

จากนโยบายประเทศไทย 4.0 หรือโมเดลไทยแลนด์ 4.0 (Model Thailand 4.0) ซึ่งได้แรงบันดาลใจมาจากแนวคิดอุตสาหกรรม 4.0 มุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล การพัฒนานวัตกรรมเพื่อเพิ่มความสามารถด้านการผลิตและงานบริการ เพื่อเสริมสร้างความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย จากการสังเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โมเดลไทยแลนด์ 4.0 (Research and Academic Quality Assurance Division, 2019 ; Puriwat & Tripopsakul, 2020) ทำให้ทราบถึงประเด็นการพัฒนานวัตกรรมที่สำคัญคือการส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมในองค์กร การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ให้มีทักษะด้านดิจิทัล และการประมวลผลข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความสามารถในการแข่งขันให้กับธุรกิจ รวมถึงจากการศึกษาฐานข้อมูลงานวิจัยของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (Thai Digital Collection) พ.ศ. 2559-2566 ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม (Innovative Work Behavior) ของภาคอุตสาหกรรม พบว่ามีจำนวนงานวิจัยเพิ่มขึ้น (Sunut et al., 2020) ส่วนภาคการศึกษาในระดับอุดมศึกษา (Undergraduate Study) พบว่าส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจและหากเป็นการศึกษาความสัมพันธ์เชิงเหตุเพื่อพัฒนาให้ผู้เรียนไปสู่การสร้างนวัตกรรมทางด้านธุรกิจ (Business Innovation) ยังมีไม่มากนักและมุ่งศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรความตั้งใจ (Wathanakom et al., 2020) ซึ่งอาจยังไม่สะท้อนถึงพฤติกรรมจริงในชีวิตประจำวันและอาจเป็นเพราะงานวิจัยที่ผ่านมายังขาดความเชื่อมโยงกับแนวคิดโมเดลไทยแลนด์ 4.0 กับประเด็นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อส่งเสริมทักษะด้านดิจิทัล การประมวลผลข้อมูลขนาดใหญ่ รวมถึงการใช้เครื่องมือทางสถิติเพื่อทำนายผลลัพธ์และเป็นข้อมูลเชิงลึก (Insight) ที่เป็นประโยชน์และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับธุรกิจ ซึ่งถือเป็นวิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจ (Business Data Science) ที่ผู้เรียนจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจในปัญหาธุรกิจควบคู่กับกระบวนการคิด วิเคราะห์ทางด้านวิทยาการข้อมูลและการใช้เทคโนโลยี (Taddy, 2019 ; Paczkowski, 2021) จึงจะทำให้เกิดการสื่อสารที่เข้าใจตรงกันและนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์เชิงธุรกิจได้ ดังนั้น ผู้วิจัยเห็นว่าการมีพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมทางด้านวิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจ ด้วยการให้ความสำคัญการศึกษาด้านธุรกิจ ร่วมกับการมีทักษะการวิเคราะห์ข้อมูล การสรุปข้อมูลที่สำคัญ รวมถึงเทคนิคการนำเสนอรายงาน เล่าเรื่องราวด้วยแผนภาพ กระชับและเห็นภาพในหน้าเดียว (Dashboard) เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์หรือผู้บริหารเห็นภาพรวม



ของธุรกิจและใช้งานต่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับรายงานของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy Promotion Agency, Thailand, 2020) กล่าวถึงการสร้างสรรค์นวัตกรรมด้านวิเคราะห์ข้อมูลและวิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจสามารถเป็นแนวทางผลักดันเศรษฐกิจยุค 4.0 และพัฒนาบุคลากรได้โดยการวิเคราะห์หาข้อมูลเชิงลึกและแม่นยำที่ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์และบริการเหมาะสมและทำนายแนวโน้มของตลาดได้ ทั้งนี้ หากให้ความสำคัญกับกลุ่มนักศึกษาที่เกี่ยวข้องด้านบริหารธุรกิจ ซึ่งมีสัดส่วนการเข้าเรียนต่อในระดับอุดมศึกษามากที่สุด (Office of the Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation, 2020) จะเป็นการสร้างคนรุ่นใหม่จำนวนมากที่มีความพร้อม สามารถเป็นทุนมนุษย์ที่สำคัญเพื่อนำไปสู่การสร้างบุคลากรทางการสร้างสรรค์นวัตกรรมทางด้านธุรกิจที่มีคุณค่าต่อองค์การและประเทศ และสอดคล้องกับหลายมหาวิทยาลัยที่มีเป้าหมายสู่การเป็นมหาวิทยาลัยความคิดสร้างสรรค์ในการส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมหลากหลายด้าน เพื่อส่งเสริมสังคมที่ยั่งยืนและการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

จากความสำคัญและเหตุผลข้างต้น ผู้วิจัยสนใจศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมด้านวิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจ เพื่อหาข้อเท็จจริงสำคัญที่แสดงถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรเชิงเหตุและผล เข้าใจถึงความสัมพันธ์เชิงเหตุของปัจจัยทางจิตวิทยาและสังคมที่มีผลต่อพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมด้านวิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจสามารถนำไปสู่แนวทางปฏิบัติและประยุกต์ใช้เป็นแนวทางสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมด้านวิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจได้เหมาะสม ตลอดจนส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตของนักศึกษาให้สอดคล้องกับสังคมยุคดิจิทัลและการสร้างสรรค์นวัตกรรมต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อทดสอบและพัฒนาแบบจำลองความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นของปัจจัยทางจิตวิทยาและสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมด้านวิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจของนักศึกษาระดับปริญญาตรี

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมทางด้านวิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจ (Innovative Work Behaviors in Business Data Science : IWBBDS)

พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม (Innovative Work Behaviors: IWB) เป็นการทำงานโดยการใช้ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) และประสบการณ์เพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ที่มีส่วนช่วยในการปรับปรุงประสิทธิภาพของงานที่ดีขึ้น รวมถึงการพัฒนาทักษะความรู้ และการสร้างสรรค์ผลงานเพื่อปรับปรุงให้มีความเหมาะสม เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการทำงานใหม่ (De Jong, 2007; Amabile, 2011) ต่อมาในการศึกษาถึงพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมด้านวิทยาการข้อมูลเพื่อนำไปต่อยอดในการพัฒนางานและสร้างสรรค์ผลงาน เป็นการเรียนรู้และประสบการณ์ในทักษะความสามารถด้านสารสนเทศ (Information Literacy) ความเข้าใจในการจัดการชุดข้อมูล การเล่าเรื่องด้วยข้อมูลซึ่งต้องมีทักษะการสื่อสาร เพื่อให้ข้อมูลง่ายต่อการทำความเข้าใจ วิธีการนำเสนอข้อมูล การค้นคืนข้อมูล (Retrieve) และการวิเคราะห์ข้อมูล รวมไปถึงความสามารถใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูล เช่น MS-Excel, Tableau Desktop เพื่อการวิเคราะห์ สรุปผลข้อมูลในรูปแบบตาราง แผนภูมิและแผนภาพต่างๆ ได้ (Schuff, 2018 ; Pathak et al., 2021) บริบทการวิจัยนี้ พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมด้านวิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจเป็นการแสดงออกของบุคคลในการคิดริเริ่ม ความสามารถในการสร้างสิ่งใหม่ขึ้นมา การแสวงหาวิธีการใหม่ๆ และความกระตือรือร้นในการสร้างสรรค์งาน จากการเผชิญปัญหาหรือสถานการณ์ที่ควรได้รับการแก้ไขและปรับปรุง โดยเชื่อมโยงความรู้ทางวิทยาการข้อมูล ทักษะด้านการจัดการข้อมูลและเทคโนโลยีจนเกิดการสร้างสรรค์ผลงานที่หลากหลายจากการวิเคราะห์ข้อมูลและแสดงผลข้อมูลที่มีคุณค่า มีการนำเสนอผลงานและการเล่าเรื่องราวด้วยแผนภาพทางสถิติและเป็นประโยชน์ทางธุรกิจในการนำไปใช้งานเพื่อต่อยอดแผนธุรกิจได้

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์นวัตกรรมทางด้านวิทยาการข้อมูล (Boldosova & Luoto, 2020 ; Duan et al., 2020 ; Daradkeh, 2021) การวิจัยนี้นำมาประยุกต์แบ่งองค์ประกอบพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมทางด้านวิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจ 2 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis) การมีความรู้ความสามารถในการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล เช่น MS-Excel, Python, Google Analytics เป็นต้น รวมทั้งความสามารถแปลผลและสรุปผลข้อมูล เช่น ตาราง แผนภูมิ และแผนภาพ การคาดการณ์แนวโน้ม (Forecasting) เป็นต้น และ 2) ความคิดสร้างสรรค์เพื่อการแสดงผลข้อมูล (Data Visualization) การแสดงข้อมูลเป็นภาพ การนำเสนองานและการเล่าเรื่องด้วยภาพ (Presentation & Storytelling) ในการสร้างเรื่องราวจากข้อมูลเพื่อให้ผู้ฟังเข้าใจและจดจำได้ง่าย

โดยการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการสร้างภาพ เช่น Power BI, Tableau, Canvas เป็นต้น และการนำเสนอข้อมูลวิเคราะห์ที่สื่อความหมายรวมถึงการสื่อสารการตลาดเพื่อนำมาเป็นข้อมูลพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณค่าตรงกับความต้องการลูกค้าได้

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับสาเหตุของพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมทางด้านวิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจ

ผู้วิจัยศึกษาและสังเคราะห์ข้อมูลจากแนวคิดทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม (Social Cognitive Theory: SCT) (Bandura 1986 ; Bandura & Cervone, 2023 ; Farmer & Tierney, 2017 ; Stajkovic & Sergeant, 2019) โดยพฤติกรรมบุคคลส่วนใหญ่เกิดจากการเรียนรู้ การสังเกต การลอกเลียนตัวต้นแบบ (Modeling) เป็นปัจจัยส่วนบุคคลและสภาพแวดล้อมจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนรู้และสิ่งแวดล้อมในสังคมมีอิทธิพลต่อการพัฒนาการแสดงออก การรับรู้ความสามารถของตนเอง การวางแผนและการติดตามผลในกิจกรรมที่ตั้งไว้ มาเป็นฐานแนวคิดและประยุกต์ใช้กับการศึกษาความสัมพันธ์เชิงเหตุระหว่างความคาดหวังความสามารถของตนเองกับพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมในองค์การ การวิจัยนี้ได้นำแนวคิดทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมมาศึกษาตัวแปรพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมทางด้านวิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจ ดังนี้

ความเป็นผู้นำในตนเอง (Self-leadership: SEL)

ความเป็นผู้นำในตนเองหรือภาวะผู้นำตนเอง เป็นการรู้จักบทบาท ความสามารถตนเอง รวมถึงความพยายามเพื่อให้ได้รับการยอมรับจากบุคคลอื่นเพื่อนำไปสู่พฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม ผ่านการรับรู้ความสามารถด้านความคิดสร้างสรรค์ (Creative Self-efficacy: CSE) เป็นปัจจัยภายในตัวบุคคลและเป็นการเชื่อว่าตนเองสามารถปฏิบัติเพื่อนำไปสู่ผลลัพธ์ที่คาดหวังไว้ หากบุคคลมีการรับรู้ความสามารถของตนเองสูงจะทำให้บุคคลนั้นแสดงความสามารถด้านนั้นออกมา (De Jong, 2007 ; Farmer & Tierney, 2017) สำหรับการวิจัยนี้ ความเป็นผู้นำในตนเอง (SEL) เป็นการประเมินความสามารถและการรับรู้ตนเองที่จะสร้างสรรค์ผลงานทางด้านวิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจ การรู้จักตนเอง การมีเป้าหมายและความมุ่งมั่นในความสำเร็จ ประยุกต์ใช้การแบ่งองค์ประกอบกลยุทธ์ความเป็นผู้นำในตนเอง (Self-leadership Strategies) ในองค์การสมัยใหม่ของ Manz & Neck (2004) ร่วมกับ Harari et al. (2021) ได้แก่ 1) กลยุทธ์แบบเน้นพฤติกรรม พิจารณาจากการสร้างความตระหนักรู้ตนเอง การสังเกตตนเองและการตั้งเป้าหมายเพื่อส่งเสริมการจัดการพฤติกรรมตนเอง 2) กลยุทธ์รางวัลที่เกิดขึ้นจากงาน (Natural Reward Strategies) จากบุคคลมีความสุข มีความสนุกในการทำงาน การใช้ความสามารถและการตัดสินใจของตนเอง และ 3) กลยุทธ์ทางความคิดสร้างสรรค์ จากการประเมินความสามารถในการวางแผนงานรูปแบบความคิดอย่างเป็นลำดับขั้นตอน และการมีจินตนาการที่นำไปสู่ผลงานทางด้านบวก เช่น การนึกถึงความสำเร็จล่วงหน้าก่อนที่จะเกิดเหตุการณ์จริง การบอกตัวเอง (Self-talk) ดังนั้น H1 : ความเป็นผู้นำตนเอง (SEL) มีอิทธิพลทางบวกโดยตรงต่อการรับรู้ความสามารถด้านความคิดสร้างสรรค์ทางด้านวิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจ (CSE)

ทักษะการเรียนรู้ของบุคคลด้านความคิดสร้างสรรค์ (Creative Individual Learning Skills: CILS)

ทักษะการเรียนรู้ของบุคคลด้านความคิดสร้างสรรค์ มาจากการประเมินตนเองทางด้านทักษะต่อความสามารถด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม เป็นทักษะจากพื้นฐานความรู้ในทางทฤษฎีและความสามารถในการปฏิบัติ รวมถึงความสามารถในเชิงการวิเคราะห์ถือว่าเป็นคุณลักษณะที่สำคัญต่อการดำเนินชีวิตและเป็นองค์ความรู้เชิงลึก (Deep Knowledge) ที่มีต่อความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม (Farmer & Tierney, 2017 ; Feist, 2019) การวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษาทักษะการเรียนรู้ของบุคคลด้านความคิดสร้างสรรค์ทางวิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจ เป็นการประเมินการรับรู้ความสามารถของตนเอง ความรู้ทางวิชาการ ทักษะและความเชี่ยวชาญกับการสร้างสรรค์ผลงาน ประยุกต์ใช้การจัดแบ่งองค์ประกอบจากทักษะการเรียนรู้ความคิดสร้างสรรค์ระดับบุคคลในการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Creative learning in Information & Communication Technology Skills) 2 องค์ประกอบ (Chen & Hu, 2020 ; Titova et al., 2021) ได้แก่ 1) การรับรู้ความสามารถตนเองเพื่อการใช้งานคอมพิวเตอร์ (Computer Self-efficacy) จากความเชื่อ ความพร้อม ความเชี่ยวชาญและการประเมินความสามารถของบุคคลด้านการใช้งานโปรแกรมคอมพิวเตอร์ การใช้งานเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อการสืบค้นข้อมูล และ 2) การรับรู้ความสามารถทักษะเฉพาะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ความเชี่ยวชาญและการประเมินความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงธุรกิจ การสรุปผลงานให้เป็นองค์ความรู้ใหม่และการใช้ภาษาคอมพิวเตอร์สั่งงานให้คอมพิวเตอร์ทำงานตามคำสั่งผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนั้น H2 : ทักษะการเรียนรู้



ของบุคคลด้านความคิดสร้างสรรค์ (CILS) มีอิทธิพลทางบวกโดยตรงต่อการรับรู้ความสามารถด้านความคิดสร้างสรรค์ทางด้านวิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจ (CSE)

การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ทางสังคม (Perceived Social Supports for Creativity: PSSC)

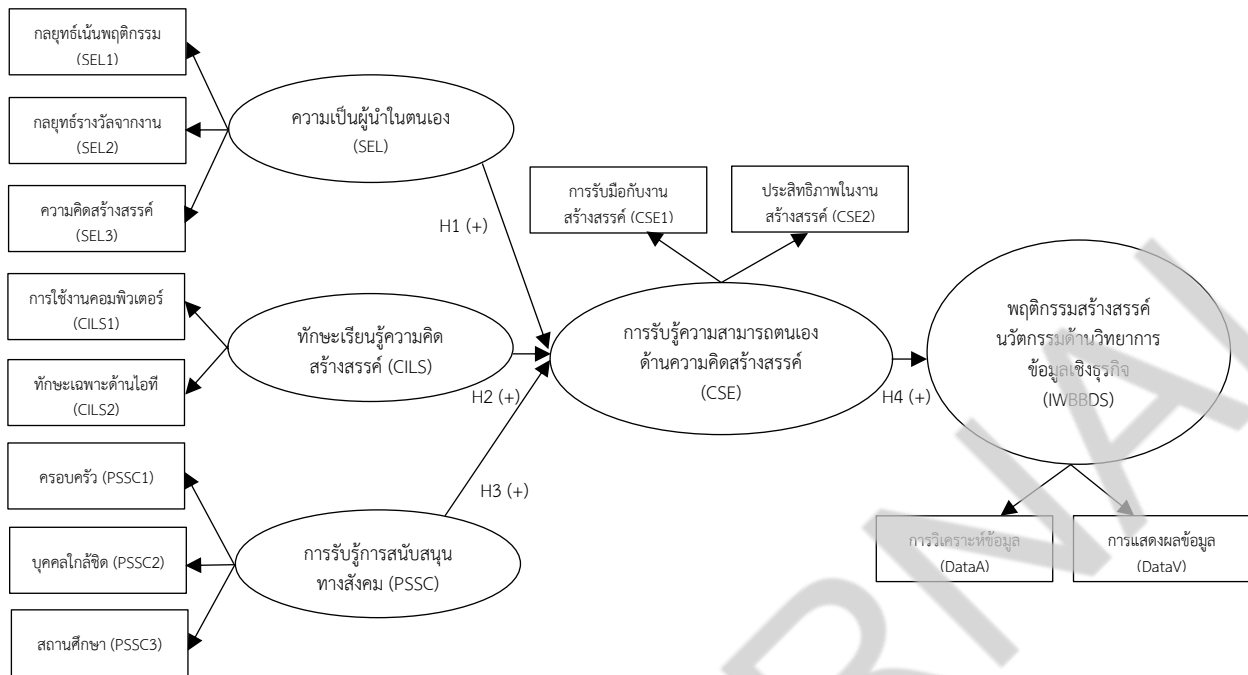
จากการสังเคราะห์ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม (Social Exchange Theory: SET) การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ทางสังคมเป็นการรับรู้ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลเพื่อผลประโยชน์ตอบแทนร่วมกัน การให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกันด้วยความเต็มใจ การรับรู้การสนับสนุนทางสังคมในองค์การรวมถึงสภาพแวดล้อมทางสังคม ความผูกพันต่อการกระทำและการให้รางวัล โดยบุคคลที่รับรู้การสนับสนุนขององค์การในระดับสูงจะทำให้สามารถแสดงออกของบุคคลทางความคิดสร้างสรรค์อยู่ในระดับสูงเช่นกัน (Cook, 1987 ; Amabile, 1996) งานวิจัยนี้การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ทางสังคมด้านวิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจ (PSSC) เป็นการรับรู้ถึงบุคคลที่ใกล้ชิดและสถานศึกษาที่มีส่วนช่วยสนับสนุนในความสามารถ การให้คำปรึกษาและการส่งเสริมแสดงออกในผลงาน ประยุกต์ใช้การแบ่งองค์ประกอบการรับรู้การสนับสนุนทางสังคมสำหรับความคิดสร้างสรรค์ (Schock & Jeon, 2021 ; Tan et al., 2022) ได้แก่ 1) การสนับสนุนจากครอบครัว (Family Support) จากการรับรู้ภาวะผู้นำการเป็นหัวหน้าครอบครัวและการสนับสนุนด้านทรัพยากร 2) บุคคลใกล้ชิด (Friends) การรับรู้การสนับสนุนด้านความรู้ เพื่อนให้คำปรึกษา การสนับสนุนทางด้านอารมณ์และมิตรภาพ ประกอบด้วยอาจารย์และเพื่อนสนิท และ 3) สถานศึกษา (Academic Support) การมีแหล่งการแลกเปลี่ยนความรู้ ทรัพยากรที่ใช้และการสร้างบรรยากาศเพื่องานสร้างสรรค์ (Creative Climate) ดังนั้น H3 : การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ทางสังคม (PSSC) มีอิทธิพลทางบวกโดยตรงต่อการรับรู้ความสามารถด้านความคิดสร้างสรรค์ทางด้านวิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจ (CSE)

การรับรู้ความสามารถด้านความคิดสร้างสรรค์ (Creative Self-efficacy: CSE)

การรับรู้ความสามารถด้านความคิดสร้างสรรค์เป็นปัจจัยภายในตัวบุคคล เชื่อว่าบุคคลจะมีความสามารถในการสร้างสรรค์ผลงานต้องมีการพัฒนาตนเอง มีการศึกษาแนวคิดใหม่ๆ ที่สามารถนำไปประยุกต์ในงานส่งผลทำให้เกิดการแสดงออกถึงพฤติกรรมและการรับรู้ความสามารถตนเอง เมื่อบุคคลได้การรับรู้ความสามารถด้านความคิดสร้างสรรค์ในระดับสูงจะทำให้สามารถแสดงออกทางความคิดสร้างสรรค์อยู่ในระดับสูงเช่นเดียวกัน (Bandura & Cervone, 2023 ; Farmer & Tierney 2017 ; Meinel et al., 2019) การวิจัยนี้การรับรู้ความสามารถด้านความคิดสร้างสรรค์ทางวิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจ (CSE) เป็นการศึกษาถึงความเชื่อมั่นในตนเอง การมองเห็นคุณค่าของตนเอง และการรับรู้ถึงความกระตือรือร้นที่จะปฏิบัติ แสดงออกถึงพฤติกรรมสร้างสรรค์ผลงานใหม่ๆ ประยุกต์ใช้การจัดแบ่งองค์ประกอบจากการรับรู้ความสามารถด้านความคิดสร้างสรรค์ของการนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์เพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ 2 องค์ประกอบ (Swaiess & Yamin, 2019 ; Kettler et al., 2021) ได้แก่ 1) ความพยายามในการรับมือกับงานสร้างสรรค์ (Coping Effort) จากความสามารถการรับมือกับปัญหา การดำเนินงานตามแผนและการหาหนทางในการแก้ปัญหาเกี่ยวกับการสร้างสรรค์ผลงานนวัตกรรม และ 2) ประสิทธิภาพในงานสร้างสรรค์ (Performance) ความสามารถในการปฏิบัติที่เป็นเนื้องาน ผลผลิตของงานคุณภาพของงาน ปริมาณงานและกิจกรรมที่ส่งเสริมปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น H4 : การรับรู้ความสามารถด้านความคิดสร้างสรรค์ (CSE) มีอิทธิพลทางบวกโดยตรงต่อพฤติกรรมการสร้างสร้งสร้งนวัตกรรมทางด้านวิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจ (IWBBDS)

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยนี้ประยุกต์ใช้แนวคิดทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม (SCT) ร่วมกับการศึกษาโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงเหตุผลมาเป็นตัวแปรสาเหตุทางจิต และสังเคราะห์ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม (SET) มาพัฒนาเป็นตัวแปรทางสังคมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสร้างสร้งสร้งนวัตกรรมทางด้านวิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจ จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้พัฒนาเป็นแบบจำลองความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นของพฤติกรรมการสร้างสร้งสร้งนวัตกรรมทางด้านวิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจในกลุ่มนักศึกษาระดับปริญญาตรี ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรีศึกษาในคณะบริหารธุรกิจและคณะเกี่ยวข้องทางด้านการจัดการและการดำเนินงานทางธุรกิจ อายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไปและมีคุณสมบัติกำลังศึกษาในรายวิชาเรียนที่เกี่ยวข้องกับการนำข้อมูลมาวิเคราะห์ การนำเสนอผลงาน การเล่าเรื่องราวด้วยแผนภาพทางสถิติเชิงธุรกิจ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน เนื่องจากในทางปฏิบัติมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงจำนวนของนักศึกษาในช่วงเวลาที่ดำเนินการวิจัย เช่น การเพิ่ม ลด ปรับเปลี่ยนหรือถอนวิชาเรียนหลังจากเริ่มต้นภาคการศึกษาแล้ว ซึ่งทำให้จำนวนของนักศึกษาลงทะเบียนเรียนในระบบฐานข้อมูลอาจไม่ตรงกับข้อมูลรายชื่อนักศึกษาที่มีการเข้าชั้นเรียนจริง หรือข้อมูลที่ได้รับจากอาจารย์ผู้สอน เป็นต้น จึงใช้วิธีประมาณการจำนวนประชากร

กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาระดับชั้นปีที่ 1-4 คณะบริหารธุรกิจและคณะเกี่ยวข้องทางด้านการจัดการทางธุรกิจมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง เนื่องจากมีการเรียนรู้ที่เน้นการประยุกต์ใช้ทฤษฎีสู่ภาคปฏิบัติ การนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการเรียนการสอน มีแนวโน้มที่จะเข้าถึงการใช้โปรแกรมและเครื่องมือที่ทันสมัยในภาคธุรกิจ และทรัพยากรที่สนับสนุนการเรียนรู้ในด้านวิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจโดยตรง ซึ่งสอดคล้องกับที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม โดยมีการลงทะเบียนเรียนรายวิชาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอแผนภาพทางธุรกิจ ภาคการศึกษาที่ 2/2566 ประกอบด้วยการใช้ชุดโปรแกรมสำนักงานเพื่อการวิเคราะห์และนำเสนองานในองค์การสมัยใหม่ และวิชาคณิตศาสตร์เพื่อการวิเคราะห์และตัดสินใจทางธุรกิจ 22 ห้องเรียน รวมทั้งหมด 953 คน (Office of the Registrar and Educational Data Processing, Panyapiwat Institute of Management, 2024) และการกำหนดขนาดตัวอย่างที่มีการวิเคราะห์องค์ประกอบในลักษณะการวิเคราะห์ข้อมูลแบบหลายตัวแปร (Multivariate Data Analysis) (Hair et al., 2010) ควรมีขนาดตัวอย่าง 15-20 เท่าของจำนวนตัวแปรสังเกต (Observed Variables) งานวิจัยนี้มี 12 ตัวแปรสังเกต ควรมีจำนวนตัวอย่าง 180-240 คน สอดคล้องกับข้อเสนอแนะของ Kline (2010) ควรให้มีขนาดตัวอย่างไม่ต่ำกว่า 200 ตัวอย่าง ในงานวิจัยที่มีการวิเคราะห์องค์ประกอบ ดังนั้นผู้วิจัยกำหนดตัวอย่างจำนวน 240 คนขึ้นไป และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม 2 ขั้นตอน โดยขั้นตอนที่ 1 สุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความน่าจะเป็นเพื่อเลือกกลุ่มตัวอย่างจากการจัดกลุ่มห้องเรียน (Cluster Random Sampling) 22 ห้องเรียน ผู้วิจัยได้กำหนดเลือกเป็นตัวแทน 10 ห้องเรียน (ห้องเรียนละ 40 คนโดยประมาณ) โดยใช้หลักเกณฑ์คัดเลือกต้องเป็นห้องเรียนที่เปิดสอนรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ข้อมูล การนำเสนอผลงาน การตัดสินใจทางธุรกิจรวมถึงการใช้เครื่องมือและโปรแกรมสำหรับการประมวลผลข้อมูลทางธุรกิจในคณะบริหารธุรกิจหรือคณะที่เกี่ยวข้องให้มี



ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย และพิจารณาให้มีห้องเรียนทั้งระดับชั้นปีที่ 1-4 เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างมีความหลากหลายทางด้านประสบการณ์การเรียนรู้และครอบคลุมระดับความเข้าใจในรายวิชา โดยใช้การสุ่มอย่างง่ายด้วยวิธีการจับสลาก หากมีห้องเรียนที่ปฏิเสธการเข้าร่วมการวิจัยได้ทำการใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างเดิม โดยสุ่มเลือกห้องเรียนทดแทนจากห้องเรียนที่เหลืออยู่ และขั้นตอนที่ 2 สุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็นเพื่อเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) ที่สามารถให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามได้ข้อมูลครบถ้วน สมบูรณ์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามออนไลน์หรือแบบสอบถามกระดาษในกรณีที่ไม่สามารถเข้าถึงแบบสอบถามออนไลน์ได้ ประกอบด้วย 6 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป โดยเป็นคำถามคัดกรอง (Screening Questions) ลักษณะเฉพาะกลุ่มตัวอย่าง 3 ข้อ ได้แก่ คณะที่กำลังศึกษา อายุ 18 ปีบริบูรณ์เป็นต้นไปและมีการลงทะเบียนเรียนวิชาตามที่กำหนดในกลุ่มตัวอย่าง ส่วนที่เหลือได้แก่ เพศ ชั้นปีที่กำลังศึกษาและเกรดเฉลี่ยสะสม ตอนที่ 2 แบบวัดพฤติกรรมการสร้างสรค์นวัตกรรม ด้านวิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจ รวมทั้งตอนที่ 3-6 แบบสอบถามความรู้สึกรู้สึกและความคิดเห็นต่อพฤติกรรม เป็นคำถามปลายปิด ให้กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นตรงกับสภาพความเป็นจริงมากที่สุดเพียงข้อเดียว เป็นแบบวัดประเภทมาตรประเมินรวมค่า (Summated Rating Scale) มีมาตร 6 ระดับ ตั้งแต่ระดับ 6= จริงที่สุด ถึงระดับ 1= ไม่จริงเลย ส่วนข้อคำถามทางลบผู้วิจัยให้คะแนนในทางตรงกันข้าม ในการพัฒนาเครื่องมือวัดตัวแปรสังเกตปรับปรุงข้อคำถามจากแบบวัดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการสร้างสรค์นวัตกรรม (Carillo et al., 2019 ; Daradkeh, 2021) และตัวแปรเหตุของพฤติกรรมการสร้างสรค์นวัตกรรม (Choi, 2020 ; Tsai et al., 2019 ; Chang et al., 2019 ; Shaw et al., 2021) การพัฒนาและออกแบบข้อคำถามซึ่งมาจากการศึกษา อ้างอิงและดัดแปลงข้อคำถามจากแบบวัดในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนั้น มีกระบวนการปรับปรุงข้อคำถามโดยได้ทำการคัดเลือกและปรับปรุงข้อคำถามให้สอดคล้องกับบริบทและวัตถุประสงค์การวิจัย จากนั้นนำมาปรับข้อคำถามและประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับการวิจัยในกลุ่มนักศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ด้านข้อมูลเชิงธุรกิจและ มีการแปลข้อคำถามจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาไทยซึ่งได้คำนึงถึงความหมายที่ตรงกัน โครงสร้างประโยคและความเหมาะสมของภาษา โดยพิจารณาการใช้ภาษาและสำนวนที่เข้าใจง่ายเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างสามารถตอบได้ตามความเป็นจริง และสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมการศึกษา รวมทั้งได้เพิ่มจำนวนข้อคำถามในแต่ละตอนเพื่อให้ครอบคลุมตัวแปรที่ต้องการวัดในการวิจัยนี้ ทั้งนี้ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยผ่านการตรวจสอบด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) แล้ว ใช้ผลพิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ การเรียบเรียงและสำนวนทางภาษาของข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญด้านวิทยาการข้อมูล 2 ท่าน ผู้ทรงคุณวุฒิด้านข้อมูลเชิงธุรกิจและสื่อสารการตลาด 2 ท่าน และผู้ทรงคุณวุฒิด้านพฤติกรรมศาสตร์ 1 ท่าน ด้วยการคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) พบข้อคำถามผ่านเกณฑ์ค่าดัชนีความสอดคล้องที่มากกว่าหรือเท่ากับ 0.60 รวมทั้งสิ้น 96 ข้อ และหากข้อคำถามใดยังคงไม่ผ่านเกณฑ์ภายหลังการพิจารณาปรับปรุงสำนวนภาษา โครงสร้างของคำถามให้ชัดเจนยิ่งขึ้น ไม่คลุมเครือและไม่ซ้ำซ้อนกับข้อคำถามอื่นเพื่อเพิ่มความเข้าใจให้แก่ผู้ตอบแบบสอบถาม รวมทั้งหารือกับผู้เชี่ยวชาญเพื่อรับคำแนะนำเพิ่มเติมในการปรับปรุงข้อคำถามให้สอดคล้องกับเนื้อหางานวิจัยและเพิ่มความเฉพาะเจาะจงมากขึ้นแล้ว หากเห็นว่าไม่มีความสำคัญเพียงพอต่อวัตถุประสงค์หลักการวิจัย ผู้วิจัยได้พิจารณาตัดข้อคำถามนั้นออกและตรวจสอบข้อคำถามที่เหลืออยู่โดยประเมินค่า IOC ซ้ำอีกครั้งเพื่อให้มั่นใจว่าข้อคำถามผ่านตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้

ในการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ได้นำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มนักศึกษาระดับปริญญาตรีนอกเหนือจากคณะบริหารธุรกิจและคณะที่เกี่ยวข้องด้านการจัดการ เพื่อประเมินความเข้าใจและความยากง่ายของคำถามและใช้เกณฑ์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient : α) ที่มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟามากกว่า 0.70 (Cronbach, 1970) รวมทั้งการตรวจสอบความสอดคล้องภายในข้อคำถาม (Internal Consistency) ด้วยการหาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างคำถามแต่ละข้อกับคะแนนรวมทั้งฉบับหรือค่าอำนาจจำแนกของข้อคำถาม (Corrected Item-Total Correlation) ควรมีค่ามากกว่า 0.20 ขึ้นไป (DeVellis & Thorpe, 2021) ผลจากการคัดเลือกความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามและคัดออกของค่าสุดโต่ง (Outlier) จากการทิ้งตั้งของการให้คะแนน มาใช้เป็นกลุ่มทดลองใช้ 50 คน และผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแต่ละแบบวัดเป็นไปตามโดยเกณฑ์ที่ยอมรับได้ มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α) ระหว่าง 0.71-0.83 และค่าอำนาจจำแนกของข้อคำถามระหว่าง 0.21-0.75 และภาพรวมทั้งฉบับ $\alpha = 0.91$ รวมทั้งสิ้น 57 ข้อ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแต่ละแบบวัด

เครื่องมือวิจัย/แบบวัด	จำนวนข้อคำถาม				Corrected Item-Total Correlation
	ผ่านเกณฑ์ IOC		หลังตัดข้อคำถาม		
	ข้อ	α	ข้อ	$\alpha>0.70$	
1. ความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูล (DataA)	13	0.61	10	0.75	0.25-0.69
2. ความสามารถในการแสดงผลข้อมูล (DataV)	12	0.58	10	0.73	0.21-0.65
3. กลยุทธ์แบบเน้นพฤติกรรม (SEL1)	7	0.52	4	0.74	0.22-0.70
4. กลยุทธ์รางวัลที่เกิดขึ้นจากงาน (SEL2)	6	0.63	3	0.71	0.21-0.73
5. กลยุทธ์ทางความคิดสร้างสรรค์ (SEL3)	6	0.60	3	0.76	0.23-0.71
6. ความสามารถตนเองในการใช้งานคอมพิวเตอร์ (CILS1)	7	0.66	3	0.83	0.23-0.68
7. ทักษะเฉพาะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (CILS2)	8	0.61	5	0.77	0.21-0.70
8. การสนับสนุนจากครอบครัว (PSSC1)	6	0.64	3	0.78	0.24-0.72
9. การสนับสนุนจากบุคคลใกล้ชิด (PSSC2)	10	0.54	6	0.75	0.22-0.68
10. การสนับสนุนจากสถานศึกษา (PSSC3)	7	0.68	3	0.74	0.23-0.75
11. ความพยายามในการรับมือกับงานสร้างสรรค์ (CSE1)	8	0.65	4	0.76	0.24-0.72
12. ประสิทธิภาพในงานสร้างสรรค์ (CSE2)	6	0.59	3	0.73	0.21-0.70
ค่าความเชื่อมั่น (α) ภาพรวมทั้งฉบับ	$\alpha= 0.80$ (96 ข้อ)		$\alpha= 0.91$ (57 ข้อ)		-

จากตารางที่ 1 เมื่อทำการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นเบื้องต้นของข้อคำถามที่ผ่านเกณฑ์ IOC แล้ว พบว่าแต่ละแบบวัดผลยังไม่ถึงเกณฑ์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α) ตามที่กำหนด เนื่องจากข้อคำถามบางข้อมีค่าอำนาจจำแนกต่ำ จึงทำการปรับปรุงแบบวัดโดยตัดข้อคำถามที่มีค่าอำนาจจำแนกต่ำออกทีละข้อ ส่งผลให้มีความเชื่อมั่นเพิ่มขึ้น เช่น แบบวัดความสามารถวิเคราะห์ข้อมูลจากเดิมจำนวนข้อคำถาม 13 ข้อ ภายหลังพิจารณาตัดข้อคำถามลดลงเหลือ 10 ข้อ ซึ่งพบค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา $\alpha = 0.75$ และค่าอำนาจจำแนกของข้อคำถามอยู่ระหว่าง 0.25-0.69 เป็นต้น รวมทั้งแบบวัดอื่นๆ ที่เหลือ ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาค่าความเชื่อมั่นได้ผ่านเกณฑ์ตามที่กำหนดและจะนำไปใช้เป็นเครื่องมือวิจัยต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการขออนุมัติและผ่านการพิจารณาตามขั้นตอนจริยธรรมสำหรับโครงการวิจัยในมนุษย์เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2567 โดยเป็นผู้ดำเนินการเชิญชวนเข้าร่วมโครงการวิจัยและเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง เดือนเมษายน - พฤษภาคม 2567 และขอความร่วมมือจากสถานศึกษา อาจารย์ที่อนุญาตให้เข้าไปเก็บรวบรวมข้อมูลตามสถานที่ วันและเวลาที่กำหนด ดังนี้ 1) พูดคุยอย่างไม่เป็นทางการกับกลุ่มตัวอย่างเพื่อลดความตึงเครียด แนะนำตนเอง วัตถุประสงค์ ไม่ต้องระบุชื่อ-สกุลและนำข้อมูลไปใช้งานวิจัยภาพรวมเท่านั้นและใช้เวลาตอบแบบสอบถาม 30-45 นาทีต่อคน 2) เป็นการตอบแบบสอบถามออนไลน์จากสมาร์ทโฟน หรือแบบสอบถามกระดาษด้วยตนเอง สามารถแสดงความคิดเห็นตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด หากกลุ่มตัวอย่างไม่สะดวกให้ข้อมูลสามารถขอถอนตัวออกจากการวิจัยได้โดยไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อการเรียน และ 3) ติดตามแบบสอบถามกลับคืนด้วยการตรวจสอบหน้าจอส่งแบบสอบถามออนไลน์เรียบร้อยแล้ว (Submitted) หรือได้แบบสอบถามกระดาษกลับคืนภายหลังจากการให้ข้อมูลเสร็จสิ้น ครบถ้วน สมบูรณ์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ระยะที่ 1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สถิติเชิงบรรยาย ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ยเลขคณิต และการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือด้านความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์เชิงการวัดระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวแปรสังเกต โดยใช้ค่าสถิติในการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลอง (Goodness-of-Fit Index) ของ Schumacker & Lomax (2004) รวมไปถึงการประเมินค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝง (Construct Reliability: CR) เพื่อแสดงข้อคำถามหรือตัวชี้วัดมีความสัมพันธ์ภายในของข้อคำถามที่ดีต่อกัน ด้วยการคำนวณค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Indicator Loadings/Factor Loading: λ) ควรมีค่า CR มากกว่า 0.70 และมีนัยสำคัญสำคัญทางสถิติ 0.05 (Hair et al., 2010) และการประเมินความเที่ยงตรงภายในข้อคำถาม (Convergent Validity) เพื่อแสดงดัชนีชี้วัด



ในความน่าเชื่อถือของข้อคำถามที่สามารถอธิบายข้อเท็จจริงได้ ด้วยการคำนวณค่าเฉลี่ยความแปรปรวนของข้อคำถาม (Average Variance Extracted: AVE) ควรมีค่ามากกว่า 0.50 (Jöreskog et al., 2016) ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาคุณภาพของแบบวัดจากการประเมินค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝงและความเที่ยงตรงภายในข้อคำถาม ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity)

ตัวแปรแฝง/แบบวัด	การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง			
	ข้อคำถาม	λ	CR	AVE
1) พฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมฯ (IWBBDS)	11	0.62-0.83	0.78	0.55
2) ความเป็นผู้นำในตนเอง (SEL)	6	0.54-0.78	0.73	0.51
3) ทักษะการเรียนรู้ของบุคคลด้านความคิดสร้างสรรค์ (CILS)	5	0.58-0.91	0.75	0.53
4) การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ทางสังคม (PSSC)	7	0.65-0.89	0.76	0.53
5) การรับรู้ความสามารถด้านความคิดสร้างสรรค์ฯ (CSE)	4	0.63-0.88	0.73	0.52

จากตารางที่ 2 พบว่าแต่ละตัวแปรแฝงผ่านเกณฑ์การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง เช่น ตัวแปรพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมฯ ซึ่งวัดและพิจารณาจากข้อคำถาม 11 ข้อ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (λ) ระหว่าง 0.62-0.83 ผลจากการคำนวณค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝง (CR) = 0.78 และค่าเฉลี่ยความแปรปรวนของข้อคำถาม (AVE) = 0.55 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้และแสดงถึงความสอดคล้องภายในของข้อคำถามในตัวแปรแฝงนั้น เป็นต้น

ระยะที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษารูปแบบความสัมพันธ์เชิงเหตุ ประกอบด้วย ขั้นตอนที่ 1 การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงเหตุ ได้แก่

1. การแจกแจงปกติข้อมูล (Normal Distribution) ของตัวแปรสังเกตจากค่านัยสำคัญทางสถิติการทดสอบไคสแควร์ของความเบ้และความโด่ง (Skewness & Kurtosis) ใช้ผลตรวจสอบไม่มีค่านัยสำคัญทางสถิติ ($p > 0.05$) แสดงว่าตัวแปรที่ศึกษามีลักษณะการแจกแจงของข้อมูลเป็นโค้งปกติ รวมไปถึงการรายงานผลค่าเฉลี่ยเลขคณิต ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) (Jöreskog et al., 2016) รวมทั้งความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตของการไม่เกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) ใช้การตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product-Moment Correlation Coefficient: r) และเกณฑ์พิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ $r \leq 0.85$ (Kline, 2010)

2. การตรวจสอบความตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) ใช้ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่ารากที่ 2 ของค่าเฉลี่ยความแปรปรวนของตัวชี้วัด (Square root of Average Variance Extracted : $\sqrt{AVE}$) ของตัวแปรแฝงหรือตารางค่าเมทริกซ์สหสัมพันธ์แต่ละองค์ประกอบ (Correlation Matrix) จากแนวคิด Fornell & Larcker (1981) พิจารณาจากค่า $\sqrt{AVE}$ ของตัวแปรแฝงที่ยอมรับได้ไม่ต่ำกว่า 0.70 และขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงโครงสร้าง ได้แก่

3 ผลการวิเคราะห์ภายหลังปรับปรุงแบบจำลองจนกว่าแบบจำลองมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ใช้ค่าสถิติทดสอบและเกณฑ์การตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลองของ Schumacker & Lomax (2004) ; Hair et al. (2010) รวมทั้งการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ใช้เกณฑ์การพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตของ Comrey & Lee (2013) ควรค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับหรือมากกว่า 0.45

4. ผลการศึกษาค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล (Path Coefficient : β) จากการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง (Direct Effect) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) และอิทธิพลรวม (Total Effect) และค่าสถิติทดสอบที่ (t-test) เพื่อศึกษาความสอดคล้องระดับนัยสำคัญทางสถิติ รวมทั้งค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) (Hair et al., 2010 ; Beyer, 2019)

ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 278 คน พบว่าโดยส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในคณะบริหารธุรกิจ ร้อยละ 60.79 รองลงมา กำลังศึกษาคณะการจัดการธุรกิจอาหาร ร้อยละ 25.54 และคณะวิทยาการจัดการ ร้อยละ 13.67 ตามลำดับ มีการลงทะเบียนเรียนรายวิชาคณิตศาสตร์เพื่อการวิเคราะห์และตัดสินใจทางธุรกิจ ร้อยละ 61.51 รองลงมาคือ การใช้ชุดโปรแกรมสำนักงานเพื่อการวิเคราะห์และนำเสนองาน ร้อยละ 37.05 และทั้งสองรายวิชา ร้อยละ 1.44 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 61.51 รองลงมาคือเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 30.58 และเพศทางเลือก ร้อยละ 7.91 มีอายุโดยเฉลี่ย 20.8 ปี และกำลังศึกษาในชั้นปีที่ 2 ร้อยละ 49.28 รองลงมาคือชั้นปีที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 33.45 รวมทั้งมีเกรดเฉลี่ยสะสม

อยู่ในช่วง 3.01-3.50 ร้อยละ 42.09 รองลงมาคือเกรตเฉลี่ยสะสมอยู่ในช่วง 3.51-4.00 คิดเป็นร้อยละ 28.42 สำหรับผลการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือด้านความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) พบว่าแต่ละแบบวัดผ่านตามเกณฑ์ตรวจสอบระดับความสอดคล้องกลมกลืนอยู่ในเกณฑ์ระดับพอใช้ไปจนถึงระดับดี ดังนั้น ค่า p-value ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} > 0.05$) มีค่าระหว่าง 0.18-0.44, $\chi^2/df=0.17\text{-}3.35$, Comparative Fit Index (CFI) = 0.97-0.99, Goodness of Fit Index (GFI) = 0.98-0.99 และ Root Mean Squared Error of Approximation (RMSEA) = 0.03-0.06 รวมทั้งค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (λ) แต่ละแบบวัดมีค่าระหว่าง 0.50-0.93 และเมื่อนำมาคำนวณหาความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝง (Construct Reliability: CR) มีค่าระหว่าง 0.74-0.82 และค่าเฉลี่ยความแปรปรวนของข้อคำถาม (Average Variance Extracted: AVE) มีค่าระหว่าง 0.51-0.58 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือด้านความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง

1. ผลการตรวจสอบลักษณะการแจกแจงข้อมูลตัวแปรสังเกต จากการปรับข้อมูลเป็นค่าคะแนนมาตรฐาน (Z-Score) เพื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ จากการทดสอบไคสแควร์ของความเบ้และความโด่ง (Skewness & Kurtosis) ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าสถิติทดสอบและผลการตรวจสอบลักษณะการแจกแจงข้อมูลของตัวแปรสังเกต

ตัวแปรสังเกต (Observed Variables)	$\bar{X}$	S.D.	Skewness & Kurtosis		การแจกแจงข้อมูล
			Chi-Square	p-value	
1. ความสามารถการวิเคราะห์ข้อมูล (DataA)	4.18	0.94	6.31	0.37	ปกติ
2. ความสามารถในการแสดงผลข้อมูล (DataV)	4.03	1.18	5.58	0.29	ปกติ
3. กลยุทธ์แบบเน้นพฤติกรรม (SEL1)	3.84	1.03	3.72	0.15	ปกติ
4. กลยุทธ์รางวัลที่เกิดขึ้นจากงาน (SEL2)	4.05	0.98	5.26	0.21	ปกติ
5. กลยุทธ์ทางความคิดสร้างสรรค์ (SEL3)	3.80	1.22	3.15	0.10	ปกติ
6. ความสามารถตนเองในการใช้งานคอมพิวเตอร์ (CILS1)	4.22	1.14	5.11	0.15	ปกติ
7. ทักษะเฉพาะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (CILS2)	3.98	1.08	4.43	0.13	ปกติ
8. การสนับสนุนจากครอบครัว (PSSC1)	3.79	1.36	2.75	0.11	ปกติ
9. การสนับสนุนจากบุคคลใกล้ชิด (PSSC2)	4.18	1.01	4.27	0.18	ปกติ
10. การสนับสนุนจากสถานศึกษา (PSSC3)	3.92	1.13	2.89	0.12	ปกติ
11. ความพยายามในการรับมือกับงานสร้างสรรค์ (CSE1)	3.83	1.05	3.03	0.12	ปกติ
12. ประสิทธิภาพในงานสร้างสรรค์ (CSE2)	3.87	0.99	3.61	0.14	ปกติ

จากตารางที่ 3 พบว่า จำนวน 12 ตัวแปรสังเกตไม่มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ ($p > 0.05$) มีค่าระหว่าง 0.10 - 0.37 แสดงว่ามีการแจกแจงข้อมูลเป็นโค้งปกติ (Normal Distribution) โดยมีค่าสถิติการทดสอบไคสแควร์ระหว่าง 2.75 - 6.31 มีค่าเฉลี่ยเลขคณิตระหว่าง 3.79 - 4.22 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระหว่าง 0.94 - 1.36 นอกจากนี้ เมื่อศึกษาลักษณะเฉพาะของค่าความเบ้พบว่าตัวแปรสังเกตส่วนใหญ่มีค่าความเบ้ทางลบ (Negative Skewness) นันหมายความว่ากลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่มีคะแนนแต่ละตัวแปรสังเกตสูงกว่าค่าเฉลี่ยเลขคณิต ($\bar{X} < \text{Mode}$) (Jöreskog et al., 2016) รวมทั้งผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกต ด้วยการตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (r) ดังตารางที่ 4



ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกต

ตัวแปรสังเกต	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. DataA	1											
2. DataV	0.71**	1										
3. SEL1	0.48**	0.42**	1									
4. SEL2	0.61**	0.54**	0.41**	1								
5. SEL3	0.75**	0.62**	0.72**	0.43**	1							
6. CILS1	0.51**	0.53**	0.52**	0.62**	0.49**	1						
7. CILS2	0.59**	0.55**	0.42**	0.45**	0.66**	0.65**	1					
8. PSSC1	0.68**	0.49**	0.58**	0.41**	0.63**	0.43**	0.55**	1				
9. PSSC2	0.45**	0.64**	0.47**	0.63**	0.48**	0.75**	0.49**	0.46**	1			
10. PSSC3	0.34**	0.38**	0.41**	0.42**	0.45**	0.41**	0.37**	0.56**	0.63**	1		
11. CSE1	0.44**	0.46**	0.63**	0.44**	0.38**	0.66**	0.61**	0.41**	0.54**	0.41**	1	
12. CSE2	0.79**	0.70**	0.58**	0.56**	0.55**	0.54**	0.59**	0.61**	0.63**	0.48**	0.73**	1

Correlation ≥ 0.130 is significant at the 0.01 level (2-tailed). (** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01)

จากตารางที่ 4 พบว่าความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ตัวแปรมีความสัมพันธ์เชิงบวก (Positive Correlation) อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 มีค่าระหว่าง 0.34 - 0.79 และไม่พบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตมีค่าสูงเกิน 0.85 ที่อาจเกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงเชิงพหุ (Multicollinearity) โดยตัวแปรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกันมากที่สุด คือ ความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูล (DataA) กับประสิทธิภาพในงานสร้างสรรค์ (CSE2) ($r = 0.79$) รองลงมาคือ ความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูล (DataA) กับกลยุทธ์ทางความคิดเชิงสร้างสรรค์ (SEL3) ($r = 0.75$) และความสามารถของตนเองในการใช้งานคอมพิวเตอร์ (CILS1) กับ การสนับสนุนจากบุคคลใกล้ชิด (PSSC2) ($r = 0.75$) ตามลำดับ

2. ผลการตรวจสอบความตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) ของตัวแปรแฝงหรือตารางค่าเมทริกซ์สหสัมพันธ์แต่ละองค์ประกอบ (Correlation Matrix) ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลการตรวจสอบความตรงเชิงจำแนกของตัวแปรแฝง

ตัวแปรแฝง/องค์ประกอบ	ค่าเมทริกซ์สหสัมพันธ์แต่ละองค์ประกอบ (Correlation Matrix)				
	IWBBDS	SEL	CILS	PSSC	CSE
1) พฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมฯ (IWBBDS)	0.77				
2) ความเป็นผู้นำในตนเอง (SEL)	0.18	0.72			
3) ทักษะการเรียนรู้ของบุคคลด้านความคิดสร้างสรรค์ (CILS)	0.45	0.33	0.76		
4) การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ทางสังคม (PSSC)	0.41	-0.02	0.28	0.74	
5) การรับรู้ความสามารถด้านความคิดสร้างสรรค์ฯ (CSE)	0.27	0.19	0.42	0.29	0.76

จากตารางที่ 5 พบว่าค่ารากที่ 2 ของค่าเฉลี่ยความแปรปรวนของตัวชี้วัด ($\sqrt{AVE}$) มากกว่า 0.70 และในแต่ละแถวตามแนวทแยงมุมมีค่าสูงกว่าค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรแฝงอื่นๆ ทั้งในแนวตั้งและแนวนอน ซึ่งผ่านเกณฑ์การตรวจสอบความตรงเชิงจำแนก โดยตัวแปรแฝงที่ 1) พฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมด้านวิทยาการข้อมูล (IWBBDS) มีค่า $\sqrt{AVE} = 0.77$ ซึ่งมีค่าสูงกว่าค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรแฝงอื่นๆ ในแนวตั้งที่มีค่าระหว่าง 0.18-0.45 ตัวแปรแฝงที่ 2) ความเป็นผู้นำในตนเอง (SEL) มีค่า $\sqrt{AVE} = 0.72$ มีค่าสูงกว่าค่าสหสัมพันธ์ตัวแปรแฝงอื่นๆ ในแนวตั้งและแนวนอนมีค่าระหว่าง -0.02-0.33 เป็นต้น

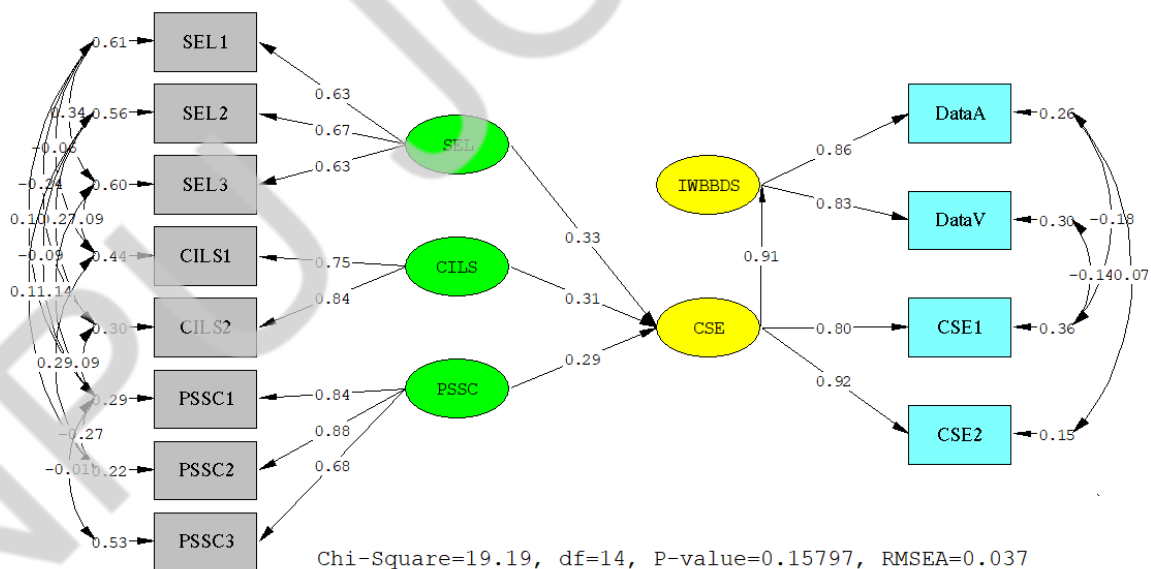
3. ผลการวิเคราะห์แบบจำลองความสัมพันธ์โครงสร้าง โดยศึกษารายงานผลค่าดัชนีการปรับแต่งแบบจำลอง (Model Modification Indices: MI) ในการปรับค่าพารามิเตอร์และดำเนินการเขียนคำสั่งเพิ่มเติมที่ให้ค่าความคลาดเคลื่อนการวัดตัวแปรสังเกตของตัวแปรแฝงความสัมพันธ์กันได้ (Set the error between two variables correlate) จนกระทั่ง

ค่าดัชนีมีระดับความสอดคล้องกลมกลืน ภายหลังการปรับแบบจำลองความสัมพันธ์พบว่าระดับความสอดคล้องกลมกลืนมีค่าดัชนีอยู่ในเกณฑ์ความสอดคล้องระดับดี สามารถแสดงค่าสถิติของการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืน (Goodness of Fit Statistics) ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ผลการเปรียบเทียบค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนระหว่างเกณฑ์ที่ใช้กับภายหลังการปรับแบบจำลอง

ค่าสถิติทดสอบ	เกณฑ์ความสอดคล้องกลมกลืน	ผลการวิเคราะห์ก่อนปรับ	ผลการปรับแบบจำลอง
(1) Chi-Square test (2) χ^2/df	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (p-value > 0.05) < 2.00 มีความสอดคล้องกลมกลืนระดับดี	p-value = 0.00 $\chi^2 = 386.72$, df = 33, $\chi^2/df = 11.72$	p-value = 0.16 $\chi^2 = 19.19$, df = 14, $\chi^2/df = 1.37$
(3) RMSEA (4) SRMR	< 0.05 มีความสอดคล้องกลมกลืนระดับดี	RMSEA = 0.20 SRMR = 0.09	RMSEA = 0.04 SRMR = 0.02
(5) NNFI (6) CFI (7) GFI	≥ 0.95 มีความสอดคล้องกลมกลืนระดับดี	NNFI = 0.69 CFI = 0.80 GFI = 0.70	NNFI = 0.99 CFI = 0.99 GFI = 0.98

จากตารางที่ 6 พบว่าระดับความสอดคล้องกลมกลืนแบบจำลองมีค่าอยู่ในเกณฑ์ความสอดคล้องระดับดี โดยกลุ่มค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลองเชิงสัมบูรณ์มีค่า p-value = 0.16, $\chi^2/df = 1.37$, Root Mean Squared Error of Approximation (RMSEA) = 0.04 และ Standard Root Mean Squared Residual (SRMR) = 0.02 และกลุ่มค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลองเชิงเปรียบเทียบมีค่า Non-normed Fit Index (NNFI) = 0.99, Comparative Fit Index (CFI) = 0.99 และ Goodness of Fit Index (GFI) = 0.98 โดยค่าสถิติทดสอบผ่านเกณฑ์ตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนตามที่กำหนดไว้ นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์แบบจำลองความสัมพันธ์โครงสร้างภายหลังการปรับปรุงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร พบค่าน้ำหนักองค์ประกอบตัวแปรสังเกตระหว่าง 0.63 – 0.92 ดังภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis)



ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis)

จากภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยและจากรายงานผลการวิเคราะห์ข้อมูลตารางค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐาน (Completely Standardized Solution) และค่าสถิติทดสอบที (t-test) พบว่าค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเมื่อใช้เกณฑ์จัดแบ่งกลุ่มค่าน้ำหนักองค์ประกอบ พบค่าน้ำหนักองค์ประกอบ



0.63-0.92 อยู่ในระดับดีมาก (Very Good) ถึงระดับเยี่ยม (Excellent) แสดงให้เห็นว่าตัวแปรสังเกตสามารถใช้ทดแทนตัวแปรแฝงได้ดี และพบว่าด้านการวิเคราะห์ข้อมูล ($DataA = 0.86$) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากกว่าด้านการแสดงผลข้อมูล ($DataV = 0.83$) แสดงว่ามีความสำคัญมากต่อตัวแปรแฝงพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค่นวัตกรรมด้านวิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจ เช่นเดียวกับกลยุทธ์รางวัลที่เกิดขึ้นจากงาน ($SEL2 = 0.67$) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากกว่ากลยุทธ์แบบเน้นพฤติกรรม ($SEL1 = 0.63$) และกลยุทธ์ทางความคิดสร้างสรรค์ ($SEL3 = 0.63$) ต่อตัวแปรแฝงความเป็นผู้นำในตนเอง ในขณะที่ทักษะเฉพาะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ($CILS2 = 0.84$) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากกว่าทักษะการใช้งานคอมพิวเตอร์ ($CILS1 = 0.75$) และตัวแปรสังเกตจากบุคคลที่ใกล้ชิด ($PSS2 = 0.88$) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากกว่าครอบครัว ($PSSC1 = 0.84$) และสถานศึกษา ($PSSC3 = 0.68$) ตามลำดับ แสดงว่าบุคคลใกล้ชิด เพื่อนและอาจารย์จะมีความสำคัญมากต่อตัวแปรแฝงการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ทางสังคม และตัวแปรสังเกตประสิทธิภาพในงานสร้างสรรค์ ($CSE2 = 0.92$) ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากกว่าความพยายามในการรับมือกับงาน ($CSE1 = 0.80$) ต่อตัวแปรแฝงการรับรู้ความสามารถด้านความคิดสร้างสรรค์

4. ผลการศึกษาค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล (Path Coefficient : β) ของแบบจำลอง จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล อิทธิพลรวมและอิทธิพลทางอ้อมของคะแนนมาตรฐาน นำมาวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลรวม ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง (DE) อิทธิพลทางอ้อม (IE) และอิทธิพลรวม (TE)

ตัวแปรเหตุ	ตัวแปรผล					
	CSE			IWBBDS		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
SEL	0.33**	-	0.33**	-	0.30**	0.30**
CILS	0.31**	-	0.31**	-	0.29*	0.29*
PSSC	0.29*	-	0.29*	-	0.26*	0.26*
CSE	-	-	-	0.91**	-	0.91**
R^2	0.83			0.86		

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

จากตารางที่ 7 พบว่า การรับรู้ความสามารถด้านความคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมด้านวิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจ (CSE) ได้รับอิทธิพลทางตรงจากความเป็นผู้นำในตนเอง (SEL) และ ทักษะการเรียนรู้บุคคลด้านความคิดสร้างสรรค์ (CILS) ($\beta = 0.33$ และ $\beta = 0.31$) รวมทั้งการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ทางสังคม (PSSC) ($\beta = 0.29$) ตามลำดับ เช่นเดียวกับอิทธิพลรวม อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นผลการวิจัยสนับสนุนสมมติฐาน H1 - H3 และมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) = 0.83 อธิบายได้ว่า ความเป็นผู้นำในตนเอง ทักษะการเรียนรู้บุคคลด้านความคิดสร้างสรรค์และการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ทางสังคม เป็นปัจจัยเหตุที่ส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถด้านความคิดสร้างสรรค์นวัตกรรม โดยร่วมกันอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 83 และพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค่นวัตกรรมฯ (IWBBDS) ได้รับอิทธิพลทางตรงจากการรับรู้ความสามารถด้านความคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมฯ (CSE) ($\beta = 0.91$) และได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากตัวแปร SEL ($\beta = 0.30$), CILS ($\beta = 0.29$) และ PSSC ($\beta = 0.26$) ตามลำดับ และได้รับอิทธิพลรวมจากตัวแปร CSE ($\beta = 0.91$) รองลงมาคือตัวแปร SEL, CILS และ PSSC มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล 0.30, 0.29 และ 0.26 ตามลำดับ อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นผลการวิจัยสนับสนุนสมมติฐาน H4 ซึ่งสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค่นวัตกรรมด้านวิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจได้ร้อยละ 86 อธิบายได้ว่า การรับรู้ความสามารถด้านความคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมฯ เป็นปัจจัยเหตุที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค่นวัตกรรม โดยปัจจัยความเป็นผู้นำในตนเอง ทักษะการเรียนรู้บุคคลด้านความคิดสร้างสรรค์ และการสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ทางสังคมส่งผลทางอ้อมต่อพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค่นวัตกรรมด้านวิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจ และผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้นำในตนเอง (SEL) มีอิทธิพลทางบวกโดยตรงส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถด้านความคิดสร้างสรรค์นวัตกรรม (CSE) และเป็นตัวแปรส่งผ่าน (Mediator) ไปยังพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค่นวัตกรรมด้านวิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจนั้น เป็นไปตามกรอบทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมที่นำมาประยุกต์ใช้ โดยความเป็นผู้นำในตนเองทำหน้าที่เป็นทั้งแบบอย่างในการเรียนรู้และเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้บุคคลมีความเชื่อมั่นในตนเอง

และกล้าที่จะแสดงพฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรม ความเป็นผู้นำในตนเองมักจะมีคามคาดหวังในตนเองสูงและเชื่อมั่นว่าตนเองสามารถทำได้ และความเป็นผู้นำในตนเองสูงจะมีความเชื่อมั่นในความสามารถคิดค้นนวัตกรรมทางด้านวิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจสูงตามไปด้วย สอดคล้องกับงานวิจัย Harari et al. (2021) ; Khan et al. (2023) ในเรื่องความมั่นใจในตนเอง วินัยในตนเอง การวางแผนงานอย่างเป็นขั้นตอน กระตือรือร้นและการตั้งเป้าหมายที่ชัดเจนส่งผลให้เกิดการเรียนรู้ความสามารถด้านความคิดสร้างสรรค์ และเชื่อมั่นในความสามารถคิดค้นสิ่งใหม่ๆ ได้ดีกว่า เช่นเดียวกับความสัมพันธ์ระหว่างทักษะการเรียนรู้ของบุคคลด้านความคิดสร้างสรรค์ (CILS) มีอิทธิพลทางบวกโดยตรงส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถด้านความคิดสร้างสรรค์นวัตกรรม (CSE) และเป็นตัวแปรส่งผ่านไปยังพฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรม ซึ่งบุคคลที่มีการเรียนรู้และฝึกฝนทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ เช่น การวิเคราะห์ข้อมูล การนำเสนอผลการวิเคราะห์และการแก้ปัญหา จะนำไปสู่การเพิ่มความเชื่อมั่นในตนเองส่งผลต่อพฤติกรรมและความคิดในอนาคต และเมื่อบุคคลเชื่อมั่นในความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ จะมีความมั่นใจในการนำความรู้เหล่านั้นไปประยุกต์ใช้กับการสร้างสรรค์นวัตกรรม ซึ่งบุคคลที่มีทักษะการเรียนรู้ด้านความคิดสร้างสรรค์สูงจะมีความเชื่อมั่นว่าสามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมสูงตามไปด้วย ดังนั้นทักษะการเรียนรู้และประสบการณ์ส่งผลให้เกิดการพัฒนาความสามารถและการรับรู้ความสามารถด้านความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรมทางด้านวิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chang et al., (2019) ; Chen & Hu (2020) ในเรื่องทักษะการใช้คอมพิวเตอร์ช่วยในการออกแบบ การวิเคราะห์ข้อมูลและการใช้ภาษาคอมพิวเตอร์ พบว่าช่วยเสริมสร้างการเรียนรู้ความคิดสร้างสรรค์ สามารถสร้างสรรค์ผลงานนวัตกรรมได้

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ทางสังคม (PSSC) มีอิทธิพลทางบวกโดยตรงส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถด้านความคิดสร้างสรรค์นวัตกรรม (CSE) และเป็นตัวแปรส่งผ่านไปยังพฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรมด้านวิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจนั้น เป็นไปตามเป็นไปตามทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคมที่นำมาประยุกต์ใช้ เมื่อบุคคลได้รับการสนับสนุนจากครอบครัว บุคคลที่ใกล้ชิดหรือสถาบันจะทำให้รู้สึกว่าคุณค่าตนเองมีความสำคัญและได้รับการยอมรับ จึงเป็นแรงจูงใจสำคัญในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ กล้าที่จะแสดงออกและพัฒนาความสามารถนั้นต่อไป มีแนวโน้มแสดงพฤติกรรมที่สร้างสรรค์นวัตกรรมมากขึ้น ดังนั้นเมื่อบุคคลได้รับการสนับสนุนจากสังคม จะเกิดความรู้สึกดีกับตัวเองและมีความมั่นใจในการคิดสร้างสรรค์มากขึ้น นำไปสู่การแสดงออกและพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ในทางปฏิบัติ สอดคล้องกับงานวิจัย Liu et al., (2021) ; Tan et al., (2022) ในเรื่องครอบครัว ครูและเพื่อนในชั้นเรียน เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมให้มีความเชื่อมั่นในตนเองและกล้าแสดงออกทางความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม และการรับรู้การสนับสนุนทางสังคมส่งผลให้เกิดความคิดสร้างสรรค์มากขึ้น รวมทั้ง Yang & Zhou (2022) ; Schock & Jeon (2021) ในเรื่องการเรียนรู้การสนับสนุนจากองค์กรหรือหน่วยงานส่งผลให้เกิดการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมของบุคลากรได้ รวมถึง ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถด้านความคิดสร้างสรรค์นวัตกรรม (CSE) อิทธิพลทางบวกโดยตรงส่งผลต่อพฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรมทางด้านวิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจ (IWBDBS) การทำให้บุคคลมีความเชื่อมั่นตนเองในความสามารถด้านความคิดสร้างสรรค์และกระตุ้นให้กล้าที่จะทดลองทำสิ่งใหม่ ลงมือปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลพยายามคิดค้นแนวคิดใหม่ๆ ทดลองใช้เทคนิคใหม่ๆ ในการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลเพื่อค้นหาข้อเชิงลึกที่แตกต่างจากเดิม และประสบการณ์สามารถนำไปสู่พฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรมด้านวิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจได้ สอดคล้องกับงานวิจัย Santoso et al., (2019) ; Swaiess & Yamin (2019) ในเรื่องความพยายามและความเชี่ยวชาญในการเรียนรู้เทคโนโลยีจะมีแนวโน้มที่จะสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อแก้ไขปัญหาในงานได้

สรุปผลการวิจัย

ผลการทดสอบและพัฒนาแบบจำลองความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นปัจจัยทางจิตวิทยาและสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรมด้านวิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจ พบว่าค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนแบบจำลองอยู่ในเกณฑ์ระดับดี ดังนั้นแบบจำลองมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์และสนับสนุนสมมติฐานการวิจัยนี้ และผลการศึกษาความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรมด้านวิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจ พบว่าปัจจัยทางจิตวิทยา ความเป็นผู้นำในตนเอง ทักษะการเรียนรู้ของบุคคลด้านความคิดสร้างสรรค์ และการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ทางสังคมซึ่งเป็นปัจจัยทางสังคม เป็นปัจจัยเชิงเหตุที่ส่งผลโดยตรงต่อการรับรู้ความสามารถความคิดสร้างสรรค์ และส่งผลโดยอ้อมต่อพฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรม และการรับรู้ความสามารถความคิดสร้างสรรค์ เป็นปัจจัยเชิงเหตุที่ส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรมทางด้านวิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจ



ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

ด้านการวิจัยเกิดความเข้าใจถึงความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลของปัจจัยทางจิตวิทยาและสังคมที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การสร้างสรรค์นวัตกรรมด้านวิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจของนักศึกษาระดับปริญญาตรีได้ชัดเจนมากขึ้น ซึ่งจะทำให้ผู้บริหาร สถาบันการศึกษา อาจารย์และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการส่งเสริมหลักสูตรการศึกษาเข้าใจ สามารถนำผลการวิจัย ไปประยุกต์ใช้วางแผนและพัฒนาออกแบบกิจกรรมเพื่อการสร้างสรรค่นวัตกรรมด้านวิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจเหมาะสมต่อไป

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

ด้านการนำไปใช้ประโยชน์ในระดับสถาบันการศึกษา มีการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการสร้างสรรค์นวัตกรรม ทางด้านวิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจ การเพิ่มพื้นที่การเรียนรู้ที่สนับสนุนความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Creative Learning Space) สนับสนุนความพร้อมอุปกรณ์เครือข่ายคอมพิวเตอร์ การจัดกิจกรรมส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ เช่น การแข่งขันพัฒนา โปรแกรมด้านการออกแบบและงานนำเสนอ ประกวดไอเดียธุรกิจ เป็นต้น และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับภาคธุรกิจ เพื่อให้นักศึกษามีโอกาสเรียนรู้จากผู้เชี่ยวชาญ ประสบการณ์ตรงเกี่ยวกับการนำข้อมูลมาใช้งานและการนำเสนอข้อมูล แผนภาพทางธุรกิจ ระดับอาจารย์ผู้สอนปรับปรุงหลักสูตรให้เน้นการพัฒนาทักษะความคิดสร้างสรรค์ การบูรณาการเนื้อหา ทางวิทยาการข้อมูลเข้ากับปัญหาธุรกิจจริงเพื่อให้นักศึกษามีโอกาสได้รู้และฝึกปฏิบัติจริง และสนับสนุนนักศึกษาในการ พัฒนาทักษะที่จำเป็น เช่น การคิดเชิงออกแบบ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เป็นต้น และระดับนักศึกษาในการพัฒนา ด้านทักษะส่วนบุคคล เช่น การทำงานเป็นทีม การแสวงหาความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับวิทยาการข้อมูลและเทคโนโลยี และการมีส่วนร่วม ในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวิทยาการข้อมูลที่ทางมหาวิทยาลัยจัดขึ้นนวัตกรรมได้

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

พัฒนาไปสู่การวิจัยเชิงทดลอง (Intervention) ที่สามารถอธิบายคุณลักษณะที่เป็นประโยชน์ต่อพฤติกรรม การสร้างสรรค์นวัตกรรมทางด้านวิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจ โดยจัดทำเป็นโปรแกรมฝึกอบรม เสริมสร้างหรือกิจกรรม เพื่อพัฒนาทักษะและกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรมทางด้านวิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจในกลุ่มนักศึกษา นอกเหนือจากการพัฒนาแบบวัดเชิงปริมาณ อาจใช้เครื่องมือเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม เพื่อเข้าใจ ที่มาและแรงจูงใจของพฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรมทางด้านวิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจเชิงลึกมากขึ้น และอาจขยาย กลุ่มตัวอย่างไปยังสาขาวิชาอื่นๆ หรืองานวิจัยเชิงเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรมระหว่าง คณะที่ศึกษา

ข้อจำกัดการวิจัย

งานวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษาตัวแปรจิตวิทยาและสังคม การเลือกกลุ่มตัวอย่างเฉพาะนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยเอกชนใน คณะบริหารธุรกิจและคณะด้านการจัดการทางธุรกิจ อาจไม่สามารถสรุปผลไปยังกลุ่มนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยหรือคณะอื่นๆ ได้อย่างครอบคลุม (Generalization) เนื่องจากปัจจัยเชิงวัฒนธรรมองค์กร หลักสูตร และวิธีการสอนอาจแตกต่างกันในแต่ละ สถาบัน รวมทั้งอาจมีปัจจัยอื่นที่ส่งผลต่อพฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรมทางด้านวิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจ เช่น ปัจจัยทาง เทคโนโลยี เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลเชิงธุรกิจ ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) ที่มีส่วนสนับสนุนในการสร้างสรรค์ นวัตกรรมทางด้านวิทยาการข้อมูลเชิงธุรกิจ ปัจจัยสภาพแวดล้อมในการศึกษา เช่น กิจกรรม หลักสูตร วิธีการสอน วัฒนธรรม องค์กรที่ส่งเสริมการเรียนรู้ เป็นต้น

References

- Amabile, T. M. (1996). *Creativity in context: Update to the social psychology of creativity*. New York, USA : Routledge Press.
- Amabile, T. M. (2011). *Componential theory of creativity*. Boston, Massachusetts, USA : Harvard Business School.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, New Jersey, USA : Prentice-Hall.



- Bandura, A. & Cervone, D. (2023). *Social Cognitive Theory: An Agentic Perspective on Human Nature*. California, USA : Wiley Publishing.
- Beyer, W. H. (2019). *Handbook of tables for probability and statistics*. (2nd ed.). Boca Raton, Florida, USA : CRC Press.
- Boldosova, V. & Luoto, S. (2020). Storytelling, business analytics and big data interpretation: Literature review and theoretical propositions. *Management Research Review*, 43(2),204-222. <https://doi.org/10.1108/mrr-03-2019-0106>
- Carillo, K., Galy, N., Guthrie, C. & Vanhems, A. (2019). How to turn managers into data-driven decision makers. *Business Process Management Journal*, 25(3),553–578. <https://doi.org/10.1108/bpmj-11-2017-0331>
- Chang, Y., Chen, M., Chuang, M. & Chou, C. (2019). Improving creative self-efficacy and performance through computer-aided design application. *Thinking Skills and Creativity*, 31(1),103–111. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2018.11.007>
- Chen, X. & Hu, J. (2020). ICT-related behavioral factors mediate the relationship between adolescents' ICT interest and their ICT self-efficacy: Evidence from 30 countries. *Computers & Education*, 159(1),104–115. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2020.104004>
- Choi, W. (2020). A study on validation of abbreviated self-leadership questionnaire (ASLQ) for large enterprise manufacturing team members in Korea. *Journal of Corporate Education and Talent Research*, 22(2),149-177. <https://doi.org/10.46260/kslp.22.2.6>
- Comrey, A. L. & Lee, H. B. (2013). *A first course in factor analysis*. (2nd ed.). London, UK : Psychology Press.
- Cook, K. S. (1987). *Social Exchange Theory*. California, USA : SAGE Publications.
- Cronbach, L. J. (1970). *Essentials of psychological testing*. (3rd ed). New York, USA : Harper Collins.
- Daradkeh, M. (2021). An empirical examination of the relationship between data storytelling competency and business performance: the mediating role of decision-making quality. *Journal of Organizational and End User Computing*, 33(5),42-73. <https://doi.org/10.4018/joeuc.20210901.oa3>
- De Jong, J. P. (2007). *Individual innovation: The connection between leadership and employees' innovative work behavior*. Amsterdam, Netherlands: EIM Zoetermeer.
- DeVellis, R. & Thorpe, C. (2021). *Scale development: Theory and Applications*. California, USA : SAGE Publications.
- Digital Economy Promotion Agency, Thailand. (2020). *Digital Technology Outlook Thailand 2035: Guidelines to drive Digital Thailand with Data Analytics*. Retrieved July 2023, from <https://www.depa.or.th/1220140819FIN.pdf>
- Duan, Y., Cao, G. & Edwards, J. (2020). Understanding the impact of business analytics on innovation. *European Journal of Operational Research*, 281(3),673–686. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2018.06.021>
- Farmer, S. & Tierney, P. (2017). Considering creative self-efficacy: Its current state and ideas for future inquiry. In Karwowski M. & Kaufman J. (eds.), *The creative self: Effect of beliefs, self-efficacy, mindset, and identity* (pp. 23–47). Elsevier Academic Press. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-809790-8.00002-9>
- Feist, G. (2019). The function of personality in creativity: Updates on the creative personality. In Kaufman J. & Sternberg R. (eds.), *The Cambridge handbook of creativity* (2nd ed.). pp. 353–373). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781316979839.019>
- Fornell, C. & Larcker, D. F. (1981). *Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics*. California, USA : SAGE Publications.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis: Global Perspective*. (7th ed.). New Jersey, USA : Pearson Prentice Hall.



- Harari, M., Williams, E., Castro, S. & Brant, K. (2021). Self-leadership: A meta-analysis of over two decades of research. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 94(4),890-923. <https://doi.org/10.1111/joop.12365>
- Jöreskog, K. G., Olsson, U. H. & Wallentin, F. Y. (2016). *Multivariate Analysis with LISREL* (pp. 257-282). Basel, Switzerland: Springer.
- Kettler, T., Lamb, K. & Mullet, D. (2021). *Developing creativity in the classroom: Learning and innovation for 21st-century schools*. New York, USA : Routledge Press.
- Khan, H., Li, P., Chughtai, M., Mushtaq, M. & Zeng, X. (2023). The role of knowledge sharing and creative self-efficacy on the self-leadership and innovative work behavior relationship. *Journal of Innovation & Knowledge*, 8(4), 11-20. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2023.100441>
- Kline, R. B. (2010). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. (3rd ed.). New York, USA : The Guilford Press.
- Liu, X., Gong, S., Zhang, H., Yu, Q. & Zhou, Z. (2021). Perceived teacher support and creative self-efficacy: The mediating roles of autonomous motivation and achievement emotions in Chinese junior high school students. *Thinking Skills and Creativity*, 39(1), 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2020.100752>
- Manz, C. C. & Neck, C. P. (2004). *Mastering Self-leadership: Empowering Yourself for Personal Excellence*. (3rd ed.). New York, USA : Pearson Prentice-Hall.
- Meinel, M., Wagner, T., Baccarella, C. & Voigt, K. (2019). Exploring the effects of creativity training on creative performance and creative self-efficacy: Evidence from a longitudinal study. *The Journal of Creative Behavior*, 53(4),546-558. <https://doi.org/10.1002/jocb.234>
- Office of the Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation. (2020). *Infographics: The discipline with the highest proportion of teachers to students classified by International Standard Classification of Education*. Retrieved October 2023, from <https://info.mhesi.go.th/images/5-03j.jpg>
- Office of the Registrar and Educational Data Processing, Panyapiwat Institute of Management. (2024). *Courses offered, Bachelor's degree*. Retrieved March 2024, from https://reg.pim.ac.th/regr_info.asp?avs657
- Paczkowski, W. R. (2021). *Business analytics: data science for business problems*. London, UK : Springer Nature.
- Pathak, P., Iyengar, S. & Abhyankar, M. (2021). A Survey on Tools for Data Analytics and Data Science. In Patil B. & Vohra M. (eds.), *Handbook of Research on Engineering, Business, and Healthcare Applications of Data Science and Analytics* (pp. 28-49). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-3053-5.ch003>
- Puriwat, W. & Triopsakul, S. (2020). Preparing for Industry 4.0--Will Youths Have Enough Essential Skills?: An Evidence from Thailand. *International Journal of Instruction*, 13(3),89-104. <https://doi.org/10.29333/iji.2020.1337a>
- Research and Academic Quality Assurance Division. (2019). *Blueprint Thailand 4.0: a model that drives Thailand towards prosperity, stability and sustainability*. Retrieved October 2023, from https://www.saerhung.go.th/datacenter/doc_download/a_310717_125838.pdf
- Santoso, H., Elidjen, E., Abdinagoro, S. & Arief, M. (2019). The role of creative self-efficacy, transformational leadership, and digital literacy in supporting performance through innovative work behavior: Evidence from telecommunications industry. *Management Science Letters*, 9(13),2305-2314. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.7.024>
- Schock, N. & Jeon, L. (2021). ECE Program Supports and Teacher-Perceived Support from Families: Are They Connected?. *Social Sciences*, 10(10),361-382. <https://doi.org/10.3390/socsci10100361>



- Schuff D. (2018) Data science for all: A university-wide course in data literacy. In Deokar A, Gupta A, Iyer L, et al. (eds.), *Analytics and Data Science: Advances in Research and Pedagogy* (pp. 281-297). Cham, Switzerland: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-58097-5_20
- Schumacker, R. E. & Lomax, R. G. (2004). *A beginner's guide to structural equation modeling*. (2nd ed.). New York, USA : Psychology Press.
- Shaw, A., Kapnek, M. & Morelli, N. (2021). Measuring Creative Self-Efficacy: An Item Response Theory Analysis of the Creative Self-Efficacy Scale. *Frontiers in Psychology*, 12(1),32-39. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.678033>
- Stajkovic, A. & Sergent, K. (2019). Social Cognitive Theory. In *Management* (pp. 1-14). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/obo/9780199846740-0169>
- Sunut, W., Luekitinan, W. & Ingard, A. (2020). Employee's Innovative Work Behavior Model in Electrical and Electronics Industry at Industrial Estate of Chonburi Province. *KKBS Journal of Business Administration and Accountancy*, 4(3), 1-26.
- Swailess, M. & Yamin, M. (2019). Investigating Employee creative performance with integration of DeLone and McLean Information system success model and Technology acceptance model: The moderating role of Creative self-efficacy. *International Journal of Business Excellence*, 1 (1) , 396-417. <https://doi.org/10.1504/ijbex.2019.10024168>
- Taddy, M. (2019). *Business data science: Combining machine learning and economics to optimize, automate, and accelerate business decisions*. New York, USA: McGraw-Hill Education.
- Tan, C., Chin, X., Cheng, S., Lee, J. & Ooi, C. (2022). Perceived social support increases creativity: experimental evidence. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(18),11841. <https://doi.org/10.3390/ijerph191811841>
- Titova, O., Luzan, P., Sosnytska, N., Kulieshov, S. & Suprun, O. (2021). Information and communication technology tools for enhancing engineering students' creativity. In *Design, Simulation, and Manufacturing: The Innovation Exchange* (pp. 332-340). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-77719-7_33
- Tsai, M., Wang, C. & Hsu, P. (2019). Developing the Computer Programming Self-Efficacy Scale for Computer Literacy Education. *Journal of Educational Computing Research*, 56(8),1345-1360. <https://doi.org/10.1177/0735633117746747>
- Wathanakom, N., Khlaisang, J. & Songkram, N. (2020). The study of the Causal Relationship between Innovativeness and Entrepreneurial Intention among Undergraduate Students. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(15),1-13. <https://doi.org/10.1186/s13731-020-00125-5>
- Yang, H. & Zhou, D. (2022). Perceived Organizational Support and Creativity of Science-Technology talents in the Digital Age: the effects of Affective Commitment, innovative self-efficacy and Digital thinking. *Psychology Research and Behavior Management*, 15(1),2421-2437. <https://doi.org/10.2147/prbm.s378141>



อิทธิพลของการตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมที่มีต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคอาหารอินทรีย์ ในประเทศไทยโดยมีทัศนคติเป็นตัวแปรคั่นกลาง

The Effect of Environmental Consciousness on Organic Food Consumers Purchasing Intention in Thailand through Attitude as a Mediator

กนกกาญจน์ ศศิวิมลฤทธิ¹ และ กาญจนา สุคันธสิริกุล^{2*}
Kanokkan Sasiwimonrit¹ and Kanchana Sukanthasirikul^{2*}

Article History

Receive: October 10, 2024

Revised: December 9, 2024

Accepted: December 9, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบอิทธิพลของการตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมที่มีต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคอาหารอินทรีย์ ในประเทศไทยและเพื่อทดสอบอิทธิพลของการตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมที่มีต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคอาหารอินทรีย์ ในประเทศไทยโดยมีทัศนคติเป็นตัวแปรคั่นกลาง เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคที่ซื้ออาหารอินทรีย์ในประเทศไทย จำนวน 389 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถาม ทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า 1) การตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคอาหารอินทรีย์ ในประเทศไทยมากกว่านั้นผู้บริโภคมองเห็นเกี่ยวกับการตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อม ทัศนคติและความตั้งใจซื้ออยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และ 2) ทัศนคติเป็นตัวแปรคั่นกลางบางส่วนของผลการตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคอาหารอินทรีย์ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย นักวิจัยการตลาดเข้าใจเกี่ยวกับการตระหนักรู้และสามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องการตระหนักรู้และพฤติกรรมในการซื้ออาหารอินทรีย์ในประเทศไทย และผู้ประกอบการอาหารอินทรีย์ สามารถนำผลวิจัยนี้ไปกำหนดนโยบาย แนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด โดยให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมและการสร้างทัศนคติที่ดีต่ออาหารอินทรีย์ เพื่อให้ตอบสนองต่อพฤติกรรมในการซื้ออาหารอินทรีย์ในประเทศไทยได้อย่างเหมาะสม

คำสำคัญ : การตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อม ; ทัศนคติ ; ความตั้งใจ ; อาหารอินทรีย์ ; ตัวแปรคั่นกลาง

¹ นักศึกษาปริญญาเอก สาขาเทคโนโลยีการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, Doctoral Student in Department of Management Technology, Faculty of Social Technology, Suranaree University of Technology

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, Assistant Professor, Faculty of Social Technology, Suranaree University of Technology

* Corresponding Author E-mail: kansukan@sut.ac.th

ABSTRACT

The purposes of this research were to examine the effect of environmental consciousness on purchasing intention of organic food consumers in Thailand and to examine the effect of environmental consciousness on purchasing intention of organic food consumers in Thailand through attitude as a mediator. The data was collected from 309 organic food consumers using a questionnaire. The structural equation modeling (SEM) was used to test the research hypotheses. The findings revealed that: 1) environmental consciousness influenced purchasing intention of organic food consumers in Thailand; besides, organic food consumers' opinion regarding environmental consciousness, attitude, and purchasing intention was at the highest level in Thailand; and 2) attitude was partial mediation of the effect of environmental consciousness on organic food consumers purchasing intention significantly at the 0.01 level. The contribution of this study was that the marketing researchers understand the consciousness, and the result can be applied to research that is related to consciousness and organic food purchasing behavior in Thailand. Practically, the findings can be utilized to set the policy and guidelines for planning marketing strategies to appropriately respond to the purchasing intentions of organic food consumers in Thailand.

Keywords : Environmental Consciousness ; Attitude ; Purchasing Intention ; Organic Food ; Mediator

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเป็นประเด็นสำคัญที่หลายประเทศให้ความสนใจ ส่งผลให้ปัจจุบันผู้คนทั่วโลกหันมาให้ความสนใจในการรักษาสุขภาพความเป็นอยู่ของตนเองและรักษาสິงแวดล้อมมากขึ้น เห็นได้จากการที่ผู้คนยังหันมาบริโภคอาหารที่ตอบโจทยด้านสุขภาพ ธรรมชาติและสิ่งแวดลอม ซึ่งเป็นการบริโภคที่มุ่งเน้นการตอบโจทยความยั่งยืนทางธรรมชาติ และการรับผิดชอบตอสังคม เช่น การใช้บรรจุภัณฑ์อาหารที่สามารถรับประทานได้ การรับประทานอาหารที่ไม่ได้มาจากการทำลายธรรมชาติและการเลือกบริโภคอาหารที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกน้อย (Kasikorn Research Center, 2022) ในส่วนของผู้บริโภคในประเทศไทยหันมาให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพเช่นกัน ทั้งการออกกำลังกาย การรับประทานอาหารเสริมและวิตามิน รวมถึงการปรึกษาจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญแขนงต่างๆ หรือการหันมาสนใจผลิตภัณฑ์อาหารที่ดีต่อสุขภาพและสิ่งแวดลอม ได้แก่ อาหารอินทรีย์ อาหารจากถั่วเหลือง อาหารโปรตีนทางเลือกจากพืช (Krungsri Research, 2022) ซึ่งจะเห็นว่าหนึ่งในพฤติกรรมที่ผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงคือการให้ความสำคัญกับการรับประทาน โดยมีกรเลือกบริโภคอาหารที่มีความปลอดภัยและไร้สารเคมี อาหารที่ตอบโจทยของผู้บริโภคคือ อาหารอินทรีย์ จากการศึกษาที่ผ่านมาพบว่า ผู้บริโภคอาหารอินทรีย์มีความเชื่อว่า อาหารอินทรีย์เป็นมิตรกับสิ่งแวดลอม มีคุณค่าทางโภชนาการและคุณภาพสูงกว่าอาหารทั่วไป แต่มีส่วนประกอบที่เป็นอันตรายน้อยกว่าอาหารทั่วไป (Wang et al., 2020 ; Boobalan & Nachimuthu, 2020)

อาหารอินทรีย์ (Organic Food) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จากผลผลิตทางธรรมชาติที่ปราศจากสารเคมี ไม่มีการดัดแปลงพันธุกรรม ไม่ใช้ปุ๋ยเคมี ไม่ใช้ยาฆ่าแมลง ไม่ใช้ฮอร์โมน และไม่ผ่านการฆ่าเชื้อโรคด้วยการฉายรังสี (Krungsri Research, 2022) การบริโภคอาหารอินทรีย์มีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างมากในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา โดยมีอัตราการเติบโตต่อปีที่สูงกว่าตลาดอาหารทั่วไป เนื่องจากผู้คนมีความการตระหนักถึงปัญหาสุขภาพและสิ่งแวดลอมเพิ่มขึ้น (Molinillo et al, 2020) เห็นได้จาก ในปี พ.ศ.2563 ตลาดอาหารอินทรีย์โลก มีมูลค่าอยู่ที่ 160 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ คาดว่าตลาดจะขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 14 ต่อปีไปจนถึงปี พ.ศ.2570 และคาดว่าตลาดอาหารอินทรีย์โลก ปี พ.ศ.2570 จะอยู่ที่ 400 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ (National Food Institute, 2020) ตลาดอาหารอินทรีย์ของประเทศไทย มีการเติบโตเพิ่มขึ้นเช่นกัน เห็นได้จาก ในปี พ.ศ. 2565 เทียบกับปี พ.ศ.2564 มีอัตราการบริโภคสูงสุดในกลุ่มอาหารอนาคตคือร้อยละ 84 ผักและผลไม้อินทรีย์ มียอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 ต่อปี นับตั้งแต่ปี พ.ศ.2563 (Bangkok Bank SME, 2023) นอกจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศทำให้ผู้บริโภคในปัจจุบันหันมากรบริโภคอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดลอมแล้ว ผู้บริโภคยังมีการศึกษาหาความรู้เรื่องสิ่งแวดลอมจนเกิดการตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดลอมขึ้นอีกด้วย



การตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อม (Environmental Consciousness) เป็นการที่ผู้บริโภคให้ความใส่ใจ พยายามที่จะมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมด้วยตัวของผู้บริโภคเอง ซึ่งผลจากความตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมและการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมนำไปสู่การตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อมมากขึ้น (Fleseriu et al., 2020) การทราบสาเหตุและผลของพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับการใช้ในการสร้างกลยุทธ์การตลาดที่ประสบความสำเร็จและเป็นแนวทางปฏิบัติของการบริโภคที่ยั่งยืน ซึ่งจะเป็ตัวเชื่อมโยงที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ความตั้งใจซื้อ และพฤติกรรม (Krastevich & Smokova, 2021) การศึกษาก่อนหน้านี้รายงานว่า การตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลทางตรงและเป็นบวกต่อทัศนคติและความตั้งใจในผู้บริโภคอาหารอินทรีย์ (Tan et al., 2021) ซึ่งจะเห็นว่าการตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคตินั้นเอง

ทัศนคติ (Attitude) เป็นสิ่งสำคัญมากสำหรับการตลาดเนื่องจากทัศนคติ สามารถทำให้ผู้บริโภคเกิดการซื้อเกิดความจงรักภักดี และความเชื่อมั่นในสินค้าและบริการได้ (Budhathoki & Pandey, 2021) เมื่อผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อสินค้าส่งผลให้เกิดความตั้งใจซื้อสินค้าและส่งผลให้เกิดการซื้อสินค้านั้นเกิดขึ้น (Ahn & Shamim, 2022) จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคอาหารอินทรีย์ พบว่า ทัศนคติของผู้บริโภคมีผลต่อความตั้งใจที่จะซื้ออาหารอินทรีย์โดยตรง (Adel et al., 2021) การที่ผู้ซื้ออาหารอินทรีย์มีทัศนคติที่ดีต่อการบริโภคอาหารอินทรีย์ ส่งผลให้ที่ผู้ซื้ออาหารอินทรีย์มีความตั้งใจที่จะซื้ออาหารอินทรีย์มากขึ้น นำไปสู่การซื้ออาหารอินทรีย์มากขึ้นอีกด้วย (Su et al., 2022) ซึ่งความตั้งใจซื้อนิยมนำมาเป็นตัวคาดการณ์พฤติกรรมในการซื้อของผู้บริโภค ในการคาดการณ์การซื้ออาหารอินทรีย์ก็เช่นกัน (Kashif et al., 2021) ทัศนคดียังมีบทบาทเป็นสื่อกลางในแบบจำลองทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ดังนั้น มีการใช้ทัศนคติเป็นตัวคั่นกลางในบริบทต่างๆ (Zayed et al., 2022 ; Aungatichart et al., 2020) เช่นในของการศึกษาอิทธิพลทางอ้อมระหว่างการตระหนักรู้สิ่งแวดล้อมกับความตั้งใจซื้อที่มีการนำทัศนคติมาใช้เป็นตัวแปรคั่นกลางเช่นกัน (Liu et al., 2021)

จากการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมาทำให้เห็นว่า งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางจิตวิทยาในเรื่องของการตระหนักรู้ของผู้บริโภคอาหารอินทรีย์เริ่มเป็นที่นิยมในต่างประเทศ (Adel et al., 2022 ; Ferreira & Pereira, 2023 ; Hussain & Aslam, 2022) แต่งานวิจัยในประเทศไทยยังมีจำนวนค่อนข้างน้อย (Sangboonthai et al., 2022) และในผลิตภัณฑ์ต่างๆ ยังไม่มีความหลากหลาย (Krastevich & Smokova, 2021) โดยเฉพาะการศึกษาอาหารอินทรีย์ซึ่งจะเห็นว่ามีแต่การศึกษาอิทธิพลทางตรงเป็นส่วนใหญ่ (Tan et al., 2021 ; Ahn & Shamim, 2022) แต่การศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวกับการตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อม ทัศนคติและความตั้งใจซื้ออาหารอินทรีย์ เป็นหัวข้อที่น่าสนใจเนื่องจากเกี่ยวข้องกับการบริโภคเพื่อการมีชีวิตที่ดี และการรักษาสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคในยุคปัจจุบันให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก จากข้อมูลดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยต้องการศึกษาเพื่อตอบคำถามงานวิจัยที่ว่า การตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมส่งผลต่อ ทัศนคติและ ความตั้งใจซื้ออาหารอินทรีย์ของผู้บริโภค ในประเทศไทยหรือไม่อย่างไร งานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์กับผู้สนใจศึกษาเกี่ยวกับการตระหนักรู้ และสามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตระหนักรู้และพฤติกรรมในการซื้ออาหารอินทรีย์ประเทศไทยและผู้ประกอบธุรกิจอาหารอินทรีย์ สามารถนำผลวิจัยนี้ไปกำหนดนโยบาย แนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้ตอบสนองต่อพฤติกรรมในการซื้ออาหารอินทรีย์ในประเทศไทยได้อย่างเหมาะสม

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อทดสอบอิทธิพลของการตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมที่มีต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคอาหารอินทรีย์ในประเทศไทย
2. เพื่อทดสอบอิทธิพลของการตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมที่มีต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคอาหารอินทรีย์ในประเทศไทยโดยมีทัศนคติเป็นตัวแปรคั่นกลาง

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อาหารอินทรีย์

อาหารอินทรีย์ (Organic food) เป็นอาหารที่ได้จากผลิตผลทางการเกษตรที่ไม่ใช้วัตถุอันตรายทางการเกษตร เช่น ปุ๋ยเคมี ยาปราบศัตรูพืช การฉายรังสี และไม่ใช้สายพันธุ์ที่ดัดต่อพันธุกรรม การปลูกสัตัวแบบอินทรีย์จะต้องเลี้ยงด้วยอาหารสัตว์ที่เป็นอินทรีย์ ห้ามเจือปนอาหารจากแหล่งอื่น และห้ามใช้ยาปฏิชีวนะ (Small and Medium Enterprises Promotion, 2023) อาหารอินทรีย์เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากกว่าอาหารทั่วไป เนื่องจากเกษตรกรใช้การหมุนเวียนเมล็ดพันธุ์ การกำจัดวัชพืชด้วยมือ และการควบคุมศัตรูพืชโดยชีววิธีในการเพาะปลูก เพื่อลดการปนเปื้อนในดิน การสูญเสียน้ำและยังช่วยเพิ่ม

ความอุดมสมบูรณ์ของดิน (Ayyub et al., 2021) นอกจากนี้อาหารอินทรีย์ยังมีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าอาหารทั่วไป มีส่วนประกอบที่เป็นอันตรายน้อยกว่า และมีคุณภาพสูงกว่าอาหารทั่วไป มีสารอาหารที่เป็นสารต้านอนุมูลอิสระและแร่ธาตุมากกว่าอาหารทั่วไป มีกรดไขมันโอเมก้า 3 ไม่มีการใช้ฮอร์โมนการเจริญเติบโตและยาปฏิชีวนะ (Boobalan & Nachimuthu, 2020) สำหรับประเทศไทยมีการกำหนดหลักเกณฑ์การรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ โดยสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ว่าอาหารอินทรีย์ต้องผลิต จากส่วนประกอบที่เป็นอินทรีย์ มีการจำกัดการใช้วัตถุเจือปนอาหาร เลือกใช้วิธีทางชีวภาพ ทางกล และทางกายภาพ เช่น การกะเทาะเปลือก การขัดสี การหมัก การบด การบีบอัดและการระเหยของน้ำ และ อาหารอินทรีย์ต้องไม่ใช่อาหารที่มีหรือประกอบด้วยวัสดุnano (National Bureau of Agricultural Commodity and Food Standards, 2021)

การตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อม

การตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อม (Environmental Consciousness) เป็นความใส่ใจ พยายาม และ แสดงความเต็มใจของผู้บริโภคที่จะมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมด้วยตัวของผู้บริโภคเอง ผู้บริโภคในปัจจุบันให้ความสำคัญกับการใช้ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ และมีความเชื่อว่าการบริโภคผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับวิถีชีวิตที่ยั่งยืน ซึ่งเป็นแนวคิดที่เป็นที่นิยมในปัจจุบัน (Fleseriu et al., 2020) การตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อการปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรม โดยจะช่วยลดอันตรายจากการบริโภคมากเกินไปและช่วยให้การบริโภคไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ผู้บริโภคที่มีความกังวลเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมมักจะรวมผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมไว้ใน การตัดสินใจซื้อสินค้าของพวกเขา (Molinillo et al., 2020) ซึ่งผู้บริโภคอาหารอินทรีย์ส่วนใหญ่จะมีการตระหนักรู้ในการรับผิดชอบต่อตนเอง สังคมและสิ่งแวดล้อม (Suarez et al., 2020) การศึกษาก่อนหน้านี้นี้รายงาน ว่าการตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลทางตรงและเป็นบวกต่อทัศนคติที่มีต่ออาหารอินทรีย์ (Tan et al., 2021) นอกจากนี้การตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมยังส่งผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารอินทรีย์ (Wang et al., 2020) และการตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมยังส่งผลทางอ้อมต่อความตั้งใจซื้ออาหารอินทรีย์ผ่านทัศนคติอีกด้วย (Adel et al., 2021)

ทัศนคติต่ออาหารอินทรีย์

ทัศนคติ (Attitude) เป็นความเชื่อและความรู้สึกของผู้บริโภค ซึ่งจะส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ทัศนคติสามารถทำผู้บริโภคเกิดการซื้อ ความจงรักภักดีและความเชื่อมั่นในสินค้าและบริการได้ (Budhathoki & Pandey, 2021) เมื่อผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อสินค้าและบริการนั้นจะส่งผลให้เกิดความตั้งใจซื้อสินค้าและบริการนั้น และส่งผลให้เกิดการซื้อสินค้าและบริการนั้นเกิดขึ้นจริง (Kabir & Islam, 2021) จากงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่า ทัศนคติต่ออาหารอินทรีย์มีผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารอินทรีย์โดยตรง (Le-Anh & Nguyen-To, 2020) ผู้ที่ซื้ออาหารอินทรีย์มักจะมีทัศนคติที่ดีต่ออาหารอินทรีย์และมีความตั้งใจซื้ออาหารอินทรีย์มากขึ้น ซึ่งนำไปสู่การซื้ออาหารอินทรีย์มากขึ้นด้วย (Ahn & Shamim, 2022) ทัศนคติส่งผลต่อความตั้งใจซื้อและมีบทบาทเป็นสื่อกลางในแบบจำลองทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน และมีการใช้ทัศนคติเป็นตัวค้นกลางในบริบทต่างๆ (Zayed et al., 2022) โดยเฉพาะการตระหนักรู้สุขภาพและสิ่งแวดล้อมที่ทำให้ผู้บริโภคแสดงทัศนคติเชิงบวกต่ออาหารอินทรีย์ ซึ่งมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้ออาหารอินทรีย์ (Hussain & Aslam, 2022 ; Adel et al., 2022 ; Liu et al., 2021)

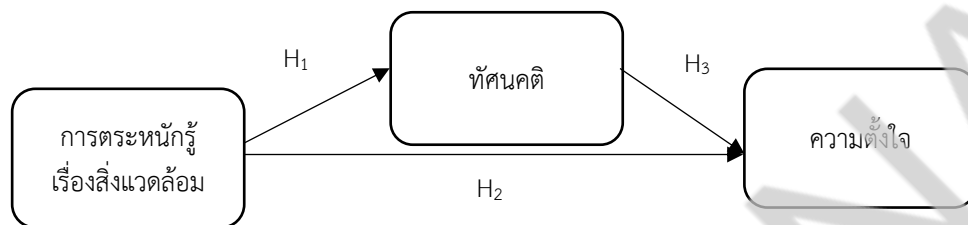
ความตั้งใจซื้ออาหารอินทรีย์

ความตั้งใจซื้อ (Purchase intention) เป็นความต้องการ ความตั้งใจ การคาดการณ์ของผู้บริโภคที่แสดงให้เห็นถึงความพร้อมของผู้บริโภคที่จะกระทำพฤติกรรมการซื้อสินค้า การแสดงพฤติกรรมต่างๆ ถูกควบคุมด้วยความตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรมนั้น หรือ ความตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรมจะส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรมโดยตรง ยังมีความตั้งใจในการกระทำพฤติกรรมมาก โอกาสที่จะแสดงพฤติกรรมนั้นก็จะมากขึ้น (Qi et al., 2023) ความตั้งใจจึงมักถูกตั้งให้เป็นสื่อกลางระหว่างปัจจัยด้านการรับรู้ อารมณ์ และสถานการณ์อื่นๆ ที่มีต่อพฤติกรรม (Nguyen et al., 2021) ความตั้งใจยังเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของมนุษย์ เนื่องจากมนุษย์ถูกมองว่าเป็นผู้แสดงพฤติกรรมที่มีเหตุผลซึ่งมีการวางแผนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงแล้วปฏิบัติตามแผนที่วางแผนไว้เสมอ (Kashif et al., 2021) ดังนั้น ความตั้งใจจึงถูกนำมาใช้ในการทำนายการซื้ออาหารอินทรีย์ โดยยิ่งผู้บริโภคมีความตั้งใจซื้ออาหารอินทรีย์มากโอกาสที่ผู้บริโภคจะมีการซื้ออาหารอินทรีย์ก็จะมากขึ้น (Aungatichart et al., 2020)



กรอบแนวคิดการวิจัย

จากประเด็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคของมนุษย์ที่เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศนำมาสู่ความสนใจในการศึกษาเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่จะส่งผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารอินทรีย์ จากการทบทวนวรรณกรรม (Adel et al., 2021 ; Tan et al., 2021 ; Le-Anh & Nguyen-To, 2020 ; Wang et al., 2020) และทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนนำมาสู่การทดสอบอิทธิพลทางอ้อมระหว่างการตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมที่มีต่อความตั้งใจซื้ออาหารอินทรีย์ของผู้บริโภคอาหารอินทรีย์ ในประเทศไทย โดยมีทัศนคติต่ออาหารอินทรีย์ เป็นตัวแปรคั่นกลาง โดยแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ต้องการศึกษา ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

H₁: การตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลทางตรงต่อทัศนคติ ของผู้บริโภคอาหารอินทรีย์ ในประเทศไทย

H₂: การตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคอาหารอินทรีย์ ในประเทศไทย

H₃: ทัศนคติมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจซื้อ ของผู้บริโภคอาหารอินทรีย์ ในประเทศไทย

H₄: การตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจซื้อ ของผู้บริโภคอาหารอินทรีย์ ในประเทศไทย โดยมีทัศนคติ เป็นตัวแปรคั่นกลาง

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้บริโภคที่ซื้ออาหารอินทรีย์ในประเทศไทย โดยมีระยะเวลาในการซื้ออาหารอินทรีย์อย่างต่อเนื่องมาแล้วอย่างน้อย 4 เดือน เนื่องจากผู้บริโภคจะเกิดการตระหนักรู้ได้ภายใน 4 เดือน (Phongwarin, 2017) ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริงและไม่สามารถเก็บข้อมูลจากประชากรได้ทั้งหมด จึงทำการกำหนดกลุ่มตัวอย่างเพื่อใช้เป็นตัวแทนที่สอดคล้องกับการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling : SEM) ดังนี้

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่ซื้ออาหารอินทรีย์ในประเทศไทย ที่มีระยะเวลาในการซื้ออาหารอินทรีย์อย่างต่อเนื่องมาแล้วอย่างน้อย 4 เดือน จำนวน 389 ตัวอย่าง ในการวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามหลักวิธีการของ Hair et al. (2019) ที่กำหนดว่าหาก โครงสร้างมีเจ็ดองค์ประกอบหรือน้อยกว่าควรมีขนาดตัวอย่างมากกว่าเท่ากับ 300 ตัวอย่าง เพื่อป้องกันการเกิดความคลาดเคลื่อนในการเก็บข้อมูลผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูล จำนวน 400 ชุด หลังจากทำการทำความสะอาดข้อมูล (Data Cleaning) จึงได้ตัวอย่างที่นำมาใช้ในการวิจัยเป็นจำนวนทั้งสิ้น 389 ตัวอย่าง งานวิจัยนี้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non Probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่ซื้ออาหารอินทรีย์ในประเทศไทยที่มีระยะเวลาในการซื้ออาหารอินทรีย์ มาแล้วอย่างน้อย 4 เดือน โดยมีการสอบถามระยะเวลาการซื้ออาหารอินทรีย์ก่อนการเก็บข้อมูลเพื่อให้ตรงกับคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยนี้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นแบบมาตราส่วน (Rating Scale) 5 ลำดับ มีมาตรวัดแบบมาตราประเมินค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) มี 5 ระดับคะแนน คะแนน 5 เห็นด้วยอย่างยิ่ง คะแนน 4 ค่อนข้างเห็นด้วย คะแนน 3 เห็นด้วย คะแนน 2 ค่อนข้างไม่เห็นด้วย คะแนน 1 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ผู้วิจัยได้พัฒนาข้อคำถามตัวแปรการตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมจากงานวิจัยของ Ahn & Shamim (2022) ตัวแปรทัศนคติต่ออาหารอินทรีย์จากงานวิจัยของ Budhathoki et al. (2021) และตัวแปรความตั้งใจซื้ออาหารอินทรีย์จากงานวิจัยของ Xing et al. (2022)

มีการตรวจสอบความเหมาะสมของเนื้อหาในการวัด โดยทำการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ซึ่งเชิญผู้ทรงคุณวุฒิเป็นผู้ตรวจสอบและใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย (Index of Item Objective Congruence : IOC) จำนวน 5 ท่าน ค่าเฉลี่ยแต่ละข้อคำถามได้ค่าอยู่ระหว่าง 0.8 - 1 ซึ่งมากกว่า 0.6 (Sookcharoen, 2018) ทำการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามและทำการทดสอบแบบสอบถามกับผู้บริโภคที่ซื้ออาหารอินทรีย์ในประเทศไทยที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด นำค่าที่ได้มาทำการวิเคราะห์ เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Reliability Coefficient) ซึ่งไม่ควรมีค่าต่ำกว่า 0.7 ขึ้นไป (Hair et al., 2019) จากการวิเคราะห์เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคได้ค่าดังนี้ การตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อม มีค่าเท่ากับ 0.74 ทศนคติต่ออาหารอินทรีย์ มีค่าเท่ากับ 0.80 และ ความตั้งใจซื้ออาหารอินทรีย์ มีค่าเท่ากับ 0.90 ซึ่งมีความมากกว่า 0.7

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้ใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2567 ถึง เดือนกันยายน 2567 เก็บรวบรวมข้อมูลจาก ผู้บริโภคที่ซื้ออาหารอินทรีย์ในประเทศไทย ที่มีระยะเวลาในการซื้ออาหารอินทรีย์อย่างต่อเนื่องมาแล้วอย่างน้อย 4 เดือน จำนวน 389 ชุด โดยผู้วิจัยได้รับรองโครงการวิจัยจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ เอกสารหมายเลข 74121(4)/999 ก่อนดำเนินการลงพื้นที่จริง

การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเหตุและตัวแปรผล (Cause Effect Relationship) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อประเมินระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อตัวแปรแต่ละตัว ใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายดังนี้ ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด 1.81 – 2.60 หมายถึง น้อย 2.61 – 3.40 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง 3.41– 4.20 หมายถึง เห็นด้วยมาก และ 4.21 – 5.00 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด ในส่วนของสถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic) ในงานวิจัยนี้ใช้ การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling :SEM) เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย และมีการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติของข้อมูลก่อนการวิเคราะห์ และทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยการวิเคราะห์หาค่าความเบ้ (Skewness) และค่าความโด่ง (Kurtosis) เพื่อประเมินการแจกแจงแบบปกติของข้อมูล (Normality) เกณฑ์ที่ยอมรับได้ของประเมินความเบ้และความโด่ง (skewness $\leq \pm 3$, kurtosis $\leq \pm 7$) และการทดสอบความเป็นอิสระกันของตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) เกณฑ์ที่ยอมรับได้ของประเมินคือค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ น้อยกว่า 0.7 (Whittaker & Schumacker, 2022) มีการใช้เทคนิควิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เพื่อตรวจสอบประเมินความพอดี (Good Fit) ซึ่งเกณฑ์ที่ยอมรับได้ของดัชนีที่ใช้วัดความสอดคล้องระหว่างแบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ที่ใช้ได้แก่ ค่าไควแควร์สัมพันธ์ (Relative Chi-Square : $\chi^2/Df \leq 3.00$ ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (Goodness of fit index: GFI) ≥ 0.90 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนเปรียบเทียบ (Comparative fit index: CFI) ≥ 0.90 ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (Root mean square error of approximation :RMSEA) < 0.08 ค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อน (Root mean square residual: RMR) < 0.08 มีการประเมินความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) เกณฑ์ที่ใช้พิจารณาได้แก่ ค่าความเชื่อมั่นเชิงองค์ประกอบของตัวแปรแฝง (Composite Reliability: CR) มีค่ามากกว่า 0.70 ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) มีค่ามากกว่า 0.50 (Hair et al., 2019) รวมทั้งค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha) ที่ต้องมีค่าไม่น้อยกว่า 0.70 (Hair et al., 2019 ; Whittaker & Schumacker, 2022) หลังจากปรับปรุงแบบจำลองให้มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์แล้ว ขั้นตอนต่อมาทำการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง โดยทำการตรวจสอบประเมินความพอดีของแบบจำลองโดยใช้เกณฑ์เดียวกับการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน และทดสอบสมมติฐานการวิจัยต่อไป



ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.4 อายุ 27-44 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.6 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 44.3 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพบริหารราชการและพนักงานราชการ คิดเป็นร้อยละ 45.4 และมีเงินเดือนสูงกว่า 45,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 46.1 สำหรับการหาค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่อประเมินระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง หาค่าความเบ้และค่าความโด่งเพื่อประเมินการแจกแจงแบบปกติของข้อมูลของตัวแปรการตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อม ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้และค่าความโด่งของตัวแปรการตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อม

ตัวแปรบ่งชี้	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความเบ้	ความโด่ง	ความหมาย
ความกังวลกับกระบวนการผลิตอาหารอินทรีย์ที่อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (Env1)	4.20	0.72	-0.32	-1.02	เห็นด้วยมาก
ความใส่ใจกับการจำแนกขยะและทำการรีไซเคิลขยะจากอาหารอินทรีย์ (Env2)	4.45	0.58	-0.48	-0.70	เห็นด้วยมากที่สุด
ความพยายามหาความรู้ของอาหารอินทรีย์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม (Env3)	4.16	0.70	-0.22	-0.93	เห็นด้วยมาก
ความเต็มใจที่จะเลือกอาหารอินทรีย์ ที่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมน้อย แม้ว่าจะมีราคาแพงก็ตาม (Env4)	4.23	0.65	-0.28	-0.73	เห็นด้วยมากที่สุด
ความเต็มใจที่จะเลือกซื้ออาหารอินทรีย์ ที่มีใบรับรองถึงแม้ว่าจะมีราคาสูงก็ตาม (Env5)	4.30	0.61	-0.26	-0.62	เห็นด้วยมากที่สุด
ความไม่เต็มใจใช้อาหารอินทรีย์ ที่ผลิตจากบริษัทที่สร้างความเสียหายอย่างร้ายแรงต่อสิ่งแวดล้อม (Env6)	4.51	0.54	-0.38	-1.12	เห็นด้วยมากที่สุด
ตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อม	4.31	0.50	-0.59	-0.63	เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคอาหารอินทรีย์ ในประเทศไทย มีความคิดเห็นต่อการตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด (Mean = 4.31, S.D. = 0.50) ในส่วนของค่าความเบ้และความโด่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (skewness $\leq \pm 3$, kurtosis $\leq \pm 10$) ในส่วนของทัศนคติ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้และค่าความโด่งของตัวแปรทัศนคติต่ออาหารอินทรีย์

ตัวแปรบ่งชี้	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความเบ้	ความโด่ง	ความหมาย
ความเชื่อว่าอาหารอินทรีย์มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าอาหารที่ไม่ใช่อินทรีย์ (Att1)	4.23	0.63	-0.23	-0.63	เห็นด้วยมากที่สุด
ความเชื่อว่าอาหารอินทรีย์ มีคุณภาพสูงกว่าอาหารที่ไม่ใช่อาหารอินทรีย์ (Att2)	4.47	0.59	-0.59	-0.60	เห็นด้วยมากที่สุด
ความเชื่อว่าอาหารอินทรีย์ดีต่อสุขภาพมากกว่าอาหารที่ไม่ใช่อินทรีย์ (Att3)	4.71	0.45	-0.97	-1.07	เห็นด้วยมากที่สุด
ความรู้สึกว่าอาหารอินทรีย์มีรสชาติดีกว่าอาหารที่ไม่ใช่อาหารอินทรีย์ (Att4)	4.20	0.72	-0.32	-1.02	เห็นด้วยมาก

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ตัวแปรบ่งชี้	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความเบ้	ความโด่ง	ความหมาย
ความรู้สึกสบายใจ ไร้ความกังวลด้านสุขภาพเมื่อซื้ออาหารอินทรีย์ (Att5)	4.53	0.59	-0.80	-0.34	เห็นด้วยมากที่สุด
ทัศนคติต่ออาหารอินทรีย์	4.43	0.47	-0.68	-0.46	เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคอาหารอินทรีย์ในประเทศไทยมีความคิดเห็นต่อทัศนคติต่ออาหารอินทรีย์อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด (Mean = 4.4, S.D. = 0.47) ในส่วนของค่าความเบ้และความโด่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (skewness $\leq \pm 3$, kurtosis $\leq \pm 10$) ในส่วนของความตั้งใจซื้ออาหารอินทรีย์ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้และค่าความโด่งของตัวแปรความตั้งใจซื้ออาหารอินทรีย์

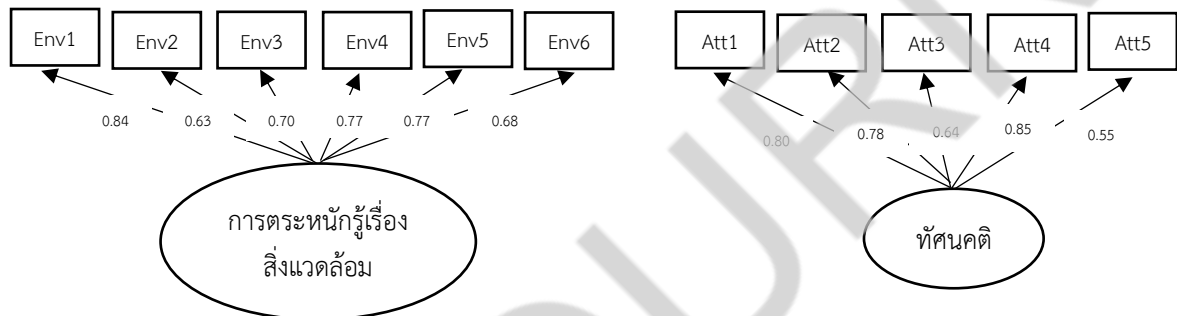
ตัวแปรบ่งชี้	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความเบ้	ความโด่ง	ความหมาย
การคิดถึงอาหารอินทรีย์เป็นอันดับแรกเมื่อซื้ออาหาร (Int1)	4.16	0.71	-0.24	-0.99	เห็นด้วยมาก
ความตั้งใจที่จะซื้ออาหารอินทรีย์เป็นประจำ (Int2)	4.38	0.69	-0.68	-0.72	เห็นด้วยมากที่สุด
การวางแผนว่าจะซื้ออาหารอินทรีย์ (Int3)	4.13	0.66	-0.15	-0.72	เห็นด้วยมาก
การคาดว่าจะซื้ออาหารอินทรีย์ในการซื้อครั้งต่อไป (Int4)	4.47	0.62	-0.72	-0.46	เห็นด้วยมากที่สุด
ความตั้งใจซื้ออาหารอินทรีย์	4.28	0.54	-0.52	-0.65	เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคอาหารอินทรีย์ ในประเทศไทย มีความคิดเห็นต่อความตั้งใจซื้ออาหารอินทรีย์ อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด (Mean = 4.28, S.D. = 0.54) ในส่วนของค่าความเบ้และความโด่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (skewness $\leq \pm 3$, kurtosis $\leq \pm 10$) จากการทดสอบความเป็นอิสระกันของตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) พบว่าไม่เกิดความเป็นอิสระกันของตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) ระหว่างการตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมกับทัศนคติและความตั้งใจซื้อเท่ากับ 0.42 และ 0.16 ตามลำดับระหว่างทัศนคติกับความตั้งใจซื้อมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.27 การทดสอบสมมติฐานผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างประมาณค่าพารามิเตอร์ด้วยวิธีโลกลิฮูดสูงสุด (Maximum Likelihood: ML) และทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโดยใช้เกณฑ์ในการพิจารณาความสอดคล้อง ดังตารางที่ 4



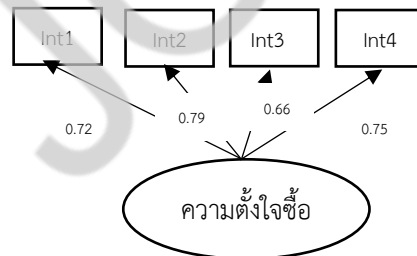
ตารางที่ 4 ดัชนีความกลมกลืนแบบจำลองการวัดตัวแปรแฝงของ การตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อม ทักษะคิด ความตั้งใจซื้อ

สถิติ	เกณฑ์	ผลที่ได้		
		การตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อม	ทักษะคิด	ความตั้งใจซื้อ
ค่าไคแควร์		18.51	11.89	3.10
องศาอิสระ df		7	4	2
ค่าไคแควร์สัมพันธ์ (Chi-square/df)	<3	2.65	2.97	1.54
ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI)	>0.90	0.99	0.99	0.99
ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนเปรียบเทียบ (CFI)	>0.90	0.98	0.99	0.99
ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA)	<0.08	0.07	0.07	0.04
ค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อน (RMR)	<0.08	0.01	0.01	0.01



Chi-square = 18.51, df = 7, Chi-square/df = 2.65,
GFI = 0.99, CFI = 0.98, RMSEA = 0.07, RMR = 0.01

Chi-square = 11.89, df = 4, Chi-square/df = 2.97,
GFI = 0.99, CFI = 0.99, RMSEA = 0.07, RMR = 0.01



Chi-square = 3.10, df = 2, Chi-square/df = 2.97, GFI = 0.99, CFI = 0.99, RMSEA = 0.07, RMR = 0.01

ภาพที่ 2 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

จากตารางที่ 4 และภาพที่ 2 พบว่าแบบจำลองการวัดตัวแปรแฝง การตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมกับทักษะคิด ต่ออาหารอินทรีย์ ความตั้งใจซื้ออาหารอินทรีย์ ผ่านเกณฑ์การประเมิน ดังนั้น แบบจำลองการวัดมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ สำหรับการประเมินความตรงเชิงโครงสร้าง ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค ค่าความเชื่อมั่นเชิงองค์ประกอบ ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ และความตรงเชิงจำแนกหว่าตัวแปรแฝงของตัวแปร

ตัวแปรแฝง	สัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (α)	ความเชื่อมั่นเชิงองค์ประกอบ (CR)	ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (AVE)	ความตรงเชิงจำแนกหว่าตัวแปรแฝง		
				การตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อม	ทัศนคติ	ความตั้งใจซื้อ
การตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อม	0.74	0.88	0.56	0.75	-	-
ทัศนคติ	0.80	0.84	0.53	0.33***	0.72	-
ความตั้งใจซื้อ	0.90	0.83	0.56	0.31***	0.31***	0.75

หมายเหตุ: ค่าในแนวทแยง คือ ค่ารากที่สองของ AVE ตัวแปรแฝงนั้นๆ

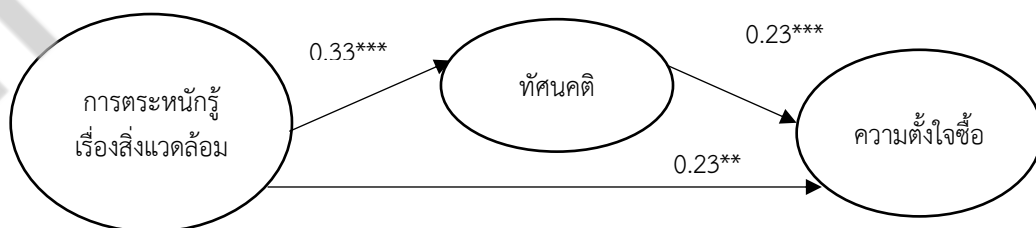
ค่าได้แนวทแยง คือ ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงนั้นๆ

***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 5 พบว่า แต่ละตัวแปรแฝงมีค่าความเชื่อมั่นเชิงองค์ประกอบของตัวแปรแฝง (CR) มีค่ามากกว่า 0.70 และค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (AVE) มีค่าไม่น้อยกว่า 0.50 และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาคมีค่าไม่น้อยกว่า 0.70 จะเห็นได้ว่าเป็นไปตามเกณฑ์ทุกดัชนี ในส่วนของการประเมินความตรงเชิงจำแนกหว่าตัวแปรแฝง ตัวแปรแฝงทั้ง 3 ตัว มีความตรงเชิงจำแนกต่อกันทุกตัวแปร เกณฑ์พิจารณา คือ ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงของคู่หนึ่งๆ จะต้องไม่มากเกินไปกว่าค่ารากที่สองของ AVE ตัวแปรแฝงคู่หนึ่งๆ สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงแต่ละคู่ พบว่าทุกคู่มีความสัมพันธ์ต่อกันในเชิงบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นอกจากนี้ยังพบว่า ตัวแปรการตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อม มีค่าน้ำหนักปัจจัยมาตรฐาน อยู่ในช่วง 0.63 – 0.89 ตัวแปรทัศนคติมีค่าน้ำหนักปัจจัยมาตรฐาน อยู่ในช่วง 0.55 -0.90 ตัวแปรความตั้งใจซื้อมีค่าน้ำหนักปัจจัยมาตรฐาน อยู่ในช่วง 0.57 – 0.90 ซึ่งมีค่าน้ำหนักปัจจัยมาตรฐานสูงกว่า 0.5 (Hair et al., 2019) การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยได้ทำการตรวจสอบความสอดคล้องของการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 การตรวจสอบความสอดคล้อง ของการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง

สถิติ	เกณฑ์	ผลที่ได้	ผลการพิจารณา
ค่าไคแควร์	-	222.85	-
องศาอิสระ df	-	76	-
ค่าไคแควร์สัมพันธ์ (Chi-square/df)	<3	2.93	ผ่าน
ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI)	>0.90	0.93	ผ่าน
ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนเปรียบเทียบ (CFI)	>0.90	0.94	ผ่าน
ค่ารากที่สองค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA)	<0.08	0.07	ผ่าน
ค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อน (RMR)	<0.08	0.02	ผ่าน



Chi-square = 222.85, df = 76, Chi-square/df = 2.93, GFI = 0.93, CFI = 0.94, RMSEA = 0.07, RMR = 0.02

ภาพที่ 3 แบบจำลองสมการโครงสร้าง



จากตารางที่ 6 และภาพที่ 3 พบว่าแบบจำลองสมการโครงสร้างมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์และผ่านเกณฑ์การประเมิน สำหรับการทดสอบสมมติฐานการวิจัยแสดงให้เห็น ดังตารางที่ 7

1. การทดสอบอิทธิพลของการตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมที่มีต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคอาหารอินทรีย์ในประเทศไทยทำการทดสอบสมมติฐานการวิจัยแสดงให้เห็น ดังตารางที่ 7 ดังนี้

ตารางที่ 7 ค่าอิทธิพลและนัยมาตรฐานระหว่างตัวแปรในโมเดลการวิจัยและผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	ค่าสถิติ					ผล
	β	b	S.E.	t	sig	
H ₁ : การตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลทางตรงต่อทัศนคติ	0.33	0.36	0.06	6.19	0.00***	สนับสนุน
H ₂ : การตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจซื้อ	0.23	0.23	0.05	4.60	0.00***	สนับสนุน
H ₃ : ทัศนคติมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจซื้อ	0.23	0.21	0.05	4.35	0.00***	สนับสนุน

หมายเหตุ: ***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 7 พบว่า การตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจซื้ออาหารอินทรีย์ของผู้บริโภคอาหารอินทรีย์ในประเทศไทย มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 ดังนั้น การที่ผู้บริโภคอาหารอินทรีย์ในประเทศไทยเกิดการตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมในเรื่องการใส่ใจการแยกขยะ เต็มใจที่จะเลือกอาหารอินทรีย์ที่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมน้อย แม้ว่าจะมีราคาแพง ส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความตั้งใจซื้ออาหารอินทรีย์ขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wang et al. (2020) ที่พบว่า การตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมส่งผลต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคอาหารอินทรีย์เช่นกัน

2. การทดสอบอิทธิพลของการตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมที่มีต่อความตั้งใจซื้ออาหารอินทรีย์ของผู้บริโภคอาหารอินทรีย์ในประเทศไทยโดยมีทัศนคติเป็นตัวแปรคั่นกลาง ดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 การทดสอบอิทธิพลทางอ้อมของการตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมที่มีต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคอาหารอินทรีย์ในประเทศไทย โดยมีตัวแปร ทัศนคติเป็นตัวแปรคั่นกลาง

สมมติฐานการวิจัย	ค่าสถิติ				ผล
	β	95% CI.		sig	
		LCL	UCL		
H4: การตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจซื้อ โดยมีตัวแปรทัศนคติเป็นตัวแปรคั่นกลาง	0.08	0.06	0.24	0.00***	สนับสนุน

หมายเหตุ: ***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของโมเดล

อิทธิพล	ค่าน้ำหนักอิทธิพล	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน
อิทธิพลรวม	0.31 ***	0.06
อิทธิพลทางตรง	0.23 ***	0.06
อิทธิพลทางอ้อม	0.08 ***	0.03

หมายเหตุ: ***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 8 และ 9 พบว่า การตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคอาหารอินทรีย์ในประเทศไทยโดยมีตัวแปรทัศนคติ เป็นตัวแปรคั่นกลางที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.08 ค่าอิทธิพลมีค่าประมาณระหว่าง 0.06 ถึง 0.24 แสดงให้เห็นว่า ค่าอิทธิพลที่ได้มีความแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Whittaker & Schumacker, 2022) เนื่องจากผู้บริโภคอาหารอินทรีย์ในประเทศไทยให้ความสำคัญกับการตระหนัก

รู้เรื่องสิ่งแวดล้อมเช่น ใส่ใจการแยกขยะ เต็มใจที่จะเลือกอาหารอินทรีย์ที่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมน้อย แม้ว่าจะมีราคาแพง ส่งผลให้เกิดทัศนคติที่ดีต่ออาหารอินทรีย์ ซึ่งจะส่งผลความตั้งใจซื้ออาหารอินทรีย์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Adel et al. (2021) ที่พบว่า ทัศนคติเป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างการตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมกับความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคอาหารอินทรีย์ มากไปกว่านั้นจากตารางที่ 7 ที่พบว่า การตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลทางตรงต่อทัศนคติของผู้บริโภคอาหารอินทรีย์ ในประเทศไทย ที่ระดับนัยสำคัญ .01 ดังนั้น การที่ผู้บริโภคอาหารอินทรีย์ในประเทศไทยเกิดการตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมขึ้น จะส่งผลต่อทัศนคติที่มีต่ออาหารอินทรีย์ สอดคล้องกับงานวิจัย Tan et al. (2021) ที่พบว่า การตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลทางตรงต่อทัศนคติของผู้บริโภคอาหารอินทรีย์นั่นเอง และ พบว่า ทัศนคติมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคอาหารอินทรีย์ ในประเทศไทยที่ระดับนัยสำคัญ .01 ดังนั้น ผู้บริโภคอาหารอินทรีย์ ในประเทศไทยมีความเชื่อว่า อาหารอินทรีย์ดีต่อสุขภาพและมีคุณค่าทางโภชนาสูง ส่งผลให้เกิดความตั้งใจซื้ออาหารอินทรีย์ในประเทศไทยขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Le-Anh & Nguyen-To (2020) การมีทัศนคติที่ดีต่ออาหารอินทรีย์จะส่งผลให้เกิดความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคอาหารอินทรีย์ จากผลที่กล่าวมาข้างต้นแสดงให้เห็นว่าทัศนคติเป็น ตัวแปรคั่นกลางนี้ทำหน้าที่แค่บางส่วน (Partial Mediation) แปลว่า การตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมกับความตั้งใจซื้อนั้น ก็ยังคงมีความสัมพันธ์ต่อกันอยู่ แต่ความสัมพันธ์นั้นมีบางส่วนมาจากตัวแปรทัศนคติด้วย ดังนั้น หากผู้ประกอบการอาหารอินทรีย์ในประเทศไทยต้องการให้ผู้บริโภคเกิดความตั้งใจซื้ออาหารอินทรีย์ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมและการสร้างทัศนคติที่ดีต่ออาหารอินทรีย์ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจต่อการบริโภคอาหารอินทรีย์ ซึ่งจะส่งผลเกิดความตั้งใจซื้ออาหารอินทรีย์ได้อย่างมีนัยสำคัญ

สรุปผลการวิจัย

1. การทดสอบอิทธิพลของการตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมที่มีต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคอาหารอินทรีย์ในประเทศไทยพบว่า ผู้บริโภคอาหารอินทรีย์ ในประเทศไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ การตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อม ทัศนคติที่มีต่ออาหารอินทรีย์และความตั้งใจซื้ออาหารอินทรีย์อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดและยังพบว่า การตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคอาหารอินทรีย์ ในประเทศไทย มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
2. การทดสอบอิทธิพลของการตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมที่มีต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคอาหารอินทรีย์ ในประเทศไทยโดยมีทัศนคติเป็นตัวแปรคั่นกลาง พบว่า การตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมที่มีต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคอาหารอินทรีย์ ในประเทศไทยโดยมีตัวแปร ทัศนคติ เป็นตัวแปรคั่นกลางและเป็นตัวแปรคั่นกลางที่ทำหน้าที่แค่บางส่วน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

ในทางวิชาการ ผู้ที่สนใจศึกษา นักวิจัยการตลาดเข้าใจเกี่ยวกับการตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อม และสามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องการตระหนักรู้และพฤติกรรมการซื้ออาหารอินทรีย์ในประเทศไทยและช่วยขยายขอบเขตในการอธิบายทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน และการบูรณาการทฤษฎีจิตวิทยาทางสังคมสำหรับการซื้ออาหารอินทรีย์ในประเทศไทย

ในทางปฏิบัติ ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารอินทรีย์ สามารถนำผลวิจัยนี้ไปเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น และสามารถกำหนดนโยบาย แนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้ตอบสนองต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารอินทรีย์ในประเทศไทยได้อย่างเหมาะสม ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจสามารถสร้างกำไร และก่อให้เกิดผลสำเร็จในการทำธุรกิจเกี่ยวกับอาหารอินทรีย์ ต่อไป

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

การนำผลวิจัยไปใช้สำหรับผู้ประกอบการอาหารอินทรีย์ในประเทศไทย ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า นอกจากการตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมกับความตั้งใจซื้อมีความสัมพันธ์ต่อกัน แต่ความสัมพันธ์นั้นมีบางส่วนมาจากทัศนคติ ดังนั้นหากผู้ประกอบการอาหารอินทรีย์ในประเทศไทยต้องการให้ผู้บริโภคเกิดความตั้งใจซื้ออาหารอินทรีย์ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม เช่น พัฒนาผลิตภัณฑ์ กำหนดนโยบาย และดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดที่มุ่งเน้นการสร้าง ความเข้าใจและการให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เห็นคุณค่าและประโยชน์ของอาหารอินทรีย์ที่มีต่อสุขภาพ



และสิ่งแวดล้อม และให้ความสำคัญกับการทำให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดีต่ออาหารอินทรีย์ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจต่อการบริโภคอาหารอินทรีย์ ซึ่งจะส่งผลเกิดความตั้งใจซื้ออาหารอินทรีย์ ได้อย่างมีนัยสำคัญ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่อาจมีความสัมพันธ์กับทัศนคติและความตั้งใจซื้ออาหารอินทรีย์ เช่น ความรู้ การตระหนักรู้ด้านสังคม การตระหนักถึงสุขภาพของตนเอง การตระหนักถึงการเงินของตนเอง การรับรู้ทางด้านราคาของอาหารเกษตรอินทรีย์ เป็นต้น เพื่อให้ผลการวิจัยมีความครอบคลุมมากยิ่งขึ้น และควรมีการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างที่มีความเจาะจงมากขึ้น เช่น ศึกษาเฉพาะผู้บริโภคบางกลุ่มอายุ หรือ ควรเพิ่มจำนวนตัวอย่างในแต่ละกลุ่มช่วงอายุให้มากขึ้น รวมทั้งเก็บตัวอย่างแบบเจาะจงจังหวัด เช่น เขตกรุงเทพและปริมณฑลซึ่งเป็นเขตที่เศรษฐกิจหลักของไทย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและเป็นประโยชน์อันจะนำมาซึ่งผลการวิจัยเพื่อการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป

ข้อจำกัดการวิจัย

ปัจจุบันราคาอาหารอินทรีย์ยังมีราคาแพงกว่าอาหารทั่วไปค่อนข้างมาก ดังนั้น กลุ่มเป้าหมายตัวอย่างที่ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลได้ จึงแคบและจำกัดอยู่ในกลุ่มที่มีรายได้สูง เป็นต้นไป เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งสามารถซื้ออาหารอินทรีย์ในราคาสูงได้ ความเห็นที่ได้อาจจะแตกต่างจากผู้บริโภคกลุ่มอื่นได้

References

- Adel, A. M., Dai, X. & Roshdy, R. S. (2021). Investigating consumers' behavioral intentions toward suboptimal produce: an extended theory of planned behavior – a cross-cultural study. *British Food Journal*, 124(1),99-139. doi:10.1108/bfj-03-2021-0211
- Adel, A. M., Dai, X. & Roshdy, R. S. (2022). The psychological mechanism of consumers' behavioral intentions of suboptimal food products from the perspective of economic value. *British Food Journal*, 125(5),1579-1612. doi:10.1108/bfj-01-2022-0027
- Ahn, J. & Shamim, A. (2022). The role of consciousness in sustainable food consumption: a cultural comparison. *Social Responsibility Journal*, 19(7),1263-1275. doi:10.1108/srj-04-2022-0177
- Aungatichart, N., Fukushige, A. & Aryupong, M. (2020). Mediating role of consumer identity between factors influencing purchase intention and actual behavior in organic food consumption in Thailand. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences (PJCSS)*, 14(2),424-449.
- Ayyub, S., Asif, M. & Nawaz, M. A. (2021). Drivers of Organic Food Purchase Intention in a Developing Country: The Mediating Role of Trust. *SAGE Open*, 11(3),44-58. doi:10.1177/21582440211045076
- Bangkok Bank SME. (2023). *Trends in 'Food of the Future' as Businesses Promote the Concept of Caring for the World Through Meals "Good Health Must Meet Sustainability"*. Retrieved December 2023, from <https://shorturl.asia/9agyG>
- Boobalan, K. & Nachimuthu, G. S. (2020). Organic consumerism: A comparison between India and the USA. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 53(1),1-8. doi:10.1016/j.jretconser.2019.101988
- Budhathoki, M. & Pandey, S. (2021). Intake of Animal-Based Foods and Consumer Behaviour towards Organic Food: The Case of Nepal. *Sustainability*, 13(22),1-18. doi:10.3390/su132212795
- Fleseriu, C., Cosma, S. A. & Bocănet, V. (2020). Values and Planned Behaviour of the Romanian Organic Food Consumer. *Sustainability*, 12(5),1-21. doi:10.3390/su12051722
- Ferreira, S. & Pereira, O. (2023). Antecedents of Consumers' Intention and Behavior to Purchase Organic Food in the Portuguese Context. *Sustainability*, 15(12),10-23. doi:10.3390/su15129670
- Hussain, A. & Aslam, S. (2022). Determinants of Organic Food Purchase Behavior: A Mediation Analysis. *International Journal of Business Reflections*, 3(1),76-96. doi:10.56249/ijbr.03.01.28



- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis*. (8th ed.). England : Pearson Prentice.
- Kabir, M. R. & Islam, S. (2021). Behavioural intention to purchase organic food: Bangladeshi consumers' perspective. *British Food Journal*, 124(3),754-774. doi:10.1108/bfj-05-2021-0472
- Kasikorn Research Center .(2022). *Alternative proteins: the future food trend, will they grow as expected?*. Retrieved December 2023, from <https://www.kasikornresearch.com/EN/analysis/k-social-media/Pages/Plant-Based-FB-27-07-2022.aspx>
- Kashif, U., Hong, C., Naseem, S., Khan, W. A., Akram, M. W., Rehman, K. U. & Andleeb, S. (2021). Assessment of millennial organic food consumption and moderating role of food neophobia in Pakistan. *Current Psychology*, 42(2),1504-1515. doi:10.1007/s12144-021-01520-1
- Krastevich, T. & Smokova, M. (2021). Does the Degree of Urbanisation Affect Sustainable Household Consumption? (Some Empirical Evidence). *Management & Marketing*, 16(3),187-209. doi:10.2478/mmcks-2021-0012
- Krungsri Research. (2022). *The future of food industry*. Retrieved December 2023, from <https://www.krungsri.com/th/research/research-intelligence/Future-food-2022>
- Le-Anh, T. & Nguyen-To, T. (2020). Consumer purchasing behaviour of organic food in an emerging market. *International Journal of Consumer Studies*, 44(6),563-573. doi:10.1111/ijcs.12588
- Liu, C., Zheng, Y. & Cao, D. (2021). An analysis of factors affecting selection of organic food: Perception of consumers in China regarding weak signals. *Appetite*, 161(1),10-25. doi:10.1016/j.appet.2021.105145
- Molinillo, S., Vidal-Branco, M. & Japutra, A. (2020). Understanding the drivers of organic foods purchasing of millennials: Evidence from Brazil and Spain. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52(1),56-76. doi:10.1016/j.jretconser.2019.101926
- National Food Institute. (2020). *Future food*. Retrieved December 2023, from <https://citly.me/kCRS5>
- National Bureau of Agricultural Commodity and Food Standards.(2021).*Organic agriculture: The production, processing, labelling and marketing of organically produce and products*. Retrieved December 2022, from https://www.acfs.go.th/files/files/commodity-standard/20211127154547_899058.pdf
- Nguyen, T. M., Park, J. H. & Choi, W. L. (2021). Factors Influencing Consumer Purchase Intention toward Organic Food Products: an Empirical Study in Vietnam Market. *Journal of Channel and Retailing*, 26(1),127-147. doi:10.17657/jcr.2021.01.31.6
- Qi, X., Mou, J., Meng, C. & Ploeger, A. (2023). Factors Influencing Consumers' Organic Food Continuous Purchase Intentions during the Post-Pandemic Era: An Empirical Investigation in China. *Foods*, 12(8), 1-16. doi:10.3390/foods12081636
- Small and Medium Enterprises Promotion. (2023). *Food of the future and opportunities for SMEs : organic food*. Retrieved December 2023, from https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-20200124065523.pdf
- Sangboonthai, M., Koednok, S. & Rojanapaphaporn, W. (2022). Factors Influencing to Purchase Intention of Organic Food Consumer in Thailand. *Journal of Arts Management*, 6(2),621-636.
- Sookcharoen, W. (2018). *Marketing Research*. Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- Su, Y., Khaskheli, A., Raza, S. A. & Yousufi, S. Q. (2022). How health consciousness and social consciousness affect young consumers purchase intention towards organic foods. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 33(5),1249-1270. doi:10.1108/meq-12-2021-0279
- Suarez, E., Hernandez, B., Gil-Gimenez, D. & Corral-Verdugo, V. (2020). Determinants of Frugal Behavior: The Influences of Consciousness for Sustainable Consumption, Materialism, and the Consideration of Future Consequences. *Front Psychol*, 11(1),56-76. doi:10.3389/fpsyg.2020.567752



- Tan, B. C., Lau, T. C., Sarwar, A. & Khan, N. (2021). The effects of consumer consciousness, food safety concern and healthy lifestyle on attitudes toward eating “green”. *British Food Journal*, 124(4),1187-1203. doi:10.1108/bfj-01-2021-0005
- Phongwarin,T. (2017). *Quality consciousness can be truly created in 120 days*. Bangkok : IDC PREMIER CO.,LTD.
- Wang, J., Pham, T. L. & Dang, V. T. (2020). Environmental Consciousness and Organic Food Purchase Intention: A Moderated Mediation Model of Perceived Food Quality and Price Sensitivity. *Int J Environ Res Public Health*, 17(3),175-190. doi:10.3390/ijerph17030850
- Whittaker, T. A. & Schumacker, R. E. (2022). *A beginner's guide to structural equation modeling*. (5th ed.). New York : Routledge.
- Xing, Y., Li, M. & Liao, Y. (2022). Trust, price sensitivity and consumers' organic food purchasing behaviour in China. *Food Science and Technology*, 42(10),122-140. doi:10.1590/fst.42422
- Zayed, M. F., Gaber, H. R. & El Essawi, N. (2022). Examining the Factors That Affect Consumers' Purchase Intention of Organic Food Products in a Developing Country. *Sustainability*, 14(10),1410-1425. doi:10.3390/su14105868

อิทธิพลกระบวนการจัดซื้อที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการบริหารงานของพนักงานฝ่ายจัดซื้อ
บรรจุภัณฑ์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
The Influence of the Procurement Process on the Management Efficiency
of the Employees at Packaging Purchasing Department in Bangkok
and Metropolitan Areas

จันทร์จิรา โพธิ์หล้า¹ และ ชวนชื่น อัคระวนิชชา²
Janjira Pola¹ and Chaunchuen Akkawanitcha²

Article History

Receive: August 30, 2024

Revised: October 8, 2024

Accepted: October 21, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา อิทธิพลของกระบวนการจัดซื้อ การพยากรณ์การสั่งซื้อ การจัดการทรัพยากรภายนอก ที่มีต่อการบริหารคลังสินค้า และอิทธิพลของกระบวนการจัดซื้อ การบริหารคลังสินค้า และความรู้ความเข้าใจในงานจัดซื้อ ที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการบริหารงานฝ่ายจัดซื้อ ของพนักงานฝ่ายจัดซื้อบริษัทบรรจุภัณฑ์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กลุ่มเป้าหมายคือพนักงานฝ่ายจัดซื้อบริษัทบรรจุภัณฑ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำนวน 350 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม วิเคราะห์ผลการศึกษาด้วยสถิติแบบจำลองสมการโครงสร้าง โดยผลการตรวจสอบข้อมูลเชิงประจักษ์มีค่าดัชนีความกลมกลืนดังนี้ $CMIN/df = 2.14$, $GFI = 0.910$, $CFI = 0.966$, $RMR = 0.102$, $RMSEA = 0.057$ ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการจัดซื้อ การพยากรณ์การสั่งซื้อ และการจัดการทรัพยากรภายนอก มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการบริหารคลังสินค้า นอกจากนี้ยังพบว่า ความรู้ความเข้าใจในงานจัดซื้อ การบริหารคลังสินค้า และกระบวนการจัดซื้อมีความอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการบริหารงานฝ่ายจัดซื้อ ทั้งนี้ผู้บริหาร และฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร สามารถนำผลการวิจัยมาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงกระบวนการจัดซื้อ ปรับกลยุทธ์ และนโยบายในขบวนการจัดซื้อ และเพิ่มทักษะบุคลากรฝ่ายจัดซื้อเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารงาน

ความสำคัญ : กระบวนการจัดซื้อ ; การพยากรณ์การสั่งซื้อ ; การจัดการทรัพยากรภายนอก ; ความรู้ความเข้าใจในงานจัดซื้อ ; การบริหารคลังสินค้า ; ประสิทธิภาพการบริหารงานฝ่ายจัดซื้อ

¹ นักศึกษาปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร, Master's Degree student in Business Administration, Faculty of Management Science, Silpakorn University

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร, Assistant Professor, Faculty of Management Science, Silpakorn University



ABSTRACT

This research aimed to study the influence of purchasing process, order forecasting, and external resource management on warehouse management and the influence of purchasing process, warehouse management, and knowledge and understanding of purchasing work on the efficiency of purchasing management of purchasing staff in packaging companies in Bangkok metropolitan area. The sample group was 350 purchasing staff of packaging companies in Bangkok metropolitan area. The research instrument was a questionnaire. The data was analyzed using structural equation modeling statistics. The empirical data showed the Goodness of Fit Index was as follows: CMIN/df = 2.14, GFI = 0.910, CFI = 0.966, RMR = 0.102, RMSEA = 0.057. The results found that the purchasing process, order forecasting, and external resource management had a positive influence on warehouse management. In addition, knowledge and understanding of purchasing work, warehouse management, and purchasing process had a positive influence on purchasing management efficiency. Therefore, executives and human resources in the organization can use these results as a guideline to improve the purchasing process, adjust the strategies and policies in the purchasing process, and increase the skills of purchasing staff to increase management efficiency.

Keywords : Procurement Process ; Order Forecast ; External Resource Management ; Knowledge and Understanding in Purchasing Work ; Warehouse Management ; Purchasing Management Efficiency

บทนำ

ในยุคสมัยปัจจุบันที่ธุรกิจและอุตสาหกรรมเติบโตอย่างรวดเร็ว กระบวนการจัดซื้อเป็นส่วนสำคัญในการบริหารธุรกิจสมัยใหม่ มีผลต่อความสำเร็จในด้านต่างๆ เช่น ลดความล่าช้าในการส่งมอบ ควบคุมต้นทุน และรักษาคุณภาพของสินค้า หากกระบวนการนี้ไม่มีประสิทธิภาพ อาจทำให้เกิดปัญหาทางการเงินและความเสี่ยงทางธุรกิจ กระบวนการจัดซื้อที่ดีช่วยลดการขาดแคลนวัตถุดิบ ลดค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บ และเพิ่มความยืดหยุ่นของธุรกิจในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ (Khongtung & Ayasanond 2021)

ประสิทธิภาพการบริหารงานฝ่ายจัดซื้อที่ดี เกิดจากหลายขบวนการที่มีการทำงานเกี่ยวข้องกันรวมถึงความรู้ความเข้าใจในการทำงานของพนักงานในฝ่ายจัดซื้อ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานฝ่ายจัดซื้อ คือ กระบวนการจัดซื้อ ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการบริหารจัดการฝ่ายจัดซื้อ การวางแผนและการดำเนินการที่เหมาะสม การกำหนดเป้าหมาย การควบคุมและติดตามกระบวนการการจัดซื้อ และการพัฒนาความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่ยั่งยืนกับทรัพยากรภายนอกหรือผู้ขาย จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและความมั่นใจในการดำเนินงานของฝ่ายจัดซื้อ ประสิทธิภาพการบริหารงานฝ่ายจัดซื้อสามารถวัดได้จากหลายปัจจัย ไม่ว่าจะเป็นการลดต้นทุนค่าใช้จ่าย ลดการทุจริตในองค์กร การทำงานมีความโปร่งใส และสามารถนำข้อมูลไปวิเคราะห์วางแผน กำหนดนโยบายครอบคลุมกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง (Thaisanguanvarakul & Ayasanond, 2021) อีกกิจกรรมหนึ่งในกระบวนการจัดซื้อคือ การพยากรณ์การสั่งซื้อเป็นขั้นตอนที่สำคัญเพื่อให้สามารถวางแผนการจัดซื้อได้อย่างเหมาะสม โดยการนำข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เช่น ปริมาณการขายในอดีต แนวโน้มการขายในอนาคต การเปลี่ยนแปลงในตลาด มาใช้ในการประมาณการความต้องการของวัตถุดิบหรือสินค้า นำมาเป็นข้อมูลในการวางแผนการจัดซื้อในอนาคต องค์กรที่มีระบบการพยากรณ์ความต้องการ ของลูกค้าที่มีความแม่นยำ จะได้เปรียบองค์กรอื่น (Wiwattanakornwong et al., 2023)

การจัดการทรัพยากรภายนอกหรือผู้ขาย เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานฝ่ายจัดซื้อ โดยการคัดเลือกทรัพยากรภายนอกที่เหมาะสม มีคุณภาพและมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งจะส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าองค์กร ต้องมีหลักบริหารจัดการและสร้างพันธมิตรกับทรัพยากรภายนอกหรือผู้ขายเพื่อมุ่งเน้นผลประโยชน์ร่วมกัน การคัดเลือกผู้ส่งมอบสินค้าจึงเป็นกิจกรรมที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ (Chonviriyakun & Suraraksa, 2023) ทรัพยากรภายนอกที่มีประสิทธิภาพในการส่งมอบสินค้า ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ จะช่วยให้การบริหารคลังสินค้ามีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ลดความเสี่ยงในการรับคืนสินค้าที่มีปัญหา คลังสินค้า (Warehouse) ทำหน้าที่เป็นหนึ่งในตัวขับเคลื่อนและสร้างความสมดุล

ในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) หรือกระบวนการจัดการการผลิตเพื่อทำให้เกิดสินค้าหรือบริการในแง่ของแหล่งที่ใช้เก็บทั้งวัตถุดิบสำหรับการผลิต (Raw Material) สินค้าสำเร็จรูป หรือสินค้าที่ผลิตเสร็จแล้วรอส่งลูกค้า (Finished Goods) ดังนั้น การบริหารคลังสินค้าจึงช่วยลดปัญหาวัตถุดิบไม่พอผลิต ทำให้การผลิตดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่อง การบริหารจัดการสินค้าคงคลังที่ดี จะช่วยในการประหยัดค่าใช้จ่ายด้านโลจิสติกส์ ก่อให้เกิดสภาพคล่องและผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment) ในเวลาอันรวดเร็วคลังสินค้าและการบริหารคลังสินค้าจึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะทำให้การประกอบธุรกิจบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ (Phuangkaew et al., 2023)

ทั้งนี้ความรู้ความเข้าใจในงานจัดซื้อสำคัญอย่างมาก ต่อประสิทธิภาพการบริหารงานของฝ่ายจัดซื้อ การทำงานอย่างถูกต้องรวดเร็ว เพื่อให้ได้วัสดุหรือบริการตามเวลาที่กำหนด การมีความรู้และความเข้าใจในงานจัดซื้อสามารถตอบสนองต่อความต้องการของธุรกิจ และสนับสนุนในการวางแผนกลยุทธ์การจัดซื้อให้สำเร็จตามเป้าหมาย ความรู้ความเข้าใจในงานจัดซื้อเป็นปัจจัยที่สนับสนุนองค์กรให้ดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ กระบวนการจัดซื้อจัดจ้างมีวิธีเฉพาะเจาะจงมีความโปร่งใส ลดปัญหาทุจริตคอร์รัปชัน (Wongsuwan, 2020)

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษา อิทธิพลกระบวนการจัดซื้อ ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการบริหารงานฝ่ายจัดซื้อ เพื่อช่วยลดต้นทุนในการจัดเก็บสินค้า เพิ่มผลกำไรให้กับธุรกิจ ลดความเสี่ยงในการบริหารจัดการทรัพยากร การพยากรณ์การสั่งซื้อที่มีความแม่นยำ จะสามารถลดการเก็บสินค้าที่ไม่จำเป็น และช่วยให้หลีกเลี่ยงสินค้าไม่เพียงพอ การจัดการทรัพยากรภายนอกหรือผู้ขาย เพื่อให้ส่งสินค้าที่มีคุณภาพ ตรงเวลา จำนวนถูกต้อง และมีความน่าเชื่อถือ มีส่วนสำคัญที่จะทำให้การบริหารงานคลังสินค้ามีประสิทธิภาพ ลดขั้นตอนในการตรวจสอบสินค้า ลดขั้นตอนในการทำงาน ลดปัญหาการรับคืนสินค้า และพนักงานฝ่ายจัดซื้อที่มีความรู้ความเข้าใจในงานจัดซื้อ จะสามารถดำเนินกิจกรรมตามระบบได้อย่างถูกต้อง ลดความผิดพลาดในขั้นตอนการดำเนินงาน สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับทรัพยากรภายนอกหรือผู้ขาย ซึ่งจะส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานฝ่ายจัดซื้อ

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาอิทธิพลของกระบวนการจัดซื้อ การพยากรณ์การสั่งซื้อ การจัดการทรัพยากรภายนอก ที่มีต่อการบริหารคลังสินค้าและอิทธิพลของกระบวนการจัดซื้อ การบริหารคลังสินค้า และความรู้ความเข้าใจในงานจัดซื้อ ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานฝ่ายจัดซื้อของพนักงานฝ่ายจัดซื้อบริษัทบรรจุภัณฑ์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารทางวิชาการ บทความวารสาร วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย เพื่อเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยและเป็นข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยดังนี้

กระบวนการจัดซื้อ

กระบวนการจัดซื้อเป็นจุดเริ่มต้นของการดำเนินธุรกิจ โดยการวางแผนประจำปีช่วยให้ทราบความต้องการใช้สินค้า ฝ่ายจัดซื้อจึงสามารถวางแผนสั่งซื้อได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพิ่มอำนาจต่อรองและจัดทำข้อตกลงราคากับผู้ขาย การวางแผนนี้ช่วยให้สามารถพยากรณ์ปริมาณสินค้าและลดขั้นตอนการเจรจาราคาในแต่ละครั้ง ทำให้กระบวนการจัดซื้อมีความราบรื่น ลดความสูญเสียเปล่า และจัดสรรกำลังคนได้อย่างเหมาะสมเพื่อสนับสนุนการดำเนินงาน (Kittichotipun & Thammaapipon, 2020) กระบวนการจัดซื้อที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการบริหารคลังสินค้า โดยการสั่งซื้อสินค้าปริมาณที่เหมาะสมและการจัดกลุ่มสินค้าตามความต้องการ ทำให้ลดระยะเวลาในการจัดเก็บ ตรวจสอบ และบันทึกข้อมูลสินค้า ลดต้นทุน แรงงาน และลดความผิดพลาดในการวางแผนสินค้าผิดตำแหน่ง ส่งผลให้การจัดเก็บสินค้ามีความรวดเร็วและแม่นยำมากขึ้น (Likitkarn, 2022)

การพยากรณ์การสั่งซื้อ

สภาวะปัจจุบันธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง การพยากรณ์การสั่งซื้อที่แม่นยำเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยในการตัดสินใจ และสร้างความได้เปรียบทางธุรกิจ การเลือกวิธีการพยากรณ์ที่เหมาะสมและแม่นยำช่วยให้ธุรกิจสามารถวางแผนการผลิตและการส่งมอบสินค้าได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งส่งผลให้เกิดการเพิ่มกำไรและส่วนแบ่งการตลาด (Phuthongkham & Tiwatreewit, 2021) การพยากรณ์ความต้องการแล้วกำหนดแผนในการบริหารคลังสินค้าให้เหมาะสม กับความต้องการที่ได้พยากรณ์การสั่งซื้อไว้ ทั้งนี้จำเป็นต้องมีการกำหนดปริมาณสินค้าคงคลัง (Safety Stock) เพื่อไม่ให้สินค้าหรือวัตถุดิบไม่เพียงพอหรือมีมากเกินไปจนเกิดความจำเป็น (Ratchinda & Wonginta, 2021) การพยากรณ์การสั่งซื้อที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเพิ่ม



ประสิทธิภาพการบริหารคลังสินค้า โดยการประยุกต์ใช้ทฤษฎี ABC Analysis ในการแบ่งกลุ่มสินค้าตามมูลค่าการสั่งซื้อสินค้า เพื่อหาพื้นที่ในการจัดเก็บสินค้าที่เหมาะสม และเพียงพอต่อความต้องการสินค้าของลูกค้าในอนาคต โดยกำหนดให้สินค้าที่มีการสั่งซื้อมากอยู่ใกล้ประตูทางออก เพื่อใช้ลดระยะเวลาในการรับสินค้าและจ่ายสินค้า และพนักงานในคลังสินค้าสามารถใช้เวลาที่เหลือในการพัฒนาทักษะด้านอื่นๆ (Saengsuwandee & Klongboonjit, 2021)

การจัดการทรัพยากรภายนอก (ผู้ขาย)

ความสามารถในการแข่งขันขององค์กรขึ้นอยู่กับกระบวนการจัดซื้อที่มีประสิทธิภาพ โดยการคัดเลือกผู้ขายที่มีคุณภาพจะช่วยลดต้นทุน ลดขั้นตอนการทำงาน และเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ทั้งนี้ผู้ขายต้องส่งสินค้าตรงเวลา มีคุณภาพ และมีบริการหลังการขาย การคัดเลือกผู้ขายที่ยั่งยืนเป็นสิ่งสำคัญต่อความสามารถในการทำกำไร ความยืดหยุ่น และความคล่องตัวของธุรกิจ (Hendiani et al., 2020) ทรัพยากรภายนอกมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการบริหารคลังสินค้า ทรัพยากรภายนอกที่มีความสามารถส่งมอบสินค้าหรือวัตถุดิบให้ตรงกับเงื่อนไข เพื่อป้องกันข้อร้องเรียนจากลูกค้าเรื่องคุณภาพ สามารถส่งสินค้าหรือวัตถุดิบได้ตามระยะเวลาที่กำหนด คลังสินค้าตรวจสอบสินค้าตามเกณฑ์การตรวจรับสินค้า เพื่อมั่นใจว่าได้สินค้าหรือวัตถุดิบตรงตามเงื่อนไข และสินค้าหรือวัตถุดิบไม่ชำรุดเสียหาย (Chonviriyakun & Suraraksa, 2023)

ความรู้ความเข้าใจในงานจัดซื้อ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง การปรับเปลี่ยนระเบียบการปฏิบัติต่างๆ รวมถึงการความรู้ความเข้าใจในงานจัดซื้อที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการบริหารงานฝ่ายจัดซื้อ ซึ่งถ้าหากผู้ปฏิบัติงานขาดความเข้าใจ อาจทำให้เกิดความผิดพลาด เกิดผลเสียต่องาน และเกิดผลกระทบต่อภาพรวม (Wongsuwan, 2020) ความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ โดยใช้ระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐอิเล็กทรอนิกส์ (e-GP) และความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติงานจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ โดยใช้ระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐอิเล็กทรอนิกส์ (e-GP) และทัศนคติของเจ้าหน้าที่พัสดุที่ใช้งานระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐอิเล็กทรอนิกส์ (e-GP) มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ ความรู้ความเข้าใจละทัศนคติของพนักงาน มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี KAP Theory ให้ความสำคัญกับตัวแปร 3 ตัวคือ ความรู้ (Knowledge) ทัศนคติ (Attitude) และการปฏิบัติ (Practice) ถ้ามีความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติงาน ทัศนคติก็น่าจะเปลี่ยนแปลง เมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงแล้ว จะมีการยอมรับปฏิบัติหรือเปลี่ยนแปลงการปฏิบัติ ดังนั้น ทั้งความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติ มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน (Suwanchailai, 2019)

การบริหารคลังสินค้า

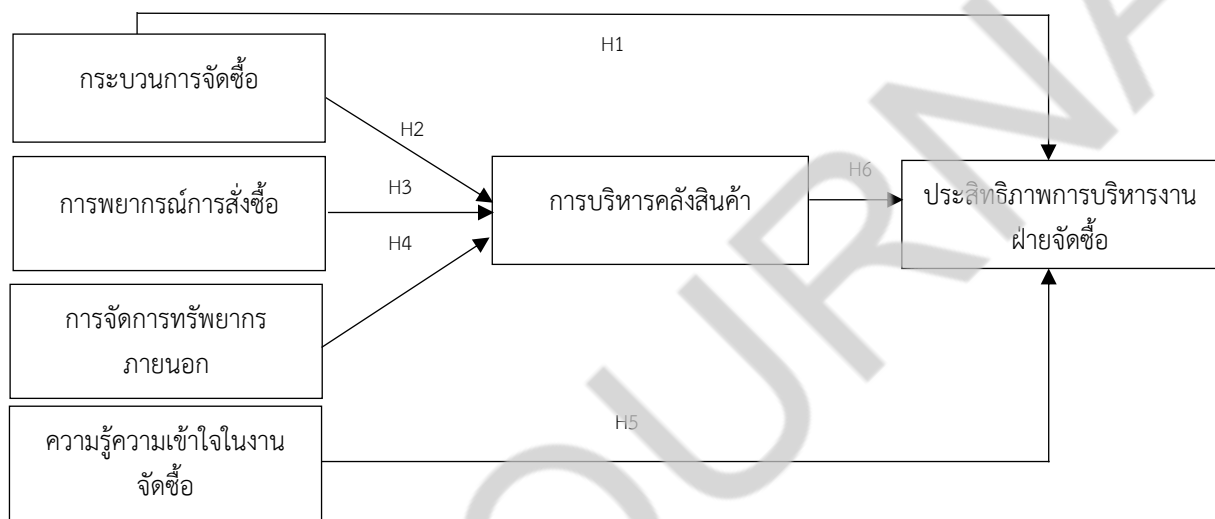
การบริหารคลังสินค้าเป็นกระบวนการที่มีความสำคัญในการตรวจสอบสภาพ หรือจำนวนสินค้าว่ามีความเพียงพอ กับความต้องการของลูกค้าหรือไม่ การบริหารคลังสินค้าที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการบริหารงานฝ่ายจัดซื้อไม่เพียงแต่บริหารระบบห่วงโซ่อุปทานเท่านั้น การบริหารคลังสินค้าต้องพิจารณาในหลายด้านที่เกี่ยวข้องกัน เช่นความต้องการของลูกค้า ความสูญเสียของพื้นที่ การหมุนเวียนสินค้า การดูแลไม่ให้สูญหาย (Phuangkaew et al., 2023) การบริหารคลังสินค้า เป็นระบบเชื่อมโยงกิจกรรมภายในองค์กรการจัดการระบบที่เหมาะสมช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารงานของฝ่ายจัดซื้อ การเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างคลังสินค้าพื้นที่ในการจัดเก็บ อายุของสินค้า ผู้ผลิต ศูนย์กระจายสินค้า และลูกค้าสามารถติดตามสถานะสินค้า เพื่อแก้ไขปัญหาและสามารถปรับปรุงกระบวนการให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น (Wongwetprasit et al., 2024)

ประสิทธิภาพการบริหารงานฝ่ายจัดซื้อ

ประสิทธิภาพการบริหารงาน มีความสำคัญต่อความยั่งยืนของธุรกิจ การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ สามารถตรวจสอบคุณภาพสินค้าได้ตามกำหนด ควบคุมมาตรฐานอย่างสม่ำเสมอ สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า (Kongpanya et al., 2022) ประสิทธิภาพขององค์กรโดยทั่วไป ด้านต้นทุน การจัดเก็บสินค้าคงคลัง ยอดขายขององค์กร การจัดส่งสินค้าตรงเวลา ความได้เปรียบในการแข่งขัน รวมถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของตลาด และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ได้อย่างรวดเร็ว นั้น ล้วนแล้วแต่เป็นตัวชี้วัดที่แสดงถึงความสามารถขององค์กร ซึ่งประสิทธิภาพขององค์กรสะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพการบริหารงานของฝ่ายต่างๆภายในองค์กร รวมถึงการบริหารงานและความสำคัญต่อการพัฒนากลยุทธ์ฝ่ายจัดซื้อ การดำเนินงานตามกฎระเบียบภายใต้พระราชบัญญัติ (Konngandee, 2020)

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กระบวนการจัดซื้อ เป็นจุดเริ่มต้นสำคัญของการจัดซื้อ ตั้งแต่การวางแผนจนถึงการติดตามผล การพยากรณ์การสั่งซื้อ การคาดการณ์ความต้องการอย่างแม่นยำช่วยให้สามารถจัดการสต็อกได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดการสูญเสียจากสินค้าที่เกินความต้องการ การจัดการทรัพยากรภายนอก (ผู้ขาย) เป็นปัจจัยสำคัญในการจัดหาสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพและตรงตามเวลา ความรู้ความเข้าใจในงานจัดซื้อ ความรู้ที่เพียงพอในการจัดซื้อเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ การบริหารคลังสินค้า การควบคุมคลังสินค้าให้เหมาะสมช่วยลดการสูญเสียทั้งในด้านต้นทุนและเวลา การจัดเก็บอย่างเป็นระบบ และการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการติดตามและควบคุมคลังสินค้า ทำให้เกิดความคล่องตัวและลดความผิดพลาดในกระบวนการจัดซื้อ จากตัวแปรเหล่านี้ผู้วิจัยจึงนำมาพัฒนากรอบแนวคิดที่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารงานฝ่ายจัดซื้อ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

- สมมติฐานที่ 1 กระบวนการจัดซื้อมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการบริหารงานฝ่ายจัดซื้อ
- สมมติฐานที่ 2 กระบวนการจัดซื้อมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการบริหารคลังสินค้า
- สมมติฐานที่ 3 การพยากรณ์การสั่งซื้อมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการบริหารคลังสินค้า
- สมมติฐานที่ 4 การจัดการทรัพยากรภายนอกมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการบริหารคลังสินค้า
- สมมติฐานที่ 5 ความรู้ความเข้าใจในงานจัดซื้อมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการบริหารงานฝ่ายจัดซื้อ
- สมมติฐานที่ 6 การบริหารคลังสินค้ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการบริหารงานฝ่ายจัดซื้อ

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในงานวิจัยในครั้งนี้คือ พนักงานฝ่ายจัดซื้อของบริษัทแห่งหนึ่งที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ ปฏิบัติงานอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งประกอบไปด้วยพนักงานฝ่ายจัดซื้อจากหลากหลายองค์กรของภาคเอกชน รวมถึงบริษัทขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก พนักงานเหล่านี้ทำหน้าที่จัดหาวัสดุ อุปกรณ์ และบริการต่างๆ โดยการกำหนดมาจากการคัดเลือกพนักงานฝ่ายจัดซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 47 บริษัท แบ่งเป็นบริษัทขนาดใหญ่ 28 บริษัท ขนาดกลาง 10 บริษัท และขนาดเล็ก 9 บริษัท เขตปริมณฑลจำนวน 71 บริษัท แบ่งเป็นบริษัทขนาดใหญ่ 32 บริษัท ขนาดกลาง 25 บริษัท และขนาดเล็ก 14 บริษัท จำนวน 350 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามคำแนะนำ Hair et al. (2010) จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่มีความเหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลโมเดลสมการเชิงโครงสร้าง ควรมีขั้นต่ำอย่างน้อย 350 ตัวอย่าง



เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามมีโครงสร้างปลายปิด ซึ่งคำถามในแบบสอบถามประกอบด้วย 2 ส่วน โดยส่วนแรกเป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ส่วนที่สองเป็นชุดคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของพนักงานฝ่ายจัดซื้อของบริษัทแห่งหนึ่งที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ที่ปฏิบัติงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยแบ่งออกเป็น 6 องค์ประกอบ คือ กระบวนการจัดซื้อ มีข้อความ 3 ข้อคำถาม ซึ่งพัฒนาขึ้นโดย (Komvijittraporn et al., 2022) การพยากรณ์การสั่งซื้อ มีข้อความ 4 ข้อคำถาม ซึ่งแปลและปรับปรุงมาจาก (Janhom & Tawata, 2022) การจัดการทรัพยากรภายนอก มีข้อความ 4 ข้อคำถาม ซึ่งพัฒนาขึ้นโดย (Chonviriyakun & Suraraksa, 2023) แบบสอบถามใช้วัดระดับการบริหารคลังสินค้า มีข้อความ 4 ข้อคำถาม ซึ่งพัฒนาขึ้นโดย (Muenjitnoy et al., 2023) ความรู้ความเข้าใจในงานจัดซื้อ มีข้อความ 4 ข้อคำถาม ซึ่งพัฒนาขึ้นโดย (Suwanchailai, 2019) ประสิทธิภาพการบริหารงานฝ่ายจัดซื้อ มีข้อความ 14 ข้อคำถาม ซึ่งพัฒนาขึ้นโดย (Thaisanguanvarakul & Aisarnon, 2021)

โดยแบบสอบถามเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) จากเห็นด้วยมากที่สุดถึงเห็นด้วยน้อยที่สุด การสร้างเครื่องมือการวิจัย ได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศ หลังจากนั้นนำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องในเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 ท่าน ประเมินค่าความเที่ยงตรงทางเนื้อหา (Content Validity) เพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (Index of Item-objective Congruence) ของแบบสอบถามโดยผลพบว่ามีความเท่ากับ 0.97 และการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยผลของกระบวนการจัดซื้อคือ 0.92 การพยากรณ์การสั่งซื้อ คือ 0.95 การจัดการทรัพยากรภายนอกคือ 0.87 ความรู้ความเข้าใจในงานจัดซื้อคือ 0.95 การบริหารคลังสินค้าคือ 0.96 และประสิทธิภาพการบริหารงานฝ่ายจัดซื้อคือ 0.96 และการตรวจสอบความเที่ยงตรง CFA (Confirmatory Factor Analysis) ก่อนนำมาวิเคราะห์ข้อมูลของผลการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ดำเนินการในช่วงเดือน มิถุนายน ถึง กรกฎาคม พ.ศ.2567 ซึ่งใช้แบบสอบถามดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยสร้างแบบสอบถามออนไลน์ (Google Form) เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลส่งไปให้กลุ่มเป้าหมายผ่าน Line ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถามออนไลน์ (Google Form) ที่ได้รับจากกลุ่มเป้าหมาย และได้ นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาบันทึกลงคะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลประมวลผลโดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ การวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ โดยใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างโปรแกรม Amoss การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อศึกษา กระบวนการจัดซื้อ การพยากรณ์การสั่งซื้อ การจัดการทรัพยากรภายนอก ความรู้ความเข้าใจในงานจัดซื้อ การบริหารคลังสินค้า และประสิทธิภาพการบริหารงานฝ่ายจัดซื้อบรรจุภัณฑ์ ซึ่งดำเนินการวิเคราะห์ในส่วนสถิติพรรณนาด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการจัดซื้อ การพยากรณ์การสั่งซื้อ การจัดการทรัพยากรภายนอก ความรู้ความเข้าใจในงานจัดซื้อ และประสิทธิภาพการบริหารงานฝ่ายจัดซื้อ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายคือ พนักงานฝ่ายจัดซื้อบรรจุภัณฑ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 350 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 60 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 48 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 314 คน คิดเป็นร้อยละ 89.71 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 30,001-45,000 บาท จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 42.86 และมีระยะเวลาการปฏิบัติงานส่วนใหญ่อยู่ในระหว่าง 11-15 ปี จำนวน 117 คน

ผลจากการวิเคราะห์ความสอดคล้องและความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร เพื่อยืนยันองค์ประกอบของแบบวัดกับโมเดลหรือทฤษฎี ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติโดยผลถัณฑ์การองตัวแปรดังนี้ CMIN/DF เท่ากับ 1.44 RMR เท่ากับ 0.02 GFI เท่ากับ 0.90 CFI เท่ากับ 0.98 RMSEA เท่ากับ 0.04 จากดัชนีชี้วัดความเหมาะสมของผลการวิเคราะห์องค์ประกอบยืนยันแสดงให้เห็นว่าตัวแบบวัดของการศึกษาวิจัยมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ตามทฤษฎีและได้มีการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Multicollinearity) จำนวน 6 ตัวแปรได้แก่ กระบวนการจัดซื้อ การพยากรณ์การสั่งซื้อ การจัดการทรัพยากรภายนอก ความรู้ความเข้าใจในงานจัดซื้อ การบริหารคลังสินค้า และประสิทธิภาพการบริหารงานฝ่ายจัดซื้อ

ผลจากการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็น ซึ่งได้แก่ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Standardized Loadings) ของตัวแปรประกอบด้วย กระบวนการจัดซื้อ การพยากรณ์การสั่งซื้อ การจัดการทรัพยากรภายนอก ความรู้ความเข้าใจในงานจัดซื้อ การบริหารคลังสินค้า ประสิทธิภาพการบริหารงานฝ่ายจัดซื้อ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าน้ำหนักของตัวแปรสังเกตได้และมาตรวัดความเที่ยงตรงและความเชื่อถือได้

Constructs	Standardized Loading	Mean	S.D.	Cronbach's Alpha
กระบวนการจัดซื้อ ท่านมีกระบวนการในการคัดเลือกผู้ขายหรือผู้ผลิตและลดความผิดพลาดในกระบวนการ ท่านมีการจัดทำรายการผู้ผลิตหรือผู้ขายที่เป็นเป้าหมายก่อนการเริ่มกระบวนการจัดซื้อ ท่านมีมาตรการจัดการกับความเสี่ยงในกระบวนการจัดซื้อ	0.77 0.88 0.66	4.48	0.64	0.92
การพยากรณ์การสั่งซื้อ ในการพยากรณ์การสั่งซื้อของท่าน มีการนำข้อมูลอื่นๆมาใช้เพื่อทำนายปริมาณความต้องการในอนาคต ท่านนำเครื่องมือหรือเทคนิคมาใช้ในการพยากรณ์ เช่น ประวัติการขาย ท่านมีเทคโนโลยี หรือเครื่องมือในการช่วยการพยากรณ์การสั่งซื้อให้มีความแม่นยำมากขึ้น การพยากรณ์การสั่งซื้อท่านได้ใช้แนวโน้มทางการตลาดมาคาดเดาความต้องการของลูกค้า	0.91 0.90 0.73 0.61	4.49	0.67	0.95
การจัดการทรัพยากรภายนอก ท่านมีเกณฑ์หรือวิธีการในการคัดเลือกและจัดการผู้ส่งมอบ ท่านมีเกณฑ์ในการประเมินผู้ขาย เพื่อตรวจสอบคุณภาพหรือประสิทธิภาพของผู้ขายที่ใช้ในกระบวนการ ท่านมีการสร้างความร่วมมือและความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ขายเพื่อให้มั่นใจว่ามีการสื่อสารและการทำงานร่วมกันได้อย่างเหมาะสม ท่านให้ความร่วมมือและการสนับสนุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการร่วมกับผู้ขาย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ	0.81 0.83 0.86 0.72	4.65	0.61	0.87



ตารางที่ 1 (ต่อ)

Constructs	Standardized Loading	Mean	S.D.	Cronbach's Alpha
ความรู้ความเข้าใจในงานจัดซื้อ ท่านมีความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการการจัดซื้อในองค์กร ท่านมีความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาวัสดุหรือบริการในองค์กร ท่านมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีการคัดเลือกผู้ขาย ท่านมีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีหรือเครื่องมือที่ใช้ในการจัดซื้อ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพหรือลดความผิดพลาดในกระบวนการ	0.91 0.82 0.94 0.83	4.61	0.69	0.95
การบริหารคลังสินค้า ท่านมีวิธีการหรือเครื่องมือในการวางแผนการจัดเก็บและควบคุมสินค้าในคลัง ท่านมีการใช้เทคโนโลยีในการจัดการคลังสินค้าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ท่านมีการจัดการพื้นที่ในคลังเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ในการเก็บรักษาและจัดเรียงสินค้า ท่านมีการจัดการความเสี่ยงในคลังสินค้า เช่น การป้องกันความสูญหาย	0.94 0.89 0.82 0.79	4.62	0.65	0.96
ประสิทธิภาพการบริหารงานฝ่ายจัดซื้อ ท่านมีการวางแผนและกำหนดกิจกรรมในฝ่ายจัดซื้อ ท่านมีการใช้เทคโนโลยีหรือเครื่องมือในการปรับปรุงประสิทธิภาพของกระบวนการจัดซื้อ ท่านมีการคัดเลือกและจัดการกับผู้ขายหรือผู้ผลิตที่ท่านใช้ในกระบวนการจัดซื้อ ท่านมีมาตรการหรือกระบวนการในการตรวจสอบคุณภาพสินค้า ท่านมีการวางแผนการจัดซื้อสินค้าหรือบริการให้เหมาะสมกับความต้องการขององค์กร ท่านมีการประเมินและปรับปรุงประสิทธิภาพของการจัดซื้อเป็นระยะ ท่านมีมาตรการในการควบคุมความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการจัดซื้อ ท่านมีการเรียนรู้และการพัฒนาทักษะและความรู้ของพนักงานในฝ่ายจัดซื้อ ท่านให้ความสนับสนุนและความร่วมมือจากฝ่ายอื่นๆ ในองค์กร เพื่อสนับสนุนกิจกรรมของฝ่ายจัดซื้อ ท่านใช้เทคโนโลยีหรือโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อช่วยในการควบคุมและจัดการกระบวนการจัดซื้อ ท่านมีการสร้างความร่วมมือและความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ขายหรือผู้ผลิต ท่านตรวจสอบและปรับปรุงกระบวนการทำงานภายในฝ่ายจัดซื้อ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ	0.88 0.85 0.82 0.79 0.85 0.76 0.72 0.76 0.78 0.81 0.65 0.82	4.64	0.64	0.96

ตารางที่ 1 (ต่อ)

Constructs	Standardized Loading	Mean	S.D.	Cronbach's Alpha
ท่านรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากพนักงานในฝ่ายจัดซื้อ เพื่อปรับปรุงการดำเนินงาน	0.79			
ท่านใช้ข้อมูลมาการวิเคราะห์เพื่อการตัดสินใจและการประเมิน ประสิทธิภาพของการจัดซื้อ	0.80			

จากตารางที่ 1 พบว่า ผลการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ความเที่ยงตรง (Validity) ของโมเดลการวัด และผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Standardized Loadings) พบว่า ผลที่ได้ค่าตัวแปรอยู่ระหว่าง 0.61-0.94 จากการพิจารณาค่าที่ได้ทุกค่ามีค่ามากกว่า ± 0.1 จึงถือว่า องค์ประกอบมีนัยสำคัญเชิงปฏิบัติในการวิเคราะห์ องค์ประกอบ (Hair et al., 2010) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านกระบวนการจัดซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 ซึ่งอยู่ในระดับมาก และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่า 0.64 ด้านการพยากรณ์การสั่งซื้อ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ซึ่งอยู่ในระดับมาก และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่า 0.67 ด้านการจัดการทรัพยากรภายนอก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 ซึ่งอยู่ในระดับมาก และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่า 0.61 ด้านความรู้ความเข้าใจในงานจัดซื้อ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 ซึ่งอยู่ในระดับมาก และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่า อยู่ระหว่าง 0.69 ด้านการบริหารคลังสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 ซึ่งอยู่ในระดับมาก และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่า 0.65 ด้านประสิทธิภาพการบริหารงานฝ่ายจัดซื้อ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 ซึ่งอยู่ในระดับมาก และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่า 0.64 แสดงให้เห็นว่าทุกตัวแปร การวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ที่ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ของคอนบาค Cronbach's Alpha พบทุกตัวแปรมีค่ามากกว่า 0.7 Hair et al. (2010) จึงสรุปได้ว่าโมเดลมีความเที่ยงตรง สอดคล้อง (Convergent Validity)

ผลการตรวจสอบความสัมพันธ์และการแจกแจงปกติของตัวแปร ผลการวิเคราะห์อิทธิพลกระบวนการจัดซื้อที่ส่งผล ต่อประสิทธิภาพการบริหารงานของพนักงานฝ่ายจัดซื้อบรรจุภัณฑ์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยดำเนินการ วิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation)

ตัวแปร (Constructs)	1	2	3	4	5	6
กระบวนการจัดซื้อ	1					
การพยากรณ์การสั่งซื้อ	0.67**	1				
การจัดการทรัพยากรภายนอก	0.76**	0.69**	1			
ความรู้ความเข้าใจในงานจัดซื้อ	0.75**	0.64**	0.76**	1		
การบริหารคลังสินค้า	0.65**	0.79**	0.72**	0.68**	1	
ประสิทธิภาพการบริหารงานฝ่ายจัดซื้อ	0.80**	0.74**	0.83**	0.82**	0.76**	1

จากตารางที่ 2 พบว่าผลการทดสอบสหสัมพันธ์ (Correlation) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์อยู่ระหว่าง 0.64-0.83 ซึ่งถือว่า ความสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก (Hair et al., 2010) แสดงให้เห็นว่าตัวแบบวัดการวิจัยมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ตามทฤษฎี

ผลการวิเคราะห์โมเดลโครงสร้าง ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์โดยเริ่มจากการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดล โครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เพื่อแสดงอิทธิพลของตัวแปรภายนอกที่มีต่อตัวแปรแฝง ผลจากการวิเคราะห์โมเดลโครงสร้าง พบว่าค่า CMIN/DF เท่ากับ 2.14 RMR เท่ากับ 0.10 GFI เท่ากับ 0.91 CFI เท่ากับ 0.97 RMSEA เท่ากับ 0.06 ผ่านเกณฑ์ การพิจารณาทั้งหมด โมเดลโครงสร้างมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์และแสดงน้ำหนักการถดถอยมาตรฐาน R^2 ดังตารางที่ 3

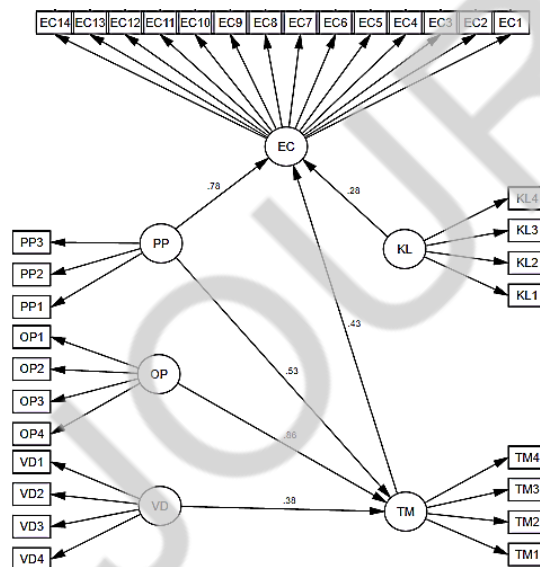


ตารางที่ 3 โมเดลโครงสร้างมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์และแสดงน้ำหนักการถดถอยมาตรฐาน

สมมติฐาน	ตัวแปร	$\alpha_{Beta} (R)$	$b_{S.E.}$	$C.R.$	$d_{p-value}$	ผลการทดสอบ
1	PP----> EC	0.78	0.33	2.39	0.01	ยอมรับสมมติฐาน
2	PP----> TM	0.53	0.26	2.06	0.03	ยอมรับสมมติฐาน
3	OP----> TM	0.86	0.08	10.32	0.00	ยอมรับสมมติฐาน
4	VD----> TM	0.38	0.06	6.37	0.00	ยอมรับสมมติฐาน
5	KL----> EC	0.28	0.05	5.33	0.00	ยอมรับสมมติฐาน
6	TM----> EC	0.43	0.05	9.30	0.00	ยอมรับสมมติฐาน

หมายเหตุ : PP = กระบวนการจัดซื้อ, OP = การพยากรณ์การสั่งซื้อ, VD = การจัดการทรัพยากรภายนอก KL = ความรู้ ความเข้าใจในงานจัดซื้อ, TM = การบริหารคลังสินค้า EC = ประสิทธิภาพการบริหารงานฝ่ายจัดซื้อ

จากตารางที่ 3 พบว่าผลการทดสอบทุกสมมติฐานได้รับการยอมรับ เนื่องจากค่า P-Value ต่ำกว่า 0.05 ซึ่งบ่งบอกถึงความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญระหว่างตัวแปรที่ทดสอบ



ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์กรอบแนวคิดด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง

กระบวนการจัดซื้อที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการบริหารงานฝ่ายจัดซื้อ มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) = 0.78 และค่า C.R. เท่ากับ 2.38 ยอมรับสมมติฐานที่ 1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 หมายความว่ากระบวนการจัดซื้อ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการบริหารงานฝ่ายจัดซื้อ กระบวนการจัดซื้อและประสิทธิภาพการบริหารงานเน้นไปที่การปรับปรุงกระบวนการ เพื่อให้องค์กรทำงานได้ตรงตามเป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Thaisanguanvarakul & Ayasanond (2021) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารการจัดซื้อ ของบริษัท เอบีซี ผลจากการศึกษาพบว่า กระบวนการจัดซื้อควรมีการวางแผน กำหนดบุคคลากรที่เหมาะสมกับปริมาณงาน และควรมีการวางแผนการพัฒนาติดตามผลประเมินความสามารถ และควรมีการวางแผนพัฒนาในด้านอื่นๆ ที่เป็นกิจกรรมที่สามารถเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ และผลการศึกษาของ Kakwezi & Nyeko (2019) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง Procurement Processes and Performance ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพจัดซื้อสามารถใช้ได้ทั้งมาตรการทางการเงินและไม่ใช้ทางการเงิน ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยในการติดตามและควบคุมกระบวนการจัดซื้อ แต่ยังส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าและการรักษานักงานในองค์กร การดำเนินการตามมาตรการต้องอาศัยการเตรียมความพร้อม ความร่วมมือในทีม การสื่อสาร และการให้ข้อเสนอแนะอย่างสม่ำเสมอ

ผลการทดสอบกระบวนการจัดซื้อที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการบริหารคลังสินค้า มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) = 0.53 และค่า C.R. เท่ากับ 2.06 ยอมรับสมมติฐานที่ 2 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับที่ระดับ .05 หมายความว่า กระบวนการจัดซื้อที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการบริหารคลังสินค้า การวิเคราะห์ข้อมูลวางแผนการสั่งซื้อ มีผลต่อการเตรียมความพร้อมคลังสินค้า โดยการใช้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องร่วมกัน เช่น ข้อมูลการสั่งซื้อ ระยะเวลาจัดส่ง และระดับคลังสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Niyomrath et al (2022) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการประยุกต์ใช้การวิเคราะห์เอบีซีและปริมาณการสั่งซื้อที่ประหยัด เพื่อจัดการสินค้าคงคลังของร้านจำหน่ายวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง กรณีศึกษา บริษัท สมนึกอินเตอร์เทรด จำกัด ผลการศึกษพบว่ากระบวนการจัดซื้อโดยการวิเคราะห์หาปริมาณการสั่งซื้อที่ประหยัด จะช่วยลดต้นทุนการสั่งซื้อและการจัดเก็บรักษาสินค้า ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการสินค้าคงคลัง และผลการศึกษาของ Kohler & Dimancesco (2020) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง The risk of corruption in public pharmaceutical procurement: how anti-corruption, transparency and accountability measures may reduce this risk ผลการศึกษพบว่า การพัฒนากระบวนการจัดซื้อโดยการประเมินความเสี่ยงและการดำเนินมาตรการ ACTA ช่วยให้อาจปรับปรุงกระบวนการคลังสินค้าได้อย่างต่อเนื่อง การใช้ข้อมูลจากการประเมินความเสี่ยงในการจัดซื้อจะช่วยให้การบริหารคลังสินค้าสามารถวางแผนการจัดเก็บและการเบิกจ่ายสินค้าได้ดียิ่งขึ้น

ผลการทดสอบการพยากรณ์การสั่งซื้ออิทธิพลเชิงบวกต่อการบริหารคลังสินค้า มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) = 0.86 และค่า C.R. เท่ากับ 10.32 ยอมรับสมมติฐานที่ 3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .00 หมายความว่า การพยากรณ์การสั่งซื้ออิทธิพลเชิงบวกต่อการบริหารคลังสินค้า การพยากรณ์การสั่งซื้อที่แม่นยำจะช่วยให้คลังสินค้าสามารถวางแผนจัดการคลังสินค้าได้อย่างเหมาะสม การพยากรณ์ที่แม่นยำช่วยลดปัญหาการขาดแคลนหรือการมีสินค้าเกินในคลังสินค้า ส่งผลให้การบริหารจัดการซื้อมีประสิทธิภาพและประหยัดต้นทุน การพยากรณ์การสั่งซื้อยังช่วยลดความเสี่ยงที่เกิดจากการจัดเก็บสินค้าเกินไป ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Sanlad et al. (2022) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการพยากรณ์ความต้องการผลผลิตผักกาดในจังหวัดลำปาง: กรณีศึกษา ใบบุญบ้านสวนผัก ลำปาง ผลของการศึกษาพบว่า การวางแผนการผลิตไม่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ทำให้เกิดปัญหาและสินค้ามีมากเกินความจำเป็น และผลการศึกษาของ Verano et al. (2020) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง Implementation of autoregressive integrated moving average model to forecast raw material stock in the digital printing industry ผลการศึกษพบว่า การสั่งซื้อวัตถุดิบกระดาษในปริมาณคงที่ทุกเดือนอาจทำให้เกิดปัญหาการสะสมสต็อกเกินหรือขาดแคลนวัตถุดิบบางประเภท การพยากรณ์ด้วยการใช้โมเดล ARIMA จะช่วยให้สามารถคาดการณ์ความต้องการกระดาษในแต่ละประเภทได้อย่างแม่นยำมากขึ้น ทำให้การบริหารสต็อกมีประสิทธิภาพ ลดการสะสมของสต็อกเกินหรือขาดแคลน ซึ่งจะช่วยให้การจัดการคลังสินค้ามีประสิทธิภาพมากขึ้น

ผลการทดสอบการจัดการทรัพยากรภายนอกที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการบริหารคลังสินค้า มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) = 0.38 และค่า C.R. เท่ากับ 6.37 ยอมรับสมมติฐานที่ 4 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .00 หมายความว่า การจัดการทรัพยากรภายนอกที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการบริหารคลังสินค้า เมื่อทรัพยากรภายนอกที่มีประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ทำให้การตรวจรับสินค้ารวดเร็วลดเวลาในการทำงานส่งผลให้ประสิทธิภาพการบริหารคลังสินค้าเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Chonviriyakun & Suraraksa (2023) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาเกณฑ์การคัดเลือกผู้ส่งมอบอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์แห่งหนึ่ง ผลการศึกษพบว่า ทรัพยากรภายนอกที่ส่งมอบสินค้าหรือวัตถุดิบให้ตรงกับเงื่อนไข หรือข้อตกลงที่ระบุไว้ในใบสั่งซื้อ เพื่อป้องกันข้อร้องเรียนจากลูกค้าเรื่องคุณภาพ คลังสินค้าตรวจสอบสินค้าตามเกณฑ์การตรวจรับสินค้า เพื่อมั่นใจว่าได้สินค้าหรือวัตถุดิบตรงตามเงื่อนไข และสินค้าหรือวัตถุดิบไม่ชำรุดเสียหาย และผลการศึกษาของ Hoseini et al. (2021) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง Sustainable supplier selection in construction industry through hybrid fuzzy-based approaches ผลการศึกษพบว่า การเลือกซัพพลายเออร์ที่เหมาะสมสามารถส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพการบริหารงานจัดซื้อ ฝ่ายจัดซื้อจำเป็นต้องใช้โมเดลที่แม่นยำและน่าเชื่อถือในการตัดสินใจเลือกซัพพลายเออร์ และสามารถพิจารณาเกณฑ์หลายข้อในการคัดเลือก ทำให้การตัดสินใจมีความแม่นยำมากขึ้น

ผลการทดสอบความรู้ความเข้าใจในงานจัดซื้อที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการบริหารงานฝ่ายจัดซื้อ มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) = 0.28 และค่า C.R. เท่ากับ 5.33 ยอมรับสมมติฐานที่ 5 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .00 หมายความว่า ความรู้ความเข้าใจในงานจัดซื้อที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการบริหารงานฝ่ายจัดซื้อ เมื่อพนักงานจัดซื้อมีความรู้ความเข้าใจในงาน ช่วยลดความผิดพลาดในการทำงาน ลดเวลาและเงินทุนในการทำธุรกรรมการจัดซื้อให้เหมาะสมที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Wongsuwan (2020) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพของกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง โดยวิธีเฉพาะเจาะจงของมหาวิทยาลัยบูรพา ผลการศึกษพบว่า การสนับสนุนจากองค์กรมีผลต่อประสิทธิภาพการบริหารของฝ่ายจัดซื้อ ไม่ว่าจะเป็นการสนับสนุนระบบสารสนเทศ การฝึกอบรม



พนักงาน มีขั้นตอนการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานฝ่ายจัดซื้อ และผลการศึกษาของ Bals et al. (2019) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง Purchasing and supply management (PSM) competencies: Current and future requirements ผลการศึกษาพบว่า ความสามารถในการเจรจา การสื่อสาร และการจัดการความสัมพันธ์ เป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้ฝ่ายจัดซื้อสามารถสื่อสารและต่อรองกับซัพพลายเออร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้การพัฒนาความสามารถด้านเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น eProcurement และระบบอัตโนมัติ สามารถช่วยให้กระบวนการจัดซื้อมีความคล่องตัว ลดเวลาและข้อผิดพลาดในกระบวนการจัดซื้อ

ผลการทดสอบการบริหารคลังสินค้ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการบริหารงานฝ่ายจัดซื้อ มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β) = 0.43 และค่า C.R. เท่ากับ 9.30 ยอมรับสมมติฐานที่ 6 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .00 หมายความว่า การบริหารคลังสินค้ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการบริหารงานฝ่ายจัดซื้อ เมื่อการบริหารคลังมีประสิทธิภาพในการรับสินค้า จ่ายสินค้า และส่งสินค้า ส่งผลการวางแผนการสั่งซื้อเป็นไปตามเป้าหมายทำให้การบริหารงานฝ่ายจัดซื้อมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Wongwetprasit et al. (2024) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาการจัดการสินค้าคงคลังโดยใช้เทคนิคการจำแนกพัสดุคงคลัง แบบพิจารณาหลายเกณฑ์: กรณีศึกษา ผลการศึกษาพบว่าการบริหารคลังสินค้าโดยการจัดกลุ่มสินค้าและวิเคราะห์ระดับสินค้าคงคลังเพื่อให้การหมุนเวียนสินค้ามีประสิทธิภาพ การเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างคลังสินค้าและจัดซื้อ สามารถติดตามสถานะสินค้า เพื่อแก้ไขปัญหาและสามารถปรับปรุงกระบวนการให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น และผลการศึกษาของ Delfani et al. (2022) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง A robust fuzzy optimisation for a multi-objective pharmaceutical supply chain network design problem considering reliability and delivery time ผลการศึกษาพบว่าการจัดการคลังสินค้าที่มีประสิทธิภาพส่งผลให้ฝ่ายจัดซื้อสามารถทำงานได้ดียิ่งขึ้น โดยสามารถควบคุมต้นทุนการสั่งซื้อและการจัดส่งสินค้า การจัดการกับต้นทุนการสั่งซื้อ การจัดส่ง และความจุของคลังสินค้า ทำให้สามารถตอบสนองต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้ดีขึ้น ซึ่งช่วยลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการขาดสต็อกหรือการสั่งซื้อเกินจำเป็น

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาอิทธิพลกระบวนการจัดซื้อ การพยากรณ์การสั่งซื้อ การจัดการทรัพยากรภายนอก ความรู้ความเข้าใจในงานจัดซื้อ การบริหารคลังสินค้าเพื่อนำไปสู่ประสิทธิภาพการบริหารงานฝ่ายจัดซื้อ ผลของการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า กระบวนการจัดซื้อ (ด้านการจัดทำรายการผู้ขายก่อนเริ่มกระบวนการและการคัดเลือกผู้ขาย) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการบริหารคลังสินค้าและส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานฝ่ายจัดซื้อ การจัดทำรายการผู้ขายก่อนเริ่มกระบวนการและการคัดเลือกผู้ขายที่มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารคลังสินค้า ส่งผลให้การดำเนินงานในฝ่ายจัดซื้อมีความราบรื่นและสามารถควบคุมสินค้าคงคลังได้อย่างมีประสิทธิภาพ การพยากรณ์การสั่งซื้อ (การทำนายปริมาณความต้องการ และการใช้เครื่องมือในการพยากรณ์) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการบริหารคลังสินค้า การพยากรณ์การสั่งซื้อที่แม่นยำและการใช้เครื่องมือในการพยากรณ์อย่างเหมาะสม มีอิทธิพลต่อการบริหารคลังสินค้า ช่วยให้สามารถบริหารปริมาณสินค้าคงคลังให้ตรงตามความต้องการจริง ลดปัญหาสินค้าเกินหรือขาดแคลนในคลังสินค้า ซึ่งส่งผลเชิงบวกต่อการบริหารงานฝ่ายจัดซื้อ การจัดการทรัพยากรภายนอก (เกณฑ์การประเมินผู้ขาย และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ขาย) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการบริหารคลังสินค้า การกำหนดเกณฑ์การประเมินผู้ขายและการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ขายมีอิทธิพลอย่างมากต่อการบริหารคลังสินค้า ช่วยให้องค์กรมีความสามารถในการจัดหาและจัดเก็บสินค้าอย่างเหมาะสม ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารคลังสินค้า ความรู้ความเข้าใจในงานจัดซื้อ (ความรู้ความเข้าใจในการคัดเลือกผู้ขาย และความรู้ความเข้าใจในกระบวนการจัดซื้อ) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพ ความรู้และความเข้าใจของพนักงานในการคัดเลือกผู้ขายและกระบวนการจัดซื้อ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อทั้งการบริหารคลังสินค้าและประสิทธิภาพการบริหารงานฝ่ายจัดซื้อของพนักงาน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการเพิ่มทักษะของบุคลากรในฝ่ายจัดซื้อมีความสำคัญต่อประสิทธิภาพการบริหารงานฝ่ายจัดซื้อ การบริหารคลังสินค้า (การวางแผนควบคุมสินค้าคงคลัง และการนำเทคโนโลยีสารสนเทศบริหารคลังสินค้า) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการบริหารงานฝ่ายจัดซื้อ การวางแผนควบคุมสินค้าคงคลังและการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการบริหารคลังสินค้า ทำให้กระบวนการจัดซื้อเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ลดความสูญเสียจากการเก็บรักษาสินค้าและการหมุนเวียนสินค้าในคลัง ดังนั้นผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่ากระบวนการจัดซื้อ การพยากรณ์การสั่งซื้อ การจัดการทรัพยากรภายนอก ความรู้ความเข้าใจในงานจัดซื้อ และการบริหารคลังสินค้า ครอบคลุมและเกี่ยวข้องกับการจัดการกระบวนการจัดซื้อในหลายด้าน ทั้งด้านการวางแผน การบริหารจัดการ การประเมิน และการพัฒนาทรัพยากร

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลการศึกษาพบว่า กระบวนการจัดซื้อ การพยากรณ์การสั่งซื้อ การจัดการทรัพยากรภายนอก ความรู้ความเข้าใจในงานจัดซื้อ เป็นห่วงโซ่อุปทานที่มีการการดำเนินงานกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกัน และเป็นกระบวนการที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานของฝ่ายจัดซื้อ องค์กรควรให้ความสำคัญเน้นพัฒนาระบบการคัดเลือกและประเมินผู้ขาย จากผลวิจัยพบว่าการจัดทำรายการผู้ขายและการคัดเลือกผู้ขายมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการบริหารคลังสินค้าและประสิทธิภาพการบริหารจัดซื้อ องค์กรควรพัฒนาระบบการคัดเลือกผู้ขายที่โปร่งใส มีเกณฑ์การประเมินที่ชัดเจนและสม่ำเสมอ เพื่อให้ได้ผู้ขายที่เหมาะสมที่สุดและช่วยลดความเสี่ยงในการจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพต่ำหรือการส่งมอบล่าช้า
2. องค์กรสามารถนำผลการศึกษาเป็นข้อมูลในการบริหารกลยุทธ์ความรู้ความเข้าใจในการจัดซื้อ โดยการฝึกอบรมพัฒนาทักษะและความรู้ของพนักงานฝ่ายจัดซื้อ เนื่องจากความรู้ความเข้าใจในงานจัดซื้อมีผลอย่างมากต่อประสิทธิภาพของฝ่ายจัดซื้อ องค์กรควรลงทุนในการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะของพนักงานในเรื่องกระบวนการจัดซื้อ การคัดเลือกผู้ขาย และ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารจัดการ เพื่อเพิ่มความเชี่ยวชาญและความสามารถในการปฏิบัติงาน
3. องค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถนำผลการศึกษาที่ได้นี้ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาบุคลากรวางแผนการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะของพนักงานฝ่ายจัดซื้อ เช่น การเจรจาต่อรองกับผู้ขาย หรือการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ การประเมินผู้ขายที่มีประสิทธิภาพ
4. องค์กรสามารถนำผลการวิจัยปรับปรุงขั้นตอนการจัดซื้อที่มีความซับซ้อน ทำให้เกิดความล่าช้าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดการหรือการนำระบบอัตโนมัติเข้ามาช่วยในกระบวนการจัดซื้อ เนื่องจากการพยากรณ์การสั่งซื้อที่แม่นยำมีผลโดยตรงต่อการบริหารคลังสินค้า ควรนำเครื่องมือและเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการวิเคราะห์และคาดการณ์ความต้องการสินค้า เพื่อช่วยในการวางแผนการสั่งซื้อได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดปัญหาสินค้าขาดแคลนหรือเกินความต้องการ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาพบว่า การพยากรณ์การสั่งซื้อส่งผลต่อการบริหารคลังสินค้า ดังนั้นงานวิจัยในครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยหรือตัวแปรอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น การวิเคราะห์การขาดแคลนสินค้า การวิเคราะห์ข้อมูลการหมุนเวียนสินค้า ที่ส่งผลให้การบริหารงานคลังสินค้ามีประสิทธิภาพ สินค้าเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า และไม่มีสินค้ามากเกินความจำเป็น มีการจัดสรรพื้นที่ที่สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ตามแผนการสั่งซื้อ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารงานฝ่ายจัดซื้อเป็นไปตามเป้าหมาย

ข้อจำกัดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์ (Google Form) ซึ่งอาจได้รับข้อมูลที่ไม่ครบถ้วนเนื่องจากขาดการโต้ตอบหรือการอธิบายเพิ่มเติม อีกทั้งหลายองค์กรมีความแตกต่างกันในวิธีการจัดซื้อ ซึ่งทำให้การนำผลวิจัยไปใช้ในทุกระดับองค์กรอาจเป็นไปได้ยาก

References

- Bals, L., Schulze, H., Kelly, S. & Stek, K. (2019). Purchasing and supply management (PSM) competencies: Current and future requirements. *Journal of purchasing and supply management*, 25(5), 100572.
- Chonviriyakun, P. & Suraraksa, J. (2023). Developing sustainable supplier selection criteria: A case study of an automotive parts manufacturer. *RMUTT Global Business and Economics Review*, 18(1), 103-123.
- Delfani, F., Samanipour, H., Beiki, H., Yumashev, A. V. & Akhmetshin, E. M. (2022). A robust fuzzy optimisation for a multi-objective pharmaceutical supply chain network design problem considering reliability and delivery time. *International Journal of Systems Science: Operations & Logistics*, 9(2), 155-179.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Upper Saddle River, NJ : Prentice Hall



- Hendiani, S., Mahmoudi, A. & Liao, H. (2020). A multi-stage multi-criteria hierarchical decision-making approach for sustainable supplier selection. *Applied Soft Computing*, 94,106456. [https://doi.org/ 10.1016/j.asoc.2020.106456](https://doi.org/10.1016/j.asoc.2020.106456)
- Hoseini, S. A., Fallahpour, A., Wong, K. Y., Mahdiyar, A., Saberi, M. & Durdyev, S. (2021). Sustainable supplier selection in construction industry through hybrid fuzzy-based approaches. *Sustainability*, 13(3), 1413.
- Janhom, T. & Tawata, A. (2022). Time series forecasting for determining economic order quantity of silicon rubber manufacturer. *Journal of Logistics and Supply Chain College*, 8(2),28-49.
- Kittichotipun, Y. & Thamma-apipon, S. (2020). Guidelines for communication process in enhancing purchasing efficiency: A case study of beverage manufacturer in Nakhonpathom Province. *Journal of Innovation and Management*, 5(Special Issue),71-84.
- Kongpanya, K., Thongsiri, W. & Kenikasahmanworakhun, P. (2022). Planning processes that affect paper production efficiency: Corrugated box packaging Siam Packaging Group Co., Ltd. *JSSP: Journal of Social Science Panyapat*, 4(3),155-168.
- Konngandee, C. (2020). Factors affecting the performance efficiency under the Ministry of Finance statute and the Government Procurement Act, 2017 of the procurement staff at Bansomdejchaopraya Rajabhat University. *Journal of Information*, 19(1),37-48.
- Komvijittraporn, P., Monthatipkul, C. & Monthatipkul, S. (2022). Changing dimensions of purchasing job in beverage manufacturing and preparation of staff for supporting the digital industry age. *Journal of Logistics and Supply Chain College*, 8(1),20-33.
- Khongtung, S. & Ayasanond, C. (2021). Increasing the efficiency of procurement management. *Suan Dusit Graduate School Academic Journal*, 17(2),187-202.
- Kakwezi, P. & Nyeko, S. (2019). Procurement processes and performance: Efficiency and effectiveness of the procurement function. *International Journal of Social Sciences Management and Entrepreneurship (IJSSME)*, 3(1).
- Kohler, J. C. & Dimancesco, D. (2020). The risk of corruption in public pharmaceutical procurement: how anti-corruption, transparency and accountability measures may reduce this risk. *Global health action*, 13(sup1),1694745.
- Likitkarn, P. (2022). Improving the inventory storage process with ABC analysis to increase storage management efficiency: The case of XYZ Co., Ltd. *Journal of Logistics and Supply Chain College*, 9(1),5-19.
- Muenjitnoy, A., Seanbudda, P. & Kumklong, N. (2023). Inventory management optimization of Pla Ralon Nikhom Songkhro Community Enterprise Group. *Journal of Political Science, Suan Sunandha Rajabhat University*, 6(1),116-129.
- Niyomrath, R., Nakawong, K. & Chamsaythong, K. (2022). Application of ABC analysis and economical order quantity for inventory management of construction materials and equipment supplier: A case study of Somnuek Intertrade Co., Ltd. *Journal of Industrial Technology and Engineering, Pibulsongkram Rajabhat University*, 4(3),354-368.
- Phuangkaew, S., Intasonti, S. & Kullawong, T. (2023). Finished goods management in the case of Thai air conditioner manufacturing company. *Journal of Science and Technology Thonburi University*, 7(1),71-77.
- Phuthongkham, C. & Tiwaratreewit, T. (2021). Demand forecasting for raw materials to reduce lost sales opportunity: A case study of Pizza Huk T&J shop. *Valaya Alongkorn Review*, 2(3),20-31.

- Ratchinda, N. & Wonginta, T. (2021). Increasing efficiency of inventory management: A case study of air conditioner manufacturers. *Humanities and Social Sciences Journal, Ratchaphruek University*, 8(3),34-49.
- Saengsuwandee, T. & Klongboonjit, S. (2021). The efficiency enhancement of warehouse management using ABC and forecasting technique: A case study of storage system. *KMITL Engineering Journal*, 38(4),13-22.
- Suwanchailai, S. (2019). Operational efficiency of electronic government procurement (e-GP) system: A case study of Office of The Narcotics Control Board. *Journal of Humanities and Social Sciences, Rajapruk University*, 5(1),1-20.
- Sanlad, R., Khamnasak, C., Pangkaew, N., Taokwang, P. & Thipboonraj, A. (2022). Forecasting of organic vegetable products in Lampang Province: A case study of Baiboonbansuanpak Lampang. *Journal of Research and Innovation in Vocational Education*, 6(2),48-52.
- Thaisanguanvarakul, C. & Ayasanond, C. (2021). The ABC Company purchasing management optimization guideline. *Journal of Logistics and Supply Chain College*, 7(2),49-63.
- Verano, D. A., Husnawati, H. & Ermatita, E. (2020). Implementation of autoregressive integrated moving average model to forecast raw material stock in the digital printing industry. *Journal of Information Technology and Computer Science*, 5(1),13-22.
- Wiwattanakornwong, K., Butrsai, S., Vannangkura, C., Ngamdee, K., Limlawan, V., Ninpan, N., Thepkaew, A. & Ploythummakun, P. (2023). Demand forecasting in the beverage industry: A case study of business simulation game. *Sutthiparithat Journal*, 37(1),17-32.
- Wongsuwan, S. (2020). Factors affecting performance of procurement process by specific method of Burapha University. *Srpattum Academic Journal*, 17(2),98-105.
- Wongwetprasit, I., Piwon, P., Joyjinda, K., Boonmee, A. & Neungmatcha, W. (2024). Enhancing inventory management with multi-criteria raw material classification: Case study approach. *Thai Journal of Operations Research: TJOR*, 12(1),1-20.



การเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และความสัมพันธ์ไทย-เวียดนาม The Linkage of Historical and Cultural Tourist Attractions and Thai-Vietnam Relationship

สุริยา คำหวาน¹ และ วชิรี แซงบุญเรือง²

Suriya Khamwan¹ and Watcharee Sangboonruang²

Article History

Receive: August 5, 2024

Revised: September 9, 2024

Accepted: September 10, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบทและสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และความสัมพันธ์ไทย-เวียดนามในพื้นที่จังหวัดฟิจิตร อุตรธานี และนครพนม เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้แนวคิดเชิงมานุษยวิทยา ประวัติศาสตร์ ความทรงจำ วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารขั้นต้น และชั้นรองในภาษาไทย ภาษาเวียดนาม และภาษาอังกฤษ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิด้านมานุษยวิทยาและผู้เชี่ยวชาญทางด้านประวัติศาสตร์ การบริหารจัดการสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และความสัมพันธ์ระหว่างไทย-เวียดนามในพื้นที่จังหวัดฟิจิตร อุตรธานี และนครพนม จำนวน 24 คน โดยการเลือกแบบเจาะจง ผลการศึกษาพบว่า 1) การศึกษาบริบททั้ง 3 จังหวัดมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ความทรงจำ วัฒนธรรม และความสัมพันธ์ไทย-เวียดนามที่สอดคล้องกันภายใต้การเรื่องราวการเคลื่อนไหวของประธานโฮจิมินห์ในประเทศไทย 2) การสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ความทรงจำ วัฒนธรรมและความสัมพันธ์ไทย-เวียดนามระหว่างฟิจิตร อุตรธานี และนครพนม เพื่อให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่มีความน่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติจำนวน 3 รูปแบบ คือ 1. เส้นทางท่องเที่ยวตามรอยโฮจิมินห์จากถิ่นเจ้าพระยาถึงริมฝั่งโขง 2. เส้นทางท่องเที่ยวย้อนรอยโฮจิมินห์จากริมฝั่งโขงถึงกลุ่มเจ้าพระยา และ 3. เส้นทางท่องเที่ยวตามรอยโฮจิมินห์ ณ ถิ่นอีสาน

คำสำคัญ : แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ; ความสัมพันธ์ไทย-เวียดนาม ; ความทรงจำร่วม ; เส้นทางท่องเที่ยว ; มานุษยวิทยาการท่องเที่ยว

¹ อาจารย์ สาขามานุษยวิทยาวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม, Lecturer in Department of Cultural and Tourism Anthropology, Faculty of Liberal Arts and Science, Nakhon Phanom University

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาคอมพิวเตอร์ศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม, Assistant Professor in Department of Education Computer, Faculty of Education, Nakhon Phanom University

ABSTRACT

The purposes of this study were to investigate the contexts and create historical, memorial, cultural and Thailand-Vietnam relationship tourism routes in the area of Phichit Province, Udon Thani Province, and Nakhon Phanom Province. This qualitative study was carried out using anthropological, historical, memorial cultural, and tourism concepts. Data was collected from primary and secondary sources in Thai, Vietnamese, and English. Research instruments included a relationship analysis form and an in-depth interview form. The target group was selected using a purposive random sampling consisting of 24 key informants, including expertise in history, historic site management, culture, and the Thailand-Vietnam relationship in the aforementioned provinces. The result found that 1) the study of the 3 provinces' contexts found that there are historical, memorial, cultural, and Thailand-Vietnam relationship tourist attractions related to each other under the story of Ho Chi Minh's movement in Thailand. 2) The 3 historical, memorial, cultural, and Thailand-Vietnam relationship tourism routes were created between Phichit, Udon Thani, and Nakhon Phanom aimed to produce new and captivating tour packages for both Thai and foreign tourists consisting of 1. Following Ho Chi Minh's Footprints from the Chao Phraya River to the Mekong River Route, 2. Following Ho Chi Minh's Footprints from the Mekong River to the Chao Phraya Basin Routes, and 3. Following Ho Chi Minh's footprints in the Isaan Region Route.

Keywords : Historical and Cultural Tourism Sites ; Culture and Thai-Vietnamese Relations ; Collective Memory ; Tourism Routes ; Anthropology of Tourism

บทนำ

ประเทศไทยตั้งอยู่ในพื้นที่ศูนย์กลางของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ภาคพื้นทวีป โดยมีชายแดนติดกับประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ลาว กัมพูชา เมียนมาร์ และมาเลเซีย นอกจากนี้ ไทยยังมีพื้นที่ใกล้ชิดกับภูมิภาคอินโดจีน ซึ่งส่งผลให้เกิดความสัมพันธ์ทางด้านประวัติศาสตร์และความทรงจำร่วมที่เกี่ยวข้องกับประเทศลาว กัมพูชา และเวียดนามทั้งในยุครัฐบาล ราชอาณาจักรไทย และยุคหลังอาณานิคม ประเทศไทยยังมีความเกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์การเคลื่อนไหวของขบวนการชาตินิยมในประเทศเพื่อนบ้านที่ดำเนินการต่อสู้และเรียกร้องเอกราชจากการถูกกดขี่ข่มเหงจากชาติตะวันตกในช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 19 ถึงกลางคริสต์ศตวรรษที่ 20 ทั้งนี้ ในช่วงต้นคริสต์ศตวรรษที่ 20 ไปจนถึงกลางคริสต์ศตวรรษ 1950 ไทยได้กลายเป็นส่วนหนึ่งในเครือข่ายและพื้นที่การเคลื่อนไหวของขบวนการชาตินิยมเวียดนาม (Goscha, 1999) ยิ่งไปกว่านั้น ในระหว่างปี ค.ศ.1928-1929 เหวียนอ้ายก๊วก หรือ โฮจิมินห์ ภายใต้นามแฝง “Thầu Chín” ได้เข้ามาเคลื่อนไหวในหลายพื้นที่ของไทย เช่น พิจิตร อุตรดิตถ์ และนครพนม (Sripana & Thin, 2005) ความทรงจำและประวัติศาสตร์การเคลื่อนไหวของโฮจิมินห์ในเมืองไทยถูกเล่าขานและสืบทอดในลักษณะความทรงจำร่วมภายในชุมชนชาวเวียดนามในเมืองไทยมาช้านาน ในยุคหลัง สงครามเย็น เรื่องราวเกี่ยวกับโฮจิมินห์ในเมืองไทยได้กลายเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ถูกนำมาใช้เพื่อรื้อฟื้นและกระชับความสัมพันธ์ทางการทูตระหว่างไทยและเวียดนาม (Khamwan & Sangboonraung, 2024) โดยได้มีการจัดตั้งและพัฒนาพื้นที่ความทรงจำของโฮจิมินห์ในรูปแบบแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม พิพิธภัณฑ์ รวมถึงหมู่บ้านมิตรภาพไทย-เวียดนามในจังหวัดนครพนม อุตรดิตถ์ และพิจิตร

จากการทบทวนเอกสาร ผู้วิจัยพบว่ายังไม่มีงานชิ้นใดที่นำเอาเรื่องราวเกี่ยวกับความทรงจำของโฮจิมินห์ในเมืองไทยมาออกแบบเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ทั้งนี้ เรื่องราวและความทรงจำที่เกี่ยวข้องกับโฮจิมินห์ในเมืองไทยยังสามารถนำมาใช้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ความทรงจำร่วม และความสัมพันธ์อันดีระหว่างไทย-เวียดนาม อีกทั้งยังนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายสำหรับการพัฒนาทางการท่องเที่ยว ได้แก่ 1) การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดให้เกิดการจับจ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวมากขึ้น และส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพมากกว่าปริมาณ โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจทางด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และความสัมพันธ์ไทย-เวียดนาม 2) การเพิ่ม



ขีดความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวไทย โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองในจังหวัดพิจิตร อุตรดิตถ์ และ นครพนม เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทย ชาวเวียดนาม และชาวต่างชาติ ก่อให้เกิดการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น 3) การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งในมิติของมาตรฐานความสะอาดและปลอดภัย สังคม ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม 4) การพัฒนาปัจจัยเอื้อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะ การพัฒนากำลังคนและธุรกิจให้พร้อมรับกับการเปลี่ยนแปลง การปรับปรุงระเบียบและกฎหมายที่ล้าสมัย และเป็นอุปสรรค การใช้เทคโนโลยีและข้อมูลในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ 5) การเสริมสร้าง มิตรภาพและความเข้าใจอันดีระหว่างไทยและเวียดนาม ซึ่งสอดคล้องกับกรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาค ลุ่มแม่น้ำโขงในด้านการสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศให้เข้มแข็งและส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพอย่างเต็มที่ที่สามารถเชื่อมโยงเครือข่ายภายในประเทศและประเทศเพื่อนบ้านได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Office of the National Economic and Social Development Council, 2020)

ผู้วิจัยยังได้นำแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว 5As ได้แก่ 1.สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ที่มีความโดดเด่น เช่น ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ไทย-เวียดนาม 2.สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) การบริการต่างๆ ที่จัดให้แก่นักท่องเที่ยว 3.การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) โดยพิจารณาจากเส้นทางคมนาคม การขนส่ง ระยะทางและค่าใช้จ่าย ในการเดินทาง 4.กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) สถานที่ท่องเที่ยวควรจัดให้มีกิจกรรมต่างๆ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของ การท่องเที่ยว และ 5.ด้านการบริหารจัดการนักท่องเที่ยว (Ancillary Service) (Rojrungsat, 2010) ทั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่าในพื้นที่ จังหวัดพิจิตร อุตรดิตถ์ และนครพนมมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และความสัมพันธ์ไทย-เวียดนาม ที่มีความสำคัญ และสามารถนำมาพัฒนาให้เป็นนวัตกรรมเส้นทางท่องเที่ยวที่มีความเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยว ใน 3 จังหวัดได้เป็นอย่างดี กล่าวคือ ในจังหวัดพิจิตร อุตรดิตถ์ และนครพนม ล้วนมีความทรงจำร่วมและประวัติศาสตร์ ที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวของประธานโฮจิมินห์ในเมืองไทยในช่วงระหว่างปี ค.ศ.1928-1929 ปัจจุบันได้มีการจัดตั้ง แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เกี่ยวกับโฮจิมินห์ เช่น พิพิธภัณฑ์บ้านดงโฮจิมินห์ จังหวัดพิจิตร และแหล่งศึกษาและท่องเที่ยว เชิงประวัติศาสตร์โฮจิมินห์จังหวัดอุตรดิตถ์ สำหรับในจังหวัดนครพนมได้มีการจัดตั้งมีแหล่งเรียนรู้และพื้นที่ความทรงจำเกี่ยวกับ โฮจิมินห์ถึง 3 แห่ง ได้แก่ บ้านลุงโฮจิมินห์ พิพิธภัณฑ์โฮจิมินห์ และอนุสรณ์สถานประธานโฮจิมินห์ แหล่งท่องเที่ยวที่ได้กล่าวถึง ล้วนกระจายตัวอยู่ในจังหวัดที่ถูกกำหนดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง เช่น พิจิตร อุตรดิตถ์ และนครพนม

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น แหล่งท่องเที่ยวเชิงความทรงจำร่วมและประวัติศาสตร์โฮจิมินห์ในเมืองไทยจึงมีศักยภาพ สูงในการดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทย ชาวเวียดนาม และชาวต่างชาติที่นับวันจะมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเนื่องจากการเปิดเส้นทาง การบินเชื่อมโยงระหว่างภูมิภาคต่างๆ ของไทย และเวียดนามที่อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เดินทางมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวชาวเวียดนามสามารถเดินทางตามรอยประวัติศาสตร์โฮจิมินห์ผ่านเส้นทางหลวงสายเอเชียหมายเลข 8 หมายเลข 12 และหมายเลข 9 โดยเดินทางเข้าสู่พื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทยผ่านมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 1 (หนองคาย- เวียงจันทน์) สะพานมิตรภาพไทย-ลาวแห่งที่ 2 (มุกดาหาร-สะหวันเขต) สะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 3 (นครพนม-คำม่วน) และสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 5 (บึงกาฬ-บรืคำไซ) ซึ่งจะเปิดใช้ในอนาคตอันใกล้ ด้วยเหตุนี้ คณะผู้วิจัยจึงใช้วิธีวิทยา ทางมานุษยวิทยา ประวัติศาสตร์ และการท่องเที่ยว เพื่อศึกษาเรื่องราวของโฮจิมินห์ในจังหวัดพิจิตร อุตรดิตถ์ และนครพนม โดยนำความทรงจำเหล่านั้นมาประยุกต์และเพิ่มมูลค่าแก่การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และความสัมพันธ์ระหว่าง ไทย-เวียดนามเพื่อเสริมสร้างศักยภาพให้แก่แหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่แล้วในการรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทย ชาวเวียดนาม และ ชาวต่างชาติที่มีจำนวนมากยิ่งขึ้นในอนาคต โดยงานวิจัยชิ้นนี้ คณะผู้วิจัยได้รับทุนอุดหนุนจากโครงการด้านวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ประเภททุนสนับสนุนงานพื้นฐาน (Fundamental Fund) และได้ผ่านการรับรองจริยธรรมการวิจัย ในมนุษย์ตามข้อกำหนดในการดำเนินงานวิจัย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ความทรงจำ วัฒนธรรม และความสัมพันธ์ไทย-เวียดนามในพื้นที่ จังหวัดพิจิตร อุตรดิตถ์ และนครพนม
2. เพื่อสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ความทรงจำ วัฒนธรรม และความสัมพันธ์ไทย-เวียดนามในพื้นที่ จังหวัดพิจิตร อุตรดิตถ์ และนครพนม

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทบทวนเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อค้นหาช่องว่างทางความรู้ ในการพัฒนารอบแนวคิดของงานวิจัยการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และความสัมพันธ์ไทย-เวียดนาม โดยสามารถแบ่งข้อเสนอทางวิชาการและแนวคิดที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

แนวคิดประวัติศาสตร์ท้องถิ่น

การศึกษาประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเป็นการศึกษาเกี่ยวกับหมู่บ้าน เมืองขนาดเล็ก หรือขนาดกลาง หรือไม่ก็เป็นอาณาเขตทางภูมิศาสตร์ที่ไม่ใหญ่เกินกว่าจังหวัดหรือมณฑล หน่วยของการศึกษาท้องถิ่นอาจจะเป็นหมู่บ้านหนึ่ง หรือหลายๆ หมู่บ้านที่มีความสัมพันธ์เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน หรือเมืองขนาดเล็ก หรือไม่ก็อาจเป็นแคว้น ภาค หรือมณฑล ที่สมาชิกของชุมชนท้องถิ่นนั้นต่างก็มีความสำนึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันทางวัฒนธรรมสังคมและการเมือง (Chuwaen, 2019) การศึกษาประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเป็นแนวคิดที่ไม่มองชุมชนผ่านศูนย์กลาง โดยมองประวัติศาสตร์จากเบื้องล่างผ่านข้อมูลท้องถิ่นที่มีลักษณะของชาวบ้าน ลักษณะพื้นบ้าน พื้นเมืองเป็นหลัก ด้วยเหตุนี้ ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นจึงเป็นประวัติศาสตร์ที่มีชีวิต (Living History) มีความเคลื่อนไหวอยู่เสมอ เพราะข้อมูลที่นำมาศึกษานั้นมีความเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาตามการรับรู้ และเปลี่ยนแปลงของสังคม โดยหากมองประวัติศาสตร์ในมิติความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนมากขึ้นยิ่งจะทำให้เข้าใจตัวตนของชุมชนในหลากหลายมิติอีกด้วย (Satyanurak, 2005) การศึกษาประวัติศาสตร์ของชุมชนในท้องถิ่น โดยมองจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมของคนภายในท้องถิ่นเป็นสำคัญ นอกจากนั้น ในสังคมที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นยังเป็นประวัติศาสตร์สังคมที่แสดงให้เห็นความเป็นมาของผู้คนในท้องถิ่นเดียวกันที่อาจมีความแตกต่างทางชาติพันธุ์ก็เป็นได้ แต่เมื่อกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ เข้ามาตั้งถิ่นฐานอยู่ในพื้นที่เดียวกันตั้งแต่ 2 - 3 ชั่วคนสืบลงไปก็เกิดสำนึกร่วมเป็นคนในท้องถิ่นเดียวกัน มีจารีตขนบประเพณี พิธีกรรม ความเชื่อและศรัทธาในทางเศรษฐกิจและสังคมร่วมกัน โดยมีพื้นฐานความเชื่อและศีลธรรมเดียวกัน ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นแม้จะเป็นการศึกษาในขอบเขตของท้องถิ่นแต่ก็ยังมีเชื่อมโยงระหว่างท้องถิ่นในระดับจังหวัด/แขวง ทั้งยังมีลักษณะของการข้ามเขตแดนรัฐชาติ ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นมิได้ดำรงอยู่ด้วยตัวมันเองอย่างโดดเดี่ยว หากแต่ยังมีความสัมพันธ์กับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในภูมิภาค หรือในระดับโลก ดังกรณีการศึกษาพื้นที่ทางประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับโฮจิมินห์ในนครพนม อุดรธานี และพิภตรในฐานะพื้นที่แห่งความทรงจำและพื้นที่ทางประวัติศาสตร์อันมีลักษณะของการเชื่อมโยงข้ามเขตแดนรัฐชาติและเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทย และ เวียดนามในยุคปัจจุบัน

แนวคิดความทรงจำร่วม

ก่อนที่สังคมมนุษย์จะจัดตั้งขึ้นด้วยลายลักษณ์อักษรนั้น มนุษย์ได้สร้าง ‘อดีต’ ของตนผ่านความทรงจำ ดังนั้น ความทรงจำคือการนำเสนอช่วงเวลาอื่น และการใช้เวลาเพื่อการสร้างความทรงจำ ประเด็นสำคัญคือ ความทรงจำทำให้มนุษย์รู้สึกกระวนกระวายใจเนื่องจากมันคือตัวบ่งชี้ประวัติศาสตร์และเหตุการณ์ในอดีต (Scott, 1999) นอกจากนั้นความทรงจำร่วมจะถูกยกระดับเพื่อให้ครอบคลุมทุกปรากฏการณ์ของสังคมผ่านพิธีกรรม ซึ่งจะมีทั้งกระทำกันเป็นระยะรวมทั้งพิธีกรรมใหญ่ประจำปีของกลุ่มทางสังคมนั้น ๆ ทั้งนี้ ความทรงจำคือการจัดระเบียบประสบการณ์ในอดีต (Experience of Past) และถูกนำไปใช้ในหลายรูปแบบเพื่อเรียกคืนเรื่องราวในอดีตให้กลับมาใหม่ ในกระบวนการเก็บข้อมูลของนักมานุษยวิทยาซึ่งมีการพูดคุยสนทนากับผู้คนจำนวนมาก ย่อมเป็นเรื่องที่นักมานุษยวิทยาและคนที่พูดคุยด้วยล้วนใช้ความทรงจำของตัวเองและอธิบายสิ่งเหล่านั้นออกมา ทำให้ข้อมูลของนักมานุษยวิทยาเป็นเรื่องของความทรงจำของมนุษย์ที่หลากหลาย “ความทรงจำที่มีอำนาจขึ้นนำ” (Hegemonic Memory) จึงเป็นเรื่องสำคัญ (Haripriya, 2020) ด้วยเหตุนี้ “ความทรงจำร่วม” ของกลุ่มทางสังคมต่างๆ ที่กระจัดกระจายอยู่ก็ถูกทำให้กลายเป็นเรื่องเหลวไหล และถูกเบียดขับออกไปจากการเป็นสายใยโดยผู้คน เพราะ “ประวัติศาสตร์” ได้เข้ามาทำหน้าที่ทางสังคมแทน “ความทรงจำร่วม” ของแต่ละกลุ่มสังคมจึงเลือนหายไป และถูกทำให้หลงเหลืออยู่ในระดับของปัจเจกบุคคลต่อไป สำหรับในงานวิจัยชิ้นนี้ ในเบื้องต้นผู้วิจัยพบว่าในพื้นที่จังหวัดนครพนม อุดรธานี และพิภตร เป็นพื้นที่ที่บรรจุความทรงจำของผู้คนอันหลากหลาย นอกจากนั้นพื้นที่แห่งความทรงจำร่วมบางแห่ง เช่น อนุสรณ์สถานประธานโฮจิมินห์จังหวัดนครพนม บ้านลุงโฮจิมินห์จังหวัดนครพนม พิพิธภัณฑ์ประธานโฮจิมินห์จังหวัดนครพนม แหล่งศึกษาและท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โฮจิมินห์อุดรธานี และพิพิธภัณฑ์บ้านดงโฮจิมินห์ จังหวัดพิภตร ซึ่งได้บรรจุความทรงจำร่วมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวของโฮจิมินห์ ข้อมูลเชิงชาติพันธุ์ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมของคนในแต่ละท้องถิ่น ด้วยเหตุนี้ คณะผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดเกี่ยวกับความทรงจำร่วมเพื่อศึกษา



พื้นที่แห่งความทรงจำทางประวัติศาสตร์ในพื้นที่นครพนม อุดรธานี และพิจิตรเพื่อสร้างความเชื่อมโยงและเสนอเป็นเส้นทางท่องเที่ยวตามรอยโฮจิมินห์ระหว่างพิจิตร อุดรธานี และนครพนม

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

วิธีการศึกษาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมผ่านการเดินทางท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการพัฒนาด้านภูมิปัญญา สร้างสรรค์การท่องเที่ยวสิ่งแวดล้อมวัฒนธรรม ศักดิ์ศรีและวิถีชีวิตผู้คน หรือสามารถกล่าวได้อีกหนึ่งนัยหนึ่งว่าการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ผู้อื่นและย้อนกลับมาตนเองอย่างเข้าใจความเกี่ยวข้องของสิ่งต่างๆ ในโลกที่มีความเกี่ยวโยงพึ่งพา ไม่สามารถแยกออกจากกัน (Kasetsiri, 1997) อย่างไรก็ตาม หนึ่งในประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ คือมรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) ประกอบด้วย งานฝีมือและหัตถกรรม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและความหลากหลายทางชีวภาพ การแพทย์แผนไทย และอาหารไทย เป็นต้น (Office of the National Economic and Social Development Council, 2022) คณะผู้วิจัยพบว่ายังไม่มีเส้นทางที่ทางประวัติศาสตร์และความสัมพันธ์ระหว่างประเทศเหล่านี้มาสร้างเป็นเส้นทางท่องเที่ยวภายในประเทศ และเส้นทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เผยให้เห็นการเคลื่อนย้าย เชื่อมต่อ และปฏิสัมพันธ์ของผู้คนกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ รวมถึงการสร้างความเป็นจุดหมายปลายทางเดียวกันให้แก่แหล่งท่องเที่ยว (Single Destination) ระหว่างพื้นที่พิจิตร อุดรธานี และนครพนม

แนวคิดเกี่ยวกับเส้นทางท่องเที่ยว

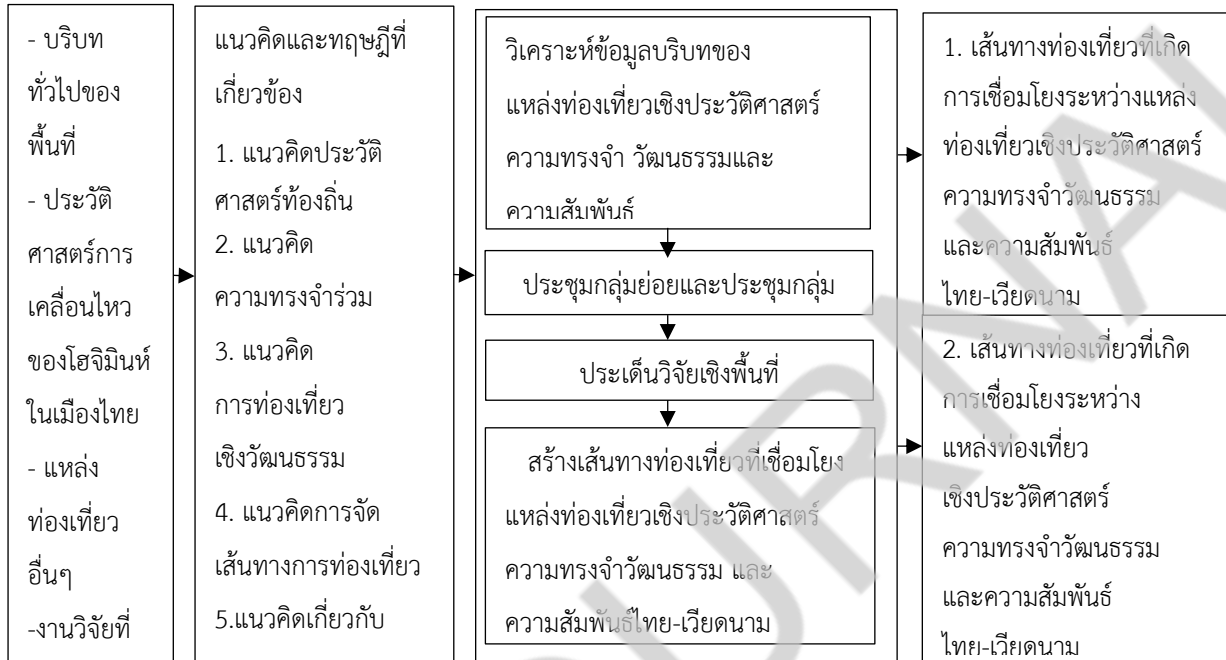
การวางแผนเส้นทางท่องเที่ยวที่จำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของการพัฒนาเส้นทางให้มีการเชื่อมโยงสถานที่สำคัญและแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพ (Richards & Raymond, 2000 ; Binkhorst, 2006) ประกอบกับความสอดคล้อง ตลอดจนความเหมาะสมดังกล่าว ก่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกันแก่ทุกฝ่าย ทั้งนักท่องเที่ยว ประชากรในชุมชน ผู้รับผิดชอบและดำเนินการ เป็นต้น ต้องคำนึงถึงผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบ ในการกำหนดแนวเส้นทางท่องเที่ยวด้วย (United Nation, 2000) คณะผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดดังกล่าวเพื่อวิเคราะห์ถึงแนวทางการจัดเส้นทางท่องเที่ยวภายใต้บริบทประวัติศาสตร์ ความทรงจำ วัฒนธรรม และความสัมพันธ์ไทย-เวียดนาม กล่าวได้ว่าภายในพื้นที่วิจัยมีสถานที่ทางประวัติศาสตร์ ความทรงจำ วัฒนธรรมไทย-เวียดนามหลายแห่งที่สามารถนำมาสร้างเป็นเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ที่มีความน่าสนใจ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวโดยเส้นทางบก เส้นทางดังกล่าวเกิดขึ้นจากการเชื่อมโยงสถานที่ต่างๆ เข้าไว้ด้วยกันภายใต้แก่นเรื่องที่เชื่อมโยงกับหัวข้อการวิจัย โดยเฉพาะประวัติศาสตร์การเคลื่อนไหวของโฮจิมินห์ในเมืองไทย นอกจากนั้นยังต้องคำนึงถึงองค์ประกอบที่เหมาะสมในการจัดเส้นทางท่องเที่ยวให้เกิดความสะดวกสบาย เชื่อมโยง และปลอดภัยอีกด้วย

แนวคิดองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว 5As

แหล่งท่องเที่ยวภายใต้บริบทประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และความสัมพันธ์ไทย-เวียดนาม โดยใช้แนวคิดของ (Dickman, 1996) นำองค์ประกอบที่สำคัญ ประกอบด้วย 1.สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) เป็นคุณลักษณะสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภท ซึ่งมีความโดดเด่นแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น พิจารณาได้จากหลายปัจจัย ทั้งด้านกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศิลปะ สถาปัตยกรรม วิถีชีวิต วัฒนธรรม เป็นต้น 2.สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) การบริการต่างๆ ที่จัดให้กับนักท่องเที่ยวในแหล่งเที่ยวนั้น เช่น ที่พัก ร้านอาหาร บริการข้อมูล ที่จอดรถ ป้ายข้อมูล ห้องสุขา สุขอนามัย มาตรการด้านความปลอดภัยหรือระบบเตือนภัย เป็นต้น 3.การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) หมายถึง เส้นทางคมนาคมการขนส่ง ระยะทาง และค่าใช้จ่ายในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น 4.กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) สถานที่ท่องเที่ยวควรจัดให้มีกิจกรรมต่างๆ (Activities) ที่นักท่องเที่ยวสามารถทำในช่วงเวลาที่พำนักและท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของการท่องเที่ยวและช่วงเวลาพักผ่อนของนักท่องเที่ยว กิจกรรมต่างๆ ควรมีความหลากหลายและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวด้วย 5.ด้านการบริหารจัดการนักท่องเที่ยว (Ancillary Service) การบริหารจัดการให้นักท่องเที่ยวที่เป็นทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศแสดงพฤติกรรมการท่องเที่ยวอันเป็นที่พึงประสงค์ และกำหนดจำนวนที่เหมาะสมกับขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ การเสริมสร้างความร่วมมือของทุกภาคส่วน สร้างความตระหนักความเข้มแข็ง และการประสานความร่วมมือของหน่วยงานที่หลากหลาย การบริหารและการเฝ้าระวังผลกระทบด้านลบ การจัดลำดับความสำคัญในการจัดสรร ทรัพยากรและบุคลากรมีงบประมาณสนับสนุนในการดำเนินการ เป็นต้น (Rojrungsat, 2010)

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยเรื่องการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และความสัมพันธ์ไทย-เวียดนาม คณะผู้วิจัยได้สังเคราะห์แนวคิดประวัติศาสตร์ท้องถิ่น แนวคิดความทรงจำร่วม แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แนวคิดการจัดเส้นทางการท่องเที่ยว 5As ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการศึกษาจากเอกสารชั้นต้น ชั้นรองในภาษาไทย ภาษาเวียดนาม และภาษาอังกฤษ เอกสารที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ และสัมภาษณ์เชิงลึก การประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยใช้แนวคิดเชิงมานุษยวิทยา ประวัติศาสตร์ ความทรงจำ วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิและเชี่ยวชาญทางด้านการบริหารจัดการสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และความสัมพันธ์ระหว่างไทย-เวียดนาม ได้แก่ 1. ประธานคณะกรรมการบริหารอนุสรณ์สถานประธานโฮจิมินห์จังหวัดนครพนม 2. เจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑสถานโฮจิมินห์จังหวัดนครพนม 3. เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์บ้านลุงโฮจิมินห์ 4. คณะกรรมการสมาคมชาวไทยเชื้อสายเวียดนามแห่งประเทศไทย 5. คณะกรรมการสมาคมไทย-เวียดนามจังหวัดนครพนม 6. เจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยว 7. องค์การบริหารส่วนตำบลหนองญาติ จังหวัดนครพนม 8. แหล่งศึกษาและท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โฮจิมินห์ จังหวัดอุดรธานี 9. องค์การบริหารส่วนตำบลเชียงพิณ จังหวัดอุดรธานี 10. พิพิธภัณฑสถานโฮจิมินห์ ตำบลปามะคาบ อำเภอบ้านดง จังหวัดพิจิตร 11. องค์การบริหารตำบลปามะคาบ จังหวัดพิจิตร 12.ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านมานุษยวิทยา หน่วยงานละ 2 คน จำนวน 12 หน่วยงาน รวมจำนวนทั้งสิ้น 24 คน โดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling Technique)



เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของเพื่อศึกษาบริบทการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ความทรงจำ วัฒนธรรม และความสัมพันธ์ไทย-เวียดนามในพื้นที่จังหวัดฟิจิตร อุตรธานี และนครพนม
2. แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) เป็นแบบสัมภาษณ์ปลายเปิด (Open-end) แบบมีโครงสร้าง เก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักเกี่ยวกับสภาพบริบทและเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ความทรงจำ วัฒนธรรม และความสัมพันธ์ไทย-เวียดนามในพื้นที่จังหวัดฟิจิตร อุตรธานี และนครพนม โดยตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน ความเที่ยงตรงได้ค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 (Phattiyathani, 2024)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. คณะผู้วิจัยได้ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐบาลและเอกชนในพื้นที่ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ องค์การบริหารตำบลหนองญาติ จังหวัดนครพนม มหาวิทยาลัยนครพนม พิพิธภัณฑ์โฮจิมินห์จังหวัดนครพนม แหล่งศึกษาและท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โฮจิมินห์ จังหวัดอุตรธานี องค์การบริหารส่วนตำบลเชียงพิณ จังหวัดอุตรธานี พิพิธภัณฑ์บ้านดงโฮจิมินห์ ตำบลปามะคาบ อำเภอบ้านดง จังหวัดฟิจิตร องค์การบริหารตำบลปามะคาบ จังหวัดฟิจิตร เป็นต้น หน่วยงานภาคเอกชน ประกอบด้วย สมาคมไทย-เวียดนามจังหวัดนครพนม นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนม และบริษัทนำเที่ยว เป็นต้น ประชาชน ได้แก่ ผู้นำชุมชน ตัวแทนชุมชนเพื่อทำวิเคราะห์ความสัมพันธ์เพื่อสำรวจว่าตัวแปรใดมีความสัมพันธ์บ้าง โดยจัดหมวดหมู่ตามแนวคิดเส้นทางการท่องเที่ยวตามทฤษฎี 5As และสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่เกี่ยวข้อง ในวันที่ 17 มีนาคม 2565
2. คณะผู้วิจัยจะทำการสรุปผลการศึกษารวมในประเด็น 1. ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และความสัมพันธ์ไทย-เวียดนาม ที่มีศักยภาพสำหรับการบรรจุในรายการนำเที่ยวหลักเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว 2. สร้างร่างตัวอย่างเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ความทรงจำ วัฒนธรรม และความสัมพันธ์ไทย-เวียดนามในพื้นที่จังหวัดฟิจิตร อุตรธานี และนครพนมในวันที่ 17 เมษายน 2565 3. ติดต่อประสานงานกับประชากรกลุ่มเป้าหมายเพื่อจัดเวทีประชุมเชิงปฏิบัติการในรูปแบบการอภิปรายกลุ่มแบบย่อยเจาะลึก (Focus Group Discussion: FGD) โดยคณะผู้วิจัยจะนำเสนอผลการศึกษารวมของผลงานวิจัยในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1-2 และให้กลุ่มตัวอย่างร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการศึกษาที่ได้ทำการศึกษารวมถึงร่างเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ความทรงจำ วัฒนธรรม และความสัมพันธ์ไทย-เวียดนามในพื้นที่จังหวัดฟิจิตร อุตรธานี และนครพนมที่สามารถนำมาบรรจุในรายการนำเที่ยว 4. สรุปผลข้อมูลที่ได้จากการระดมความคิดเห็นจากทุกภาคส่วนเพื่อสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ความทรงจำ วัฒนธรรม และความสัมพันธ์ไทย-เวียดนามในพื้นที่จังหวัดฟิจิตร อุตรธานี และนครพนมในวันที่ 17 มิถุนายน 2565 5. สร้างเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ความทรงจำ วัฒนธรรม และความสัมพันธ์ไทย-เวียดนามในพื้นที่จังหวัดฟิจิตร อุตรธานี และนครพนมโดยการเปรียบเทียบสัญลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวและสัญลักษณ์ต่างๆ ตามหลักการของแผนที่สากล เพื่อออกแบบสัญลักษณ์ของเส้นทางท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับสัญลักษณ์ต่างๆ ตามหลักการของแผนที่สากล และเปรียบเทียบที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว ในเส้นทางการท่องเที่ยวที่ได้ออกแบบกับแผนที่ตามมาตรฐานวัด สากลจากแผนที่ใช้งานจริง ในวันที่ 17 สิงหาคม 2565

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์แบบพรรณนา (Descriptive Analysis) เกี่ยวกับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เพื่อสำรวจว่าตัวแปรใดมีความสัมพันธ์บ้างโดยจัดหมวดหมู่ตามแนวคิดเส้นทางการท่องเที่ยวตามทฤษฎี 5As ได้แก่ 1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ที่มีความโดดเด่น 2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) 3. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) 4. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และ 5. ด้านการบริหารจัดการนักท่องเที่ยว (Ancillary Service) เพื่อศึกษาบริบทการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ความทรงจำ วัฒนธรรม และความสัมพันธ์ไทย-เวียดนามในพื้นที่จังหวัดฟิจิตร อุตรธานี และนครพนมนำประเด็นที่ใช้ในการระดมความคิดเห็นของตัวแทนเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานภาครัฐบาลและเอกชนในพื้นที่ชุมชนที่เกี่ยวข้องและวิเคราะห์ความสัมพันธ์ต่อไป
2. การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา จากผลการประชุมเชิงปฏิบัติการในรูปแบบการอภิปรายกลุ่มย่อยแบบเจาะลึก (Focus Group Discussion : FGD) โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกและให้ผู้เข้าร่วมประชุมทำการตรวจสอบข้อมูลที่สมบูรณ์แล้วอีกครั้งหนึ่ง

ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

1. การศึกษาบริบทการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ความทรงจำ วัฒนธรรม และความสัมพันธ์ไทย-เวียดนามในพื้นที่จังหวัดฟิจิตร อุตรธานี และนครพนม พบว่า การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อมโยงระหว่างพื้นที่ความทรงจำเกี่ยวกับโฮจิมินห์ในจังหวัดนครพนม อุตรธานี และฟิจิตรยังมีไม่มากนัก งานบางชิ้นกล่าวถึงเพียงแค่มิติความเชื่อมโยงทางด้านประวัติศาสตร์ภายใต้รูปแบบเครือข่ายขบวนการชาตินิยมเวียดนามในพื้นที่นครพนม อุตรธานี และฟิจิตร (Goscha, 1999) ในงานบางชิ้นมุ่งเน้นนำเสนอการเคลื่อนไหวของโฮจิมินห์ในเมืองไทยภายใต้บริบทของประวัติศาสตร์การเคลื่อนไหวของ ‘เหวียดเกียว’ หรือชาวเวียดนามในเมืองไทย (Sripana & Thin, 2005) งานบางชิ้นนำเสนอเพียงแค่เรื่องราวการเคลื่อนไหวของโฮจิมินห์ที่เกี่ยวข้องกับการจัดตั้งองค์กรพรรคคอมมิวนิสต์ในแผ่นดินสยาม (Murashima, 2012) ในขณะที่งานเขียนอีกรูปแบบหนึ่งมุ่งนำเสนอประวัติศาสตร์ความทรงจำที่เกี่ยวกับโฮจิมินห์เฉพาะในพื้นที่อุตรธานี (Watrasoke, 2016 ; Suwanwong, 2019) ในขณะที่งานบางชิ้นกล่าวถึงเรื่องราวของโฮจิมินห์เฉพาะในพื้นที่จังหวัดฟิจิตร (Nantachak, n.d.) และการสร้างความทรงจำภายใต้พิธีกรรมโฮจิมินห์จังหวัดนครพนม (Khamwan & Sangboonruang, 2024) กล่าวโดยสรุปได้ว่างานเขียนกลุ่มนี้บางชิ้นกล่าวถึงความทรงจำเกี่ยวกับโฮจิมินห์ในเชิงประวัติศาสตร์ (Goscha, 1999 ; Sripana & Thin, 2005 ; Murashima, 2012) ในขณะที่งานบางชิ้นกล่าวถึงประวัติศาสตร์และความทรงจำเกี่ยวกับการเคลื่อนไหวของโฮจิมินห์แบบแยกส่วนเฉพาะพื้นที่ (Watrasoke, 2016 ; Nantachak, n.d. ; Khamwan & Sangboonruang, 2024) โดยยังพบงานชิ้นใดที่กล่าวถึงบริบททางด้านความทรงจำ และประวัติศาสตร์ของโฮจิมินห์ในเมืองไทยที่ถูกนำมาใช้เพื่อสร้างเป็นเส้นทางท่องเที่ยวตามรอยโฮจิมินห์

การเคลื่อนไหวของโฮจิมินห์ในจังหวัดฟิจิตร จากการศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้องและจากการจัดเวทีการประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมและประชาคมทางด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และความสัมพันธ์ไทย-เวียดนาม ผู้วิจัยพบว่าเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ความสัมพันธ์ไทย-เวียดนามที่น่าสนใจคือการเคลื่อนไหวของโฮจิมินห์ในเมืองไทย โดยเฉพาะในพื้นที่จังหวัดฟิจิตร อุตรธานี และนครพนม ทั้งนี้ โฮจิมินห์เดินทางเข้ามาในเมืองไทยโดยเรือเดินสมุทรจากยุโรปและขึ้นฝั่งที่ท่าเรือ BI ซึ่งเป็นท่าเรือเก่าแก่ที่ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาในช่วงต้นเดือนกรกฎาคม ค.ศ.1929 เขาใช้นามแฝงและหนังสือเดินทางของจีนที่ระบุนามว่า “เหวียนลาย” จากนั้น โฮจิมินห์เดินทางจากกรุงเทพฯ ไปยังฟิจิตรโดยรถไฟ อีกทั้งเข้าพักในโรงแรมแห่งหนึ่งในฟิจิตร ดังนั้น สถานที่สำคัญแห่งแรกในฟิจิตรที่โฮจิมินห์เดินทางไปถึงคือสถานีรถไฟฟิจิตร ในช่วงทศวรรษ 1920 ฟิจิตรนอกจากจะเป็นศูนย์กลางการเคลื่อนไหวต่อต้านฝรั่งเศสของเหล่านักชาตินิยมเวียดนามแล้ว ในปี ค.ศ.1925 ยังได้มีการจัดตั้งสาขาของสมาคมเยาวชนเวียดนามปฏิวัติขึ้นเป็นแห่งแรกที่ฟิจิตร โดยมีศูนย์กลางหรือสำนักงานใหญ่อยู่ที่กวางโจวในประเทศจีน (Murashima, 2012) โฮจิมินห์ได้อาศัยและเคลื่อนไหวร่วมกับกลุ่มชาวเวียดนามผู้รักชาติที่บ้านดง ฟิจิตร ในระยะเวลาประมาณ 10 วัน หรืออาจจะ 2 สัปดาห์ก่อนที่จะเดินทางต่อไปยังอุตรธานี ในปัจจุบัน องค์การบริหารส่วนตำบลปามะคาบได้จัดตั้งพิพิธภัณฑสถานโฮจิมินห์จังหวัดฟิจิตร โดยได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 จังหวัดฟิจิตร นอกจากนั้นยังมีความร่วมมือกับสถาบันพิพิธภัณฑการเรียนรู้แห่งชาติเพื่อจัดแสดงความทรงจำเกี่ยวกับโฮจิมินห์และสหายร่วมอุดมการณ์ภายใต้แนวคิด “Discovery Museum” ซึ่งเน้นการให้ผู้เข้าชมแสวงหาความรู้ด้วยตนเองภายใต้เรื่องเล่า “ความลับเกี่ยวกับโฮจิมินห์ ณ บ้านดง” นอกจากนั้น ผู้เข้าชมยังสามารถร่วมกิจกรรมอื่นๆ เช่น การเรียนรู้ประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์เวียดนามในฟิจิตร การแสดงความเคารพบูชานะปรีชานโฮจิมินห์ การชงชาเวียดนาม การชงกาแฟเวียดนาม หรือ การแต่งชุดประจำชาติเวียดนาม เป็นต้น

การเคลื่อนไหวของโฮจิมินห์ในจังหวัดอุตรธานี ในช่วงเดือนกันยายน ค.ศ.1928 โฮจิมินห์ได้เดินทางต่อไปยังอุตรธานี ซึ่งมีชาวเวียดนามอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก และได้มีการจัดตั้งฐานการเคลื่อนไหวของชาวเวียดนามในพื้นที่บ้านหนองบัว ซึ่งอยู่ห่างจากศูนย์กลางของเมืองอุตรธานีในยุคนั้นประมาณ 3 กิโลเมตร จากนั้นได้มีการจัดตั้งฐานการเคลื่อนไหวขึ้นอีกแห่งหนึ่ง ณ บ้านหนองโสนซึ่งอยู่ห่างจากอุตรธานีประมาณ 13 กิโลเมตร อุตรธานียังมีความสำคัญในฐานะจุดกึ่งกลางเส้นทางการเคลื่อนไหวที่สำคัญของชาวเวียดนามในเมืองไทยตามเส้นทางระหว่างฟิจิตร-อุตรธานี-นครพนม และยังตั้งอยู่ใกล้กับจังหวัดขอนแก่น หนองคาย สกลนคร นครพนม และมุกดาหาร โฮจิมินห์ได้ดำเนินการกิจต่างๆ เช่น ประชุม ฝึกอบรม และเรียกร้องให้ชาวเวียดนามเข้าร่วมในการต่อต้านจักรวรรดินิยม จากอุตรธานีโฮจิมินห์ได้เดินทางต่อไปยังสกลนคร และนครพนม (Sripana & Thin, 2005) ในปัจจุบัน ชาวไทยเชื้อสายเวียดนามในจังหวัดอุตรธานีได้ร่วมกับจัดตั้งแหล่งเรียนรู้ประวัติศาสตร์โฮจิมินห์เพื่อเป็นพื้นที่แห่งการเรียนรู้ความทรงจำทางประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวของโฮจิมินห์และเรื่องราวของพี่น้องชาวเวียดนามในจังหวัดอุตรธานี โดยได้รับการสนับสนุนจากประชาคมชาวเวียดนามในจังหวัดอุตรธานี



หน่วยงานภาครัฐในจังหวัดอุดรธานี หน่วยงานภาครัฐและเอกชนในเวียดนาม เช่น พิพิธภัณฑ์โฮจิมินห์ กรุงฮานอย ประเทศเวียดนาม ธนาคารเพื่อการลงทุนเวียดนาม (BIDV) เป็นต้น ข้อมูลจากคณะกรรมการบริหารแหล่งเรียนรู้ประวัติศาสตร์ โฮจิมินห์ จังหวัดอุดรธานีระบุว่า ในปัจจุบันได้มีคณะผู้บริหารภาครัฐ ภาคเอกชน และนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามจำนวนมาก เดินทางเข้ามาคารวะและเยี่ยมชมแหล่งเรียนรู้ประวัติศาสตร์โฮจิมินห์จังหวัดอุดรธานี ในอนาคตอันใกล้ยังมีโครงการจัดตั้ง ศูนย์วัฒนธรรมชาวไทยเชื้อสายเวียดนามในพื้นที่แห่งนี้เพื่อนำเสนอข้อมูลเชิงชาติพันธุ์และความสัมพันธ์ระหว่างไทย-เวียดนาม

การเคลื่อนไหวของโฮจิมินห์ในจังหวัดนครพนม ภายหลังเดินทางออกจากอุดรธานี โฮจิมินห์ได้เดินทางต่อไปยัง นครพนมซึ่งเป็นเมืองชายแดนที่เป็นประตูหรือเส้นทางเข้า/ออกของกลุ่มชาวเวียดนามผู้รักชาติ ผู้ที่เคลื่อนไหวต่อต้านฝรั่งเศส และชาวเวียดนามที่อพยพเข้าสู่เมืองไทยด้วยปัจจัยอื่นๆ สำหรับในพื้นที่นครพนมได้มีการจัดตั้งฐานการเคลื่อนไหว ของชาวเวียดนามขึ้นถึง 3 แห่งที่บ้านต้นผึ้ง บ้านใหม่ และบ้านวัดป่า โดยโฮจิมินห์ได้อาศัยและเคลื่อนไหวอยู่ที่บ้านใหม่ ในระยะเวลาที่ยาวนานที่สุด ทั้งนี้ นอกจากจะเข้ามาเคลื่อนไหวและเผยแพร่แนวคิดทางการเมืองและสำนึกชาตินิยมแล้ว โฮจิมินห์ยังต้องการจัดตั้งนครพนมให้เป็นจุดประสานงานระหว่างพื้นที่ตอนกลางของเวียดนาม ลาว ที่มีความเชื่อมโยงกับ ประเทศไทย ในระหว่างที่เคลื่อนไหวในนครพนม โฮจิมินห์ยังได้เดินทางข้ามแม่น้ำโขงไปยังบ้านเชียงหวาง เมืองหนองบก แขวงคำม่วน เพื่อพบปะกับผู้นำอุดมการณ์และสังเกตสถานการณ์ของชาวเวียดนามในลาว โดยโฮจิมินห์ได้เคลื่อนไหว ในหมู่บ้านเชียงหวาง ในช่วงระยะเวลาสั้นๆ เนื่องจากมีความเสี่ยงที่จะถูกจับกุมโดยสายลับฝรั่งเศสที่วางกำลังไว้เป็นจำนวนมาก ในแนวตะเข็บชายแดนลาว-ไทย จากนั้นในช่วงระหว่างเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม ค.ศ.1929 โฮจิมินห์ได้เดินทางออกจาก เมืองไทย และเดินทางถึงฮ่องกงในวันที่ 23 ธันวาคม ค.ศ.1929 (Sripana & Thin, 2005) ในช่วงกลางทศวรรษ 2540 ได้มีการพัฒนาพื้นที่บ้านนาจอก จังหวัดนครพนมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งความทรงจำทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ที่มีนัยสำคัญต่อการกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทยและเวียดนาม ทั้งนี้ ภาคเอกชนและชาวไทยเชื้อสายเวียดนามในนครพนม ได้ระดมทุนเพื่อสนับสนุนงบประมาณ จำนวน 269,912 บาท เพื่อจัดตั้ง “บ้านลุงโฮจิมินห์”ในพื้นที่บ้านของนายเตียว เห่งยีน วัน จากนั้นได้มีการสถาปนาหมู่บ้านมิตรภาพไทย-เวียดนาม โดยได้มีการปรับปรุงโรงเรียนบ้านนาจอก (แรงประชาชน) ให้เป็นพิพิธภัณฑ์ประธานโฮจิมินห์เพื่อเผยแพร่เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวของท่านโฮจิมินห์ ภายใต้บริบทของความสัมพันธ์ระหว่างไทยและเวียดนาม ทั้งนี้ พื้นที่จัดแสดงหลักตั้งอยู่บนชั้นสองของตัวอาคาร โดยได้มีการปรับปรุงอาคารเรียนหลังเก่าให้กลายเป็นส่วนจัดแสดงนิทรรศการอันมีเนื้อหาส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวของโฮจิมินห์ และความสัมพันธ์ไทย-เวียดนามในมิติต่างๆ ใน ค.ศ.2013 พรรคคอมมิวนิสต์เวียดนามได้สนับสนุน งบประมาณมูลค่า 45 ล้านบาทเพื่อก่อสร้างอนุสรณ์สถานประธานโฮจิมินห์จังหวัดนครพนมโดยได้ก่อสร้างแล้วเสร็จและ ทำพิธีเปิดอย่างเป็นทางการใน ค.ศ.2016 อนุสรณ์สถานแห่งนี้ได้รับการออกแบบภายใต้แนวคิดของการผสมผสานรูปแบบ ทางสถาปัตยกรรมอันโดดเด่นของเวียดนามและไทยเข้าไว้ด้วยกัน ในพื้นที่จังหวัดนครพนมยังปรากฏพื้นที่แห่งความทรงจำ แห่งมิตรภาพระหว่างไทย-เวียดนามในรูปแบบหอนาฬิกาเวียดนามอนุสรณ์ ซึ่งสร้างขึ้นใน ค.ศ.1960 ในวาระการจัดส่ง ชาวเวียดนามที่สมัครใจเดินทางกลับแผ่นดินปิตุภูมิ ในปัจจุบันยังได้มีการก่อสร้างชุมชนวัฒนธรรมไทย-เวียดนาม ณ บริเวณ ถนนธารงประสิทธิ์ เพื่อแสดงถึงอัตลักษณ์พหุชาติพันธุ์ของจังหวัดนครพนม และการดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทย ชาวเวียดนาม และชาวต่างชาติที่สนใจเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และประเพณีในรูปแบบการผสมผสานวัฒนธรรมระหว่าง ชาวเวียดนามและชาวไทยในพื้นที่จังหวัดนครพนม

จากการศึกษายังพบว่า ความทรงจำในพิพิธภัณฑ์ได้กลายเป็นตัวแทนของจินตภาพและความเป็นจริง ทางประวัติศาสตร์ที่เข้าไปครอบครองพื้นที่เชิงสัญลักษณ์เพื่อก่อรูปเป็นความทรงจำทางสังคมซึ่งกรณีของพิพิธภัณฑ์ประธาน โฮจิมินห์ คือความทรงจำร่วมระหว่างไทยและเวียดนาม (Nora, 1995) การเลือกความทรงจำบางอย่างเพื่อจัดแสดง ในพิพิธภัณฑ์สอดคล้องกับข้อเสนอที่กล่าวว่า พิพิธภัณฑ์เปรียบเสมือนกลไกในการจัดการความทรงจำของรัฐเพื่อบริหารจัดการ ข้อคิดเห็นที่แตกต่าง และความขัดแย้งในอดีต (Thippimol, 2022) นอกจากนั้น การเลือกที่จะนำเสนอเฉพาะเรื่องราว ความสัมพันธ์อันดีระหว่างไทยและเวียดนามในพื้นที่ความทรงจำ เช่น แหล่งเรียนรู้ พิพิธภัณฑ์ หรืออนุสรณ์สถานยังสอดคล้อง กับข้อเสนอที่กล่าวว่า การละเลยความทรงจำเกี่ยวกับความขัดแย้งระหว่างรัฐถือเป็นกลไกของรัฐอย่างหนึ่งในการลบล้าง ประวัติศาสตร์ โดยเฉพาะประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับข้อขัดแย้งระหว่างรัฐกับกลุ่มประชากรในสังคม ยิ่งไปกว่านั้น การเปลี่ยน พื้นที่ความทรงจำให้เป็นพิพิธภัณฑ์ในกรณีพิพิธภัณฑ์ประธานโฮจิมินห์ จังหวัดนครพนมซึ่งปรับปรุงมาจากอาคารเรียนโรงเรียน บ้านนาจอกยังสอดคล้องกับข้อเสนอที่ระบุว่า พิพิธภัณฑ์ไม่จำเป็นต้องสร้างขึ้นใหม่เสมอไปแต่อาจเกิดจากการปรับปรุงอาคาร สถานที่ซึ่งเดิมใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่นเพื่อกลายเป็นพื้นที่ความทรงจำที่บรรจุเรื่องเล่าแบบใหม่ (Akbaş & Kelekçi, 2021)

2. การสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ความทรงจำ วัฒนธรรม และความสัมพันธ์ไทย-เวียดนามในพื้นที่ จังหวัดพิจิตร อุตรดิตถ์ และนครพนมจากการประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก ผู้วิจัยได้สรุปประเด็นข้อค้นพบในประเด็นเพื่อการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวภายใต้คำขวัญที่ได้รับการคัดเลือกว่า “ย้อนรอย ประวัติศาสตร์โฮจิมินห์ในเมืองไทย” จากนั้นได้ใช้แนวคิดเส้นทางท่องเที่ยวตามทฤษฎี 5As ได้แก่ 1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ที่มีความโดดเด่น เช่น ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ไทย-เวียดนาม 2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) เช่น ที่พักภัณฑสถาน โบราณวัตถุ มีการออกแบบโดยหลักอารยสถาปัตย์ ในขณะที่แหล่งเรียนรู้ประวัติศาสตร์โฮจิมินห์ จังหวัดอุตรดิตถ์ มีการจัดเส้นทาง การเดินชมพิพิธภัณฑ์ มีผู้เข้าชมคอยให้ความรู้ และหมู่บ้านมิตรภาพไทย-เวียดนาม จังหวัดนครพนม มี Application Go Najok สำหรับแนะนำการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่สนับสนุนให้เกิดการกระบวนกรเรียนรู้ทางด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม 3. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) พื้นที่เชิงประวัติศาสตร์ในทั้ง 3 จังหวัดสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก โดยเส้นทาง หลวงแผ่นดินและเส้นทางหลวงชนบท 4. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) ก่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ และเรียนรู้วัฒนธรรมเวียดนาม เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของการท่องเที่ยว และ 5. ด้านการบริหารจัดการนักท่องเที่ยว (Ancillary Service) โดยหน่วยงานภาครัฐ เช่น องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นและองค์กรเอกชน ในพื้นที่จังหวัดพิจิตร อุตรดิตถ์ นครพนม นอกจากนั้นได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลได้และเวียดนามอีกด้วย สามารถแบ่ง ได้เป็น 3 รูปแบบ คือ 1) เส้นทางท่องเที่ยวตามรอยโฮจิมินห์จากถิ่นเจ้าพระยาถึงริมฝั่งโขง กรุงเทพฯ-พิจิตร-อุตรดิตถ์-นครพนม 4 คืน 5 วัน และ 2) เส้นทางท่องเที่ยวย้อนรอยโฮจิมินห์จากริมฝั่งโขงถึงกลุ่มเจ้าพระยา นครพนม-อุตรดิตถ์-พิจิตร-กรุงเทพฯ 4 คืน 5 วัน 3) เส้นทางท่องเที่ยวตามรอยโฮจิมินห์ ณ ถิ่นอีสาน นครพนม-อุตรดิตถ์ 3 คืน 4 วัน ซึ่งสอดคล้องกับ Khamwan & Sangboonraung (2021) ในงานวิจัยเรื่อง นวัตกรรมเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และความสัมพันธ์ไทย ลาว เวียดนาม ภายใต้บริบทกลุ่มน้ำโขงตอนกลาง เสนอว่า บริบททางประวัติศาสตร์ที่สามารถนำมาเชื่อมโยง เป็นเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ ได้แก่ พื้นที่ประวัติศาสตร์การเคลื่อนไหวของโฮจิมินห์ และ พื้นที่แห่งความทรงจำในการอพยพ เคลื่อนย้ายของผู้คนในกลุ่มน้ำโขงตอนกลาง สำหรับนวัตกรรมเส้นทางการท่องเที่ยวแบบใหม่ที่มีจุดหมายปลายทางเดียวกัน มีการเชื่อมโยงทางด้านเนื้อหาประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และความสัมพันธ์ระหว่างไทย ลาว เวียดนามสามารถแบ่งเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่ เส้นทางท่องเที่ยวภายในประเทศ (1 วัน) และ เส้นทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (2 วัน) สำหรับการสร้าง นวัตกรรมประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวฯ พบว่าวิธีการที่เหมาะสมและสามารถเข้าถึงได้ง่ายคือการนำเสนอด้วยแผ่นพับ และโปสเตอร์ 2 ภาษา (ไทย-เวียดนาม) โดยใช้เทคโนโลยี QR-code ร่วมกับวีดิทัศน์ ทั้งนี้ ผลการประเมินคุณภาพสื่อ นวัตกรรม ประเภทแผ่นพับประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมากที่สุด ผลการประเมินคุณภาพสื่อ นวัตกรรมประเภทโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมากที่สุด สำหรับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อนวัตกรรมประเภทแผ่นพับฯ และโปสเตอร์ฯ อยู่ในระดับมากที่สุด สำหรับ Thongchim et al. (2022) ในงานวิจัยเรื่อง รูปแบบเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ตามรอยพระพุทธเจ้าหลวง เพื่อเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลาอย่างยั่งยืน เสนอว่า 1) การสำรวจเส้นทางท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ตามรอย พระพุทธเจ้าหลวงทั้ง 5 สถานที่ พบว่า แหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพของพื้นที่ค่อนข้างสมบูรณ์ ความโดดเด่นของศักยภาพ ในบางพื้นที่มีความแตกต่างกันแต่สามารถจัดท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม 2) การศึกษากิจกรรม ที่สอดคล้องกับเส้นทางท่องเที่ยวตามรอย พระพุทธเจ้าหลวง จาก 6 สถานที่ ได้แก่ วัดแหลมพ้อ วัดเจ้ทั้งพระ วัดพะโคะ บ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์แหลมบ่อท่อ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ และย่านเมืองเก่าสงขลา พบว่า สามารถกำหนดกิจกรรมที่สอดคล้องกับ เส้นทางท่องเที่ยวตามรอยพระพุทธเจ้าหลวงจังหวัดสงขลาในแต่ละพื้นที่ได้ พร้อมกันนี้ยังสามารถจัดโปรแกรมนำเที่ยวได้ จำนวน 2 โปรแกรม โปรแกรมนำเที่ยว 1 วัน จำนวน 1 โปรแกรม (วัดพะโคะ บ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์แหลมบ่อท่อ เกาะใหญ่ แกรนด์แคนยอน วัดเจ้ทั้งพระ ศูนย์การเรียนรู้ ภูมิปัญญาชาวกบ วัดแหลมพ้อ สวนลุงวิพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ จังหวัดสงขลา ย่านเมืองเก่าสงขลา) โปรแกรมนำเที่ยว 2 วัน 1 คืน จำนวน 1 โปรแกรม (วัดพะโคะ บ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์แหลมบ่อท่อ เกาะใหญ่ แกรนด์แคนยอน วัดเกาะใหญ่ วัดเจ้ทั้งพระ ศูนย์การเรียนรู้ภูมิปัญญาชาวกบ วัดแหลมพ้อ สวนลุงวิ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ จังหวัดสงขลา ย่านเมืองเก่าสงขลา)

สรุปผลการวิจัย

1. การศึกษาบริบทการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ความทรงจำ วัฒนธรรม และความสัมพันธ์ไทย-เวียดนามในพื้นที่ จังหวัดพิจิตร อุตรดิตถ์ และนครพนมเริ่มปรากฏขึ้นในช่วงต้นของคริสต์ทศวรรษ 2000 ภายใต้บริบทของการคลี่คลาย ของสงครามเย็นและการลดการเผชิญหน้าระหว่างโลกเสรีและกลุ่มประเทศสังคมนิยม ทั้งนี้ ความทรงจำเกี่ยวกับโฮจิมินห์



ได้กลายเป็นปัจจัยสำคัญในการกระชับและรื้อฟื้นความสัมพันธ์ระดับทวิภาคีระหว่างไทยและเวียดนามซึ่งเป็นสิ่งแปลกใหม่ที่รัฐไทยซึ่งดำเนินการต่อต้านคอมมิวนิสต์มาโดยตลอดกลับหันกลับมาให้ความสำคัญและเชิดชูผู้นำของประเทศเพื่อนบ้านที่มีความแตกต่างทางด้านแนวคิดทางการเมืองการปกครอง ความทรงจำดังกล่าวมีลักษณะของความทรงจำข้ามเขตแดนรัฐชาติระหว่างไทย-เวียดนาม รวมถึงความทรงจำที่มีความเชื่อมโยงระหว่างพื้นที่ต่างๆ ของไทย ได้แก่ นครพนม อุดรธานี และพิจิตร นอกจากนี้ การผลิตซ้ำความทรงจำผ่านการจัดตั้งแหล่งเรียนรู้ อนุสรณ์สถาน พิพิธภัณฑสถานโดยการเลือกสรรเฉพาะความทรงจำร่วมที่ตีงามยังเป็นกลไกสำคัญระหว่างรัฐเพื่อยกระดับความสัมพันธ์และปลูกฝังความทรงจำแบบใหม่เพื่อให้ผู้คนรุ่นหลังได้รับรู้ประวัติศาสตร์ภายใต้บริบทและรูปแบบที่รัฐกำกับและควบคุมผ่านหน่วยงานและองค์กรต่างๆ อีกด้วย

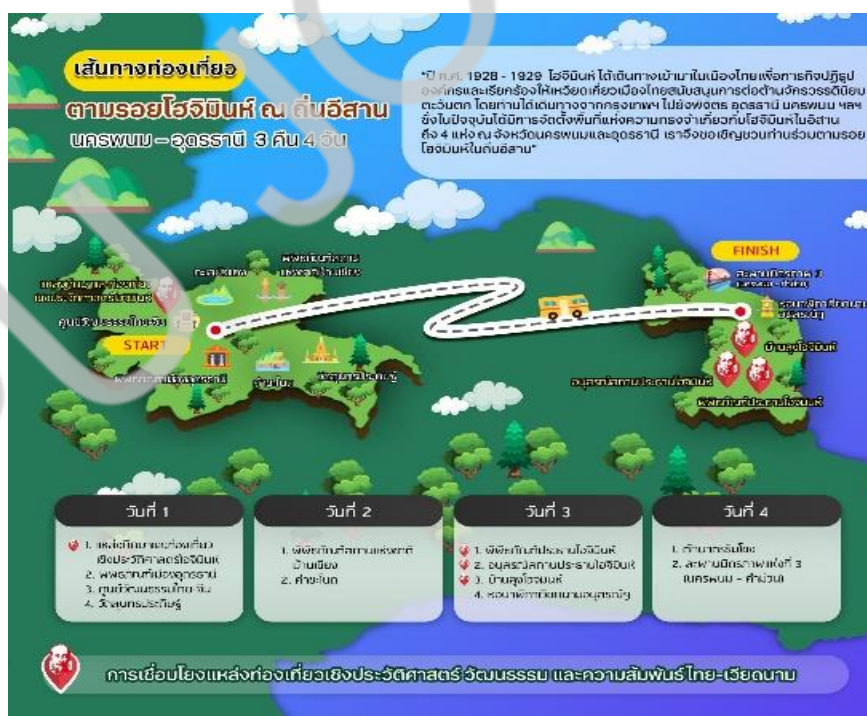
2. การสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ความทรงจำ วัฒนธรรม และความสัมพันธ์ไทย-เวียดนามในพื้นที่จังหวัดพิจิตร อุดรธานี และนครพนม จากการประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก ผู้วิจัยได้สรุปประเด็นข้อเสนอเพื่อสร้างเส้นทางท่องเที่ยวภายใต้คำขวัญที่ได้รับการคัดเลือกว่า 1) เส้นทางตามรอยโฮจิมินห์จากกลุ่มน่าน้ำจนถึงริมฝั่งโขง (4 คืน 5 วัน) 2) เส้นทางย้อนรอยประวัติศาสตร์โฮจิมินห์ในเมืองไทย 3) เส้นทางประวัติศาสตร์โฮจิมินห์ในอีสาน จากนั้นได้ใช้แนวคิดเส้นทางท่องเที่ยวตามทฤษฎี 5As ได้แก่ 1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) 2. สิ่งอำนวยความสะดวก 3. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) 4. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) 5. ด้านการบริหารจัดการนักท่องเที่ยว (Ancillary Service) นอกจากนี้ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลได้และเวียดนามอีกด้วย ดังภาพที่ 2-4



ภาพที่ 2 เส้นทางท่องเที่ยวที่ 1 ตามรอยโฮจิมินห์จากถิ่นเจ้าพระยาถึงริมฝั่งโขงกรุงเทพฯ-พิจิตร-อุดรธานี-นครพนม



ภาพที่ 3 เส้นทางท่องเที่ยวที่ 2 ย้อนรอยโฮจิมินห์จากริมฝั่งโขงถึงกลุ่มเจ้าพระยานครพนม-อุดรธานี-พิบูลย์-กรุงเทพฯ



ภาพที่ 4 เส้นทางท่องเที่ยวที่ 3 ตามรอยโฮจิมินห์ ณ ถิ่นอีสาน นครพนม-อุดรธานี 3 คืน 4 วัน



ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

การวิจัยชิ้นนี้ได้ขยายองค์ความรู้ ข้อมูลเกี่ยวกับบริบทและประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับโฮจิมินห์และความสัมพันธ์ไทย-เวียดนาม ในงานวิจัยยังสามารถนำไปเป็นฐานข้อมูลเชิงวิชาการที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มชาติพันธุ์ชาวไทยเชื้อสายเวียดนามในเมืองไทย การนำเสนอข้อมูลต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์และสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมระหว่างไทยและเวียดนาม นอกจากนี้ยังนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวที่มีความเชื่อมโยงระหว่างพื้นที่ทางความทรงจำของประเทศไทย-เวียดนามมาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ให้มีความน่าสนใจยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. งานวิจัยชิ้นนี้สามารถใช้เป็นแนวทางในการศึกษาประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวในแต่ละชุมชนสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป
2. สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เพื่อสนับสนุนการสร้างเส้นทางเชื่อมโยงระหว่างจังหวัดนครพนม อุดรธานี และพิจิตร รวมถึงเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ระหว่างไทย-เวียดนาม
3. สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เพื่อปรับปรุงเนื้อหาและรูปแบบการจัดแสดงนิทรรศการทางด้านประวัติศาสตร์และความสัมพันธ์ไทย-เวียดนาม ณ หมู่บ้านมิตรภาพไทย-เวียดนาม และพิพิธภัณฑ์ประธานโฮจิมินห์ ฯลฯ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในพื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของจังหวัดนครพนม จังหวัดอุดรธานี และจังหวัดพิจิตร
2. ควรมีการศึกษาเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ในแง่ของความสัมพันธ์ไทย-เวียดนามเพื่อเพิ่มมูลค่าของสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่อื่นๆ เช่น สกลนคร อุดรธานี หรือพิจิตร ฯลฯ
3. ควรมีการศึกษาเพื่อสร้างความเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ธรรมชาติ วัฒนธรรม ระหว่างประเทศในกลุ่มอาเซียน เช่น เส้นทางท่องเที่ยวตามรอยประวัติศาสตร์โฮจิมินห์ระหว่างไทย-เวียดนาม เป็นต้น

ข้อกำจัดการวิจัย

ในช่วงท้ายของการวิจัยชิ้นนี้ คณะผู้วิจัยได้ประสบปัญหาการเก็บข้อมูลเนื่องจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 จึงส่งผลให้การเก็บข้อมูลยืดเยื้อออกไปจากกำหนดการเดิม

References

- Akbaş, M. & Kelekci, Ö. (2021). From factory to museum: The obliteration of the history of resistance. In Adele Chynoweth (ed.). *Museums and the Working Class*. (111-123). New York : Routledge.
- Binkhorst, E. (2006). The co-creation tourism experience. Retrieved March 2021, from http://www.esade.edu/cedit2006/pdfs2006/papers/esther_binkhorst_paper_esade_may_06.pdf.
- Chuwaen, Y. (2019). *Local history*. Bangkok : Gypsy Group Company Limited.
- Dickman, S. (1996). *Tourism: An Introductory Text*. Sydney : Hodder Education.
- Goscha, C. E. (1999). *Thailand and the Southeast Asian networks of the Vietnamese revolution, 1885-1954*. London : Curzon.
- Haripriya, S. (2020). Memory, Ethnography and the Method of Memory. *Sociological Bulletin*, 69(2),1-16.
- Kasetsiri, C. (1997). *Cultural tourism*. Bangkok : Thailand Research Fund.
- Khamwan, S. & Sangboonraung, W. (2021). Innovation to Connect Historical Tourism Sites,Culture and Relations Between Thailand, Laos and Vietnam with in the Central Mekong Context. *Journal of Humanities and Social Sciences Nakhon Phanom University*, 11(3),115-130.



- Khamwan, S. & Sangboonraung, W. (2024). Ho Chi Minh Museum in Nakhon Phanom: The Creation of Memory Place between Thailand and Vietnam after the Cold War. *Journal of Humanities and Social Sciences Nakhon Phanom University*, 14(1),199-215.
- Murashima, E. (2012). The early years of communism in Thailand (1930-1936). Bangkok : Matichon.
- Nanthachak, A. (n.d.). Revealing the secret legend of Ho Chi Minh history at Ban Dong Phichit Province, Phichi : Phuphan Institute.
- Nora, P. (1995). *Realms of Memory : Rethinking the French Past*. New York : Columbia University Press
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2020). *National Economic and Social Development Plan No. 13 (2022-2027)*. Retrieved June 2023, From http://www.nesdb.go.th/nesdb_en/Main.php?filename=develop_issue.
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2022). *20-year national strategy (2018-2037)*. (2nd ed.). Bangkok : Office of the National
- Phattiyathani, S. (2024). *Educational Measurement*. (14th ed.). Kalasin : Prasan Printing.
- Richards, G., & Raymond, C. (2000). Creative tourism. *ATLAS News*, 23,16-20
- Rojrungsat, P. (2010). *Community tourism*. Bangkok : Odeon Store.
- Satyanurak, A. (2005). *History for the community: a new direction for the study of history*. Bangkok : Thailand Research Fund (TRF).
- Scott, C. E. (1999). *The time of memory*. Albany, NY: State University of New York Press.
- Sripana, T. & Thin, T. (2005). *Viet Kieu in Thailand and Thai-Vietnamese Relationship*. Bangkok : Institute of Asian Studies Chulalongkorn University.
- Suwanwong, N. (2019). *125 years of Vietnamese people in Udon Thani*. Udon Thani : Udon Thani Rajabhat University.
- Thippimol, O. (2022). *Museum of Betrayal of the Indonesian Communist Party*. In Thiamsoon Sirisrisak (ed). [Museums and Cultural Heritage]. (38-59). Bangkok : Thammasat University.
- Thongchim, P., Sakunchannarong, N., Atimatmaitree, A., Ngamyinyuad, W., Suksang, S. & Amnuaykit, P. (2022). Tourism Pattern of the Historic Routes Retracing The King Rama IX develops a Sustainable Tourism in Songkhla. In the 13th National and International Academic Hat Yai Conference, Songkhla, Thailand (pp.2670-2681). Songkhla, Hat Yai University.
- United Nation. (2000). *Guidelines on integrated planning for sustainable tourism development*. New York : United Nations Publication.
- Watrasko, S. (2016). *Udon Thani and the Vietnam National Movement*. Khon Kaen : Khon Kaen University.



ทักษะทางอารมณ์และสังคมสำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ Social and Emotional Skills for Tourism and Hospitality Industry Workers

สิปปวิชญ์ วงศ์สุวรรณ¹ วิภาดา เถาธรรมพิทักษ์^{2*} และ ทิพวรรณ จันทมนีโชติ³
Sippavit Wongsuwatt,¹ Wipada Thaothampitak^{2*} and Tippawan Jantamaneechote³

Article History
Receive: June 6, 2024
Revised: July 31, 2024
Accepted: July 31, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและแบ่งชี้ทักษะทางอารมณ์และสังคมที่มีความสำคัญและจำเป็นในการปฏิบัติงานสำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ วิธีการดำเนินการวิจัยเป็นการวิจัยแบบผสมผสานด้วยวิธีการออกแบบคู่ขนานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประชากรคือ บุคลากรที่ทำงานอยู่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการในเขตพื้นที่ 6 จังหวัด ผังอันดามันของประเทศไทย เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็นด้วยวิธีการคัดเลือกแบบบังเอิญ และจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 30 ราย ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์เชิงแก่นสาระ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน และการวิเคราะห์ความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน ผลการวิจัยพบว่า 1) ความฉลาดทางอารมณ์ ความยืดหยุ่น และการปรับตัว และทักษะการบริการลูกค้า เป็นทักษะทางอารมณ์และสังคมที่มีความสำคัญและจำเป็นมากที่สุดในการปฏิบัติงาน 2) ทักษะทางอารมณ์และสังคมมีความเฉพาะสำหรับบุคลากรในแต่ละสายงาน โดยสามารถจำแนกได้เป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ทักษะหลัก ทักษะรอง และทักษะเสริม ข้อค้นพบนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ และเป็นองค์ความรู้ที่สำคัญในการพัฒนาศักยภาพกำลังคนและคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบุคลากรในการปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ

คำสำคัญ : ทักษะทางอารมณ์และสังคม ; การท่องเที่ยวและบริการ ; ความฉลาดทางอารมณ์ ; ความยืดหยุ่นและการปรับตัว ; การบริการลูกค้า

^{1,2} ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง, Assistant Professor, Faculty of Commerce and Management, Prince of Songkla University, Trang Campus

³ อาจารย์ คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง, Lecturer, Faculty of Commerce and Management, Prince of Songkla University, Trang Campus

* Corresponding Author E-mail : wipada.t@psu.ac.th



ABSTRACT

This research aimed to study and identify the distinctive and necessary social and emotional skills for the tourism and hospitality industry staff. A mixed method with a parallel design approach between quantitative research and qualitative research was employed using questionnaires and interviews as data collection tools. The population included workers operating in the tourism and hospitality industries in the six Andaman provinces of Thailand. Data were collected from 400 workers using non-probability sampling by accidental selection methods and from 30 interviewees using the purposive sampling selection. Data were analyzed using descriptive statistics, content analysis, confirmatory factor analysis (CFA), and importance-performance analysis (IPA). Results revealed that 1) emotional intelligence, flexibility and adaptability, and customer service were the most important and necessary social and emotional skills for working in the industry, 2) social and emotional skills are specific to each job in the tourism and hospitality workers, which can be categorized into three groups, including primary skills, secondary skills, and auxiliary skills. The findings from this study will benefit human resource management and serve as an important knowledge for the development of manpower potential and desired characteristics of the tourism and hospitality industry staff.

Keywords : Social and Emotional Skills ; Tourism and Hospitality ; Emotional Intelligence ; Flexibility and Adaptability ; Customer Service

บทนำ

สังคมโลกในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงจากหลากหลายปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการดำเนินชีวิตของประชาชนให้มีรูปแบบที่ซับซ้อนและต้องกระตือรือร้นอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดแรงงานที่มีอัตราการแข่งขันและความท้าทายสำหรับผู้หางานมากขึ้น (Mamatzakakis et al., 2023) เนื่องด้วยทุกองค์กรให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ที่เปรียบเสมือนหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนและนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จ จึงทำให้องค์กรในยุคสมัยปัจจุบันมีความพิถีพิถันและรอบคอบมากยิ่งขึ้นในการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรเข้ามาในองค์กร เพื่อให้ได้บุคคลที่มีความเหมาะสมกับองค์กรมากที่สุด ส่งผลให้ปัจจุบันมีหลายองค์กรที่ตระหนักถึงประเด็นของคุณลักษณะของบุคคลที่จะเข้ามาทำงานในองค์กร โดยมองว่าการมีเฉพาะทักษะทางวิชาชีพ (Technical Skills) และทักษะด้านความรู้ (Hard Skills) ไม่เพียงพอที่จะทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายได้ (Asbari et al., 2020) ซึ่งการค้นหาค่าความแตกต่างและคุณลักษณะเพิ่มเติมของบุคคล จึงเริ่มเข้ามามีบทบาทมากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นตัวแปรในการพิจารณาคัดเลือกพนักงานและบุคลากรในตำแหน่งต่างๆ โดยที่หลายอุตสาหกรรมเริ่มให้ความสนใจและปรับใช้คุณลักษณะที่เป็นทักษะทางอารมณ์และสังคม (Soft Skills) ในการคัดสรรบุคคลเข้ามาในองค์กร เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้องค์กรบรรลุผลสำเร็จ (Anthonius, 2021)

สำหรับบริบทของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการนับเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนและพัฒนาประเทศให้มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยกำลังสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการคือ ทรัพยากรมนุษย์ทางการท่องเที่ยวและบริการ เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่เน้นการติดต่อและปฏิสัมพันธ์กับผู้รับบริการโดยตรงและทันทีทันใด ทักษะทางอารมณ์และสังคมจึงมีบทบาทสำคัญในทุกๆ กระบวนการของการบริการและดำเนินงาน นอกจากนี้ ด้วยสถานการณ์ที่หลายองค์กรมีข้อจำกัดด้านงบประมาณและการเพิ่มจำนวนทรัพยากรบุคคล ทำให้การมุ่งเน้นคุณสมบัติของบุคคลที่มีความเหมาะสมและการรักษาทรัพยากรบุคคลที่มีคุณค่าให้อยู่กับองค์กร จึงเป็นปัจจัยที่ทุกองค์กรตระหนักและให้ความสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ธุรกิจและองค์กรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ (Kiryakova-Dineva et al., 2019) การศึกษาทักษะทางอารมณ์และสังคมของทรัพยากรบุคคลด้านการท่องเที่ยวและบริการ จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสนับสนุนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศจากภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ผ่านมุมมองการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่เป็นหัวใจสำคัญขององค์กรและธุรกิจในการดำเนินงาน รวมทั้งการยกระดับความสามารถในการแข่งขันในระดับภูมิภาคอีกด้วย โดยการศึกษาก่อนหน้านี้มุ่งเน้นว่าการใช้ทักษะทางอารมณ์และสังคมที่เหมาะสมกับงานที่ทำในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการในบริบทที่แตกต่างกัน อาทิ การศึกษาการบูรณาการทักษะทางอารมณ์และสังคมในหลักสูตรทางการ



ท่องเที่ยวและบริการ (Pranić et al., 2024) และการศึกษาทักษะในอนาคตสำหรับบุคลากรในธุรกิจสายการบิน (Bremer & Maertens, 2021) ซึ่งในบริบทของประเทศไทย โดยเฉพาะการศึกษาทักษะทางอารมณ์และสังคมที่มีความสำคัญและจำเป็นต่อบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการในเขตพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอันดามันของประเทศไทยยังมีค่อนข้างน้อยมาก อีกทั้งแหล่งท่องเที่ยวในเขตจังหวัดฝั่งอันดามันยังเป็นจังหวัดทางการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและได้รับความนิยมนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติจำนวนมาก ทักษะทางอารมณ์และสังคมที่บุคลากรใช้ในการปฏิบัติงานจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญในยุคปัจจุบันและในอนาคตที่จะช่วยยกระดับศักยภาพของบุคลากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีพื้นฐานจากคำถามการวิจัยที่ว่า “ทักษะทางอารมณ์และสังคมที่เหมาะสมและจำเป็นต่อบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการเป็นอย่างไร” โดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษาเชิงลึกที่จำแนกตามกลุ่มสายงานของบุคลากรในแต่ละภาคส่วน ประกอบด้วย สายงานการโรงแรม สายงานสายการบิน และสายงานการท่องเที่ยว

ดังนั้น การศึกษาเพื่อแสวงหาคำตอบของคำถามการวิจัยนี้ จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการเติมเต็มช่องว่างของการวิจัย เพื่อหาข้อค้นพบสำคัญที่เกี่ยวข้องกับทักษะทางอารมณ์และสังคมที่เหมาะสมและจำเป็นสำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ทั้งในบริบทของแต่ละสายงานและบริบทของเขตพื้นที่ท่องเที่ยวฝั่งอันดามันของประเทศไทย อันทำให้บุคลากรสามารถปรับตัวและเสริมทักษะด้านต่างๆ ที่มีความสำคัญต่อความอยู่รอดและความมั่นคงในสายงานการท่องเที่ยวและบริการ เปรียบเสมือนเกราะป้องกันจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี เศรษฐกิจ มหันตภัย โรคระบาด ภาวะการแข่งขันของตลาดแรงงาน ตลอดจนแนวโน้มของอุตสาหกรรม รวมทั้งเป็นส่วนสนับสนุนและส่งเสริมศักยภาพของบุคคลที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงและความคาดหวังขององค์กรที่มีต่อพนักงานในปัจจุบันและอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาทักษะทางอารมณ์และสังคมสำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ
2. เพื่อศึกษาตัวบ่งชี้ทักษะทางอารมณ์และสังคมของบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ โดยการวิเคราะห์แบบแยกกลุ่มจำแนกตามสายงาน

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับทักษะทางอารมณ์และสังคม (Soft Skills)

ทักษะทางอารมณ์และสังคม (Soft Skills) เป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก จากเหตุผลสำคัญในเรื่องการเรียนรู้ตลอดชีวิตของบุคคล (Lifelong Learning) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการมีทักษะทั้งภายในตัวบุคคล (Intra-Personal Skills) และระหว่างบุคคล (Inter-Personal Skills) ที่จำเป็นสำหรับการพัฒนาตนเองและการมีส่วนร่วมทางสังคม ซึ่งมีความสัมพันธ์กันอย่างมากกับความสำเร็จในการทำงาน (Anthonius, 2021) การประเมินทักษะทางอารมณ์และสังคมถูกนำมาพิจารณาและนำไปปรับใช้เพิ่มมากขึ้นในการศึกษาและการฝึกอบรม โดยเฉพาะในการนำไปใช้เพื่อการพัฒนา คุณลักษณะเฉพาะด้านของบุคคล สิ่งเหล่านี้มีการพัฒนาและการนำไปใช้ที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับบริบทและรูปแบบในการใช้และความจำเป็นที่องค์กรสนใจจะเรียนรู้ทักษะทางอารมณ์และสังคม ตัวอย่างเช่น ทักษะในการสื่อสาร การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ทักษะการเป็นผู้นำ ทักษะการจัดการองค์กร ทักษะการจูงใจตนเอง และความคิดสร้างสรรค์ (Pranić et al., 2021 ; Sharma & Singh, 2020)

ทักษะทางอารมณ์และสังคมเกี่ยวข้องโดยตรงกับมิติทางสังคมในการเรียนรู้ ปัจจัยและผลลัพธ์ทางสังคมที่มีการแสดงออกมา ซึ่งระบุถึงลักษณะของการควบคุมพฤติกรรมของตนเองที่จำเป็นเพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพผ่านวงจรการสะท้อนกลับข้อเสนอแนะในกระบวนการควบคุมตนเอง โดยเกี่ยวข้องกับแนวคิดของทฤษฎีการกำหนดเป้าหมาย (Goal Setting Theory) โดยเป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงมิติทางความรู้ความเข้าใจ พฤติกรรมทางอารมณ์และสังคม รวมถึงการแสดงถึงทักษะทางอารมณ์และสังคมที่สัมพันธ์กับเป้าหมายและลักษณะของพฤติกรรม (Swann et al., 2021) นอกจากนี้ ยังเกี่ยวข้องกับความเข้าใจถึงคุณลักษณะภายในและภายนอกของสาเหตุอันส่งผลต่อพฤติกรรมเพื่อให้สามารถอยู่รอดและปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมได้ ความเข้าใจเหล่านี้มีผลกระทบสำคัญต่อพฤติกรรมในอนาคต ในบริบทของการท่องเที่ยวและบริการ ทักษะทางอารมณ์และสังคมเข้ามามีบทบาทและมีความสำคัญต่อการปฏิบัติงานซึ่งเป็นลักษณะงานที่มีความเฉพาะในการให้บริการลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น Faizin et al. (2024) ศึกษาทักษะทางอารมณ์และสังคมสำหรับผู้ประกอบการในการพัฒนาความยั่งยืนของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่ท่องเที่ยวป่าชายเลน ซึ่งเกี่ยวข้องกับ ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะการปรับตัว ทักษะการสื่อสาร และความสามารถในการทำงานร่วมกัน การศึกษาของ Wetsanarat (2021) ในประเด็นการพัฒนาสมรรถนะทักษะด้านอารมณ์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทย

ซึ่งประกอบด้วยความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะ โดยทักษะที่สำคัญ อาทิ ทักษะการสื่อสาร การทำงานเป็นทีม การจัดการความขัดแย้ง นอกจากนี้ Asefer & Abidin (2021) ได้ศึกษาจากการทบทวนวรรณกรรมในเรื่องทักษะทางอารมณ์และความสามารถในการจ้างงานของผู้สำเร็จการศึกษาในศตวรรษที่ 21 จากมุมมองของนายจ้าง อาทิ ทักษะการสื่อสาร ทักษะการคิดอย่างมีเหตุผล ความคิดสร้างสรรค์ การทำงานเป็นทีม ทักษะการจัดการเวลา โดยจะเห็นได้ว่าทักษะทางอารมณ์และสังคมมีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติงานและการดำเนินงานของบุคคลในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ

สำหรับการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นเฉพาะทักษะทางอารมณ์และสังคมที่เกี่ยวข้องกับบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยทบทวนวรรณกรรมในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับทักษะทางอารมณ์และสังคม รวมทั้งการสังเคราะห์องค์ประกอบของทักษะทางอารมณ์และสังคมในบริบทของการท่องเที่ยวและบริการ เพื่อป้องกันข้อบกพร่องของทักษะทางอารมณ์และสังคมที่เคยมีการศึกษาและวิจัยก่อนหน้านี้ ดังนี้

1. ทักษะการบริการลูกค้า (Customer Service) บทบาทของการบริการลูกค้ามีความหลากหลายเชิงการนิยามและการนำไปใช้ โดยขึ้นอยู่กับอาชีพหรือสายงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ เพราะมีรูปแบบในการบริการลูกค้าที่ต่างกัน อย่างไรก็ตาม วัตถุประสงค์ของการบริการลูกค้ายังมีความสอดคล้องและไปในทางเดียวกัน คือ การจัดหาผลิตภัณฑ์และการส่งมอบคุณภาพการบริการเพื่อสร้างผลกำไรให้กับองค์กรและธุรกิจ ดังนั้น ทักษะการบริการลูกค้าในบริบทของการท่องเที่ยวและบริการ จึงเป็นการแสดงถึงความยึดมั่นในบริการและประโยชน์สูงสุดสำหรับลูกค้าหรือผู้รับบริการ เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจตั้งแต่ครั้งแรกและครั้งถัดไปของการบริการ (Singh & Jaykumar, 2019)

2. ทักษะการจัดระบบ (Organizational Skill) การจัดระบบในการทำงานของบุคคล คือ ส่วนสำคัญที่จะทำให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพและมีขั้นตอน โดยเกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบและการจัดการตนเอง เพื่อมุ่งเน้นความสำเร็จตามเป้าหมาย (Kumar, 2021) มีกระบวนการและแบบแผนในการทำงาน จัดลำดับความสำคัญของงาน และมุ่งเน้นเป้าหมายของงานเป็นสำคัญ นอกจากนี้ ทักษะการจัดระบบของบุคคลยังแสดงถึงการประเมินตนเองอย่างถูกต้องและรอบคอบ มีการติดตามและตรวจสอบความตรงต่อเวลาตามเงื่อนไขของภาระงานที่ได้รับมอบหมาย

3. ทักษะการสื่อสาร (Communication Skill) แม้ว่าธรรมชาติของมนุษย์ส่วนใหญ่สามารถพูดคุยนับระหว่างกันได้ แต่ไม่ใช่ทุกคนที่จะสามารถสื่อสารได้ดีและมีประสิทธิภาพที่เพียงพอ เว้นแต่จะมีการพัฒนาและปรับทักษะการสื่อสารให้มีความเหมาะสม กล่าวได้ว่า ทักษะการสื่อสารคือ การเรียนรู้ซึ่งสะท้อนถึงกิจกรรมการแบ่งปันความคิด ความรู้สึก ความคิดเห็น และข้อมูลระหว่างกันของผู้ส่งสารและผู้รับสาร (Chala & Bouranta, 2021) ในบริบทของการท่องเที่ยวและบริการ ทักษะการสื่อสารจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินทุกกิจกรรมระหว่างผู้ให้บริการและนักท่องเที่ยวหรือผู้รับบริการ เพราะเป็นการสร้างความเข้าใจระหว่างกัน รวมถึงการบรรลุข้อตกลงในแต่ละกิจกรรมของการท่องเที่ยวและบริการ โดยแสดงถึงการใช้ภาษาทั้งภาษากายและคำพูดที่เหมาะสมกับลูกค้า มีความชัดเจนในข้อความที่ต้องการจะสื่อสาร

4. ความฉลาดทางอารมณ์ (Emotional Intelligence) ความฉลาดทางอารมณ์มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่ทำให้บุคคลประสบความสำเร็จ มีผลงานโดดเด่น และมีแนวโน้มที่จะมีระดับความฉลาดทางอารมณ์สูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสายงานการท่องเที่ยวและบริการ บุคลากรที่มีความฉลาดทางอารมณ์อยู่ในระดับสูง จะมีความสามารถในการจัดการการเผชิญหน้ากับลูกค้าในการให้บริการมากกว่า มุ่งเน้นที่การบริการมากและทำงานเป็นทีมได้ดีขึ้น รวมถึงความสามารถในการจัดการกับความล้มเหลวได้ดีขึ้นอีกด้วย (Koc & Boz, 2020 ; Zhu et al., 2022) เนื่องจากมีความจำเป็นที่จะต้องทำความเข้าใจกับความต้องการของลูกค้าอยู่เสมอ ทั้งในสภาวะอารมณ์ของลูกค้าที่ปกติและไม่ปกติ นอกจากนี้ การเข้าใจอารมณ์และการแสดงออกทางสีหน้าเป็นสิ่งสำคัญสำหรับกระบวนการในการดำเนินงานของธุรกิจ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ

5. ความยืดหยุ่นและการปรับตัว (Flexibility and Adaptability) ความสามารถในการปรับตัวและยืดหยุ่นรูปแบบการทำงานให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของโลกในปัจจุบันกลายเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญของบุคลากรที่อยู่ในสายงานการท่องเที่ยวและบริการ เพราะสถานการณ์บางอย่างไม่สามารถคาดการณ์การเกิดขึ้นหรือล่วงรู้รูปแบบของสิ่งนั้นได้ นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงและความไม่แน่นอนยังเป็นสิ่งที่ไม่สามารถควบคุมได้อีกด้วย บุคคลจึงจำเป็นต้องมีความสามารถในการปรับตัวและปรับเปลี่ยนวิถีการดำเนินชีวิต การทำงาน การอยู่ร่วมกับสังคม และสิ่งใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา (Kirschner & Stoyanov, 2020) โดยเฉพาะในยุคศตวรรษที่ 21 ที่เต็มไปด้วยการเปลี่ยนแปลง ความเสี่ยง ความไม่แน่นอน สิ่งที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้ ดังนั้น ความยืดหยุ่นและความสามารถในการปรับตัวจึงเป็นทักษะที่มีส่วนช่วยให้บุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการสามารถตอบสนองการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ได้



6. ทักษะการทำงานเป็นทีม (Teamwork) ทักษะการทำงานเป็นทีมสำหรับบุคลากรในสายงานการท่องเที่ยวและบริการ นับเป็นทักษะที่สำคัญทั้งในการทำงานระหว่างพนักงานระดับเดียวกัน หรือบุคลากรในระดับที่ต่างกัน เพราะกระบวนการทำงานของสายงานการท่องเที่ยวและบริการเกี่ยวข้องกับลูกค้าโดยตรง ซึ่งต้องอาศัยการทำงานร่วมกันในแต่ละส่วนงานเพื่อบริการลูกค้าให้มีประสิทธิภาพ (Sonnenschein, 2021) โดยการทำงานเป็นทีมแสดงถึงการแบ่งปันและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน พร้อมทั้งช่วยเหลือและสนับสนุนผู้อื่นภายในทีม และยอมรับความคิดเห็นที่แตกต่าง

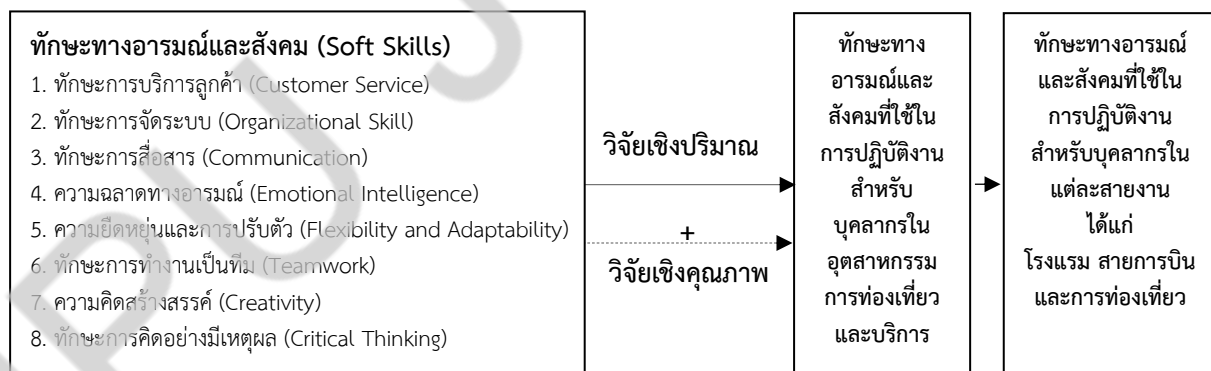
7. ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) ความคิดสร้างสรรค์เป็นหนึ่งในกระบวนการที่ซับซ้อนที่สุดของมนุษย์ ซึ่งแสดงถึงการมีทักษะในการคิดที่ช่วยให้สามารถผนวกกระบวนการทางความคิดให้มีความซับซ้อนน้อยลงและเข้าใจได้ง่ายขึ้นจนกลายเป็นแนวคิดใหม่ นอกจากนี้ ความคิดสร้างสรรค์ยังเป็นจุดเริ่มต้นของการนำนวัตกรรมใหม่มาสู่องค์กรและเป็นการสร้างโอกาสทางธุรกิจและทางเลือกในการพัฒนาองค์กรไปข้างหน้า (Carlisle et al., 2023) ในบริบทของการท่องเที่ยวและบริการ ความคิดสร้างสรรค์ คือ การแสดงถึงการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ในการทำงาน การเรียนรู้ และการแก้ไขปัญหา

8. ทักษะการคิดอย่างมีเหตุผล (Critical Thinking) การคิดอย่างมีเหตุผลหรือการคิดเชิงวิพากษ์เป็นความพยายามของบุคคลในการแสวงหาความจริง การเปิดใจ การวิเคราะห์ การคิดอย่างเป็นระบบในประเด็นหรือข้อสงสัยที่เกิดขึ้นเพื่อทำความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในประเด็นดังกล่าว (Chala & Bouranta, 2021) นอกจากนี้ ยังเป็นการแสดงถึงการวิเคราะห์ ตรวจสอบ และประเมินข้อโต้แย้งในประเด็นต่างๆ โดยเน้นการใช้เหตุผลและตรรกะในการแก้ปัญหา จึงเป็นทักษะที่สำคัญต่อบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ

ดังนั้น ทักษะทางอารมณ์และสังคมที่มีบทบาทต่อการปฏิบัติงานสำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ขึ้นอยู่กับบริบทของลักษณะงานและการนำไปใช้ในสถานการณ์ต่างๆ นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับสายงานของบุคลากรที่ปฏิบัติงานนั้นๆ ด้วย จากการทบทวนวรรณกรรมทำให้สามารถระบุถึงทักษะทางอารมณ์และสังคมที่อาจจะมามีบทบาทต่อการปฏิบัติงานของบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ที่จะสอดคล้องกับบริบทการศึกษาทั้งเชิงขอบเขตและเชิงพื้นที่ฝั่งอันดามันของประเทศไทย

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยนี้ มุ่งเน้นการศึกษาทักษะทางอารมณ์และสังคมที่ใช้ในการปฏิบัติงานสำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ผ่านการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสานวิธีการออกแบบคู่ขนานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ (QUAN+QUAL) ด้วยสถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์เชิงแก่นสาระ จากนั้นวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันและการวิเคราะห์ความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ครอบคลุม ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ มุ่งเน้นการแสวงหาคำตอบในประเด็นทักษะทางอารมณ์และสังคมที่มีความสำคัญและมีความจำเป็นต่อการปฏิบัติงานของบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ซึ่งเป็นลักษณะงานที่มีความจำเพาะของบริบทการปฏิบัติที่ค่อนข้างชัดเจน เพื่อที่จะตอบคำถามการวิจัยได้สมบูรณ์และชัดเจนยิ่งขึ้น การวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methodology) จึงมีความเหมาะสมในการศึกษาทักษะทางอารมณ์และสังคมที่สอดคล้องกับบริบทของบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการอย่างแท้จริง เพื่อเป็นการเติมเต็มช่องว่างของการวิจัยและการอธิบาย



ขยายความผลการวิจัยที่เกิดขึ้นอย่างชัดเจน ด้วยกลยุทธ์แบบพหุฐานวิธีการออกแบบคู่ขนาน (Parallel-Database Design) ซึ่งเป็นการศึกษาปรากฏการณ์เดียวกันแต่แยกวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล รวมทั้งการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการที่ต่างกัน โดยนำผลการวิจัยที่ได้มาเปรียบเทียบและตีความปรากฏการณ์ที่ศึกษาร่วมกัน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการวิจัยนี้ คือ บุคลากรที่ทำงานอยู่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการในเขตพื้นที่จังหวัดท่องเที่ยวฝั่งอันดามันของประเทศไทยทั้ง 6 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดภูเก็ต จังหวัดกระบี่ จังหวัดพังงา จังหวัดตรัง จังหวัดสตูล และจังหวัดระนอง จากการสำรวจจำนวนบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการในเขตพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอันดามันของประเทศไทย พบว่า มีข้อมูลสถิติเพียงบางส่วนเท่านั้น ผู้วิจัยไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอนหรือมีแหล่งข้อมูลที่ระบุจำนวนบุคลากรได้อย่างชัดเจน จึงได้คำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสูตรการคำนวณของ Cochran (1977) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคลากรที่ทำงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ จำนวน 384 ราย ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็นด้วยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยการการเดินทางไปเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง จำนวนทั้งสิ้น 425 ราย และทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่สามารถนำไปวิเคราะห์ต่อไป จำนวน 400 ราย ซึ่งเพียงพอต่อการวิจัยเชิงปริมาณและการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Goni et al., 2020) อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมบุคลากรจากสายงานที่ต่างกันให้มีขนาดที่ใกล้เคียงกันเพื่อลดปัญหาลักษณะของประชากรที่มีลักษณะเป็นวิริพันธ์ (Heterogeneous Population) โดยคำนึงถึงพื้นที่ที่บุคลากรทำงานอยู่ระหว่างเมืองท่องเที่ยวเมืองหลักและเมืองรองจากการคำนวณสัดส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวสายงานของบุคลากรทั้งสายงานการโรงแรม สายงานสายการบิน และสายงานการท่องเที่ยว เนื่องจากบริบทของการศึกษาครอบคลุมบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิหลังแตกต่างกันในประเด็นประเภทของสายงานการทำงานที่แตกต่างกัน สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 30 ราย โดยพิจารณาจากความความอึดอัดและความเพียงพอของข้อมูล ซึ่งเป็นบุคลากรที่ทำงานอยู่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ประกอบด้วย บุคลากรระดับปฏิบัติการและบุคลากรระดับบริหาร เพื่อสะท้อนบริบทของการวิจัยอย่างชัดเจนและครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ โดยใช้การเลือกตัวอย่างแบบเอกพันธ์ (Homogeneous Sampling) ซึ่งเป็นการเลือกตัวอย่างที่ตัวอย่างมีภูมิหลังหรือประสบการณ์ที่คล้ายคลึงกันเพื่ออธิบายลักษณะของทักษะทางอารมณ์และสังคมที่มีลักษณะเฉพาะในเชิงลึก มีเกณฑ์ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ เป็นบุคลากรที่ทำงานอยู่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการในเขตพื้นที่ฝั่งอันดามันของประเทศไทย จำนวน 400 ราย มีเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง (Inclusion Criteria) ได้แก่ 1) เป็นบุคลากรในสายงานธุรกิจท่องเที่ยวและบริการที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป 2) เป็นผู้ที่สามารถอ่านออกเขียนได้ 3) มีสติสัมปชัญญะ 4) อยู่ในพื้นที่ที่กำหนดไว้ในขอบเขตของการวิจัย และ 5) อาสาสมัครเข้าร่วมในการตอบแบบสอบถามด้วยความสมัครใจ และมีเกณฑ์การคัดออกของกลุ่มตัวอย่าง (Exclusion Criteria) คือ ต้องการยกเลิกการเข้าร่วมตอบแบบสอบถาม

2. กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นบุคลากรที่ทำงานอยู่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการทั้งในระดับปฏิบัติการและระดับบริหาร จำนวน 30 ราย โดยผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเอกพันธ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงประเด็นวิจัย ซึ่งอาจมีการเพิ่มจำนวนผู้ให้ข้อมูลในกรณีที่ยังไม่ครอบคลุมทั้งเชิงพื้นที่และประเภทของธุรกิจ หรือข้อมูลยังไม่อึดอัด มีเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง (Inclusion Criteria) ได้แก่ 1) เป็นบุคลากรในสายงานธุรกิจท่องเที่ยวและบริการที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป 2) เป็นผู้ที่สามารถอ่านออกเขียนได้ 3) มีสติสัมปชัญญะ 4) อยู่ในพื้นที่ที่กำหนดไว้ในขอบเขตของการวิจัย และ 5) อาสาสมัครเข้าร่วมในโครงการวิจัยการตอบแบบสอบถามด้วยความสมัครใจและได้ลงลายมือชื่อในเอกสารให้คำยินยอม และมีเกณฑ์การคัดออกของกลุ่มตัวอย่าง (Exclusion Criteria) ได้แก่ 1) เป็นผู้ที่ไม่สามารถให้ข้อมูลได้ตลอดการสัมภาษณ์ 2) ขาดตอนตัวระหว่างการสัมภาษณ์ 3) ย้ายออกจากพื้นที่ที่กำหนดไว้ในขอบเขตของการวิจัย และ 4) มีภาวะที่ไม่สามารถตอบแบบสัมภาษณ์หรือต้องใช้เวลาอันได้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยเลือกใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการที่ทำงานอยู่ในสายงานการท่องเที่ยวและบริการในเขตพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอันดามันของประเทศไทย โดยสอบถามประเด็น



ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ซึ่งจำแนกเป็น 2 ส่วนหลัก ประกอบด้วย 1) ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม และ 2) ทักษะทางอารมณ์และสังคม ซึ่งมี 8 องค์ประกอบ ประกอบด้วย ทักษะการบริการลูกค้า ทักษะการจัดระบบ ทักษะการสื่อสาร ความฉลาดทางอารมณ์ ความยืดหยุ่นและการปรับตัว ทักษะการทำงานเป็นทีม ความคิดสร้างสรรค์ และทักษะการคิดอย่างมีเหตุผล โดยข้อคำถามตั้งแต่ส่วนที่ 2 เป็นข้อคำถามที่ใช้มาตรวัดเรียงอันดับแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับ จากระดับ 1 (น้อยที่สุด) จนถึงระดับ 5 (มากที่สุด) โดยพัฒนาและปรับข้อคำถามมาจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยก่อนหน้านี้ จำนวน 24 ข้อคำถาม (Kenayathulla et al., 2019 ; Sonnenschein, 2021) ผู้วิจัยทดสอบความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์จากการพิจารณาข้อคำถามโดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความเหมาะสมของเนื้อหา โดยมีค่าการวิเคราะห์ความตรงตามเนื้อหา (Index of Item Objective Congruence: IOC) เท่ากับ 0.95 นอกจากนี้ ผู้วิจัยดำเนินการคำนวณค่าเฉลี่ยเพื่อปรับลักษณะของข้อมูลให้เหมาะสมกับการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการปรับและพัฒนาข้อคำถามจากวรรณกรรมต่างประเทศ ซึ่งผ่านการแปลโดยผู้เชี่ยวชาญทั้งภาษาอังกฤษและภาษาไทย จำนวน 2 ท่าน ซึ่งเป็นอาจารย์สอนทางด้านการท่องเที่ยวและบริการในสถาบันเดียวกับผู้วิจัย จำนวน 1 ท่าน และต่างสถาบันกับผู้วิจัย จำนวน 1 ท่าน และใช้วิธีการแปลย้อนกลับ (Back Translation) โดยผู้เชี่ยวชาญทางภาษาที่ไม่เคยเห็นแบบสอบถามชุดนี้มาก่อน จำนวน 2 ท่าน เพื่อลดความเอนเอียงของข้อคำถามที่เกิดจากการแปล

สำหรับข้อคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีจำนวน 3 ส่วนหลัก ได้แก่ 1) ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์ 2) ทักษะทางอารมณ์และสังคม “ท่านคิดว่า อะไรคือทักษะทางอารมณ์และสังคมในด้านใดบ้างที่มีความสำคัญต่อการปฏิบัติงานในสายงานการท่องเที่ยวและบริการ อย่างไร” และ 3) ข้อเสนอแนะอื่นๆ “นอกเหนือจากที่กล่าวมา ท่านมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับทักษะอื่นๆ เพิ่มเติมสำหรับการปฏิบัติงานในสายงานการท่องเที่ยวและบริการหรือไม่”

การเก็บรวบรวมข้อมูล

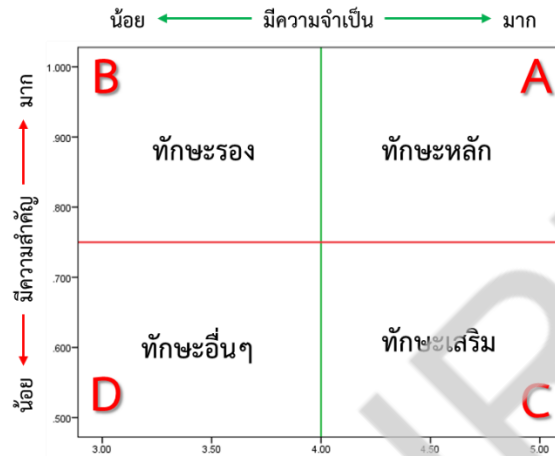
ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บแบบสอบถามสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณจากบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการโดยตรง (เก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง) ซึ่งส่งจากผู้วิจัยถึงผู้ตอบแบบสอบถามโดยตรง ไม่ผ่านตัวกลางหรือหน่วยงานใดๆ เพื่อให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับบริบทของวัตถุประสงค์การวิจัย ในขณะที่การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้วิธีการเดินทางไปสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญด้วยตนเอง เพื่อให้ได้รายละเอียดข้อมูลสำคัญของการวิจัย ซึ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้อยู่บนพื้นฐานจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ เลขที่ PSU IRB 2021-LL-Cm 014 (Internal) โดยการแนะนำตัวผู้วิจัย อธิบายวัตถุประสงค์ของการวิจัย และชี้แจงรายละเอียดการเข้าร่วมวิจัยให้กับกลุ่มเป้าหมายอย่างละเอียดและขอความยินยอมจากกลุ่มเป้าหมายโดยเน้น “การเข้าร่วมการวิจัยจากกลุ่มตัวอย่างต้องเป็นไปด้วยความสมัครใจเท่านั้น” รวมทั้งสิทธิของผู้เข้าร่วมวิจัยที่สามารถจะออกจากโครงการวิจัยเมื่อใดก็ได้โดยไม่ต้องบอกเหตุผล โดยเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเป็นระยะเวลา 4 เดือน ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม-ตุลาคม 2565

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สำหรับวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนาสำหรับการอธิบายและแสดงรายละเอียดลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จากนั้นผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดย 1) ใช้สถิติเชิงพรรณนาสำหรับวิเคราะห์ทักษะทางอารมณ์และสังคมที่จำเป็นสำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ด้วย ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแสดงอันดับ และใช้เกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ย มีความจำเป็นมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00) มีความจำเป็นมาก (ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20) มีความจำเป็นปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40) มีความจำเป็นน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60) และมีความจำเป็นน้อยมาก (ค่าเฉลี่ย 0.00-1.80) 2) ใช้การวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic Analysis) โดยนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาใส่รหัสในการกำกับข้อมูล (Coding) จากนั้นจึงนำข้อมูลที่คล้ายคลึงกันมาจัดเป็นหมวดหมู่ (Categorizing) แล้วจึงวิเคราะห์ประเด็นสำคัญในแต่ละหมวดหมู่ เพื่อกำหนดเป็นธีม (Themes) และสรุปผลการวิเคราะห์ และ 3) นำผลการวิเคราะห์จากทั้งสองวิธีมารวมตีความและอธิบายผลการวิจัยที่เกิดขึ้น

2. สำหรับวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เพื่อยืนยันองค์ประกอบที่สำคัญและสะท้อนถึงอิทธิพลของทักษะแต่ละทักษะที่มีต่อทักษะทางอารมณ์และสังคมจากการพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ของแต่ละทักษะซึ่งกำหนดเกณฑ์ที่ยอมรับได้อยู่ที่ระดับ 0.70 ขึ้นไป โดยกำหนดเป็นความสำคัญต่อการบ่งชี้ทักษะทางอารมณ์และสังคม จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์ความสำคัญและ

ความจำเป็นของทักษะทางอารมณ์และสังคมของบุคลากรโดยการวิเคราะห์แบบแยกกลุ่มจำแนกตามสายงาน ได้แก่ สายงาน การโรงแรม สายงานสายการบิน และสายงานการท่องเที่ยว โดยใช้แนวคิดการวิเคราะห์ความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน (Importance-Performance Analysis: IPA) (Weber, Lee and Crawford, 2020) ซึ่งพิจารณาจากข้อมูลใน 2 มิติ ได้แก่ 1) มิติความสำคัญของทักษะทางอารมณ์และสังคม (ผลจากการวิเคราะห์ CFA) โดยให้อยู่ในแนวตั้ง และ 2) มิติความจำเป็นของทักษะทางอารมณ์และสังคมในการปฏิบัติงาน (ผลจากการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย) โดยให้อยู่ในแนวนอน สามารถแบ่งกราฟจากการวิเคราะห์ออกเป็น 4 ส่วน โดยผู้วิจัยปรับให้สอดคล้องกับบริบทของการวิจัยนี้ ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แนวคิดการวิเคราะห์ความสำคัญและความจำเป็น

ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

บุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการในพื้นที่ 6 จังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน จำนวน 400 คน มีอายุเฉลี่ย 33.14 ปี และมีประสบการณ์ทำงานในสายงานการท่องเที่ยวและบริการเฉลี่ย 7.65 ปี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 71.50 และเพศชาย ร้อยละ 28.50 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 68.80 รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 24.80) และสูงกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 6.40) ตามลำดับ มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001–20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.50 รองลงมาคือ 20,001–30,000 บาท (ร้อยละ 21.00) น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท (ร้อยละ 18.80) 40,001 บาท ขึ้นไป (ร้อยละ 10.00) และ 30,001–40,000 บาท (ร้อยละ 7.80) ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่อยู่ในสายงานการโรงแรม คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมาคือ สายงานการท่องเที่ยวและบริการ (ร้อยละ 31.20) และสายงานสายการบิน (ร้อยละ 23.80) เขตพื้นที่ของสถานที่ทำงานส่วนใหญ่คือ เมืองหลัก ร้อยละ 56.70 และเมืองรอง ร้อยละ 43.30

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ บุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการในพื้นที่ 6 จังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามันของประเทศไทย จำนวน 30 ราย ประกอบด้วย ข้อมูลส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทของสายงาน และประสบการณ์ทำงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ซึ่งผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 21 ราย ร้อยละ 70.00 และเพศชาย จำนวน 9 ราย ร้อยละ 30.00 มีอายุเฉลี่ย 32.23 ปี มีประสบการณ์ทำงานในสายงานการท่องเที่ยวและบริการเฉลี่ย 7.56 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 76.67 รองลงมา คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.33 และสูงกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.00 อยู่ในสายงานการโรงแรม จำนวน 10 ราย สายงานสายการบิน จำนวน 10 ราย และสายงานการท่องเที่ยว จำนวน 10 ราย

1. การศึกษาทักษะทางอารมณ์และสังคมสำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ จากการสะท้อนความคิดเห็นของบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ แสดงความคิดเห็นในประเด็นทักษะทางอารมณ์และสังคมที่มีความสำคัญและจำเป็นในการปฏิบัติงานสำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ดังตารางที่ 1 รวมทั้งจากการวิเคราะห์แก่นสาระของทักษะทางอารมณ์และสังคมที่มีความสำคัญและมีความจำเป็นต่อการปฏิบัติงานของบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ดังตารางที่ 2



ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน อันดับ และการแปลผลทักษะทางอารมณ์และสังคมของบุคลากร
ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ

ทักษะทางอารมณ์และสังคม	$\bar{X}$	S.D.	อันดับ	ความหมาย
ทักษะการบริการลูกค้า	4.33	.69	3	มีความจำเป็นมากที่สุด
ทักษะการจัดระบบ	3.96	.70	6	มีความจำเป็นมาก
ทักษะการสื่อสาร	4.12	.71	5	มีความจำเป็นมาก
ความฉลาดทางอารมณ์	4.39	.69	1	มีความจำเป็นมากที่สุด
ความยืดหยุ่นและการปรับตัว	4.34	.73	2	มีความจำเป็นมากที่สุด
ทักษะการทำงานเป็นทีม	4.15	.73	4	มีความจำเป็นมาก
ความคิดสร้างสรรค์	3.95	.74	7	มีความจำเป็นมาก
ทักษะการคิดอย่างมีเหตุผล	3.92	.73	8	มีความจำเป็นมาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ทักษะทางอารมณ์และสังคมของบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการที่อยู่ในระดับสูงที่สุด ประกอบด้วย ความฉลาดทางอารมณ์ (อันดับ 1) รองลงมาคือ ความยืดหยุ่นและการปรับตัว (อันดับ 2) และทักษะการบริการลูกค้า (อันดับ 3) ในขณะที่ทักษะทางอารมณ์และสังคมของบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการที่อยู่ในระดับสูง ประกอบด้วย ทักษะการทำงานเป็นทีม (อันดับ 4) รองลงมาคือ ทักษะการสื่อสาร (อันดับ 5) ทักษะการจัดระบบ (อันดับ 6) ความคิดสร้างสรรค์ (อันดับ 7) และทักษะการคิดอย่างมีเหตุผล (อันดับ 8) ผลการวิจัยบ่งชี้ว่า ทักษะทางอารมณ์และสังคมของบุคลากรในสายงานการท่องเที่ยวและการบริการที่มีความสำคัญและจำเป็นมากที่สุดจำนวน 3 ทักษะ ได้แก่ ความฉลาดทางอารมณ์ ความยืดหยุ่นและการปรับตัว และทักษะการบริการลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ Magalhães et al. (2023) ที่บ่งชี้ความยืดหยุ่นและการปรับตัวเป็นทักษะที่มีความจำเป็นในระดับมากที่สุด ในมุมมองของพนักงานโรงแรม และงานวิจัยของ Carlisle et al. (2023) ที่บ่งชี้ถึงทักษะในการบริการลูกค้าเป็นทักษะที่จำเป็นในอนาคตสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์เชิงแก่นสาระของทักษะทางอารมณ์และสังคมของบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ

การกำหนดรหัส (Coding) ทักษะทางอารมณ์และสังคมที่มีความสำคัญต่อการปฏิบัติงาน ในสายงานการท่องเที่ยวและบริการได้แก่....	การจัดหมวดหมู่ (Categorizing)	ทักษะทางอารมณ์และสังคม (Themes)
1.1 ต้องควบคุมอารมณ์ของตัวเองได้ดี (n=25) 1.2 ต้องรับมือกับลูกค้ามากมายและหลากหลายปัญหาที่เข้ามา (n=18) 1.3 ต้องเป็นคนที่ใจเย็น จะต้องไม่อารมณ์เสียกับลูกค้า ตอบลูกค้าก็ตอบอย่างนอบน้อม รับคำชมคำติชมตลอด (n=25) 1.4 ต้องควบคุมสภาวะจิตใจให้ได้ ทั้งกับลูกค้าและฝ่ายงาน (n=22) 1.5 ต้องมีทัศนคติดีด้านบวก (n=20)	- ความฉลาดทางอารมณ์	- เป็นทักษะหลักที่มีความสำคัญมากและมีความจำเป็นมากในการปฏิบัติงานสำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ



ตารางที่ 2 (ต่อ)

การกำหนดรหัส (Coding) ทักษะทางอารมณ์และสังคมที่มีความสำคัญต่อการปฏิบัติงาน ในสายงานการท่องเที่ยวและบริการ ได้แก่....	การจัดหมวดหมู่ (Categorizing)	ทักษะทางอารมณ์และสังคม (Themes)
2.1 พร้อมที่จะเรียนรู้และปรับตัวอยู่ตลอดเวลา (n=24) 2.2 มีความรู้รอบตัว เช่น สภาพอากาศ สภาพภูมิอากาศ สภาพการเดินทาง สภาพของประเทศนั้นๆ (n=17) 2.3 เอาประสบการณ์มาปรับใช้กับการทำงาน เพราะในเรื่อง ของการปฏิบัติงานมันมีหลายวิธี (n=21)	- ความยืดหยุ่นและการปรับตัว	- เป็นทักษะหลักที่มีความสำคัญ มากและมีความจำเป็นมาก ในการปฏิบัติงานสำหรับบุคลากร ในอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว และบริการ
3.1 ต้องมีใจรักการบริการ (n=22) 3.2 มีมารยาทต่อลูกค้า (n=14) 3.3 คอยช่วยเหลือลูกค้าในด้านต่าง ๆ (n=16) 3.4 มีความรู้ความสามารถในการให้บริการ (n=12) 3.5 บริการให้กับลูกค้าพึงพอใจมากที่สุด (n=19)	- ทักษะการบริการลูกค้า	- เป็นทักษะหลักที่มีความสำคัญ มากและมีความจำเป็นมาก ในการปฏิบัติงานสำหรับบุคลากร ในอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว และบริการ
4.1 ต้องประสานงานและส่งต่องานกับเพื่อนร่วมงาน (n=14) 4.2 ต้องทำงานร่วมกันเพื่อการดำเนินการอย่างครอบคลุม (n=12)	- ทักษะการทำงานเป็นทีม	- เป็นทักษะรองที่มีความสำคัญ มากและค่อนข้างจำเป็นในการ ปฏิบัติงาน
5.1 ต้องมีการสื่อสารที่ดีให้กับลูกค้า เวลาพูดอะไรต้องให้ลูกค้า เข้าใจ (n=16) 5.2 ต้องสื่อสารให้ชัดเจน (n=15) 5.3 ต้องมีทัศนคติในการพูด (n=10)	- ทักษะด้านการสื่อสาร	- เป็นทักษะรองที่มีความสำคัญ มากและค่อนข้างจำเป็นในการ ปฏิบัติงาน
6.1 มีความคิดสร้างสรรค์ในการทำกิจกรรมหรือการจัดกิจกรรม ให้กับลูกค้า (n=12) 6.2 จะต้องใช้จินตนาการในการทำงาน (n=6)	- ความคิดสร้างสรรค์	- เป็นทักษะรองที่มีความสำคัญ และจำเป็นในการปฏิบัติงาน
7.1 ต้องมีการแก้ปัญหาที่ดี (n=13) 7.2 มีไหวพริบในการแก้ปัญหา (n=12) 7.3 สามารถควบคุมสถานการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ (n=6)	- ทักษะการคิดอย่างมีเหตุผล	- เป็นทักษะรองที่มีความสำคัญ และจำเป็นในการปฏิบัติงาน
8.1 ต้องมีความตรงต่อเวลา (n=7) 8.2 ต้องบริหารจัดการตนเอง (n=7)	- ทักษะการจัดระบบ	- เป็นทักษะรองที่มีความสำคัญ และจำเป็นในการปฏิบัติงาน
9.1 มีความรู้ด้านการปฐมพยาบาลเบื้องต้นในขณะเกิดอุบัติเหตุ (n=3) 9.2 สามารถถ่ายรูปได้สวย ซึ่งเป็นหนึ่งในสิ่งที่ต้องบริการลูกค้าและ ทำให้ลูกค้ารู้สึกประทับใจกับการท่องเที่ยว (n=3) 9.3 สามารถใช้ภาษาที่ 2 หรือ 3 ในการทำงาน (n=4) 9.4 ต้องสร้างความบันเทิงให้ลูกค้าผ่อนคลายที่สุด (n=2)	- ทักษะการปฐมพยาบาลเบื้องต้น - ทักษะการถ่ายรูป - ความสามารถทางภาษา - การสร้างความบันเทิงและ นันทนาการ	- เป็นทักษะเสริมที่ช่วย ในการปฏิบัติงาน
10.1 สามารถใช้คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ อีเมลล์ อินเทอร์เน็ต (n=1)	- ทักษะด้านเทคโนโลยี	- เป็นทักษะอื่นๆ สำหรับการ ปฏิบัติงาน

จากตารางที่ 2 พบว่า บุคลากรในอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยวและบริการ จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 83.33 ให้ความสำคัญกับความฉลาดทางอารมณ์เป็นทักษะที่มีความสำคัญและจำเป็นสำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยวและบริการเป็นลำดับแรก ตามมุมมองของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้วยปัญหาที่หลากหลายและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ทำให้บุคลากรในอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยวและบริการต้องมีความฉลาดทางอารมณ์ สามารถควบคุมอารมณ์ของตนเอง บริหารความรู้สึกล่อลวงใจที่เกิดขึ้นอย่างเพียงพอ จึงจะสามารถทำงานท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น จากวิกฤตการณ์ต่างๆ ได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Prentice et al. (2020) ที่บ่งชี้ว่า ความฉลาดทางอารมณ์ยังเป็นทักษะที่ช่วยให้บุคลากรในอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยวและบริการควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ดีขึ้น รู้จักการใช้อารมณ์ในทางที่เหมาะสม และเข้าใจอารมณ์ของผู้อื่นได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะลูกค้าและนักท่องเที่ยวมีความหลากหลายทางอารมณ์และความต้องการ ทำให้การบริการมีประสิทธิภาพ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Koc & Boz (2020) ที่บ่งชี้ว่าความเข้าใจในอารมณ์ของบุคคลเป็นทักษะที่สำคัญที่สุดสำหรับบุคลากรในสายงานการท่องเที่ยวและบริการ ดังตัวอย่างมุมมองจากการ



สัมภาษณ์เชิงลึกแบบรายบุคคลที่กล่าวว่า “ต้องควบคุมอารมณ์ของตัวเองได้ดีในระดับหนึ่ง เพราะว่าต้องรับมือกับลูกค้ามากมายและหลากหลายปัญหาที่เข้ามา เราเป็นด้านหน้าของโรงแรม (PS1: เพศหญิง อายุ 26 ปี ประสบการณ์ 3 ปี สายงาน การโรงแรม)” และ “ด้านอารมณ์...เนื่องจากว่าเราเป็นงานบริการ เราต้องมีเรื่องของอารมณ์อยู่แล้ว การที่เจอลูกค้าหลายรูปแบบ เจอคนหลายรูปแบบ เราก็ต้องควบคุมอารมณ์ของเราให้ได้ (PS6: เพศหญิง อายุ 29 ปี ประสบการณ์ 7 ปี สายงาน การท่องเที่ยว)” ดังนั้น การวิจัยระหว่างเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพแสดงถึงผลการวิจัยที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ผลการวิเคราะห์เนื้อหาจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 80.00 ให้ความสำคัญกับความยืดหยุ่น และการปรับตัว โดยมองว่า เป็นประเด็นที่ต้องให้ความสำคัญ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวและบริการ เทคโนโลยี และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเข้าถึงข้อมูลทางการท่องเที่ยว ที่บุคลากรในสายงานจะต้องมีการเรียนรู้และพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลา เพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในรูปแบบต่างๆ นอกจากนี้ ในสายงานการท่องเที่ยวและบริการสามารถใช้หลากหลายวิธีในการดำเนินงานโดยมุ่งเน้นที่ผลลัพธ์เป็นสำคัญ อาทิ ในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ธุรกิจอาจใช้กลวิธีที่หลากหลายเพื่อส่งเสริมให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ดังนั้น ความยืดหยุ่นและการปรับตัวอย่างเหมาะสมในการทำงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการจึงเป็นส่วนสนับสนุน ให้บุคลากรสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของโลกในบริบทของการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Rabiul et al. (2022) ที่แสดงถึงระดับความยืดหยุ่นในการทำงานของพนักงานในธุรกิจโรงแรมในระดับที่สูงมาก เพื่อการยกระดับคุณภาพในการบริการลูกค้า ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันทั้งผลการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลสำคัญบางส่วนกล่าวว่า “ต้องมีความพร้อม ที่จะปรับตัวอยู่ตลอดเวลา พร้อมที่จะเรียนรู้ อยู่ตลอดเวลา ด้วยยุคปัจจุบัน การท่องเที่ยว คนเข้าถึงได้หมดแล้วด้วย ไม่ได้จำกัดเชื้อชาติที่จะเข้ามา แล้วก็ด้วยโลกของยุค IT สมัยใหม่ เพราะฉะนั้นถ้าเราทำอะไรที่เป็นแบบเดิมๆ มันก็ไม่สามารถอยู่รอดได้ (PS30: เพศหญิง อายุ 47 ปี ประสบการณ์ 15 ปี สายงานสายการบิน)” และ “เมื่อก่อนคือถ่ายรูปแบบเฉยๆ มาก หลังๆ เริ่มแบบหัดถ่ายรูป มีสตูดิโอ ทำให้ลูกค้ารู้สึกประทับใจกับการท่องเที่ยว แล้วก็อีกทางเลือกที่ทำให้ลูกค้าเลือกเราเป็นมัคคุเทศก์อีกครั้ง เพราะเราเป็นมัคคุเทศก์อิสระ ลูกค้าก็จะบอกว่าอยากให้เราไปด้วย ชอบถ่ายรูป ถ่ายรูปสวยๆ มันก็คือความประทับใจที่หาความรู้ใหม่ๆ ไปเรื่อยๆ ถ่ายรูป หามุมให้ลูกค้ายืน เริ่มที่จะพูดกับลูกค้าว่า ทำทำนั่นทำทำนี่ ถ่ายจากตรงนี้ ไม่ใช่แค่เดินไปสถานที่ท่องเที่ยวแล้วก็พาเดินไปแล้ว ก็จบ (PS7: เพศชาย อายุ 33 ปี ประสบการณ์ 12 ปี สายงานการท่องเที่ยว)”

ในบริบทของการบริการลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.33 มองว่า มีความสำคัญต่อการทำงานในสายงานการท่องเที่ยวและบริการ โดยเป็นทักษะที่จะช่วยให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ จนกลายเป็นลูกค้าที่มีความภักดีต่อตราสินค้าและบริการของธุรกิจ ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญบางส่วน มองว่า ทักษะการบริการลูกค้าควรเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่บุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการพึงมี เนื่องด้วยลักษณะของธุรกิจ และการดำเนินงานเป็นปกติทั่วไปในการดูแลและบริการลูกค้าอย่างเต็มที่ จึงอาจกล่าวได้ว่า ทักษะการบริการลูกค้า คือ องค์ประกอบและคุณลักษณะสำคัญสำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับผลการวิจัยเชิงปริมาณ ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาก่อนหน้านี้ที่บ่งชี้ถึงความสำคัญในระดับสูงที่สุดของทักษะและพฤติกรรมบริการลูกค้าของบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ (Singh & Jaykumar, 2019 ; Teng, 2019) ตัวอย่างบางส่วนของผู้ให้ข้อมูลสำคัญกล่าวว่า “Service Mind...ถ้าเรามีเนี่ย ก็จะทำให้เราอยู่ในธุรกิจ โรงแรมได้ยาวเลย (PS21: เพศชาย อายุ 28 ปี ประสบการณ์ 5 ปี สายงานการโรงแรม)” และ “สิ่งแรกที่สำคัญเลย...เรื่องของ การบริการ Service Mind ถ้ามีค่านี้นี้ค่าเดียว น่าจะครอบคลุมทั้งหมด ก็คือคนที่มาทำงานตรงนี้จะต้องมีใจรักในงานบริการ ไม่ว่าจะทำงานแผนกไหน ไม่ว่าแม่บ้านหรือว่าอะไรก็แล้วแต่ ถ้ามีใจรักในการบริการ งานแต่ละอย่างที่ได้รับมอบหมายหรือหน้าที่ที่เราทำอยู่มันก็จะออกมาดี เพราะว่าได้น่าเนี่ยแล้ว ทำแล้วให้คนอื่นประทับใจ (PS29: เพศชาย อายุ 32 ปี ประสบการณ์ 10 ปี สายงานการท่องเที่ยว)”

สำหรับทักษะทางอารมณ์และสังคมในด้านอื่นๆ ผลการวิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญบ่งชี้ ถึงความสำคัญและเป็นที่มาที่มีความจำเป็นในการทำงานด้านการท่องเที่ยวและบริการที่ใกล้เคียงกัน ประกอบด้วย ทักษะการทำงานเป็นทีม ทักษะการสื่อสาร ทักษะการจัดระบบ ความคิดสร้างสรรค์ และทักษะการคิดอย่างมีเหตุผล โดยสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงปริมาณที่แสดงถึงระดับความจำเป็นของทักษะเหล่านี้ในระดับมากต่อการทำงานในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวและบริการ โดยสามารถแสดงตัวอย่างมุมมองจากการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบรายบุคคล ดังนี้

“ทักษะในการสื่อสารกับลูกค้า ก็เหมือนเวลาเราทำงานก็ต้องมีการสื่อสารที่ดีให้กับลูกค้า เวลาเราพูดอะไรก็ต้องให้ลูกค้าเข้าใจ” (PS12: เพศหญิง อายุ 36 ปี ประสบการณ์ 10 ปี สายงานการท่องเที่ยว)



“เราจะต้องเป็นคนที่ต้องมีทักษะการพูดที่ดีมากๆ เลย เพราะว่าเรารับลูกค้าโดยตรง เราต้องสื่อสารข้อมูลต่างๆ ให้ลูกค้าทราบ ต้องสื่อสารหรือพูดอย่างชัดเจน” (PS2: เพศหญิง อายุ 23 ปี ประสบการณ์ 1 ปี สายงานการโรงแรม)

“ด้วยอาชีพจริง ๆ มักคู่ทุกข์ การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าสำคัญนะ ต้องคิดวิเคราะห์อย่างละเอียด เพราะว่าในการทำงานเราจะต้องเจอปัญหา ถ้าหากเราแก้ปัญหาเฉพาะหน้าไม่ได้ก็จะเกิดปัญหา เราก็จะดูแลลูกค้ากลุ่มนั้นไม่สมบูรณ์” (PS8: เพศชาย อายุ 29 ปี ประสบการณ์ 7 ปี สายงานการท่องเที่ยว)

“ปัญหาที่เกิดขึ้นในแต่ละด้าน เราจะต้องพร้อมในการแก้ปัญหาให้รวดเร็ว ฉับพลัน แม่นยำ แล้วก็จัดการ” (PS16: เพศชาย อายุ 29 ปี ประสบการณ์ 10 ปี สายงานการท่องเที่ยว)

“การทำงานร่วมกันกับเพื่อนร่วมงาน เพราะต้องประสานงาน ส่งต่องานกับเพื่อน ก็คือเหมือนเราทำงานร่วมกับผู้อื่น เราจะเก่งอย่างเดียวไม่ได้ การทำงานมันต้องช่วยเหลือซึ่งกันและกัน งานมันถึงจะผ่านไปได้ด้วยดี” (PS9: เพศหญิง อายุ 24 ปี ประสบการณ์ 6 ปี สายงานการโรงแรม)

“ต้องมีความอดทน มีระเบียบวินัย การตรงต่อเวลา” (PS12: เพศหญิง อายุ 36 ปี ประสบการณ์ 10 ปี สายงานการท่องเที่ยว)

“การตรงต่อเวลา เพราะว่าตรงต่อเวลาเข้างาน ก็คือเราทำงานตรงนั้นมันก็จะมีความที่เห็นเองอยู่แล้ว เพราะเหมือนเป็นการมอบหมายว่าวันนี้คุณต้องทำอะไรบ้าง เรารับผิดชอบงานตัวเองเราได้จะไรมาเราก็ทำตรงนั้นให้เต็มที่” (PS17: เพศหญิง อายุ 32 ปี ประสบการณ์ 9 ปี สายงานสายการบิน)

“ความคิดสร้างสรรค์ เพราะการทำงาน คนที่ประสบความสำเร็จน่าจะเป็นคนที่มีความคิดที่แปลกใหม่กว่าคนอื่น น่าจะเป็นหนทางสู่ความสำเร็จได้ดีกว่าคนอื่น” (PS24: เพศชาย อายุ 28 ปี ประสบการณ์ 2 ปี สายงานการท่องเที่ยว)

“เขาต้องมีความเป็นมิตรกับเพื่อนร่วมงาน เป็นมิตรกับผู้อื่น เพราะจะทำให้องค์กรสามารถดำเนินต่อไปได้ เช่น สมมติว่าเขาเข้ามาแล้วเขาไม่เป็นมิตร เขาทำให้องค์กรเสีย มันจะทำให้องค์กรไม่สามารถดำเนินต่อไปได้ หรือดำเนินต่อไปได้แต่ไม่ดี ทำให้คุณภาพที่องค์กรที่เราวางไว้มันเสียระบบ แล้วทำให้ผลงานมันออกมาไม่ดี ก็ส่งผลไปถึงลูกค้า” (PS27: เพศหญิง อายุ 26 ปี ประสบการณ์ 3 ปี สายงานสายการบิน)

นอกจากผลการวิเคราะห์เนื้อหาดังกล่าว ผู้ให้ข้อมูลสำคัญบางส่วนยังระบุถึงทักษะอื่นๆ ที่มีความสำคัญและเป็นส่วนสนับสนุนการทำงานของบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ทักษะที่เกี่ยวข้องกับลักษณะเฉพาะในแต่ละสายงาน ประกอบด้วย 1) สายงานการโรงแรม บุคลิกภาพระหว่างการทำงานที่ต้องพบเจอกับลูกค้าเป็นส่วนสำคัญที่สะท้อนถึงภาพลักษณ์ของโรงแรมได้อย่างชัดเจน ทักษะทางด้านภาษาต่างประเทศที่บุคลากรในสายงานการโรงแรมจำเป็นต้องใช้ในการต้อนรับและติดต่อกับนักท่องเที่ยวและลูกค้าโดยตรง 2) สายงานสายการบิน มีความคิดเห็นที่ใกล้เคียงกับบุคลากรในสายงานการโรงแรม โดยระบุถึงบุคลิกภาพและความสามารถในการใช้ภาษาที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการทำงานในสายงาน นอกจากนี้ ยังมีทักษะทางด้านคอมพิวเตอร์และการทำงานได้หลากหลายที่เป็นสิ่งสนับสนุนให้บุคลากรมีความเป็นมืออาชีพและคุณภาพที่สูงขึ้น และ 3) สายงานการท่องเที่ยวและบริการ โดยทักษะที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญบ่งชี้ถึงการสนับสนุนในการทำงาน ประกอบด้วย ทักษะการปฐมพยาบาลเบื้องต้นที่บางครั้งจำเป็นต้องใช้ในการช่วยเหลือลูกค้าเมื่อเกิดสถานการณ์ที่คับขัน ทักษะการถ่ายรูปที่ช่วยให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและพึงพอใจในการบริการมากยิ่งขึ้น รวมทั้งทักษะในการสร้างความบันเทิงและกิจกรรมนันทนาการ ที่เป็นส่วนสนับสนุนให้กิจกรรมทางการท่องเที่ยวมีความน่าสนใจและส่งเสริมประสบการณ์การท่องเที่ยวให้กับลูกค้าได้อย่างชัดเจน ดังตัวอย่างมุมมองจากการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบรายบุคคล

“ทักษะทางด้านภาษา ก็คืออย่างน้อยจะต้องได้ภาษาอังกฤษหรือได้ภาษาที่สาม ภาษาจีน ภาษาเกาหลี ก็แล้วแต่ เพราะเราจะต้องเจอลูกค้าหลากหลายเชื้อชาติ ภาษาถือว่าสำคัญมาก แล้วก็อีกอย่างหนึ่งที่เสริมไป ก็คือ บุคลิกภาพ” (PS2: เพศหญิง อายุ 23 ปี ประสบการณ์ 1 ปี สายงานการโรงแรม)

“บุคลิกภาพที่เราจะนำเสนอออกไป ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกาย การไหว้ ซึ่งมีส่วนสำคัญเราจะต้องดูดีมีบุคลิกภาพที่ดีเพื่อที่จะได้เป็นภาพลักษณ์ให้โรงแรมด้วย” (PS5: เพศหญิง อายุ 34 ปี ประสบการณ์ 9 ปี สายงานการโรงแรม)

“สร้างความบันเทิง การหยอกล้อลูกค้า การเล่นกับลูกค้าอย่างเหมาะสม ก็คือเราต้องดูว่าลูกค้า ต่อไปก็คือการใช้จิตวิทยาในการแบบสังเกตลูกค้าว่าในระยะเวลาตรงนี้เรากำลังเดินทางอยู่ว่า ลูกค้ามีปฏิกิริยาอย่างไรในการเดินทาง เช่น เหนื่อยล้าหรือลูกค้ากระตือรือร้นตื่นตัวเราก็จะนำเกมต่างๆ หรือกิจกรรมต่างๆ หรือความรู้ต่างๆ ในสถานที่นั้นๆ จะเอามาใช้ประยุกต์ให้เกิดความสนุกมากขึ้นอีก อันนี้เป็นการสร้างความบันเทิงกับจิตวิทยารวมกัน” (PS8: เพศชาย อายุ 29 ปี ประสบการณ์ 7 ปี สายงานการท่องเที่ยว)



“การปฐมพยาบาลเบื้องต้นในขณะเกิดอุบัติเหตุ เช่น รถเบรกกะทันหัน หรือเกิดอุบัติเหตุหกล้ม ลูกค้าหัวแตกก็มี จะมีการเตรียมปฐมพยาบาลเบื้องต้น เรามีชุดปฐมพยาบาลเบื้องต้นเป็นของตัวเองเรา จะได้ปฐมพยาบาลลูกค้าอย่างทันท่วงที ก่อนนำส่งโรงพยาบาล” (PS10: เพศหญิง อายุ 36 ปี ประสบการณ์ 9 ปี สายงานการท่องเที่ยว)

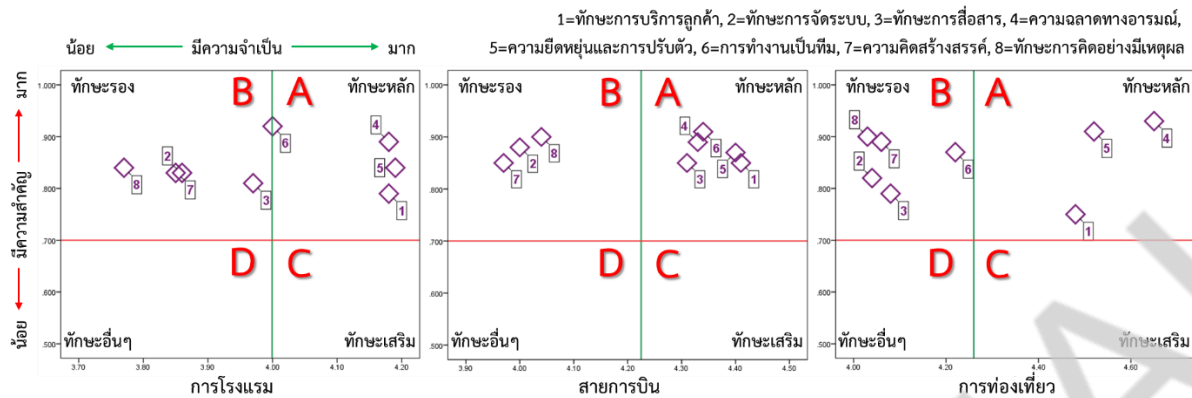
2. การศึกษาตัวบ่งชี้ทักษะทางอารมณ์และสังคมของบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ โดยการวิเคราะห์แบบแยกกลุ่มจำแนกตามสายงาน ประกอบด้วย 1) สายงานการโรงแรม 2) สายงานสายการบิน และ 3) สายงานการท่องเที่ยว ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เพื่อยืนยันองค์ประกอบที่สำคัญและสะท้อนถึงอิทธิพลของทักษะแต่ละทักษะที่มีต่อทักษะทางอารมณ์และสังคมจากการพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ของแต่ละทักษะซึ่งกำหนดเกณฑ์ที่ยอมรับได้อยู่ที่ระดับ 0.70 ขึ้นไป โดยกำหนดเป็นความสำคัญต่อการบ่งชี้ทักษะทางอารมณ์และสังคม และพิจารณาจากค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นที่มีต่อทักษะทางอารมณ์และสังคมในแต่ละทักษะ โดยกำหนดให้เป็นความจำเป็นต่อการบ่งชี้ทักษะทางอารมณ์และสังคม ดังตารางที่ 3 จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์ความสำคัญและความจำเป็นของทักษะทางอารมณ์และสังคมของบุคลากรโดยการวิเคราะห์แบบแยกกลุ่มจำแนกตามสายงาน ซึ่งปรับตามแนวคิดการวิเคราะห์ความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน (Importance-Performance Analysis: IPA) ดังภาพที่ 3

ตารางที่ 3 คะแนนเฉลี่ยความสำคัญและความจำเป็นของทักษะทางอารมณ์และสังคมของบุคลากรในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวและบริการในแต่ละสายงาน

ทักษะทางอารมณ์และสังคม	การโรงแรม (n=180)		สายการบิน (n=95)		การท่องเที่ยว (n=125)	
	ความสำคัญ (FL)	ความจำเป็น $\bar{X}$	ความสำคัญ (FL)	ความจำเป็น $\bar{X}$	ความสำคัญ (FL)	ความจำเป็น $\bar{X}$
1. ทักษะการบริการลูกค้า	0.79	4.18	0.85	4.41	0.75	4.48
2. ทักษะการจัดระบบ	0.83	3.86	0.88	4.00	0.82	4.04
3. ทักษะการสื่อสาร	0.81	3.97	0.85	4.31	0.79	4.08
4. ความฉลาดทางอารมณ์	0.89	4.18	0.89	4.33	0.93	4.65
5. ความยืดหยุ่นและการปรับตัว	0.84	4.19	0.87	4.40	0.91	4.52
6. ทักษะการทำงานเป็นทีม	0.92	4.00	0.91	4.34	0.87	4.22
7. ความคิดสร้างสรรค์	0.83	3.85	0.85	3.97	0.89	4.06
8. ทักษะการคิดอย่างมีเหตุผล	0.84	3.77	0.90	4.04	0.90	4.03
KMO Value	0.89	-	0.89	-	0.92	-
Bartlett's Test (P-Value)	0.00	-	0.00	-	0.00	-
ค่าเฉลี่ยของทุกทักษะ	-	4.00	-	4.20	-	4.29

หมายเหตุ FL= Factor Loading

จากตารางที่ 3 พบว่า 1) ทักษะทางอารมณ์และสังคมที่มีความสำคัญเป็น 3 อันดับแรกในสายงานการโรงแรม ได้แก่ ทักษะการทำงานเป็นทีม ความฉลาดทางอารมณ์ และความยืดหยุ่นและการปรับตัว ตามลำดับ และทักษะที่มีความจำเป็นในการปฏิบัติงานในสายงานการโรงแรม 3 อันดับแรก ได้แก่ ความยืดหยุ่นและการปรับตัว ความฉลาดทางอารมณ์ และการบริการลูกค้า ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Magalhães et al. (2023) ที่บ่งชี้ถึงทักษะที่จำเป็นมากที่สุดสำหรับพนักงานโรงแรมคือความยืดหยุ่นและการปรับตัว 2) ทักษะที่มีความสำคัญเป็น 3 อันดับแรกในสายงานสายการบิน ได้แก่ การทำงานเป็นทีม ทักษะการคิดอย่างมีเหตุผล และความฉลาดทางอารมณ์ ตามลำดับ และทักษะที่มีความจำเป็นในการปฏิบัติงานในสายงานสายการบิน 3 อันดับแรก ได้แก่ ทักษะการบริการลูกค้า ความยืดหยุ่นและการปรับตัว และการทำงานเป็นทีม ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Bremer & Maertens (2021) ที่บ่งชี้ถึงทักษะในอนาคตที่สำคัญสำหรับพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินคือ การทำงานเป็นทีม การมุ่งเน้นการบริการ รวมถึงทักษะในการสื่อสาร และ 3) ทักษะที่มีความสำคัญเป็น 3 อันดับแรกในสายงานการท่องเที่ยว ได้แก่ ความฉลาดทางอารมณ์ ความยืดหยุ่นและการปรับตัว และทักษะการคิดอย่างมีเหตุผล ตามลำดับ และทักษะที่มีความจำเป็นในการปฏิบัติงานในสายงานการท่องเที่ยว 3 อันดับแรก ได้แก่ ความฉลาดทางอารมณ์ ความยืดหยุ่นและการปรับตัว และการบริการลูกค้า ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sharma & Singh (2020) ที่บ่งชี้ถึงความสำคัญและความจำเป็นของทักษะทางอารมณ์และสังคมสำหรับการทำงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อาทิ ทักษะการคิดอย่างมีเหตุผล ทักษะในการปรับตัว และทักษะการสื่อสาร ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสำคัญและความจำเป็นของทักษะทางอารมณ์และสังคมของบุคลากรในแต่ละสายงาน

จากภาพที่ 3 พบว่า 1) ทักษะหลัก อยู่ในพื้นที่ A เป็นทักษะที่มีความสำคัญมากและมีความจำเป็นในการปฏิบัติงานมากสำหรับบุคลากรในสายงานการโรงแรม ได้แก่ การบริการลูกค้า ความฉลาดทางอารมณ์ ความยืดหยุ่นและการปรับตัว และการทำงานเป็นทีม ในขณะที่ทักษะรองซึ่งอยู่ในพื้นที่ B เป็นทักษะที่มีความสำคัญมากแต่มีความจำเป็นในการปฏิบัติงานน้อย ประกอบด้วย ทักษะการจัดระบบ ทักษะการสื่อสาร ความคิดสร้างสรรค์ และทักษะการคิดอย่างมีเหตุผล 2) ทักษะหลักสำหรับบุคลากรในสายงานสายการบิน ได้แก่ ทักษะการบริการลูกค้า ทักษะการสื่อสาร ความฉลาดทางอารมณ์ ความยืดหยุ่นและการปรับตัว และการทำงานเป็นทีม ในขณะที่ทักษะรอง ประกอบด้วย ทักษะการจัดระบบ ความคิดสร้างสรรค์ และทักษะการคิดอย่างมีเหตุผล และ 3) ทักษะหลักสำหรับบุคลากรในสายงานการท่องเที่ยว ได้แก่ การบริการลูกค้า ความฉลาดทางอารมณ์ และความยืดหยุ่นและการปรับตัว ในขณะที่ทักษะรอง ประกอบด้วย การทำงานเป็นทีม ทักษะการจัดระบบ ทักษะการสื่อสาร ความคิดสร้างสรรค์ และทักษะการคิดอย่างมีเหตุผล

ทักษะทางอารมณ์และสังคมที่มีความสำคัญและจำเป็นในการปฏิบัติงานสำหรับบุคลากรจากการวิเคราะห์ผลการวิจัย ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยสามารถจำแนกทักษะทางอารมณ์และสังคมออกเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มที่ 1 ทักษะหลัก โดยเป็นทักษะที่มีความสำคัญและจำเป็นมากที่สุดในการปฏิบัติงานในสายงานการท่องเที่ยวและบริการ เนื่องจากเป็นทักษะที่จะช่วยให้บุคลากรมีความพร้อมและความสามารถในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลง สถานการณ์วิกฤต และความหลากหลายของเนื้อหาและผู้รับบริการ กลุ่มที่ 2 ทักษะรอง เป็นทักษะที่มีความสำคัญและจำเป็นมากในการปฏิบัติงานด้วยลักษณะเฉพาะของงานในสายงานการท่องเที่ยวและบริการ และกลุ่มที่ 3 ทักษะเสริม ที่เป็นส่วนสนับสนุนให้บุคลากรมีคุณลักษณะพิเศษที่ช่วยยกระดับการทำงานและการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและผู้รับบริการ

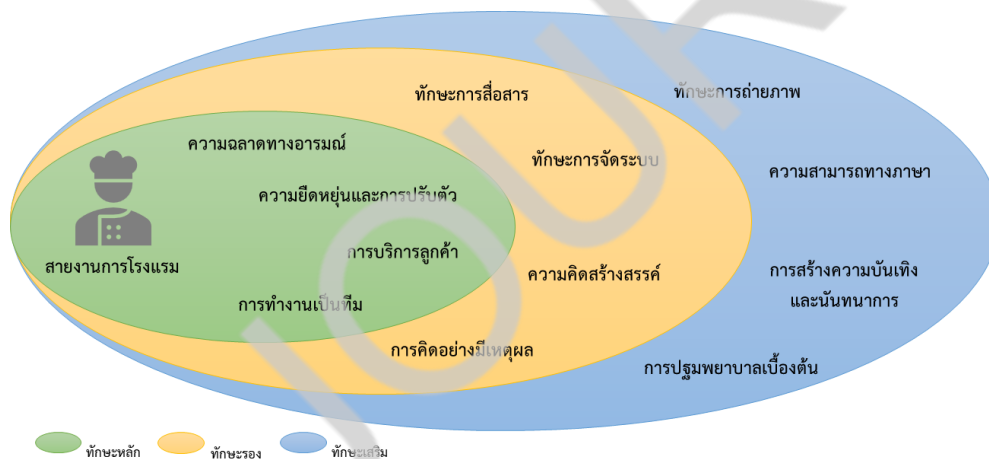
สรุปผลการวิจัย

1. บุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการสะท้อนถึงทักษะทางอารมณ์และสังคมที่มีความสำคัญและจำเป็นมากที่สุดในการปฏิบัติงานในสายงานการท่องเที่ยวและบริการ ได้แก่ ความฉลาดทางอารมณ์ ความยืดหยุ่นและการปรับตัว และทักษะการบริการลูกค้า ซึ่งเปรียบเสมือนทักษะพื้นฐานที่บุคลากรที่ทำงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการพึงมี เนื่องด้วยลักษณะของการทำงานที่จะต้องบริการและดูแลลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวเป็นหลัก มีโอกาสที่จะพบเจอกับปัญหาเฉพาะหน้าและการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ต่างๆ ได้ตลอดเวลา ถัดมา คือ ทักษะทางอารมณ์และสังคมที่มีความสำคัญและจำเป็นในการทำงานสำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ประกอบด้วย ทักษะการทำงานเป็นทีม ทักษะการสื่อสาร ทักษะการจัดระบบ ความคิดสร้างสรรค์ และทักษะการคิดอย่างมีเหตุผล เนื่องด้วยในสายงานการท่องเที่ยวและบริการมีความจำเป็นในการติดต่อและประสานงานกับส่วนงานต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร นอกจากนี้การจัดระบบการทำงานก็มีบทบาทสำคัญให้บุคลากรในสายงานต้องพยายามสมดุลให้มากที่สุด เนื่องจากเวลาการทำงานมีความแตกต่างกับสายงานอื่นๆ ทั่วไป เช่น มัคคุเทศก์ พนักงานโรงแรม รวมทั้งรูปแบบของงานในสายงานการท่องเที่ยวและบริการยังมีความจำเป็นต่อการคิดอย่างมีเหตุผลและมีความคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่เพื่อแก้ไขปัญหาและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม ทักษะทางอารมณ์และสังคมสำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการในการ

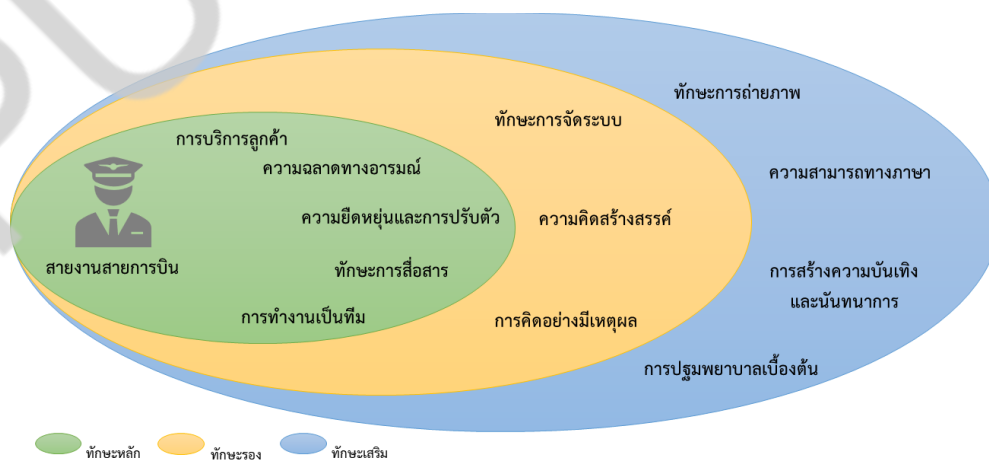


ปฏิบัติงานสามารถจำแนกออกเป็น 4 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มที่ 1 ทักษะหลัก เป็นทักษะที่มีความสำคัญและจำเป็นมากที่สุดในการปฏิบัติงานในสายงานการท่องเที่ยวและบริการ ได้แก่ ความฉลาดทางอารมณ์ ความยืดหยุ่นและการปรับตัว และทักษะการบริการลูกค้า กลุ่มที่ 2 ทักษะรอง เป็นทักษะที่มีความสำคัญและจำเป็นในการปฏิบัติงาน ได้แก่ ทักษะการทำงานเป็นทีม ทักษะการสื่อสาร ทักษะการจัดระบบ ความคิดสร้างสรรค์ และทักษะการคิดอย่างมีเหตุผล กลุ่มที่ 4 ทักษะเสริม เป็นทักษะที่สนับสนุนให้บุคลากรมีคุณลักษณะพิเศษที่ช่วยยกระดับการทำงานและการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและผู้รับบริการ ได้แก่ ทักษะการถ่ายภาพ ความสามารถทางภาษา การสร้างความบันเทิงและนันทนาการ และทักษะการปฐมพยาบาลเบื้องต้น และ กลุ่มที่ 4 ทักษะอื่นๆ เป็นทักษะที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานแต่อาจยังไม่ใช่ทักษะที่มีความสำคัญหรือจำเป็นมากนัก เช่น ทักษะด้านเทคโนโลยี จากผลการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ สามารถยืนยันผลการวิจัยในทิศทางเดียวกันถึงทักษะทางอารมณ์และสังคมสำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมบริการการท่องเที่ยวและบริการ รวมถึงยังเป็นการเติมเต็มเหตุผลและขยายความของผลการวิจัยที่สะท้อนถึงบริบทเชิงพื้นที่ฝั่งอันดามันของประเทศไทย

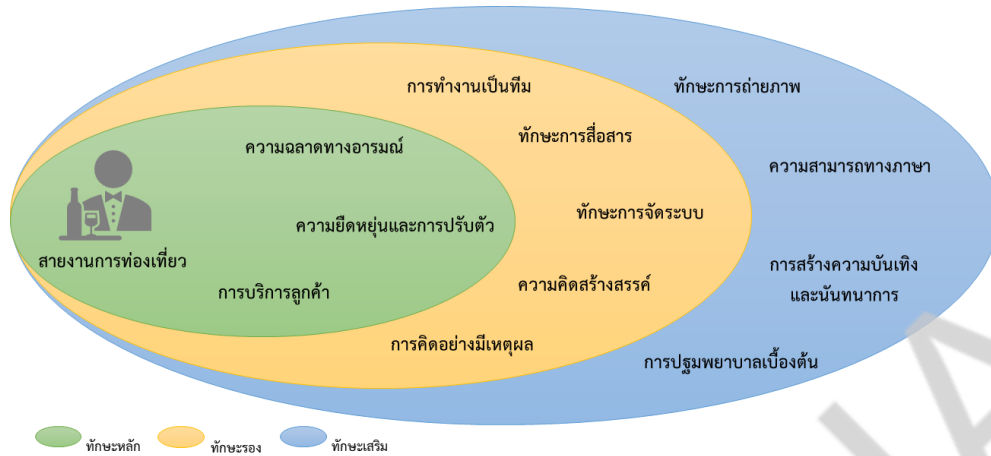
2. ทักษะทางอารมณ์และสังคมสำหรับบุคลากรในแต่ละสายงานมีความสำคัญและความจำเป็นในการปฏิบัติงานในบริบทที่แตกต่างกัน ประกอบด้วย 1) บุคลากรในสายงานการโรงแรม ทักษะหลัก ได้แก่ ความฉลาดทางอารมณ์ ความยืดหยุ่นและการปรับตัว การบริการลูกค้า และการทำงานเป็นทีม ดังภาพที่ 4 2) บุคลากรในสายงานสายการบิน ทักษะหลัก ได้แก่ การบริการลูกค้า ความฉลาดทางอารมณ์ ความยืดหยุ่นและการปรับตัว ทักษะการสื่อสาร และการทำงานเป็นทีม ดังภาพที่ 5 และ 3) บุคลากรในสายงานการท่องเที่ยว ทักษะหลัก ได้แก่ ความฉลาดทางอารมณ์ ความยืดหยุ่นและการปรับตัว และการบริการลูกค้า ดังภาพที่ 6



ภาพที่ 4 ทักษะทางอารมณ์และสังคมสำหรับบุคลากรในสายงานการโรงแรม



ภาพที่ 5 ทักษะทางอารมณ์และสังคมสำหรับบุคลากรในสายงานสายการบิน



ภาพที่ 6 ทักษะทางอารมณ์และสังคมสำหรับบุคลากรในสายงานการท่องเที่ยว

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ผลการวิจัยนี้เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการในเขตพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอันดามันของประเทศไทย โดยเป็นข้อมูลและความรู้ที่สำคัญในการกำหนดนโยบายส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพและคุณลักษณะทางอารมณ์และสังคมของบุคลากรที่ทำงานอยู่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการให้มีความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงและสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ ยังเป็นประโยชน์ต่อการเพิ่มศักยภาพบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการสำหรับการแข่งขันในระดับประเทศและภูมิภาค
2. ผลการวิจัยนี้เป็นประโยชน์ต่อภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการในเขตพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอันดามันของประเทศไทย โดยผลการวิจัยและองค์ความรู้ที่ค้นพบเป็นข้อมูลสำคัญในการพัฒนาระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ขององค์กร รวมทั้งแนวทางการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในองค์กรทั้งในสายงานการโรงแรม สายการบิน และการท่องเที่ยว
3. ผลการวิจัยนี้เป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับบุคลากรที่ทำงานอยู่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ทั้งสายงานการโรงแรม สายการบิน และการท่องเที่ยว โดยผลการวิจัยเป็นองค์ความรู้ที่สำคัญในการพัฒนาศักยภาพและคุณลักษณะของตนเองในการทำงาน อันอาจส่งผลต่อความมั่นคงในงานและผลการปฏิบัติงาน อาทิ การประเมินทักษะทางอารมณ์และสังคมของตนเองเพื่อความเข้าใจและการพัฒนาทักษะทางอารมณ์และสังคมในด้านต่างๆ อย่างตรงจุดและเหมาะสม เพื่อสร้างความพร้อมในการทำงานและการแข่งขันของตลาดแรงงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ควรมีนโยบายส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพและสมรรถนะทางด้านทักษะทางอารมณ์และสังคมของบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ โดยการจัดตั้งศูนย์ส่งเสริมศักยภาพทักษะทางอารมณ์และสังคม ที่บุคลากรสามารถเข้าถึงองค์ความรู้ได้อย่างสะดวก รวมทั้งสามารถเข้าถึงได้ในทุกช่วงวัย เป็นหลักสูตรที่เป็นการพัฒนาเพิ่มทักษะทางอารมณ์และสังคมอย่างเป็นรูปธรรมที่บุคลากรสามารถนำไปใช้ในการทำงานได้จริงและมีประสิทธิภาพ รวมถึงการเตรียมความพร้อมศักยภาพของบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันภาพรวมในระดับภูมิภาคและระดับประเทศ เนื่องด้วยอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการของประเทศไทยมีส่วนขับเคลื่อนและมีส่วนสำคัญในระบบเศรษฐกิจ
2. ภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรส่งเสริมการเพิ่มทักษะทางอารมณ์และสังคมของบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการที่สอดคล้องและเหมาะสมกับลักษณะของแต่ละสายงาน ทั้งการโรงแรม การบิน และการท่องเที่ยว โดยการรณรงค์และประชาสัมพันธ์ถึงบทบาทและความสำคัญของทักษะทางอารมณ์และสังคมในยุคปัจจุบันและอนาคตที่ส่งผลต่อความมั่นคงในการทำงานและผลการปฏิบัติงาน สำหรับภาครัฐ ควรส่งเสริมการรับรู้และการตระหนักให้กับบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการถึงเหตุผลและประโยชน์ของทักษะทางอารมณ์และสังคมที่บุคลากรพึงมี



ในขณะที่ภาคเอกชนควรส่งเสริมให้บุคลากรในองค์กรเพิ่มทักษะทางอารมณ์และสังคมผ่านกระบวนการกระตุ้นอย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง อาทิ การเพิ่มค่าตอบแทน ความก้าวหน้าในอาชีพ และความมั่นคงในงาน

3. บุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการควรเพิ่มทักษะทางอารมณ์และสังคมในภาพรวมของตนเองให้มากยิ่งขึ้น อาทิ ความฉลาดทางอารมณ์ ความยืดหยุ่นและการปรับตัว และทักษะการบริการลูกค้า โดยการเรียนรู้ผ่านหลักสูตรต่างๆ ที่เป็นองค์ความรู้สำหรับการเพิ่มศักยภาพทักษะทางอารมณ์และสังคม เนื่องจากเป็นทักษะที่ส่งเสริมคุณลักษณะเฉพาะของตนเองในการทำงานในสายงานการท่องเที่ยวและบริการ รวมถึงการทำงานในสังคม

4. บุคลากรในแต่ละสายงานที่ทำงานอยู่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการควรยกระดับศักยภาพของทักษะทางอารมณ์และสังคมที่เป็นทักษะหลักอันมีความสำคัญและมีความจำเป็นเฉพาะแต่ละสายงาน อันจะช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยเชิงเปรียบเทียบระหว่าง Hard Skill และ Soft Skill สำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการทั้งในเขตพื้นที่ฝั่งอานามัน ระดับภาคใต้ และระดับประเทศ เพื่อความเข้าใจถึงบริบททั้งหมดสำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ

2. ควรมีการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อทดสอบอิทธิพลของทักษะทางอารมณ์และสังคมที่อาจจะส่งผลต่อความพึงพอใจในงาน ผลการปฏิบัติงาน หรือความตั้งใจในการลาออกจากงาน

ข้อกำจัดการวิจัย

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยนี้เป็นแบบสอบถามที่วัดตัวแปรทั้งหมดจากคนๆ เดียว (Cross-sectional Survey Data Collection) ซึ่งอาจเกิดอคติในการตอบแบบสอบถาม เช่น ประเด็นการประเมินผลการปฏิบัติงาน ดังนั้นจึงอาจทำให้ผลการวิจัยมีความเอนเอียงเกิดขึ้น จึงควรป้องกันด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามด้วยคนต่างกลุ่มกัน (Multi-source Data Collection) แต่การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบนี้อาจทำได้ยากในบริบทของงานวิจัยนี้

2. การวิจัยนี้ครอบคลุมเฉพาะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการในเขตพื้นที่ฝั่งอานามันของประเทศไทยทั้ง 6 จังหวัด ผลการวิจัยอาจจะไม่สามารถสะท้อนถึงบริบทในภาพรวมของภาคใต้ทั้งหมด หรือในภาพรวมของประเทศไทย

References

- Anthonius, A. (2021). The Influence Of Employee Empowerment, Soft Skills And Hard Skills Towards Employee Performance In Hotel/Hospitality Industry. *COMPETITIVE Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 5(2),14-24.
- Asbari, M., Purwanto, A., Ong, F., Mustikasiwi, A., Maesaroh, S., Mustofa, M., Hutagalung, D. & Andriyani, Y. (2020). Impact of Hard Skills, Soft Skills and Organizational Culture: Lecturer Innovation Competencies as Mediating. *EduPsyCouns: Journal of Education, Psychology and Counseling*, 2(1),101-121.
- Asefer, A. & Abidin, Z. (2021). Soft skills and graduates' employability in the 21st century from employers' perspectives:A review of literature.*International Journal of Infrastructure Research and Management*, 9(2),44-59.
- Bremer, K. F. & Maertens, S. U. (2021). Future skills of flight attendants in times of covid-19-related job uncertainty—the case of Germany. *Administrative Sciences*, 11(4), 154.
- Carlisle, S., Ivanov, S. & Espeso-Molinero, P. (2023). Delivering the European Skills Agenda: the importance of social skills for a sustainable tourism and hospitality industry. *Tourism & management studies*, 19(3),23-40.
- Chala, F. M. & Bouranta, N. (2021). Soft Skills Enhance Employee Contextual Performance: The Case of the Maritime Industry. *KnE Social Sciences*, 5(9),126–138.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed). New York : John Wiley & Sons.



- Faizin, M., Isnaini, A., Sudarmiati, S. & Firmansyah, R. (2024). Analysis Of Entrepreneurial Soft Skills In Improving MSME Business Sustainability In Pasuruan Mangrove Tourism Area. *International Journal of Economics and Management Research*, 3(1),103-116.
- Goni, M. D., Naing, N. N., Hasan, H., Wan-Arfah, N., Deris, Z. Z., Arifin, W. N., Baaba, A. A. & Njaka, S. (2020). A confirmatory factor analysis of the knowledge, attitude and practice questionnaire towards prevention of respiratory tract infections during Hajj and Umrah. *BMC public health*, 20(1684),1-8.
- Kenayathulla, H. B., Ahmad, N. A. & Idris, A. R. (2019). Gaps between competence and importance of employability skills: evidence from Malaysia. *Higher Education Evaluation and Development*, 13(2),97-112.
- Kirschner, P. A. & Stoyanov, S. (2020). Educating youth for nonexistent/not yet existing professions. *Educational Policy*, 34(3),477-517.
- Kiryakova-Dineva, T., Kyurova, V. & Chankova, Y. (2019). Soft skills for sustainable development in tourism: the Bulgarian experience. *European Journal of Sustainable Development*, 8(2),57-57. <https://doi.org/10.14207/ejsd.2019.v8n2p57>
- Koc, E. & Boz, H. (2020). Development of hospitality and tourism employees' emotional intelligence through developing their emotion recognition abilities. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 29(2),121-138.
- Kumar, S. V. (2021). A study on adept soft skill & knowledge accompanying hospitality employee retention behavior during Covid-19 lockdown phase. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos*, 11,1-9. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5770073>
- Magalhães, C., Araújo, A. & Andrés Marques, I. (2023). Hotel workers' perceptions on soft and hard skills in Porto, Portugal. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 22(1),49-70.
- Mamatzakis, E., Pegkas, P. & Staikouras, C. (2023). Labour market regulations and efficiency in tourism industry. *Tourism Economics*, 29(4),1032-1054.
- Pranić, L., Pivac, S. & Mandić, A. (2024). Soft skills' infusion in tourism curricula: scale development and validation. *Anatolia*, 1-18. <https://doi.org/10.1080/13032917.2024.2363804>
- Pranić, L., Pivčević, S. & Praničević, D. G. (2021). Top 30 soft skills in tourism and hospitality graduates: A systematic literature review. *Tourism in Southern and Eastern Europe*, 6,637-656. doi:10.20867/tosee.06.43
- Prentice, C., Dominique Lopes, S. & Wang, X. (2020). Emotional intelligence or artificial intelligence-an employee perspective. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 29(4),377-403. <https://doi.org/10.1080/19368623.2019.1647124>
- Rabiul, M. K., Promsivapallop, P., Al Karim, R., Islam, M. A. & Patwary, A. K. (2022). Fostering quality customer service during Covid-19: The role of managers' oral language, employee work engagement, and employee resilience. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 53,50-60. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2022.09.002>
- Sharma, S. & Singh, V. (2020). Soft Skills in Tourism–A case study of Tourism Management Graduates. Retrieved December 2022, from <https://www.ijrar.org/papers/IJRAR2001190.pdf>
- Singh, A. & Jaykumar, P. (2019). On the road to consensus: key soft skills required for youth employment in the service sector. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 11(1),10-24.
- Sonnenschein, K. (2021). It's Important for Us to Know How to Do Teamwork: Perceptions of Chinese International Hospitality Students Regarding Teamwork Skills. *Journal of China Tourism Research*, 17(2),309-322.



- Swann, C., Rosenbaum, S., Lawrence, A., Vella, S. A., McEwan, D. & Ekkekakis, P. (2021). Updating goal-setting theory in physical activity promotion: a critical conceptual review. *Health Psychology Review*, 15(1),34-50.
- Teng, H.-Y. (2019). Job crafting and customer service behaviors in the hospitality industry: Mediating effect of job passion. *International journal of hospitality management*, 81,34-42. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.03.013>
- Weber, M., Lee, J. & Crawford, A. (2020). A suggested best practices for enhancing performance of soft skills with entry-level hospitality managers. *Anatolia*, 31(1),76-87.
- Wetsanarat, N. (2021). Soft skill competency development to enhance competitiveness of Thai incentive travel industry. *RICE Journal of Creative Entrepreneurship and Management*, 2(1),53-65. doi:10.14456/rjcm.2021.24
- Zhu, D., Doan, T., Kanjanakan, P. & Kim, P. B. (2022). The impact of emotional intelligence on hospitality employees' work outcomes: a systematic and meta-analytical review. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 31(3),326-347.



ปัจจัยที่ส่งผลต่อภารกิจและการดำเนินงาน เพื่อการออกแบบโครงสร้างองค์กร
ของสำนักงานวิทยาเขตภูเก็ต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต
Factors Influencing the Mission and Operations for Organizational Structure
Design of the Phuket Campus Office Prince of Songkla University
Phuket Campus

อนิสา ขนาดผล¹ สุภาภรณ์ ช่อแก้ว² ณารักษ์ ใจตรง³ และ พิมพ์ลภัทร หนูคง⁴
Anisa Kanadphol,¹ Supaporn Chorkaew,² Naraphat Jaitrong³ and Pimlapat Nhukong⁴

Article History

Receive: October 24, 2024
Revised: December 4, 2024
Accepted: December 9, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อภารกิจและการดำเนินงาน เพื่อการออกแบบโครงสร้างองค์กรของสำนักงานวิทยาเขตภูเก็ต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มเป้าหมายคือผู้บริหาร จำนวน 16 คน และบุคลากรสายอำนวยการ จำนวน 23 คน คัดเลือกแบบเจาะจง ใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารและบุคลากรสายอำนวยการ วิเคราะห์เนื้อหาโดยการบรรยายและการพรรณนาผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการปรับโครงสร้างองค์กร ได้แก่ นโยบายที่เน้นการพัฒนาไปสู่ความเป็นนานาชาติ การลดความซ้ำซ้อนในการดำเนินงาน และการเพิ่มประสิทธิภาพ ผ่านการใช้เทคโนโลยี นอกจากนี้ การกระจายอำนาจ การตัดสินใจและการมีส่วนร่วมของบุคลากรทุกระดับยังเป็นปัจจัยสำคัญในการสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงองค์กร ข้อเสนอแนะในการปรับโครงสร้างองค์กร ควรให้ความสำคัญกับการจัดสรรทรัพยากร การพัฒนาเทคโนโลยี การปรับปรุงกระบวนการทำงานเพื่อลดความซ้ำซ้อนและเพิ่มความโปร่งใส การเสริมสร้างความเป็นผู้นำและการพัฒนาทักษะบุคลากรในทุกระดับ ช่วยสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์และสร้างความยั่งยืนในระยะยาว ตามกรอบแนวคิด PEOPLE เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้องค์กรสามารถจัดการทรัพยากรและบุคลากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมตอบสนองต่อความท้าทายและเป้าหมายที่เปลี่ยนแปลงในบริบทระดับนานาชาติ

คำสำคัญ : โครงสร้างองค์กร ; ประสิทธิภาพ ; ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงาน ; ความยืดหยุ่น ; สำนักงานวิทยาเขตภูเก็ต

¹ นักวิชาการอุดมศึกษาชำนาญการ งานนโยบาย ยุทธศาสตร์และแผน มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต, Professional Higher Educational Officer, Policy Strategy and Planning Division, Prince of Songkla University, Phuket Campus

^{2,3} นักวิชาการอุดมศึกษา งานนโยบาย ยุทธศาสตร์และแผน มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต, Higher Educational Officer, Policy Strategy and Planning Division, Prince of Songkla University, Phuket Campus

⁴ นักวิชาการอุดมศึกษา งานบริหารทรัพย์สิน มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต, Higher Educational Officer, Asset Management Division, Prince of Songkla University, Phuket Campus



ABSTRACT

The purpose of this research was to study the factors influencing the mission and operations for organizational structure design of the Phuket Campus Office, Prince of Songkla University, Phuket Campus. This research was a qualitative study. Target groups consist of 16 executives and 23 administrative personnel, selected through purposive sampling. The data was collected using a semi-structured interview form, with in-depth interviews conducted with both groups. The data was analyzed using descriptive and narrative methods. The results revealed that key factors affecting organizational restructuring include policies that aim at internationalization, reducing operational redundancies, and enhancing efficiency through technology. Additionally, decentralizing decision-making and encouraging participation of all levels of staff were identified as crucial elements supporting organizational change. The recommendations for restructuring focus on resource allocation, technological development, process improvement to reduce complexity and increase transparency, fostering leadership, and developing personnel skills at all levels. These initiatives are essential for achieving strategic goals and ensuring long-term sustainability, according to the PEOPLE framework, which is a tool to effectively manage resources and personnel, enabling the organization to respond to challenges and evolving goals within the international context.

Keywords : Organizational Structure ; Efficiency ; Factors Affecting Operations ; Flexibility ; Phuket Campus Office

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว รุนแรงในทุกด้าน ทั้งเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม รวมถึงการเกิดโรคระบาดต่าง ๆ ส่งผลกระทบที่ไม่ถึงต่อทุกภาคส่วน การวิเคราะห์สถานการณ์ ปรับมุมมอง เปลี่ยนกลยุทธ์ เพื่อให้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงและความได้เปรียบจากคู่แข่ง กระบวนการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลง (Change Management Process) จึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยองค์กรให้สามารถลำดับขั้นตอนการบริหารการเปลี่ยนแปลงอย่างมีทิศทาง มีแนวทางที่ชัดเจนในการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เพื่อลดผลกระทบที่เกิดขึ้น สนับสนุนให้เกิดการปรับตัวและการยอมรับ พร้อมทั้งสร้างศักยภาพใหม่ๆ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น (Industry network, 2020) ซึ่งสถาบันอุดมศึกษาของไทยเป็นองค์กรที่ได้รับผลกระทบและเผชิญกับความท้าทายของการเปลี่ยนแปลง เช่น ด้านเทคโนโลยีใหม่ๆ ทำให้ระบบการศึกษาและการกระจายองค์ความรู้เดิมถูกเคลื่อนย้ายไปอยู่บนพื้นที่อินเทอร์เน็ตและอุปกรณ์ทางเทคโนโลยีมากขึ้น ข้อมูลจากองค์การสหประชาชาติ (UN, 2024) แสดงให้เห็นว่า จำนวนประชากรโลกจะเพิ่มขึ้นเป็น 8 พันล้านคน และมีสัดส่วนของประชากรที่มีอายุมากกว่า 65 ปี คาดว่าจะเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 10 ในปัจจุบัน เป็นร้อยละ 16 ภายในปี พ.ศ.2593 และในยุคดิจิทัล สิ่งต่างๆ บนโลกกำลังถูกเปลี่ยนแปลงรูปแบบ วิธีการ จากเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่อย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะเรื่องทรัพยากรมนุษย์ ปัญหาการลาออกจากงาน ที่ในอนาคตมีแนวโน้มจะสูงขึ้นหลายเท่าตัว ทั้งนี้ กลุ่มที่กำลังเข้ามาสู่วัยแรงงาน คาดการณ์กันว่า คนที่เกิดหลัง พ.ศ.2541-2565 จะมาเป็นกำลังหลักในตลาดแรงงานของประเทศกว่า ร้อยละ 20 (Phachachat, 2019) การเปลี่ยนแปลงนี้ย่อมส่งผลต่อการพัฒนาหลักสูตรการศึกษาและทักษะต่างๆ ที่สถาบันอุดมศึกษาจะต้องเตรียมพร้อมเพื่อรองรับความต้องการของผู้เรียนและตลาดแรงงาน นอกจากนี้ การลดลงของจำนวนผู้สมัครเรียนในสถาบันอุดมศึกษาของไทยก็เป็นอีกหนึ่งปัญหาที่ทวีความรุนแรงขึ้นตามการเปลี่ยนแปลงนี้ รายงานจากสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ชี้ให้เห็นว่า จำนวนการสมัครเข้าเรียนในมหาวิทยาลัยของไทยลดลงในปี พ.ศ.2565 โดยลดลงร้อยละ 5 จากปีก่อนหน้า (MHESI, 2024) โดยเฉพาะมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต ที่ถูกกำหนดให้เป็นวิทยาเขตนานาชาติ ต้องเผชิญกับปัญหาการลดลงของนักศึกษาที่สมัครเข้าเรียนในหลักสูตรนานาชาติ ปัญหานี้ส่งผลกระทบต่อสถานะการเงินและการบริหารจัดการของวิทยาเขตภูเก็ต ทำให้จำเป็นต้องค้นหาแนวทางใหม่ๆ ในการเพิ่มรายได้และพัฒนาบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการทั้งของผู้เรียนและภาคธุรกิจ (Siririn, 2022)

จากสถานการณ์ดังกล่าว มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต จำเป็นต้องออกแบบโครงสร้างองค์กรที่สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งในระดับประเทศและนานาชาติ ซึ่งจะต้องพิจารณาจากปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานและภารกิจหลักในแต่ละด้านของวิทยาเขตภูเก็ต

โดยในปัจจุบันยังขาดการศึกษาที่ครอบคลุมถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการออกแบบโครงสร้างองค์กรของสำนักงานวิทยาเขตภูเก็ที่สามารถรองรับการดำเนินงานและการกิจหลักต่าง ๆ โดยเฉพาะในด้านการพัฒนาที่สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงทางการศึกษานานาชาติและการพัฒนาแรงงานในยุคดิจิทัล ดังนั้น ความสำคัญในการศึกษาครั้งนี้ คือ การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานของสำนักงานวิทยาเขตภูเก็ และการออกแบบโครงสร้างองค์กรที่สามารถตอบสนองได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในอนาคต ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับภารกิจหลักของวิทยาเขตภูเก็และความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมการศึกษาในระดับนานาชาติได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการกิจและการดำเนินงาน เพื่อการออกแบบโครงสร้างองค์กรของสำนักงานวิทยาเขตภูเก็ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงาน

การดำเนินงานภายในองค์กรได้รับอิทธิพลจากปัจจัยหลายประการที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพและความสำเร็จในการบรรลุเป้าหมาย โดยการจัดระเบียบกิจกรรมต่างๆ ภายในองค์กรถือเป็นกระบวนการสำคัญในการพัฒนาและการปฏิบัติ และจำเป็นต้องกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่างๆ รวมถึงการจัดการกำลังคนและงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ (Kanlayakornkul, 2020) การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลและการกำหนดโครงสร้างองค์กรที่ยืดหยุ่นและสามารถปรับตัวได้ตามสถานการณ์เป็นสิ่งสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการพัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพ (Suksamanphanich et al., 2023) องค์กรควรกระจายงานและมีสายการบังคับบัญชาที่ยืดหยุ่น พร้อมทั้งส่งเสริมการสื่อสารที่ตรงไปตรงมาและการทำงานเป็นทีม ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความร่วมมือและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (Yangngam et al., 2022 ; Jasuna, 2023) นอกจากนี้ การบริหารจัดการควรคำนึงถึงการปรับโครงสร้างองค์กรให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามกลยุทธ์และเป้าหมายที่กำหนด (HREX.asia, 2019) การพัฒนาความรู้และทักษะเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้บุคลากรสามารถปรับตัวและแสดงผลงานที่ดีกว่าในสถานการณ์ที่หลากหลาย การประเมินสมรรถนะจะช่วยให้บุคลากรทราบถึงระดับสมรรถนะของตนเองและนำไปสู่การพัฒนาให้ตรงกับเป้าหมายขององค์กร (Jitwattananon, 2021 ; Choocherd, 2021) การนำระบบสมรรถนะมาใช้ในองค์กรยังช่วยให้การบริหารทรัพยากรบุคคลสามารถปรับปรุงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ลดช่องว่างทางทักษะและเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน (Suksamanphanich et al., 2023) การฝึกอบรมและพัฒนาตามเป้าหมายเฉพาะช่วยเสริมสร้างทักษะที่จำเป็นสำหรับการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ (Nickols, 2016) นอกจากนี้ ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน คือ ความพึงพอใจจากการสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงานและผู้นำ การมีส่วนร่วมในองค์กร สภาพแวดล้อมการทำงานและการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม วัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมความหลากหลาย การจัดการปริมาณงานอย่างสมดุล และการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ (CMOE, 2024) อีกทั้ง การกำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่และการประสานงานระหว่างบุคลากรช่วยลดความซ้ำซ้อนและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการบริหารจัดการที่ครอบคลุมทั้งการวางแผน การจัดการ การนำ และการควบคุม (Palaboon, 2020) การบริหารจัดการโครงสร้างองค์กรและการควบคุมการดำเนินงานอย่างมีระเบียบเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความร่วมมือที่มีประสิทธิภาพเพื่อบรรลุเป้าหมายองค์กร (Yangngam et al., 2022) ภาวะผู้นำที่ดีและการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพช่วยกระตุ้นการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพและสร้างความร่วมมือที่สามารถบรรลุผลสำเร็จตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กร (Nulay et al., 2022 ; Glankhetkij, 2024) การพัฒนาองค์ประกอบเหล่านี้ในองค์กรจะช่วยเสริมสร้างประสิทธิภาพในการดำเนินงานทั้งในระดับบุคคลและองค์กร ส่งผลให้การดำเนินงานสามารถบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน (Patarametagul & Ongwande, 2023 ; Thsurin et al., 2021)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการออกแบบโครงสร้างองค์กรและการปฏิบัติงาน

การออกแบบโครงสร้างองค์กร ประกอบด้วย เป้าหมายขององค์กร ลักษณะงาน ผลิตภัณฑ์และความต้องการของตลาด ลักษณะธุรกิจ การเติบโตของพนักงาน ด้านความสอดคล้องของโครงสร้างองค์กรต่อวิสัยทัศน์และแผนกลยุทธ์ขององค์กร (Kanlayakornkul, 2020) และหากองค์กรใดต้องการวางแผนพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรนวัตกรรม



ควรจัดโครงสร้างขององค์กรที่มีการทำงานร่วมกัน สร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน และการสื่อสารองค์กรที่มีประสิทธิภาพ มุ่งเน้นการดำเนินการเชิงกลยุทธ์ การพัฒนาบุคลากร การพัฒนาประสิทธิภาพการทำงานเป็นทีม การจัดบรรยากาศการทำงานที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ และการส่งเสริมสร้างนวัตกรรม (Tummatasananon, 2023) การสื่อสารระหว่างบุคคลในองค์กร เป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลสารสนเทศ ความรู้ระหว่างบุคคลทุกระดับ เพื่อสร้างความเข้าใจในการทำงานร่วมกันให้บรรลุตามเป้าหมายขององค์กร และการสื่อสารแบบเครือข่าย คือ การเชื่อมต่อของคอมพิวเตอร์เพื่อสร้างความคล่องตัวในการทำงานและการสื่อสาร มีผลต่อการได้เปรียบทางการแข่งขัน (Lerdteeraphoj et al., 2024)

ปัจจัยความสำเร็จต่อการปรับเปลี่ยนองค์กร

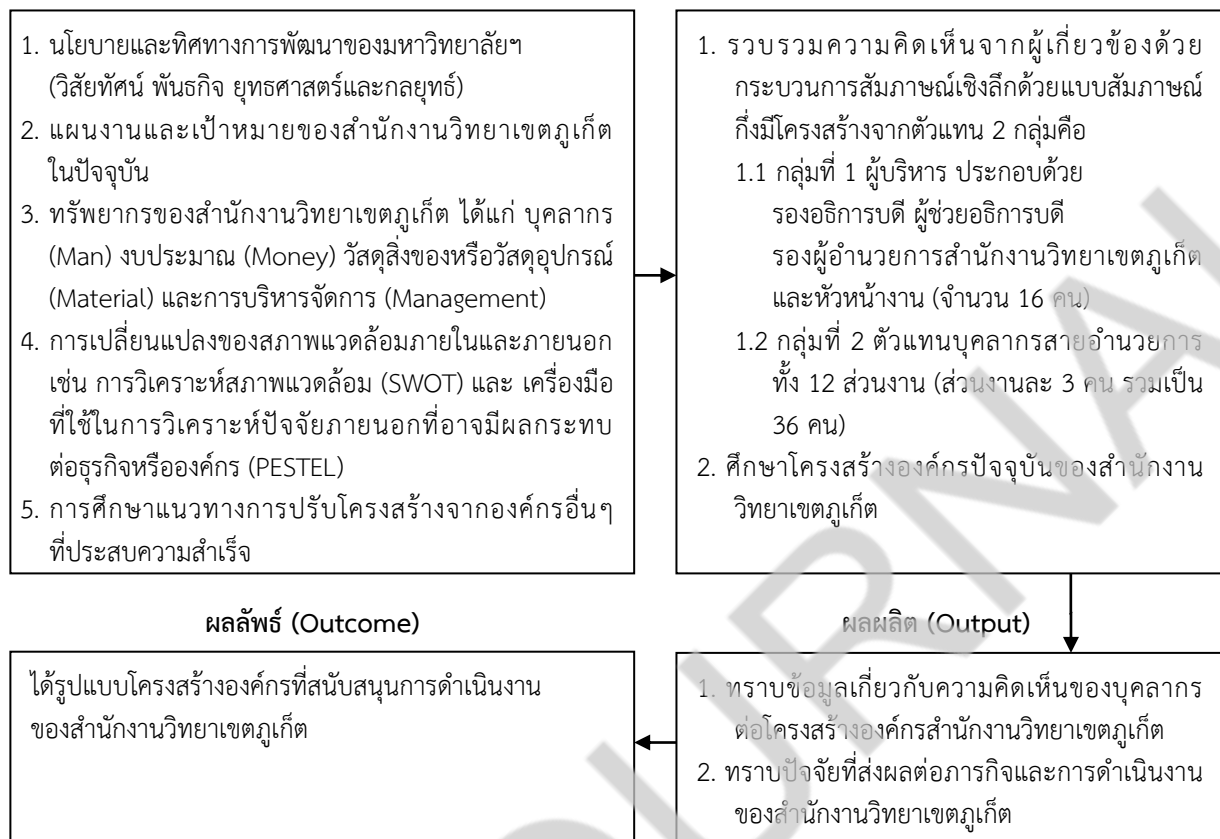
การเปลี่ยนแปลงในยุคที่มีความผันผวน ความไม่แน่นอน ความซับซ้อน และความคลุมเครือ (VUCA: Volatility, Uncertainty, Complexity and Ambiguity) เน้นถึงความสำคัญของความยืดหยุ่นในการส่งเสริมการเติบโต แต่ความยืดหยุ่นมากเกินไปอาจลดประสิทธิภาพและเพิ่มต้นทุน (Liang & Li, 2024) การจัดการความยืดหยุ่นอย่างเหมาะสมจึงเป็นสิ่งที่ท้าทาย และต้องการความสมดุลระหว่างการปรับตัวและการรักษาประสิทธิภาพการทำงาน การเปลี่ยนแปลงในองค์กรมักเผชิญกับการต่อต้านจากบุคลากร การสื่อสารและการสนับสนุนจาก ผู้นำเป็นสิ่งสำคัญในการลดความรู้สึกเชิงลบ (Khaw et al., 2023) การสร้างความเข้าใจและการมีส่วนร่วมจากบุคลากรทุกระดับเป็นปัจจัยสำคัญในการจัดการการเปลี่ยนแปลงอย่างมีประสิทธิภาพ การใช้นวัตกรรม เช่น การทำงานที่เน้นความยืดหยุ่น มีความคล่องตัว พร้อมปรับเปลี่ยนวิธีการทำงานได้ตลอดเวลา (Agile) การปรับการบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ผ่านการลดกระบวนการทำงานที่ไม่สร้างมูลค่า (LEAN) และการจัดการข้อมูลดิจิทัลเป็นสิ่งจำเป็นในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดและการเพิ่มประสิทธิภาพ (Kolasani, 2023) นวัตกรรมช่วยให้สถาบันอุดมศึกษาสามารถปรับตัวได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการทรัพยากร การเปลี่ยนแปลงในองค์กรส่งผลต่อความเครียดและความเหนื่อยล้าทางอารมณ์ ซึ่งสามารถส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมที่ไม่สุภาพในที่ทำงาน องค์กรควรจัดการความเครียดและความเหนื่อยล้าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน (Raza et al., 2023) การสร้างสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนและมีความเห็นอกเห็นใจจะช่วยลดผลกระทบด้านลบ การพัฒนาความสามารถในการเรียนรู้ระหว่างวัฒนธรรมช่วยให้บุคลากรสามารถสร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่ครอบคลุมและสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงได้ดีขึ้น (Kuffuor et al., 2024) การเรียนรู้และการทำงานร่วมกันในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายทางวัฒนธรรมเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาทักษะและความสามารถใหม่ ๆ การบริหารจัดการความสามารถที่เป็นพลวัตช่วยในการปรับตัวและสร้างนวัตกรรมเพื่อตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง การพัฒนาความสามารถในการปรับตัวและนวัตกรรมเป็นสิ่งจำเป็นในการรักษาความสามารถในการแข่งขันและการเติบโต ระบบการศึกษาอุดมศึกษาต้องปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ฉุกเฉิน การใช้เทคโนโลยีและการพัฒนาทักษะใหม่ ๆ เพื่อสนับสนุนการเรียนรู้ (Wallezky et al., 2024) การเรียนรู้ออนไลน์และการพัฒนาเทคโนโลยี การสอนเป็นสิ่งที่ได้รับการเน้นย้ำและมีความสำคัญมากขึ้นในช่วงวิกฤติ ดังนั้น ผู้นำที่ขาดวิสัยทัศน์หรือแผนกลยุทธ์จะทำให้การเปลี่ยนแปลงยากขึ้น การพัฒนาทักษะทางอารมณ์และสังคมที่จำเป็นต่อการทำงานและการดำเนินชีวิต (Soft skills) ผ่านการโค้ชสามารถช่วยให้ผู้นำจัดการการเปลี่ยนแปลงได้ดีขึ้น (Vlachopoulos, 2021) ผู้นำที่มีความสามารถในการสื่อสารและมีความคิดสร้างสรรค์สามารถสร้างแรงบันดาลใจและการสนับสนุนจากบุคลากรได้ การจัดการความรู้เป็นกลไกในการจัดการการเปลี่ยนแปลง ผู้นำต้องเปลี่ยนมหาวิทยาลัยจาก สถาบันความรู้ มาเป็น สถาบันการเรียนรู้

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร บทความ งานวิเคราะห์ หนังสือ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยเน้นการวิเคราะห์เชิงลึกเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงานและการดำเนินงานในการออกแบบโครงสร้างองค์กรของสำนักงานวิทยาเขตภูเก็ต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต มีเป้าหมายเพื่อบ่งชี้ปัจจัยและหาจุดเน้นที่สำคัญในการเสริมสร้างประสิทธิภาพและความสำเร็จในการบรรลุวิสัยทัศน์ การเป็นศูนย์กลางการศึกษานานาชาติเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนระดับแนวหน้าของโลก ดังภาพที่ 1



ปัจจัยนำเข้า (Input) กระบวนการ (Process)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มที่ 1 ผู้บริหารและหัวหน้างาน คัดเลือกโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มที่มีความเหมาะสมในการให้ข้อมูลในการวิจัย แบ่งเป็น กลุ่มที่ 1.1 รองอธิการบดี ผู้ช่วยอธิการบดี และรองผู้อำนวยการสำนักงานวิทยาเขต จำนวน 6 คน กลุ่มที่ 1.2 หัวหน้างาน จำนวน 10 คน ตัวแทนจากกลุ่มที่ 1.1 และ 1.2 ได้รับการคัดเลือกเนื่องจากมีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงในการบริหารงานสำนักงานวิทยาเขตภูเก็ท รวมทั้งหมด 16 คน (ยกเว้นผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายแผนและประกันคุณภาพ หัวหน้างานนโยบาย ยุทธศาสตร์และแผน และหัวหน้างานบริหารทรัพย์สิน ซึ่งเป็นที่ปรึกษาและนักวิจัยในโครงการนี้)

กลุ่มที่ 2 บุคลากรสายอำนวยการ คัดเลือกโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยตัวแทนอาสาสมัครต้องเป็นบุคลากรสายอำนวยการ สังกัดสำนักงานวิทยาเขตภูเก็ท ส่วนงานละ 3 คน จากทั้งหมด 12 งาน มีประสบการณ์ทำงานในสำนักงานวิทยาเขตภูเก็ท และมีความมุ่งมั่นในการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการทบทวนโครงสร้างองค์กรในปัจจุบันและอนาคต อาสาสมัครจะกรอกข้อมูลตามความสนใจผ่านระบบเครื่องมือสร้างแบบฟอร์มออนไลน์ (Google form) ที่ออกแบบโดยผู้ช่วยวิจัยโดยตรง รวมทั้งหมด 36 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง โดยแบบสัมภาษณ์ในการวิจัยครั้งนี้ได้พัฒนาจากการทบทวนงานวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการออกแบบและปรับโครงสร้างองค์กร ประกอบด้วย 5 ด้าน 19 ข้อคำถาม ประกอบด้วย ด้านนโยบายและทิศทางการพัฒนา จำนวน 2 ข้อ ด้านโครงสร้างองค์กร จำนวน 5 ข้อ ด้านการบริหารจัดการ จำนวน 7 ข้อ ด้านบุคลากร จำนวน 4 ข้อ และด้านอื่นๆ จำนวน 1 ข้อ



การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยใช้ข้อคำถามที่พัฒนาจากการทบทวนงานวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการออกแบบและปรับโครงสร้างองค์กร ซึ่งประกอบด้วย 5 ด้าน 19 ข้อคำถาม โดยเริ่มดำเนินการสัมภาษณ์ตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม 2567 ถึง 30 มิถุนายน 2567 ก่อนเริ่มการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้รับการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ เพื่อให้มั่นใจว่าการวิจัยเป็นไปตามมาตรฐานทางจริยธรรม การสัมภาษณ์ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) โดยใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง ต่อการสัมภาษณ์แต่ละครั้ง ก่อนเริ่มสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้แนะนำตัว แจ้งวัตถุประสงค์ของการวิจัย และชี้แจงวิธีการจัดการข้อมูลและการเปิดเผยข้อมูลให้ผู้เข้าร่วมทราบ ทั้งนี้ ผู้เข้าร่วมสามารถปฏิเสธการตอบคำถามบางข้อหรือขอยุติการสัมภาษณ์ได้ตลอดเวลา ในระหว่างการสัมภาษณ์ได้มีการบันทึกเสียงด้วยอุปกรณ์บันทึกเสียง โดยได้รับความยินยอมจากผู้เข้าร่วมหลังการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยได้ถอดความจากเทปบันทึกเสียงและสรุปประเด็นสำคัญ โดยปกปิดข้อมูลส่วนบุคคลที่อาจถูกกล่าวถึงระหว่างการสัมภาษณ์เพื่อรักษาความเป็นส่วนตัวของผู้เข้าร่วม โดยกำหนดไว้เป็นรหัส คือ H และ S

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ถูกวิเคราะห์เชิงเนื้อหาโดยใช้การบรรยายและการพรรณนา (Content Analysis) เริ่มต้นจากการสร้างฐานข้อมูล แยกข้อมูล จัดกลุ่มข้อมูลที่มีความคล้ายคลึงกัน เปรียบเทียบข้อมูล เพื่อค้นหารูปแบบและความเชื่อมโยงของข้อมูล จัดลำดับและตรวจสอบความถูกต้อง ตีความข้อมูลในลักษณะเชิงพรรณนาตามประเด็นที่ศึกษาจนได้ข้อสรุปที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา ตามขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูล

ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล	รายละเอียด
1. การสร้างฐานข้อมูล	- ถอดเสียงบทสัมภาษณ์อย่างละเอียด - อ่านข้อมูลทีละเสียงเพื่อทำความเข้าใจเนื้อหา - ออกแบบแบบฟอร์มการสรุปข้อมูล
2. แยกข้อมูล	- แยกข้อความที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษาจำแนกหัวข้อตามแบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง - ใช้คำสำคัญแยกตามหมวดหมู่ที่สะท้อนประเด็นสำคัญ
3. การจัดกลุ่มข้อมูล	- จัดหมวดหมู่ที่คล้ายกันในกลุ่มเดียวกัน - สร้างประเด็นหลักที่ครอบคลุมหมวดหมู่และหมวดหมู่ย่อย
4. การเปรียบเทียบข้อมูล	- เปรียบเทียบข้อมูลจากผู้สัมภาษณ์เพื่อค้นหารูปแบบ และความเชื่อมโยงของข้อมูล - วิเคราะห์ความคล้ายคลึงและความแตกต่างของข้อมูล
5. การจัดลำดับและตรวจสอบความถูกต้อง	- จัดลำดับและทบทวนประเด็นที่สร้างขึ้นเพื่อตรวจสอบสอดคล้องกับข้อมูล - ปรับแก้หรือรวมหัวข้อที่ซ้ำซ้อนหรือขาดความชัดเจน
6. การรายงานผล	- ระบุประเด็นและอธิบายพร้อมยกตัวอย่างข้อมูลและคำสัมภาษณ์ - จัดเรียงหัวข้อตามความสำคัญต่อวัตถุประสงค์ของการศึกษา - ตีความข้อมูล

ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานและการดำเนินงาน เพื่อการออกแบบโครงสร้างองค์กรของสำนักงานวิทยาเขตภูเก็ต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต ทั้ง 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านนโยบายและทิศทางการพัฒนา ด้านโครงสร้างองค์กรปัจจุบัน ด้านระบบการบริหารจัดการ ด้านบุคลากร และด้านอื่นๆ ดังตารางที่ 2-6



ตารางที่ 2 ประเด็นหลักคำสัมภาษณ์ ด้านนโยบายและทิศทางการพัฒนา

ประเด็นหลัก	หมวดหมู่	หมวดหมู่ย่อย	รหัส	รหัสย่อย
1. ผลกระทบของวิสัยทัศน์	การดำเนินงาน	การปรับตัวด้านหลักสูตรและบุคลากร	a1 การพัฒนาหลักสูตรนานาชาติ	a1.1 รองรับนักศึกษาต่างชาติ a1.2 เพิ่มบุคลากรต่างชาติ a1.3 การดึงดูดความร่วมมือจากต่างประเทศ
	ความท้าทาย	ข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐาน ปัญหาด้านการพัฒนาหลักสูตร	a2 ทรัพยากรไม่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ a3 หลักสูตรไม่ทันสมัย	a2.1 สิ่งอำนวยความสะดวกยังไม่พร้อม a2.2 ขาดบุคลากรที่มีทักษะด้านภาษา a3.1 เนื้อหาหลักสูตรไม่ตรงกับความต้องการตลาด a3.2 กระบวนการพัฒนาหลักสูตรขาดการสนับสนุน
	การสื่อสารและประชาสัมพันธ์	การสื่อสารเป้าหมายองค์กร	a4 การประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึง	a4.1 บุคลากรใหม่ขาดความเข้าใจวิสัยทัศน์ a4.2 ขาดช่องทางประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ
2. ความชัดเจนและเพียงพอของแผน	การพัฒนาการดำเนินงาน	การปรับตัวต่อเทคโนโลยีและภาษาอังกฤษ	b1 การสอบภาษาและเทคโนโลยีใหม่	b1.1 เพิ่มการสอบภาษาอังกฤษในการประเมินผล b1.2 การเพิ่มแพลตฟอร์มเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา
	ความชัดเจนในแผน	ปัญหาในการดำเนินแผน	b2 แผนไม่สอดคล้อง	b2.1 เป้าหมายในแผนไม่สมเหตุผล b2.2 การปฏิบัติจริงยังห่างจากเป้าหมาย b2.3 การมีส่วนร่วมของบุคลากรต่ำ
	อุปสรรค	การขาดปัจจัยสนับสนุน	b3 ปัจจัยสนับสนุนไม่เพียงพอ	b3.1 งบประมาณไม่เพียงพอ b3.2 บุคลากรขาดความเชี่ยวชาญ

จากตารางที่ 2 พบว่า ด้านนโยบายและทิศทางการพัฒนาและวิสัยทัศน์ที่มุ่งเน้นความเป็นนานาชาติส่งผลให้เกิดการพัฒนาหลักสูตร การเพิ่มบุคลากรต่างชาติ และการสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศ และเผชิญความท้าทายในด้านโครงสร้างพื้นฐานและทรัพยากรบุคลากรที่ยังไม่พร้อม การปรับหลักสูตรให้ทันสมัย และการสื่อสารเป้าหมายองค์กรอย่างทั่วถึง สอดคล้องกับ Phoyo et al. (2023) พบว่า การสื่อสารทางตรงและทางอ้อมทำให้บุคลากรทราบถึง วิสัยทัศน์ นโยบาย อย่างชัดเจน และสร้างความมั่นใจในการปฏิบัติงานกับองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนาและการปรับตัวด้านภาษาอังกฤษและเทคโนโลยีเป็นส่วนหนึ่งการพัฒนาที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ รวมถึงการพัฒนาการดำเนินการต่างๆ เช่น การเพิ่มบริการและความสะดวกในการรับนักศึกษาต่างชาติ สำหรับแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการยังขาดความชัดเจนและไม่สอดคล้องกับทรัพยากรที่มีอยู่ ขาดปัจจัยสนับสนุนและการมีส่วนร่วมของบุคลากร รวมถึงข้อจำกัดในการปรับตัวต่อเทคโนโลยี การพัฒนาอย่างต่อเนื่องในด้านการสื่อสาร การบริหารทรัพยากร และการจัดทำแผนปฏิบัติการที่ยืดหยุ่น



จะช่วยให้วิสัยทัศน์และเป้าหมายขององค์กรบรรลุผลได้ในระยะยาว สอดคล้องกับ Khwanchuai et al. (2024) พบว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มุ่งสู่องค์กรแห่งนวัตกรรม คือ การพัฒนาบุคลากรให้มีประสิทธิภาพอยู่เสมอเพื่อรองรับต่อการเปลี่ยนแปลงและขับเคลื่อนงานให้เป็นไปตามจุดมุ่งหมายขององค์กร นโยบายและทิศทางจากการบริหารมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนวิสัยทัศน์ มีความท้าทายในการจัดการความคาดหวังและผลลัพธ์ ต้องสนับสนุนและการจัดการที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายได้อย่างเต็มที่

ตัวอย่างคำสัมภาษณ์

ID.H1 “วิสัยทัศน์ ม.อ. ภูเก็ต มีผลต่อการดำเนินงานของสำนักงานวิทยาเขตภูเก็ต การกำหนดวิสัยทัศน์ แสดงให้เห็นเป้าหมายที่คณะฯ หรือ มหาวิทยาลัย ต้องดำเนินการให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เช่น การพัฒนาหลักสูตรนานาชาติ การเป็นผู้นำทางด้านเทคโนโลยีและการท่องเที่ยว”

ID.H6 “สำนักงานวิทยาเขตภูเก็ตต้องวางแผนงานโครงการต่างๆ ต้องมีการพัฒนาด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ที่จะต้องสอดคล้องกับคำว่าวิทยาเขตนานาชาติ ด้านบุคลากรที่จะต้องมีการพัฒนาทางภาษา/เทคโนโลยี ฯลฯ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามวิสัยทัศน์ที่วางไว้”

ตารางที่ 3 ประเด็นหลักคำสัมภาษณ์ ด้านโครงสร้างองค์กรปัจจุบัน

ประเด็นหลัก	หมวดหมู่	หมวดหมู่ย่อย	รหัส	รหัสย่อย
1. ความเหมาะสมกับการกิจและหน้าที่ความรับผิดชอบ	ความเหมาะสม	ความชัดเจนในหน้าที่และภาระงาน	c1 ภาระงานชัดเจน	c1.1 การแบ่งงานไม่ทับซ้อน
		การปรับตัวของบุคลากร	c2 บุคลากรปรับตัวดี	c2.1 ปรับตัวตามสถานการณ์ได้
	ความไม่เหมาะสม	งานซ้ำซ้อน	c3 งานทับซ้อน	c3.1 หน่วยงานที่มีภารกิจซ้ำกัน
		ขาดบุคลากรในบางส่วนงาน	c4 ขาดทรัพยากรบุคคล	c4.1 บุคลากรไม่สมดุลกับภาระงาน
2. จุดแข็งและจุดอ่อนของโครงสร้างองค์กร	จุดแข็ง	ความชัดเจนของโครงสร้าง	d1 ภาระงานชัดเจน	d1.1 การจัดการงานคล่องตัว
		ประสิทธิภาพในการบริหาร	d2 การบริหารมีประสิทธิภาพ	d2.1 การกระจายอำนาจชัดเจน
	จุดอ่อน	หน่วยงานเยอะเกินไป	d3 จำนวนหน่วยงานมาก	d3.1 งานซ้ำซ้อนระหว่างหน่วยงาน
		ขาดบุคลากรบางส่วนงาน	d4 บุคลากรขาดสมดุล	d4.1 งานไม่สอดคล้องกับทรัพยากร
3. โครงสร้างองค์กรที่สนับสนุนการดำเนินงาน	โครงสร้างที่เหมาะสม	รวมหน่วยงานที่มีภารกิจซ้ำ	e1 รวมงานที่คล้ายกัน	e1.1 ลดจำนวนหน่วยงาน
		กระจายอำนาจในการบริหาร	e2 กระจายอำนาจมากขึ้น	e2.1 การบริหารแนวราบ
		การใช้เทคโนโลยีสนับสนุน	e3 เทคโนโลยีเพิ่มประสิทธิภาพ	e3.1 ระบบบริหารงานออนไลน์

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ประเด็นหลัก	หมวดหมู่	หมวดหมู่ย่อย	รหัส	รหัสย่อย
4. ความท้าทายและข้อจำกัดในการปรับโครงสร้าง	ความท้าทาย	การรักษาความคล่องตัว	f1 บริหารจัดการยาก	f1.1 งานซับซ้อนเมื่อปรับเปลี่ยน
		ผลกระทบต่อบุคลากร	f2 การเปลี่ยนแปลงบุคลากร	f2.1 บุคลากรปรับตัวยาก
	ข้อจำกัด	นโยบายองค์กร	f3 นโยบายไม่เอื้อ	f3.1 ข้อจำกัดด้านระเบียบ
5. ข้อเสนอแนะสำหรับการปรับโครงสร้างองค์กร	การจัดโครงสร้างใหม่	ลดจำนวนหน่วยงานที่ซ้ำซ้อน	g1 รวมงานที่คล้ายกัน	g1.1 ลดส่วนงานให้เหมาะสม
		เพิ่มบุคลากรในส่วนงานขาดแคลน	g2 เพิ่มทรัพยากรบุคคล	g2.1 เพิ่มบุคลากรในส่วนจำเป็น
	การพัฒนาองค์กร	ใช้เทคโนโลยีเพิ่มประสิทธิภาพ	g3 ใช้เทคโนโลยีสนับสนุน	g3.1 ระบบดิจิทัลช่วยบริหารงาน

จากตารางที่ 3 พบว่า โครงสร้างองค์กรมีความเหมาะสมในบางด้าน แต่ยังขาดความสมบูรณ์ในการรองรับการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ ปัญหาหลักที่พบ คือ ความไม่สอดคล้องระหว่างจำนวนบุคลากรที่มีและภาระงานที่ทับซ้อน รวมถึงการบริหารทรัพยากรที่ไม่เพียงพอ หน่วยงานที่เยอะเกินไป และการขาดบุคลากรในบางส่วนงานที่จำเป็น สอดคล้องกับ Monpanicha (2020) พบว่า การป้องกันปัญหาความซ้ำซ้อนของงาน ความล่าช้า ไม่คล่องตัวและจำนวนพนักงานไม่เพียงพอ คือ การจัดโครงสร้างแบบทีมย่อยให้น้อยลงจะช่วยแก้ปัญหาจำนวนพนักงานไม่เพียงพอได้ และจะต้องมีการจัดการบุคลากรให้สามารถทำงานร่วมกัน เรียนรู้ และลดกำแพงในการทำงานลงได้ เปรียบเสมือนการบริหารทรัพยากรซึ่งต้องสอดคล้องกับวิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์กร เหมาะสมกับทุกบริษัทที่มีขนาดใหญ่และต้องการให้มีการปรับโครงสร้างองค์กรและวิธีการทำงานแบบใหม่เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และใช้เป็นทางเลือกใหม่ทดแทนการลดพนักงานได้ การรักษาความคล่องตัวในการบริหารจัดการ ผลกระทบต่อจิตใจ และประสิทธิภาพงานที่อาจลดลงจากการเปลี่ยนแปลงบุคลากร รวมถึงความกังวลเกี่ยวกับความยุติธรรมในการเปลี่ยนแปลงและความพร้อม ของบุคลากรในการปรับตัว การจัดโครงสร้างองค์กรในลักษณะที่ไม่เหมาะสมส่งผลให้เกิดข้อจำกัดในการร่วมมือ การเรียนรู้ และการจัดการงานอย่างเป็นระบบ จุดอ่อนสำคัญอีกประการหนึ่ง คือ การขาดแผนที่ชัดเจนในการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการดำเนินงาน ทำให้การสื่อสารและการบริหารงานยังไม่สามารถตอบสนองต่อเป้าหมายขององค์กรได้อย่างเต็มที่ นอกจากนี้ การขาดความร่วมมือภายในองค์กรส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานในระดับบุคคลและการพัฒนาภาพรวมขององค์กร อย่างไรก็ตาม การปรับโครงสร้างองค์กรให้สอดคล้องกับทรัพยากรที่มีอยู่ การใช้เทคโนโลยีเพิ่มประสิทธิภาพ และการสร้างการมีส่วนร่วมของบุคลากรในทุกระดับ รวมถึงการจัดการที่รองรับการเปลี่ยนแปลงในระยะยาว จะช่วยลดข้อจำกัดที่มีอยู่และเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กรให้สอดคล้องกับเป้าหมายที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับ Tummatasananon (2023) พบว่า การจัดองค์การสู่องค์กรนวัตกรรมการศึกษา เริ่มด้วยการจัดการหรือปรับโครงสร้าง การดำเนินงาน การออกแบบงานสายการบังคับบัญชา หน้าที่ความรับผิดชอบ และการจัดองค์การให้มีความยืดหยุ่น ทำให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการสร้างสรรค์นวัตกรรม การสร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน มุ่งเน้นการดำเนินงานเชิงกลยุทธ์สู่ความเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม ด้วยการพัฒนาบุคลากรสู่ความเป็นนักนวัตกรรม การพัฒนาประสิทธิภาพของการทำงานเป็นทีม สร้างทีมข้ามสายงาน สร้างทีมแก้ปัญหา สร้างทีมการเรียนรู้ จัดบรรยากาศการทำงานที่ส่งเสริม การคิดสร้างสรรค์ และการเสริมสร้างวัฒนธรรมที่ส่งเสริมนวัตกรรม

ตัวอย่างคำสัมภาษณ์

ID.S2 “บุคลากรของสำนักงานวิทยาเขตภูเก็ตรู้สึกมีค่อนข้างเยอะน่าจะทำงานได้ดีกว่านี้ ถ้ามีการเกลี่ยงานให้เท่ากันจะมีประสิทธิภาพมากกว่านี้ บางคนมีงานเยอะเกินไป บางคนมีงานน้อยเกินไป ภาระงานที่คาบเกี่ยวกันระหว่างส่วนงานจะต้องมีการแบ่งภาระงานให้ชัดเจนว่าส่วนงานไหนรับผิดชอบ”



ID.S5 “จุดแข็ง: งานชัดเจน มีการแบ่งหน้าที่กันชัดเจนในแต่ละงาน จุดอ่อน: การปฏิบัติงานในบางอย่งยังมีความซ้ำซ้อนกันบ้างในบางงาน การประสานงาน บางครั้งอาจจะเข้าใจไม่ตรงกัน แต่สุดท้ายก็เข้าใจกันได้”

ID.S12 “โครงสร้างองค์กรปัจจุบันของสำนักงานวิทยาเขตภูเก็ต ม.อ. ภูเก็ต ไม่เหมาะสม ส่วนงานมีจำนวนเยอะและแยกย่อยมากเกินไป ซึ่งบางงานไม่ตรงกับส่วนงานที่สังกัด บางงานอยู่ในส่วนงานเดียวกันแต่ไม่เกี่ยวข้องกัน อยากให้มีการจัดระเบียบใหม่ โดยให้มีจำนวนส่วนงานที่ลดลง และเห็นควรให้รวมส่วนงานที่มีภารกิจคล้ายๆ กันอยู่ด้วยกัน เป็นส่วนงานขนาดใหญ่ เพราะหากเกิดการลาออกของบุคลากรก็จะสามารถกระจายงานให้บุคลากรในส่วนงานเดียวกันได้ โดยไม่กระทบกับงานเดิม สำหรับภาระงานในปัจจุบันมีความเหมาะสมดีแล้ว สามารถแบ่งเวลาเพื่อไปทำงานเชิงพัฒนาได้ด้วย”

ID.S19 “อยากให้ปรับแล้วเป็นระยะยาว ซึ่งที่ผ่านมาปรับมาหลายรอบ แต่ละรอบจากเดิมที่ได้อยู่แล้ว ถูกปรับไปทางที่แตกไปแบบแปลกๆ อะไรที่ได้อยู่แล้วอยากให้รักษาไว้ อะไรที่ต้องเปลี่ยนแปลงหรือต้องดำเนินการ อยากให้วิเคราะห์ให้ครอบคลุมจะได้ไม่ต้องมีการปรับอยู่บ่อย ๆ เพราะบุคลากรเองก็จะเกิดความสับสน การสื่อสารการใช้ชื่อในการทำเอกสารการติดต่อมีผลไปหมด ควรปรับแล้วสมบูรณ์ที่สุดเท่าที่จะทำได้ และมีความยั่งยืน”

ID.S23 “การปรับโครงสร้างองค์กร มีความท้าทายของคนที่ถูกเปลี่ยนงาน เกิดการต่อต้าน ไม่อยากเปลี่ยนแปลง อาจจะมองเห็นข้อแตกต่างหากบางคนได้งานมากขึ้นไม่เท่ากัน โดยส่วนตัวถ้าถูกเปลี่ยนงานก็อาจจะออกไปทำงานที่อื่น”

ตารางที่ 4 ประเด็นหลักคำสัมภาษณ์ ด้านระบบการบริหารจัดการ

ประเด็นหลัก	หมวดหมู่	หมวดหมู่ย่อย	รหัส	รหัสย่อย
1. รูปแบบการบริหาร	ระบบการจัดการที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน	การบริหารแบบรวมศูนย์และแบบกระจายอำนาจ	h1 รวมศูนย์ h2 กระจายอำนาจ	h1.1 ขั้นตอนซับซ้อน h1.2 ขาดความยืดหยุ่น h2.1 สนับสนุนประสิทธิภาพ
2. จุดแข็งและจุดอ่อนของระบบปัจจุบัน	จุดแข็ง	ขั้นตอนชัดเจน	i1 ขั้นตอนชัดเจน	i1.1 ลดข้อผิดพลาด
	จุดอ่อน	การขาดความรวดเร็ว	i2 ความล่าช้า	i2.1 การอนุมัติใช้เวลานาน
3. ระบบการบริหารที่ส่งเสริมการดำเนินงาน	ระบบใหม่	การใช้แนวคิด Agile	j1 แนวคิด Agile	j1.1 เพิ่มความคล่องตัว
		ใช้เทคโนโลยีช่วย	j2 ใช้เทคโนโลยี	j2.1 ลดขั้นตอนเอกสาร
4. การปรับรูปแบบการบริหาร	การปรับโครงสร้าง	ลดขั้นตอน	k1 ลดขั้นตอน	k1.1 ลดลำดับการอนุมัติ
		การมอบหมายงานชัดเจน	k2 บทบาทชัดเจน	k1.2 มอบอำนาจชัดเจน
5. การใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการทำงาน	ระบบจัดการเอกสาร	ใช้ระบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ และระบบออนไลน์	l1 ระบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์	l1.1 ลดเวลาในการจัดการ
	ระบบติดตามงาน	ใช้แดชบอร์ด	l2 แดชบอร์ด	l2.1 เพิ่มความโปร่งใส
6. สภาพแวดล้อมการทำงาน	สิ่งสนับสนุน	โครงสร้างพื้นฐานชัดเจน	m1 โครงสร้างชัดเจน	m1.1 สนับสนุนการทำงาน
	อุปสรรค	บุคลากรไม่เพียงพอ	m2 บุคลากรไม่พอ	m1.2 ภาระงานเกิน
7. ข้อเสนอแนะ	ข้อเสนอแนะทั่วไป	การเพิ่มบุคลากร	n1 เพิ่มบุคลากร	n1.1 ลดภาระงาน
		การอบรมพัฒนา	n2 อบรมพัฒนา	n2.1 เพิ่มทักษะการใช้เทคโนโลยี

จากตารางที่ 4 พบว่า ด้านระบบการบริหารจัดการ พบว่า มีความสามารถจัดการงานในระดับหนึ่ง แต่ยังพบข้อจำกัดหลายประการที่จำเป็นต้องปรับปรุง เช่น บุคลากรไม่เพียงพอ การกระจายภาระงานไม่สมดุล และขั้นตอนการอนุมัติที่ซับซ้อน การแก้ไขปัญหาดังกล่าว ควรเริ่มจากการปรับปรุงขั้นตอนการทำงานให้รวดเร็วและไม่ซับซ้อน พร้อมทั้งเพิ่มจำนวนบุคลากรและจัดอบรมเพื่อพัฒนาทักษะ โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยี รวมถึงการเพิ่มจำนวนบุคลากรเพื่อสนับสนุนการทำงานในงานที่จำเป็น การนำระบบเทคโนโลยีช่วยจัดการงาน เช่น ระบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ (E-doc) และ แดชบอร์ด (Dashboard) มาประยุกต์ใช้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ลดขั้นตอนเอกสาร และเพิ่มความโปร่งใส ควรแบ่งบทบาทหน้าที่อย่างชัดเจนและให้ผู้บริหารระดับสูง เช่น ผู้ช่วยอธิการบดี มีบทบาทในการชี้แนะและสนับสนุนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ขององค์กร ผู้บริหารควรแสดงบทบาทในการผลักดันการเปลี่ยนแปลง รวมถึงสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ในองค์กร เพื่อสนับสนุนการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง สอดคล้องกับ Prasertkul et al. (2024) พบว่า การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลได้ปฏิวัติการจัดการองค์กรภาครัฐในประเทศไทยไปสู่ภาครัฐที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น โปร่งใส และมีประชาชนเป็นศูนย์กลาง ในขณะที่เทคโนโลยีมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ผู้กำหนดนโยบายจะต้องตื่นตัวและปรับตัวอยู่เสมอ ประเมินและปรับปรุงกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง แม้จะมีการใช้เทคโนโลยีอย่างแพร่หลาย แต่ยังคงมีบุคลากรบางส่วนขาดทักษะในการใช้งานเทคโนโลยี สภาพแวดล้อมการทำงานในองค์กรได้รับการยอมรับในระดับหนึ่งแต่ยังคงมีข้อเสนอให้ปรับปรุงอุปกรณ์และพื้นที่ทำงานให้ทันสมัยและเหมาะสมกับความต้องการที่เพิ่มขึ้นสำหรับด้านความเป็นนานาชาติที่มีความคาดหวังมาก แต่ยังไม่สอดคล้องกับทรัพยากรที่มีอยู่ ซึ่งให้เห็นถึงความสำคัญของการปรับปรุงสภาพแวดล้อมในที่ทำงานให้มีความเป็นนานาชาติและทันสมัย เช่น โต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์อื่น ๆ ที่ใช้ในสำนักงาน สนับสนุนการปรับกรอบความคิด (Mindset) ของบุคลากรทั้งระดับปฏิบัติการและผู้บริหาร เพื่อให้มีความสุขในการทำงาน สอดคล้องกับ Linje (2020) พบว่า การบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพต้องมีการวางแผนให้เป็นระบบ จัดลำดับความสำคัญและลำดับเวลาการทำงาน มอบหมายงานให้เหมาะสม ออกแบบให้เป็นองค์กรที่เอื้อต่อการเรียนรู้ ปรับรูปแบบโครงสร้างให้คล่องตัวสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ในองค์กร

ตัวอย่างคำสัมภาษณ์

ID.H7 “ต้องมีรูปแบบการบริหารจัดการที่ชัดเจน ผู้บริหารควรสื่อสารให้ชัดเจนว่าแผนการดำเนินงานในแต่ละปีคืออะไร ผู้ปฏิบัติ/ส่วนงาน ต้องดำเนินกิจกรรมอะไรบ้างในรอบปี มอบภาระงานแต่ละส่วนงานให้ชัดเจนสอดคล้องกับภารกิจ ตั้งแต่ต้นปี ผู้ปฏิบัติงานทุกคนต้องรับรู้เท่า ๆ กัน รวมถึงกำหนดเป้าหมายให้ชัดเจน กำหนดระยะเวลาชัดเจน ว่าต้องส่งข้อมูลให้ใครและเมื่อไหร่ โดยไม่ขอข้อมูลกะทันหัน”

ID.H12 “รูปแบบการบริหารงาน 12 ส่วนงานยังไม่ค่อยมีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ประชาสัมพันธ์มีภาระงานที่เยอะ หมดงานวิจัยไม่เข้าพวกกับงานประชาสัมพันธ์ (งานวิจัยควรอยู่กับงานวิชาการ หรืองานอื่น) งานโสตทัศนูปกรณ์ควรอยู่งานไอทีและความเข้าซ้อน/ไม่ใช้ภาระงาน เช่น พัฒนานักศึกษา งานแปลเอกสาร”

ID.H14 “จุดแข็ง คือ การนำเอาระบบเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการบริหารงานทำให้เกิดความโปร่งใส ตรวจสอบได้และเป็นการแชร์ข้อมูลที่ตรงกันในแต่ละฝ่าย จุดอ่อน คือ การใช้เทคโนโลยีต่างๆ ที่ทันสมัยจำเป็นจะต้องมีผู้เชี่ยวชาญมาอบรมให้ความรู้กับบุคลากร เพราะระบบบางระบบจำเป็นจะต้องมีการเรียนรู้ทางด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัยจึงจะสามารถใช้ระบบได้อย่างเต็มที่ ซึ่งถ้าจะให้ดีบุคลากรทุกส่วนงานจะต้องมีข้อมูลที่อัปเดตรวมกันอยู่ในแพลตฟอร์มเดียวกันเลย ไม่ใช่ต่างฝ่ายต่างใช้แพลตฟอร์มคนละแพลตฟอร์มเพื่อเก็บข้อมูลแยกกัน ซึ่งจะทำให้ข้อมูลอัปเดตไม่ตรงกัน การสื่อสารภายในองค์กร เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข้ามสายงานระหว่างผู้ปฏิบัติงานใน 12 งานย่อย และรวมถึงการแจ้งข้อมูลไปยังประชาคม จุดนี้ยังสามารถพัฒนาไปได้อีก สืบเนื่องจากปัญหาที่ผ่านมาหลายครั้งเกิดจากการที่เราไม่สื่อสารข้อมูลไปยังประชาคม ทำให้เกิดความไม่เข้าใจและเกิดการร้องเรียน แต่พอเราสื่อสารข้อมูลอย่างตรงไปตรงมา ปัญหาได้รับการแก้ไขอย่างประนีประนอม นโยบายการบริหารงานแบบรวมศูนย์ ซึ่งตรงนี้เป็นทั้งจุดแข็งและจุดอ่อนในตัวเอง จุดแข็ง คือ ความโปร่งใสในการทำงาน/การเชืตามาตรฐานในการทำงานให้เป็นแบบเดียวกันทั้งองค์กร/และการลดรายจ่ายที่ซ้ำซ้อนอันเกิดมาจากการใช้คนจำนวนมากเพื่อทำงานเดียวกัน จุดอ่อน คือ ความไม่ยืดหยุ่นในการทำงาน และการเพิ่มขั้นตอนในการทำงานทำให้เกิดความล่าช้าในการดำเนินงาน”

ID.S1 “มีการใช้เทคโนโลยี เช่น E-doc, Microsoft Teams, Google Drive, Google Sheet, Google App สร้าง Dashboard ด้วย Google Data Studio เพื่อสนับสนุนการทำงานหรือการบริหารงานให้เกิดความคล่องตัว”

ID.S3 “หากมีการปรับรูปแบบการบริหารจัดการ แต่ภาระงานเหมือนเดิม หัวหน้าส่วนงานเหมือนเดิม จะไม่ส่งผลกระทบหรือเกิดความท้าทาย เนื่องจากรูปแบบการบริหารจัดการมีความชัดเจนตั้งแต่แรกอยู่แล้ว แต่หากมีการปรับเปลี่ยนงาน



หรือหัวหน้างาน อาจจะส่งผลกระทบต่อผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งจะต้องปรับตัวเพื่อรองรับการบริหารรูปแบบใหม่ แต่หากมีการสื่อสารที่ชัดเจนจะไม่ส่งผลกระทบ ปัจจุบันหากมีปัญหาก็ปรึกษาหัวหน้างานเป็นลำดับแรก หากแก้ไขไม่ได้ปัญหาก็ส่งต่อไปให้ผู้ช่วยอธิการบดีที่ดูแลส่วนงานผ่านหัวหน้างาน”

ID.S16 “สภาพแวดล้อมการทำงานปัจจุบันไม่สนับสนุนต่อการทำงาน โต๊ะทำงานที่ใช้ใช้ตั้งแต่เริ่มทำงานไม่เคยได้รับการเปลี่ยนแปลง เวลาการทำงานหากมีการทำงานนอกเวลาราชการหรือให้เลือกเวลาทำงานเองได้ก็จะดีเพราะบางครั้งต้องให้บริการนักศึกษานอกเวลาราชการ”

ID.S20 “อยากให้มีการเตรียมความพร้อมสำหรับส่งต่อภาระงานของผู้ปฏิบัติงานที่กำลังจะเกษียณ เพื่อไม่ให้งานชะงักเดิมมีการส่งมอบงานหรือสรรหาผู้ปฏิบัติงานใหม่หลังจากผู้ปฏิบัติงานเกษียณไปแล้ว ซึ่งส่งผลกระทบต่อผู้ปฏิบัติงานภายในส่วนงาน ที่ต้องทำงานแทนระหว่างหาคนใหม่ อยากให้มีระบบหมุนเวียนงานเพื่อผู้ปฏิบัติงานจะได้เรียนรู้งานในแต่ละด้านที่แตกต่างกัน หากมีการลาออก ผู้ปฏิบัติงานในส่วนงานนั้นๆ สามารถมาปฏิบัติงานแทนได้ทันที”

ตารางที่ 5 ประเด็นหลักคำสัมภาษณ์ ด้านบุคลากร

ประเด็นหลัก	หมวดหมู่	หมวดหมู่ย่อย	รหัส	รหัสย่อย
1. ความเพียงพอของทักษะและความรู้บุคลากร	ทักษะที่ต้องการพัฒนา	ภาษาอังกฤษ	o1 ภาษาอังกฤษ	o1.1 สื่อสารต่างชาติ o1.2 ทำงานในบริบทนานาชาติ
		เทคโนโลยี	o2 เทคโนโลยี	o2.1 ท้นต่อเทคโนโลยี o2.1 เพิ่มประสิทธิภาพงาน
		ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน	o3 ความรู้เฉพาะด้าน	o3.1 เพิ่มความเชี่ยวชาญ o3.2 ทักษะเฉพาะตำแหน่ง
		การสื่อสารและบริหารจัดการ	o4 การสื่อสาร	o4.1 ทำงานเป็นทีม o4.2 บริหารงานราบรื่น
2. การพัฒนาทักษะและความรู้บุคลากร	การอบรม	อบรมเฉพาะด้าน	p1 การอบรมเฉพาะด้าน	p1.2 ภาษาอังกฤษ p1.2 เทคโนโลยี
			p2 ช่วงเวลาที่เหมาะสม	p2.1 ไม่กระทบงานหลัก
			p3 ชั่วโมงฝึกอบรม	p3.1 สม่่าเสมอ p3.2 ส่งเสริมการเข้าร่วมอบรมและการศึกษาดูงาน
		งบประมาณ	p4 งบประมาณ	p4.1 สนับสนุนพัฒนาตนเอง
3. ปัญหาและความท้าทายด้านบุคลากร	ภาระงาน	งานมากเกินไป	q1 ภาระงาน	q1.1 ขาดโอกาสพัฒนา q1.2 ประสิทธิภาพลดลง
	ทักษะที่ขาดแคลน	ทักษะภาษาอังกฤษและเทคโนโลยี	q2 ทักษะขาดแคลน	q2.1 ทำงานกับต่างชาติยาก q2.2 สื่อสารไม่ราบรื่น
	การสื่อสารภายในองค์กร	ข้อมูลไม่ครบถ้วน	q3 การสื่อสาร	q3.1 ส่งข้อมูลผิดพลาด q3.2 ภาระงานไม่สมดุล

ตารางที่ 5 (ต่อ)

ประเด็นหลัก	หมวดหมู่	หมวดหมู่ย่อย	รหัส	รหัสย่อย
4. ข้อเสนอแนะ สำหรับการพัฒนา บุคลากร	การสร้างแรงจูงใจ	ส่งเสริมแรงจูงใจ	r1 แรงจูงใจ	r1.1 ให้รางวัล r1.2 สร้างความผูกพัน
	การปรับปรุงโครงสร้าง	ขั้นตอนทำงาน กระชับ	r2 โครงสร้าง	r2.1 ลดงานไม่จำเป็น r2.2 รับฟังทุกระดับ
	การพัฒนาองค์กรควบคู่ กับบุคลากร	พัฒนาควบคู่กัน	r3 การพัฒนาองค์กร	r3.1 ปรับปรุงอุปกรณ์ r3.2 เพิ่มทักษะบุคลากร
			r4 กรอบความคิด	r4.1 คิดสร้างสรรค์ r4.2 ยอมรับการเปลี่ยนแปลง

จากตารางที่ 5 พบว่า บุคลากรมีความต้องการพัฒนาทักษะในหลายด้าน เช่น ทักษะภาษาอังกฤษเป็นทักษะที่ต้องพัฒนาอย่างมากในบริบทที่มุ่งเน้นความเป็นนานาชาติ เป็นความท้าทายที่ต้องได้รับการสนับสนุนอย่างจริงจัง ทักษะด้านเทคโนโลยีต้องพัฒนาเพื่อให้บุคลากรสามารถปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ความรู้เฉพาะด้านในตำแหน่งงานต้องพัฒนาต่อเนื่อง ทักษะการสื่อสาร การบริหารจัดการองค์กรและการแก้ไขข้อผิดพลาดในข้อมูลที่ส่งผลกระทบต่อการทำงาน พิจารณาถึงความหลากหลายและปริมาณการอบรมเฉพาะด้านให้มากขึ้น และควรจัดอบรมช่วงเวลาที่ไม่กระทบกับภาระงานหลัก ผู้สัมภาษณ์เสนอว่า ควรจัดสรรงบประมาณสำหรับการพัฒนาตนเองและการกำหนดชั่วโมงฝึกอบรมต่อปี เพื่อให้บุคลากรมีโอกาสพัฒนาทักษะที่ต้องการอย่างเต็มที่ตามความสมัครใจ การศึกษาจากมหาวิทยาลัยคู่เทียบช่วยเพิ่มโอกาสในการเรียนรู้และประสบการณ์ใหม่ ๆ กับบุคลากร การส่งเสริมแรงจูงใจ การปรับปรุงโครงสร้างการทำงานให้กระชับ และการพัฒนาองค์กรควบคู่กับการพัฒนาบุคลากร รวมถึงการเปลี่ยนแปลงกรอบความคิด ของบุคลากรเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต สอดคล้องกับ Jitwattananon (2021) พบว่า บุคลากรควรมุ่งมั่นในการปฏิบัติงานและวิธีการปฏิบัติงาน สนับสนุนการพัฒนาบุคลากรอย่างจริงจังและทุกรูปแบบ เช่น การศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น การจัดอบรม สัมมนา ศึกษาจากงานอย่างทั่วถึง มีระบบบริหารการพัฒนาบนฐานสมรรถนะหลักที่ชัดเจน เพราะการส่งเสริมให้มีการพัฒนาบนพื้นฐานสมรรถนะหลักที่ตรงกับความต้องการของผู้ได้รับการพัฒนาจะส่งผล ประสิทธิภาพและประสิทธิภาพขององค์กรยิ่งขึ้น สำหรับปัญหาหลักที่พบ คือ ภาระงานที่มากเกินไป ทำให้บุคลากรไม่มีเวลาในการพัฒนาตนเองการขาดทักษะด้านเทคโนโลยี และภาษาอังกฤษทำให้การดำเนินงานและการสื่อสารไม่ราบรื่น ความล่าช้าในการทำงานความแตกต่างด้านบุคลิกภาพและช่วงวัยส่งผลกระทบต่อการทำงานร่วมกัน การจัดการภาระงานที่ไม่เท่าเทียมทำให้เกิดความแตกแยกและปัญหาในการประเมินผลงาน นอกจากนี้ การต่อต้านการเปลี่ยนแปลงและการขาดแคลนบุคลากรยังเป็นปัญหาที่ต้องเผชิญ

ตัวอย่างคำสัมภาษณ์

ID.H3 “บุคลากรของสำนักงานวิทยาเขตภูเก็ต มีทักษะและความรู้ที่ไม่เพียงพอ เช่น เรื่องเทคโนโลยีต่างๆ แนวปฏิบัติ/ระเบียบที่เกี่ยวข้องกับส่วนงาน และภาษาอังกฤษ เห็นควรให้มีการพัฒนาเพิ่มเติม”

ID.H7 “บุคลากรมีทักษะและความรู้ที่ไม่เพียงพอต่อการปฏิบัติงานในด้านความเป็นนานาชาติ ให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ เช่น เรื่องภาษาอังกฤษ ด้วยบุคลากรที่อายุเยอะ ๆ ทำงานมานานแล้ว ติดกับการทำงานแบบเดิมๆ ไม่ยอมพัฒนาหรือเปลี่ยนแปลงตนเอง”

ID.H16 “ให้มีแผนพัฒนาบุคลากร”

ID.S1 “ปัญหาและความท้าทายด้านบุคลากรที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของสำนักงานวิทยาเขตภูเก็ต คือ บุคลากรบางคนอาจจะไม่มีความแม่นยำในการทำงาน ร้อยละ 100 ทำให้ต้องทำงานหลายรอบ ส่งผลให้เสียเวลาในการทำงานซ้ำๆ”

ID.S7 “ถ้าต้องเปลี่ยนแปลงโครงสร้างองค์กร อยากให้ผู้บริหาร จูงใจ/เปลี่ยนความคิดของบุคลากร ทำอย่างไรให้คนรักองค์กรมากขึ้น ให้บุคลากรรักองค์กร รู้สึกอยากพัฒนาองค์กรให้ดีขึ้น และมีความสุขในการทำงาน”



ตารางที่ 6 ประเด็นหลักคำสัมภาษณ์ ด้านอื่นๆ

ประเด็นหลัก	หมวดหมู่	หมวดหมู่ย่อย	รหัส	รหัสย่อย
1. การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน	การสื่อสาร	ความเข้าใจร่วมกัน	s1 สื่อสารชัดเจน	s1.1 ลดความเข้าใจผิด
		การแก้ปัญหา	s2 แก้ไขปัญหาสื่อสาร	s2.1 ช่องทางที่มีประสิทธิภาพ
	การแบ่งงาน	งานชัดเจน	s3 แบ่งภารกิจชัด	s3.1 ลดงานซ้ำซ้อน
		ลดภาระงานซ้ำซ้อน	s4 งานสมดุล	s4.1 จัดสรรตามภารกิจ
2. ความเท่าเทียม	การประเมินผลและการจัดสรรทรัพยากร	ความยุติธรรม	t1 การประเมิน	t1.1 เกณฑ์ประเมินชัดเจน
		เงินเดือนเหมาะสม	t2 ปรับเงินเดือน	t2.1 ตรงภาระงาน
		ทรัพยากรเหมาะสม	t3 จัดสรรทรัพยากร	t3.1 ตามเป้าหมายองค์กร
3. การพัฒนาบุคลากร	พัฒนาทักษะ	พัฒนาต่อเนื่อง	u1 เสริมความรู้	u1.1 การอบรมเฉพาะทาง
		เพิ่มทักษะภาษา	u2 ภาษาอังกฤษ	u2.1 สื่อสารนานาชาติ
	แรงจูงใจ	ส่งเสริมการทำงาน	v1 แรงจูงใจ	v1.1 สิ่งจูงใจใหม่
4. การจัดการสภาพแวดล้อม	สภาพแวดล้อม	ปรับปรุงปรณ	w1 ทันสมัย	w1.1 อุปกรณ์ทันสมัย
		เพิ่มความนานาชาติ	w2 สภาพแวดล้อม	w2.1 รองรับงานนานาชาติ
5. การใช้เทคโนโลยี	ใช้เทคโนโลยี	ประสิทธิภาพงาน	x1 เทคโนโลยีใหม่	x1.1 ระบบดิจิทัล
		สนับสนุนการสื่อสาร	x2 การสื่อสาร	x2.1 ช่องทางออนไลน์

จากตารางที่ 6 พบว่า ปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร คือ การมุ่งเน้นการสื่อสารที่ชัดเจนและสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างบุคลากร พร้อมทั้งแก้ปัญหการสื่อสารที่อาจก่อให้เกิดความผิดพลาด การสื่อสารส่งผลให้การทำงานและมีความจำเป็นที่ต้องสื่อสารให้ชัดเจนระหว่างบุคลากรภายในและภายนอกองค์กร โดยเน้นที่การสื่อสารให้บุคลากรเข้าใจภารกิจของตนเอง รวมถึงการแก้ไขปัญหาในการรับรู้และตีความข้อมูลส่งผลต่อการทำงานร่วมกัน การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการสื่อสารเพื่อเชื่อมต่อนักศึกษา ความเท่าเทียมในองค์กรจำเป็นต้องได้รับการแก้ไข โดยเฉพาะการประเมินผลการปฏิบัติงานและการจัดสรรทรัพยากร ส่งผลให้เกิดความไม่พอใจต่อผลการประเมิน บุคลากรที่ได้รับค่าตอบแทน ด้านภาษาอังกฤษควรมีภาระงานเพิ่มขึ้นเพื่อขับเคลื่อนงานในบทบาทที่เกี่ยวข้องกับการใช้ภาษาอังกฤษ การพิจารณาเงินเดือนควรสอดคล้องกับภาระงานและประสบการณ์ของบุคลากรอย่างเหมาะสม โดยเฉพาะความแตกต่างระหว่างบุคลากรที่ทำงานมานานแต่ภาระงานน้อย กับบุคลากรใหม่ที่มีภาระงานมากและได้รับงานที่ท้าทายกว่า การสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้กับบุคลากรเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพและความพึงพอใจในการทำงาน สอดคล้องกับ Sukchai & Pakeechai (2024) พบว่า ปัจจัยจูงใจในการทำงาน ด้านความสำเร็จในการทำงาน การบริหารจัดการด้านแผนงานที่ชัดเจน มีการติดตามแผนงานเป็นประจำทุกสัปดาห์ ทำให้พนักงานทราบถึงปริมาณงานที่ต้องสามารถทำได้ทันตามระยะเวลาที่กำหนดและเป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ด้านการยอมรับ มีการส่งเสริมและกระตุ้นให้พนักงานแสดงความคิดเห็นในเรื่องต่างๆ และด้านลักษณะงานที่ทำ มีความมุ่งมั่นในการพัฒนาด้านทักษะ ความรู้ ความสามารถ ความถนัดในงานของพนักงานอย่างต่อเนื่องโดยกำหนดเป็นนโยบายหลักของบริษัท คือ พนักงานทุกคนต้องอบรมเพิ่มพูนความรู้เป็นประจำทุกปีส่งผลต่อประสิทธิภาพ การทำงานของพนักงาน และข้อจำกัดการเดินทางของนักศึกษาในจังหวัดภูเก็ต รวมถึงทักษะของผู้บริหารที่มีส่วนสำคัญในการส่งเสริมการทำงาน สอดคล้องกับ Maneechod et al. (2024) พบว่า ภาวะผู้นำแบบคล่องแคล่วจะมีความสามารถในการคาดการณ์และติดตามสถานการณ์ที่เกิดการเปลี่ยนแปลงและนำมาตีความข้อมูลจากการคาดการณ์และวางแผนการทำงานเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น เป็นผู้นำที่ส่งเสริมให้บุคลากรมีการร่วมมือร่วมใจในการทำงาน โดยผ่านกระบวนการทำงานเป็นทีม การใช้ทักษะสื่อสารเพื่อการทำงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ตัวอย่างคำสัมภาษณ์

ID.S10 “อยากให้ทุกคนมีการทำงานเป็นทีม มีความเห็นอกเห็นใจกัน ไม่ใช่มองตนเป็นคู่แข่ง ถ้าหากมีการย้ายส่วนงาน อยากให้มีการถามความคิดเห็นก่อน ไม่ควรประกาศออกมาเลย และวางคนให้เหมาะกับงาน”

ID.S19 “อยากให้ผู้บริหารมองในด้านของงานพัฒนาว่าการพัฒนาคน หรือการพัฒนางานของคนในองค์กรบางงาน เป็นงานที่ยิ่งใหญ่ต่อยอดได้สามารถทำได้เรื่อยๆ ในการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งบางครั้งผู้บริหารสามารถนำไปใช้ในการรายงานข้อมูลหรือพัฒนารูปแบบนวัตกรรมต่างๆ ของหน่วยงานได้ บางครั้งอาจจะลืมไป มองแค่ว่าเป็นงานพัฒนาเพื่อส่ง ไม่ได้นำไปต่อยอดหรือนำไปใช้ให้มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง เพื่อความยั่งยืน”

สรุปผลการวิจัย

การดำเนินงานของสำนักงานวิทยาเขตภูเก็ท มีปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานและการดำเนินงาน โดยสามารถเชื่อมโยงและสรุปผลได้ตามกรอบแนวคิด PEOPLE ซึ่งเป็นแนวคิดที่มีองค์ประกอบสำคัญที่สะท้อนถึงแนวทางการจัดการทรัพยากร และกระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบเพื่อความยั่งยืน การมุ่งเน้นนโยบายและวิสัยทัศน์ (Policy and Vision) ความเป็นนานาชาติที่ชี้ให้เห็นถึงการสร้างโอกาสในการพัฒนาหลักสูตรและการสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศ ช่วยเปิดทางให้กับ การเพิ่มบุคลากรต่างชาติ อย่างไรก็ตาม องค์กรยังคงต้องเผชิญกับข้อจำกัดด้านทรัพยากร โครงสร้างพื้นฐาน และความไม่ทั่วถึงในการสื่อสาร ซึ่งส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ในระยะยาว ด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) งานวิจัยชี้ให้เห็นว่าความซับซ้อนของกระบวนการทำงานเป็นปัจจัยที่ลดทอนประสิทธิภาพขององค์กร การนำเทคโนโลยี เช่น ระบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ (E-doc) และ แดชบอร์ด (Dashboard) เข้ามาใช้ช่วยเสริมความโปร่งใส ลดข้อผิดพลาด จะสนับสนุนการตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ในส่วนของโครงสร้างองค์กร (Organizational Structure) พบว่า โครงสร้างองค์กรมีความซับซ้อนและการกระจายทรัพยากรที่ไม่สมดุลยังคงเป็นอุปสรรคสำคัญ การปรับโครงสร้างองค์กร เพื่อสร้างความยืดหยุ่นและส่งเสริมการทำงานร่วมกันของทีมงาน จึงเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการตอบสนองต่อความต้องการขององค์กรในอนาคต การพัฒนาบุคลากร (People Development) เป็นอีกหนึ่งหัวใจสำคัญ โดยเฉพาะในด้านการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษและเทคโนโลยี ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการยกระดับความสามารถในการทำงานในบริบทนานาชาติ การปรับปรุงสภาพแวดล้อมการทำงานและการสร้างแรงจูงใจที่เหมาะสมช่วยให้บุคลากรสามารถเติบโตและพัฒนาได้อย่างต่อเนื่อง ในมิติของภาวะผู้นำ (Leadership) พบว่า ผู้นำมีบทบาทสำคัญในการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมการเรียนรู้และนวัตกรรม รวมถึงการสื่อสารเป้าหมายองค์กรอย่างชัดเจน เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมจากทุกระดับในองค์กร ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงอย่างยั่งยืน สุดท้ายคือ การเสริมพลัง (Empowerment) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการกระจายทรัพยากรอย่างเท่าเทียม การสื่อสารที่ชัดเจน และการสร้างระบบสนับสนุนที่ช่วยให้บุคลากรสามารถปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงและทำงานได้เต็มศักยภาพในสภาพแวดล้อมที่ท้าทาย

ดังนั้น องค์กรควรให้ความสำคัญกับการจัดสรรทรัพยากรอย่างเหมาะสม การพัฒนาเทคโนโลยี และการปรับปรุงกระบวนการทำงานเพื่อลดความซับซ้อนและเพิ่มความโปร่งใส อีกทั้งการเสริมสร้างความเป็นผู้นำและการพัฒนาทักษะบุคลากรในทุกระดับยังช่วยสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์และสร้างความยั่งยืนในระยะยาว กรอบแนวคิด PEOPLE จึงเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้องค์กรสามารถจัดการภารกิจและการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมตอบสนองต่อความท้าทายและเป้าหมายที่เปลี่ยนแปลงในบริบทระดับนานาชาติ โดยได้เชื่อมโยงปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินงาน ได้ตามกรอบแนวคิด PEOPLE ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ความเชื่อมโยงของปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการดำเนินงานตามกรอบแนวคิด PEOPLE

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้มีคุณค่าอย่างยิ่งทั้งในด้านวิชาการและการปฏิบัติ โดยได้ชี้ให้เห็นถึงปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการกิจและการดำเนินงานของโครงสร้างองค์กรในบริบทของมหาวิทยาลัยที่มุ่งสู่ความเป็นนานาชาติ การวิจัยไม่เพียงแต่ช่วยให้เข้าใจถึงความท้าทายในการบริหารจัดการ การกระจายอำนาจ และการใช้เทคโนโลยีในองค์กรเท่านั้น แต่ยังแสดงให้เห็นข้อจำกัดในการพัฒนาบุคลากร โดยเฉพาะทักษะด้านภาษาอังกฤษและเทคโนโลยี ซึ่งมีความสำคัญต่อการทำงานในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ การวิจัยยังเสนอแนวทางที่เป็นรูปธรรมในการปรับปรุงการบริหารทรัพยากรบุคคลและการจัดโครงสร้างองค์กรใหม่เพื่อลดความซ้ำซ้อนและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานร่วมกัน ผลการศึกษาสามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางสำหรับองค์กรอื่นๆ ที่ต้องการปรับโครงสร้างเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของตนเอง ทั้งนี้ การวิจัยยืนยันถึงความสำคัญของการจัดการการเปลี่ยนแปลงที่มีความยั่งยืน และการคำนึงถึงผลกระทบต่อบุคลากร เพื่อเสริมสร้างความร่วมมือ ความผูกพัน เพิ่มความพึงพอใจและความสุขในการทำงานในระยะยาว

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. การปรับโครงสร้างองค์กร ให้ลดความซ้ำซ้อนและจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยให้สามารถรองรับการเติบโตและบรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ควบคู่ไปกับการสื่อสารนโยบายด้านความเป็นนานาชาติและทิศทางองค์กรให้ชัดเจน เพื่อสร้างความเข้าใจและความร่วมมือจากบุคลากรทุกระดับ
2. พัฒนาเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ลดข้อผิดพลาด และเสริมสร้างความโปร่งใสในกระบวนการทำงาน การส่งเสริมการทำงานดิจิทัลและการจัดการข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่น
3. เสริมสร้างทักษะและศักยภาพบุคลากร การพัฒนาทักษะด้านภาษาอังกฤษ เทคโนโลยี และการบริหารงานในบริบทนานาชาติจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการทำงาน การสร้างสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนแรงจูงใจและกระจายงานอย่างเหมาะสมจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและความพึงพอใจในงานของบุคลากร



4. ส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง ผู้บริหารควรมีบทบาทสำคัญในการนำการเปลี่ยนแปลงโดยการสื่อสารเป้าหมายและทิศทางองค์กรให้ชัดเจน พร้อมส่งเสริมการทำงานร่วมกันข้ามสายงาน การสร้างวัฒนธรรมที่ส่งเสริมการเรียนรู้และนวัตกรรมในองค์กรจะช่วยให้องค์กรปรับตัวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรขยายกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมบุคลากรจากหน่วยงานอื่นๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลหรือความเห็นที่หลากหลายและครอบคลุมสถานการณ์ที่แตกต่างกัน
2. ควรศึกษาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้าง เพื่อประเมินผลกระทบที่แท้จริงและวางแผนการจัดการที่เหมาะสม
3. ควรสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างองค์กรและการพัฒนาทักษะของบุคลากรเพื่อตรวจสอบความพึงพอใจและการตอบสนองของบุคลากรต่อการเปลี่ยนแปลง
4. ควรศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ที่สามารถนำมาปรับใช้ในองค์กรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน และการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการนำเทคโนโลยีเหล่านี้เข้ามาใช้

ข้อจำกัดการวิจัย

กลุ่มเป้าหมายและกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในงานวิจัย มีจำนวน 39 คน เป็นตัวแทนของบุคลากรทั้งหมดในสำนักงานวิทยาเขตภูเก็ท ซึ่งพบว่า บางหน่วยงานไม่มีบุคลากรเข้าร่วมสัมภาษณ์อาจเกิดจากหลายสาเหตุ ควรกระตุ้นให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นให้เกิดการยอมรับการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

ข้อจำกัดในเวลการศึกษา ทำให้ไม่สามารถสำรวจปัจจัยหรือประเด็นที่เกี่ยวข้องทั้งหมดได้อย่างละเอียด เช่น การขยายกลุ่มตัวอย่างไปยังคณะ วิทยาลัย วิทยาเขตอื่นและนักศึกษาที่เป็นผู้รับบริการ การศึกษาผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลง และการสำรวจความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างองค์กร

References

- Choocherd, S. (2021). The development of personnel competency in working more efficiency. *Valaya Alongkorn Review (Humanities and Social Science)*, 12(1),223-238.
- CMOE. (2024). *Top 8 Essential Factors That Affect Work Performance*. Retrieved November 2024, from <https://cmoe.com/blog/top-5-essential-factors-that-affect-work-performance/>
- Glankhetkij B. (2024). The Factors Affecting Education Quality Assurance Operations within the Educational Schools under the Office of Uthai Thani Primary Educational Service Area 1. *Interdisciplinary Academic and Research Journal*, 4(2),5-34. <https://doi.org/10.60027/iarj.2024.274009>
- HREX.asia. (2019). *Organization Design*. Retrieved July 2024, from <https://th.hrnote.asia/orgdevelopment/190730-what-is-orgdesign/>.
- Industry network. (2020). *Change Management Process*. Retrieved July 2024, from <https://www.ftpi.or.th/en/2020/39517>.
- Jasuna, S. (2023). *A study of organizational structure, working atmosphere and colleagues affect the quality of life for personnel in the bureaucratic unit in Bangkok Metropolitan Area (Unpublished Independent Studies)*. Bangkok University, Pathum Thani, Thailand.
- Jitwattananon, R. (2021). Competency development of educational personnel office secondary schools in The lower central region. *Journal of Management Science Nakhon Pathom Rajabhat University*, 8(1),63-78.
- Kanlayakornkul, K. (2020). *The study of factors which impact to organizational structure design: case study of one of the IC design and development company in Thailand (Unpublished Independent Studies)*. Mahidol University, Nakhon Pathom, Thailand.



- Khaw, K. W., Alnoor, A., Al-Abrow, H., Tiberius, V., Ganesan, Y. & Atshan, N. A. (2023). Reactions towards organizational change: a systematic literature review. *Current Psychology*, 42(22),19137-19160.
- Khwanhuai, w., Thammaja, S. & Chirinan, P. (2024). Development of Human Resources Towards Innovative Organizations. *Thailand Islamic Journal*, 1(1),51-60.
- Kolasani, S. (2023). Innovations in digital, enterprise, cloud, data transformation, and organizational change management using agile, lean, and data-driven methodologies. *International Journal of Machine Learning and Artificial Intelligence*, 4(4),1-18.
- Kuffuor, O., Aggrawal, S., Jaiswal, A., Smith, R. J. & Morris, P. V. (2024). Transformative Pathways: Implementing Intercultural Competence Development in Higher Education Using Kotter's Change Model. *Education Sciences*. 14(7),1-20. <https://doi.org/10.3390/educsci14070686>.
- Lerdteeraphoj C., Piriakul. R. & Chiranunthade. N. (2024). Strategies for agile human resource management: work value perception, goal orientation and network communication. *Humanities and Social Science Research Promotion Network Journal*. 7(1),16-33.
- Liang, L. & Li, Y. (2024). *How does organizational resilience promote firm growth? The mediating role of strategic change and managerial myopia*. Retrieved July 2024, from <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114636>.
- Linje, C. (2020). Management affecting Quality management principles of Small and Medium Enterprises in Bangkok. *Journal of Arts Management*. 4(3),594-604.
- Maneechod, T., Nanthachai, S., Sarnnswang, S. & Chotitham, S. (2024). A structural equation model of factors affecting efficiency of small-scaled primary school management and administration in Thailand. *Journal of MCU Social Science Review*, 13(4),108-122.
- MHESI. (2024). *Student information*. Retrieved November 2024, from https://info.mhesi.go.th/homestat_std.php
- Monpanicha, N. (2020). *Employee satisfaction after the organizational restructuring from functional structure to agile organization: the case of a medical equipment company (Unpublished Independent Studies)*. Mahidol University, Nakhon Pathom, Thailand.
- Nickols, F. (2016). *Factors Affecting Performance*. Retrieved November 2024, from <https://www.nickols.us/factors.pdf>
- Nulay P., Soonthorn S., Injun R. & Sutthisai W. (2022). Factors affecting on strategic Implementation of the Department of Mineral Resources, Office of Mineral Resources Regions 1-4. *Journal of Modern Learning Development*, 7(8),109-133.
- Palaboon, C. (2020). *Influences of organization management and time management toward work efficiency of professional nurses in large government hospitals of Bangkok metropolis (Unpublished Independent Studies)*. Srinakharinwirot University, Bangkok, Thailand.
- Patarametagul W. & Ongwandee M. (2023). Factors Affecting for Organizational Performance of Thailand Post. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 8(3),476-491.
- Phachachat. (2019). *Understanding Gen Z's issues is as simple as understanding them*. Retrieved October, 2019, from <https://www.prachachat.net/sd-plus/sdplus-sustainability/news-382415>
- Phoyo, S., Thongsri, R. & Charoensalung, P. (2023). Study effectiveness in the administration of mueang district, Kanchanaburi province's Kanchanaburi municipality. *Journal of Mani Chettha Ram Wat Chomma*, 6(6),245-259.
- Prasertkul, B., Mankan, W., Chirinan, P. & Chaisakulkie, U. (2024). Digital transformation and its impact on Thailand's organization management. *Journal of Mani Chettha Ram Wat Chomma*, 7(1),239-256.



- Raza, M. A., Imran, M., Rosak-Szyrocka, J., Vasa, L. & Hadi, N. U. (2023). Organizational change and workplace incivility: Mediated by stress, moderated by emotional exhaustion. *International Journal of Environmental Research and Public*, 20(3),1-16 <https://doi.org/10.3390/ijerph20032008>.
- Siririn, J. (2022). *Why are Gen Zs less attending University?*. Retrieved June 2024, from <https://www.salika.co/2022/06/06/why-are-gen-z-less-attending-university/>
- Sukchai, P. & Pakeechai, K. (2024). Work motivation factors that affect the work efficiency of employees at a steel structure manufacturing company in Phra Nakhon Si Ayutthaya province. *Journal of Liberal Art of RajamangalaUniversity of Technology Suvamabhum*, 6(2),431-444.
- Suksamanphanich, A., Chotpittayanon, N. & Koseeyaporn, P. (2023). The Development of Effectiveness in the Operation of Secondary Care and above under the Lean Thinking Management. *SSRU Journal of Public Administration*, 6(1),99-108.
- Thsurin C., Ponathong C. & Yongsorn C. (2021). The Factors Affecting to Internal Quality Assurance of Pathumwan Institute of Technology. *Journal of Multidisciplinary in Humanities and Social Sciences*, 4(3),999-1012.
- Tummatasananon, S. (2023). Management toward an organization of educational innovation. *Journal of MCU Peace Studies*, 11(4),1658-1667.
- UN. (2024). *A new UN population report reveals that the global population is projected to reach 9.7 billion by 2050, but the growth rate is slowing down*. Retrieved November 2024, from <https://www.un.org/en/academic-impact/97-billion-earth-2050-growth-rate-slowing-says-new-un-population-report>
- Vlachopoulos, D. (2021). Organizational change management in higher education through the lens of executive coaches. *Education Sciences*, 11(6),1-15 <https://doi.org/10.3390/educsci11060269>.
- Wallezky, L., Carrubbo, L., Badr, N. G., Dragoicea, M., Toli, A. M. & Badawi, S. (2024). Reconfiguring the service system for resilience: Lessons learned in the Higher Education context. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 39(6),1144-1161. <https://doi.org/10.1108/JBIM-09-2022-0426>.
- Yangngam, V., Kositkanin, T. & Deesukanan, C. (2022). Internal management that affects the motivation of Bangpoo industrial estate Samutprakarn province. *Journal of Multidisciplinary in Humanities and Social Sciences*, 5(1),36-49.



ผลกระทบของความสามารถการคิดอย่างเป็นระบบและการมุ่งเน้นสมรรถนะหลัก
ที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุน
ในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ

Effects of Systematic Thinking Competency and Core Competency
Orientation on Job Efficiency of Supporting Staff
at The Public Higher Education Institution

ปวาริศา แสงคำ¹ และ พิษณุ คุณชื่น^{2*}
Pawarisa Saengkham¹ and Phitsanu Koonchuen^{2*}

Article History

Receive: August 1, 2024
Revised: October 22, 2024
Accepted: October 28, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกระหว่างความสามารถการคิดอย่างเป็นระบบและการมุ่งเน้นสมรรถนะหลักที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุน ในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากบุคลากรสายสนับสนุน ในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 280 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) ความสามารถในการคิดอย่างเป็นระบบ ด้านทักษะ การสร้างสรรค์และออกแบบการบริการ และด้านทักษะการสื่อสาร และการทำงานร่วมกัน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ด้านคุณภาพของผลงาน ด้านปริมาณของผลงาน และด้านการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า 2) การมุ่งเน้นสมรรถนะหลัก ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ ด้านการบริการที่ดี ด้านการส่งเสริมความเชี่ยวชาญในอาชีพ ด้านการทำงานเป็นทีม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ทุกด้าน และ 3) ความสามารถในการคิดอย่างเป็นระบบ ด้านทักษะการสร้างสรรค์และออกแบบการบริการ ด้านทักษะการสื่อสาร และการทำงานร่วมกัน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับการมุ่งเน้นสมรรถนะหลักทุกด้าน สรุปได้ว่าความสามารถการคิดอย่างเป็นระบบ เป็นความสามารถของกระบวนการทางความคิดแบบครบวงจรคิดอย่างมีหลักการมององค์รวมทั้งระบบ ให้มีความเชื่อมโยง และสัมพันธ์กันเป็นเหตุเป็นผลให้สามารถกระทำและตัดสินใจอย่างเป็นระบบ เพื่อช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพ และผลลัพธ์ที่ดี และการมุ่งเน้นสมรรถนะหลัก เป็นคุณลักษณะขีดความสามารถพิเศษ หรือการมีความชำนาญที่สุดที่บุคคลจำเป็นต้องมีต้องทำ เพื่อให้บรรลุตรงตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้องค์กรบรรลุพันธกิจสร้างความได้เปรียบให้แก่องค์กร สมรรถนะหลักถือเป็นสิ่งกระตุ้นที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติทำให้มีผลการปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลทั้งในด้านคุณภาพ ปริมาณ ความรวดเร็ว ตรงต่อเวลาและการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ผลลัพธ์สามารถนำไปเป็นแนวทางเสริมสร้างและสนับสนุนให้เกิดความสามารถการคิดอย่างเป็นระบบ การพัฒนาเพื่อกำหนดสมรรถนะหลัก และทราบประเด็นการแก้ไข เพื่อนำไปปรับปรุงพัฒนาวิธีการบริหารงานขององค์กรที่จะนำไปสู่การยกระดับขีดความสามารถการคิดอย่างเป็นระบบ การมุ่งเน้นสมรรถนะหลักให้ดียิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายและประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนต่อเนื่องต่อไป

คำสำคัญ : ความสามารถในการคิดอย่างเป็นระบบ ; การมุ่งเน้นสมรรถนะหลัก ; ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ; บุคลากรสายสนับสนุน ; สถาบันอุดมศึกษาของรัฐ

¹ นักวิชาการพัสดุ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, Procurement Officers, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University.

² เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, General administration officer, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University.

* Corresponding Author E-mail: phitsanu.k@acc.msu.ac.th

ABSTRACT

This research aims to test the relationship and positive effects between systematic thinking competency and core competency orientation on the job efficiency of supporting staff at public higher education institutions. A questionnaire was used as a tool to collect data from supporting staff in public institutions. The sample consists of 280 supporting staff. The statistics used in data analysis included mean, standard deviation, correlation analysis, and multiple regression analysis. The research results found that 1) there is a relationship and positive impact of systematic thinking competency, service creativity and design skills, and communication and coordination skills toward job efficiency in terms of quality of work, volume of work, and efficient use of resources. 2) There is a relationship and positive impact of core competency orientation in terms of achievement motivation, service mind, accumulation of professional expertise, and teamwork toward all aspects of operational job efficiency. And 3) There is a relationship and positive impact of systematic thinking competency, service creativity and design skills, and communication and coordination skills toward all aspects of core competency orientation. The systematic thinking competency is an ability of complete systematic thinking, including holistic thinking to connect and interrelate to be able to make a decision systematically to help leading to efficient work and positive outcomes, and focusing on core competencies, which represent special capabilities or personal necessary expertise to achieve set goals, which is an important factor to achieve an organization's mission and create a competitive advantage. Core competencies serve as a stimulant that impacts job efficiency, leading to effective and efficient performance in terms of quality, quantity, speed, punctuality, and cost-effective resource use. The results of this research can be used as guidelines to strengthen and support systematic thinking competency development to focus on core competencies and identify areas for improvement to refining management methods within the organization to enhance better systematic thinking and a stronger focus on core competencies, to increase operational efficiency to achieve goals and sustainably succeed.

Keywords : Systematic Thinking Competency ; Core Competency Orientation ; Job Efficiency ; Supporting Staff ; The Public Higher Education Institution

บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยได้ก้าวเข้าสู่ศตวรรษที่ 21 อย่างเต็มรูปแบบทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบกิจกรรมทางการเมือง สังคม เศรษฐกิจ การค้า การลงทุน การผลิต การบริการ และกิจกรรมอื่นๆ ความเจริญก้าวหน้าทางระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารแบบไร้พรมแดนอย่างรวดเร็วนี้ ดังนั้น เพื่อให้ก้าวทันกับกระแสการเปลี่ยนแปลงโลกาภิวัตน์ รัฐบาลจึงได้กำหนดยุทธศาสตร์และจัดทำแผนพัฒนาชาติ แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมขึ้น โดยมุ่งเน้นให้มีการพัฒนากำลังคนให้มีความพร้อมในการเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล อันจะเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ โดยทุกองค์กรต้องเร่งพัฒนานวัตกรรมทุกมิติ เพื่อเตรียมความพร้อมให้ทันกับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงให้สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างแท้จริง (Ministry of information and communication technology, 2023) สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน จึงกำหนดแผนพัฒนาและปฏิรูปการบริหารจัดการหน่วยงานภาครัฐ ตามกรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี เพื่อคัดสรรและจูงใจบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ ศักยภาพ เรียนรู้และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องเข้ามาร่วมงานกับหน่วยงานภาครัฐ โดยสนับสนุนให้บุคลากรเกิดทักษะและสมรรถนะที่ทันสมัยตามตลาดแรงงานโลกต้องการ เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีคุณภาพ ประสิทธิภาพ ยึดมั่นในคุณธรรม รวมถึงมีภาวะผู้นำ ความรับผิดชอบ ความเป็นมืออาชีพในระดับสากล ซึ่งทักษะและสมรรถนะดังกล่าวเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้องค์กรสามารถขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศภายใต้บริบทความท้าทายและการเปลี่ยนแปลงแบบพลิกผัน สถาบันอุดมศึกษาจึงเกิดแนวคิดการพัฒนาศักยภาพทั้งเชิงคุณภาพและปริมาณ โดยการเน้นคุณภาพ ศักยภาพทักษะความสามารถพื้นฐานที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 ให้มีประสิทธิภาพตามแนวทางการพัฒนาศักยภาพบุคลากรภาครัฐ พ.ศ.2565 กระบวนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นประเด็นหลัก



เพราะทุนมนุษย์ถือได้ว่าเป็นหัวใจและกลไกสำคัญที่ต้องมีการพัฒนา ให้มีคุณภาพ ศักยภาพ มีความรู้ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ เพื่อนำไปพัฒนาองค์กรให้มั่นคงและยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง (Office of the civil service commission, 2022) องค์กรที่มีทุนมนุษย์ที่มีคุณลักษณะกระบวนการทางความคิดที่ดีมีการจัดระบบความคิดแบบครบวงจรที่เหมาะสม มีคุณภาพ และประสิทธิภาพ ย่อมทำให้องค์กรก้าวสู่ไปในระดับสากล ทักษะอนาคตที่ตลาดแรงงานโลกต้องการ ได้แก่ ความสามารถในการคิดอย่างเป็นระบบคิดแบบครบวงจร (PDCA) มีหลักการมองรายละเอียดที่สัมพันธ์หรือเชื่อมโยงกันทั้งระบบอย่างเป็นเหตุเป็นผล เพื่อให้เกิดการกระทำและตัดสินใจที่ดีที่สุด และช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพและผลลัพธ์ที่ดี ได้แก่ ทักษะการวิเคราะห์ตัดสินใจและแก้ไขปัญหา ทักษะการสร้างสรรค์และออกแบบการบริการ ทักษะทางอาชีพและการเรียนรู้ ทักษะการสื่อสารและการทำงานร่วมกัน และทักษะความรู้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี ซึ่งสิ่งเหล่านี้ทำให้มีโอกาสสูงในการเติบโตและประสบความสำเร็จสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานในอนาคต (World economic forum, 2023)

การมุ่งเน้นสมรรถนะหลัก ถือเป็นความรู้ ทักษะ ความสามารถพิเศษหรือความชำนาญที่สุดที่บุคคลต้องมี เป็นคุณลักษณะเชิงพฤติกรรมของบุคคลที่มุ่งเน้นการปฏิบัติงานในหน้าที่ให้มีคุณภาพที่ดีถูกต้อง ครบถ้วนสมบูรณ์ตามมาตรฐาน มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีการวางแผนกำหนดเป้าหมายติดตามประเมินผลการปฏิบัติงานให้ตรงตามเป้าหมาย รวมทั้งปรับปรุงพัฒนาผลงาน ศักยภาพให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ส่งผลไปสู่การพัฒนาองค์กรบรรลุพันธกิจตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ได้แก่ ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ ด้านการบริการที่ดี ด้านการส่งเสริมความเชี่ยวชาญในอาชีพ ด้านการยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรม และจริยธรรม และด้านการทำงานเป็นทีม (Office of the civil service commission, 2022) ซึ่งสิ่งเหล่านี้ถือเป็นความสามารถของบุคลากรอันเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาสนับสนุนให้เกิดประสิทธิผลต่อองค์กรให้ประสบผลสำเร็จ และยังเป็นผลดีสำหรับบุคลากรทำให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ซึ่งประสิทธิภาพการปฏิบัติงานเป็นผลลัพธ์ที่เกิดจากการปฏิบัติงานที่ตรงตามมาตรฐานเป็นไปตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยต้องอาศัยความรู้ ความสามารถ ความตั้งใจปฏิบัติงานให้สำเร็จลุล่วง มีคุณภาพ ถูกต้อง รวดเร็ว ใช้เวลาน้อยใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เป็นที่น่าพึงพอใจแก่ตนเอง และผู้ที่เกี่ยวข้อง ตัวชี้วัดประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน พิจารณาจาก 4 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณภาพของผลงาน ด้านปริมาณของผลงาน ด้านความรวดเร็วและตรงต่อเวลา และด้านการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จของการดำเนินงาน องค์กรจะมีผลผลิตเป็นที่น่าสนใจในทุกด้านรวมทั้งสามารถสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง ดังนั้น หากองค์กรสามารถสรรหาบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ ทักษะและความคิดสร้างสรรค์ที่มีออกมาเพื่อทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรที่ตั้งไว้ และสามารถดึงดูดผู้ที่มีความรู้ความสามารถให้อยู่ในองค์กรได้นานที่สุด จะส่งผลดีต่อการบริหารงานทรัพยากรบุคคลที่ดีส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการทำงานบรรลุตรงตามเป้าหมายที่วางไว้ ดังนั้น สถาบันอุดมศึกษาของรัฐควรกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนากระบวนการศึกษาและระบบบริหารจัดการองค์กร เพื่อความเป็นเลิศและทันสมัยขึ้นและเพื่อเตรียมความพร้อมสู่การเป็นมหาวิทยาลัยดิจิทัล โดยการปรับปรุงพัฒนาและการบริหารจัดการในทุกมิติ ให้เกิดความต่อเนื่องและสอดคล้องกับกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกปัจจุบันที่มีความเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกระหว่างความสามารถการคิดอย่างเป็นระบบและการมุ่งเน้นสมรรถนะหลักที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุนในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัย เรื่อง ผลกระทบของความสามารถการคิดอย่างเป็นระบบและการมุ่งเน้นสมรรถนะหลักที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุนในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ ผู้วิจัยได้รวบรวมเอกสารและงานวิจัย ดังนี้

ความสามารถการคิดอย่างเป็นระบบ

ความสามารถการคิดอย่างเป็นระบบ (Systematic Think Competency) คือ ความสามารถในการคิดแบบครบวงจร (PDCA) การคิดอย่างมีหลักการมองอย่างองค์รวมทั้งระบบที่เกี่ยวข้องและความเชื่อมโยงขององค์ประกอบในรายละเอียดที่สัมพันธ์กัน เป็นการคิดอย่างเป็นเหตุเป็นผล เพื่อให้สามารถวางระเบียบให้กับการกระทำและการตัดสินใจอย่างเป็นระบบเพื่อช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพและผลลัพธ์ที่ดี ความสามารถการคิดอย่างเป็นระบบเป็นทักษะอนาคตที่ตลาดแรงงานโลกต้องการ มี 5 ทักษะที่นิยมใช้อย่างแพร่หลาย ได้แก่ 1) ทักษะการวิเคราะห์ ตัดสินใจและแก้ไขปัญหา

(Analytical Skills Make Decisions and Solve Problems) 2) ทักษะการสร้างสรรค์และออกแบบการบริการ (Innovative Creativity and Service Design Skills) 3) ทักษะทางอาชีพและการเรียนรู้ (Vocational Skills and Learning) 4) ทักษะการสื่อสารและการทำงานร่วมกัน (Communication and Coordination Skills) และ 5) ทักษะความรู้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี (Computer and Technology Literacy Skills) (World economic forum, 2023)

ความสามารถการคิดอย่างเป็นระบบที่ศึกษานี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Suksawang กล่าวว่า ทักษะการคิดถือเป็นความสามารถที่สำคัญในปัจจุบันเป็นกิจกรรมที่ใช้ในการประมวลผลข้อมูลเพื่อแก้ปัญหาตัดสินใจและสร้างแนวคิดใหม่ มนุษย์มักจะใช้ทักษะการคิด เพื่อพยายามทำความเข้าใจเกี่ยวกับเหตุการณ์บางอย่างและจัดระเบียบข้อมูล การเชื่อมต่อกำถามเพื่อหาคำตอบการคิดวางแผนหรือตัดสินใจแล้วให้ลงมือทำ เรียนรู้ ปรับปรุงแก้ไขเหตุการณ์นั้น เพื่อไม่ก่อให้เกิดผลกระทบในอนาคต ทักษะการคิดมี 7 ทักษะ ได้แก่ 1) การคิดสร้างสรรค์ (Creative Thinking) คือ กระบวนการคิด ความสามารถในการรับรู้รูปแบบความคิดใหม่และเกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ เกิดทฤษฎี กฎ หรือขั้นตอนการทำงานในรูปแบบใหม่ และเกิดจินตนาการความคิดสร้างสรรค์ หรือการคิดนอกกรอบ 2) การคิดเชิงวิเคราะห์ (Analytical Thinking) คือ กระบวนการคิดในรายละเอียด ความสามารถในการแยกแยะส่วนต่างๆ เพื่อตรวจสอบและวิเคราะห์ความเชื่อมโยง หรือความสัมพันธ์ ส่วนประกอบต่างๆ เป็นการคิดในเชิงตรรกะที่ละขั้นตอนเพื่อแบ่งข้อมูลออกเป็นส่วนๆ เพื่อมาวิเคราะห์หาสาเหตุหรือเป้าหมายที่ต้องการ 3) การคิดวิพากษ์ (Critical Thinking) คือ กระบวนการคิดโดยใช้วิจารณ์หรือการตัดสินใจอย่างมีเหตุผลรอบด้าน โดยใช้เหตุผลในการวิเคราะห์ประเด็น รวมทั้งการรวบรวมข้อมูลต่างๆ รอบด้าน การสำรวจองค์ประกอบอื่นๆ ที่อาจมีอิทธิพลต่อข้อสรุปเพื่อตรวจสอบพิจารณา ตัดสินและประเมินความถูกต้อง หรือสิ่งที่เป็นประเด็นในขณะนั้นๆ ให้แม่นยำ 4) การคิดเชิงกลยุทธ์ (Strategic Thinking) คือ กระบวนการคิด วิเคราะห์และประเมินเหตุการณ์ และแนวทางการปฏิบัติ เพื่อตัดสินใจให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ภายใต้สถานการณ์โลกที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว 5) การคิดเชิงบวก (Positive Thinking) คือ กระบวนการคิดและเข้าใจในสิ่งที่เป็นทั้งด้านบวกและด้านลบ หาเรื่องดี ๆ หรือมุมบวกในเหตุการณ์หรือสิ่งต่างๆ ที่ได้พบเจอ เพื่อยอมรับ เรียนรู้ ปรับปรุงแก้ไข และให้เราเติบโตขึ้น 6) การคิดเชิงนวัตกรรม (Innovative Thinking) คือ กระบวนการคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ และนวัตกรรม จากทักษะและกระบวนการคิดแบบต่างๆ ที่มีประโยชน์ต่อผู้คน สังคม โลก ออกมาเป็นรูปธรรม และสามารถต่อยอดในเชิงพาณิชย์ได้ และ 7) การคิดเชิงระบบ (System Thinking) คือ กระบวนการคิดอย่างเป็นขั้นตอน การมองภาพรวมอย่างเป็นระบบ มีส่วนประกอบย่อย มีขั้นตอน และรายละเอียดแยกย่อยออกมา และเชื่อมโยงกับระบบต่างๆ (Suksawang, 2020)

สอดคล้องกับแนวคิดของการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย กล่าวว่าทักษะที่มีประสิทธิภาพและมีความยั่งยืน (Top 10 Skills for 2020-2025) แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม 10 ทักษะ (Petroleum authority of Thailand, 2023) ได้แก่

ทักษะด้านการคิดและแก้ปัญหา โลกยุคใหม่ต้องการบุคลากรที่มีทักษะการคิดและตัดสินใจที่ดี สามารถคิดค้นวิธีใหม่ๆ ในการแก้ปัญหาให้กับองค์กรได้ เพราะการทำงานจะยิ่งมีความยากและซับซ้อนมากยิ่งขึ้น ดังนั้นทักษะเหล่านี้จึงเป็นทักษะที่สำคัญที่สุด บุคลากรควรมีไม่ว่าจะทำงานอยู่ในตำแหน่งใดก็ตาม ได้แก่ 1) ทักษะการคิดวิเคราะห์และทักษะด้านนวัตกรรม 2) ทักษะการแก้ปัญหาที่ซับซ้อน 3) ทักษะการคิดเชิงวิพากษ์ 4) ทักษะความคิดสร้างสรรค์และการริเริ่มสิ่งใหม่ 5) ทักษะการใช้เหตุผล ทักษะการตัดสินใจ และทักษะการระดมความคิด

ทักษะด้านการทำงานร่วมกับผู้อื่น ในอนาคตโลกจะต้องการผู้นำที่มีอุดมการณ์และเป้าหมายในการขับเคลื่อนโลกไปข้างหน้า ผู้นำยุคใหม่จึงต้องสามารถสร้างแรงบันดาลใจ สร้างสังคมนการทำงานที่ทุกคนสามารถมีส่วนร่วมและมีเป้าหมายร่วมกัน เพื่อดึงศักยภาพสูงสุดของทีมออกมา เพื่อบรรลุถึงเป้าหมายตามที่ตั้งไว้ คือ 6) ทักษะการเป็นผู้นำและอิทธิพลทางสังคม

ทักษะด้านเทคโนโลยี ทักษะการใช้เทคโนโลยี เครื่องมือดิจิทัลและโปรแกรมใหม่ๆ ไม่ว่าจะเป็นเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับ Data and AI, Cloud Computing, Digital Marketing and E-Commerce, Software Engineering หรือ Product Development ได้แก่ 7) ทักษะการใช้ ดูแล และจัดการเทคโนโลยี 8) ทักษะการออกแบบและเขียนโปรแกรม

ทักษะด้านการจัดการทางอารมณ์และบริหารตน คือ การที่บุคลากรสามารถรับมือกับปัญหาได้ สามารถจัดการกับอารมณ์และความกดดัน ค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติมเพื่อหาวิธีแก้ไขปัญหาด้วยตนเอง รวมถึงรู้จักปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป ทักษะเหล่านี้จึงเป็นทักษะที่บุคลากรควรพัฒนาและฝึกฝนอยู่เสมอ ได้แก่ 9) ทักษะการเรียนรู้ด้วยตนเอง 10) ทักษะการรับมือกับปัญหาอดทนต่อความกดดันทักษะการปรับตัว

ความสามารถในการคิด เป็นทักษะที่สำคัญเป็นอย่างยิ่ง หากบุคคลมีทักษะและความสามารถในการคิดให้ครบไม่ว่าจะเป็นการคิดให้ลึกเชิงวิเคราะห์ คิดให้กว้างอย่างสร้างสรรค์ คิดให้ครบและคิดในภาพรวมทั้งระบบจะทำให้บุคคลนั้นมีความสามารถในการคิด โดยองค์กรยุคใหม่จะให้ความสำคัญกับบุคคลที่มีความสามารถในด้านนี้มากยิ่งขึ้น ดังนั้นจึงจำเป็น



จะต้องปรับตัวให้มีความรู้และทักษะที่สอดคล้องกับความต้องการขององค์กรนั้นๆ การคิดอย่างเป็นระบบ เป็นกระบวนการทางปัญญาของบุคคล เป็นการมองภาพรวมของงาน เพื่อมองเห็นความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน มองเห็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงและปัจจัยต่างๆ การคิดอย่างเป็นระบบเป็นการคิดแบบมุ่งผลสำเร็จทั้งในระยะสั้นและระยะยาวขึ้นตอน เป็นการประเมินสถานการณ์ การวิเคราะห์ปัญหา การตัดสินใจและการจัดการความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต การคิดอย่างเป็นระบบมีความสำคัญในหลายๆ ด้าน เพื่อช่วยให้เกิดความคิดสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาองค์กรในภาพรวมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประสานงานร่วมกับบุคคลอื่นให้เป็นไปตามกระบวนการ และระบบการบริหารงานภายใน สามารถแก้ปัญหา ตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ แก้ไขปัญหาข้อขัดแย้งที่จะเกิดขึ้นในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อมองเห็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นกับระบบภายในองค์กรอย่างเป็นระบบเชื่อมโยงติดต่อกัน และสามารถแก้ไขสถานการณ์อย่างมีประสิทธิภาพ องค์กรได้รับการยอมรับว่ามีความทันสมัยเปิดกว้าง ซึ่งจะช่วยให้ดึงดูดและรักษาคนรุ่นใหม่ที่มีศักยภาพสูงมาทำงานกับองค์กร และได้รับความเชื่อมั่นและไว้วางใจมากขึ้น คนในองค์กรสามารถใช้ศักยภาพในการทำงานที่มีมูลค่าสูง (High Value Job) กระบวนการทำงานและการสื่อสารขององค์กร กระชับขึ้น คล่องตัวมากขึ้น และมีประสิทธิภาพมากขึ้น และสามารถประหยัดทรัพยากรทั้งงบประมาณและกำลังคนในการดำเนินงานได้มากขึ้น การคิดอย่างเป็นระบบเป็นประโยชน์สำหรับบุคลากร ทำให้บุคลากรสามารถทำงานได้รวดเร็วลดข้อผิดพลาดและความมั่นใจในการทำงานมากขึ้น มีความภาคภูมิใจในผลงานที่สามารถสร้างสรรค์ได้เอง สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงานได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น สามารถระบุทางเลือกและตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และสามารถบริหารจัดการงานและเวลาได้ดีมากขึ้น และช่วยสร้างสมดุลในชีวิตและการทำงานมีเครื่องมือช่วยในการเรียนรู้และเติบโตอย่างเหมาะสมบุคลากรที่มีศักยภาพและทักษะทางความคิดที่ดีมีระบบจะช่วยส่งเสริมและสนับสนุนองค์กรให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไป

การมุ่งเน้นสมรรถนะหลัก

การมุ่งเน้นสมรรถนะหลัก (Core Competency Orientation) คือ ความรู้ ทักษะ ความสามารถและคุณลักษณะเชิงพฤติกรรมที่จำเป็นของบุคคลที่จะมุ่งเน้นการปฏิบัติงานในหน้าที่ให้มีคุณภาพที่ดี ถูกต้อง ครบถ้วนสมบูรณ์ตามมาตรฐาน มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการปฏิบัติงาน โดยมีการวางแผน กำหนดเป้าหมายติดตามประเมินผลการปฏิบัติงานได้ตรงตามเป้าหมาย และปรับปรุงพัฒนาผลงาน ศักยภาพบุคคล ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ส่งผลไปสู่การพัฒนาองค์กร และเพิ่มขีดความสามารถอย่างต่อเนื่อง การประเมินพฤติกรรมปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุนของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ พิจารณาจากสมรรถนะการปฏิบัติงาน 5 ประการ (Office of the civil service commission, 2022) ดังนี้

1. ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ (Achievement Motivation) คือ ความมุ่งมั่นจะปฏิบัติหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมายให้ดีที่สุด หรือให้เกินมาตรฐานที่มีอยู่ โดยมาตรฐานนี้อาจเป็นผลการปฏิบัติงานที่ผ่านมาของตนเอง หรือเกณฑ์วัดผลสัมฤทธิ์ที่ส่วนราชการกำหนดขึ้น อีกทั้งยังหมายรวมถึงการสร้างสรรค์พัฒนาผลงาน หรือกระบวนการปฏิบัติงานตามเป้าหมายที่ยากและท้าทายชนิดที่อาจไม่เคยมีผู้ใดสามารถกระทำได้มาก่อน พิจารณาได้ 3 มิติ ได้แก่ ความสมบูรณ์ของการทำกิจกรรมในงาน ผลกระทบของผลสำเร็จในงานว่าเกี่ยวกับระดับบุคคล กลุ่ม หรือหน่วยงาน และระดับนวัตกรรมที่สร้าง เป็นสิ่งใหม่ของหน่วยงานหรือวิชาชีพ คุณลักษณะที่แสดงให้เห็นถึงการมุ่งผลสัมฤทธิ์ ได้แก่ การเน้นและพยายามปรับปรุงงาน (Striving for Improvement) การทำงานได้ตามเป้าหมาย (Results Orientation) การทำงานที่ยากท้าทายไม่เคยมีใครทำมาก่อน (Innovation) การคิดริเริ่ม (Initiative) การสืบเสาะหาข้อมูล (Information Seeking) การคิดวิเคราะห์ (Analytical Thinking) การมองภาพองค์รวม (Conceptual Thinking) และความยืดหยุ่นผ่อนปรน (Flexibility)
2. ด้านการบริการที่ดี (Service Mind) คือ ความตั้งใจและความพยายามในการให้บริการ รวมถึงการช่วยเหลือผู้อื่น พิจารณาจาก 2 มิติ ได้แก่ ความสมบูรณ์ของกิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริการ และระดับของความพยายามในการให้บริการ โดยเน้นความต้องการและความพึงพอใจของผู้รับบริการ
3. ด้านการสั่งสมความเชี่ยวชาญในอาชีพ (Accumulation of Professional Expertise) คือ ความสนใจใฝ่รู้สั่งสมความรู้ความสามารถของตนในการปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายด้วยการศึกษา ค้นคว้า และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องจนสามารถประยุกต์ใช้ความรู้เชิงวิชาการและเทคโนโลยีต่างๆ เข้ากับการปฏิบัติงานให้เกิดผลสัมฤทธิ์ พิจารณาได้จาก ระดับการศึกษา การบริหารจัดการความรู้ ประสบการณ์ ความพยายาม ความเชี่ยวชาญในงาน และการเผยแพร่ความรู้

4. ด้านการยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรมและจริยธรรม (Upholding Legitimacy and Ethics) คือ การดำรงตนประพฤติปฏิบัติอย่างถูกต้องเหมาะสมตามกฎหมาย คุณธรรม จรรยาบรรณแห่งวิชาชีพและจรรยาของตน เพื่อรักษาศักดิ์ศรีพิจารณาได้จาก การประพฤติปฏิบัติอย่างถูกต้องเหมาะสมตามกฎหมาย คุณธรรม จรรยาบรรณแห่งวิชาชีพและจรรยาของตน

5. ด้านการทำงานเป็นทีม (Teamwork) หมายถึง ความตั้งใจที่จะทำงานร่วมกับผู้อื่น เป็นส่วนหนึ่งของทีมหน่วยงาน หรือส่วนราชการ โดยผู้ปฏิบัติมีฐานะเป็นสมาชิก ไม่จำเป็นต้องมีฐานะหัวหน้าทีม รวมทั้งความสามารถในการสร้างและรักษาสัมพันธ์ภายในทีม พิจารณาได้จาก ความตั้งใจที่จะทำงานร่วมกันเป็นทีม

การมุ่งเน้นสมรรถนะหลักที่ศึกษานี้สอดคล้องกับการประเมินพฤติกรรมการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุนในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐอีกหลายแห่ง เช่น มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กล่าวว่า การมุ่งเน้นสมรรถนะหลัก (Core Competency Orientation) เป็นการวัดการรับรู้ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อประเมินการปฏิบัติราชการและการประกันคุณภาพการศึกษาด้านคุณธรรมและความโปร่งใสโดยยึดหลักธรรมาภิบาลที่ปราศจากการทุจริตคอร์รัปชันในทุกระดับ เพื่อส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กร (Thammasat University, 2023) มหาวิทยาลัยขอนแก่น กล่าวว่า สมรรถนะหลัก (Competency Dictionary) เป็นความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานตามอำนาจหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย โดยอาศัยสมรรถนะหลัก ได้แก่ การบริการที่ดี การส่งเสริมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ การมุ่งผลสัมฤทธิ์ การทำงานเป็นทีม และการยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรมและจริยธรรม (Khon Kaen University, 2023) และมหาวิทยาลัยมหาสารคาม กล่าวว่า การมุ่งเน้นสมรรถนะหลัก (Core Competency Orientation) เป็นการปฏิบัติราชการตามภารกิจด้วยความโปร่งใสและซื่อสัตย์สุจริต ภายใต้ระบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีตามหลักธรรมาภิบาล โดยยึดหลักความเป็นธรรมและจริยธรรมในการปฏิบัติงานราชการตามอำนาจหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย เพื่อป้องกันความเสี่ยงต่อการทุจริตและประพฤติมิชอบ และการศึกษาที่ใช้เกณฑ์การประเมินสมรรถนะหลัก ได้แก่ การมุ่งผลสัมฤทธิ์ การบริการที่ดี การส่งเสริมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ การยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรมและจริยธรรม และการทำงานเป็นทีม (Mahasarakham University, 2023a) ดังนั้น การประเมินสมรรถนะบุคลากรสายสนับสนุนของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ เป็นระบบที่ต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ความสำเร็จขึ้นอยู่กับทีมต่างฝ่ายต่างทำหน้าที่ของตนเองให้ดีที่สุด การทำงานให้สำเร็จขึ้นอยู่กับสองความสามารถ คือ ความสามารถในการใช้วิชาความรู้อย่างหนึ่งสามารถประสานสัมพันธ์กับผู้อื่นอีกอย่างหนึ่ง ทั้งสองประการต้องดำเนินคู่กันไปและจำเป็นต้องกระทำด้วยความสุจริตกายสุจริตใจ ด้วยความคิดความเห็นที่เป็นอิสระ ปราศจากอคติและด้วยความถูกต้องตามเหตุตามผลด้วย จึงจะทำให้งานบรรลุจุดหมายและประโยชน์ที่พึงประสงค์โดยครบถ้วนแท้จริง

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน (Job Efficiency) คือ ผลลัพธ์การปฏิบัติงานที่ตรงตามมาตรฐาน เป็นไปตามวัตถุประสงค์และบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งต้องใช้ความรู้ ความสามารถและความตั้งใจปฏิบัติงานให้สำเร็จลุล่วง ผลงานที่ออกมาคุณภาพ ถูกต้อง รวดเร็ว ใช้เวลาน้อยใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าเป็นที่น่าพึงพอใจกับตนและผู้เกี่ยวข้อง ซึ่งตัวชี้วัดของประสิทธิภาพการปฏิบัติงานบุคคล สามารถพิจารณาได้จาก 4 ด้าน (Office of the civil service commission, 2022) ดังนี้

1. คุณภาพของผลงาน (Quality of Work) เป็นผลการปฏิบัติงานที่สำเร็จตามเป้าหมาย ที่มีคุณภาพ ความถูกต้อง ความครบถ้วนสมบูรณ์ตรงตามมาตรฐาน และเป็นข้อมูลที่เชื่อถือเป็นประโยชน์ต่อองค์กรและเป็นที่น่าพึงพอใจ
2. ปริมาณของผลงาน (Volume of Work) เป็นผลการปฏิบัติงานที่สำเร็จในเชิงปริมาณสอดคล้องกับเป้าหมายที่วางไว้ มีจำนวนงาน ความถูกต้อง ครบถ้วนสมบูรณ์ตามมาตรฐาน และไม่มีข้อผิดพลาดบกพร่อง
3. ความรวดเร็วและตรงต่อเวลา (Speed and Punctuality) เป็นผลการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายได้สำเร็จด้วยความรวดเร็ว ลุล่วงตามระยะเวลาหรือมาตรฐานที่ตั้งไว้และการมีข้อมูลพร้อมที่เป็นปัจจุบัน เพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจในปัญหาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้ตรงตามความต้องการหรือตอบสนองผู้ใช้ได้อย่างทันเวลา
4. การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า (Efficient use of Resources) เป็นผลการปฏิบัติงานที่สำเร็จที่สามารถใช้ทรัพยากรเท่าที่มีอยู่ด้วยความจำเป็น ไม่เกิดการสูญเสียเปล่าของทรัพยากร รวมทั้งสามารถประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสมเพื่อให้มีทรัพยากรไว้ใช้งานได้นานและเพื่อให้เกิดประโยชน์อย่างคุ้มค่าสูงสุด

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานที่ศึกษานี้สอดคล้องกับแนวคิดของนักวิจัยอีกหลายท่านที่ใช้ตัวชี้วัดดังที่กล่าวมาแล้ว เช่น ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน (Job Efficiency) หมายถึง การกระทำที่มุ่งผลลัพธ์ โดยใช้ต้นทุนหรือปัจจัยนำเข้าในการลงทุนน้อยที่สุดเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างทันต่อสถานการณ์และเป็นประโยชน์ต่อองค์กรอย่างคุ้มค่า

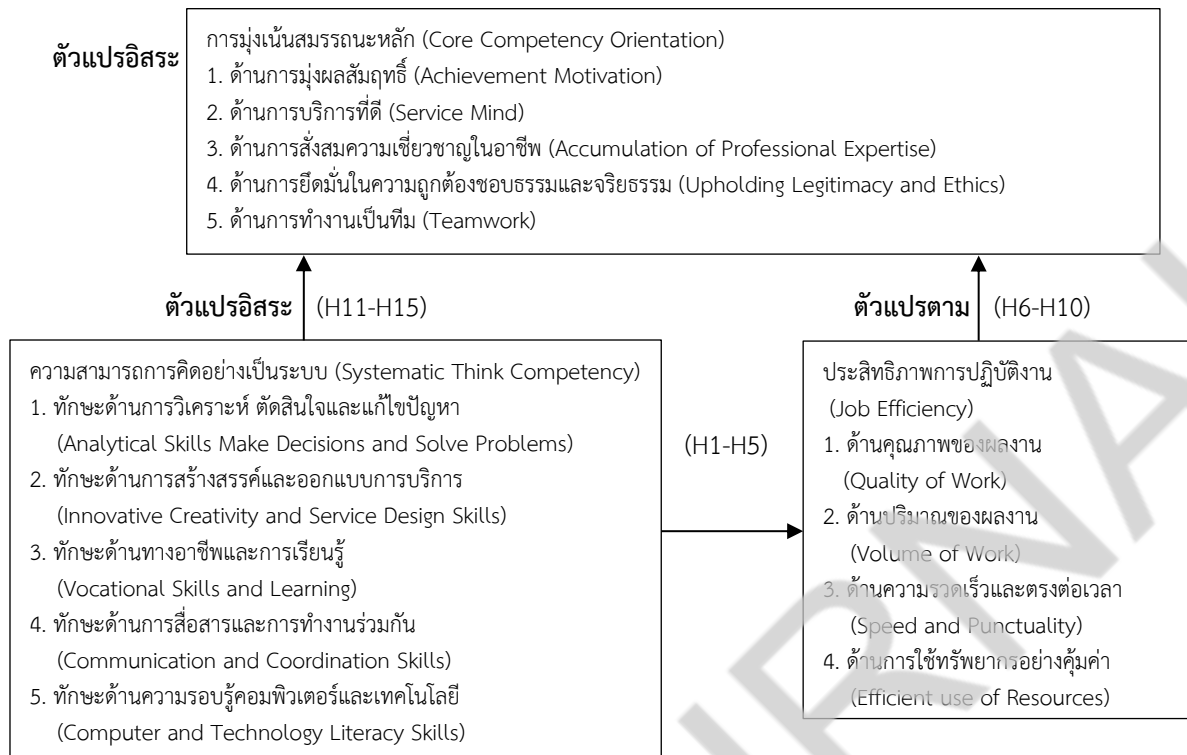


โดยอาศัยปัจจัยจากประสิทธิภาพด้านบุคคล งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือรวมถึงการบริหารจัดการจนได้ผลลัพธ์ที่กำหนดไว้ตามเงื่อนไขของเป้าหมายที่ถูกต้อง รวดเร็ว ตามมาตรฐาน และเป้าหมายที่องค์กรกำหนดไว้ (Sadoyu & Taisaeng, 2022) และประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน (Job Efficiency) หมายถึง ความสามารถของบุคคลที่จะปฏิบัติงานด้วยวิธีการลดความซ้ำซ้อนของการทำงาน นำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาช่วยเพิ่มผลงานและลดเวลาในการทำงานให้บรรลุผลตามที่ต้องการ และเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยสามารถประหยัดและการสูญเสียของทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างทันต่อสถานการณ์ และเป็นประโยชน์ต่อองค์กร อย่างคุ้มค่าโดยอาศัยปัจจัยจากประสิทธิภาพที่เกี่ยวกับด้านบุคคล รวมถึงด้านการจัดการจนได้ผลลัพธ์ ที่กำหนดไว้ตามเงื่อนไขของเป้าหมายถูกต้องรวดเร็วและเป็นที่ยอมรับขององค์กร ประกอบด้วยด้านคุณภาพของงาน ด้านปริมาณ และด้านเวลา (Apirakthara & Thanimkan, 2022) ดังนั้น ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานถือเป็นหัวใจสำคัญของการนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จ องค์กรจะมีความเจริญก้าวหน้ามีผลผลิตที่น่าพอใจทั้งด้านการผลิต การบริการและสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง ดังนั้น หากองค์กรใดสามารถสรรหาบุคลากรที่มีทักษะ ความรู้ความสามารถ มีความคิดสร้างสรรค์ เพื่อการทำงานให้เกิดการยอมรับและบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรที่ตั้งไว้ และสามารถดึงดูดผู้ที่มีความรู้ความสามารถให้อยู่ในองค์กรได้นานที่สุด การบริหารงานขององค์กรจะสามารถบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้นผู้วิจัยได้ศึกษา เรื่อง ผลกระทบของความสามารถการคิดอย่างเป็นระบบและการมุ่งเน้นสมรรถนะหลักที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน โดยมีตัวแปรอิสระ คือ ความสามารถในการคิดอย่างเป็นระบบ เป็นความสามารถในการคิดแบบครบวงจรคิดอย่างมีหลักการมองอย่างองค์รวมทั้งระบบมีความเชื่อมโยงและสัมพันธ์กัน เป็นการคิดอย่างเป็นเหตุเป็นผลให้สามารถกระทำและตัดสินใจอย่างเป็นระบบ เพื่อช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพและผลลัพธ์ที่ดี นอกจากนี้ยังมีตัวแปรอิสระอีกหนึ่งตัว คือ การมุ่งเน้นสมรรถนะหลัก เป็นคุณลักษณะขีดความสามารถพิเศษหรือการมีความชำนาญที่สุดที่บุคคลจำเป็นต้องมี ต้องทำ เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้องค์กรบรรลุพันธกิจสร้างความได้เปรียบให้แก่องค์กรหรือสภาพแวดล้อมของการบริการ ซึ่งสมรรถนะหลักจะเป็นกระตุ้นส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติ ทำให้มีผลการปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลทั้งในด้านคุณภาพ ปริมาณ ความรวดเร็ว ตรงต่อเวลา และการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการวิจัยนี้ ได้ทำการทดสอบผลกระทบของความสามารถการคิดอย่างเป็นระบบและการมุ่งเน้นสมรรถนะหลักที่มีต่อผลการปฏิบัติงาน โดยใช้กรอบแนวคิด ดังนี้ 1) ความสามารถในการคิดอย่างเป็นระบบ โดยประยุกต์จากกรอบทักษะอนาคตที่ตลาดแรงงานโลกต้องการ (World economic forum, 2023) 2) การมุ่งเน้นสมรรถนะหลัก และ 3) ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน จากตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ (Office of the civil service commission, 2022) เป็นตัวแปรตาม ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

- H₁ : ความสามารถในการคิดอย่างเป็นระบบ ด้านทักษะการวิเคราะห์ ตัดสินใจและแก้ไขปัญหา มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุนในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ
- H₂ : ความสามารถในการคิดอย่างเป็นระบบ ด้านทักษะการสร้างสรรค์และออกแบบการบริการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุนในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ
- H₃ : ความสามารถในการคิดอย่างเป็นระบบ ด้านทักษะทางอาชีพและการเรียนรู้ มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุนในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ
- H₄ : ความสามารถในการคิดอย่างเป็นระบบ ด้านทักษะการสื่อสารและการทำงานร่วมกัน มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุนในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ
- H₅ : ความสามารถในการคิดอย่างเป็นระบบ ด้านทักษะความรู้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุนในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ
- H₆ : การมุ่งเน้นสมรรถนะหลัก ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุนในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ
- H₇ : การมุ่งเน้นสมรรถนะหลัก ด้านการบริการที่ดี มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุนในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ
- H₈ : การมุ่งเน้นสมรรถนะหลัก ด้านการสั่งสมความเชี่ยวชาญในอาชีพ มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุนในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ
- H₉ : การมุ่งเน้นสมรรถนะหลัก ด้านการยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรมและจริยธรรม มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุนในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ
- H₁₀ : การมุ่งเน้นสมรรถนะหลัก ด้านการทำงานเป็นทีม มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุนในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ
- H₁₁ : ความสามารถในการคิดอย่างเป็นระบบ ด้านทักษะการวิเคราะห์ ตัดสินใจและแก้ไขปัญหา มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับบรรยากาศองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุนในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ



H₁₂ : ความสามารถในการคิดอย่างเป็นระบบ ด้านทักษะการสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมและออกแบบการบริการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับบรรยากาศองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุนในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ

H₁₃ : ความสามารถในการคิดอย่างเป็นระบบ ด้านทักษะทางอาชีพและการเรียนรู้ มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับบรรยากาศองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุนในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ

H₁₄ : ความสามารถในการคิดอย่างเป็นระบบ ด้านทักษะการสื่อสารและการทำงานร่วมกัน มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับบรรยากาศองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุนในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ

H₁₅ : ความสามารถในการคิดอย่างเป็นระบบ ด้านทักษะความรู้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์และผลกระทบกับบรรยากาศองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุนในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ บุคลากรสายสนับสนุน ระดับปฏิบัติการของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในจังหวัดมหาสารคาม จำนวน 883 คน (Mahasarakham University, 2023b)

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 280 คน โดยการเปิดตารางสำเร็จรูปของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan) ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5

ตารางที่ 1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างของบุคลากรสายสนับสนุนของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในจังหวัดมหาสารคาม โดยจำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด

พนักงานปฏิบัติการ/ หน่วยงานที่สังกัด	จำนวนประชากร (คน)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)	จำนวนผู้ตอบกลับ แบบสอบถาม (คน)
1. ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	116	70	68
2. ด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี	98	70	61
3. ด้านวิทยาศาสตร์สุขภาพและอื่นๆ	389	70	57
4. ด้านการส่งเสริมและสนับสนุนศึกษา	280	70	67
รวม	883	280	253

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งได้สร้างตามความมุ่งหมายวัตถุประสงค์ และกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น แบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของบุคลากรสายสนับสนุนของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในจังหวัดมหาสารคาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ประกอบด้วย จำนวน 9 ข้อประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน รายได้ต่อเดือนที่ได้รับในปัจจุบัน ตำแหน่งหน้าที่ในปฏิบัติงานในปัจจุบัน กลุ่มงานในการปฏิบัติงาน และหน่วยงานที่สังกัด

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถการคิดอย่างเป็นระบบของบุคลากรสายสนับสนุนของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในจังหวัดมหาสารคาม เป็นตัวแปรอิสระ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยครอบคลุมเนื้อหาความสามารถการคิดอย่างเป็นระบบ จำนวน 5 ทักษะ ได้แก่ 1) ทักษะการวิเคราะห์ ตัดสินใจและแก้ไขปัญหา 2) ทักษะการสร้างสรรค์และออกแบบการบริการ 3) ทักษะทางอาชีพและการเรียนรู้ 4) ทักษะการสื่อสารและการทำงานร่วมกัน และ 5) ทักษะความรู้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นสมรรถนะหลักของบุคลากรสายสนับสนุนของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในจังหวัดมหาสารคาม เป็นตัวแปรอิสระ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยครอบคลุมเนื้อหาการมุ่งเน้นสมรรถนะหลัก จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ 2) ด้านการบริการที่ดี 3) ด้านการส่งเสริมความเชี่ยวชาญในอาชีพ 4) ด้านการยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรมและจริยธรรม และ 5) ด้านการทำงานเป็นทีม

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุนของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในจังหวัดมหาสารคาม เป็นตัวแปรตาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยครอบคลุมเนื้อหาประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านคุณภาพของผลงาน 2) ด้านปริมาณของผลงาน 3) ด้านความรวดเร็วและตรงต่อเวลา และ 4) ด้านการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

ซึ่งแต่ละตอนหาค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยได้กำหนดการให้คะแนนของแบบสอบถาม ดังนี้ (Srisaet, 2010)

ระดับความคิดเห็นมากที่สุด	กำหนดให้	5 คะแนน
ระดับความคิดเห็นมาก	กำหนดให้	4 คะแนน
ระดับความคิดเห็นปานกลาง	กำหนดให้	3 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อย	กำหนดให้	2 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด	กำหนดให้	1 คะแนน

แบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อพิจารณาความเหมาะสมความถูกต้องของการใช้ภาษา และครอบคลุมเนื้อหาของการวิจัย เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 4 ท่าน จากนั้นรวบรวมข้อความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมาวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัยด้วยค่า IOC (Index of item objective) โดยใช้สูตร ICO ของ Baotham (2015) ซึ่งได้ผลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ โดยแบบสอบถามทั้งหมดมีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์อยู่ระหว่าง 0.75-1.00 ซึ่งพบว่ามีค่าดัชนีสอดคล้องกับนิยามศัพท์ และเป็นไปตามแนวคิดของนักวิชาการ กล่าวว่า ค่าดัชนีความสอดคล้องมีค่า 0.50 ขึ้นไปเป็นค่าที่ยอมรับได้และถือว่าข้อคำถามมีความเหมาะสม (Baotham, 2015) จากนั้นผู้วิจัยได้นำเสนอผู้เชี่ยวชาญเพื่อพิจารณาอีกครั้ง เพื่อเข้าสู่กระบวนการยื่นขอจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ขอเสนอโครงการวิจัยที่เข้าข่ายการพิจารณาแบบเร่งรัด (Expedited Review) และได้รับการรับรองจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน เมื่อวันที่ 3 เมษายน 2567

การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Crobach) ซึ่งความสามารถการคิดอย่างเป็นระบบมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.86-0.89 การมุ่งเน้นสมรรถนะหลัก มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.86-0.92 และประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.92-0.93 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally & Bernstein (1994) ได้นำเสนอว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา มีค่ามากกว่า 0.7 เป็นค่าที่ยอมรับได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากประชากร กลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากรสายสนับสนุนระดับปฏิบัติการของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในจังหวัดมหาสารคาม พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ สถาบันอุดมศึกษาของรัฐในจังหวัดมหาสารคาม โดยมีระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่วันที่ 17 เมษายน 2567 ถึง 17 มิถุนายน 2567 มีระยะเวลา 60 วัน เมื่อครบกำหนดได้รับแบบสอบถามตอบกลับมา จำนวน 253 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 90.03 ของแบบสอบถามที่ส่งไปทั้งหมด สอดคล้องกับ Aaker et al. (2005) ได้นำเสนอว่าการส่งแบบสอบถามต้องมีอัตราตอบกลับมาอย่างน้อย ร้อยละ 20 จึงจะถือว่ายอมรับได้

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ดังนี้

1. การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) พิจารณาจากค่า VIFs ได้แก่
 - 1.1 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถการคิดอย่างเป็นระบบส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุนในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ
 - 1.2 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นสมรรถนะหลักส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุนในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ
 - 1.3 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถการคิดอย่างเป็นระบบส่งผลต่อการมุ่งเน้นสมรรถนะหลักของบุคลากรสายสนับสนุนในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ



2. การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

2.1 การทดสอบผลกระทบระหว่างความสามารถการคิดอย่างเป็นระบบที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุนในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ

2.2 การทดสอบผลกระทบระหว่างการมุ่งเน้นสมรรถนะหลักที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุนในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ

2.3 การทดสอบผลกระทบระหว่างความสามารถการคิดอย่างเป็นระบบที่ส่งผลต่อการมุ่งเน้นสมรรถนะหลักของนักวิชาการพัสดุในสถาบันอุดมศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางประเทศไทย

ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

ทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกระหว่างความสามารถการคิดอย่างเป็นระบบและการมุ่งเน้นสมรรถนะหลักที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุนในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ ดังตารางที่ 2-7

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณของความสามารถการคิดอย่างเป็นระบบกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวมของบุคลากรสายสนับสนุนในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ

ตัวแปร	JECT	STAS	STIC	STVL	STCC	STCT	Tolerance	VIFs
$\bar{X}$	4.57	4.28	4.32	4.31	4.40	4.23		
S.D	0.46	0.53	0.51	0.45	0.47	0.55		
JECT	-	0.50	0.56	0.54	0.55	0.51		
STAS		-	0.77	0.68	0.70	0.70	0.33	2.99
STIC			-	0.75	0.70	0.72	0.29	3.49
STVL				-	0.73	0.68	0.33	2.90
STCC					-	0.70	0.35	2.82
STCT						-	0.38	2.65

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 ผู้วิจัยทำการทดสอบปัญหา Multicollinearity เพื่อวิเคราะห์และตรวจสอบค่า Tolerance และค่า VIFs (Variance Inflation Factor) ของตัวแปรอิสระความสามารถการคิดอย่างเป็นระบบแต่ละด้านเป็นอิสระต่อกัน พบว่าค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.29-0.38 ค่า VIFs อยู่ระหว่าง 2.65-3.49 เป็นไปตามเกณฑ์ของ Black (2006) ที่กำหนดให้ค่า Tolerance มีค่ามากกว่า 0.01 และค่า VIFs น้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระทุกตัวไม่มีระดับความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันตามนัยสำคัญทางสถิติ (Black, 2006) และพบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระความสามารถการคิดอย่างเป็นระบบแต่ละด้าน มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม (JECT) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณและสร้างสมการพยากรณ์ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม (JECT) ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์การถดถอยเชิงพหุคูณของความสามารถการคิดอย่างเป็นระบบกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวมของบุคลากรสายสนับสนุนในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ

ความสามารถการคิดอย่างเป็นระบบ (STCT)	ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน โดยรวม (JECT)		t	Sig
	สัมประสิทธิ์ การถดถอย	ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	1.77	0.23	7.53	0.00*
ด้านทักษะการวิเคราะห์ตัดสินใจและแก้ไขปัญหา (STAS)	0.00	0.07	0.10	0.92
ด้านทักษะการสร้างสรรค์และออกแบบการบริการ (STIC)	0.22	0.08	2.61	0.01*
ด้านทักษะทางอาชีพและการเรียนรู้ (STVL)	0.15	0.09	1.74	0.08
ด้านทักษะการสื่อสารและการทำงานร่วมกัน (STCC)	0.21	0.08	2.61	0.01*
ด้านทักษะความรู้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี (STCT)	0.06	0.07	0.84	0.40
F = 30.21 p = 0.00 R ² = 0.38 Adj R ² = 0.37				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 พบว่า ความสามารถในการคิดอย่างเป็นระบบ ด้านทักษะการสร้างสรรค์และออกแบบการบริการ (STIC) และด้านทักษะการสื่อสารและการทำงานร่วมกัน (STCC) มีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม (JECT) ระดับของความแปรปรวนร้อยละ 37 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐาน H₂ และ H₄

ความสามารถการคิดอย่างเป็นระบบ ด้านทักษะการสร้างสรรค์และออกแบบการบริการ และด้านทักษะการสื่อสารและการทำงานร่วมกัน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ด้านคุณภาพของผลงาน ด้านปริมาณของผลงาน และด้านการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เนื่องจาก สถาบันอุดมศึกษาแห่งนี้มีนโยบายและแผนพัฒนาบุคลากรทั้งเชิงคุณภาพ ปริมาณและศักยภาพตามแผนพัฒนามหาวิทยาลัย ฉบับที่ 13 (พ.ศ.2565-2569) เพื่อความเป็นมหาวิทยาลัยอัจฉริยะและรองรับมหาวิทยาลัยดิจิทัล โดยมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับกระบวนการพัฒนาศักยภาพมนุษย์ มีการส่งเสริมและสนับสนุนให้บุคลากรเกิดการเรียนรู้มีทักษะความสามารถพื้นฐานที่จำเป็นในด้านต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เพราะเชื่อมั่นว่าทุนมนุษย์ถือได้ว่าเป็นหัวใจและเป็นกลไกสำคัญที่ต้องมีการพัฒนาให้มีคุณภาพ มีศักยภาพ มีความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ เพื่อนำไปพัฒนาองค์กรให้ยั่งยืนท่ามกลางการเปลี่ยนแปลง เชื่อมั่นว่าองค์กรที่มีทุนมนุษย์ที่มีคุณลักษณะเหมาะสม มีคุณภาพและประสิทธิภาพ ย่อมทำให้องค์กรก้าวไปในระดับสากล สอดคล้องกับ Ali (2021) พบว่าการมีทักษะของการคิดอย่างเป็นระบบ ถือเป็นเรื่องสำคัญและจำเป็นสำหรับนำไปใช้ประโยชน์ทั้งในการเสริมสร้างบุคลิกภาพ ด้านบวกที่จะทำให้การทำงานบรรลุผลดียิ่งขึ้น ดังนั้น องค์กรควรสนับสนุน ผลักดัน เสริมสร้างและยกระดับทักษะของการคิดอย่างเป็นระบบให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งให้มีการฝึกอบรมสำหรับพัฒนาทักษะการคิดอย่างเป็นระบบให้มีความรู้ ความสามารถและความพร้อม เพื่อรองรับสำหรับการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลในอนาคต สอดคล้องกับ Nawiphatthana (2021) พบว่าการพัฒนาทักษะการคิดอย่างเป็นระบบ ช่วยพัฒนาให้เป็นบุคคลมีคุณภาพ สามารถจัดระบบความคิดเกิดกระบวนการคิดที่เข้าใจถึงความสัมพันธ์สิ่งต่างๆ สามารถแก้ไขปัญหาที่มีความสลับซับซ้อนได้เป็นอย่างดี รวมทั้งเป็นบุคคลที่มีเจตคติที่ดีเป็นบุคคลที่มีแรงจูงใจและใฝ่สัมฤทธิ์สูง โดยสรุป ทักษะการคิดอย่างเป็นระบบเป็นความสามารถส่วนบุคคล เป็นเทคนิคที่ช่วยในการกระตุ้นความจำและความคิดสร้างสรรค์ได้ดียิ่งขึ้น ทำให้บุคลากรสามารถทำงานได้รวดเร็วลดข้อผิดพลาด และมีความมั่นใจในการทำงานมากขึ้น มีความภาคภูมิใจในผลงานที่สามารถสร้างสรรค์ได้เองสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงานได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น สามารถระบุทางเลือกและตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และสอดคล้องกับ Duangwiset (2019) พบว่า ความสามารถในการคิดอย่างเป็นระบบ เป็นรูปแบบการคิดขั้นสูงที่มนุษย์ใช้การมองปัญหาในแง่มุมต่างๆ ตั้งแต่ในระดับสถานการณ์ แบบแผน พฤติกรรม และระดับโครงสร้างทั้งระบบ และสร้างความเข้าใจในสถานการณ์มองแบบองค์รวม มองความสลับซับซ้อนของปัญหา เพื่อให้ทราบถึงสาเหตุและจะพิจารณาแก้ไขปัญหาให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยสรุป ความสามารถในการคิดอย่างเป็นระบบ จึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะคนที่มีความสามารถในการคิดอย่างเป็นระบบมีลักษณะเด่น คือมีการคิดแบบพลวัต คิดอย่างมีโครงสร้างคิด



แบบปฏิบัติการมีขั้นตอนมีเป้าหมายชัดเจน กระบวนการคิดเกิดประโยชน์และสร้างประสิทธิภาพ เพื่อให้งานบรรลุเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วมีประสิทธิภาพสูงสุด

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณของการมุ่งเน้นสมรรถนะหลักกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวมของบุคลากรสายสนับสนุนในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ

ตัวแปร	JECT	CCAM	CCSM	CCAP	CCUL	CCTW	Tolerance	VIFs
$\bar{X}$	4.57	4.56	4.62	4.52	4.58	4.76		
S.D	0.46	0.48	0.47	0.50	0.51	0.44		
JECT	-	0.75	0.74	0.76	0.70	0.58		
CCAM		-	0.78	0.75	0.69	0.53	0.33	3.06
CCSM			-	0.74	0.73	0.48	0.31	3.26
CCAP				-	0.82	0.66	0.23	4.28
CCUL					-	0.63	0.27	3.69
CCTW						-	0.53	1.88

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 ผู้วิจัยทำการทดสอบปัญหา Multicollinearity เพื่อวิเคราะห์และตรวจสอบค่า Tolerance และค่า VIFs (Variance Inflation Factor) ของตัวแปรอิสระการมุ่งเน้นสมรรถนะหลักแต่ละด้านเป็นอิสระต่อกัน พบว่าค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.23-0.53 ค่า VIFs อยู่ระหว่าง 1.88-4.28 เป็นไปตามเกณฑ์ของ Black (2006) ที่กำหนดให้ค่า Tolerance มีค่ามากกว่า 0.01 และ ค่า VIFs น้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระทุกตัวไม่มีระดับความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันตามนัยสำคัญทางสถิติ (Black, 2006) และพบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระการมุ่งเน้นสมรรถนะหลักในแต่ละด้าน มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามผลการปฏิบัติงานโดยรวม (JPFT) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณและสร้างสมการพยากรณ์ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม (JECT) ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์การถดถอยเชิงพหุคูณของการมุ่งเน้นสมรรถนะหลักกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวมของบุคลากรสายสนับสนุนในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ

การมุ่งเน้นสมรรถนะหลัก (CCOT)	ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม (JECT)		t	Sig
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.43	0.20	2.15	0.03*
ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ (CCAM)	0.25	0.06	4.30	0.00*
ด้านการบริการที่ดี (CCSM)	0.25	0.06	3.92	0.00*
ด้านการส่งเสริมความเชี่ยวชาญในอาชีพ (CCAP)	0.25	0.07	3.69	0.00*
ด้านการยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรมและจริยธรรม (CCUL)	0.03	0.06	0.53	0.60
ด้านการทำงานเป็นทีม (CCTW)	0.12	0.05	2.27	0.02*
F = 108.11 p = 0.00 R ² = 0.69 Adj R ² = 0.68				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 5 พบว่า การมุ่งเน้นสมรรถนะหลัก ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ (CCAM) ด้านการบริการที่ดี (CCSM) ด้านการส่งเสริมความเชี่ยวชาญในอาชีพ (CCAP) และด้านการทำงานเป็นทีม (CCTW) มีความสัมพันธ์และผลกระทบ ต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม (JECT) ระดับของความแปรปรวนร้อยละ 68 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐาน H₆, H₇, H₈ และ H₁₀

การมุ่งเน้นสมรรถนะหลัก ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ ด้านการบริการที่ดี ด้านการส่งเสริมความเชี่ยวชาญในอาชีพ และด้านการทำงานเป็นทีม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทุกด้าน เนื่องจากสถาบันอุดมศึกษาเป็นองค์กรที่มีความเป็นเลิศด้านการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลตามหลักธรรมาภิบาล มุ่งมั่นพัฒนาศักยภาพและทักษะบุคลากรให้มีคุณภาพ เพื่อสนับสนุนพันธกิจของมหาวิทยาลัยให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล บุคลากรล้วนเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถ ตั้งใจปฏิบัติงานเพื่อให้งานสำเร็จลุล่วงอย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้อง รวดเร็ว ต้องปฏิบัติงานตามขั้นตอน แผนงานด้วยความละเอียดรอบคอบ เพื่อให้การปฏิบัติงานให้ประสบผลสำเร็จ ประกอบกับองค์กรแห่งนี้ยังมีการนำระบบบริการเทคโนโลยีและนวัตกรรมภายใต้การบริหารจัดการที่ทันสมัย เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้รับบริการอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้ผลลัพธ์การปฏิบัติงานตรงตามมาตรฐาน เป็นไปตามวัตถุประสงค์และบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ องค์กรนี้มีการกำหนดหลักเกณฑ์วิธีการประเมินสมรรถนะหลักไว้อย่างชัดเจน โดยประเมินจากคุณลักษณะเชิงพฤติกรรมและภาระหน้าที่ความรับผิดชอบตามงานที่ปฏิบัติที่ต้องอาศัยความรู้ ความสามารถ ทักษะ ประสิทธิภาพ หรือความชำนาญส่วนบุคคลในการปฏิบัติงานที่ส่งผลกระทบต่อองค์กรทั้งด้านประสิทธิภาพและเกิดผลผลิตที่ดี ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความได้เปรียบให้แก่องค์กรแห่งนี้ สอดคล้องกับ Dangthepho (2022) พบว่า การพัฒนาสมรรถนะหลักด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ ด้านการบริการที่ดี และด้านการทำงานเป็นทีมของสถาบันแห่งนี้ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพทุกด้าน ดังนั้น ผู้บริหารองค์กรควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาสมรรถนะหลัก ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ โดยเน้นการปฏิบัติงานด้วยความรอบคอบ ถูกต้อง ครบถ้วน ตามมาตรฐานตามแผนงานที่ได้กำหนดไว้ ด้านการบริการที่ดี โดยเน้นการให้บริการต่อผู้รับบริการด้วยความเต็มใจและตรงตามความต้องการ และด้านการทำงานเป็นทีม สร้างสัมพันธภาพที่ดีและรับฟังความคิดเห็นของทีมงานและเพื่อนร่วมงาน และมีการวางแผนการทำงานร่วมกันเพื่อช่วยให้สามารถทำงานได้ บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ สอดคล้องกับ Ratchasombat (2023) พบว่า สถาบันอุดมศึกษาแห่งนี้มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ มีศักยภาพและประสบการณ์ในการทำงานที่ส่งผลกระทบต่อเชิงบวกกับคุณภาพการปฏิบัติงาน ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ ความเชี่ยวชาญในอาชีพ การบริการที่ดี การทำงานเป็นทีม และการมีจริยธรรม ดังนั้น องค์กรควรส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการพัฒนาและปรับปรุงศักยภาพให้มีทักษะในทุกด้าน ปฏิบัติงานด้วยความถูกต้องรอบคอบ ภายใต้กฎระเบียบ ข้อบังคับ เพื่อประโยชน์สูงสุดต่อองค์กรในอนาคตต่อไป และสอดคล้องกับ Maithiamklang & Wongwichit (2019) พบว่า การพัฒนาสมรรถนะหลักด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ และด้านบริการที่ดีมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในทิศทางบวก เนื่องจากบุคลากรให้ความสำคัญในการพัฒนาวิธีการปฏิบัติงาน มีความมุ่งมั่น กระตือรือร้น คิดสร้างสรรค์วิธีการปฏิบัติงานใหม่ๆ และนำมาปรับปรุงแก้ไขการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง รวมถึงยึดหลักความประหยัด ถูกต้อง ครบถ้วน สมบูรณ์ เพื่อให้งานบรรลุตรงตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ และบริการด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี เน้นสร้างความประทับใจแก่ผู้รับบริการ และมีการกระตุ้นพฤติกรรมด้านความเต็มใจในการให้บริการ สามารถให้คำปรึกษาแก่ผู้รับบริการ มีส่วนช่วยเหลือในการตัดสินใจของผู้รับบริการ ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ผู้รับบริการได้รับบริการที่ดีต่อเนื่องและรวดเร็ว จึงเป็นผลทำให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณของความสามารถการคิดอย่างเป็นระบบกับการมุ่งเน้นสมรรถนะหลัก โดยรวมของบุคลากรสายสนับสนุนในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ

ตัวแปร	CCOT	STAS	STIC	STVL	STCC	STCT	Tolerance	VIFs
X̄	4.61	4.28	4.32	4.31	4.40	4.23		
S.D	0.42	0.53	0.51	0.45	0.47	0.55		
CCOT	-	0.51	0.61	0.51	0.59	0.52		
STAS		-	0.77	0.68	0.70	0.70	0.33	2.99



ตารางที่ 6 (ต่อ)

ตัวแปร	CCOT	STAS	STIC	STVL	STCC	STCT	Tolerance	VIFs
STIC			-	0.75	0.70	0.72	0.29	3.49
STVL				-	0.73	0.68	0.34	2.90
STCC					-	0.70	0.35	2.82
STCT						-	0.38	2.65

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 6 ผู้วิจัยทำการทดสอบปัญหา Multicollinearity เพื่อวิเคราะห์และตรวจสอบค่า Tolerance และค่า VIFs (Variance Inflation Factor) ของตัวแปรอิสระความสามารถการคิดอย่างเป็นระบบแต่ละด้านเป็นอิสระต่อกัน พบว่าค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.29-0.38 ค่า VIFs อยู่ระหว่าง 2.65-3.49 เป็นไปตามเกณฑ์ของ Black (2006) ที่กำหนดให้ค่า Tolerance มีค่ามากกว่า 0.01 และค่า VIFs น้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระทุกตัวไม่มีระดับความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันตามนัยสำคัญทางสถิติ (Black, 2006) และพบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระความสามารถการคิดอย่างเป็นระบบในแต่ละด้าน มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามการมุ่งเน้นสมรรถนะหลักโดยรวม (CCOT) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณและสร้างสมการพยากรณ์การมุ่งเน้นสมรรถนะหลักโดยรวม (CCOT) ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์การถดถอยเชิงพหุคูณของความสามารถการคิดอย่างเป็นระบบกับการมุ่งเน้นสมรรถนะหลักโดยรวมของบุคลากรสายสนับสนุนในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ

ความสามารถการคิดอย่างเป็นระบบ (STCT)	การมุ่งเน้นสมรรถนะหลักโดยรวม (CCOT)		t	Sig
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	2.06	0.20	10.04	0.00*
ด้านทักษะการวิเคราะห์ตัดสินใจและแก้ไขปัญหา (STAS)	0.03	0.07	0.48	0.63
ด้านทักษะการสร้างสรรค์และออกแบบการบริการ (STIC)	0.33	0.07	4.45	0.00*
ด้านทักษะทางอาชีพและการเรียนรู้ (STVL)	0.04	0.07	0.49	0.62
ด้านทักษะการสื่อสารและการทำงานร่วมกัน (STCC)	0.29	0.07	4.09	0.01*
ด้านทักษะความรู้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี (STCT)	0.04	0.06	0.59	0.55
F = 36.09 p = 0.00 R ² = 0.42 Adj R ² = 0.41				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 7 พบว่า ความสามารถในการคิดอย่างเป็นระบบ ด้านทักษะการสร้างสรรค์และออกแบบการบริการ (STIC) และด้านทักษะการสื่อสารและการทำงานร่วมกัน (STCC) มีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อการมุ่งเน้นสมรรถนะหลักโดยรวม (CCOT) ระดับของความแปรปรวนร้อยละ 41 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐาน H₁₂ และ H₁₄

ความสามารถการคิดอย่างเป็นระบบ ด้านทักษะการสร้างสรรค์และออกแบบการบริการ ด้านทักษะการสื่อสารและการทำงานร่วมกัน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับการมุ่งเน้นสมรรถนะหลักทุกด้าน เนื่องจาก สถาบันอุดมศึกษาแห่งนี้ เป็นองค์กรที่ให้ความสำคัญกับบุคคลที่มีความสามารถในการคิดเชิงวิเคราะห์ คิดสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นทักษะที่จำเป็นในการปรับตัวในปัจจุบัน การที่บุคลากรมีความรู้ความสามารถ มีพฤติกรรมที่จะมุ่งเน้นปฏิบัติงานในหน้าที่ให้มีคุณภาพที่ดีถูกต้อง ครบถ้วนสมบูรณ์ตามมาตรฐาน ปฏิบัติงานตามแผน ตามเป้าหมายติดตามประเมินผลการปฏิบัติงาน รวมทั้งปรับปรุงพัฒนาผลงาน พัฒนาศักยภาพให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อเพิ่มขีดความสามารถขององค์กรอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับบุคลากรล้วนมีทักษะในการสื่อสาร การทำงานร่วมกันทีม ประสานงานระหว่างหน่วยงานได้อย่างถูกต้องเหมาะสม

ชัดเจน สามารถสนับสนุนการปฏิบัติงานร่วมกันได้เป็นอย่างดี เกิดความสะดวกและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ผลงานที่ออกมาจึงประจักษ์ถึงการมีประสิทธิภาพบรรลุวัตถุประสงค์คือมุ่งเน้นการแสวงหาความเป็นเลิศทางวิชาการที่เป็นสากล บุคลากรล้วนเป็นผู้มีความสามารถในกระบวนการทางความคิด ซึ่งเป็นทักษะที่สำคัญเป็นอย่างยิ่ง หากบุคคลมีทักษะและความสามารถในการคิดให้ครบไม่ว่าจะเป็นการคิดให้ลึกเชิงวิเคราะห์ คิดให้กว้างอย่างสร้างสรรค์ คิดให้ครบและคิดในภาพรวมทั้งระบบจะทำให้บุคคลนั้นมีความสามารถในการคิด โดยองค์กรยุคใหม่จะให้ความสำคัญกับบุคคลที่มีความสามารถในด้านนี้มากยิ่งขึ้น ดังนั้น จึงจำเป็นต้องปรับตัวให้มีความรู้และทักษะที่สอดคล้องกับความต้องการขององค์กรนั้นๆ บุคลากรมุ่งเน้นนำเอาความรู้ ความสามารถของตน เพื่อนำมาปฏิบัติงานให้มีคุณภาพที่ดี ถูกต้อง ครบถ้วน สมบูรณ์ตามมาตรฐาน มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการปฏิบัติงาน มีการวางแผน กำหนดเป้าหมายติดตามประเมินผล การปฏิบัติงานได้ตรงตามเป้าหมาย และปรับปรุงพัฒนาผลงาน ศักยภาพบุคคล ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ส่งผลไปสู่การพัฒนาองค์กรและเพิ่มขีดความสามารถอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับ Ali (2021) พบว่า การมีระดับทักษะของการคิดอย่างเป็นระบบในระดับสูง เป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นสำหรับนำไปใช้ประโยชน์ ทั้งความจำเป็นในการเสริมสร้างบุคลิกภาพด้านบวก เช่น การคิดอย่างเป็นระบบผ่านการอบรมด้วยโปรแกรมและหลักสูตรต่างๆ เพื่อให้บรรลุผลดียิ่งขึ้น ดังนั้น องค์กรควรสนับสนุนและผลักดัน สร้างและยกระดับทักษะของการคิดอย่างเป็นระบบ ให้มีความรู้ความสามารถและความพร้อมเพื่อสนับสนุนและรองรับสำหรับการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลในอนาคต Thanchanok (2023) พบว่า การปฏิบัติงานที่มุ่งผลสัมฤทธิ์ บุคลากรจำเป็นต้องมีทักษะความสามารถ ความเชี่ยวชาญในสายงาน การทำงานเชิงรุก ความรับผิดชอบต่อหน้าที่มีคุณธรรมซื่อสัตย์และสุจริต การทำงานเป็นทีม การสื่อสาร การใช้คอมพิวเตอร์เทคโนโลยี ติดตามผล ประเมินงาน การนำเสนอ การให้คำปรึกษา การเจรจาต่อรอง และการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และด้านบุคลิกลักษณะ อาทิ ความกระตือรือร้นในการบริการ การเรียนรู้และการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง ละเอียดรอบคอบ ถูกต้อง แม่นยำ การมีภาวะผู้นำ การมีไหวพริบปฏิภาณ การรับฟังความคิดเห็นผู้อื่น การทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี ซึ่งถือเป็นความสามารถที่สำคัญที่บุคคลควรมีเพื่อหล่อหลอมพฤติกรรมที่ช่วยสนับสนุนให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

สรุปผลการวิจัย

ผลการทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกระหว่างความสามารถการคิดอย่างเป็นระบบและการมุ่งเน้นสมรรถนะหลักที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุนในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ โดยมีผลวิเคราะห์ระดับความคิดเห็น ดังนี้

บุคลากรสายสนับสนุนในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสามารถการคิดอย่างเป็นระบบ อยู่ในระดับมาก เนื่องจาก สถาบันอุดมศึกษาแห่งนี้มีนโยบายและแผนพัฒนาบุคลากรทั้งเชิงคุณภาพ ปริมาณและศักยภาพตามแผนพัฒนามหาวิทยาลัย ฉบับที่ 13 (พ.ศ.2565-2569) เพื่อความเป็นมหาวิทยาลัยอัจฉริยะ โดยมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับกระบวนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มีการส่งเสริมและสนับสนุนให้บุคลากรเกิดการเรียนรู้ มีทักษะความสามารถพื้นฐานที่จำเป็นในด้านต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง เพราะเชื่อมั่นว่าทุนมนุษย์ถือได้ว่าเป็นหัวใจและเป็นกลไกสำคัญที่ต้องมีการพัฒนาให้มีคุณภาพ มีศักยภาพ มีความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ เพื่อนำไปพัฒนาองค์กรให้ยั่งยืน ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลง เชื่อมั่นว่าองค์กรที่มีทุนมนุษย์ที่มีคุณลักษณะเหมาะสม มีคุณภาพและประสิทธิภาพ ย่อมทำให้องค์กรก้าวไปในระดับสากล และทักษะที่ตลาดแรงงานโลกต้องการในอนาคต ได้แก่ ความสามารถในการคิดอย่างเป็นระบบ แบบครบวงจร (PDCA) การคิดอย่างมีหลักการมองภาพรวมทั้งระบบที่เกี่ยวข้องและเชื่อมโยงในรายละเอียดที่สัมพันธ์กัน เป็นการคิดอย่างเป็นเหตุเป็นผล เพื่อให้สามารถจัดระเบียบความคิดที่ดีนำไปสู่การกระทำและการตัดสินใจอย่างเป็นระบบ ซึ่งจะช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพและผลลัพธ์ที่ดีขึ้น

บุคลากรสายสนับสนุนในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีการมุ่งเน้นสมรรถนะหลักด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ ด้านการบริการที่ดี ด้านการส่งเสริมความเชี่ยวชาญในอาชีพ ด้านการยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรม และจริยธรรม และด้านการทำงานเป็นทีม อยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจาก สถาบันอุดมศึกษาแห่งนี้ มีประกาศกำหนดหลักเกณฑ์วิธีการประเมินสมรรถนะหลักสำหรับการปฏิบัติงานของบุคลากรไว้อย่างชัดเจน โดยประเมินจากคุณลักษณะเชิงพฤติกรรมและภาระหน้าที่ความรับผิดชอบตามงานที่ปฏิบัติที่อาศัยความรู้ ความสามารถ ทักษะ ประสพการณ์คุณลักษณะ ขีดความสามารถพิเศษหรือความชำนาญที่สัดส่วนบุคคลในการปฏิบัติงาน ทั้ง 5 ด้าน ที่ส่งผลดีต่อองค์กรทั้งด้านประสิทธิภาพ และเกิดผลผลิตที่ดี บรรลุตรงตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ตั้งไว้ ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความได้เปรียบให้แก่องค์กร



บุคลากรสายสนับสนุนในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน โดยรวม ด้านคุณภาพของผลงาน ด้านปริมาณของผลงาน ด้านความรวดเร็วตรงต่อเวลา และด้านการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า อยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจาก สถาบันอุดมศึกษาแห่งนี้มีการกำหนดตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานที่มุ่งเน้นถึงคุณภาพของงาน ปริมาณของงาน การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ความรวดเร็ว และผลจากการปฏิบัติงานต้องตรงตามมาตรฐาน เป็นไปตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งบุคลากรล้วนใช้ความรู้ ความสามารถ ความตั้งใจที่จะปฏิบัติงานให้สำเร็จ ล่วง งานมีคุณภาพ ถูกต้อง รวดเร็ว ใช้เวลาน้อย ใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เป็นที่น่าพึงพอใจแก่ตนเองและผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จ องค์กรจะมีผลผลิตเป็นที่น่าสนใจในทุกด้าน ดังนั้น หากองค์กรใดสามารถสรรหาบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ ทักษะ และความคิดสร้างสรรค์ที่มีออกมา เพื่อทำงานให้เกิดการยอมรับ และบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรที่ตั้งไว้ และสามารถดึงดูดผู้ที่มีความรู้ความสามารถให้อยู่ในองค์กรได้นานที่สุด การบริหารบุคคลที่ดีจะส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการทำงานบรรลุตรงตามเป้าหมายที่วางไว้

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. เพื่อเป็นข้อมูลสารสนเทศในการประยุกต์ใช้ความสามารถการคิดอย่างเป็นระบบให้เกิดประสิทธิภาพในระดับที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง หรือนำไปสู่การส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรให้เกิดทักษะความสามารถการคิดอย่างเป็นระบบให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง และเพื่อเกิดผลสัมฤทธิ์ตามเป้าประสงค์ของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ
2. เพื่อเป็นข้อมูลสารสนเทศในการส่งเสริมและสนับสนุนให้ระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากรให้สามารถเชื่อมโยงกับการขับเคลื่อนและพัฒนามหาวิทยาลัยเพื่อก้าวไปสู่มหาวิทยาลัยชั้นนำเอเชียต่อไป
3. เพื่อเป็นข้อมูลที่จะนำกระบวนการคิดอย่างเป็นระบบไปประยุกต์ให้เชื่อมโยงกับสมรรถนะหลักในสายงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับแผนพัฒนามหาวิทยาลัยอัจฉริยะในระบบบริหารองค์กร และระบบบริหารงานบุคลากรที่มีประสิทธิภาพต่อไป

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. สถาบันอุดมศึกษาของรัฐ ควรส่งเสริมและสนับสนุนการจัดอบรมให้บุคลากรได้มีทักษะความสามารถการคิดอย่างเป็นระบบในด้านการวิเคราะห์ การตัดสินใจและแก้ไข ทักษะทางอาชีพและการเรียนรู้ และทักษะความรู้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี เพื่อให้สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลได้ตรงตามเป้าหมายขององค์กร
2. สถาบันอุดมศึกษาของรัฐ ควรให้ความสำคัญและมุ่งเน้นส่งเสริมให้บุคลากรยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรม และจริยธรรมในการปฏิบัติงาน ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้วยหลักสูตรระยะสั้น ปรับปรุงคุณภาพการให้บริการอบรม เพื่อยึดถือเป็นหลักในการปฏิบัติงานที่ดีต่อไป ได้ตรงตามวัตถุประสงค์ขององค์กรที่ตั้งไว้
3. สถาบันอุดมศึกษาของรัฐ สามารถนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดนโยบายและวางแผนพัฒนาระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์และระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานบุคลากรให้สอดคล้องกับทิศทางและเป้าหมายการพัฒนาสู่มหาวิทยาลัยอัจฉริยะเพื่อก้าวสู่ระดับสากลต่อไป

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. นอกจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ควรใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีอื่นควบคู่ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth-Interview) และการสัมภาษณ์หรือสนทนาแบบกลุ่ม (Focus Group) เพื่อให้ได้ข้อมูลรายละเอียดที่ตรงประเด็นและสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์ตรงตามวัตถุประสงค์มากที่สุด
2. ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยสาเหตุที่ทำให้บุคลากรขาดทักษะความสามารถการคิดอย่างเป็นระบบ ด้านการวิเคราะห์ การตัดสินใจและแก้ไข ทักษะทางอาชีพและการเรียนรู้ และทักษะความรู้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี รวมทั้งนวัตกรรมในการปฏิบัติงานใหม่ๆ ให้ทันกับการพัฒนาในยุคดิจิทัลให้ประสบความสำเร็จ

ข้อจำกัดการวิจัย

การวิจัยนี้เก็บข้อมูลจากสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในจังหวัดมหาสารคาม ทำให้ได้ข้อมูลที่จำกัด ดังนั้น การวิจัยในครั้งต่อไป ควรศึกษาในพื้นที่ที่มีขอบเขตกว้างขึ้น หรือในภาพรวมในระดับประเทศ



References

- Aaker, D. A., Kumar, V. & Day, G.S. (2005). *Marketing research*. New York : John Wiley & Son.
- Ali, H. (2021). *Systematic thinking among university students*. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry*, 12(3),3792-3803.
- Apirakthara, S. & Thaninkan, P. (2022) Organizational atmosphere and quality of life in work that affects the performance of university support staff Rajamangala University of Technology Isan. *Nakhon Ratchasima College Journal (Humanities and social sciences) Nakhon Ratchasima University*, 16(2),44-58.
- Baotham, S. (2015). *Accounting research*. Bangkok : Triple Education.
- Black, K. (2006). *Business statistics for contemporary decision-making*. (4th ed). USA : John Wiley & Son.
- Daengthepho, N. (2022). The effect of developing core competency on financial budget disbursement efficiency of accounting and finance officers at Mahasarakham University. *Journal of Roi Et Rajabhat University*, 17(2),176-187.
- Duangwiset, B. (2019). The enhancement of System Thinking by Using Mind Mapping Technique for Student Teachers in Rajabhat University. *Journal of Educational Research Faculty of Education Srinakharinwirot University*, 14(2),190-207.
- Khonkaen University. (2023). *Criteria and methods for evaluating the performance of Khonkaen University Personnel*. Retrieved on October 2023, from <https://hs.kku.ac.th/husodean/download/competency>.
- Mahasarakham University. (2023a). *Personnel division performance indicators for support personnel mahasarakham university*. Retrieved on October 2023 from <https://pd.msu.ac.th/pd7/order/d2>.
- Mahasarakham University. (2023b). *Personnel division mahasarakham university search for personnel history registration*. Retrieved October 2023, from <https://pd.msu.ac.th/staff/hr>.
- Ministry of Information and communication technology. (2023). *Digital Thailand digital development plan for the economy and society 2021*. Retrieved October 2023, from <https://Users/Administrator/Desktop/2565/digital-thailand.pdf>.
- Maithiamklang, S. & Wongwichit, N. (2019). Core competencies that affect the operational efficiency of employees in higher education institutions Kalasin university support line. *Praewa Kalasin academic Journal Kalasin university*, 6(2),290-314.
- Nawiphatthana, R. (2021). Developing systematic thinking skills using mind mapping techniques. *Journal of educational Bansomdejchaopraya Rajabhat University*, 15(2),31-41.
- Nunnally, J. C. & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory*. (3rd ed.). New York : McGraw-Hill.
- Office of the civil service commission. (2022). *Development manual according to the human resource development plan of Bangkok 2018-2022*. Retrieved October 2023, from <http://www.mua.go.th>.
- Petroleum authority of Thailand. (2023). *Concept of important skills that are effective and sustainable: Top 10 skills for 2020-2025*. Retrieved October 2023, from <https://www.pttggroup.com/th/newsroom/feature-stories/107/top-10-skills>.
- Rachasombat, R. (2023). The impact of the ability of accountants on the quality of operation for financial and accounting officers at higher education institutions in Mahasarakham province. *Journal of Management Science, Udon Thani Rajabhat University*, (5)6,65-77.
- Sadoyu, S. & Taisaeng, S. (2022). Factors in work performance that affect efficiency in work performance of employees of Elek and Eltech (Thailand) Co., Ltd. Province Pathum Thani. *Journal of Management Science Review*, 24(2),1-10.
- Srisaat, B. (2010). *Preliminary research*. (9th ed.). Bangkok : Suviriyasan.



- Suksawang, S. (2020). *7 Thinking skills: 7 Thinking skills*. Retrieved October 2023, from <https://www.sasimasuk.com/16761107/7/7-thinking-skills>
- Thammasat University. (2023). *Staff division strategic plan for resource management and development Thammasat University Humanities*. Retrieved November 2023, from <https://tu.ac.th/uploads/OIT>
- Thanchanok, C. (2023). The Study of Core Competency and Operational Competence of Supporting Staff Positions, Thaksin University, as Perceived by Head Office of the Faculties. *Journal of Council of University Administrative Staff of Thailand*, 12(1),62-75.
- World economic forum. (2023). *The top 10 skills of 2023*. Retrieved October 2023, from <https://www.weforum.org/agenda/2023/05/future-of-jobs-2023-skills/>



อิทธิพลของสัญญาทางจิตวิทยาที่มีผลต่อความพึงพอใจในงานและผลการปฏิบัติงาน The Effect of The Psychological Contract on Job Satisfaction and Job Performance

สุวพิชญ์ แซ่จิ๋ว¹ และ พรณัท สุวรรณรัตน์²
Suwapitch Sae-Jew¹ and Pornlapas Suwannarat²

Article History

Receive: June 5, 2024

Revised: August 15, 2024

Accepted: August 16, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบของสัญญาทางจิตวิทยาที่มีต่อความพึงพอใจในงาน ผลกระทบของความพึงพอใจในงานที่มีต่อผลการปฏิบัติงาน และผลกระทบของการจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพที่มีต่อสัญญาทางจิตวิทยา และผลกระทบของการจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพที่มีต่อความพึงพอใจในงาน นอกจากนี้ยังศึกษาการทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านของ สัญญาทางจิตวิทยา ที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพ และความพึงพอใจในงาน และความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ และความพึงพอใจในงาน การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากพนักงานบริษัททั่วไป จำนวน 200 ตัวอย่าง ใช้กระบวนการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้หลักความน่าจะเป็นโดยใช้วิธีเลือกตัวอย่างตามสะดวก วิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานด้วยโมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) การวิเคราะห์ความกลมกลืนของโมเดลสมการโครงสร้าง และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานทางตรงและทางอ้อม ผลการวิจัยพบว่า 1) สัญญาทางจิตวิทยามีผลกระทบต่อความพึงพอใจในงาน 2) ความพึงพอใจในงานมีผลกระทบต่อผลการปฏิบัติงาน 3) การจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพไม่มีผลกระทบต่อสัญญาทางจิตวิทยา 4) สัญญาทางจิตวิทยาไม่ได้มีหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านในความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพ และความพึงพอใจในงาน 5) สัญญาทางจิตวิทยามีหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านแบบสมบูรณ์ ในความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ และความพึงพอใจในงาน

คำสำคัญ : สัญญาทางจิตวิทยา ; ความพึงพอใจในงาน ; ผลการปฏิบัติงาน ; การกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ ; การจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพ

¹ นิสิตปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, Master's Degree Student in Business Administration, Faculty of Business Administration, Kasetsart University

² รองศาสตราจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, Associate Professor, Faculty of Business Administration, Kasetsart University



ABSTRACT

This research aims to study the relationship and impact of psychological contracts on job satisfaction, the impact of job satisfaction on job performance, and the effect of effective human resource management on psychological contracts as well as job satisfaction. In addition, this research also studies the mediating role of psychological contract toward the relationship between effective human resource management and job satisfaction, as well as between effective supervision and job satisfaction. This research was quantitative, using a questionnaire as a tool to collect data from 200 employees from various companies using non-probability sampling method, including convenience sampling. Inferential statistics were analyzed using structural equation modeling (SEM), the analysis of model fit, and the analysis of direct and indirect standard coefficient effects. The findings revealed that: 1) The psychological contract affected job satisfaction. 2) The job satisfaction had an impact on job performance. 3) There is no impact of effective human resource management on psychological contracts. 4) The psychological contract was not a variable mediator in the relationship between effective human resource management and job satisfaction. 5) The psychological contract a complete mediator in the relationship between effective supervision and job satisfaction.

Keywords : Psychological Contract ; Job Satisfaction ; Job Performance ; Effective Supervision ; Effective Human Resources Management

บทนำ

สัญญาทางจิตวิทยา (Psychological Contract) มีรากฐานมาจากทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม (Social Exchange Theory) ซึ่งเสนอว่าความสัมพันธ์ทางสังคมถูกสร้างขึ้นและรักษาไว้ผ่านการแลกเปลี่ยนที่เป็นธรรมและการรับรู้ถึงความเป็นธรรมในความสัมพันธ์นั้น ทฤษฎีนี้มีอิทธิพลสำคัญต่อการพัฒนาของแนวคิดเรื่องสัญญาทางจิตวิทยา เนื่องจากมุ่งเน้นไปที่ความคาดหวังและการรับรู้ของบุคคลในความสัมพันธ์การทำงาน และสัญญาทางจิตวิทยายังเป็นตัวแปรสำคัญต่อความเข้าใจในการบริหารทรัพยากรมนุษย์และการจัดการองค์กร เนื่องจากมีผลกระทบต่อทัศนคติและพฤติกรรมของพนักงาน ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพการทำงานและความสำเร็จขององค์กร ความคาดหวังและสัญญาที่ไม่ได้รับการปฏิบัติตามอาจนำไปสู่ความรู้สึกว่าถูกปฏิบัติอย่างไม่เป็นธรรม ซึ่งอาจทำให้พนักงานไม่พอใจและมีความมุ่งมั่นในการทำงานลดลง สัญญาที่ชัดเจนและได้รับการปฏิบัติตามสามารถเพิ่มความมุ่งมั่นและการมีส่วนร่วมของพนักงานได้ (Karani et al., 2022) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร ในช่วงเวลาที่ต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลง การเข้าใจและบริหารสัญญาทางจิตวิทยาได้อย่างมีประสิทธิภาพสามารถช่วยลดความตึงเครียดและเพิ่มการยอมรับการเปลี่ยนแปลงจากพนักงานและเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและพนักงาน ทำให้เกิดความไว้วางใจและความร่วมมือที่ดียิ่งขึ้น (Rousseau, 1995) การจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพมีบทบาทในการกำหนดและสื่อสารความคาดหวังและข้อผูกพันต่างๆ ที่องค์กรมีต่อพนักงาน โดยเน้นที่การพัฒนาความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างนายจ้างและพนักงานเป็นการสร้างความไว้วางใจ การประเมินผลการทำงานและการพัฒนาพนักงานอย่างต่อเนื่องเพื่อช่วยสร้างความเป็นธรรมและความพึงพอใจในงาน การจัดการการเปลี่ยนแปลงที่ดีช่วยลดความตึงเครียดในองค์กร การมีส่วนร่วมของพนักงานในกระบวนการตัดสินใจช่วยสร้างความรู้สึกของความเป็นเจ้าของและความรับผิดชอบร่วมกัน ซึ่งบทบาทของการจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพนั้นจะช่วยสร้างและรักษาสัญญาทางจิตวิทยาส่งผลให้ความพึงพอใจในงานเพิ่มขึ้นและความมุ่งมั่นที่มีต่อองค์กรเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อประสิทธิภาพขององค์กรหรือผลการปฏิบัติงาน (Guest et al., 2012) ต่อมาการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ (Effective Supervision) คือการให้การสนับสนุน คำแนะนำ และการพัฒนาพนักงานผ่านการบริหารและการสื่อสารที่ดี ซึ่งช่วยสร้างและรักษาสัญญาทางจิตวิทยา เพิ่มความเข้าใจและความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานกับผู้นำ ส่งผลต่อความพึงพอใจและความรับผิดชอบต่องานและหน้าที่ของพนักงาน (Yukl, 2013) ซึ่งความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction) เกิดจากการประเมินเชิงบวกของพนักงานเกี่ยวกับงานที่ทำ พนักงานที่มีความพึงพอใจในงานสูงมักมีความมุ่งมั่นและความผูกพันต่อองค์กรมากขึ้น และมีแนวโน้มที่จะมีผลการปฏิบัติงานที่ดี (Locke, 1976)

โดยผลการปฏิบัติงาน (Job Performance) เป็นการวัดว่าพนักงานปฏิบัติหน้าที่ตามตำแหน่งงานของตนได้ดีเพียงใด ซึ่งอาจพิจารณาจากการบรรลุเป้าหมาย การปฏิบัติตามขั้นตอน การทำงานเป็นทีม และการมีส่วนร่วมในองค์กร (Campbell, 1990)

การวิจัยเกี่ยวกับสัญญาทางจิตวิทยาส่วนใหญ่มีพื้นฐานจากประเทศตะวันตก การศึกษาถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรมในประเทศโซนเอเชีย และผลกระทบต่อสัญญาทางจิตวิทยายังมีไม่มากนัก เช่น วัฒนธรรมของความเคารพต่อผู้ใหญ่ การทำงานเป็นทีมในประเทศเอเชียที่อาจแตกต่างจากประเทศตะวันตก ผลกระทบต่อความพึงพอใจในงาน การผูกพันกับองค์กร การลาออกของพนักงาน และการศึกษาเกี่ยวกับประเภทของสัญญาทางจิตวิทยา บทบาทของผู้นำ เช่น สัญญาทางจิตวิทยาเชิงผลประโยชน์ สัญญาทางจิตวิทยาเชิงสัมพันธ์ การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพของผู้นำหรือการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ (Kutaula et al., 2020) ความท้าทายของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในปี 2024 ตั้งแต่ที่มีการระบาดของโควิด 19 ทำให้รูปแบบการทำงานเปลี่ยนไป เริ่มมีการ Work From Home หรือ การทำงานจากที่บ้าน และเริ่มปรับมาเป็นแบบ Hybrid คือการสลับระหว่างการทำงานที่ออฟฟิศและที่บ้าน ทำให้การจัดการทรัพยากรมนุษย์ต้องมีการปรับตัวปรับระบบการทำงาน และในยุคปัจจุบันบริษัทหรือองค์กรพบว่าอัตราการลาออกของพนักงานนั้นเพิ่มขึ้น ทำให้ฝ่าย จำเป็นต้องหาพนักงานใหม่มาแทนที่พนักงานเดิม นอกจากนี้ยังพบอีกว่าพนักงานนั้นมีความภักดีต่อองค์กรที่ลดลงซึ่งฝ่ายบุคคลต้องทำการรักษาสภาพจิตใจและความสุขของพนักงานในการทำงานภายในองค์กร (Appman, 2024)

จากเหตุผลที่กล่าวมาตั้งแต่ต้น ผู้วิจัยนี้จึงสนใจการศึกษาวิจัยความสัมพันธ์และอิทธิพลต่างๆ ของสัญญาทางจิตวิทยาต่อความพึงพอใจในงานและผลการปฏิบัติงาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่าสัญญาทางจิตวิทยามีผลกระทบต่อความพึงพอใจในงานและผลการปฏิบัติงานหรือไม่ อย่างไร และจะทำการศึกษาโดยใช้ตัวแปรดังต่อไปนี้ในการวิจัย การจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพ การกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ สัญญาทางจิตวิทยา ความพึงพอใจในงาน และผลการปฏิบัติงาน ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของพนักงานบริษัททั่วไป ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปปรับใช้ในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ให้เป็นไปตามสัญญาทางจิตวิทยาเพื่อให้พนักงานมีความพึงพอใจในงานและองค์กรมีผลการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบของสัญญาทางจิตวิทยาที่มีต่อความพึงพอใจในงาน
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบของความพึงพอใจในงานที่มีต่อผลการปฏิบัติงาน
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบของการจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพที่มีต่อสัญญาทางจิตวิทยา
4. เพื่อศึกษาการเป็นตัวแปรส่งผ่านของสัญญาทางจิตวิทยาที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่าง การจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพและความพึงพอใจในงานและความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพและความพึงพอใจในงาน
5. เพื่อศึกษาการเป็นตัวแปรส่งผ่านของสัญญาทางจิตวิทยาที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพและความพึงพอใจในงาน

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สัญญาทางจิตวิทยา

สัญญาทางจิตวิทยา (Psychological Contract) เป็นข้อตกลงที่ไม่เป็นลายลักษณ์อักษรระหว่างพนักงานและนายจ้าง ซึ่งประกอบไปด้วยความคาดหวังที่ทั้งสองฝ่ายมีต่อกัน โดยเฉพาะในเรื่องของสิ่งที่พนักงานคาดหวังว่าจะได้รับจากนายจ้าง และสิ่งที่นายจ้างคาดหวังว่าจะได้รับจากพนักงาน (Rousseau, 1995) การปฏิบัติตามสัญญาทางจิตวิทยานั้นมีความสัมพันธ์หรือผลกระทบเชิงบวกต่อผลลัพธ์ในการทำงาน เช่น ความพึงพอใจในงาน ทั้งชายและหญิง (Karani et al., 2022) นอกจากนี้ สัญญาทางจิตวิทยายังมีผลต่อความมุ่งมั่นและความภักดีต่อองค์กร เมื่อพนักงานรู้สึกว่ามีสัญญาทางจิตวิทยาของตนได้รับการรักษา พนักงานจะมีความมุ่งมั่นและมีความภักดีต่อองค์กรมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้มีความพึงพอใจในงานและมีแนวโน้มที่จะทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ (Conway & Briner, 2005 ; Suwannarat, 2023a)



ความพึงพอใจในงาน

ความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction) เป็นทัศนคติหรือความรู้สึกที่พนักงานมีต่อการทำงานของตนเอง ซึ่งรวมถึงความพอใจหรือไม่พอใจที่เกิดจากการทำงาน และสามารถแยกย่อยออกเป็นหลายมิติ เช่น ด้านเนื้องาน ด้านผู้บังคับบัญชา ด้านเพื่อนร่วมงาน ด้านค่าตอบแทน ด้านโอกาสในการพัฒนาและความก้าวหน้าในอาชีพ ความพึงพอใจในงานนั้นยังส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลหรือผลการปฏิบัติงานของพนักงาน และมีความสัมพันธ์กับอัตราการลาออก (Spector, 1997) อารมณ์เชิงบวกและความพึงพอใจในงานเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานหรือผลการปฏิบัติงาน ในขณะที่อารมณ์เชิงลบและความพึงพอใจที่ลดลงจะส่งผลเสีย (Reizer et al., 2019) นอกจากนี้ ความพึงพอใจในงานยังเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อวัฒนธรรมองค์กร การที่พนักงานมีความพึงพอใจในงานช่วยเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ดี ส่งผลให้มีการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพและเสริมสร้างบรรยากาศการทำงานที่เป็นมิตรและสร้างสรรค์ (Robbins & Judge, 2017 ; Suwannarat, 2021)

การกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ

การกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ (Effective Supervision) เป็นกระบวนการที่ผู้นำควรมีการวางแผนและดำเนินการอย่างเป็นระบบ พร้อมทั้งการสื่อสารและสนับสนุนทีมงานเพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายและผลลัพธ์ที่ต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Northouse, 2018) การสนับสนุนหรือการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพและความไว้วางใจขององค์กรมีอิทธิพลต่อสัญญาทางจิตวิทยา และสัญญาทางจิตวิทยามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเบี่ยงเบนในที่ทำงาน (Azim et al., 2020) และการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพยังมีบทบาทในการแก้ไขความขัดแย้งและการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี การที่ผู้บริหารสามารถแก้ไขความขัดแย้งได้อย่างมีประสิทธิภาพและสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่เป็นบวก ช่วยลดความเครียดและความไม่พึงพอใจของพนักงาน ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญในการรักษาสัญญาทางจิตวิทยา (Rousseau, 1995 ; Suwannarat, 2023b) และ Goetsch (2002) ได้กำหนดองค์ประกอบ ของการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพไว้ดังนี้ 1) การกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน (Setting Clear Goals) หมายถึง การกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนและเข้าใจตรงกันระหว่างหัวหน้างานและผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อให้ผู้ใต้บังคับบัญชาสามารถมุ่งมั่นที่จะบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ 2) การให้การสนับสนุนและคำแนะนำ (Providing Support and Guidance) หมายถึง การให้การสนับสนุนและคำแนะนำแก่ผู้ใต้บังคับบัญชาอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ผู้ใต้บังคับบัญชาสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมาย 3) การสร้างแรงจูงใจ (Creating Motivation) หมายถึง การสร้างแรงจูงใจแก่ผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อให้ผู้ใต้บังคับบัญชามีกำลังใจในการทำงานและมุ่งมั่นที่จะบรรลุเป้าหมาย 4) การให้อิสระในการทำงาน (Giving Autonomy) หมายถึง การให้อิสระในการทำงานแก่ผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อให้ผู้ใต้บังคับบัญชาสามารถแสดงความคิดสร้างสรรค์และศักยภาพของตนเองได้อย่างเต็มที่

การจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพ

การจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพ (Effective Human Resource Management) เป็นกระบวนการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร ซึ่งมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาและรักษาบุคลากรให้มีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร ด้วยวิธีการที่ดีที่สุดหรือเกิดประโยชน์สูงสุด (Guest et al., 2012) การจัดตำแหน่งระบบทรัพยากรบุคคลและคุณภาพการสื่อสารส่งผลกระทบที่แตกต่างต่อการก่อตัวและการละเมิดสัญญาทางจิตวิทยา โดยเน้นย้ำว่าพนักงานต้องการทั้งระบบทรัพยากรบุคคลที่มีความสอดคล้องสูงและการสื่อสารคุณภาพสูงเพื่อสร้างการรับรู้สัญญาทางจิตวิทยาที่สอดคล้องกัน (Roehl, 2019) การจัดการทรัพยากรมนุษย์นั้นมีความสำคัญในการสร้างสัญญาทางจิตวิทยา เนื่องจากสามารถกำหนดนโยบายและกระบวนการที่ช่วยเสริมสร้างความคาดหวังที่เหมาะสมระหว่างพนักงานและองค์กร เช่น การสรรหาและการคัดเลือกพนักงานที่มีคุณสมบัติที่ตรงกับความต้องการขององค์กร การปฐมนิเทศที่ชัดเจนและเป็นระบบเพื่อให้พนักงานเข้าใจบทบาทและหน้าที่ของตนเอง รวมถึงการพัฒนาทักษะและการฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างความสามารถของพนักงาน (Armstrong & Taylor, 2014 ; Putson et al., 2019) และ Robbins & Judge (2017) ได้กำหนดองค์ประกอบของการจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพ ไว้ดังนี้ 1) การวางแผนและการจัดหาทรัพยากรบุคคล (Human Resource Planning and Recruitment) หมายถึงการกำหนดความต้องการทรัพยากรบุคคลในอนาคต การสรรหาและคัดเลือกบุคคลเข้าทำงาน เพื่อให้ได้บุคคลที่มีทักษะและความสามารถตรงกับความต้องการขององค์กร 2) การพัฒนาและฝึกอบรมทรัพยากรบุคคล (Human Resource Development and Training) หมายถึงการพัฒนาทักษะและความสามารถของพนักงานที่มีอยู่ เพื่อให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

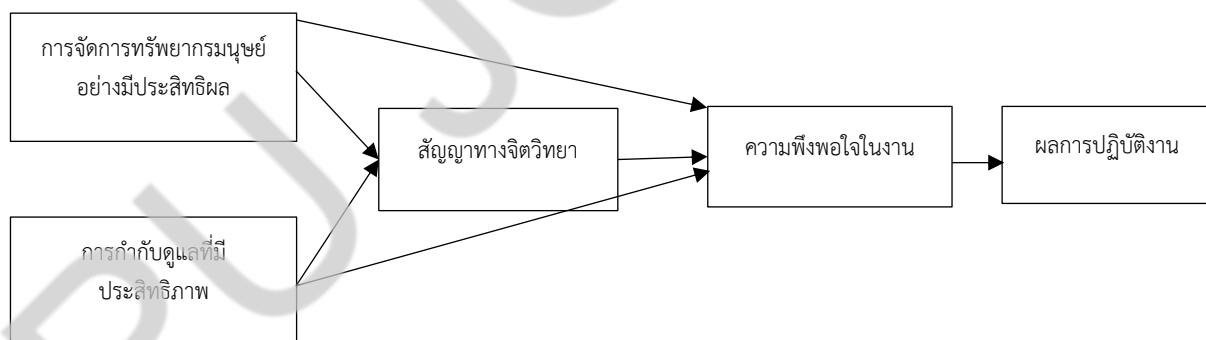
3) การประเมินผลการปฏิบัติงาน (Performance Appraisal) หมายถึงการประเมินผลงานของพนักงาน เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงและพัฒนาพนักงาน รวมถึงการให้รางวัลตอบแทนที่เหมาะสมกับผลงาน 4) การบริหารค่าตอบแทนและสวัสดิการ (Reward Management and Benefits) หมายถึงการกำหนดค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสมกับพนักงาน เพื่อจูงใจให้พนักงานมีแรงจูงใจในการทำงาน และรักษาพนักงานให้อยู่กับองค์กร 5) การสร้างความสัมพันธ์กับพนักงาน (Employee Relations) หมายถึงการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างพนักงานกับองค์กร โดยการสร้างบรรยากาศในการทำงานที่ดี การให้พนักงานมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และส่งเสริมให้พนักงานมีขวัญกำลังใจในการทำงาน 6) ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) หมายถึงการคำนึงถึงผลกระทบของการดำเนินงานขององค์กรต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เช่น การรักษาสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมความเท่าเทียมทางเพศ และการจ้างงานคนพิการ

ผลการปฏิบัติงาน

ผลการปฏิบัติงาน (Job Performance) เป็นการวัดว่าพนักงานปฏิบัติหน้าที่ตามตำแหน่งงานของตนได้ดีเพียงใด หรือพฤติกรรมของพนักงานที่แสดงออกมาในลักษณะของผลผลิต คุณภาพ และผลกระทบต่องาน หรืออาจพิจารณาจากการบรรลุเป้าหมาย การปฏิบัติตามขั้นตอน การทำงานเป็นทีม และการมีส่วนร่วมในองค์กร (Campbell, 1990) ความมุ่งมั่นในองค์กรมีผลกระทบต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างความมุ่งมั่นขององค์กรและการปฏิบัติงานมีความซับซ้อนมากกว่าความสัมพันธ์โดยตรง โดยได้รับอิทธิพลจากความพึงพอใจในงาน องค์กรจึงจำเป็นต้องเพิ่มความมุ่งมั่นของพนักงานเพื่อส่งเสริมความพึงพอใจในงานและประสิทธิภาพการทำงาน (Loan, 2020)

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษารวบรวมบททวน ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสัญญาทางจิตวิทยาในเอเชีย ซึ่งยังมีไม่มากนักในประเทศไทย งานวิจัยส่วนใหญ่เป็นการศึกษาบริบทของประเทศตะวันตก ทำให้ยังเกิดช่องว่างในการวิจัยที่ควรศึกษาทั้งในด้านผลกระทบต่อความพึงพอใจในงาน การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพของผู้นำหรือการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ (Kutaula et al., 2020) และผลกระทบของความพึงพอใจในงานที่มีต่อผลการปฏิบัติงาน บทบาทหน้าที่ในการเป็นตัวแปรส่งผ่านของสัญญาทางจิตวิทยาในความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพและความพึงพอใจในงาน และความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพและความพึงพอใจในงาน เพื่อนำผลการศึกษาไปปรับใช้เป็นแนวทางให้กับองค์กร ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. สัญญาทางจิตวิทยา มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อ ความพึงพอใจในงาน
2. ความพึงพอใจในงาน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อ ผลการปฏิบัติงาน
3. การจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อ สัญญาทางจิตวิทยา
4. สัญญาทางจิตวิทยา เป็นตัวแปรส่งผ่านในความสัมพันธ์ระหว่าง การจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพ และความพึงพอใจในงาน
5. สัญญาทางจิตวิทยา เป็นตัวแปรส่งผ่านในความสัมพันธ์ระหว่าง การกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ และความพึงพอใจในงาน



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องอิทธิพลของสัญญาทางจิตวิทยาที่มีต่อความพึงพอใจในการทำงานและผลการปฏิบัติงาน เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือของการเก็บรวบรวมข้อมูล จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ไปทดสอบเชิงประจักษ์ ด้วยการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structure Equation Modeling) และสรุปผล เพื่อนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบของตารางและการบรรยายประกอบ จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ที่ได้ทำการศึกษา ค้นคว้ามาจากการงานวิชาการต่างๆ ได้แก่ วารสาร วิทยานิพนธ์ หนังสือ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานบริษัททั่วไป ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากร ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่าง โดยไม่ใช้หลักความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) โดยเทคนิคที่ใช้คือการเลือกตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลของพนักงานบริษัททั่วไป

กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานบริษัททั่วไปทุกอุตสาหกรรม โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่างนั้นใช้กฎแห่งความชัดเจน (Rules of Thumb) ของ Collier (2020) โดยจะมีขนาดตัวอย่างวิกฤตอยู่ที่ 200 ตัวอย่าง ที่เหมาะสมกับการวิเคราะห์ข้อมูลแบบ สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการเก็บแบบสอบถามตามกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้คือ พนักงานบริษัททั่วไปทุกอุตสาหกรรมทั้งหมด จำนวน 200 ชุด นอกจากนี้ก็วิจัยในอดีต Tabachnick & Fidell (2001) ได้อธิบายว่าจำนวนตัวอย่าง 100-150 ถือเป็นจำนวนตัวอย่างที่ยอมรับได้ในการดำเนินการ SEM

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ซึ่งมีลักษณะคำถามแบบให้เลือกตอบเพียงข้อเดียวและเป็นคำถามปลายปิด โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นมาตรวัดของลิเคิร์ต 5 ระดับ ประกอบด้วย 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คำถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อายุงาน (ในส่วนงาน/หน่วยงานที่สังกัดปัจจุบัน) สถานภาพสมรส

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับสัญญาทางจิตวิทยาจากแนวคิดของ Rousseau (1995) จำนวนทั้งหมด 12 ข้อ แบ่งเป็น 4 หัวข้อประกอบด้วย สัญญาเชิงผลประโยชน์ จำนวน 3 ข้อ สัญญาเชิงความสัมพันธ์ จำนวน 3 ข้อ สัญญาเชิงสมดุล จำนวน 3 ข้อ ข้อตกลงทางการแลกเปลี่ยน จำนวน 3 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในงานจากแนวคิด Minnesota Satisfaction Questionnaire (MSQ) ของ Weiss (1967) จำนวนทั้งหมด 18 ข้อ แบ่งเป็น 6 หัวข้อประกอบด้วย ด้านลักษณะงาน จำนวน 3 ข้อ ด้านความรับผิดชอบ จำนวน 3 ข้อ ด้านความสำเร็จของงาน จำนวน 3 ข้อ ด้านความก้าวหน้าในงาน จำนวน 3 ข้อ ด้านการได้รับการยอมรับ นับถือ จำนวน 3 ข้อ ด้านค่าตอบแทน จำนวน 3 ข้อ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานจากแนวคิดของ Cascio (2006) จำนวนทั้งหมด 15 ข้อ แบ่งเป็น 5 หัวข้อประกอบด้วย ความรู้เกี่ยวกับงาน จำนวน 3 ข้อ ประสิทธิภาพของงาน จำนวน 3 ข้อ ความสามารถในการปรับตัว จำนวน 3 ข้อ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล จำนวน 3 ข้อ พฤติกรรมการเป็นพลเมืองขององค์กร จำนวน 3 ข้อ

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพจากแนวคิดของ Robbins & Judge (2017) จำนวนทั้งหมด 18 ข้อ แบ่งเป็น 6 หัวข้อประกอบด้วย การวางแผนและการจัดหาทรัพยากรบุคคล จำนวน 3 ข้อ การพัฒนาและฝึกอบรมทรัพยากรบุคคล จำนวน 3 ข้อ การประเมินผลการปฏิบัติงาน จำนวน 3 ข้อ การบริหารค่าตอบแทนและสวัสดิการ จำนวน 3 ข้อ การสร้างความสัมพันธ์กับพนักงาน จำนวน 3 ข้อ ความรับผิดชอบต่อสังคม จำนวน 3 ข้อ

ส่วนที่ 6 แบบสอบถามเกี่ยวกับการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพจากแนวคิดของ Goetsch (2002) จำนวนทั้งหมด 12 ข้อ แบ่งเป็น 4 หัวข้อประกอบด้วย การกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน จำนวน 3 ข้อ การให้การสนับสนุนและคำแนะนำ จำนวน 3 ข้อ การสร้างแรงจูงใจ จำนวน 3 ข้อ การให้อิสระในการทำงาน จำนวน 3 ข้อ

ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยนำแบบสอบถามทั้งหมดไปดำเนินการทดสอบความเที่ยงตรงโดยการนำเสนอ กับอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชาการจัดการ สาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์และสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาค่าความเที่ยงตรง ผ่านกระบวนการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ของงานวิจัย (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยที่ค่าดัชนีความสอดคล้องมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 และผ่านกระบวนการทดสอบความน่าเชื่อถือโดยนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลเพื่อทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง ที่ทำการศึกษา ก่อน (Pre-Test) จำนวนทั้งหมด 30 ชุด ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha) มากกว่า 0.7 ซึ่งค่าความเชื่อมั่นอยู่ในช่วง 0.72 – 0.95 (ทดสอบแต่ละองค์ประกอบของ ตัวแปรแต่ละตัว) และค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับอยู่ที่ 0.95 หมายถึง แบบสอบถามนั้นมีความน่าเชื่อถือสามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลทำการศึกษาต่อไปได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลของแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างพนักงาน บริษัททั่วไป จำนวน 200 ชุด ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ถึงเดือนเมษายน ปี พ.ศ.2567 โดยผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามออนไลน์ ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้หลักความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) โดยเทคนิคที่ใช้คือการเลือกตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนสมบูรณ์ของเนื้อหา เพื่อที่จะนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์ผลทางสถิติต่อไป

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยได้ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านการศึกษาจาก งานวิจัย บทความ วารสาร และเอกสารทางวิชาการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสัญญาทางจิตวิทยาที่มีผลต่อความพึงพอใจในงานและผลการปฏิบัติงาน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ทำการศึกษาเก็บรวบรวมมาจากรูปแบบสอบถาม จำนวน 200 ชุด เพื่อทำการดำเนินการประมวลผลข้อมูล โดยใช้โปรแกรม AMOS และ SPSS ซึ่งเป็นโปรแกรมที่นิยมนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติหรือใช้ในการวิเคราะห์ด้วยสมการโครงสร้าง (SEM) สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐานในงานวิจัยเรื่องอิทธิพลของสัญญาทางจิตวิทยาที่มีต่อความพึงพอใจในงานและผลการปฏิบัติงาน โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นไว้ที่ร้อยละ 95 ($\alpha=0.05$) คือ สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ใช้ในการสรุปลักษณะจากการเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างจากแบบสอบถามที่จะใช้เป็นตัวแทนประชากรในการวิจัยในครั้งนี้ จนถึงวิธีการที่นำไปสู่การสรุปผลเกี่ยวกับประชากรโดยใช้ข้อมูลที่รวบรวมมาเป็นตัวแทน โดยใช้การทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) ด้วย AMOS โดยสมการโครงสร้างนั้นเป็นโมเดลที่รวมหลักการของสถิติเชิงเส้น 2 ประเภท คือ การวิเคราะห์เส้นทาง (Path analysis) และการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) โดยใช้หลักการเดียวกันกับการวิเคราะห์แบบถดถอย (Regression analysis)

ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

งานวิจัยอิทธิพลของสัญญาทางจิตวิทยาที่มีผลต่อความพึงพอใจในงานและผลการปฏิบัติงาน งานวิจัยอิทธิพลของสัญญาทางจิตวิทยาที่มีผลต่อความพึงพอใจในงานและผลการปฏิบัติงานมีผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามหรือปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 200 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 73 มีอายุระหว่าง 26 - 41 ปี จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5 ศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 83.5 มีรายได้อยู่ในช่วงน้อยกว่า 25,000 บาท จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 47 มีอายุงานระหว่าง 1 - 5 ปี จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 46 และเป็นโสด จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 92.5 และผู้วิจัยได้ทำการคำนวณค่า Composite Reliability (CR) สำหรับตัวแปรทั้งหมด เพื่อเปรียบเทียบกับค่า Average Variance Extracted (AVE) ในการทดสอบความเที่ยงตรง และความน่าเชื่อถือของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังตารางที่ 1



ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่า Factor Loading, Composite Reliability และค่า Average Variance Extracted

ตัวแปรที่ศึกษา (Latent Variables)	Factor Loading	Composite Reliability	Average Variance Extracted
Psychological Contract (PC) : สัญญาทางจิตวิทยา	0.69-0.75	0.84	0.57
Job Satisfaction (JS) : ความพึงพอใจในงาน	0.54-0.78	0.85	0.48
Job Performance (JP) : ผลการปฏิบัติงาน	0.66-0.88	0.86	0.56
Effective Human Resource Management (EHRM) การจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพ	0.67-0.84	0.89	0.57
Effective Supervision (ESUP) : การกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ	0.74-0.88	0.88	0.64

จากตารางที่ 1 พบว่า ค่า Composite Reliability มีค่าระหว่าง 0.84 ถึง 0.89 ซึ่งมีค่าสูงกว่า 0.70 (Hair et al., 2019) เป็นระดับที่น่าพึงพอใจสำหรับค่าความสอดคล้องภายในระหว่างตัวแปร และการทดสอบค่าความเที่ยงตรงเชิงสอดคล้องของมาตรวัด พบว่า ค่า Average Variance Extracted ของตัวแปรที่ศึกษา มีค่าอยู่ระหว่าง 0.48 ถึง 0.64 ซึ่งมีค่าใกล้เคียงหรือสูงกว่า 0.50 (Fornell and Larcker, 1981) แสดงให้เห็นว่ามาตรวัดโดยเฉลี่ยของแต่ละข้อคำถามมีความสามารถในการวัดค่าตัวแปรที่มีระดับความเที่ยงตรงผ่านเกณฑ์ ซึ่งยอมรับได้ โดยที่ค่า Cronbach's alpha ของสัญญาทางจิตวิทยามีค่าอยู่ระหว่าง 0.74 ถึง 0.87 ความพึงพอใจในงานมีค่าอยู่ระหว่าง 0.72 ถึง 0.94 ผลการปฏิบัติงานมีค่าอยู่ระหว่าง 0.78 ถึง 0.87 การจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพมีค่าอยู่ระหว่าง 0.79 ถึง 0.87 และการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพมีค่าอยู่ระหว่าง 0.76 ถึง 0.89

ในการวิเคราะห์การถดถอยหรือค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลของโมเดลอิทธิพลของสัญญาทางจิตวิทยาที่มีผลต่อความพึงพอใจในงานและผลการปฏิบัติงานและวิเคราะห์ผลการทดสอบสมมติฐาน ดังตารางที่ 2-4

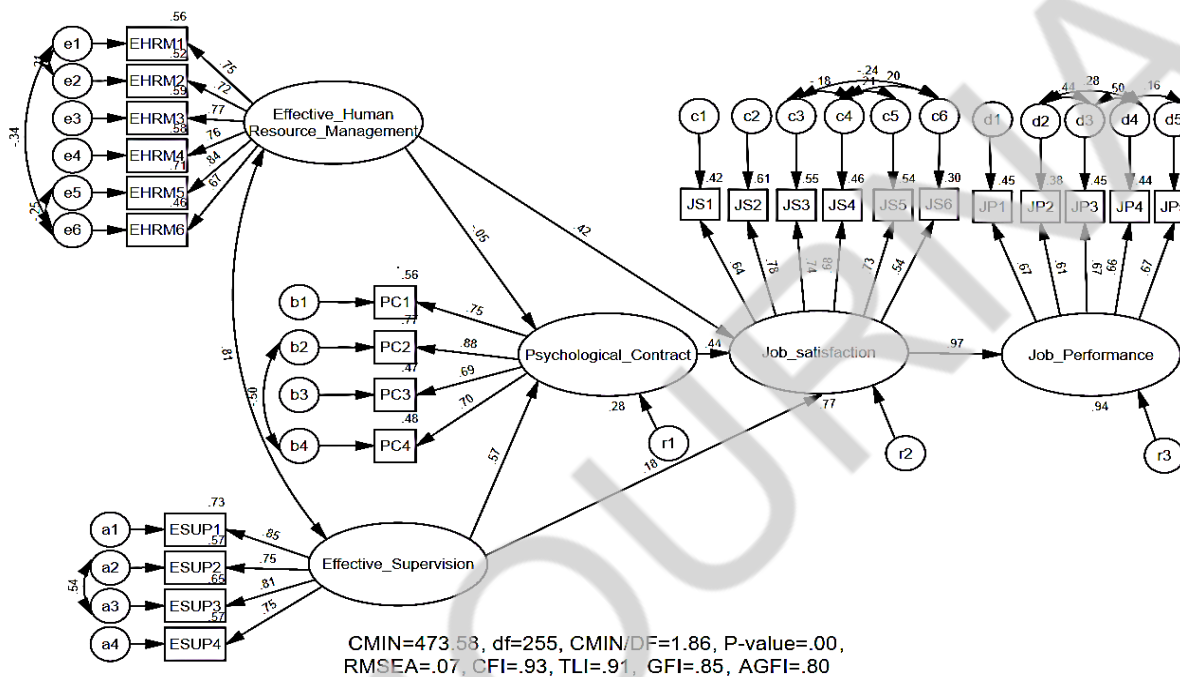
ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลของโมเดลอิทธิพลของสัญญาทางจิตวิทยาที่มีผลต่อความพึงพอใจในงานและผลการปฏิบัติงาน

ตัวแปรผล	R ²	อิทธิพล	ตัวแปรสาเหตุ			
			การกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ	การจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพ	สัญญาทางจิตวิทยา	ความพึงพอใจในงาน
สัญญาทางจิตวิทยา	0.28	SDE	0.57***	-0.05	-	-
		SIE	-	-	-	-
		STE	0.57***	-0.05	-	-
ความพึงพอใจในงาน	0.77	SDE	0.18	0.42***	0.44***	-
		SIE	0.25	-0.02	-	-
		STE	0.44	0.4***	0.44***	-
ผลการปฏิบัติงาน	0.94	SDE	-	-	-	0.97***
		SIE	0.42	0.39	0.43	-
		STE	0.42	0.39	0.43	0.97***

CMIN/DF = 1.86, CFI = 0.93, TLI = 0.90, RMSEA = 0.07

หมายเหตุ *** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 , SDE = Standardized Direct Effect, SIE = Standardized Indirect Effect และ STE = Standardized Total Effect

จากตารางที่ 2 การวิเคราะห์ความกลมกลืนของโมเดลสมการโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยใช้ตัวบ่งชี้ความกลมกลืนเกณฑ์พิจารณาดังต่อไปนี้ ค่า Relative Chi-Square (CMIN/DF) ต้องมีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5, ค่า Comparative Fit Index (CFI) ต้องมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.90, ค่า Tucker Lewis Index (TLI) ต้องมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.90, ค่า Root Mean Square Error Approximation (RMSEA) ต้องมีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.08 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตามที่ระบุไว้ในหนังสือของ Collier (2020) ซึ่งผลการวิเคราะห์ความกลมกลืนของโมเดลสมการโครงสร้างตามสมมติฐานการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์มีความกลมกลืน และมีผลการทดสอบสมมติฐานด้วยวิธีโมเดลสมการโครงสร้าง (โมเดลอิทธิพลของสัญญาณทางจิตวิทยาที่มีผลต่อความพึงพอใจในงานและผลการปฏิบัติงาน) ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยวิธีโมเดลสมการโครงสร้าง (โมเดลอิทธิพลของสัญญาณทางจิตวิทยาที่มีผลต่อความพึงพอใจในงานและผลการปฏิบัติงาน)

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

Hypothesized Relationships	Standardized Estimates	C.R. (t-values)	Hypothesis Supported
H1: PC→JS	0.44	5.98***	สนับสนุน
H2: JS→JP	0.97	8.03***	สนับสนุน
H3: EHRM→PC	-0.05	-0.32	ไม่สนับสนุน

หมายเหตุ *** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 3 พบว่า สมมติฐานที่ 1 (H1) สัญญาณทางจิตวิทยา มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อความพึงพอใจในงาน พบว่า สัญญาณทางจิตวิทยา มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อ ความพึงพอใจในงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่า สนับสนุนสมมติฐานที่ 1

สมมติฐานที่ 2 (H2) ความพึงพอใจในงาน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อ ผลการปฏิบัติงาน พบว่า ความพึงพอใจในงาน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อ ผลการปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่า สนับสนุนสมมติฐานที่ 2



สมมติฐานที่ 3 (H3) การจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อสัญญาณจิตวิทยา พบว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อสัญญาณจิตวิทยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่า ไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ 3

1. การศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบของสัญญาณจิตวิทยาที่มีต่อความพึงพอใจในงาน จากตารางที่ 2 และตารางที่ 3 พบว่าสัญญาณจิตวิทยามีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจในงาน สามารถอธิบายได้ว่าพนักงานที่ได้รับสัญญาณทางจิตวิทยาครบทั้ง 4 ประเภท ได้แก่ สัญญาเชิงผลประโยชน์ สัญญาเชิงความสัมพันธ์ สัญญาเชิงสมดุล ข้อตกลงทางการแลกเปลี่ยน ซึ่งสามารถตอบสนองความคาดหวังของพนักงานและองค์กรที่มีร่วมกัน ทำให้เกิดความพึงพอใจในงานอยู่ในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย Kutaula et al. (2020) ที่ได้รวบรวมการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับสัญญาณทางจิตวิทยาได้ระบุว่าสัญญาณทางจิตวิทยามีผลต่อความพึงพอใจในงานหรือความพึงพอใจในงานเป็นผลลัพธ์ (Outcome) ของสัญญาณทางจิตวิทยา และเช่นเดียวกันกับงานวิจัยของ Karani et al. (2022) ที่ศึกษาผลกระทบของการปฏิบัติตามสัญญาณทางจิตวิทยาต่อความพึงพอใจในงานและความมุ่งมั่นขององค์กรในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 และพบว่าการปฏิบัติตามสัญญาณทางจิตวิทยาส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในงานและความมุ่งมั่นขององค์กร

2. การศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบของความพึงพอใจในงานที่มีต่อผลการปฏิบัติงาน จากตารางที่ 2 และตารางที่ 3 พบว่าความพึงพอใจในงานมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงาน สามารถอธิบายได้ว่าพนักงานที่มีความพึงพอใจในงานสูง ใน 6 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะงาน ด้านความรับผิดชอบ ด้านความสำเร็จของงาน ด้านความก้าวหน้าในงาน ด้านการได้รับการยอมรับ นับถือ ด้านค่าตอบแทน มีแนวโน้มหรือส่งผลให้มีผลการปฏิบัติงานที่ดีกว่าพนักงานที่มีความพึงพอใจต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Spector (1997) ที่กล่าวถึงความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างความพึงพอใจในงานและผลการปฏิบัติงานอย่างชัดเจน และได้สรุปว่าพนักงานที่มีความพึงพอใจในงานมีแนวโน้มที่จะมีประสิทธิภาพการทำงานหรือผลการปฏิบัติงานสูงขึ้น มีความทุ่มเทและมุ่งมั่นต่อการทำงานมากกว่า และมีแนวโน้มที่จะมีผลงานที่ดีกว่า และเช่นเดียวกันกับงานวิจัยของ Reizer et al. (2019) ที่ศึกษาแรงจูงใจ อารมณ์ และการปฏิบัติงานของพนักงาน: การศึกษานี้ที่กระทำวันระยะยาว พบว่าอารมณ์เชิงบวกและความพึงพอใจในงานเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานหรือผลการปฏิบัติงาน ในขณะที่อารมณ์เชิงลบและความพึงพอใจที่ลดลงจะส่งผลเสีย

3. การศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบของการจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพที่มีต่อสัญญาณทางจิตวิทยา จากตารางที่ 2 และตารางที่ 3 พบว่าการจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อสัญญาณทางจิตวิทยา สามารถอธิบายได้ว่าการจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งแบ่งออกเป็น 6 ประเภท ได้แก่ การวางแผนและการจัดหาทรัพยากรบุคคล การพัฒนาและฝึกอบรมทรัพยากรบุคคล การประเมินผลการปฏิบัติงาน การบริหารค่าตอบแทนและสวัสดิการ การสร้างความสัมพันธ์กับพนักงาน ความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น ไม่ได้ส่งผลต่อการรับรู้หรือคาดหวังของสัญญาณทางจิตวิทยาของพนักงาน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัย Kutaula et al. (2020) ที่ได้รวบรวมการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับสัญญาณทางจิตวิทยาได้ระบุว่าจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพมีผลกระทบเชิงบวกต่อสัญญาณทางจิตวิทยาหรือการจัดการทรัพยากรมนุษย์นั้นเป็นตัวแปรที่มาก่อนหน้า (Antecedents) และเช่นเดียวกันกับงานวิจัยของ Roehl (2019) ที่ศึกษาผลกระทบของ การจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ (SHRM) ต่อสัญญาณทางจิตวิทยาของพนักงาน: ประเภทและวาระ พบว่าระบบทรัพยากรบุคคลที่มีความสอดคล้องสูงผสมผสานกับการสื่อสารคุณภาพสูงช่วยลดการละเมิดสัญญาณทางจิตวิทยาและเพิ่มความสอดคล้องของสัญญาณทางจิตวิทยาได้อย่างมาก ซึ่งงานวิจัยนี้ช่วยทำความเข้าใจการมีส่วนร่วมระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์และสัญญาณทางจิตวิทยา โดยเน้นความสำคัญของการสื่อสารที่สอดคล้องกันและชัดเจนในแนวทางปฏิบัติด้านทรัพยากรบุคคล

จากภาพที่ 2 และตารางที่ 2 พบว่า ค่าความผันแปรที่สามารถอธิบายได้ (Squared Multiple Correlation R^2) สัญญาณทางจิตวิทยา (PC) เท่ากับ 0.28 หมายถึง การจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพและการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพสามารถร่วมกันอธิบายสัญญาณทางจิตวิทยาได้ร้อยละ 28 ความพึงพอใจในงาน (JS) เท่ากับ 0.77 หมายถึง การจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพ การกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ และสัญญาณทางจิตวิทยา สามารถร่วมกันอธิบายความพึงพอใจในงานได้ร้อยละ 77 ผลการปฏิบัติงาน (JP) เท่ากับ 0.94 หมายถึง ความพึงพอใจในงานสามารถอธิบายผลการปฏิบัติงานได้ร้อยละ 94

4. การศึกษาการเป็นตัวแปรส่งผ่านของสัญญาทางจิตวิทยาที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพและความพึงพอใจในงาน จากตารางที่ 2 พบว่าสัญญาทางจิตวิทยาไม่ได้เป็นตัวแปรส่งผ่านในความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพและความพึงพอใจในงาน สามารถอธิบายได้ว่าการจัดการทรัพยากรมนุษย์นั้นไม่ได้ส่งผลหรือมีอิทธิพลทางตรงสัญญาทางจิตวิทยาของพนักงาน อาจเกิดจากระดับความคาดหวังของพนักงานแต่ละบุคคลนั้นไม่เท่ากัน และพบว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพนั้นไม่ได้ส่งผลหรือมีอิทธิพลทางอ้อมกับความพึงพอใจในงาน ผ่านทางสัญญา ทางจิตวิทยา ทำให้สรุปได้ว่า สัญญาทางจิตวิทยานั้นไม่ได้เป็นตัวแปรส่งผ่านในความสัมพันธ์นี้ ดังตารางที่ 4 จึงสรุปได้ว่าผลการศึกษานี้ไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ 4 (H4) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kutaula et al., (2020) ที่ได้รวบรวมการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับสัญญาทางจิตวิทยา ได้ระบุว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์เป็นตัวแปรที่มาก่อนหน้า (Antecedents) ของสัญญาทางจิตวิทยาและความพึงพอใจในงาน เป็นผลลัพธ์ (Outcome) ของสัญญาทางจิตวิทยา แสดงว่า สัญญาทางจิตวิทยานั้นอาจเป็นตัวแปรส่งผ่านในความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพและความพึงพอใจในงาน แต่ในงานวิจัยนี้สรุปได้ว่าสัญญาทางจิตวิทยาไม่ได้ทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านในความสัมพันธ์นี้

5. การศึกษาการเป็นตัวแปรส่งผ่านของสัญญาทางจิตวิทยาที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพและความพึงพอใจในงาน พบว่าสัญญาทางจิตวิทยาเป็นตัวแปรส่งผ่านแบบสมบูรณ์ (Full Mediation) ในความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ และความพึงพอใจในงาน จากตารางที่ 2 สามารถอธิบายได้ว่าการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ ส่งผลหรือมีอิทธิพลทางต่อ สัญญาทางจิตวิทยา ที่จะช่วยสร้างความมั่นใจให้กับพนักงานว่าองค์กรจะปฏิบัติตามความคาดหวังหรือสัญญาที่ให้ไว้กับพนักงาน และสัญญาทางจิตวิทยานั้นมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงาน จากข้อที่ 1. และพบว่า การกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ ส่งผลหรือมีอิทธิพลทางอ้อมต่อ ความพึงพอใจในงาน โดยผ่านทางสัญญาทางจิตวิทยา แสดงว่า การกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพนั้นส่งผลหรือมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงาน ผ่านทางสัญญาทางจิตวิทยาเท่านั้น ทำให้สรุปได้ว่า สัญญาทางจิตวิทยานั้นเป็นตัวแปรส่งผ่านอย่างเต็มที่ (Full Mediation) ในความสัมพันธ์นี้ ดังตารางที่ 4 จึงสรุปได้ว่าผลการศึกษานี้สนับสนุนสมมติฐานที่ 5 (H5) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Azim et al. (2020) ที่ศึกษาเรื่องอิทธิพลของการสนับสนุนหัวหน้างานความไว้วางใจขององค์กรต่อพฤติกรรมเบี่ยงเบนในสถานที่ทำงาน: สัญญาทางจิตวิทยามีความสำคัญ พบว่า การสนับสนุนการกำกับดูแล (Supervisory Support) และความไว้วางใจขององค์กรมีอิทธิพลต่อสัญญาทางจิตวิทยา และงานวิจัยของ Karani et al. (2022) ที่ศึกษาผลกระทบของการปฏิบัติตามสัญญาทางจิตวิทยาต่อความพึงพอใจในงานและความมุ่งมั่นขององค์กรในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 และพบว่า การปฏิบัติตามสัญญาทางจิตวิทยาส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในงาน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kutaula et al. (2020) ที่ได้รวบรวมการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับสัญญาทางจิตวิทยา ได้ระบุว่า การสนับสนุนของหัวหน้างาน (Supervisor Support) เป็นตัวแปรที่มาก่อนหน้า (Antecedents) ของสัญญาทางจิตวิทยา และความพึงพอใจในงานเป็นผลลัพธ์ (Outcome) ของสัญญาทางจิตวิทยา แสดงว่า สัญญาทางจิตวิทยานั้นอาจเป็นตัวแปรส่งผ่านในความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพและความพึงพอใจในงาน แต่ในงานวิจัยนี้สรุปได้ว่าสัญญาทางจิตวิทยาทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านในความสัมพันธ์นี้

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

Hypothesized Relationships	Direct Effect	Indirect Effect	Total Effect	P-values	Conclusion
H4: EHRM→PC→JS	0.42***	-0.02	0.40***	>0.05	ไม่สนับสนุน
H5: ESUP→PC→JS	0.18	0.25***	0.44***	<0.05	สนับสนุน Full Mediation

หมายเหตุ *** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01



สรุปผลการวิจัย

1. การศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบของสัญญาทางจิตวิทยาที่มีต่อความพึงพอใจในงาน พบว่าสัญญาทางจิตวิทยา มีอิทธิพลทางตรงต่อ ความพึงพอใจในงาน เมื่อพนักงานรู้สึกว่าคุณสมบัติที่ปฏิบัติตามสัญญาทางจิตวิทยาที่ตกลงกันไว้พวกเขามักจะรู้สึกพึงพอใจในงาน
2. การศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบของความพึงพอใจในงานที่มีต่อผลการปฏิบัติงาน พบว่าความพึงพอใจในงาน มีอิทธิพลทางตรงต่อ ผลการปฏิบัติงาน เมื่อพนักงานรู้สึกพึงพอใจในงาน พวกเขาจะมีความคิดเชิงบวกต่อองค์กรและพร้อมที่จะทำงานอย่างเต็มที่ ซึ่งส่งผลให้ผลการปฏิบัติงานดีขึ้น รวมถึงความสามารถในการแก้ไขปัญหาและการทำงานร่วมกันที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น
3. การศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบของการจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพที่มีต่อสัญญาทางจิตวิทยา พบว่าการจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อ สัญญาทางจิตวิทยา การจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพอาจไม่ได้เปลี่ยนแปลงความคาดหวังและความเชื่อมั่นของพนักงานที่มีต่อองค์กรในแง่ของสัญญาทางจิตวิทยา
4. การศึกษาการเป็นตัวแปรส่งผ่านของสัญญาทางจิตวิทยาที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพและความพึงพอใจในงาน พบว่าสัญญาทางจิตวิทยาไม่ได้มีหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านในความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพและความพึงพอใจในงาน การจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่อย่างมีประสิทธิภาพอาจไม่จำเป็นต้องรักษาความคาดหวังของพนักงานเพื่อสร้างความพึงพอใจในงาน
5. การศึกษาการเป็นตัวแปรส่งผ่านของสัญญาทางจิตวิทยาที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพและความพึงพอใจในงาน พบว่าสัญญาทางจิตวิทยาทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านอย่างเต็มที่ (Full Mediation) ในความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพและความพึงพอใจในงาน เมื่อพนักงานได้รับการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพจากการบริหารจะช่วยรักษาระดับความคาดหวังของพนักงานได้และส่งผลให้พนักงานมีความพึงพอใจในงานมากขึ้น

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

การศึกษานี้ช่วยให้ผู้บริหารองค์กรเข้าใจถึงความสำคัญของสัญญาทางจิตวิทยาที่สามารถช่วยเพิ่มหรือรักษาระดับความพึงพอใจในงานของพนักงาน เมื่อพนักงานเกิดความพึงพอใจในงานในระดับสูงแล้วจะส่งผลให้พนักงานนั้นมีความทุ่มเทให้กับงานที่สูงขึ้นและท้ายที่สุดจะส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานให้อยู่ในระดับสูงด้วยเช่นกัน และนอกจากนี้ยังทำให้ผู้บริหารองค์กรตระหนักถึงความสำคัญของสัญญาทางจิตวิทยาที่เป็นตัวแปรส่งผ่านในความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพและความพึงพอใจในงาน เพราะเมื่อพนักงานได้รับการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพจากการบริหารจะช่วยสร้างหรือรักษาความคาดหวังของพนักงานไว้ได้และในที่สุดจะส่งผลให้พนักงานมีความพึงพอใจในงานมากขึ้น ซึ่งในภาพรวมของผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถใช้เป็นแนวทางเพื่อปรับปรุงการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารองค์กร ผู้จัดการ และพนักงานเพื่อเพิ่มหรือรักษาระดับความพึงพอใจในงานของพนักงานในทุกๆระดับ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. การส่งเสริมสัญญาทางจิตวิทยา องค์กรควรให้ความสำคัญในการสร้างและรักษาสัญญาทางจิตวิทยาที่ดีกับพนักงาน โดยการสื่อสารอย่างชัดเจนเกี่ยวกับความคาดหวังและความรับผิดชอบ รวมถึงการตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของพนักงานอย่างเหมาะสม
2. การปรับปรุงการกำกับดูแล ผู้นำควรได้รับการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ เน้นการเป็นผู้นำที่สนับสนุนและสร้างความไว้วางใจให้กับพนักงาน ซึ่งจะช่วยเพิ่มความพึงพอใจในงานและผลการปฏิบัติงานของพนักงาน
3. การจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพ องค์กรควรให้ความสำคัญกับการจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในด้านการสรรหา การฝึกอบรม การพัฒนาและการประเมินผลการปฏิบัติงาน เพื่อให้พนักงานรู้สึกว่ามีโอกาสสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

4. การประเมินและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง องค์กรควรมีการประเมินความพึงพอใจในงานและสัญญาทางจิตวิทยาของพนักงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อระบุปัญหาและหาวิธีแก้ไขอย่างทันท่วงที นอกจากนี้ ควรนำผลการประเมินมาใช้ในการปรับปรุงกลยุทธ์การบริหารและการพัฒนาบุคลากร

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยนี้เป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่างพนักงานบริษัททั่วไปซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรและจำนวนตัวอย่างจากการสำรวจและเก็บแบบสอบถามนั้นอาจจะเป็นตัวแทนของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ครอบคลุม ดังนั้นควรกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมมากขึ้น
2. ควรศึกษาตัวแปรส่งผ่านอื่นๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์ สัญญาทางจิตวิทยา และความพึงพอใจในงาน เพื่อให้เข้าใจถึงกลไกและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์นี้ดียิ่งขึ้น
3. ควรใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก หรือการสนทนากลุ่ม เพื่อสำรวจความคิดเห็นและประสบการณ์ของพนักงานในด้านสัญญาทางจิตวิทยา ความพึงพอใจในงาน และการจัดการทรัพยากรมนุษย์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ลึกซึ้งและครบถ้วนมากยิ่งขึ้น
4. ควรศึกษาในลักษณะความสัมพันธ์ในระยะยาวเพื่อดูการเปลี่ยนแปลงของสัญญาทางจิตวิทยา ความพึงพอใจในงาน และผลการปฏิบัติงานของพนักงานในระยะยาว เพื่อให้เห็นภาพรวมและแนวโน้มของความสัมพันธ์เหล่านี้ให้ชัดเจนยิ่งขึ้น
5. จากผลของการศึกษาในครั้งนี้พบผลกระทบทางตรงของสัญญาทางจิตวิทยาที่มีต่อความพึงพอใจในงาน แต่หาว่าผลการศึกษาในอดีตบางการศึกษา พบว่าอิทธิพลของตัวแปรส่งผ่านที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างสัญญาทางจิตวิทยาและความพึงพอใจในงาน ดังนั้นเพื่อเป็นการเปรียบเทียบกับผลการศึกษาในครั้งนี้ การศึกษาในอนาคตควรศึกษาอิทธิพลของตัวแปรส่งผ่านตัวอื่นๆ อาทิ ความมุ่งมั่น และความภักดีที่อาจเป็นตัวแปรส่งผ่านในอิทธิพลของสัญญาทางจิตวิทยาที่มีต่อความพึงพอใจในงานเพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่ชัดเจนยิ่งขึ้นโดยเฉพาะในบริบทของประเทศในเอเชียซึ่งมีลักษณะที่แตกต่างในหลายประเด็นจากประเทศตะวันตก

ข้อจำกัดการวิจัย

1. การเลือกกลุ่มตัวอย่างพนักงานบริษัททั่วไปจำนวน 200 ชุด อาจไม่สามารถแทนประชากรทั้งหมดได้อย่างครบถ้วนเนื่องจากพนักงานแต่ละบริษัทอาจมีวัฒนธรรมองค์กรและลักษณะการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่แตกต่างกัน
2. ผลการวิจัยนี้อาจจะไม่สามารถประยุกต์ใช้กับบริบทขององค์กรภาครัฐได้ เนื่องจากข้อมูลที่ทำการศึกษาในครั้งนี้เป็นองค์กรภาคเอกชน และลักษณะงานรวมถึงวัฒนธรรมองค์กรและปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ ในภาครัฐอาจแตกต่างจากภาคเอกชนในหลายลักษณะ
3. การสรุปผลการวิจัยจากข้อมูลเชิงปริมาณอาจไม่ได้สะท้อนถึงประสบการณ์และความคิดเห็นในเชิงคุณภาพของพนักงานอย่างครบถ้วน

References

- Appman (2024). *5 Challenges for HR in 2024*. Retrieved May 2024, from <https://www.appman.co.th/5-challenges-for-hr-in-2024/>
- Armstrong, M. & Taylor, S. (2014). *Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice: Edition 13*. United Kingdom ; Kogan page.
- Azim, A. M. M., Hassan, M. S., Zaid, D. S. & Daud, M. A. (2020). The influence of supervisor support, organizational trust on workplace deviant behavior: Do psychological contract matter?. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 10(2), 116-132. doi:10.6007/ijarbss/ v10-i2/6895
- Campbell, J. P. (1990). Modeling the performance prediction problem in industrial and organizational psychology. In M. D. Dunnette (Ed.), *Handbook of industrial and organizational psychology*, (Vol. 1, pp. 687-732). Palo Alto, CA, US : Consulting Psychologists Press, xxvii.



- Cascio, W. F. (2006). The Economic Impact of Employee Behaviors on Organizational Performance. In E. E. Lawler & J. O'Toole (Eds.), *America at Work: Choices and Challenges* (pp. 241-256). New York : Palgrave Macmillan US.
- Collier, J. E. (2020). *Applied structural equation modeling using Amos: Basic to advanced techniques*. London, England : Routledge.
- Conway, N. & Briner, R. B. (2005). *Understanding psychological contracts at work: A critical evaluation of theory and research*. United Kingdom : Oxford University Press.
- Fornell, C. & Larcker, D. F. (1981). Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics. *JMR, Journal of Marketing Research*, 18(3),382-388. doi:10.2307/3150980
- Goetsch, D. L. (2002). *Effective Supervision: A Guidebook for Supervisors, Team Leaders, and Work Coaches*. US : Prentice Hall.
- Guest, D. E., Paauwe, J. & Wright, P. M. (2012). *HRM and Performance : Achievements and Challenges*. New Jersey : Wiley.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M. & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1),2-24. doi:10.1108/eb-11-2018-0203
- Karani, A., Trivedi, P. & Thanki, H. (2022). Psychological contract and work outcomes during COVID-19 pandemic. *Journal of Organizational Effectiveness People and Performance*, 9(1),149-168. doi:10.1108/joepp-09-2020-0186
- Kutaula, S., Gillani, A. & Budhwar, P. S. (2020). An analysis of employment relationships in Asia using psychological contract theory: A review and research agenda. *Human Resource Management Review*, 30(4),100707. doi:10.1016/j.hrmr.2019.100707
- Loan, L. (2020). The influence of organizational commitment on employees' job performance: The mediating role of job satisfaction. *Management Science Letters*, 10(14),3307-3312. doi:10.5267/j.msl.2020.6.007
- Locke, E. A. (1976). The nature and causes of job satisfaction. In M. D. Dunnette (Ed.), *Handbook of industrial and organizational psychology* (pp. 1297-1343). Chicago, IL : Rand McNally.
- Northouse, P. G. (2018). *Leadership: Theory and practice*. Thousand Oaks, CA : SAGE Publications.
- Putsom, W., Suwannarat, P. & Songsrirote, N., (2019). The Effect of Entrepreneurial Leadership, Value Creation and Automotive Parts Manufacturing Businesses Performance in Thailand. *Human Resource and Organization Development Journal*, 11(2), 1-33.
- Reizer, A., Brender-Ilan, Y. & Sheaffer, Z. (2019). Employee motivation, emotions, and performance: a longitudinal diary study. *Journal of Managerial Psychology*, 34(6),415-428. doi:10.1108/jmp-07-2018-0299
- Robbins, S. P. & Judge, T. A. (2017). *Organizational Behavior*. UK : Pearson.
- Roehl, M. T. (2019). The impact of SHRM on the psychological contract of employees: A typology and research agenda. *Personnel Review*, 48(6),1580-1595. doi:10.1108/pr-02-2018-0063
- Rousseau, D. (1995). *Psychological contracts in organizations: Understanding written and unwritten agreements*. New Delhi, India : SAGE.
- Spector, P. E. (1997). *Job satisfaction: Application, assessment, causes, and consequences*. New Delhi, India : SAGE.
- Suwannarat, P. (2021). *International Business Management: A Cross-cultural Perspective* (4th ed.). Bangkok : AAA Service Printing House.
- Suwannarat, P. (2023a). The Moderating Role of Trust in Influencing the Effectiveness of Export Incentives of Exporters in the ASEAN, *Journal of Asia Business Studies*, 17(2),279-307.



- Suwannarat, P. (2023b). Understanding the Difference of Values-based Motivation of Managerial Workers in Spa Businesses in Thailand, *International Journal of Emerging Markets*, 18(2),483-504.
- Tabachnick, B. G. & Fidell, L. S. (2001) *Using Multivariate Statistics*. (4th ed.). Boston : Allyn and Bacon.
- Weiss, D. J. (1967). Manual for the Minnesota Satisfaction Questionnaire: Work Adjustment Project, Industrial Relations Center, US : University of Minnesota.
- Yukl, G. A. (2013). *Leadership in organizations*. Old Tappan, NJ : Prentice Hall.



การออกแบบและการสร้างตราสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชนผ้าทอพื้นถิ่นจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อรองรับการใช้งานบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม

Designing and Branding for Local Textile Community Enterprises in Kanchanaburi Province to Support Digital Platforms Usage

พัชรินทร์ บุญสมธป¹ พชรณัฐ ไค่นุ่นภา² มาลินี คำเครือ³ นิรุต์ จรเจริญ⁴ และ เสาวคนธ์ บุญสมธป⁵
Patcharin Boonsomthop,¹ Phacharanat Kainunpa,² Malinee Kamkure,³
Nirut Jorncharoen⁴ and Saowakon Boonsomtob⁵

Article History

Receive: July 12, 2024

Revised: November 12, 2024

Accepted: November 14, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความต้องการตราสินค้าจากผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว ออกแบบตราสินค้า ประเมินประสิทธิภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ และประเมินความพึงพอใจโดยผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน กลุ่มเป้าหมาย คือ วิสาหกิจสิ่งทอในจังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 11 วิสาหกิจ ประชากรเป็นนักท่องเที่ยวที่เคยซื้อหรือใช้ผ้าทอพื้นถิ่น ผู้ให้ข้อมูล คือ วิสาหกิจผ้าทออำเภอละ 1 วิสาหกิจ เลือกแบบเจาะจง จำนวน 4 วิสาหกิจ กลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของยามานะ ได้กลุ่มตัวอย่าง 385 คน ทำแบบสำรวจความต้องการ กลุ่มตัวอย่าง 120 คน ประเมินความพึงพอใจ รวม 505 คน เครื่องมือ ได้แก่ 1) แบบสัมภาษณ์ 2) แบบสอบถาม 3) แบบประเมินประสิทธิภาพและแบบประเมินความพึงพอใจตราสินค้า การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ใช้การพรรณนา การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกณฑ์ประสิทธิภาพและความพึงพอใจ ได้แก่ ชื่อตราสินค้า รูปลักษณ์ตราสัญลักษณ์ ตัวอักษร สี การนำไปใช้งาน ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ประกอบการมีความต้องการตราสินค้าเรียงลำดับ ดังนี้ อำเภอเลาขวัญและห้วยกระเจาต้องการชื่อภาพรวมของชุมชน อำเภอท่าม่วงต้องการใช้ชื่อเดิม อำเภอทุ่งสมอต้องการใช้ชื่อผู้ก่อตั้ง นักท่องเที่ยวมีความต้องการตราสินค้าด้านชื่อเรียกในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$) 2) ตราสินค้าอำเภอเลาขวัญชื่อ "ผ้าทอเลาขวัญ" อำเภอห้วยกระเจาชื่อ "เบญจพิไล" อำเภอท่าม่วงชื่อ "ผ้าขาวม้าร้อยสีอารีรัตน์" อำเภอพนมทวนชื่อ "ทยา" 3) ประสิทธิภาพโดยรวมอยู่ระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.01 4.12 3.80 และ 3.99 ตามลำดับ นักท่องเที่ยวพึงพอใจตราสินค้าโดยรวมระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.74 4.52 4.57 และ 4.60 ตามลำดับ

คำสำคัญ : การออกแบบและสร้างตราสินค้า ; วิสาหกิจชุมชน ; ผ้าทอพื้นถิ่น ; จังหวัดกาญจนบุรี ; ดิจิทัลแพลตฟอร์ม

¹⁻⁴ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี, Assistant Professor, Department of Digital Technology for Business, Faculty of Management Sciences, Kanchanaburi Rajabhat University

⁵ อาจารย์ คณะสหวิทยาการจัดการและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, Lecturer, Faculty of Interdisciplinary Management and Technology, Kasetsart University

ABSTRACT

This research aimed to investigate entrepreneurs and tourists' brand needs, design the brand, evaluate the brand's effectiveness by experts, and assess entrepreneurs and tourists' satisfaction. The study adopted a mixed-method research approach. The research target consisted of 11 groups of textile community enterprises in Kanchanaburi province and tourists who had previously purchased or used local textiles. The key informants included 4 textile enterprises from each of the 4 districts using purposive sampling selection, and the infinite tourists were sized based on Yamane's formula; the sample size included 385 participants for the needs survey and 120 participants for the satisfaction assessment, totalling 505 participants. The instruments consisted of 1) interview forms, 2) questionnaires, and 3) brand performance and satisfaction evaluation forms. Data from interview was analyzed descriptively, and data from the questionnaires was analyzed using descriptive statistics, including mean, percentage, and standard deviation. The criteria for evaluating brand effectiveness and satisfaction, included the brand name, logo design, typography, color scheme, and application. The research findings were as follows: 1) The branding needs of each enterprise were ranked as follows: Lao Khwan and Huai Krajaio districts preferred a community-based brand name, Tha Muang district preferred to retain its original name, and Thung Samo district preferred the name of its founder. Tourists showed a high level of demand for brand names, with an average score of 4.18. 2) "Lao Khwan Woven Fabric" for Lao Khwan district, "Benjapilai" for Huai Krajaio district, "Pha Khao Ma Areerat's Hundred-Colored" for Tha Muang district, and "Taya" for Thung Samo district. 3) The overall brand effectiveness evaluation was at high levels, with average scores of 4.01, 4.12, 3.80, and 3.99, respectively. 4) Overall tourist satisfaction with the brand was at the highest level, with average scores of 4.74, 4.52, 4.57, and 4.60, respectively.

Keywords : Designing and Branding ; Community Enterprises ; Local Textile ; Kanchanaburi Province ; Digital Platforms

บทนำ

การตลาดมีบทบาทสำคัญต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ การตลาดสามารถเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าของผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภคทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ต้องการได้หลายช่องทาง (Onebelieve, 2022) “ตราสินค้า” จึงเป็นหนึ่งในองค์ประกอบสำคัญที่จำเป็นสำหรับการทำการสื่อสารการตลาดเพื่อให้ผู้บริโภครับรู้ รับทราบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการของเจ้าของผลิตภัณฑ์ บางครั้ง “ตราสินค้า” จึงถูกเรียกว่า “แบรนด์” ซึ่งผู้ประกอบการควรนึกถึงเป็นอย่างแรก เนื่องจากสามารถสร้างความได้เปรียบในการประกอบธุรกิจ สร้างให้เกิดความน่าเชื่อถือ รวมถึงสร้างชื่อเสียงให้ธุรกิจได้ (Department of Industrial Promotion, 2021) โดยทำการสื่อสารเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ของตนผ่านชื่อตัวอักษร สี ตราสัญลักษณ์หรือโลโก้ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถจดจำและจำแนกผลิตภัณฑ์หรือบริการออกจากคู่แข่งได้ (Thaiger, 2021) โดยการสร้างตราสินค้าที่ดีจึงควรใช้การแปลงข้อมูลของผลิตภัณฑ์เป็นรูปภาพเพื่อสื่อสารไอเดียไปยังกลุ่มเป้าหมาย ผ่านการเรียบเรียงข้อมูล วิเคราะห์เรื่องราว โฟกัสจุดเด่น และสร้างแบบร่างแนวคิดเพื่อสร้างเป็นสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ ออกแบบตามหลักการออกแบบตราสัญลักษณ์ ได้แก่ ความเป็นเอกภาพ มีความสมดุล กลมกลืน อาจใช้การซ้ำหรือการตัดกันเพื่อทำให้เกิดความตื่นต่น น่าสนใจ หรือใช้การลดทอนเพื่อให้เกิดความรู้สึกเคลื่อนไหวเจริญก้าวหน้า รวมถึงการใช้จุดเด่นในการทำให้เกิดความสมดุลและน่าสนใจแก่ตราสินค้านั้นๆ (Sukkorn et al., 2012) การสร้างภาพลักษณ์ผ่านตราสินค้าจึงเป็นกลยุทธ์การตลาดที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์เชิงบวกกับผู้บริโภคที่ช่วยสร้างความแตกต่างที่เหนือกว่าให้กับสินค้าหรือบริการ ทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน ตราสินค้าจึงกลายเป็นพื้นฐานในการสร้างเรื่องราวเกี่ยวกับคุณภาพพิเศษเฉพาะของสินค้า เมื่อตราสินค้าแข็งแกร่งจะมีมูลค่าเป็นส่วนหนึ่งของทรัพย์สินของบริษัท ซึ่งเป็นมูลค่าที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลาทุกปี ขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพในการจัดการตราสินค้าและการแข่งขันในตลาด (Chatthanannon & Leelayuthayothin, 2024)



จังหวัดกาญจนบุรีมีวิสาหกิจผ้าทออยู่หลายแห่งกระจายตามอำเภอต่างๆ การทอผ้าเป็นงานฝีมือที่ต้องใช้ความชำนาญและความประณีตตั้งแต่การเตรียมเส้นด้าย การย้อมสี การก่อ การปั่น การทอ จึงเป็นงานหัตถกรรมล้ำค่าที่เป็นภูมิปัญญาถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น แต่ปัจจุบันผ้าทอพื้นถิ่นไม่ได้รับความสนใจและไม่ถูกให้ความสำคัญมากนัก แรงงานทอผ้าต้องใช้ประสบการณ์และความชำนาญในการเรียนรู้และฝึกฝนจึงทำให้การทอผ้ามีการรวมกลุ่มทอกันในวงจำกัด ขาดผู้สืบทอดที่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ ขาดการกระตุ้นให้ผลิตผลงานตามความต้องการของตลาด กลุ่มการผลิตผ้าทออยู่กันกระจุกกระจายไม่มีแหล่งรวม (Thanaboonnipat, 2021) จึงทำให้ผ้าทอพื้นถิ่นค่อยๆ ลดความสำคัญและสูญหายไประหว่างรุ่นต่อรุ่น อีกทั้งจากการลงพื้นที่สำรวจ พบว่า กลุ่มผู้ผลิตผ้าทอในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรียังมียังมีองค์ความรู้ในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในการส่งเสริมการขายไม่มากพอ จึงทำให้ผ้าทอพื้นถิ่นในจังหวัดกาญจนบุรีรู้จักอยู่ในวงจำกัด มีการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางการตลาดแบบดั้งเดิม คือ การจำหน่ายที่หน้าร้าน ณ สถานที่ตั้ง จำหน่ายตามงานเทศกาลต่างๆ ส่งผลให้โอกาสในการเข้าถึงผ้าทอพื้นถิ่นของผู้บริโภคกลุ่มอื่นๆ มีน้อย นอกจากนี้ผลการสำรวจของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในปี 2563 พบว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้ากลุ่มผ้าทอยังไม่ดีเท่าที่ควร เห็นได้จากกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอและเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ซึ่งมีอยู่ประมาณ 267,014 ราย เป็นผู้ประกอบการในระดับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 266,862 ราย ก่อให้เกิดปริมาณการจ้างงานสูงถึง 545,420 คน (คิดเป็นร้อยละ 204.26) แต่มูลรวมสถิติการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มกลับปรับตัวลดลงร้อยละ 4.0 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (Thailand Textile Institute, 2021) ส่งผลให้อัตราการขยายตัวของวิสาหกิจชุมชนลดลงร้อยละ 15.77 แม้ว่าในภาพรวมของจังหวัดกาญจนบุรีจะเกิดการจ้างงานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ขยายตัวร้อยละ 6.15 ก็ตาม (Office of Small & Medium Enterprises Promotion, 2021) แต่การขยายตัวก็ยังไม่ดีเท่าที่ควร ดังนั้น การพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าในการผลิตและการสร้างการตลาดบนพื้นฐานของการสร้างเครือข่ายความเชื่อมโยงและระบบข้อมูลข่าวสารบนแพลตฟอร์มดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างการรับรู้ตราสินค้าของตนผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ส่งผลต่อการเพิ่มมูลค่าผ้าทอให้สูงขึ้น อันจะเป็นการสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในภาพรวม กอปรกับปัจจุบันสื่อใหม่เป็นช่องทางการสื่อสารที่มีส่วนสำคัญในการช่วยนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้ผลิตได้ เช่นกันหากวิสาหกิจชุมชนผ้าทอพื้นถิ่นมีตราสินค้าที่รองรับดิจิทัลแพลตฟอร์มเป็นองค์ประกอบพื้นฐานจะช่วยส่งเสริมให้การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่นสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ที่อยู่บนแพลตฟอร์มออนไลน์ได้ง่ายมากยิ่งขึ้น (Thanaboonnipat, 2021) ส่งผลให้ผ้าทอพื้นถิ่นสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายใหม่ๆ ได้ง่ายขึ้น ก่อให้เกิดการเข้าถึงโอกาสทางตลาดใหม่ๆ แก่วิสาหกิจชุมชนผ้าทอพื้นถิ่นของจังหวัดกาญจนบุรี

จึงเป็นการดีหากงานวิจัยนี้สามารถนำองค์ความรู้ด้านการออกแบบตราสินค้าช่วยผู้ประกอบการวิสาหกิจผ้าทอพื้นถิ่นให้สามารถสื่อสารกับกลุ่มผู้บริโภคผ่านสื่อออนไลน์แพลตฟอร์มดิจิทัลต่างๆ ได้มากขึ้นผ่านตราสินค้าที่รองรับการใช้งานบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม จุดเริ่มต้นที่จะทำให่วิสาหกิจผ้าทอพื้นถิ่นในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรีเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้สะดวกขึ้น ทั้งยังเป็นการส่งเสริม ยกระดับ และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับวิสาหกิจผ้าทอในพื้นที่อื่นๆ ผ่านการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลต่างๆ เพื่อให้เกิดการสื่อสารในวงกว้าง โดยมีคำถามนำวิจัย ดังนี้ 1) ความต้องการด้านการออกแบบและการสร้างตราสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชนผ้าทอพื้นถิ่นจังหวัดกาญจนบุรีที่รองรับการใช้งานบนดิจิทัลแพลตฟอร์มจะเป็นอย่างไร 2) ตราสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชนผ้าทอพื้นถิ่นจังหวัดกาญจนบุรีที่รองรับการใช้งานบนดิจิทัลแพลตฟอร์มจะเป็นอย่างไร 3) ประสิทธิภาพและความพึงพอใจของตราสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชนผ้าทอพื้นถิ่นจังหวัดกาญจนบุรีที่สามารถรองรับการใช้งานบนดิจิทัลแพลตฟอร์มจะเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อสำรวจความต้องการด้านการออกแบบและการสร้างตราสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชนผ้าทอพื้นถิ่นจังหวัดกาญจนบุรีที่รองรับการใช้งานบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม
2. เพื่อออกแบบและสร้างตราสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชนผ้าทอพื้นถิ่นจังหวัดกาญจนบุรีให้รองรับการใช้งานบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม
3. เพื่อประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจของตราสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชนผ้าทอพื้นถิ่นจังหวัดกาญจนบุรีที่รองรับการใช้งานบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างแบรนด์

สำหรับการสื่อความหมายของแบรนด์ต้องสามารถสื่อสารได้ 6 ระดับ ได้แก่ ระดับคุณสมบัติ (Attributes) ระดับคุณประโยชน์ (Benefit) ที่ผู้บริโภคจะได้รับ ระดับคุณค่า (Value) ระดับวัฒนธรรม (Culture) ระดับบุคลิกภาพ (Personality) และระดับผู้ใช้งาน (User) (Kerferer, 2004) การสร้างแบรนด์ให้ประสบความสำเร็จต้องวิเคราะห์และทำความเข้าใจผลิตภัณฑ์ว่ามีจุดเด่น ข้อดี ข้อเสียอะไรเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง (Brand Positioning) ศึกษากลุ่มลูกค้าเป้าหมาย กำหนดคุณค่ากับกลุ่มเป้าหมาย การศึกษาคู่แข่ง และเสียงตอบรับของลูกค้า (Consumer Voice) และกำหนดวิธีการสื่อสารและสร้างคอนเทนต์ (Content Marketing) ที่มีคุณภาพทุกๆ ด้าน (Fastwork, 2021) โดยองค์ประกอบอัตลักษณ์แบรนด์ (Kapferer, 2004) ประกอบด้วย 1) ด้านกายภาพ (Physical) เช่น สัญลักษณ์ เครื่องหมายการค้า รูปแบบตัวอักษร สีการออกแบบ รูปร่าง รูปทรง วัสดุ เสียง กลิ่น สถานที่ตั้ง ความเป็นมาของแบรนด์ ส่วนผสมของบริการ ลักษณะของบุคลากร รูปแบบการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การรับประกันคุณภาพของสินค้าหรือบริการ เป็นต้น (Aaker, 1991) 2) ด้านบุคลิกภาพ (Personality) เช่น การรับรู้ถึงความเป็นธรรมชาติของแบรนด์ การรับรู้ถึงความรู้สึกหรืออารมณ์ของแบรนด์ เช่น การอยู่ในกระแส นิยม การรับรู้ความสามารถของแบรนด์ ความหรูหราของแบรนด์ ความท้าทายของแบรนด์ เป็นต้น (Aaker, 1997) 3) ด้านความสัมพันธ์กับแบรนด์ (Relationship) เป็นการรับรู้คุณค่าของแบรนด์กับคุณค่าของลูกค้า เช่น การมีชีวิต สะดวกสบายการใช้ชีวิต ที่ตื่นเต้น ความสนุกสนาน อิสระ ความกล้าหาญ การให้อภัย เป็นต้น (Rokeach, 1973) 4) ด้านวัฒนธรรมองค์กร (Culture) เป็นบรรยากาศการทำงานและการให้บริการแบรนด์ เช่น โครงสร้างธุรกิจ กฎระเบียบ ข้อบังคับ ความรับผิดชอบส่วนบุคคล หน้าที่ของผู้ปฏิบัติงานแต่ละบุคคล การให้รางวัล การลงโทษ เป็นต้น (Litwin & Stringer, 1968) 5) ด้านการสะท้อนตัวตนของผู้ใช้แบรนด์ (Reflection) เป็นภาพรวมเพื่อเปรียบเทียบกับรับรู้ถึงลักษณะ และภาพลักษณ์ของลูกค้าแต่ละราย และ 6) ด้านการรับรู้เกี่ยวกับตนเองของบุคลากรในองค์กร (Self-Image) นอกจากนี้ จากการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องยังพบว่า การสร้างตราสินค้าใหม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ตราสินค้าใหม่ และการรับรู้ตราสินค้าใหม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความภักดีต่อตราสินค้าของผู้บริโภค โดยมีความพึงพอใจของผู้บริโภคเป็นตัวแปรส่งผ่าน และความพึงพอใจของผู้บริโภคมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความภักดีต่อตราสินค้าของผู้บริโภค (Nuambang et al., 2022) ซึ่งหาก วิสาหกิจผ้าทอพื้นถิ่น ในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี มีการสร้างแบรนด์ใหม่ย่อมทำให้สามารถขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่น ในจังหวัดให้เป็นที่รู้จักแก่กลุ่มเป้าหมายได้ในวงกว้างขึ้น รวมถึงได้บอกเล่าเรื่องราวผ่านอัตลักษณ์ เอกลักษณ์ของผ้าทอหรือของชุมชนผ่านเรื่องราวในตราสินค้าหรือแบรนด์ได้ ส่งผลให้มีกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่เพิ่มได้

แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบตราสัญลักษณ์

การออกแบบตราสัญลักษณ์นิยมใช้ภาพสัญลักษณ์ (Graphical User Interface: GUI) หรือไอคอน (Icon) บ่งบอกถึง วัตถุหรือแนวคิดแทนคำพูดหรือข้อมูลที่ต้องการนำเสนอ ไอคอนเชิงพาณิชย์มีลักษณะคล้ายโลโก้ที่สามารถสื่อถึงชื่อองค์กร สินค้า อัตลักษณ์แบรนด์ โดยใส่ลักษณะพิเศษต่างๆ ที่สื่อความหมายถึงแบรนด์ได้ลงไป (Lupton, 2017) การสร้างไอคอนหรือโลโก้ที่ดีจึงควรเรียบเรียงข้อมูล วิเคราะห์เรื่องราว โฟกัสจุดเด่น สร้างแบบร่างแนวคิด และออกแบบตามหลักการออกแบบตราสัญลักษณ์ ได้แก่ 1) ความเป็นเอกภาพ (Unity) เป็นหนึ่งเดียวกัน 2) ความสมดุล (Balance) 3) ความกลมกลืน (Harmony) 4) การซ้ำ (Repetition) หรือการจัดองค์ประกอบอย่างอื่นที่มีลักษณะเหมือนกันหรือคล้ายกันมาใช้หลายๆ ครั้ง 5) การตัดกัน (Contrast) เพื่อทำให้เกิดความตื่นเต้น น่าสนใจ 6) การลดหลั่น (Gradation) เพื่อให้เกิดความรู้สึกเคลื่อนไหว และความเจริญก้าวหน้า 7) การสร้างจุดเด่น (Dominance) เพื่อให้เกิดความสมดุลและความน่าสนใจแก่ตราสัญลักษณ์นั้นๆ (Sukkorn et al., 2012) สอดคล้องกับการออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์สำหรับวิสาหกิจชุมชนแปลงใหญ่ชุมชนตำบลหนองเหียง อำเภอพนมสนธิคม จังหวัดชลบุรี ที่ใช้ภาพขนุนเต็มลูกและขนุนผ่าครึ่งเป็นภาพสัญลักษณ์ในการสื่อสารผลิตภัณฑ์จาก ขนุน ใช้ภาษาไทย “ขนุนหนองเหียง” แทนความสมัครสมานสามัคคีกลมเกลียวกันภายในกลุ่ม ใช้รูปทรงเลขาคณิตทรงกลม 4 วง จัดเรียงซ้อนกันแทนสัญลักษณ์เครื่องหมายบวก หมายถึง ความเจริญงอกงาม ความมั่งมี ตามหลักความสมดุลทั้ง 4 ด้าน ใช้การซ้ำกันของเส้นจุดไข่ปลาเปรียบเสมือนความเป็นเครือข่าย ความเป็นหนึ่งเดียวกันของกลุ่มวิสาหกิจฯ ใช้สีเหลืองทองเนื้อ ขนุนตัดด้วยสีคู่ตรงข้ามสีม่วงแทนความมีมาตรฐานมีคุณค่าในระดับสากล (Seo, 2020)

คณะผู้วิจัยได้ใช้หลักการออกแบบตราสัญลักษณ์เป็นแนวทางพื้นฐานในการออกแบบตราสินค้า โดยตราสินค้าที่ออกแบบจะใช้หลักการใดหลักการหนึ่งหรือใช้หลายหลักการร่วมกันขึ้นอยู่กับความสวยงามและเหมาะสม ดำเนินการสร้างตราสินค้าด้วย “Design Brief” 5 ขั้นตอน (Arunnayanak, 2017 ; Boonsomthop, 2020) ได้แก่ 1) กำหนดปัญหาสำหรับงาน



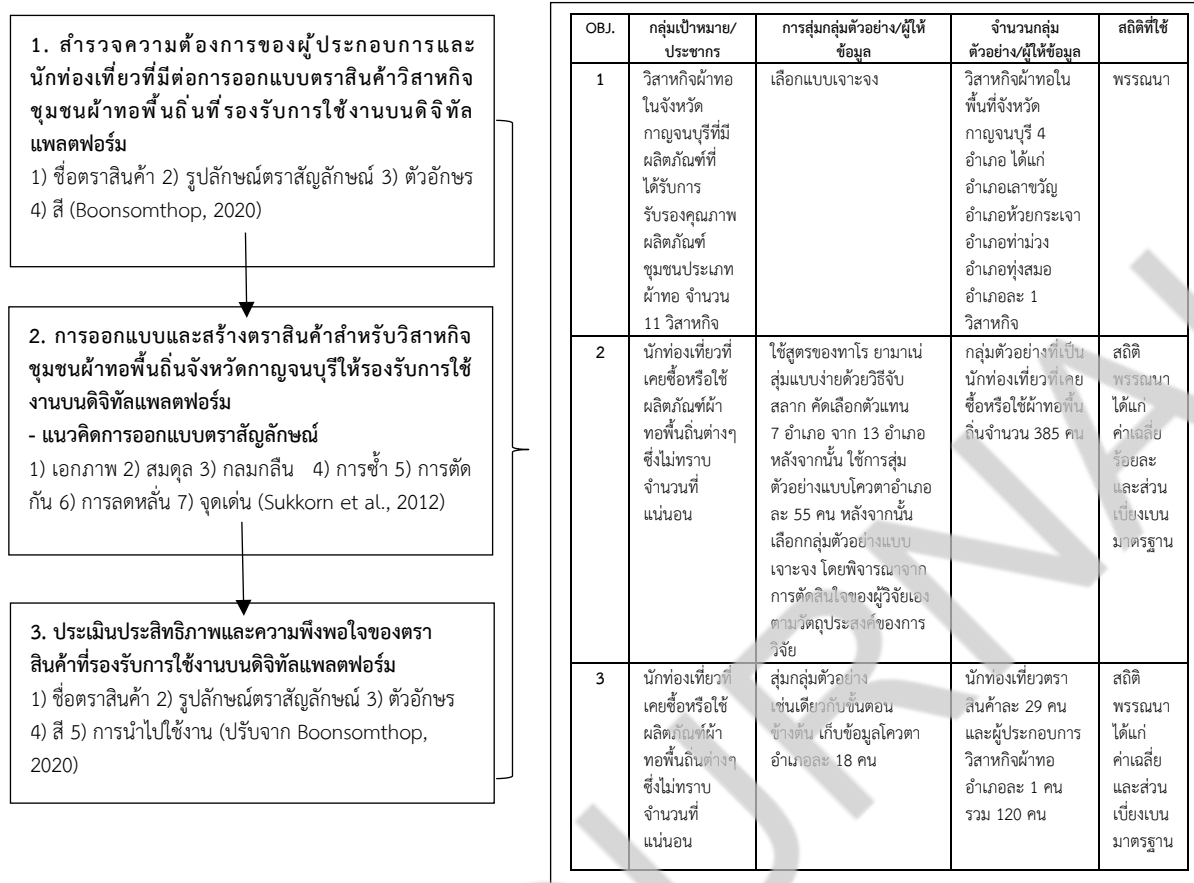
ออกแบบ 2) กำหนดวัตถุประสงค์ในการออกแบบ 3) กำหนดกลุ่มเป้าหมายและแนวคิดการออกแบบ (Concept) สิ่งสนับสนุนความคิดต่างๆ รวมถึงอารมณ์และความรู้สึกของงาน (Mood & Tone) 4) นำข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ เช่น ความต้องการของผู้บริโภค ความต้องการของผู้ประกอบการ เอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ที่ต้องการนำเสนอ ที่มาของสี หรือภาพกราฟิกต่างๆ ระดมความคิดเห็นเป็นแนวทางในการออกแบบ (ตามแนวคิดการออกแบบตราสัญลักษณ์) ร่วมกันในทีม 5) สเก็ชแบบร่างและออกแบบจริงด้วยโปรแกรม Adobe Illustrator โดยดำเนินการเช่นเดียวกับการออกแบบตราสินค้าและป้ายฉลากผลิตภัณฑ์ข้าวสารของกลุ่มเกษตรกรข้าวสาร บ้านท่าแซ่ ตำบลคลองภูตะเภา อำเภอนาคู จังหวัดสงขลา ที่ใช้รูปทรงรวงข้าวเป็นทรงกลม ใช้ตัวอักษรที่เรียบเข้าใจง่าย ใช้น้ำตาลโทนส้ม สื่อถึงข้าวที่กำลังออกรวง การเก็บเกี่ยว ความมีพลัง มีชีวิตชีวาอบอุ่น ความเจริญ ใช้สีเขียว หมายถึง ความสดชื่น ความอุดมสมบูรณ์ ความเจริญงอกงาม ผ่อนคลาย มีข้อความสโลแกนบอกที่มาของสายพันธุ์ข้าวสังข์หยด ทำให้ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อตราสินค้าและป้ายฉลากโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทุกปัจจัย (Thongtrachou et al., 2022)

แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดและส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่องค์กรนำมาใช้เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจของลูกค้าเป้าหมาย โดยส่วนประสมทางการตลาดสามารถแบ่งออก ได้เป็น 4 กลุ่ม โดยรู้จักกันว่า “4Ps” เป็นเครื่องมือที่บริษัทสร้างขึ้นเพื่อใช้กับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด รวมถึงใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า 4 ประการ เรียกว่า “4Cs” ได้แก่ 1. ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นเสมือนวิธีการแก้ปัญหาให้แก่ลูกค้า (Consumer Solution) หรือการตอบสนองต่อความจำเป็นและความต้องการของลูกค้า 2. ราคา (Price) ที่ลูกค้าต้องจ่ายให้กับบริษัท กล่าวคือ ต้นทุนที่เกิดขึ้นของลูกค้า (Consumer cost) 3. การจัดจำหน่าย (Place) การจัดจำหน่ายบริษัทจะบ่งบอกถึงความสะดวก (Convenience) ของลูกค้า 4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ของบริษัท คือ การติดต่อสื่อสาร (Communication) จากบริษัทไปยังลูกค้า (Kotler, 2000 ; Lanchanon, 2005 ; Wattanavarungkul, 2020)

กรอบแนวคิดการวิจัย

คณะผู้วิจัยออกแบบกรอบแนวคิดการวิจัยโดยการสำรวจความต้องการของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวที่มีต่อการออกแบบตราสินค้าวิสาหกิจชุมชนผ้าทอพื้นถิ่น ได้แก่ 1) ชื่อตราสินค้า 2) รูปลักษณ์ตราสัญลักษณ์ 3) ตัวอักษร 4) สี (Boonsomthop, 2020) การออกแบบและสร้างตราสินค้าวิสาหกิจชุมชนผ้าทอพื้นถิ่นใช้แนวคิดการออกแบบ ตราสัญลักษณ์ ได้แก่ 1) เอกภาพ 2) สมดุล 3) กลมกลืน 4) การซ้ำ 5) การตัดกัน 6) การลดหลั่น 7) จุดเด่น ตามงานวิจัยของ Sukkorn et al. (2012) การประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจต่อการออกแบบตราสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชนผ้าทอพื้นถิ่นที่รองรับการใช้งานบนดิจิทัลแพลตฟอร์มใช้เกณฑ์การประเมิน ดังนี้ 1) ชื่อตราสินค้า 2) รูปลักษณ์ตราสัญลักษณ์ 3) ตัวอักษร 4) สี 5) การนำไปใช้งาน (Boonsomthop, 2020) ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้ 1) งานวิจัยเชิงคุณภาพกลุ่มเป้าหมายเป็นวิสาหกิจผ้าทอในจังหวัดกาญจนบุรีที่มีผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทผ้าทอ จากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) กระทรวงอุตสาหกรรม จำนวน 11 วิสาหกิจ แบ่งออกเป็น 4 ประเภทผ้า (Office of Industrial Product Standards, 2021) ดังนี้ กลุ่มผ้าขาวม้า จำนวน 4 วิสาหกิจ กลุ่มผ้ามัดหมี่ จำนวน 2 วิสาหกิจ กลุ่มผ้าทอมือ/เสื่อกะเหรี่ยง จำนวน 4 วิสาหกิจ และกลุ่มผ้ามัดย้อม จำนวน 1 วิสาหกิจ 2) งานวิจัยเชิงปริมาณประชากรเป็นนักทอที่เย็บหรือใช้ผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่นต่างๆ ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) งานวิจัยเชิงคุณภาพผู้ให้ข้อมูลจากกลุ่มวิสาหกิจผ้าทอพื้นถิ่นโดยเลือกแบบเจาะจง จากวิสาหกิจผ้าทอในพื้นที่ 4 อำเภอ อำเภอละ 1 วิสาหกิจ เป็นตัวแทนในการตอบแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับความต้องการด้านการออกแบบและสร้างตราสินค้าที่รองรับดิจิทัลแพลตฟอร์มตามที่คุณประกอบการต้องการ โดยประเภทผ้าขาวม้า เลือกกลุ่มทอผ้าอำเภอลาดหญ้า ประเภทผ้ามัดหมี่เลือกกลุ่มทอผ้าอำเภอห้วยกระเจา ประเภทผ้าทอมือ/เสื่อกะเหรี่ยงเลือกกลุ่มทอผ้าอำเภอท่าม่วง และประเภทผ้ามัดย้อมเลือกกลุ่มทอผ้าอำเภอพนมทวนโดยเลือกสัมภาษณ์ผู้ประกอบการแต่ละประเภทผ้าที่ไม่ซ้ำซ้อนกัน และกระจายครบทั้ง 4 อำเภอที่มีการทอผ้าพื้นถิ่นในจังหวัดกาญจนบุรี 2) งานวิจัยเชิงปริมาณใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักทอที่เย็บหรือใช้ผ้าทอพื้นถิ่น 2.1) กลุ่ม 1 เป็นตัวแทนตอบแบบสอบถามความต้องการด้านการออกแบบและสร้างตราสินค้าที่รองรับดิจิทัลแพลตฟอร์ม ใช้สูตรคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของทาโรยามาเน่ (Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ ± 5 โดยให้ค่าเปอร์เซ็นต์ที่ต้องการจะสุ่มจากประชากรทั้งหมดเป็นร้อยละ 50 ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คน ใช้การสุ่มแบบง่ายด้วยวิธีจับสลาก คัดเลือกตัวแทน 7 อำเภอ จากเขตพื้นที่ทั้งหมดของจังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 13 อำเภอ (Kanchanaburi, 2023) ได้แก่ อำเภอเมืองกาญจนบุรี อำเภอพนมทวน อำเภอไทรโยค อำเภอห้วยกระเจา อำเภอสังขละบุรี อำเภอลาดหญ้า และอำเภอด่านมะขามเตี้ย หลังจากนั้น ทำการสุ่มตัวอย่างแบบ



อาศัยความน่าจะเป็น โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโควตาโดยคำนึงถึงสัดส่วนองค์ประกอบของประชากรใช้โควตาอำเภอละ 55 คน หลังจากนั้นสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็นโดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยผู้วิจัยจะพิจารณาจากการตัดสินใจของผู้วิจัยเอง โดยลักษณะของกลุ่มที่เลือกเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Vanichbuncha, 1999) แจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง โดยให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามเอง บริเวณแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ของอำเภอนั้นๆ หรือที่ที่มีนักท่องเที่ยว เช่น สะพานข้ามแม่น้ำแคว ชุมชนหนองขาว ต้นจามจุรียักษ์ สะพานมอญ ร้านจำหน่ายสินค้า OTOP ร้านของฝาก ห้างสรรพสินค้า วัด ตลาด เป็นต้น เนื่องจากสถานที่ดังกล่าวเป็นสถานที่ที่ประกอบด้วยนักท่องเที่ยวหลากหลายสถานภาพและอาชีพ 2.2) กลุ่ม 2 เป็นตัวแทนทำแบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบและสร้างตราสินค้า ใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวตราสินค้าละ 29 คน และผู้ประกอบการวิสาหกิจผ้าทออำเภอละ 1 คน รวม 120 คน ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างเช่นเดียวกับขั้นตอนข้างต้น เก็บข้อมูลโควตาอำเภอละ 18 คน โดยให้ทำแบบสอบถามความพึงพอใจผ่าน Ggoogle form บน iPad/Tablet เพื่อให้สามารถมองเห็นตราสินค้าผ้าทอพื้นถิ่นที่ถูกใช้งานอยู่บนดิจิทัลแพลตฟอร์ม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

คณะผู้วิจัยใช้ 1) แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลที่เป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจผ้าทอพื้นถิ่น 4 อำเภอ อำเภอละ 1 คน โดยให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบคำถามที่ผู้วิจัยถาม ผู้วิจัยจดบันทึกในแบบสัมภาษณ์พร้อมบันทึกเสียงเพื่อถอดเทปรายละเอียดประเด็นที่จดบันทึกไม่ครอบคลุม 2) แบบสอบถาม จำนวน 385 ชุด สอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการออกแบบและสร้างตราสินค้าที่รองรับการใช้งานบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม หาความเที่ยงตรงโดยนำแบบสอบถามที่ได้เรียบเรียงแล้ว นำไปทดลองใช้กับผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อหาข้อบกพร่องของคำถามและให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา และความชัดเจนของคำถาม ความเหมาะสมของคำถามที่ใช้ พิจารณาข้อคำถามที่มีค่า IOC ไม่น้อยกว่า .60 หากข้อคำถามใดมีค่าต่ำกว่า .60 นำมาปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญก่อนนำไปเก็บข้อมูลจริง การหาค่าความเชื่อมั่น นำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มที่มีคุณสมบัติตรงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) (Taveerat, 1997) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นแบบสอบถาม ด้านระดับความต้องการด้านการออกแบบตราสินค้าผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นถิ่นๆ ของนักท่องเที่ยว เท่ากับ .91 และ 3) แบบประเมินประสิทธิภาพตราสินค้าจากผู้เชี่ยวชาญทั้งด้านวิชาการและวิชาชีพ จำนวน 5 ชุด และแบบประเมินความพึงพอใจตราสินค้า ตราสินค้าละ 30 ชุด จำนวน 4 ตราสินค้า รวม 120 ชุด สำหรับแบบประเมินความพึงพอใจตราสินค้าของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวที่มีต่อการออกแบบและสร้างตราสินค้า มีผลการคำนวณค่าความเชื่อมั่น ได้ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นด้านชื่อเรียกตราสินค้า เท่ากับ .91 ด้านรูปลักษณ์ตราสัญลักษณ์ เท่ากับ 0.96 ด้านรูปแบบตัวอักษร เท่ากับ .92 ด้านการใช้สี เท่ากับ .90 และด้านการนำไปใช้งาน เท่ากับ .97

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเก็บข้อมูล 2 วิธี ได้แก่ 1) งานวิจัยเชิงคุณภาพเก็บข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนผ้าทอพื้นถิ่นในพื้นที่ 4 อำเภอ โดยผู้วิจัยเป็นผู้สัมภาษณ์และบันทึกเสียงผ่านเครื่องอัดเสียง และเป็นผู้กรอกข้อมูลในแบบสัมภาษณ์แทนผู้ให้ข้อมูล 2) งานวิจัยเชิงปริมาณเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามด้วยตนเอง โดยมีผู้ช่วยวิจัยภาคสนามช่วยเก็บข้อมูล 5 คน เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวในพื้นที่ที่เป็นพื้นที่เก็บข้อมูล โดยให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถาม โดยเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนพฤษภาคม-ธันวาคม พ.ศ.2566 เก็บอำเภอละ 60-61 ชุด ได้คืน 424 ชุด คัดแบบสอบถามที่ตอบข้อมูลไม่ครบหรือไม่สมบูรณ์ออกจนได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ จำนวน 385 ชุด คิดเป็นร้อยละ 90.80 และ 3) งานวิจัยเชิงปริมาณเก็บข้อมูลจากแบบประเมินประสิทธิภาพตราสินค้าจากผู้เชี่ยวชาญทั้งด้านวิชาการและวิชาชีพ จำนวน 5 ชุด และเก็บข้อมูลจากแบบประเมินความพึงพอใจตราสินค้า จากผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนผ้าทอพื้นถิ่นและนักท่องเที่ยวตราสินค้าละ 30 ชุด จำนวน 4 ตราสินค้า รวม 120 ชุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยเชิงคุณภาพนำข้อมูลที่ได้อาจจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 4 แห่ง มาวิเคราะห์สังเคราะห์ตามแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง นำเสนอข้อมูลจากการสัมภาษณ์ในรูปแบบผลการวิจัยแบบพรรณนาวิเคราะห์ประเด็นที่เด่น มีน้ำหนักที่เกี่ยวข้องตามวัตถุประสงค์หลักของการวิจัย เพื่อใช้เป็นแนวทางการออกแบบและสร้างตราสินค้า ส่วนงานวิจัยเชิงปริมาณนำข้อมูลจากแบบสอบถามและแบบประเมิน จำนวน 510 ชุด นำไปตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลด้วยการลงรหัส นำไป

ประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เสนอผลการประสิทธิภาพและความพึงพอใจของตราสินค้าที่รองรับการใช้งานบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม ได้แก่ ชื่อตราสินค้า รูปลักษณ์ตราสัญลักษณ์ ตัวอักษร สี และการนำไปใช้งาน ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลด้วยการ ลงรหัส นำไปประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลนำเสนอรูปแบบตาราง

ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

1. ความต้องการด้านการออกแบบและการสร้างตราสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชนผ้าทอพื้นถิ่นจังหวัดกาญจนบุรี ที่รองรับการใช้งานบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลเชิงคุณภาพ 1) กลุ่มผ้าทออำเภอลำลูกเกด ดำเนินกิจการ 36 ปี สมาชิก 30-50 คน ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผ้าขาวม้า ผ้ามัดหมี่ จุดเด่น ผ้าทอเนื้อแน่น ละเอียด เส้นด้ายเกรดเอ ทำให้ต้นทุนมีราคาสูงกว่าที่อื่น มีเอกลักษณ์ ลายจตุรขวัญที่ใช้ด้ายสองสีตัดกัน 2) กลุ่มทอผ้าอำเภอยางชุมน้อย ดำเนินกิจการ 33 ปี มีสมาชิก 30 คน ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผ้าฝ้าย ผ้ามัดหมี่ ผ้าขาวม้า ลายเอกลักษณ์ ได้แก่ ลายยกดอก ลายสายฝน จุดเด่น คือ ลงด้ายยืนผ้าไม่หด สีไม่ตก 3) กลุ่มทอผ้าอำเภอด่านช้าง ดำเนินการ 42 ปี เอกลักษณ์ มีลายตาจักร เน้นสีสดๆ เช่น สีเขียว สีน้ำเงิน สีเหลือง สีแดง สีส้ม จุดแข็ง ผ้าระบายอากาศได้ดี สีไม่ตก ยิงใช้ผ้ายังนิ่ม 4) กลุ่มทอผ้าอำเภอบางขัน ดำเนินกิจการ 4 ปี เอกลักษณ์ มีลายผ้าชายกลับ ลายสองนรี (สองลายคาบคูใน 1 ผืน) จุดเด่น มัดย้อมอย่างเดียว มีลายให้ลูกค้าเลือกตามต้องการและมีบริการหลังการขาย

ความต้องการด้านการออกแบบและการสร้างตราสินค้าของผู้ประกอบวิสาหกิจผ้าทอพื้นถิ่นจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า กลุ่มทอผ้าอำเภอลำลูกเกดต้องการให้ใช้เป็นภาพรวมของชุมชน กลุ่มทอผ้าอำเภอยางชุมน้อยไม่มีความรู้เกี่ยวกับการออกแบบ หากชุมชนดูแลชอบก็ใช้ได้ กลุ่มทอผ้าอำเภอด่านช้างต้องการใช้ชื่อเดิม กลุ่มทอผ้าอำเภอบางขันต้องการใช้ชื่อผู้ที่ก่อตั้ง

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 21-30 ปี มีอาชีพนักเรียน นิสิต นักศึกษา มีรายได้ไม่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพฯ และปริมณฑล รู้จักผลิตภัณฑ์ผ้าชุมชนจากการได้รับเป็น ของฝากของขวัญ ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าชุมชนเดือนละ 1-2 ครั้ง ครั้งละ 0-1 ชิ้น ซื้อจากแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เคยซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอ ชุมชนจากแอปพลิเคชันขายสินค้าออนไลน์ นิยมซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ช่วงเช้า 03.01-09.00 น. เพื่อซื้อฝากญาติผู้ใหญ่หรือ เพื่อน ดังแสดงผลข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ซื้อสินค้า ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ซื้อสินค้า

ข้อมูลด้าน	จำนวน (ร้อยละ)	ข้อมูลด้าน	จำนวน (ร้อยละ)
เพศ		แหล่งการเรียนรู้ผลิตภัณฑ์ผ้าชุมชน	
ชาย	218 คน (56.60)	ได้รับเป็นของขวัญ ของฝาก ของขวัญ	160 คน (41.60)
หญิง	150 คน (39.00)	อ่านหรือพบเห็นจากสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น	83 คน (21.60)
ไม่ประสงค์ระบุเพศ	17 คน (4.40)	พบเห็นกรรมวิธีการผลิตหรือขึ้นขอบสินค้า เมื่อได้ไปเยือนท้องถิ่นนั้นๆ	80 คน (20.80)
อายุ		ผู้ผลิตหรือชุมชนหรือคนในท้องถิ่นบอก หรือแนะนำ	62 คน (16.10)
21-30 ปี	150 คน (39.00)	ความบ่อยครั้งของการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าชุมชน	
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	75 คน (19.50)	เดือนละ 1-2 ครั้ง	235 คน (61.00)
41-50 ปี	56 คน (14.50)	2-3 เดือนต่อครั้ง	60 คน (15.60)
51-60 ปี	47 คน (12.20)	6-12 เดือนต่อครั้ง	35 คน (9.10)
31-40 ปี	39 คน (10.10)	มากกว่า 12 เดือนขึ้นไปต่อครั้ง	33 คน (8.60)
61 ปี ขึ้นไป	18 คน (4.70)	3-6 เดือนต่อครั้ง	22 คน (5.70)



ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อมูลด้าน	จำนวน (ร้อยละ)	ข้อมูลด้าน	จำนวน (ร้อยละ)
อาชีพ		ปริมาณการซื้อขายผลิตภัณฑ์ผ้าทอชุมชน	
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	113 คน (29.40)	0-1 ชิ้นต่อครั้ง	251 คน (65.20)
พนักงานบริษัทเอกชน	69 คน (17.90)	2-3 ชิ้นต่อครั้ง	118 คน (30.60)
ข้าราชการการ/พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ	67 คน (17.40)	มากกว่า 3 ชิ้น ขึ้นไปต่อครั้ง	14 คน (3.60)
ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	63 คน (16.40)	สถานที่ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอชุมชน	
รับจ้างทั่วไป	45 คน (11.10)	แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ	114 คน (29.60)
เกษตรกร	14 คน (3.60)	สั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต	101 คน (26.20)
ไม่ได้ประกอบอาชีพ	8 คน (2.10)	ศูนย์แสดงสินค้าหรืองานแสดงสินค้า	63 คน (16.40)
อื่น ๆ (เช่น เกษียณอายุราชการ, แม่บ้าน)	6 คน (1.60)	ร้านขายของฝากหรือศูนย์ OTOP	55 คน (14.30)
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		ท้องถิ่นหรือผู้ผลิตโดยตรง	52 คน (13.50)
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	162 คน (42.10)	แพลตฟอร์มออนไลน์ที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอชุมชน	
20,001-35,000 บาท	143 คน (37.10)	แอปพลิเคชันขายสินค้าออนไลน์	109 คน (28.30)
35,001-45,000 บาท	57 คน (14.80)	ด็กต็อก	86 คน (22.30)
45,001 บาท ขึ้นไป	23 คน (6.00)	อินสตาแกรม	76 คน (19.70)
ภูมิลำเนา		เฟซบุ๊ก	72 คน (18.50)
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	155 คน (40.30)	เว็บไซต์	47 คน (12.10)
ภาคกลาง	143 คน (37.10)	ไลน์	46 คน (11.80)
ภาคตะวันตก	57 คน (14.80)	ยูทูบ	30 คน (7.80)
ภาคเหนือ	23 คน (6.00)	รวม	385 คน (100.00)
ภาคใต้	8 คน (2.10)		
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	5 คน (1.30)		
ภาคตะวันออก	3 คน (0.80)		
รวม	385 คน (100.00)		
ช่วงเวลาที่ยินยอมซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอชุมชนผ่านช่องทางออนไลน์ (กลุ่มตัวอย่างแต่ละคนตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		รูปแบบการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอชุมชนผ่านช่องทางออนไลน์ (กลุ่มตัวอย่างแต่ละคนตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	
ช่วงเช้า 03.01-09.00 น.	52 คน (13.50)	ซื้อฝากญาติผู้ใหญ่หรือเพื่อน	74 คน (19.20)
ช่วงสาย 09.01-12.00 น.	46 คน (12.00)	ซื้อเพื่อสะสมหรือเป็นของที่ระลึก	51 คน (13.20)
ช่วงกลางวัน 12.01-15.00 น.	33 คน (8.60)	ซื้อใช้เอง จำนวนไม่มาก	38 คน (9.90)
ช่วงค่ำ 18.01-21.00 น.	30 คน (7.80)	ซื้อเป็นของขวัญตามเทศกาลหรือโอกาสพิเศษ	38 คน (9.90)
ก่อนนอน 21.01-03.00 น.	30 คน (7.80)	รูปแบบอื่น ๆ	2 คน (0.50)
ช่วงเย็น 15.01-18.00 น.	24 คน (6.20)		

จากตารางที่ 1 พบว่า นักท่องเที่ยวเพศชาย อายุ 21-30 ปี อาชีพนักเรียน นักศึกษา มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพฯ และปริมณฑล เนื่องจากผู้วิจัยให้ผู้ช่วยวิจัยภาคสนามช่วยเก็บรวบรวมข้อมูล จึงทำให้ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีวัยใกล้เคียงกัน ทำให้การปฏิสัมพันธ์กันเป็นไปอย่างง่ายและเข้าถึงมากกว่ากลุ่มคนวัยอื่นๆ นอกจากนี้ ช่วงอายุ 21-30 ปี ยังเป็นช่วงอายุเริ่มต้นสำหรับการทำงานและการออกเดินทางท่องเที่ยว ทำให้พบนักท่องเที่ยวที่เคยซื้อผ้าทอจากชุมชนหรือท้องถิ่นได้ตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยด้านพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอชุมชนและพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ ที่พบว่า ส่วนใหญ่นิยมซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอชุมชนจากแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ครึ่งละ 0-1 ชิ้น เดือนละ 1-2 ครั้ง เพื่อนำไปฝากญาติผู้ใหญ่หรือเพื่อน ปริมาณการซื้อไม่มาก แต่มีความบ่อยครั้งในการซื้อ อาจเนื่องจากปัจจุบันกลุ่มคนรุ่นใหม่มีความรู้ด้านเทคโนโลยี สามารถเข้าถึงแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอชุมชนจากแพลตฟอร์มต่างๆ ได้ง่าย สอดคล้องกับผลการเก็บข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ซื้อสินค้าที่พบว่า ส่วนใหญ่นิยมซื้อจากแอปพลิเคชันขายสินค้าออนไลน์ ผ่านแอปพลิเคชันช้อปปิ้งมากที่สุด สอดคล้องกับ Thanaporn (2021) ที่กล่าวถึงการเติบโตของช้อปปิ้งว่าเป็นแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซที่เติบโตได้รับความนิยมสูงสุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เนื่องจากช้อปปิ้งให้ความสำคัญกับผู้ใช้งานที่เป็นวัยรุ่นที่โตมาพร้อมกับอุปกรณ์เคลื่อนที่จึงทำให้เกิดคำสั่งซื้อบนโทรศัพท์มือถือ ที่สามารถเลือกดูสินค้า สั่งซื้อ ชำระเงิน และติดตามสถานการณ์จัดส่งได้จบในที่เดียว ทำให้แอปพลิเคชันช้อปปิ้ง

ตอบโจทย์กลุ่มคนรุ่นใหม่ที่นิยมใช้งานดิจิทัลแพลตฟอร์มอยู่เป็นประจำจึงทำให้เกิดการซื้อขายสินค้าท้องถิ่นอย่างผ้าทอได้ง่ายและสะดวก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kongkaem (2016) ที่พบว่า สินค้าที่ผู้ใช้แอปพลิเคชันชอบปีสนใจมากที่สุด คือ สินค้าประเภทเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายโดยผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าทันทีที่ทราบว่ามีกรให้ส่วนลดในช่วงเวลาต่างๆ สาเหตุในการซื้อสินค้า ของผู้บริโภค พบว่า คุณภาพของสินค้ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อ โดยชื่อเสียงของแอปพลิเคชันชอบปีทำให้ผู้ใช้เกิดความสนใจซื้อสินค้ามากที่สุด เกิดการตัดสินใจซื้อโดยเปรียบเทียบราคาจากหลายๆ ร้านค้าก่อนการตัดสินใจซื้อ และชำระเงินโดยการโอนเงินผ่านธนาคาร ดังนั้น ในทางกลับกันหากวิสาหกิจหรือชุมชนหันมาทำการตลาดออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มชอบปีด้วย ก็จะทำให้ผลิตภัณฑ์ผ้าทอชุมชนสามารถเข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่และมียอดสั่งซื้อเข้ามาเป็นจำนวนมากได้เช่นกัน สำหรับผลความต้องการด้านการออกแบบตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ผ้าทอชุมชนเพื่อรองรับการใช้งานบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความต้องการที่มีต่อการออกแบบตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ผ้าทอชุมชนเพื่อรองรับการใช้งานบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม

ประเด็นความต้องการที่มีต่อการออกแบบและสร้างตราสินค้า	ระดับความต้องการ	
	$\bar{X}$	S.D.
ด้านชื่อเรียกตราสินค้า	4.18 (มาก)	0.49
ด้านรูปลักษณ์ตราสัญลักษณ์	3.93 (มาก)	0.70
ด้านรูปแบบตัวอักษร	3.97 (มาก)	0.72
ด้านการใช้สี	4.07 (มาก)	0.69
รวม	4.04 (มาก)	0.53

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลความต้องการด้านการออกแบบตราสินค้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านชื่อเรียกตราสินค้าที่สามารถเรียกได้ง่าย ออกเสียงง่าย หรือจดจำได้ง่ายมากที่สุด เนื่องจากการออกแบบตราสินค้าขึ้นมาใหม่ให้กับวิสาหกิจชุมชน จำเป็นต้องสร้างการรับรู้ตราสินค้าผ่านชื่อเรียกขานของตราสินค้าเพื่อให้ผู้บริโภคจดจำได้ง่าย ผ่านการสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์ ได้แก่ ชื่อแบรนด์ สีโลโก้ หรือลวดลายที่โดดเด่นเป็นสไตล์หรือเอกลักษณ์เฉพาะของสินค้า (Rocket Blog, 2024) เช่น ลายผ้า แรงงานในชุมชน แบบแผนประเพณี วัฒนธรรมการสืบทอดภูมิปัญญาการทอผ้า รวมถึงเรื่องเล่าขานประวัติความเป็นมา สามารถนำมาทำให้เกิดการรับรู้ในตราสินค้าที่สร้างขึ้นได้ เมื่อแบรนด์ผ้าทอของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอพื้นถิ่นในจังหวัดกาญจนบุรีถูกสร้างขึ้นจากเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ของชุมชน กลุ่มผู้บริโภคจะเกิดการรับรู้ในผลิตภัณฑ์หรือบริการ เกิดความเชื่อมั่น นำไปสู่การสร้างมูลค่าให้แก่แบรนด์และก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันกับท้องถิ่นอื่นๆ ได้ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Nuambang et al. (2022) ที่พบว่า ผลของการรับรู้ตราสินค้าใหม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความภักดีต่อตราสินค้าของผู้บริโภค ทั้งด้านการตอบสนองทางอารมณ์และความรู้ความเข้าใจหรือทางเหตุผล โดยผู้บริโภคจะสร้างการจดจำในสินค้าและหรือบริการ จะมีความรู้สึกที่ดี มีความมั่นใจ และมีความยินดีที่จะซื้อสินค้าและบริการ และยินดีที่จะถ่ายทอดทัศนคติดังกล่าวกับบุคคลอื่นเมื่อได้รับการกระตุ้น

2. การออกแบบและสร้างตราสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชนผ้าทอพื้นถิ่นจังหวัดกาญจนบุรีให้รองรับการใช้งานบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม ดำเนินการออกแบบและสร้างตราสินค้า จำนวน 4 ตรา ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ตราสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชนผ้าทอพื้นถิ่นจังหวัดกาญจนบุรี

รูปลักษณ์ตราสินค้า	แนวคิดการออกแบบ
	กลุ่มทอผ้าอำเภอลาดหญ้า ออกแบบโดยใช้ชื่อกลางๆ ที่สื่อถึงผ้าทอของชุมชน ใช้ลายกราฟิกสื่อถึงความเป็นไทย คำว่า "ผ้าทอ" และ "ลาดหญ้า" มีขนาดใหญ่เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้สูงอายุ ต้องการให้มองเห็นได้ชัดเจน อ่านแล้วเข้าใจทันทีที่พบเห็น ในตัวอักษรมี "ลายจตุรขวัญ" ลายเอกลักษณ์ชุมชน โลโก้สีเป็น สีม่วงอ่อน ม่วงเข้ม สีเหลือง เนื่องจากเป็นสีของผ้าที่เป็นเอกลักษณ์ของผ้าทอในชุมชน และเป็นสีคู่ตรงข้ามที่รวมกันในจังหวัดเหมาะสม มีการออกแบบสัญลักษณ์ลายกนกไทย สีเหลืองสร้างเป็นไอคอนในการสื่อสารข้อมูลของผลิตภัณฑ์ (Lupton, 2017) แทนหัวของตัวอักษร เพื่อสื่อถึงความเรียบง่าย ความรุ่งเรือง สื่อถึงผ้าไทยที่มีการอนุรักษ์รักษาความเป็นไทยไว้ ขณะเดียวกันกำลังפרווและเติบโตเข้าสู่ตลาดออนไลน์



ตารางที่ 3 (ต่อ)

รูปลักษณ์ตราสินค้า	แนวทางการออกแบบ
	กลุ่มทอผ้าอำเภอยะหา ใช้ชื่อ “เบญจพิไล” คำว่า เบญจะ แปลว่า ห้าสิ่ง/อย่าง พิไล แปลว่า ความสวยงาม ความงดงาม รวมกันแปลว่า ความงดงามทั้งห้า สื่อถึงผ้าทั้ง 5 ชนิดของชุมชน ไส้กราฟิก “ลายยกดอก” เอกลักษณ์ลายปักผ้าของชุมชนเป็นไอคอนในการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับแบรนด์หรือผลิตภัณฑ์ (Lupton, 2017) ใช้เส้นกราฟิกเส้นนอนสื่อถึงด้ายที่ใช้ในการทอ สื่อถึงการทำมือ ใช้ตัวอักษรทรงหัวตัดสื่อถึงความเป็นไทยบ้าน ชุมชนที่ยังอนุรักษ์การทอผ้าของไทย ใช้สีบานเย็นสื่อถึงสีของด้ายที่นำมาทอผ้าและเป็นสีที่เจ้าของกิจการชื่นชอบและยังสื่อถึงสภาพสตรีที่ใช้ผ้าทอเป็นส่วนใหญ่
	กลุ่มทอผ้าอำเภอมำร่าย ใช้ชื่อ “ผ้าขาวม้าร้อยสี” ชื่อเดิมของเจ้าของกิจการ เนื่องจากเป็นชื่อที่คนในชุมชนรู้จักเป็นอย่างดี เพิ่มภาษาอังกฤษคือ “Pakaoma Rolsi Areerat” เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีภาพกราฟิกสภาพสตรีนั่งปั่นด้าย สื่อถึงเจ้าของแบรนด์ ที่กำลังทำผ้าทอ สวมชุดที่ทำจากผ้าทอบ้านหนองขาว มีลายตาจักร (ลายจักสาน) อยู่บนเสื้อ ใช้สีสดใสแสดงถึงเอกลักษณ์ “ร้อยสี” ที่มาจากสีของด้ายที่มีหลากหลายสีส้น ใช้ Font ลายมือ ให้เข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ดูทันสมัย เข้าถึงง่าย สีสันตาลบนโลโก้ แสดงถึงความเป็นชุมชนชนบท มีการทออยู่ในบ้านไม้และสื่อถึงสีของไม้หลังใหญ่ และการใช้ที่ทอผ้าที่สืบทอดกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษ
	กลุ่มทอผ้าอำเภอนมทวน ใช้ชื่อ “ทยา” มาจากชื่อเจ้าของ คือ “วรทยา” ภาษาญี่ปุ่น ทายะ (Hiragana: た や) สื่อถึงผู้หญิง มีความหมายว่า “อ่อนเยาว์” และ “บ้านทุ่งในหุบเขา” สะท้อนบุคลิกภาพของแบรนด์ คือ ภาพความเป็นสตรีบ้านๆ และมีพื้นที่รายรอบด้วยภูเขาของบ้านทุ่งสมอ ใช้กราฟิกใบไม้สีเขียวบนโลโก้ เป็นไอคอนแทนใบสมอในการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับแบรนด์หรือผลิตภัณฑ์ (Lupton, 2017) ทั้งยังสื่อถึงใบสมอวัตถุที่นำมาทำน้ำย้อม สื่อถึงการเกิดใหม่ การเติบโต ใช้สีน้ำตาล-เขียว สื่อถึงใบสมอที่ขึ้นอยู่ชุมชนทุ่งสมอที่มาจากธรรมชาติ

จากตารางที่ 3 พบว่า การออกแบบตราสินค้าทั้ง 4 ตราร้างต้น โดยใช้หลักการใช้สีตามทฤษฎีสีบนแพลตฟอร์มดิจิทัล โดยใช้โหมดสี RGB ที่เหมาะสำหรับการแสดงผลบนหน้าจอคอมพิวเตอร์โทรศัพท์มือถือ รวมถึงอุปกรณ์แท็บเล็ต (Lupton, 2017) โดยทั้ง 4 ตราสินค้าสื่อความหมายของแบรนด์ระดับวัฒนธรรมที่สะท้อนเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นผ่านสัญลักษณ์ไอคอนรูปต่างๆ และสื่อความหมายระดับบุคลิกภาพที่บ่งชี้ด้านความทันสมัย เป็นไทย อ่อนโยน แสดงถึงการอนุรักษ์ผ้าของชุมชนท้องถิ่นให้แก่ผู้ใช้งาน (Kepferer, 2004) การออกแบบรูปลักษณ์ตราสัญลักษณ์ออกแบบตามหลักการออกแบบ (Sukkorn et al., 2012) ได้แก่ หลักความเป็นเอกภาพ โดยทุกตราสินค้ามีการออกแบบให้เกิดความเป็นหนึ่งเดียวกัน มีความลงตัวกันในภาพไอคอนในทุกองค์ประกอบ ใช้หลักความสมดุล โดยจัดองค์ประกอบแต่ละตราให้เกิดความสมดุลผ่านการรับรู้ทางสายตา เช่น การจัดวางลายกราฟิกกับตัวอักษร หลักความกลมกลืน ออกแบบโดยให้ภาพรวมทั้งการเลือกใช้รูปแบบตัวอักษร การใช้สี กราฟิกโดยรวมมองแล้วกลมกลืนเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน หลักการซ้ำโดยใช้ Pattern ลายผ้าโดยจัดวางซ้ำกันอย่างมีระเบียบ เป็นจังหวะ ในลายกราฟิกของตราผ้าทอเลาขวัญ เบญจพิไล ผ้าขาวม้าร้อยสีอารีรัตน์ ในลายใบไม้ของตราทยา หลักการตัดกัน ใช้สีคู่ตรงข้ามที่มีการตัดกันเข้ามามีส่วนร่วมในการออกแบบ ได้แก่ สีม่วงและสีเหลืองในการออกแบบตราสินค้าของผ้าทอเลาขวัญ หลักการลดหลั่นออกแบบโดยอาศัยการเปลี่ยนแปลงลดชั้นทีละน้อย ใช้การลดหลั่นในการออกแบบตราสินค้าผ้าทอเลาขวัญให้เกิดความรู้สึกเคลื่อนไหว ใช้ตัวอักษรภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่ลดหลั่นกัน ทำให้เกิดมิติเกิดความรู้สึกโดดเด่น เป็นจังหวะ และหลักการใช้จุดเด่นโดยใช้การเด่นโดยขนาดในตราสินค้าผ้าทอเลาขวัญ เด่นโดยสีในตราเบญจพิไลและผ้าขาวม้าร้อยสีรัตน์ เด่นโดยตำแหน่งของตัวอักษร T ในตราทยา โดยเลือกให้ตัวอักษรภาษาไทยเด่นกว่าตัวอักษรในภาษาอังกฤษเนื่องจากต้องการสื่อสารแบรนด์ให้คนเข้าใจและจดจำในชื่อตราสินค้ามาเป็นอันดับแรก รองลงมาเป็นลวดลายกราฟิกที่ใส่ประกอบในตราสินค้า นอกจากนี้ คณะผู้วิจัยยังออกแบบตามขั้นตอนการออกแบบงานกราฟิก 5 ขั้นตอน (Arunnayanak, 2017 ; Boonsomthop, 2020) ได้แก่ 1) การวิเคราะห์โจทย์หรือข้อมูลออกมาในรูปแบบของสรุปแนวทางการออกแบบเพื่อให้เห็นทิศทางภาพรวมในการเริ่มต้นลงมือออกแบบ 2) ค้นคว้าข้อมูล เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ทั้งจากนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการมาวิเคราะห์สังเคราะห์เพื่อให้ได้แนวทางที่เหมาะสม 3) ระดมความคิดกับทีมร่วมวิจัย

และผู้ประกอบการ ในการตีกรอบความคิดให้แคบลงจนเหลือแต่ความคิดที่เหมาะสมที่สุดกับข้อมูลและความต้องการนำข้อมูลมาเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับเนื้อหา อิม หรือสไตล์ 4) ออกแบบร่าง เมื่อได้แบบร่างที่เหมาะสมในการออกแบบเวอร์ชันแรกนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินประสิทธิภาพ ปรับปรุงไปสู่ขั้นตอนสุดท้าย 5) การออกแบบและส่งมอบผลงานจริงแก่วิสาหกิจชุมชนผ้าทอพื้นถิ่นแต่ละแห่งประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบและสร้างตราสินค้าที่รองรับการใช้งานบนดิจิทัลแพลตฟอร์มและทำการส่งมอบแก่วิสาหกิจชุมชนแต่ละแห่ง

3. การประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจตราสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชนผ้าทอพื้นถิ่นจังหวัดกาญจนบุรี ที่รองรับการใช้งานบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพของการออกแบบตราสินค้าของกลุ่มทอผ้าอำเภอลาขวัญ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.01 กลุ่มทอผ้าอำเภอดำรงวิทยะเจา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.12 กลุ่มทอผ้าอำเภอนาทมวง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.80 และกลุ่มทอผ้าอำเภอนมทวน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.99 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการประเมินประสิทธิภาพตราสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชนผ้าทอพื้นถิ่นจังหวัดกาญจนบุรีที่สามารถรองรับการใช้งานบนดิจิทัลแพลตฟอร์มของผู้เชี่ยวชาญ

ประสิทธิภาพของตราสินค้า	ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ							
	กลุ่มทอผ้า อำเภอลาขวัญ		กลุ่มทอผ้า อำเภอดำรงวิทยะเจา		กลุ่มทอผ้า อำเภอนาทมวง		กลุ่มทอผ้า อำเภอนมทวน	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
ด้านชื่อเรียกตราสินค้า	4.16 (มาก)	0.57	4.36 (มากที่สุด)	0.55	4.23 (มากที่สุด)	0.79	4.13 (มาก)	0.97
ด้านรูปลักษณ์ตราสัญลักษณ์	3.97 (มาก)	0.78	3.93 (มาก)	0.72	3.80 (มาก)	0.52	3.86 (มาก)	0.81
ด้านรูปแบบตัวอักษร	3.97 (มาก)	0.66	4.30 (มากที่สุด)	0.59	3.55 (มาก)	0.79	3.92 (มาก)	0.65
ด้านการใช้สี	3.93 (มาก)	0.82	4.13 (มาก)	0.94	3.76 (มาก)	0.61	4.10 (มาก)	0.64
ด้านการนำไปใช้งาน	4.04 (มาก)	0.78	3.91 (มาก)	0.72	3.71 (มาก)	0.63	3.93 (มาก)	0.74
รวมทุกด้าน	4.01 (มาก)	0.67	4.12 (มาก)	0.62	3.80 (มาก)	0.59	3.99 (มาก)	0.73

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพโดยรวมทั้ง 4 ตราสินค้า อยู่ในระดับมาก (Ruangprapan, 1996) โดยมีค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.99-4.12 อาจเนื่องจากการสร้างตราสินค้าในเวอร์ชันแรกออกแบบโดยยังไม่มีทิศทางการออกแบบที่ชัดเจนว่าควรออกแบบไปแนวทางใด และผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่มีความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหรืองานกราฟิก ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการจินตนาการ อีกทั้ง การออกแบบในเวอร์ชันแรกอาจใส่เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ของชุมชนที่ยังไม่ตรงจุด ไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ จึงนำผลการประเมินประสิทธิภาพและข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญนำมาปรับปรุงพัฒนาตราสินค้าให้เหมาะสมกับบริบท อัตลักษณ์ เอกลักษณ์ เรื่องราว ความเป็นมา รวมถึงความต้องการของวิสาหกิจชุมชนแต่ละแห่ง เมื่อปรับปรุงพัฒนาตราสินค้าตามข้อเสนอแนะแล้วจึงนำไปให้ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบตราสินค้า

การประเมินความพึงพอใจตราสินค้าที่รองรับการใช้งานบนดิจิทัลแพลตฟอร์มของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการมีความพึงพอใจการออกแบบตราสินค้ากลุ่มทอผ้าอำเภอลาขวัญ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ย 4.72 กลุ่มทอผ้าอำเภอดำรงวิทยะเจา โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ย 4.52 กลุ่มทอผ้าอำเภอนาทมวง โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ย 4.57 และกลุ่มทอผ้าอำเภอนมทวนโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ย 4.60 ตามลำดับ ดังตารางที่ 5



ตารางที่ 5 ผลการประเมินความพึงพอใจตราสินค้าที่สามารถรองรับการใช้งานบนดิจิทัลแพลตฟอร์มของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว

เกณฑ์การประเมิน	ระดับความพึงพอใจตราสินค้า							
	กลุ่มทอผ้าอำเภอเสาวชัย		กลุ่มทอผ้าอำเภอห้วยระเภา		กลุ่มทอผ้าอำเภอดงหลวง		กลุ่มทอผ้าอำเภอพนมทวน	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
ด้านชื่อเรียกตราสินค้า	4.65 (มากที่สุด)	0.40	4.54 (มากที่สุด)	0.46	4.68 (มากที่สุด)	0.40	4.55 (มากที่สุด)	0.54
ด้านรูปลักษณ์ตราสัญลักษณ์	4.74 (มากที่สุด)	0.39	4.51 (มากที่สุด)	0.49	4.54 (มากที่สุด)	0.52	4.57 (มากที่สุด)	0.51
ด้านรูปแบบตัวอักษร	4.75 (มากที่สุด)	0.40	4.51 (มากที่สุด)	0.45	4.56 (มากที่สุด)	0.48	4.63 (มากที่สุด)	0.43
ด้านการใช้สี	4.74 (มากที่สุด)	0.37	4.49 (มากที่สุด)	0.55	4.54 (มากที่สุด)	0.56	4.65 (มากที่สุด)	0.48
ด้านการนำไปใช้งาน	4.74 (มากที่สุด)	0.35	4.58 (มากที่สุด)	0.44	4.54 (มากที่สุด)	0.55	4.64 (มากที่สุด)	0.49
รวมทุกด้าน	4.74 (มากที่สุด)	0.35	4.52 (มากที่สุด)	0.43	4.57 (มากที่สุด)	0.48	4.60 (มากที่สุด)	0.46

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการออกแบบตราสินค้าในระดับมากที่สุด (Ruangprapan, 1996) ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.52-4.72 เนื่องจากการปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ เช่น ใช้ลายปักของผ้าเข้ามาอยู่ในตราสินค้าเพื่อให้สื่อถึงเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์มากยิ่งขึ้น เพิ่มขนาดของรูปแบบตัวอักษรเพื่อให้อ่านง่าย เข้าใจตรงกัน ใช้สีที่สื่อถึงความสดใหม่ของเส้นด้าย (ร้อยสี) เพื่อช่วยแสดงเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ของผ้าทอ เพิ่มจุดเด่นลงไปบนตราสินค้าเพื่อให้เกิดการจดจำมากขึ้นในความรู้สึกของกลุ่มผู้บริโภค ปรับโทนสีให้ตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการมากยิ่งขึ้น ถอดลายกราฟิกจากลายปักของผ้าทอ มีการปรับสีเพื่อให้สื่อถึงความเป็นธรรมชาติ สื่อถึงผ้าที่ย้อมด้วยสีธรรมชาติ เป็นต้น โดยจากการเพิ่มอัตลักษณ์และความต้องการที่ตรงกับผู้ประกอบการเข้าไปในตราสินค้าเวอร์ชันสุดท้าย จึงทำให้ผลการประเมินความพึงพอใจออกมาอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chairayalert et al. (2021) ที่มีการเสนออัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ผ้าประจำท้องถิ่นและพัฒนาในรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่จากแนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มที่รองรับการใช้งานได้ทั้งคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน และมีผลการประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.27 ทั้งนี้ จากผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบและสร้างตราสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชนผ้าทอพื้นถิ่นจังหวัดกาญจนบุรีเพื่อรองรับการใช้งานบนดิจิทัลแพลตฟอร์มที่มีผลความพึงพอใจในระดับมากที่สุด จะเป็นจุดเริ่มต้นในการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับตราสินค้าให้กับวิสาหกิจชุมชนในการรองรับการใช้งานบนดิจิทัลแพลตฟอร์มเพื่อให้วิสาหกิจทั้ง 4 แห่ง เป็นต้นแบบนำร่องในการทำตลาดออนไลน์ด้านผ้าทอพื้นถิ่นของจังหวัดกาญจนบุรีผ่านการสร้างแบรนด์ โดยนำตราสินค้าที่สร้างขึ้นเป็นไปทางแนวคิดการสร้างแบรนด์เรื่ององค์ประกอบอัตลักษณ์แบรนด์ (Kapferer, 2004) องค์ประกอบด้านกายภาพ (Aaker, 1991) ในที่นี้ได้ออกแบบสัญลักษณ์ผ่านเครื่องหมายการค้าทั้ง 4 ตรา มีรูปตัวอักษร การใช้สีที่สื่อถึงความเป็นมาของแบรนด์วิสาหกิจชุมชนผ้าทอพื้นถิ่นแต่ละแห่ง เพื่อให้ชุมชนนำตราสัญลักษณ์ไปทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์แบรนด์ผ่านสื่อออนไลน์ต่อไป สำหรับองค์ประกอบด้านบุคลิกภาพ (Aaker, 1997) ได้สร้างแบรนด์ของแต่ละวิสาหกิจให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้ถึงความเป็นผ้าทอพื้นถิ่นตามธรรมชาติของแบรนด์ สร้างการรับรู้ความเป็นผ้าทอผ่านลายเส้นกราฟิกที่พลิ้วไหว ใส่อัตลักษณ์ลวดลายเอกลักษณ์ของผ้าทอแต่ละแห่งเพื่อสื่อความหมายถึงผ้าทอของชุมชน เข้าถึงง่ายและเป็นสากล องค์ประกอบด้านความสัมพันธ์กับแบรนด์ (Rokeach, 1973) กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้คุณค่าของแบรนด์ผ่านการใช้สีและลายเอกลักษณ์ของแต่ละชุมชน สื่อถึงผ้าสื่อถึงธรรมชาติและความเป็นชุมชนท้องถิ่น เพื่อให้เหมาะกับชื่อตราสินค้าของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอพื้นถิ่นในจังหวัดกาญจนบุรี ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดขึ้นกับแบรนด์สินค้าที่สร้างขึ้น เช่น นำแบรนด์ของวิสาหกิจชุมชนที่สร้างขึ้นไปออกบูธจัดกิจกรรมพิเศษทางการตลาด คนในชุมชนช่วยกันสร้างตัวตนผ่านสื่อออนไลน์ เช่น โฉมหน้าสินค้า สร้างแบรนด์แอมบราซเดอร์หรืออินฟลูเอนเซอร์ที่มาจากเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ของชุมชนเพื่อให้เกิดการต่อยอด กระตุ้นให้กลุ่มลูกค้ารับรู้ในแบรนด์สินค้าผ้าทอมือพื้นถิ่นของจังหวัดกาญจนบุรีในวงกว้างต่อไป

สรุปผลการวิจัย

1. ความต้องการด้านการออกแบบและการสร้างตราสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชนผ้าทอพื้นถิ่นจังหวัดกาญจนบุรี ที่รองรับการใช้งานบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม

ผู้ประกอบการกลุ่มทอผ้าอำเภอเลาขวัญต้องการภาพรวมของชุมชน กลุ่มทอผ้าอำเภอห้วยกระเจา ไม่มีความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหากชุมชนดูแลชอบก็ใช้ได้ กลุ่มทอผ้าอำเภอท่าม่วงต้องการใช้ชื่อเดิม และกลุ่มทอผ้าอำเภอทุ่งสมอ ต้องการชื่อที่เกี่ยวข้องกับผู้ก่อตั้ง

นักท่องเที่ยวเพศชาย อายุ 21-30 ปี มีอาชีพนักเรียน นักศึกษา มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพฯ และปริมณฑล รู้จักผลิตภัณฑ์ผ้าชุมชนจากการได้รับเป็นของฝากของขวัญ ชื่อผลิตภัณฑ์ผ้าชุมชนเดือนละ 1-2 ครั้ง ครั้งละ 0-1 ชิ้น จากแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ นิยมซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ช่วงเช้า 03.01-09.00 น. โดยซื้อฝากญาติผู้ใหญ่หรือเพื่อน โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความต้องการต่อการออกแบบตราสินค้า อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.04 โดยให้ความสำคัญด้านชื่อเรียกตราสินค้าในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.18 รองลงมาด้านการใช้สีในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.07 ด้านรูปแบบตัวอักษรในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.97 และด้านรูปสัญลักษณ์ตราสัญลักษณ์ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.93 ตามลำดับ

2. การออกแบบและสร้างตราสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชนผ้าทอพื้นถิ่นจังหวัดกาญจนบุรีให้รองรับการใช้งานบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม ใช้หลักการใช้สีตามทฤษฎีสีบนแพลตฟอร์มดิจิทัลที่เหมาะสมสำหรับการแสดงผลบนหน้าจอคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ รวมถึงอุปกรณ์แท็บเล็ต (Lupton, 2017) โดยทั้ง 4 ตราสินค้าสื่อความหมายของแบรนด์ระดับบุคลิกภาพที่บ่งชี้อารมณ์ด้านความทันสมัย เป็นไทย อ่อนโยน และแสดงถึงการอนุรักษ์ผ้าของชุมชนท้องถิ่นให้แก่ผู้ใช้งาน (Kepferer, 2004) การออกแบบรูปสัญลักษณ์ตราสัญลักษณ์ออกแบบตามหลักการออกแบบ (Sukorn et al., 2012) ได้แก่ หลักความเป็นเอกภาพ โดยทุกตราสินค้ามีการออกแบบให้เกิดความเป็นหนึ่งเดียวกัน มีความลงตัวกันในภาพไอคอนในทุกองค์ประกอบ ใช้หลักความสมดุล โดยจัดองค์ประกอบแต่ละตราให้เกิดความรู้สึกสมดุลผ่านการรับรู้ทางสายตา โดยสรุปการออกแบบดังนี้ 1) กลุ่มทอผ้าอำเภอเลาขวัญ ชื่อตรา "ผ้าทอเลาขวัญ (Lao Khwan Hand woven)" ใช้ลายกราฟิกไทยและ "ลายจตุรชัย" เอกลักษณ์ของผ้าทอ ตัวอักษรสื่อถึงความเป็นไทย ใช้สีที่มาจากสีของด้ายที่ใช้ในการทอ สื่อถึงความเรียบง่าย ความรุ่งเรือง พริ้วไหวและเติบโต 2) กลุ่มทอผ้าอำเภอห้วยกระเจา ชื่อตรา "เบญจพิไล" สื่อถึง ความงดงามทั้งห้าของผ้าแต่ละชนิดที่มีความงดงามในตัวเอง ใส่ลายกราฟิกจาก "ลายยกดอก" เอกลักษณ์บนผ้าทอของชุมชน ใช้ตัวอักษรแบบทรงหัวตัด สื่อถึงความเป็นไทยบ้าน ใช้สีบานเย็นสื่อถึงสุขภาพสตรีและสีของด้าย 3) กลุ่มทอผ้าอำเภอท่าม่วง ชื่อตรา "ผ้าขาวม้าร้อยสีอารีรัตน์" มีภาพกราฟิกสตรีนั่งปั่นด้ายสื่อถึงเจ้าของที่กำลังทำผ้าทอ สวมชุดที่มีลายตาจักรเอกลักษณ์ผ้าทอ ใช้ Font ลายมือ ให้แบรนด์เข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ มีความทันสมัย เข้าถึงง่าย ใช้สีสดใสแทนสีของด้ายตรงคำว่า "ร้อยสี" สีสันตาลบนโลโก้แสดงถึงความเป็นชุมชนชนบท สื่อถึงสีของไม้หลังใหญ่ 4) กลุ่มทอผ้าอำเภอพนมทวนชื่อตรา "ทยา" มาจากชื่อเจ้าของ สื่อถึงความอ่อนเยาว์ และบ้านทุ่งในหุบเขา สะท้อนบุคลิกภาพของแบรนด์ คือ ภาพความเป็นสตรีบ้านๆ ใช้ภาพกราฟิกใบไม้สีเขียวสื่อถึงใบสมอ การเกิดใหม่ การเติบโต ใช้สีน้ำตาล-เขียวสื่อถึงธรรมชาติจากใบสมอ

3. การประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจของตราสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชนผ้าทอพื้นถิ่นจังหวัดกาญจนบุรีที่สามารถรองรับการใช้งานบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม

ผู้เชี่ยวชาญมีระดับความความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพทั้ง 4 ตราสินค้า โดยรวมในระดับมาก ดังนี้ กลุ่มผ้าทออำเภอเลาขวัญ ค่าเฉลี่ย 4.01 กลุ่มผ้าทอ อำเภอห้วยกระเจา ค่าเฉลี่ย 4.12 กลุ่มผ้าทออำเภอท่าม่วง ค่าเฉลี่ย 3.80 และกลุ่มผ้าทออำเภอพนมทวน ค่าเฉลี่ย 3.99 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการมีความพึงพอใจต่อตราสินค้าโดยรวมในระดับมากที่สุด ดังนี้ กลุ่มทอผ้า อำเภอเลาขวัญ ค่าเฉลี่ย 4.74 กลุ่มทอผ้าอำเภอห้วยกระเจา ค่าเฉลี่ย 4.52 กลุ่มทอผ้าอำเภอท่าม่วง ค่าเฉลี่ย 4.57 และกลุ่มทอผ้าอำเภอพนมทวน ค่าเฉลี่ย 4.60 ตามลำดับ

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอพื้นถิ่นทั้ง 4 อำเภอ ได้ตราสินค้าที่รองรับการใช้งานบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม
2. ชุมชนสามารถนำตราสินค้าไปเป็นจุดเริ่มต้นในการสร้างและต่อยอดแบรนด์ของตนเองผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ เพื่อสร้างเอกลักษณ์ของชุมชนให้เกิดการรับรู้ในวงกว้าง



3. ผลการวิจัยด้านพฤติกรรม的开รับสื่อออนไลน์นำไปใช้ร่วมกับงานวิจัยอื่นๆ ได้ เช่น ด้านพฤติกรรม的开สาร การตลาดดิจิทัล การส่งเสริมการจัดจำหน่ายออนไลน์ นำไปกำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานให้กับหน่วยงานในพื้นที่ด้านนโยบาย การเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับชุมชนได้ เช่น กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของร้านค้าสหกรณ์ของชุมชน เป็นต้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลการออกแบบตราสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชนผ้าทอพื้นถิ่น ทำให้วิสาหกิจมีตราสินค้าที่แสดงเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ของผ้าทอแต่ละแห่ง หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น พัฒนาชุมชนจังหวัด ควรส่งเสริมการนำตราสินค้าของวิสาหกิจชุมชน ผ้าทอพื้นถิ่นไปต่อยอด เช่น ส่งเสริมการออกแบบบรรจุภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าเดียวกันเพื่อต่อยอดกิจกรรมทางการตลาด เป็นต้น
2. มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี เจ้าของแหล่งทุน ควรนำตราสินค้าไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ เช่น จดเครื่องหมายการค้า ลิขสิทธิ์ และส่งเสริมการนำผลงานวิจัยของนักวิจัยไปเผยแพร่เพื่อให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง
3. องค์การบริหารส่วนจังหวัด/ตำบล เทศบาล พัฒนาชุมชนจังหวัดกาญจนบุรี ควรนำผลการวิจัยด้านความต้องการ ที่มีการออกแบบตราสินค้าจากนักท่องเที่ยวไปประยุกต์ใช้กับวิสาหกิจชุมชนผ้าทอพื้นถิ่นพื้นที่อื่นๆ มีลักษณะใกล้เคียงกัน เพื่อสร้างความน่าสนใจให้แก่ผลิตภัณฑ์ผ้าทอของท้องถิ่นต่าง ๆ อันจะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนมากขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรเพิ่มเติมการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการด้านการออกแบบและสร้างตราสินค้า และการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติด้วยเพื่อให้รองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ชื่นชอบผ้าทอพื้นถิ่น
2. ควรออกแบบบรรจุภัณฑ์ควบคู่ไปด้วยเพื่อการสื่อสารแบรนด์ของวิสาหกิจชุมชนรอบด้านมากขึ้น

References

- Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity*. The Free Press : New York.
- Aaker, J.L.(1997).Dimensions of brand personality.*Journal of Marketing Research*, 34(3),347-356. doi:https://doi.org/10.2307/3151897
- Arunnayanak, J. (2017). *Principles of communication design using computers*. Bangkok : Chulalongkorn University.
- Boonsomthop, P. (2020). *Graphics for communication arts*. Kanchanaburi: Kanchanaburi Rajabhat University.
- Chaiarayaalert, S., Suttapong, K. & Kongrit, V. (2021). *Enhancing the potential of SMEs through digital economy strategies: A case study of the Southern Thai traditional woven fabric community enterprise*. Retrieved October 2021, from https://elibrary.trf.or.thproject_content.asp?PJID=RDG5950100
- Chatthanannon, A. & Leelayutthayothin, L. (2024). *Building brand image: A strategic tool for winning a current marketing war*. Retrieved October 2024, from <http://www.jba.tbs.tu.ac.th/files/Jba105/Article/JBA105Apsit.pdf>
- Department of Industrial Promotion. (2021). *Product branding*. Retrieved October 2021, from <https://bsc.dip.go.th/th/category/sale-marketing/sm-buildingtrademark>
- Fastwork. (2021). *Brand-building techniques for starting a business in 2021*. Retrieved February 2023, from <https://www.fastworkbusiness.com/branding-for-business/>
- Kanchanaburi. (2023). *Kanchanaburi: General information*. Retrieved December 2023, from <https://www.kanchanaburi.go.th/au/travel/kanintro.php>
- Kapferer, J., N. (2004).*The New Strategic Brand Management: Advanced Insights and Strategic Thinking (New Strategic Brand Management: Creating & Sustaining Brand Equity)*. (5th ed.). London : Kogan Page.

- Kasikorn Bank. (2022). *4 marketing strategies that SMEs need to know*. Retrieved August 2023, from <https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/MarketingTips/Pages/SMEMarketingStrategies.aspx>
- Kongkaem, N. (2016). *Purchasing Behavior of Users of the Shopee Application in Thailand*. Nakornphathom: Silpakorn University.
- Kotler, P. (2000). *Marketing management*. New Jersey : Prentice Hall.
- Lanchanon, P. (2005). *Principles of marketing*. Bangkok : Chulalongkorn University.
- Litwin, G. H. & Stringer, R. A. (1968). *Motivation and organisational climate*. Boston : Division of Research, Harvard Business School,
- Lupton, E. (2017). *Type on screen*. Nonthaburi : IDC.
- Ministry of Tourism and Sports. (2023). *Domestic tourism situation by province, 2022*. Retrieved January 2023, from <https://www.mots.go.th/news/category/657>
- Nuambang, K., Jesadalak, W. & Amphawat, K. (2022). Antecedents and consequences of new brand awareness: Empirical evidence of new branded products. *Panyapiwat Journal*, 14(1),58-70.
- Office of Industrial Product Standards. (2021). *List of certified community product quality recipients in Kanchanaburi Province*. Retrieved October 2021, from <http://tcps.tisi.go.th/public/>
- Office of Small & Medium Enterprises Promotion. (2021). *Report on the situation of small and medium enterprises 2021*. Retrieved October 2021, from https://sme.go.th/upload/mod_download/download-20210825104100.pdf
- Onebelieve. (2022). *Marketing: Definitions, product presentations, and basic marketing techniques*. Retrieved August 2022, from <https://www.1belief.com/article/marketing/>
- Rocket Blog. (2024). *What is brand awareness? share techniques to create a memorable brand*. Retrieved June 2024, from <https://www.rocket.in.th/blog/brand-awareness/>.
- Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. : New York : Free Press.
- Ruangprapan, C. (1996). *Basic Statistics*. Khon Kaen : Faculty of Science, Khon Kaen University.
- Seo, M. (2020). *Logo and packaging design for the jackfruit large plot community enterprise, Nonghiang subdistrict, Phanatnikhom district, Chonburi province*. Chonburi : Burapha University.
- Sukkorn, K., Lukkha, N. & Santhan, B. (2012). *Design of logos and packaging for Thai clay craft products of the Thai Clay Craft Group, Nonthaburi Province*. Bangkok : Suan Sunandha Rajabhat University.
- Taveerat, P. (1997). *Research methods in behavioral and social sciences*. (7th ed.). Bangkok : Educational and Psychological Testing Bureau, Srinakharinwirot University Prasarnmit.
- Thaiger. (2021). *What is a brand? and what a brand is definitely not*. Retrieved October 2021, from <https://thaiwinner.com/what-is-brand/>
- Thailand Textile Institute. (2021). *The situation of the thai textile and garment industry*. Retrieved October 2021, from <https://www.thaitextile.org/th/insign/detail.2292.1.0.html>
- Thanaboonipat, P. (2021). *Adding value to traditional Southern Thai woven fabrics*. Retrieved October 2021, from <https://researchcafe.org/southern-woven-fabric/>
- Thanaporn, K. (2021). *Case Study: Why shopee is the fastest growing e-commerce platform in Southeast Asia*. Retrieved June 2024, from <https://thegrowthmaster.com/case-study/shopee>
- Thongtrachou, P., Rattanaphan, M., Suwan-on, K., Rattanaphan, P., Thongpoon, S., Methanai, C. & Meebun, C. (2022). Brand and label design for rice products of ban thasae rice farmers group, tambon khlong u ta phao, amphoe hatyai, songkhla, The 13th Hatyai National and International Conference, Thailand.



- Vanichbuncha, K. (1999). *Statistical analysis: Statistics for decision making*. (4th ed.). Bangkok : Chulalongkorn University.
- Wattanavarungkul, U. (2020). *Marketing mix and motivation towards purchasing decisions on sulwh asoo facial skin products in the Bangkok metropolitan area (Unpublished master's Independent Study)*. Srinakharinwirot University, Bangkok, Thailand.
- Yamane, T. (1973). *Statistics : An Introductory analysis*. New York : Harper and Row.

อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์
ของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
ผ่านแพลตฟอร์ม Shopee ประเทศไทย

The Influence of Marketing Mix Factors on Logistics Service Quality of
E-Commerce Entrepreneurs through Shopee Thailand Platform

กิตติยาภรณ์ อินธิปัก
Kitiyaporn Intipeek

Article History

Receive: June 12, 2024

Revised: September 20, 2024

Accepted: September 27, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อจัดกลุ่มปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และทดสอบอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแพลตฟอร์ม Shopee ประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการผ่านแพลตฟอร์ม Shopee ประเทศไทย จำนวน 400 ราย โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและความเชื่อมั่น การเก็บข้อมูลดำเนินการในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจและการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณแบบเป็นขั้นตอน ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสามารถจัดกลุ่มใหม่ได้ 4 ปัจจัย ได้แก่ ด้านราคา ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัวและการบริการแบบเจาะจง ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด 2) ปัจจัยทั้ง 4 ด้านมีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ด้านการจัดการคำสั่งซื้อและด้านคุณภาพการบริการสินค้า โดยสามารถพยากรณ์แนวโน้มคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ด้านการจัดการคำสั่งซื้อและด้านคุณภาพการบริการสินค้า ได้ร้อยละ 40.40 และ 40.10 ตามลำดับ และมีปัจจัย 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ด้านการให้บริการลูกค้า ได้แก่ ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัวและการบริการแบบเจาะจง และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด โดยสามารถพยากรณ์แนวโน้มคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ได้ร้อยละ 37.10 ผลการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่าผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้า การให้บริการเฉพาะบุคคล การนำเสนอข้อมูลสินค้าที่ครบถ้วนถูกต้อง การออกแบบช่องทางการจัดจำหน่ายที่สะดวก และการกำหนดราคาที่เหมาะสมเพื่อยกระดับคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

คำสำคัญ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ; คุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ ; ผู้ประกอบการ ; พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ; ซ้อปปี



ABSTRACT

This research aims to categorize the marketing mix factors and to examine the influence of these factors on logistics service quality of e-commerce entrepreneurs through the Shopee Thailand platform. The sample consisted of 400 entrepreneurs who use the Shopee Thailand platform using purposive sampling selection. Data was collected using the online questionnaires that underwent content validity and reliability testing. The data collection was conducted as a cross-sectional study at a single point in time. The data was analyzed using exploratory factor analysis and stepwise multiple regression analysis. The results revealed that: 1) The marketing mix factors could be reorganized into four new factors: price, privacy and personalization, product, and place and promotion. 2) All four factors significantly influenced the logistics service quality in terms of order management and product listing quality. These factors could predict the trends in logistics service quality in terms of order management and product listing quality at 40.40 percent and 40.10 percent, respectively. Additionally, there were two factors - privacy and personalization, and place and promotion—that influenced the logistics service quality regarding customer service including privacy and personalization and place and promotion, which could predict the trend in logistics service quality at 37.10 percent. This research suggests that the entrepreneurs should prioritize on customer data security, personalized services, comprehensive and accurate product information, convenient distribution channel design, and appropriate pricing strategies to enhance logistics service quality and gain competitive advantages.

Keywords : Marketing Mix Factors ; Logistics Service Quality ; Entrepreneurs ; Electronic Commerce ; Shopee

บทนำ

การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce หรือ E-Commerce) เป็นธุรกิจที่เติบโตอย่างมากในปัจจุบัน โดยทำธุรกรรมทุกรูปแบบที่เกี่ยวกับการซื้อ การขายสินค้าหรือบริการ การชำระเงิน การโฆษณา และการแลกเปลี่ยนสารสนเทศผ่านทางอินเทอร์เน็ต เช่น การซื้อสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน หรือแพลตฟอร์มต่างๆ ที่ต้องทำงานผ่านอินเทอร์เน็ตจากการเติบโตของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ประเทศไทยมีมูลค่าของตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในปี 2566 สูงถึง 5.96 ล้านล้านบาท (Electronic Transactions Development Agency, 2024) เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ โดยเน้นความสะดวกสบายและประสบการณ์การช้อปปิ้งออนไลน์ที่ราบรื่นมากขึ้น ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการรีวิวสินค้าและบริการจากผู้ใช้งานจริง และมีแนวโน้มตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านโซเชียลคอมเมิร์ซมากขึ้น

โดย Shopee เป็นแพลตฟอร์ม E-commerce ที่ได้รับความนิยมมากในประเทศไทย ด้วยจำนวนผู้ใช้งานสูงถึง 47 ล้านคนต่อเดือน และระดับการดาวน์โหลดแอปพลิเคชันที่ติดอันดับหนึ่งใน App Store และ Play Store (Phademkuekulphong, 2021) ซึ่งความสำเร็จนี้เกิดจากการออกแบบแพลตฟอร์มและกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมกับบริบทและพฤติกรรมของผู้ใช้งานในแต่ละภูมิภาค สร้างแคมเปญที่ให้ประโยชน์กับทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย ช่วยผลักดันให้ธุรกิจร้านค้าทั้งผู้ประกอบการรายย่อย และแบรนด์ธุรกิจต่างๆ สามารถเติบโตได้อย่างก้าวกระโดดเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน ขยายฐานลูกค้า และสร้างการเติบโตแบบยั่งยืน

ในบริบทของการแข่งขันที่รุนแรงในตลาด E-commerce ปัจจัยทางการตลาดมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการกำหนดความสำเร็จของธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การให้บริการแบบเจาะจง (Personalization) และการรักษาความเป็นส่วนตัว (Privacy) ล้วนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคและประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ (Wongnitchakul, 2007 ; Sa-ard & Wongmahaseth, 2023) ในขณะเดียวกันการแข่งขันที่รุนแรงของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการซื้อสินค้า และการเข้าถึงบริการที่มีคุณภาพ โดยการค้นหาผู้ขายหลายรายที่เสนอผลิตภัณฑ์เดียวกันในแพลตฟอร์ม และเลือกผู้ขายที่สามารถให้บริการโลจิสติกส์ (Logistics Service) ที่เหนือกว่า หรือตอบสนองต่อความต้องการได้มากที่สุด อย่างไรก็ตาม พบว่า โลจิสติกส์ คือตัวแปรสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งต้องมีการบริหารจัดการทุกขั้นตอนของกระบวนการดำเนินธุรกิจให้มีคุณภาพ

เช่น การติดต่อสื่อสาร กระบวนการส่งมอบสินค้า การคัดเลือกผู้ให้บริการขนส่ง และการกระจายสินค้าที่มีคุณภาพในการส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้าในระยะเวลาที่เหมาะสม และนี่คือโอกาสที่ผู้ขายจะสามารถสร้างความแตกต่างและสามารถแข่งขันกับคู่แข่งอื่นได้ (Kawa et al., 2021) อีกทั้งแพลตฟอร์ม Shopee ยังมีระบบการให้คะแนนผู้ขายจากผู้ซื้อ ซึ่งผู้ซื้อสามารถให้คะแนนและรีวิวสินค้าได้ ส่งผลให้ลูกค้ามีช่องทางในการพิจารณาเลือกผู้ขายที่มีคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ (Logistics Service Quality) ที่ดีที่สุด

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ในตลาดออนไลน์ ได้ทำการศึกษาวิจัยถึงอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแพลตฟอร์ม Shopee ประเทศไทย เพื่อเป็นข้อมูลให้ทั้งผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งผู้ที่สนใจประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการ สามารถพัฒนาธุรกิจของตนเองให้เจริญเติบโต สามารถยกระดับกิจการและเพิ่มศักยภาพทางธุรกิจให้มีความสามารถทางการแข่งขัน รักษาและขยายฐานลูกค้าให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืนต่อไปได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อจัดกลุ่มปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแพลตฟอร์ม Shopee ประเทศไทย
2. เพื่อทดสอบอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแพลตฟอร์ม Shopee ประเทศไทย

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ถือเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารการตลาด การดำเนินงานของกิจการจะประสบความสำเร็จได้ก็ขึ้นอยู่กับ การปรับปรุงความสัมพันธ์ที่เหมาะสมของส่วนประสมทางการตลาดเหล่านี้ ซึ่งส่วนประสมทางการตลาดนั้น ถือว่าเป็นปัจจัยภายในที่สามารถควบคุมได้ สามารถที่จะเปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมต่างๆ เพื่อให้กิจการอยู่รอดได้ (Wongnitchakul, 2011) อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สำคัญที่สามารถทำให้การประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีประสิทธิภาพและสามารถแข่งขันได้ ซึ่งประกอบไปด้วยผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย ราคาที่เกิดจากต้นทุนและกำไร สถานที่ที่วางจำหน่าย การส่งเสริมการตลาดซึ่งเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่จะสามารถสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายได้ทราบถึงตัวผลิตภัณฑ์ สำหรับการให้บริการส่วนบุคคล การรักษาความเป็นส่วนตัว (Plathong, 2020) และเป็นเครื่องมือทางการตลาดหลากหลายรูปแบบที่องค์กรธุรกิจผสมเข้าด้วยกันให้เกิดเป็นสิ่งที่ดึงดูดผู้บริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างเหมาะสม ตรงกลุ่มเป้าหมาย เพื่อวัตถุประสงค์ให้เกิดการซื้อขายและบริการผ่านช่องทางออนไลน์ได้มากยิ่งขึ้น (Preechaporn, 2019 ; Phukphayon, 2020)

นอกจากนี้ Wongnitchakul (2007) ; Sa-ard & Wongmahaseth (2023) ยังได้ระบุว่า ในการทำตลาดบนโลกออนไลน์นั้น องค์ประกอบต่างๆ ของการตลาดแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Online Marketing Mix) เป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการจะต้องทำความเข้าใจเป็นอย่างดี เพื่อสามารถจัดกิจกรรมทางการตลาดอย่างเหมาะสม และเกิดประสิทธิภาพมากที่สุด และได้สรุปแนวคิดเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดออนไลน์ไว้ว่า เป็นองค์ประกอบที่เป็นตัวแปรสำคัญจากเดิมที่มีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4Ps คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด โดยเพิ่มองค์ประกอบใหม่ 2Ps คือ การรักษาความเป็นส่วนตัว และการให้บริการส่วนบุคคล เพื่อให้สามารถประยุกต์ใช้กับความสามารถทางเทคโนโลยีปัจจุบันผสมผสานกับองค์ประกอบทางการตลาดดั้งเดิม จนทำให้เกิดแนวคิดองค์ประกอบการตลาดแบบใหม่ในรูปแบบส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ 6Ps ซึ่งประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งที่นำเสนอขายเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยแบ่งการพิจารณาออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ สินค้าที่สามารถจับต้องได้ (Physical Goods) สินค้าดิจิทัล (Digital Goods) และธุรกิจบริการ (Services)

2. ราคา (Price) เป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของเงินตรา หรือเป็นมูลค่าที่ยอมรับในการแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอ ซึ่งจำเป็นต้องคำนึงถึงปัจจัยในการตั้งราคาของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ต้องคำนึงถึงราคาตลาดเป็นหลักการคิดเพื่อราคาแข่งขัน สินค้าราคาถูกอาจจะขายไม่ได้เสมอไป เน้นเรื่องความสะดวกในการสั่งซื้อ และสินค้าที่มีราคาถูกเกินไปอาจ



ขายแบบรวม หรือขายในปริมาณมากๆ

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Distribution) เป็นกระบวนการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคหรือตลาดเป้าหมาย ซึ่งปัจจัยในการพิจารณาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านระบบออนไลน์ โดยมีเว็บไซต์เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ซึ่งควรพิจารณาปัจจัยต่างๆ ได้แก่ เว็บไซต์ต้องใช้งานง่าย การเข้าเว็บไซต์ หรือดาวน์โหลดเร็ว ข้อมูลที่น่าเสนอชัดเจนน่าสนใจ และความปลอดภัยของข้อมูล

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารการตลาดระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ หรือกลุ่มเป้าหมาย โดยมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญเพื่อเตือนความทรงจำ แจ้งข่าวสาร หรือชักจูงใจให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์และการตัดสินใจซื้อ โดยการประชาสัมพันธ์ต้องมีการเตรียมความพร้อมก่อน ได้แก่ ต้องมีข้อมูลต่างๆ พร้อมสมบูรณ์ สร้างจุดเด่นของเว็บไซต์เพื่อจดจำง่าย ซึ่งการประชาสัมพันธ์มีหลายวิธี ได้แก่ การโฆษณาด้วยแบนเนอร์ (ป้ายโฆษณา) โฆษณาผ่านทางอีเมล โฆษณาด้วยการเสียค่าใช้จ่ายกับเว็บไซต์อื่น โฆษณาด้วยระบบสมาชิก แนะนำสมาชิก โฆษณาด้วยการแลกเปลี่ยนกับเว็บไซต์อื่น โฆษณาบนเครื่องมือค้นหา (Search Engine) หรือ Web Directory เป็นต้น

5. การให้บริการแบบเจาะจง (Personalization) เป็นลักษณะการบริการแบบโต้ตอบร่วมกัน (Interactive) ระหว่างผู้ประกอบการกับลูกค้าแบบเจาะจงบุคคล เรียกว่า การตลาดแบบหนึ่งต่อหนึ่ง (One to One Marketing) เพื่อนำเสนอสิ่งที่ตรงใจลูกค้า อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า และสร้างความเป็นกันเองและความประทับใจให้กับลูกค้า

6. การรักษาความเป็นส่วนตัว (Privacy) เป็นนโยบายที่ผู้ประกอบการหรือองค์กรต่างๆ ได้ ประกาศให้สาธารณชนได้ทราบว่า ตนจะให้ความสำคัญคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลที่เก็บไว้ในทางใดบ้าง ผู้ประกอบการควรกำหนดนโยบายเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ โดยเฉพาะข้อมูลเกี่ยวกับการรักษาความเป็นส่วนตัว เช่น ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ หมายเลขบัตรเครดิต เป็นต้น

ทั้งนี้ การศึกษาวิจัยที่ผ่านมาได้สนับสนุนความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อความสำเร็จของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในหลายด้าน โดย Raksasat (2021) พบว่าการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้าและการให้บริการเฉพาะบุคคลส่งผลเชิงบวกต่อความภักดีของผู้บริโภค Gen Y สอดคล้องกับ Thitapatpinyoh et al. (2021) ที่พบว่าปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัวและการบริการแบบเจาะจงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน Shopee ในด้านผลิตภัณฑ์ Niamrit (2022) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจนและการใช้ภาพสินค้าจริง สอดคล้องกับ Thauksuban (2019) ที่พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้ใช้แอปพลิเคชัน Shopee ในกรุงเทพมหานคร สำหรับด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด Samranphan, et al. (2022) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันข้อปื้อของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี พบว่าความสะดวกในการสั่งซื้อและความชัดเจนของข้อมูลการจัดส่งมีผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อ สอดคล้องกับ Chaiphuek (2022) ที่พบว่าผู้ใช้บริการมองว่า Shopee เป็นแพลตฟอร์มที่สะดวกในการซื้อขาย มีระบบที่ใช้งานง่าย และมีโปรโมชั่นที่ดึงดูดใจ ส่วนด้านราคา Sompong (2021) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครปฐม พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความหลากหลายของราคาและความชัดเจนของการแสดงราคารวมถึงค่าจัดส่งที่เหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับ Thepnarong et al. (2021) ที่พบว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันในกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาเหล่านี้ แสดงให้เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์และการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อย่างไรก็ตาม ยังมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับอิทธิพลของปัจจัยเหล่านี้ต่อคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์โดยเฉพาะในบริบทของแพลตฟอร์ม Shopee ในประเทศไทย

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ (Logistics Service Quality : LSQ)

คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบหลักได้แก่ การบริการลูกค้าทางการตลาด และการให้บริการการกระจายสินค้าทางกายภาพ ซึ่งหมายถึง การให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของลูกค้า และความสามารถในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมในปริมาณที่เหมาะสม ถูกที่ ถูกเวลา สำหรับลูกค้าที่ใช้ ในราคาที่เหมาะสม (Uvet, 2020)

มิติคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ที่นิยมนำมาใช้ประเมินคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ ได้แก่ ความเหมาะสมด้านเวลา (Timeliness) สภาพสินค้าที่ส่งซื้อ (Condition) ความถูกต้องของรายการสั่งซื้อ (Order Accuracy) และการจัดการความคลาดเคลื่อนของคำสั่งซื้อ (Order Discrepancy Handling) ที่มุ่งเน้นผลของการให้บริการโลจิสติกส์ โดยคุณค่า

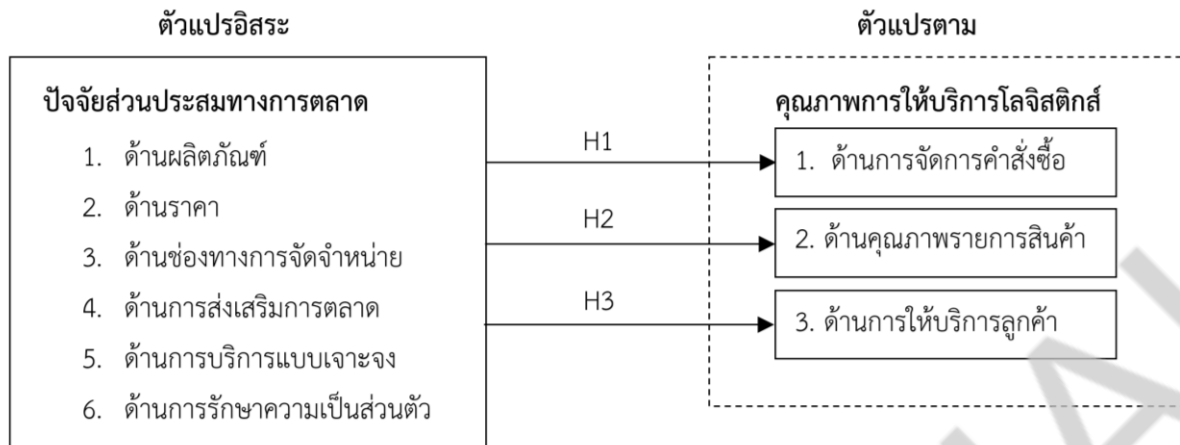
ที่ผู้ใช้บริการได้รับจากการใช้บริการโลจิสติกส์ คือ ผลลัพธ์ (Results) ที่ลูกค้าเปรียบเทียบกับราคาและต้นทุนอื่นๆ (Akil & Ungan, 2022) อาทิ Firdhausa et al. (2021) พบว่า ความทันเวลา (Timeliness) คุณภาพข้อมูล (Information Quality) ตัวแปรความถูกต้องและสภาพของคำสั่งซื้อ (Order Accuracy and Condition Variables) และคุณภาพการติดต่อพนักงาน (Personal Contact Quality) มีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของลูกค้า Su et al. (2021) ก็ได้ศึกษาคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ออนไลน์ที่มีผลต่อความภักดีโดยใช้มิติคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ที่ประกอบด้วยความพร้อมด้านสินค้า สภาพสินค้า การส่งคืนสินค้า และความเหมาะสมด้านเวลา Huma et al. (2020) ได้ศึกษาคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อความภักดีในธุรกิจโลจิสติกส์ในประเทศปากีสถานซึ่งประกอบด้วยคุณภาพบริการด้านผลการบริการ (Operational Service Quality) ได้แก่ นโยบายด้านค่าบริการที่ยืดหยุ่นแข่งขันได้ ระยะเวลาส่งสินค้าสั้น และสินค้าส่งตามเวลา คุณภาพบริการด้านความสัมพันธ์ (Relational Logistics Service Quality) ได้แก่ ความพยายามสร้างความสัมพันธ์ระยะยาว การสอบถามผลตอบรับอย่างสม่ำเสมอ และมีความอ่อนน้อมต่อลูกค้า เป็นต้น

จากที่นักวิจัยหลายท่านเสนอความเห็นว่ามีมิติคุณภาพบริการควรจะต้องมีการปรับให้เหมาะสมกับบริบทธุรกิจ ในอุตสาหกรรมนั้นๆ ดังที่กล่าวมา การวิจัยด้านคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ต้องคำนึงถึงมิติคุณภาพด้านอื่นๆ อาทิ พนักงานผู้ส่งสินค้า กระบวนการสั่งซื้อ คุณภาพ การจัดการข้อผิดพลาดนอกเหนือจากมิติคุณภาพการบริการทั่วไปในอุตสาหกรรมอื่นๆ (Zhang & Smutkupt, 2021) อีกแนวคิดหนึ่งที่มีความสำคัญมากก็คือ แนวคิดคุณภาพการบริการด้านการดำเนินงาน และคุณภาพการบริการด้านความสัมพันธ์ของ Stank et al. (2017) ที่ได้เสนอว่า นอกจากมิติคุณภาพผลของการบริการด้านการดำเนินงาน (Operational Performance) ซึ่งประกอบด้วย การส่งสินค้าตามเวลา และความถูกต้อง ยังมีมิติด้านการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ได้แก่ การตอบสนองลูกค้า ความมั่นใจ ความเข้าใจลูกค้า รวมถึงมิติด้านค่าบริการ จึงจะสามารถสร้างความได้เปรียบอย่างยั่งยืนให้ธุรกิจ โดยการจัดการกิจกรรมโลจิสติกส์ที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าแต่ละราย และทำให้ประสิทธิภาพการให้บริการด้านความสัมพันธ์สูงขึ้น ส่งผลต่อการได้รับเป็นตัวเลือกลำดับแรกในการใช้บริการครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งนี้ คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ที่ใช้วัดประสิทธิภาพในการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแพลตฟอร์ม Shopee ประเทศไทย ที่ทางแพลตฟอร์ม Shopee ใช้เป็นดัชนีชี้วัดการให้บริการของผู้ประกอบการโดยการให้คะแนนจากลูกค้าที่มีการสั่งซื้อสินค้า ประกอบด้วย 3 ตัวแปร คือ 1) การจัดการคำสั่งซื้อ 2) คุณภาพรายการสินค้า ซึ่งถือเป็นคุณภาพการบริการด้านการดำเนินงาน และ 3) การให้บริการลูกค้า เป็นการวัดคุณภาพการบริการด้านความสัมพันธ์ดีกับลูกค้า ซึ่งเป็นมิติคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ที่ประเมินด้านกระบวนการให้บริการและผลลัพธ์ของการบริการของทางแพลตฟอร์ม Shopee ที่สอดคล้องกับบริบทธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบัน

กรอบแนวคิดการวิจัย

ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้เติบโตอย่างรวดเร็วและมีการแข่งขันในตลาดที่รุนแรงมากขึ้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การตลาดเพื่อดึงดูดลูกค้าและสร้างความพึงพอใจสูงสุด โดยเฉพาะด้านการบริการโลจิสติกส์ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการส่งมอบคุณค่าให้แก่ลูกค้า ทั้งนี้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 6 ด้าน (Wongnitchakul, 2007 ; Sa-ard et al., 2023) มีความเชื่อมโยงและมีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์บนแพลตฟอร์ม Shopee ประเทศไทย โดยวัดจากคะแนนประเมินจากลูกค้าในการรับบริการโลจิสติกส์ด้านการจัดการคำสั่งซื้อ คุณภาพสินค้า และการบริการลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดคุณภาพการบริการด้านการดำเนินงาน คุณภาพการบริการด้านความสัมพันธ์ของ Stank et al. (2017) การศึกษาความสัมพันธ์นี้ช่วยให้ผู้ประกอบการกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมเพื่อยกระดับคุณภาพบริการ และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจได้ โดยแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ต้องการศึกษา ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. สมมติฐานที่ 1 (H1) : อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ด้านการจัดการคำสั่งซื้อ ของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแพลตฟอร์ม Shopee ประเทศไทย
2. สมมติฐานที่ 2 (H2) : อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ด้านคุณภาพรายการสินค้า ของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแพลตฟอร์ม Shopee ประเทศไทย
3. สมมติฐานที่ 3 (H3) : อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ด้านการให้บริการลูกค้า ของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแพลตฟอร์ม Shopee ประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแพลตฟอร์ม Shopee ประเทศไทย โดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแพลตฟอร์ม Shopee ประเทศไทย โดยคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ Cochran (1977) ในกรณีที่ไม่ทราบขนาดประชากรที่แน่นอน ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 ราย อย่างไรก็ตาม เพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแพลตฟอร์ม Shopee ประเทศไทย เป็นข้อคำถามแบบตัวเลือก (Check List Question)

ส่วนที่ 2-3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix : 6Ps) และคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ (Logistics Service Quality : LSQ) ของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแพลตฟอร์ม Shopee ประเทศไทย เป็นข้อคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยใช้มาตรวัดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามแนวคิดของ Likert (1967) โดย 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด และ 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ด้วยผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องจำนวน 3 ราย ซึ่งได้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (IOC) ที่คำนวณได้อยู่ระหว่าง 0.8-1.00 คะแนน ซึ่งสูงกว่า 0.5 ในทุกข้อคำถาม แสดงว่าข้อคำถามตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยสามารถนำไปใช้ได้ (Sin, 2008) และได้ทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยได้นำแบบสอบถามไปทดสอบ (Try-out) จำนวน 30 ชุด กับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง เพื่อตรวจสอบว่าข้อคำถามสามารถสื่อความหมายตามความต้องการและมีความเหมาะสมหรือไม่ ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach' Alpha Coefficient) ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเท่ากับ 0.74 ด้านราคาเท่ากับ 0.71 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเท่ากับ 0.72 ด้านการส่งเสริมการตลาดเท่ากับ 0.72 ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว

เท่ากับ 0.72 และด้านการให้บริการส่วนบุคคลเท่ากับ 0.80 ซึ่งทั้งหมดมีค่ามากกว่า 0.70 แสดงว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (George & Mallery, 2003) สามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริงได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยส่งแบบสอบถามออนไลน์ Google Form ถึงร้านค้าโดยตรง จำนวน 400 ชุด คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เลือกจากร้านค้าที่เป็นร้านค้าแนะนำบนแพลตฟอร์ม Shopee ประเทศไทย และดำเนินการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว (Cross-sectional Study) ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2566 ถึง 31 มีนาคม 2566

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประสิทธิภาพการขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ระยะเวลาขายสินค้าในแพลตฟอร์ม Shopee รูปแบบร้านค้า จำนวนร้านค้า ประเภทสินค้า จำนวนรายการสินค้า รูปแบบสินค้า บริษัทผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่ใช้ และค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ข้อมูลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และข้อมูลของคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแพลตฟอร์ม Shopee ประเทศไทย

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย โดยใช้การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) และใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณแบบเป็นขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแพลตฟอร์ม Shopee ประเทศไทย ตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแพลตฟอร์ม Shopee ประเทศไทย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแพลตฟอร์ม Shopee ประเทศไทย พบว่า ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ 1-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 55.75 ระยะเวลาในการขายสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม Shopee 4-6 ปี คิดเป็นร้อยละ 48.50 รูปแบบการขายสินค้าแบบ C2C คือ การซื้อ-ขายสินค้าแบบผู้บริโภคร่วมกับผู้บริโภคคิดเป็นร้อยละ 53.75 มีร้านค้าในแพลตฟอร์ม Shopee จำนวน 1 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 92.00 ประเภทสินค้าที่ขายได้แก่เครื่องใช้ในบ้าน คิดเป็นร้อยละ 18.00 จำนวนรายการสินค้าในร้านค้ามีมากกว่า 30 รายการ คิดเป็นร้อยละ 87.00 รูปแบบสินค้าที่ขายส่วนใหญ่เป็นแบบพร้อมส่ง คิดเป็นร้อยละ 89.25 และบริษัทผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ที่เลือกใช้ได้แก่ Shopee Express คิดเป็นร้อยละ 46.75

1. ผลการจัดกลุ่มปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis)

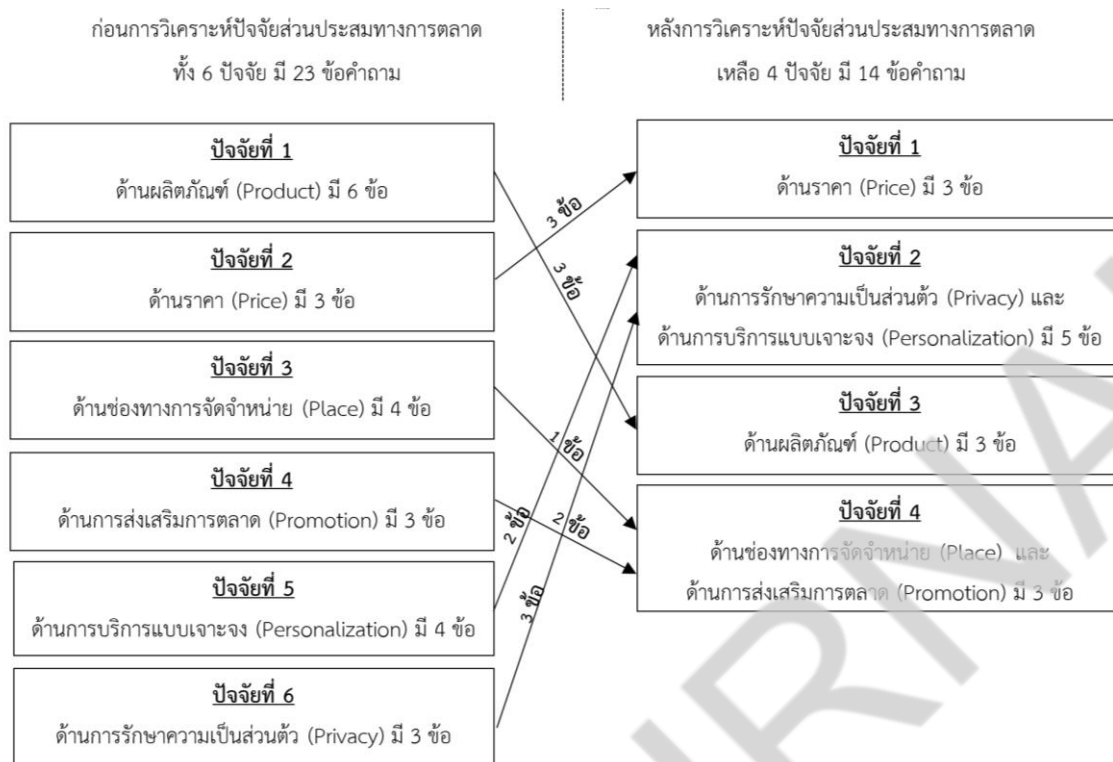
ผู้วิจัยได้ใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ โดยเริ่มจากการตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูล พบว่าค่า Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) เท่ากับ 0.85 ซึ่งแสดงถึงความเหมาะสมของข้อมูลในการวิเคราะห์ปัจจัยในระดับมากที่สุด และผลการทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity มีค่า Chi-Square เท่ากับ 3493.92 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .00 ยืนยันว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กันเพียงพอที่จะนำไปวิเคราะห์ปัจจัยได้ จากนั้นทำการสกัดปัจจัยด้วยวิธีความเป็นไปได้สูงสุด โดยพิจารณาจากค่า Eigen Value ที่มากกว่า 1 สามารถจัดกลุ่มได้ 4 ปัจจัย ซึ่งอธิบายความแปรปรวนสะสมได้ร้อยละ 64.09 และใช้วิธีการหมุนแกนโดยตรง (Direct Oblimin Rotation) เนื่องจากคาดว่าปัจจัยมีความสัมพันธ์กัน หลังจากนั้นได้ทดสอบความเชื่อมั่นของปัจจัยที่สกัดได้ด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ผลการวิเคราะห์ค่าแปรปรวน คำนวณหนัก และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาคของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ดังตารางที่ 1



ตารางที่ 1 แสดงค่าแปรปรวนของปัจจัย ค่าน้ำหนักปัจจัย และค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นแอลฟาครอนบาคของปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าน้ำหนัก	ค่าแปรปรวน	ความเชื่อมั่น
ปัจจัยที่ 1 ปัจจัยด้านราคา (Price)		33.29	0.79
1.1 สินค้ามีราคาบอกไว้ชัดเจน	0.98		
1.2 สินค้าราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	0.56		
1.3 สินค้ามีค่าจัดส่งที่เหมาะสม	0.35		
ปัจจัยที่ 2 ปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว (Privacy) และ ปัจจัยด้านการบริการแบบเจาะจง (Personalization)		11.87	0.84
2.1 มีการขึ้นนโยบายความเป็นส่วนตัวส่วนตัวอย่างชัดเจน	0.96		
2.2 เก็บข้อมูลความลับของลูกค้าได้อย่างปลอดภัย (เช่น ชื่อ อีเมลล์ เบอร์โทรศัพท์ ที่อยู่ เป็นต้น)	0.90		
2.3 สามารถตอบกลับ และมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าได้ทันที	0.84		
2.4 มีโปรโมชั่นพิเศษสำหรับลูกค้าที่ดูไลฟ์สด	0.50		
2.5 เปิดเผยข้อมูลความลับของลูกค้า เพื่อดำเนินธุรกรรมต่างๆ ให้สำเร็จลุล่วงเท่านั้น เช่น การจัดส่งสินค้า เป็นต้น	0.44		
ปัจจัยที่ 3 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)		10.64	0.82
3.1 การรับประกันสินค้าชำรุดเสียหาย	0.91		
3.2 การบริการหลังการขาย	0.88		
3.3 สินค้ามีคุณภาพ เชื่อถือได้	0.58		
ปัจจัยที่ 4 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)		8.29	0.76
4.1 มีการจัดหมวดหมู่สินค้าที่ชัดเจน	0.56		
4.2 มีการจัดโปรโมชั่นส่วนลดสินค้า	0.53		
4.3 มีการทำโฆษณาร้านค้าและสินค้าผ่าน Shopee Ads	0.50		
รวม		64.09	

จากตารางที่ 1 พบว่า ค่าน้ำหนักปัจจัยมีค่าระหว่าง 0.35-0.98 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำ 0.25 สำหรับกลุ่มตัวอย่าง 400 ราย ตามที่เสนอโดย Hair et al. (2003) โดยสามารถจัดกลุ่มปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจากเดิม 6 ด้าน เป็น 4 ปัจจัยใหม่ ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านราคา 2) ปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัวและการบริการแบบเจาะจง 3) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และ 4) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด โดยทั้ง 4 ปัจจัยสามารถอธิบายความแปรปรวนทั้งหมดได้ร้อยละ 64.09 ทั้งนี้ แม้ว่าในเชิงทฤษฎี ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาดจะมีความแตกต่างกัน แต่ในบริบทของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์บนแพลตฟอร์ม Shopee ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงของทั้งสองปัจจัยในมุมมองของผู้ประกอบการ สอดคล้องกับแนวคิดของ Chaffey & Ellis-Chadwick (2019) ที่ระบุว่าในสภาพแวดล้อมดิจิทัล ช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาดมักมีการบูรณาการเข้าด้วยกันอย่างใกล้ชิด นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาคพบว่าทุกปัจจัยมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง 0.76-0.84 ซึ่งสูงกว่า 0.70 ตามเกณฑ์ของ George & Mallery (2003) แสดงว่าทุกปัจจัยมีความเชื่อมั่นในระดับที่ยอมรับได้ โดยจากการวิเคราะห์หาค่าถามทั้งหมด 23 ข้อของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเดิม 6 ด้าน สามารถนำมาจัดกลุ่มปัจจัยใหม่ได้ 14 ข้อ ใน 4 ปัจจัย ส่วนอีก 9 ข้อถูกตัดออกเนื่องจากค่าสถิติไม่สัมพันธ์กับปัจจัยใดๆ ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 การจัดกลุ่มปัจจัยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

2. ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเป็นแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยที่ 1 ด้านราคา ปัจจัยที่ 2 ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัวและการบริการแบบเจาะจง ปัจจัยที่ 3 ด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยที่ 4 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด โดยใช้ค่าคะแนนปัจจัย (Factor Score) ที่ได้จากการจัดกลุ่มปัจจัยมาใช้ในการวิเคราะห์

ตัวแปรตาม คือ คุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ด้านการจัดการคำสั่งซื้อ (Order Management) ด้านคุณภาพรายการสินค้า (Quality of Product List) และด้านการให้บริการลูกค้า (Customer Service) ของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแพลตฟอร์ม Shopee ประเทศไทย ผลการทดสอบการแจกแจงของข้อมูล ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงผลการทดสอบการแจกแจงของข้อมูลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

Tests of Normality			
Factor	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Statistic	df	Sig.
1. ปัจจัยด้านราคา	0.25	400	0.20
2. ปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว และการบริการแบบเจาะจง	0.21	400	0.12
3. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	0.22	400	0.21
4. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด	0.26	400	0.22

จากตารางที่ 2 การทดสอบการแจกแจงของข้อมูลด้วยค่าสถิติ Kolmogorov-Smirnova เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีมากกว่า 50 ตัวอย่างขึ้นไป พบว่า ข้อมูลมีการกระจายตัวเป็นเส้นโค้งปกติ สามารถนำข้อมูลไปวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณได้ ผลการทดสอบ Multicollinearity ดังตารางที่ 3



ตารางที่ 3 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด				
Factor	ปัจจัยที่ 1	ปัจจัยที่ 2	ปัจจัยที่ 3	ปัจจัยที่ 4
ปัจจัยที่ 1 ด้านราคา	1.00			
ปัจจัยที่ 2 ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว และการบริการแบบเจาะจง	0.22	1.00		
ปัจจัยที่ 3 ด้านผลิตภัณฑ์	0.23	0.21	1.00	
ปัจจัยที่ 4 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด	0.27	0.26	0.22	1.00

จากตารางที่ 3 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทั้ง 4 น้อยกว่า 0.30 ทุกคู่ปัจจัย โดย Kraiwan (2013) กล่าวว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยน้อยกว่า 0.30 จะไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณแบบขั้นตอนด้านการจัดการคำสั่งซื้อ ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ด้านการจัดการคำสั่งซื้อของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแพลตฟอร์ม Shopee ประเทศไทย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	B	Std. Error	t	Sig.	Collinearity Statistics	
					Tolerance	VIF
ค่าคงที่ (Constant)	12.39	0.05	258.91	0.00**		
ปัจจัยที่ 2 ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัวและการบริการแบบเจาะจง	0.38	0.06	6.41	0.00**	0.75	1.34
ปัจจัยที่ 3 ด้านผลิตภัณฑ์	0.31	0.06	5.45	0.00**	0.78	1.28
ปัจจัยที่ 4 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด	0.35	0.08	4.54	0.00**	0.80	1.25
ปัจจัยที่ 1 ด้านราคา	0.12	0.05	2.41	0.02*	0.96	1.04
R = 0.64 Adjusted R ² = 0.40 F = 68.61						
R ² = 0.41 Std. Error of the Estimate = 0.96						

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ด้านการจัดการคำสั่งซื้อของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแพลตฟอร์ม Shopee ประเทศไทย ซึ่งค่า Tolerance ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกปัจจัยมีค่าระหว่าง 0.75 ถึง 0.96 ซึ่งสูงกว่า 0.1 และค่า VIF มีค่าระหว่าง 1.04 ถึง 1.34 ซึ่งต่ำกว่า 10 ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity (Hair et al., 2010) จึงสามารถนำตัวแปรทั้งหมดไปวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณได้ พบว่า ปัจจัยทั้ง 4 ด้านสามารถอธิบายความแปรปรวนของคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ได้ถึงร้อยละ 40.40 ซึ่งถือว่าเป็นสัดส่วนที่สูง โดยมีความสำคัญเรียงตามลำดับมากไปน้อย ดังนี้ ปัจจัยที่ 2 ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว และการบริการแบบเจาะจง (B=0.38, Sig=0.00) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Raksasat (2021) ที่พบว่าการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้าและการให้บริการเฉพาะบุคคลส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลที่ความกังวลเรื่องความเป็นส่วนตัวมีมากขึ้น การให้ความสำคัญกับประเด็นนี้จึงส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพการจัดการคำสั่งซื้อ ปัจจัยที่ 3 ด้านผลิตภัณฑ์ (B=0.31, Sig=0.00) สอดคล้องกับ Niamrit (2022) ที่ระบุว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจนและการใช้ภาพสินค้าจริง ซึ่งส่งผลต่อความถูกต้องในการจัดการคำสั่งซื้อและความพึงพอใจของลูกค้า ปัจจัยที่ 4 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด (B=0.35, Sig=0.00) สอดคล้องกับ Samranphan et al. (2022) ที่พบว่า ความสะดวกในการสั่งซื้อ และความชัดเจนของข้อมูลการจัดส่งมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพในการจัดการคำสั่งซื้อ และปัจจัยที่ 1 ด้านราคา (B=0.12, Sig=0.02) สอดคล้องกับ Sompong (2021) ที่พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความหลากหลายของราคา และความชัดเจนของการแสดงราคา รวมถึงการจัดส่งที่เหมาะสม ผลการวิจัย ชี้ให้เห็นว่าการจัดการคำสั่งซื้อที่มีคุณภาพไม่ได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งเพียงอย่างเดียว แต่เป็นผลรวมของหลายปัจจัยที่ต้องได้รับการพิจารณาอย่างรอบด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้ความสำคัญกับความเป็นส่วนตัวของลูกค้าและการให้บริการแบบเจาะจง ซึ่งสะท้อนถึงความต้องการของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลที่ต้องการทั้งความสะดวกและความปลอดภัย ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณแบบขั้นตอนด้านคุณภาพรายการสินค้า ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 แสดงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ด้านคุณภาพรายการสินค้าของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแพลตฟอร์ม Shopee ประเทศไทย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	B	Std. Error	t	Sig	Collinearity Statistics	
					Tolerance	VIF
ค่าคงที่ (Constant)	12.75	0.05	247.98	0.00**		
ปัจจัยที่ 3 ด้านผลิตภัณฑ์	0.50	0.06	8.25	0.00**	0.78	1.28
ปัจจัยที่ 2 ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัวและการบริการแบบเจาะจง	0.29	0.06	4.58	0.00**	0.75	1.34
ปัจจัยที่ 4 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด	0.32	0.08	3.85	0.00**	0.80	1.25
ปัจจัยที่ 1 ด้านราคา	0.12	0.06	2.23	0.03*	0.96	1.04
R = 0.64 Adjusted R ² = 0.40 F = 67.74						
R ² = 0.41 Std. Error of the Estimate = 1.03						

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ด้านคุณภาพรายการสินค้าของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแพลตฟอร์ม Shopee ในประเทศไทย ซึ่งค่า Tolerance ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกปัจจัยมีค่าระหว่าง 0.75 ถึง 0.96 ซึ่งสูงกว่า 0.1 และค่า VIF มีค่าระหว่าง 1.04 ถึง 1.34 ซึ่งต่ำกว่า 10 ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity (Hair et al., 2010) จึงสามารถนำตัวแปรทั้งหมดไปวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณได้ พบว่า ปัจจัยทั้ง 4 ด้าน สามารถอธิบายความแปรปรวนของคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ได้ถึงร้อยละ 40.10 ซึ่งถือว่าเป็นสัดส่วนที่สูง โดยมีความสำคัญเรียงตามลำดับมากไปน้อย ดังนี้ ปัจจัยที่ 3 ด้านผลิตภัณฑ์ (B=0.45, Sig=0.00) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Thauksuban (2019) ที่พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับข้อมูลรายละเอียดของสินค้าที่ครบถ้วน ชัดเจน และเข้าใจง่าย รวมถึงความหลากหลายของสินค้า ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพรายการสินค้า การให้ความสำคัญกับคุณภาพและความถูกต้องของข้อมูลสินค้าจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ปัจจัยที่ 2 ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว และการบริการแบบเจาะจง (B=0.29, Sig=0.00) สอดคล้องกับ Thitapatpinyoh, et al. (2021) ที่พบว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของข้อมูลและการให้บริการที่เป็นส่วนตัว การสร้างความมั่นใจในด้านความปลอดภัยของข้อมูลและการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะบุคคลจึงมีผลต่อคุณภาพรายการสินค้าที่น่าเสนอ ปัจจัยที่ 4 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด (B=0.32, Sig=0.00) สอดคล้องกับ Chai-amnat & Muhammad (2020) ที่พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความสะดวกในการค้นหาสินค้าและการมีโปรโมชั่นที่น่าสนใจ การออกแบบระบบการค้นหาที่มีประสิทธิภาพและการจัดโปรโมชั่นที่ดึงดูดใจจึงส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพรายการสินค้าของผู้บริโภค และปัจจัยที่ 1 ด้านราคา (B=0.12, Sig = 0.03) สอดคล้องกับ Thepnarong & Wisetprapa (2021) ที่พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการเปรียบเทียบราคาระหว่างร้านค้า การกำหนดราคาที่เหมาะสมและการแสดงราคาที่ชัดเจนจึงมีผลต่อการรับรู้คุณภาพรายการสินค้า ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าคุณภาพรายการสินค้าไม่ได้ขึ้นอยู่กับตัวสินค้าเพียงอย่างเดียว แต่เป็นผลรวมของหลายปัจจัยที่ต้องได้รับการพิจารณาอย่างรอบด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้ข้อมูลที่ครบถ้วนและถูกต้อง การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้า การออกแบบช่องทางการจัดจำหน่ายที่สะดวก และการกำหนดราคาที่เหมาะสม ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณแบบขั้นตอนด้านการให้บริการลูกค้า ดังตารางที่ 6



ตารางที่ 6 แสดงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ด้านการให้บริการลูกค้าของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแพลตฟอร์ม Shopee ประเทศไทย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	B	Std. Error	t	Sig	Collinearity Statistics	
					Tolerance	VIF
ค่าคงที่ (Constant)	12.26	0.07	183.26	0.00**		
ปัจจัยที่ 2 ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัวและการบริการแบบเจาะจง	0.66	0.08	8.04	0.00**	0.75	1.34
ปัจจัยที่ 4 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด	0.65	0.10	6.47	0.00**	0.80	1.25
R = 0.61 Adjusted R ² = 0.37 F = 118.50						
R ² = 0.37 Std. Error of the Estimate = 1.34						

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ด้านการให้บริการลูกค้าของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแพลตฟอร์ม Shopee ในประเทศไทย ซึ่งค่า Tolerance ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกปัจจัยมีค่าระหว่าง 0.75 ถึง 0.80 ซึ่งสูงกว่า 0.1 และค่า VIF มีค่าระหว่าง 1.25 ถึง 1.34 ซึ่งต่ำกว่า 10 ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity (Hair, et al., 2010) จึงสามารถนำตัวแปรทั้งหมดไปวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณได้ พบว่า ปัจจัยทั้ง 2 ด้าน สามารถอธิบายความแปรปรวนของคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ได้ร้อยละ 37.10 โดยมีความสำคัญเรียงตามลำดับมากไปน้อย ดังนี้ ปัจจัยที่ 2 ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว และการบริการแบบเจาะจง (B=0.66, Sig=0.00) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Phetsopha & Soonthonsmai (2022) ; Sumananusorn (2019) ซึ่งพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความเป็นส่วนตัวตลอดกระบวนการซื้อสินค้าออนไลน์ และการบริการแบบเจาะจงมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ โดยเฉพาะการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีผ่านช่องทางการสื่อสารออนไลน์ และปัจจัยที่ 4 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด (B=0.65, Sig=0.00) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chaipuek (2022) ที่พบว่าผู้ใช้บริการมองว่า Shopee เป็นแพลตฟอร์มที่สะดวกในการซื้อขาย มีระบบที่ใช้งานง่าย และมีโปรโมชั่นที่ดึงดูดใจ ในขณะที่ปัจจัยด้านราคาและผลิตภัณฑ์ไม่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งการที่ปัจจัยด้านราคาและปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ไม่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ในการศึกษานี้ อาจอธิบายได้ว่าในบริบทของการให้บริการลูกค้าบนแพลตฟอร์ม E-commerce ปัจจัยเหล่านี้ถูกมองว่าเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับอยู่แล้ว สอดคล้องกับทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg ที่อธิบายว่าปัจจัยบางอย่างเป็นเพียงปัจจัยป้องกันความไม่พอใจ แต่ไม่ได้สร้างความพึงพอใจโดยตรง (Robbins & Judge, 2019) ผลการวิจัย ชี้ให้เห็นว่า การนำปัจจัยเหล่านี้มาใช้อย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยยกระดับคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ด้านการให้บริการลูกค้า ซึ่งจะส่งผลต่อความพึงพอใจ การสร้างความน่าเชื่อถือ และการตัดสินใจซื้อของลูกค้าในระยะยาว ผลการทดสอบสมมติฐาน ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 สมมติฐานที่ 2 และสมมติฐานที่ 3

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	คุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแพลตฟอร์ม Shopee ประเทศไทย		
	ด้านการจัดการคำสั่งซื้อ	ด้านคุณภาพรายการสินค้า	ด้านการให้บริการลูกค้า
	สมมติฐาน ที่ 1 (H ₁)	สมมติฐานที่ 2 (H ₂)	สมมติฐานที่ 3 (H ₃)
ปัจจัยที่ 1 ด้านราคา	✓*	✓*	X
ปัจจัยที่ 2 ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัวและการบริการแบบเจาะจง	✓**	✓**	✓**
ปัจจัยที่ 3 ด้านผลิตภัณฑ์	✓**	✓**	X
ปัจจัยที่ 4 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด	✓**	✓**	✓**

✓** มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

✓* มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

X ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากตารางที่ 7 พบว่า อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ ด้านการจัดการคำสั่งซื้อ และด้านคุณภาพรายการสินค้า ของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแพลตฟอร์ม Shopee ประเทศไทย ได้รับการสนับสนุนทุกส่วน ส่วนอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ด้านการให้บริการลูกค้า ของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแพลตฟอร์ม Shopee ประเทศไทย ได้รับการสนับสนุนบางส่วน

สรุปผลการวิจัย

1. การจัดกลุ่มปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแพลตฟอร์ม Shopee ประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า สามารถจัดกลุ่มปัจจัยใหม่ได้ 4 ปัจจัย จากเดิม 6 ปัจจัย ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านราคา 2) ปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัวและการบริการแบบเจาะจง 3) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และ 4) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด โดยทั้ง 4 ปัจจัยสามารถอธิบายความแปรปรวนสะสมได้ร้อยละ 64.09

2. การทดสอบอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแพลตฟอร์ม Shopee ประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ด้านการจัดการคำสั่งซื้อและด้านคุณภาพรายการสินค้า โดยสามารถพยากรณ์แนวโน้มคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ได้ร้อยละ 40.40 และ 40.10 ตามลำดับ สำหรับคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ด้านการให้บริการลูกค้า มีเพียง 2 ปัจจัยที่ส่งผล ได้แก่ ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัวและการบริการแบบเจาะจง และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด โดยสามารถพยากรณ์แนวโน้มคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ได้ร้อยละ 37.10

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ประโยชน์เชิงทฤษฎี การวิจัยนี้ช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญในการวางกลยุทธ์ทางธุรกิจ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าองค์ประกอบใดของส่วนประสมทางการตลาดส่งผลกระทบมากที่สุดต่อการจัดการคำสั่งซื้อ คุณภาพรายการสินค้า และการให้บริการลูกค้า ทำให้ผู้ประกอบการสามารถจัดสรรทรัพยากรและความพยายามไปยังด้านที่มีอิทธิพลสูงสุด และข้อมูลเชิงลึกสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ปรับปรุงคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์และส่งเสริมการเติบโตของอุตสาหกรรมนี้ในประเทศไทย

2. ประโยชน์เชิงการนำไปประยุกต์ใช้ในการวิจัยนี้ สามารถช่วยในการปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจ โดยการระบุจุดแข็งและจุดอ่อนในกระบวนการโลจิสติกส์ ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลนี้ไปใช้ในการพัฒนาระบบการจัดการคำสั่งซื้อ ยกระดับคุณภาพรายการสินค้า และปรับปรุงการให้บริการลูกค้า ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังมีประโยชน์ต่อแพลตฟอร์ม Shopee เอง โดยสามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงนโยบายและการสนับสนุนผู้ขาย ตลอดจนการพัฒนาเครื่องมือและบริการที่ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถจัดการโลจิสติกส์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแพลตฟอร์ม Shopee ประเทศไทย สามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ ดังนี้

ด้านการจัดการคำสั่งซื้อ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการรักษาความเป็นส่วนตัวของลูกค้าและการให้บริการแบบเจาะจง เนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุด ควรพัฒนาระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้าและนำเสนอบริการที่ตรงกับความต้องการเฉพาะบุคคล นอกจากนี้ ควรให้ความสำคัญกับการนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน การใช้ภาพสินค้าจริง และการออกแบบช่องทางการสั่งซื้อที่สะดวก



ด้านคุณภาพรายการสินค้า ผู้ประกอบการควรเน้นการให้ข้อมูลรายละเอียดสินค้าที่ครบถ้วน ชัดเจน และเข้าใจง่าย รวมถึงนำเสนอความหลากหลายของสินค้า ควรพัฒนาระบบการค้นหาสินค้าที่มีประสิทธิภาพและจัดโปรโมชั่นที่น่าสนใจ นอกจากนี้ ควรกำหนดราคาที่เหมาะสมและแสดงราคาอย่างชัดเจน

ด้านการให้บริการลูกค้า ผู้ประกอบการควรเน้นการรักษาความเป็นส่วนตัวของลูกค้าตลอดกระบวนการซื้อขาย และพัฒนาการบริการแบบเจาะจงที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะบุคคล ควรปรับปรุงช่องทางการสื่อสารออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพ และพัฒนาระบบการใช้งานให้ง่ายและสะดวก

2. การนำข้อเสนอแนะเหล่านี้ไปปฏิบัติอย่างเป็นระบบ จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และการเติบโตอย่างยั่งยืนในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาตัวแปรปัจจัยอื่นๆ เพิ่มเติม ที่อาจจะส่งผลต่อคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแพลตฟอร์ม Shopee ประเทศไทย เช่น ปัจจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ปัจจัยด้านความพึงพอใจ เป็นต้น เพื่อจะได้นำมาปรับปรุงคุณภาพให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างสูงสุด และเพิ่มคุณภาพการบริการที่ดียิ่งขึ้น

2. ควรมีการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแพลตฟอร์มอื่นๆ ที่เป็นที่ยอมรับในประเทศไทย เพื่อใช้เปรียบเทียบความแตกต่างด้านคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการในแต่ละแพลตฟอร์ม

ข้อจำกัดการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ทำการศึกษาในบริบทของประเทศไทย จึงอาจมีข้อจำกัดในการนำไปใช้กับตลาดต่างประเทศ และเนื่องจากธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ผลการวิจัยอาจต้องมีการปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

References

- Akil, S. & Ungan, M. C. (2022). E-Commerce Logistics Service Quality: Customer Satisfaction and Loyalty. *Journal of Electronic Commerce in Organizations (JECO)*, 20(1),1-19. doi:http://doi.org/10.4018/ JECO.292473
- Chaffey, D. & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy and Implementation practice*. (7th ed.). United Kingdom : Pearson Education.
- Chai-amnat, K. & Muhammad, K. (2020). *Factors Affecting the Purchasing Decisions in Online Products Via Shopee Application of Working People in Bangkok*. Retrieved November 2023, from https://rsujournals.rsu.ac.th/index.php/rgrc/ article/view/1908
- Chaiphuek, T. (2022). *Factors affecting to goods purchasing behavior through the Shopee Live broadcast channel of prople in Bangkok (Unpublished master's thesis)*. Srinakharinwirot University, Bangkok, Thailand.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques*. (3rd ed.). United States : John Wiley & Sons.
- Electronic Transactions Development Agency. (2024). ETDA Reveals Thai E-Commerce Value . Retrieved September 2024, from https://www.etda.or.th/th/pr-news/Dgt_ecom_survey2024.aspx
- Firdhausa, R. M., Baihaqi, I. & Ardiantono, D. S. (2021). Evaluasi Kualitas Pelayanan Last Mile Logistic pada JNE Express. *Jurnal Teknik ITS*. 10(1),E56-E62. doi:http://doi.org/10.12962/j23373539.v10i1.60421
- George, D. & Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference*. 11.0 Update. (4th ed). United States : Allyn & Bacon.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). New York : Pearson Education.
- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R. & Black, W. (2003). *Multivariate data analysis*. (5th ed.). New Jersey : Prentice Hall.



- Huma, S., Ahmed, W., Ikram, M. and Khawaja, M. I. (2020). The effect of logistics service quality on customer loyalty: case of logistics service industry. *South Asian Journal of Business Studies*, 9(1),43-61. doi:<https://doi.org/10.1108/SAJBS-10-2018-0114>
- Kawa, A. & Swiatowiec- Szczepanska, J. (2021). Logistics as a value in e-commerce and its influence on satisfaction in industries: a multilevel analysis. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 36(13),220-235. doi:<https://doi.org/10.1108/JBIM-09-2020-0429>
- Khongkhakhet, P. (2020). *Priceza reveals numbers for the Thai E-Commerce market in 2020*. Retrieved October, 2022, from <https://www.trustmarkthai.com/th/news/detail/10a954b0-2191-11eb-98ac-935dc2c42818>
- Kraiwan, Y. (2013). *Multivariate statistical analysis for research*. Bangkok : Chulalongkorn University Press.
- Likert, R. (1967). *The method of constructing an attitude scale*. In M. Fishbein (Ed.), *Readings in attitude theory and measurement*. United States : John Wiley & Sons.
- Niamrit, K. (2022). *Factors influencing online purchasing decisions in the Bangkok metropolitan area* (Unpublished master's thesis). Srinakharinwirot University, Bangkok, Thailand.
- Phademkuekulphong, K. (2021). *3 growth strategies of Shopee that made it overtake Lazada to become the number one online shopping platform in ASEAN*. Retrieved October 2022, from <https://workpointtoday.com/shopee-growth-strategies-over-lazada/>.
- Phetsopha, T. & Soonthonsmai, V. (2022). Online Marketing Mix Impacting the Decision to Purchase Products via Facebook of the Laotians in Savannakhet Province Lao People's Democratic Republic. *Journal of Management Science Ubon Ratchathani University*, 11(1),154- 179. doi: https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jms_ubu/article/view/252761/173476
- Phukphayon, R. (2020). *Factors influencing the decision buying crispy banana with tamarind jam via E-marketplace* (Unpublished master's thesis). Naresuan University, Phitsanulok, Thailand.
- Plathong, H. (2020). *The Study of Online Marketing Mix and Characteristics of Innovation that are Related to Decide to Use Online Wallet Services of Working Women in Bangkok Metropolis* (Unpublished master's thesis). Srinakharinwirot University, Bangkok, Thailand.
- Preechaporn, P. (2019). *Online marketing mix factors affecting on process of decision to purchase of instant dog food via online channels* (Unpublished master's Independent Study). Burapha University, Chonburi, Thailand.
- Raksasat, K. (2021). *Motivation and service quality which have an impact on Gen Y consumer's loyalty towards E-retailing application* (Unpublished master's thesis). Silpakorn University, Bangkok, Thailand.
- Robbins, S. P. & Judge, T. A. (2019). *Organizational behavior*. (18th ed.). United Kingdom : Pearson Education.
- Sa-ard, S. & Wongmahaseth, T. (2023). The 6P's marketing strategies, lifestyles affecting to decision making on purchasing products via application central online of customers in Nonthaburi Province. *Apheit Journal*, 29(1),79-94. doi:<https://so06.tci-thaijo.org/index.php/apheit-ss/article/view/262223>
- Samranphan, A., lamprasert, S., Somkid, K., Nimitsadikul, P. & Tanyong, P. (2022). *Marketing mix factors affecting consumers' purchasing decision via Shopee application in Suphan Buri province*. (14th ed.). National Academic Conference. Nakhon Pathom : Nakhon Pathom Rajabhat University.
- Sin, P. (2008). *Social science research techniques*. Bangkok : Witthayapat.
- Sompong, T. (2021). *The study of factors affecting buying decisions about shopping online of consumers in Nakhon Pathom province*. Nakhon Pathom Province (Unpublished master's thesis). Silpakorn University, Bangkok, Thailand.
- Stank, T. P., Goldsby, T. J., Vickery, S. K. & Savitskie, K. (2017). *Logistics service performance: Estimating its influence on market share*. In *Contemporary Logistics*. (11th ed.). United Kingdom : Pearson Education.



- Su, M., Zhao, J., Qi, G., Kim, J. & Park, K. (2021). Online Retailer Cold Chain Physical Distribution Service Quality and Consumers: Evidence from China during the COVID-19 Pandemic. *International Journal of Logistics Research and Application*, 26(4),442-459. doi:https://doi.org/10.1080/13675567.2021.1961214
- Sumananusorn, T. (2019). Baby Boomers and Their Shopping Behaviors: The Decision Process to Purchase all Product through Social Media (*Unpublished master's thesis*). Silpakorn University, Bangkok, Thailand.
- Thauksuban, S. (2019). Service marketing mix (7Ps) affecting purchasing behaviors of Shopee application users in Bangkok (*Unpublished master's independent study*). Rajamangala University of Technology Thanyaburi, Pathum Thani, Thailand.
- Thepnarong, N. & Wisetprapa, P. (2021). Online Marketing Mix Factors Affecting Consumer Online Shopping Decision via Applications in Bangkok. Retrieved October 2023, from <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/twin-9/6214154034.pdf>
- Thitapatpinyoh, P., Jirayus, P. & Worawachtanakul, P. (2021). Online Marketing Mix Factors Influencing Decision to Shop at Local Grocery Store Via Shopee Application. *Academic and research journals Northeastern University*, 13(2),72-88. doi:https://so05.tci-thaijo.org/index.php/saujournalssh/article/view/254931.
- Uvet, H. (2020). Importance of Logistics Service Quality in Customer Satisfaction: An Empirical Study. *Operations and Supply Chain Management: An International Journal*, 13(1),1-10. doi:http://doi.org/10.31387/oscm0400248
- Wongnitchakul, W. (2007). *Marketing promotion management*. Bangkok : Bangkok University.
- Wongnitchakul, W. (2011). *Principles of Marketing*. Bangkok : Than Bundit Company Limited.
- Zhang, Y. & Smutkupt, S. (2021). Investigating Key Antecedents of Logistics Services Quality Towards Customer Satisfaction and Loyalty Among Ecommerce: A case Study of Home Appliance Retailing Delivery in China. *Journal of Supply Chain Management Research & Practice*, 15(1),16-26. doi:https://jscm.au.edu/index.php/jscm/article/view/190/138



การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนโครงการทุนพัฒนาอาชีพ
ด้านสินค้าเกษตรแปรรูป จังหวัดอุบลราชธานี
The Social Return on Investment Evaluation of the Career Development
Scholarship Project for Processed Agricultural Products in
Ubon Ratchathani Province

นภาพร หงษ์ภักดี¹ และ สืบพงศ์ หงษ์ภักดี²
Napaporn Hongpukdee¹ and Surbpong Hongpukdee²

Article History
Receive: May 28, 2024
Revised: July 16, 2024
Accepted: December 16, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) โครงการทุนพัฒนาอาชีพด้านสินค้าเกษตรแปรรูป จังหวัดอุบลราชธานี วิธีการเก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการสังเกตและสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะผู้ประกอบการสินค้าเกษตรแปรรูป การกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง วิธีการสุ่มโดยใช้ความสะดวก ในการกำหนดผู้ให้ข้อมูล ผู้เข้าร่วมและให้ข้อมูลคือเกษตรกรในชุมชนบริเวณพื้นที่รอบเขตบริการของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี จำนวนทั้งหมด 80 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เชิงลึก กึ่งโครงสร้าง การสนทนากลุ่ม วิเคราะห์ข้อมูลใช้การประเมินผลลัพธ์ทางสังคม ด้วยแบบการประเมินผลกระทบก่อนเริ่มดำเนินการโครงการและประเมินผลขณะดำเนินการ (Ex-Ante and Ongoing Evaluation) ผลการวิจัยพบว่าการคำนวณผลตอบแทนทางสังคมพบผลลัพธ์สุทธิ เท่ากับ 1.31 แสดงให้เห็นว่า การลงทุนของเงินทุก 1 บาท ที่ใช้ในการดำเนินการวิจัยสามารถสร้างผลตอบแทนให้กับผู้ประกอบการทั้งคุณค่าทางสังคมและมูลค่าทางเศรษฐกิจเท่ากับ 1.31 บาท ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงประมาณได้อย่างคุ้มค่าสร้างประโยชน์ต่อสังคม ข้อเสนอแนะนโยบายเชิงหลักการ ควรนำแนวทางการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนของบทความนี้ไปประยุกต์ใช้กับหน่วยงานอื่นๆ ที่จัดกิจกรรมหรือโครงการ เพื่อประเมินความคุ้มค่าที่ได้จากการลงทุน หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำรูปแบบการจัดกิจกรรมโครงการนี้เป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการสร้างงาน สร้างอาชีพกระจายไปยังพื้นที่และชุมชนรอบๆ และสร้างศักยภาพให้ชุมชนมีความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการสินค้าเกษตรแปรรูปของคนในพื้นที่ได้

คำสำคัญ : การประเมิน ; ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน ; ทุนพัฒนาอาชีพ ; สินค้าเกษตรแปรรูป ; จังหวัดอุบลราชธานี

^{1,2} ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, Assistant Professor, Faculty of Management Sciences, Ubon Ratchathani University



ABSTRACT

The purpose of this research was to evaluate the social returns on investment (SROI) of the career development scholarship project for processed agricultural products in Ubon Ratchathani province. Data was collected using observation and in-depth interviews with involved stakeholders, especially the entrepreneurs of processed agricultural products. The sample size was determined using the purposive sampling selection by convenience sampling random method. Participants and respondents were 80 farmers in communities around the area of Ubon Ratchathani University. consisted of a questionnaire and semi-structured in-depth interviews, as well as a focus group. The data analysis used social impact assessment using ex-ante and ongoing evaluation. The research results found that a net return of a calculation of the social returns was at 1.31, indicating that every 1 baht of investment in conducting the research was able to create returns for entrepreneurs with both social value and economic value at 1.31 baht. Therefore, this research used the research budget effectively and created benefits for society. Principled policy recommendations for the study included the implementation of social return assessment, which should be applied among other involved agencies that are conducting similar projects in order to assess the value of returns from investment. Furthermore, relevant agencies can use this project activity as a guideline for organizing activities to promote job creation in surrounding areas and communities. This can create potential for the local community to have the ability to be an entrepreneur of processed agricultural products.

Keywords : Evaluation ; Social Return on Investment ; Career Development Scholarship ; Processed Agricultural Products ; Ubon Ratchathani

บทนำ

ในการดำเนินธุรกิจผู้ประกอบการจำเป็นต้องสร้างผลกำไรควบคู่กับการรับผิดชอบต่อสังคมและชุมชน เพื่อให้การดำเนินงานเกิดความยั่งยืนในอนาคต จำเป็นต้องใช้เครื่องมือ Social Return on Investment (SROI) ร่วมด้วย เพื่อวัดผลลัพธ์ที่ชัดเจนและเป็นประโยชน์ต่อสังคม ผ่านข้อมูลทางการเงินและคุณค่าอื่นๆ ซึ่งส่งผลต่อผู้มีส่วนได้เสียกิจการและสังคมการใช้ SROI เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้เข้าใจได้ว่าการลงทุนมีผลตอบแทนทางสังคมอย่างไร ทำให้ทั้งผู้มีส่วนได้เสียกิจการและสาธารณชน ได้รับทราบผลลัพธ์ที่เกิดกับสังคม จากการจ่ายลงทุนที่เป็นรูปธรรมมากกว่าการเขียนรายงานเชิงพรรณนาที่ไม่มีตัวเลขทางการเงินยืนยันผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น (Setthasakko, 2020) SROI ให้ความสำคัญกับคุณค่ามากกว่าเงิน เป็นการเล่าเรื่องราวของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นด้วยการวัดผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยใช้มูลค่าทางการเงินเพื่อเป็นตัวแทน ทำให้สามารถคำนวณอัตราส่วนของผลประโยชน์ต่อต้นทุนได้ จึงเป็นวิธีการถ่ายทอดคุณค่าที่มีประโยชน์และเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง ดังนั้นการประเมินผลลัพธ์และผลตอบแทนทางสังคมจึงเป็นเครื่องมือการจัดการที่มุ่งหวังให้เกิดการมีส่วนร่วมและการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างมหาวิทยาลัย ชุมชน หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่ร่วมดำเนินโครงการฯ เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างเป็รูปธรรมและความยั่งยืนต่อไป (Kaewpuang et al, 2023)

การส่งเสริมการแปรรูปสินค้าเกษตรสอดคล้องตามประกาศ เรื่อง ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ.2561-2580) ประเด็นยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน หัวข้อการเกษตรสร้างมูลค่า ประเทศไทยเป็นหนึ่งในด้านการผลิตและการค้าสินค้าเกษตรในเวทีโลก ด้วยพื้นฐานทางพืชเกษตรเขตร้อน และมีข้อได้เปรียบด้านความหลากหลายทางชีวภาพที่สามารถพัฒนาต่อยอดโครงสร้างธุรกิจการเกษตรด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่ม เน้นเกษตรคุณภาพสูงและขับเคลื่อนการเกษตรด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม ที่ให้ความสำคัญกับการเพิ่มผลผลิตภาพการผลิตทั้งเชิงปริมาณและมูลค่า และความหลากหลายของสินค้าเกษตร เพื่อรักษาเกษตรชีวภาพ เกษตรแปรรูป เพื่อให้เกษตรกรมีรายได้สูงขึ้น ปัจจุบันพบว่าการแปรรูปสินค้าเกษตรโดยเฉพาะประเภทผลไม้ไม่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ทั้งในเรื่องราคาและการเก็บรักษาที่สามารถเก็บรักษานานกว่าผลไม้สด และด้วยเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาทำให้ถูกนำมาใช้ในการแปรรูปสินค้าเกษตร จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ผู้บริโภคเองให้ความสนใจ อย่างไรก็ตามหากมีการส่งเสริมเพื่อทำสินค้าเกษตรแปรรูปย่อมเป็นอีกวิธีการหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกสินค้าที่มีประโยชน์ได้หลากหลายมากขึ้น (Rungthiwakornkit, 2022)

จากการสำรวจประชากรแรงงานในจังหวัดอุบลราชธานีปี 2565 พบว่าจำนวนประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไปมี 1,239,801 คน ในจำนวนนี้เป็นแรงงาน 858,824 คน แบ่งเป็นแรงงานในระบบ 159,703 คน และแรงงานนอกระบบ 699,121 คน ซึ่งแรงงานนอกระบบส่วนใหญ่ทำงานด้านการเกษตรและประมงจำนวน 495,176 คน กลุ่มเป้าหมายของโครงการนี้คือพื้นที่รอบมหาวิทยาลัยอุบลราชธานีใน 4 ตำบล ได้แก่ เมืองศรีโค, ขามใหญ่, โพธิ์ใหญ่, และข้าวขวาง รวมประชากร 31,418 คน โดยพื้นที่เกษตรกรรมครอบคลุมร้อยละ 70 ของพื้นที่ทั้งหมด ประชากรส่วนใหญ่ทำเกษตรกรรมร้อยละ 80 และประกอบอาชีพค้าขายและรับจ้าง จากข้อมูลพบว่ามีแรงงานนอกระบบและผู้ว่างงาน 168 คนหรือร้อยละ 860 คน

จากการศึกษาบริบทของชุมชนในพื้นที่รอบเขตบริการของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ทั้ง 4 ตำบลดังที่กล่าวมาข้างต้น ได้แก่ ตำบลข้าวขวาง ตำบลเมืองศรีโค ตำบลโพธิ์ใหญ่ และตำบลคูเมือง พบว่า ชุมชนมีอาชีพหลักเป็นเกษตรกร แต่มีรายได้ต่ำและขาดความเข้มแข็งในด้านการผลิต การขาย และการตลาด ดังนั้น เพื่อให้เกษตรกรในชุมชนทั้ง 4 ตำบล ดังกล่าวมีการรวมกลุ่มที่เข้มแข็ง มีรายได้เพิ่มและมีสภาพความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ผู้วิจัยจึงได้เข้าไปแก้ปัญหาด้วยการการจัดกิจกรรมการอนุรักษ์ การอบรมฝึกทักษะ การเพิ่มพูนความรู้ และปฏิบัติการการขาย เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น ประกอบกับเกษตรกรในชุมชนมีความรู้เดิมเกี่ยวกับการเกษตรและมีเวลาว่างหลังจากการทำไร่ ทำนา การแปรรูปสินค้าเกษตรจึงเป็นการยกระดับศักยภาพของเกษตรกรในชุมชนพื้นที่รอบเขตบริการของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี และสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการเกษตรแปรรูปในการดำเนินโครงการฯ สามารถแสดงให้เห็นถึงผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อแสดงให้เห็นว่าการลงทุนในการดำเนินงานโครงการฯ ดังกล่าวสร้างผลลัพธ์อันเป็นคุณค่าหรือผลกระทบทางสังคมเชิงบวกได้อย่างแท้จริงและได้สร้างประโยชน์แก่สังคมที่คุ้มค่า รวมถึงการใช้ข้อมูลที่ได้จากการประเมินเป็นแนวทางในการตัดสินใจดำเนินโครงการฯและการพัฒนางานวิจัย งานบริการวิชาการ ในลักษณะอื่นๆ แก่สังคมต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน โครงการทุนพัฒนาอาชีพด้านสินค้าเกษตรแปรรูป จังหวัดอุบลราชธานี กิจกรรมการยกระดับศักยภาพผู้ประกอบการสินค้าเกษตรแปรรูป ในพื้นที่รอบเขตบริการของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในงานวิจัยนี้ได้ใช้ 5 แนวคิด ประกอบด้วย 1) การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน เพื่อสามารถวัดผลประโยชน์ของโครงการ ที่มีคุณค่าต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม 2) แนวคิดทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง เพื่อแสดงความเชื่อมโยงกิจกรรมการเรียนรู้ไปสู่กระบวนการ นำไปสู่ผลลัพธ์ที่เกิดกับผู้รับประโยชน์ 3) แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตร โดยการแปรรูปและการปรับปรุงกระบวนการผลิต ทำให้สินค้ามีคุณภาพและมูลค่ามากขึ้น 4) แนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน เพราะการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน เป็นกระบวนการที่ทำให้ความต้องการและคุณค่าของสาธารณชนได้ถูกบรรจุรวมไว้ในกระบวนการดำเนินงาน และ 5) แนวคิดการออกแบบโมเดลธุรกิจเพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการสินค้าเกษตรแปรรูป จะทำให้เข้าใจภาพรวมของธุรกิจและนำภาพที่เข้าใจไปใช้ในการปรับกลยุทธ์องค์กรให้เติบโตก้าวกระโดดและทำกำไรเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังมี รายละเอียดแต่ละแนวคิดเป็นดังนี้

แนวคิดการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment : SROI)

แนวคิดการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment : SROI) เป็นแนวคิดที่พัฒนามาจากการวิเคราะห์ต้นทุนและประโยชน์ของโครงการ ซึ่งเป็นวิธีวิเคราะห์เพื่อจัดสรรทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพหลักการ SROI จะพิจารณาผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องทั้งหมดเข้าสู่ระบบการประเมิน มีขอบเขตในการพิจารณาทั้งผลกระทบที่เกิดขึ้นทั้งด้านบวกและด้านลบในทุกมิติ รวมทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคมที่จะส่งผลกระทบต่อตัดสินใจ และพิจารณามูลค่าทางการเงินที่เกิดขึ้นจริงและการประมาณมูลค่าของปัจจัยที่เป็นนามธรรม (Social Value Thailand, 2020) SROI เป็นการศึกษาถึงการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่เกิดขึ้นอันเป็นผลจากการดำเนินโครงการ และเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสร้างการเรียนรู้ระหว่างผู้ดำเนินโครงการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยการติดตามตรวจสอบร่วมกันเกี่ยวกับผลการดำเนินการที่เกิดขึ้นแก่ชุมชนหลังจากการดำเนินโครงการในด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม หรือด้านสิ่งแวดล้อม SROI เป็นแนวทางที่โปร่งใสและอนุรักษ์นิยมในการวัดผลกระทบทางสังคม ซึ่งรวมถึงผลลัพธ์ที่เป็นสาระสำคัญเท่านั้น กล่าวคือ



ผลลัพธ์ที่หากแยกออกจะส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียเป็นหลักการพื้นฐานของแนวทาง SROI ซึ่งช่วยให้สามารถวัดผลลัพธ์ที่สำคัญต่อผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการแทรกแซง (Davies et al., 2019)

รูปแบบการประเมิน SROI จำแนกตามระยะความสำเร็จของโครงการวิจัย ได้แก่ (1) การประเมินผลกระทบก่อนดำเนินโครงการ (Ex-Ante Evaluation) คือ ประเมินเพื่อตัดสินว่าควรดำเนินกิจกรรมหรือไม่ ควรอนุมัติโครงการหรือไม่ เป็นการประเมินจากการคาดการณ์ของผลลัพธ์อนาคต (2) การประเมินผลกระทบระหว่างดำเนินโครงการ (On-going Evaluation) ประเมินเพื่อพิจารณาว่าผลลัพธ์ระหว่างดำเนินกิจกรรมเป็นไปตามเป้าหมายหรือไม่ ควรหยุด หรือไปต่อ หรือปรับแผนกิจกรรม และ (3) การประเมินผลกระทบหลังการดำเนินโครงการ (Ex-post Evaluation) เป็นการประเมินเพื่อพิจารณาผลลัพธ์หลังสิ้นสุดกิจกรรม ว่าสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างไร (Pongwiritthong et al., 2023)

ขั้นตอนวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) ประกอบด้วย 6 ขั้นตอนดังนี้ (National Innovation Agency, 2020) (1) วางขอบเขตของการศึกษา กำหนดขอบเขต ทำความเข้าใจกระบวนการและเป้าหมายของการประเมินผลลัพธ์ทางสังคมของโครงการ (2) ระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสร้างแผนที่ผลลัพธ์ (Outcome Mapping) ระบุผู้มีส่วนได้เสียโดยกำหนดขอบเขตชัดเจนในประเด็นที่เกี่ยวข้อง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียคือใคร โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและดึงให้เข้ามามีส่วนร่วมมากที่สุด ระบุกิจกรรม ผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบ เข้าใจสิ่งที่มีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งเกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้เสีย การเข้าใจสิ่งที่มีการเปลี่ยนแปลงอธิบายว่าการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นได้อย่างไรประเมินจากหลักฐานที่รวบรวมได้ทั้งการเปลี่ยนแปลงด้านบวกและลบ ทั้งที่ตั้งใจและไม่ได้ตั้งใจให้เกิดขึ้นตามทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง โดยสรุปความเชื่อมโยงจากกิจกรรมนำไปสู่ผลผลิตและผลลัพธ์ของโครงการ (3) เก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับผลลัพธ์ เก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ รายงานผลวิจัยและการสำรวจข้อมูลจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก และใส่มูลค่าที่пенตัวเลขทางการเงินหรือสร้างค่าแทนทางการเงิน (Financial Proxy) เพื่อให้ผลลัพธ์ทางสังคมสามารถวัดค่าเป็นตัวเลขทางการเงินได้ (4) การปรับมูลค่าของผลลัพธ์ ได้แก่ ปัจจัยสนับสนุน (Attribution) คือ การยอมรับว่าองค์กรอื่นอาจมีส่วนสร้างผลลัพธ์ที่คล้ายคลึงกันได้หรือองค์กรที่ได้รับการประเมินไม่ได้ทำงานในประเด็นสังคมนั้นๆเพียงองค์กรเดียว อัตราสูญเปล่า (Deadweight) การยอมรับว่าผลลัพธ์บางส่วนอาจเกิดขึ้นเองได้ต่อให้ไม่มีองค์กรไหนทำงานได้ อัตราทดแทน (Displacement) คือ การยอมรับว่าผลลัพธ์บางส่วนอาจไม่ใช้ส่วนเพิ่มแต่เป็นการทดแทนผลลัพธ์ที่อื่น การถดถอยของผลลัพธ์ (Drop-off) ในกรณีที่ประมาณการผลลัพธ์ทางสังคมในอนาคตต่อช่วงเวลามากกว่า 1 ปีโดยที่องค์กรจะไม่มีการลงทุนเพิ่มเติมระหว่างช่วงเวลาดังกล่าว ทั้งนี้ต้องหลีกเลี่ยงการกล่าวอ้างเกินจริงในตัวเลขผลกระทบหรือผลลัพธ์ที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสีย อ้างอิงเฉพาะคุณค่าที่องค์กรรับผิดชอบในการสร้างขึ้น (5) คำนวณผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน ตัวเลขออกมาเป็นมูลค่าทางการเงินที่เป็นมูลค่าปัจจุบัน (Net Present Value: NPV) และวิเคราะห์ความเคลื่อนไหว (Sensitivity Analysis) ในบางกรณีอาจจะคำนวณในรูปแบบของระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) ทั้งนี้ SROI คำนวณได้จาก มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนทั้งหมด (Total Present Value) หักด้วยมูลค่าของเงินที่ลงทุน (Investment Value) หากพบว่า SROI มีค่ามากกว่า 1 หมายถึง มีมูลค่าทางสังคมเพิ่มขึ้นคุ้มค่าแก่การดำเนินกิจกรรม ถ้า SROI มีค่าเท่ากับ 1 หมายถึง ผลการดำเนินกิจกรรมไม่สร้างผลประโยชน์หรือผลตอบแทน และถ้า SROI มีค่าน้อยกว่า 1 หมายถึง ผลการดำเนินกิจกรรมไม่ก่อให้เกิดผลตอบแทน และขั้นตอนสุดท้าย (6) สรุปผลการวิเคราะห์ SROI จัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Kongmanee et al., 2018)

แนวคิดทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง

ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงคือ การคิดเชิงตรรกะ อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย กระบวนการ และผลลัพธ์ เพื่อบรรลุเป้าหมายและสร้างการเปลี่ยนแปลง โมเดลเชิงตรรกะยังถูกเปรียบเทียบกับเป็นแผนที่เชิงกลยุทธ์ในการทำงานองค์กรที่แสดงความเชื่อมโยงกิจกรรมการเรียนรู้ไปสู่กระบวนการ นำไปสู่ผลลัพธ์ที่เกิดกับผู้รับประโยชน์ และเป้าหมายขององค์กรหรือโครงการ ประกอบด้วย 5 ส่วน ได้แก่ ปัจจัยนำเข้า (Inputs) กิจกรรม (Activities) ผลผลิต (Outputs) ผลลัพธ์ (Outcomes) และผลกระทบ (Impacts) ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงเป็นเครื่องมือที่สำคัญสำหรับการประเมินผลกระทบและการวางแผนการปฏิบัติ เพื่อบรรลุผลลัพธ์ที่เป้าหมายและสร้างการเปลี่ยนแปลงที่ตั้งใจไว้ การใช้ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงช่วยให้เกิดการเรียนรู้และนำไปสู่การประเมินการกระทำอย่างเป็นระบบและมุ่งเน้นสิ่งที่สำคัญสำหรับองค์กรและสังคม ซึ่งมีประโยชน์ในการประเมินผลกระทบและการวางแผนนโยบาย (Srakawee, 2021) นอกจากนี้ Rogers (2014) อธิบายทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงเป็นแนวคิดกระบวนการที่แสดงในรูปของแผนภาพ กรอบของผลลัพธ์ ปัจจัยแทรกแซงแต่ละตัวจะเป็นผลลัพธ์ในกรอบเชิงสาเหตุ (Causal Framework) และเป็นเครื่องมือแก้ปัญหาที่ใช้อธิบายผลลัพธ์ที่เป็นไปได้ ด้วยการอธิบายชนิดของปัจจัยแทรกแซง (Interventions) มุ่งเน้นความเชื่อมโยงของห่วงโซ่ผลลัพธ์จากกิจกรรม (Activities) ผลผลิต (Outputs)

นำมาสู่ผลลัพธ์ (Outcomes) และเป็นเครื่องมือแก้ปัญหาที่ใช้อธิบายผลลัพธ์ที่เป็นไปได้ โดยมุ่งเน้นความเชื่อมโยงของห่วงโซ่ผลลัพธ์ และมีประโยชน์ในการวางแผนและประเมินงานเชิงนโยบายให้เห็นผลลัพธ์ชั้นกลางและสาเหตุ สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการเรียนรู้จากการประเมินผลกระทบในโครงการ และนำไปใช้กับโครงการอื่นในอนาคตได้

แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตร

การสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรเกิดจากการแปรสภาพผลิตผลทางการเกษตรให้เป็นสินค้าที่มีความคุ้มค่า และตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้อย่างเหมาะสม โดยการแปรรูปและการปรับปรุงกระบวนการผลิต ทำให้สินค้ามีคุณภาพและมูลค่ามากขึ้น ซึ่งการแปรรูปนั้นสามารถทำได้ในหลายรูปแบบ การสร้างมูลค่าเพิ่มยังมีปัจจัยหลายอย่าง เช่น การจัดการด้านโลจิสติกส์เพื่อลดต้นทุน การรณรงค์เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม เช่น การทำเกษตรอินทรีย์ และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าและความสวยงาม ตัวอย่าง การส่งเสริมวิสาหกิจเกษตรฐานชีวภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่น (Department of Agricultural Extension, 2023) ด้วยการส่งเสริมกิจการของชุมชนในการพัฒนาสินค้าจากฐานชีวภาพที่มีอยู่ในแต่ละท้องถิ่นที่สอดคล้องกับโมเดลเศรษฐกิจ BCG และพัฒนาทักษะการบริหารจัดการ การผลิต การตลาด ให้เหมาะสมตามศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน โดยร่วมกับหน่วยงานวิจัยและสถาบันการศึกษาในการพัฒนาสินค้าเพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างรายได้ให้กับชุมชน มี 6 วิสาหกิจชุมชนเป็นต้นแบบ ได้แก่ 1) วิสาหกิจชุมชนเลิศสุขสม กรุงเทพมหานคร นำเตยหอมในชุมชนมาพัฒนาเป็นกระดาดสาใบเตย แล้วนำไปผลิตเป็นดอกไม้จันทร์และพวงหรีด 2) วิสาหกิจชุมชนเกษตรชนบทบ้านหัวสระ จังหวัดราชบุรี นำมะนาวน้ำผึ้งมาพัฒนาเป็นเยลลี่มะนาวน้ำผึ้ง 3) วิสาหกิจชุมชนคลองน้ำเค็มทันใจ จังหวัดจันทบุรี นำมังคุดมาพัฒนาเป็นแปงฝู้นกแก้วจากสารสกัดเปลือกมังคุด 4) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรคนปงยังมา จังหวัดเชียงใหม่ นำน้ำมันงาดิบมาพัฒนาเป็นน้ำมันงาสกัดเย็น 5) วิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรบ้านนาเวียง จังหวัดยโสธร นำถั่วลิสงมาพัฒนาเป็นถั่วลิสงเคลือบน้ำผึ้ง และ 6) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มพัฒนาและแปรรูปการเกษตรหาดบ้านเป็ด จังหวัดนครศรีธรรมราช นำมะพร้าวมาพัฒนาเป็นสครับมะพร้าวสมุนไพรและเจลลี่เจลน้ำมันมะพร้าว นอกจากนี้ในงานวิจัยของ Thonglim (2022) พบว่าวิสาหกิจชุมชนบ้านคลองน้ำเค็มดำเนินธุรกิจแปรรูปมังคุด มีจุดแข็งด้านการเข้าถึงวัตถุดิบ มีจุดอ่อนด้านแรงงานและเงินทุน การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนยังขาดการวางแผนและระบบการทำงานที่ชัดเจน และการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า จากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าเกษตรแปรรูปมากที่สุด แนวทางที่สำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จในระดับที่สูงขึ้นคือการออกแบบความคิดของผู้นำในการกำหนดทิศทางและเป้าหมายของธุรกิจ

แนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน (Participation Role)

การมีส่วนร่วม เป็นกระบวนการที่ทำให้ความต้องการและคุณค่าของสาธารณชนได้ถูกบรรจุรวมไว้ในกระบวนการตัดสินใจของภาครัฐและองค์กรการค้า การมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการสื่อสารสองทางที่ก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันเพื่อให้ได้มาซึ่งการตัดสินใจที่ดีขึ้นที่ได้รับการสนับสนุนจากสาธารณชน ซึ่ง Creighton (2005) ได้นิยามการมีส่วนร่วมว่าประกอบไปด้วย 1) การประยุกต์ใช้กับการตัดสินใจเพื่อการบริหาร 2) การก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์กรที่มีหน้าที่ตัดสินใจและผู้ที่ต้องการมีส่วนร่วม 3) การเกิดขึ้นอย่างมีขั้นตอน และ 4) การก่อให้เกิดผลกระทบต่อการตัดสินใจใดๆที่จะเกิดขึ้น การมีส่วนร่วมจึงเป็นกระบวนการต่อเนื่องที่มีลำดับตั้งแต่ การการแจ้งต่อสาธารณะ การรับฟังสาธารณชน การเข้าร่วมในการแก้ไขปัญหา และการพัฒนาเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อตกลง ทั้งนี้ผลจากที่ชุมชนได้มีส่วนร่วม โดยร่วมมือร่วมใจกันในการคิดการวางแผนและแนวทางในการพัฒนาขึ้น จะนำไปสู่การยกระดับด้านชีวิตและความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่ดีขึ้น ทำให้เป็นที่รู้จักของคนภายนอก สร้างรายได้ให้คนในพื้นที่และกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อไป (Aiphong, 2022)

แนวคิดการออกแบบโมเดลธุรกิจเพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ

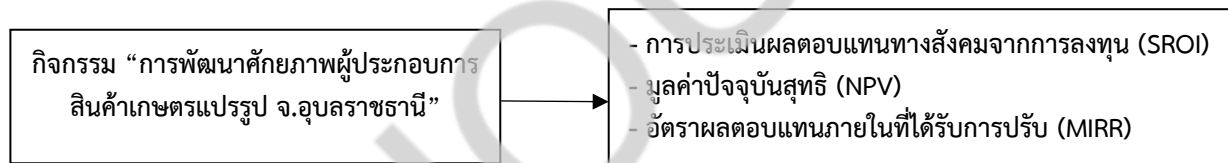
แนวคิดการออกแบบโมเดลธุรกิจของ Osterwalder & Pigneur (2010) ช่วยให้นักธุรกิจที่มีประสบการณ์หรือเพิ่งเริ่มต้นสามารถเข้าใจโครงสร้างของธุรกิจได้อย่างละเอียดเพียงแผ่นเดียว ซึ่งจะช่วยให้พวกเขาสามารถปรับกลยุทธ์องค์กรให้เติบโตและเพิ่มกำไรได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ด้วยโมเดลธุรกิจ 9 ช่อง โมเดลนี้ช่วยให้ธุรกิจสามารถวางแผนกลยุทธ์และการตลาดได้อย่างเป็นระบบและชัดเจนมากขึ้น และสามารถปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงได้อย่างทันท่วงทีเพื่อตอบสนองต่อเปลี่ยนแปลงในตลาดและเพิ่มประสิทธิภาพของธุรกิจให้มากขึ้น ดังนั้น การใช้โมเดลธุรกิจจะช่วยให้ธุรกิจเข้าใจปัญหาและโอกาสได้ดียิ่งขึ้น และหาทางป้องกันแก้ไขปัญหาต่างๆ รวมทั้งเพิ่มกระแสรายได้ให้มากขึ้น และลดต้นทุนให้เหมาะสมสำหรับธุรกิจ และในงานของ Raisni (2020) ระบุว่า ทุกธุรกิจสามารถพัฒนากลยุทธ์ใหม่เพื่อรับมือกับการแข่งขัน



ในปัจจุบันและอนาคตกับธุรกิจคู่แข่งได้ หลังจากทำ Business Model Canvas (BMC) นักวิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ SWOT เพื่อระบุปัจจัยที่สำคัญในการเปลี่ยนแปลง BMC ผลการวิเคราะห์ BMC แสดงให้เห็นว่า XYZ Institute ต้องการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การตลาดเพื่อเชื่อมโยงกับโรงเรียนและวิชาชีพอย่างเต็มที่ หรือในงานวิจัยของ Aphibunyopas & Klamsaengsai (2020) ใช้เครื่องมือนี้ในการวิเคราะห์และจัดทำรูปแบบธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนเพื่อพัฒนาธุรกิจ ดังนั้นจะเห็นได้ว่า โมเดลธุรกิจเป็นเครื่องมือที่ได้รับความนิยมจากนักวิจัย นำมาใช้ในการศึกษา วิเคราะห์ หรือพัฒนาแผนธุรกิจ และในงานวิจัยสมัยใหม่ ได้นำเอา BMC มาใช้เพื่อเป็นเครื่องมือในการพัฒนาแผนธุรกิจ หรือนำมาใช้เพื่อการปรับปรุงธุรกิจ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ

กรอบแนวคิดการวิจัย

การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนโครงการทุนพัฒนาอาชีพด้านสินค้าเกษตรแปรรูป จังหวัดอุบลราชธานี เป็นการประเมินจากกิจกรรมการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการสินค้าเกษตรแปรรูป ประกอบด้วย 4 กิจกรรม ประกอบด้วย 1) กิจกรรมการอนุรักษ์: เป็นการกำหนดสินค้าเกษตรแปรรูปของ 4 ตำบล 2) กิจกรรมการอบรม: การพัฒนาทักษะด้านการผลิต การออกแบบบรรจุภัณฑ์ เป็นกระบวนการซึ่งเน้นการมีส่วนร่วมของผู้เชี่ยวชาญหลากหลาย ในการตั้งโจทย์ นำเสนอแนวคิด และพัฒนารายละเอียดต่างๆ ของผลิตภัณฑ์จนสำเร็จเป็นสินค้าที่พร้อมทำการผลิต 3) การเพิ่มพูนความรู้: การอบรมเชิงปฏิบัติการ การบริหารจัดการ การเป็นผู้ประกอบการ การคำนวณต้นทุนการผลิต การส่งเสริมการขาย และการขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้า โดยเรียนรู้และการทำการขายสินค้าจริงในแพลตฟอร์มตลาดออนไลน์ Shopee Tiktok ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มการขายที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน และ 4) การปฏิบัติการขาย เพื่อสร้างการรับรู้แก่คนในสังคมเกี่ยวกับการยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการสินค้าเกษตรแปรรูป ใน 4 ตำบล ซึ่งเป็นพื้นที่บริการของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ในมิติมูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น (รายได้เพิ่มขึ้น) และคุณค่าของอาชีพเกษตรกรที่ได้รับการอนุรักษ์สืบสานและต่อยอดการนำไปใช้ในวงกว้างโดยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคชุมชนในจังหวัดอุบลราชธานีต่อไป จากการดำเนินกิจกรรมทั้ง 4 กิจกรรม นำไปสู่การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) ซึ่งมีกรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่อง การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน โครงการทุนพัฒนาอาชีพด้านสินค้าเกษตรแปรรูป จังหวัดอุบลราชธานี เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) พื้นที่ในการดำเนินงานวิจัย ประกอบไปด้วย 4 ตำบล ได้แก่ ต.คำขวาง ต.เมืองศรีโค ต.โพธิ์ใหญ่ และ ต.คูเมือง เนื่องจากเป็นพื้นที่รอบเขตบริการของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี เป็นชุมชนที่ทำการเกษตร มีฐานความรู้และมีศักยภาพด้านทุนมนุษย์ ทุนสถาบันและทุนภูมิปัญญาแต่ยังขาดการพัฒนาสินค้าเกษตรแปรรูปของชุมชน ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยอย่างเป็นขั้นตอน ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ เกษตรกรที่อยู่ในพื้นที่รอบเขตบริการของ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ประกอบอาชีพด้านการเกษตร เช่น ทำนา ทำไร่ ได้แก่ ปลูกข้าว ทำสวนผัก ในพื้นที่ตำบลคำขวาง ตำบลเมืองศรีโค ตำบลคูเมือง และตำบลโพธิ์ใหญ่ ซึ่งเป็นพื้นที่รอบเขตบริการของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

กลุ่มตัวอย่าง คือ เกษตรกรที่อยู่ในพื้นที่รอบเขตบริการของ ม.อุบลราชธานี ที่มีฐานความรู้และมีศักยภาพด้านทุนมนุษย์ แต่ยังขาดการยกระดับการพัฒนาสินค้าเกษตรแปรรูป การกำหนดขนาดตัวอย่างโดยกลุ่มเป้าหมายใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) ใช้วิธีการสุ่มโดยใช้ความสะดวก โดยเป็นผู้ที่มีความสนใจและสมัครใจเข้าร่วมโครงการฯ โดยผ่านการประเมินศักยภาพในการเข้าร่วมโครงการฯ ได้แก่ ต.คำขวาง จำนวน 18 คน ต.เมืองศรีโค จำนวน 22 คน

ต.โพธิ์ใหญ่ จำนวน 23 คน และ ต.คูเมือง จำนวน 17 คน รวมทั้งสิ้น 80 คน ซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก (Stakeholders) ในงานวิจัยนี้ ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลเพื่อการประเมินผลตอบแทนทางสังคม ตั้งแต่ 1 สิงหาคม 2566 - 1 สิงหาคม 2567

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

คณะผู้วิจัยจะใช้เครื่องมือในการดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพในการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ประกอบด้วย

1. แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เชิงลึกกึ่งโครงสร้าง (Semi-structure Interview) ในการประเมินโครงการฯ โดยคณะผู้วิจัยได้สังเคราะห์แนวคิดของนักวิชาการที่เกี่ยวข้อง เป็นเครื่องมือในการดำเนินโครงการหรือข้อคำถามที่ใช้วัดตัวแปรและเนื้อหาต่างๆในแบบสอบถาม ครอบคลุมแนวคิดต่างๆ ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ตรงประเด็นและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ในการวัดตัวแปรคณะผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรม เพื่อกำหนดหัวข้อหรือประเด็นไว้กว้างๆ ล่วงหน้า ผ่านการตรวจหาคุณภาพของเครื่องมือจากผู้ทรงคุณวุฒิ ประกอบด้วย ข้อคำถามในการดำเนินกิจกรรมผลลัพธ์ด้านเศรษฐกิจ สังคม ผลประโยชน์ที่ได้รับและสัดส่วนการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ได้แก่ รายได้ อาชีพและเครือข่ายที่เพิ่มขึ้น ตามหลักการที่สำคัญของการประเมินผลตอบแทนทางสังคมที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีบทบาทสำคัญที่สุดต่อการให้ข้อมูล เพื่อวิเคราะห์ SROI (Setthasakko, 2020) ซึ่งการประเมิน SROI มีข้อจำกัดอยู่หลายประการ เช่น ต้องใช้ทักษะการประเมินผลตอบแทนทางสังคม การเงินและการบัญชีขั้นพื้นฐานในการจัดทำ การประเมินผลตอบแทนทางสังคม การสร้างตัวแทนทางการเงินเพื่อนำมาแปลงค่า การหามูลค่าปัจจุบันการกำหนดอัตราผลตอบแทน การกำหนดค่าของทุน และผลลัพธ์ต่อองค์การสร้างสมมติฐานซึ่งอาศัยความระมัดระวังค่อนข้างมาก ด้วยการพยายามลดความเสี่ยงจากการวิจัยให้เหลือน้อยที่สุด (Minimize Risk) เพื่อไม่ให้วัดอ้างเกินจริง (Over-Claim) ซึ่งในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงตัวเลขได้กำหนดอัตราคิดลดร้อยละ 3.50 ซึ่งได้จากการประเมินจากผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ รายไตรมาส 2566 (Office of the National Economic and Social Development Council, 2022)

2. ใช้การสนทนากลุ่ม (Focus Group) สำหรับการรวบรวมประเด็นเกี่ยวกับทรัพยากรในพื้นที่ การวิเคราะห์ศักยภาพและความต้องการพัฒนาอาชีพในปัจจุบันเพื่อนำไปสู่การหาแนวทางในการยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการสินค้าเกษตรแปรรูป และการปรับปรุงมูลค่าผลลัพธ์ที่เหมาะสม โดยระดมความคิดเห็นร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในงานวิจัย 3) ใช้การอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการสินค้าเกษตรแปรรูป โดยจะเป็นการร่วมสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรแปรรูป เพื่อนำไปสู่การสร้างอาชีพใหม่ การต่อยอดทางธุรกิจ ทักษะการเป็นผู้ประกอบการ การสร้างรายได้ การออกแบบและการตลาด เทคนิคการขาย และการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ โดยการบูรณาการศาสตร์ต่างๆ จากองค์ความรู้ของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ไม่ว่าจะเป็นด้านเกษตรศาสตร์ บริหารศาสตร์ การออกแบบและการตลาด เป็นต้น

ในการตรวจสอบเครื่องมือวิจัย คณะผู้วิจัยออกแบบและพัฒนาเครื่องมือวิจัยโดยมีผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยการนำแบบสอบถามที่ผ่านการออกแบบตามวัตถุประสงค์การวิจัยแล้ว ให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในเรื่องที่เกี่ยวข้อง พิจารณาข้อคำถามแต่ละข้อในแบบสอบถามว่ามีความเกี่ยวข้องกันและครอบคลุมเนื้อหาในงานวิจัยหรือไม่ จากนั้นนำมาคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับลักษณะพฤติกรรมที่ต้องการศึกษาตามวัตถุประสงค์การวิจัย (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยเกณฑ์ในการยอมรับคือ IOC มากกว่า 0.5 ขึ้นไป มีค่า IOC เฉลี่ยรวมเท่ากับ 0.96 จากนั้นจะปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะเพื่อที่จะสามารถนำไปใช้ในการรวบรวมข้อมูลภาคสนามให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้กำหนดรอบระยะเวลา 1 ปี ในการเก็บข้อมูลเพื่อการประเมินผลตอบแทนทางสังคม ตั้งแต่ 1 สิงหาคม 2566 - 1 สิงหาคม 2567 ดำเนินการรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ซึ่งใช้วิธีการวิจัยเชิงเอกสารร่วมกับวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ จากเครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และรวบรวมข้อมูลโดยใช้การแจกแบบสอบถามและการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง รวมถึงการอภิปรายกลุ่มย่อย นำข้อมูลที่ได้มารวบรวมดำเนินการวิเคราะห์เนื้อหา สรุปผลการศึกษา และนำเสนอผลการศึกษา ในการศึกษาเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการวิจัยและพัฒนา รูปแบบการประเมินมีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้ 1) การประชุมเชิงปฏิบัติการในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการประเมินโครงการตามรูปแบบประเมินที่ได้พัฒนาขึ้น 2) การสนทนา โดยการจัดให้มีการสนทนาเป็นกลุ่มๆ ตามกลุ่มของผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยที่ร่วมเป็นกลุ่ม มีผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการสนทนา เกี่ยวกับการตั้งประเด็น การสนทนา และมีผู้ช่วยนักวิจัยเป็นผู้บันทึกการสนทนาพร้อมทั้ง



ตั้งประเด็นการสนทนาเสริม โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกในลักษณะการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ที่เกี่ยวข้องกับผลลัพธ์ด้านเศรษฐกิจ ผลลัพธ์ด้านสังคม 3) การวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินผลลัพธ์ทางสังคมจากการดำเนินโครงการฯ โดยการวิเคราะห์เนื้อหา สรุปผลเป็นแผนที่ผลลัพธ์ ประกอบด้วย ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ กิจกรรม ผลผลิตและผลลัพธ์ที่เกิดจากการดำเนินโครงการฯ และ 4) การวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนในโครงการฯ โดยการคำนวณหาอัตราส่วนผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนเพื่อเปรียบเทียบกับมูลค่าการลงทุนในงบประมาณโครงการฯ ทุก 1 บาท ที่ใช้ไป ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาตรวจสอบความครบถ้วนของเนื้อหาว่าครอบคลุมทุกวัตถุประสงค์หรือไม่ก่อนนำมาตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล โดยนำข้อมูลจากเอกสารการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตแบบมีส่วนร่วมมาตรวจสอบความถูกต้องและความน่าเชื่อถือว่าเป็นไปในทิศทางเดียวกันหรือไม่ ก่อนนำไปวิเคราะห์ข้อมูลโดยจำแนกตามวัตถุประสงค์ประเด็นการศึกษา สังเคราะห์เพื่อให้ได้ภาพรวมภายใต้แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องของการดำเนินโครงการแบบองค์รวม สรุปผลการศึกษาและนำเสนอโดยการพรรณนาความ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ในการวิเคราะห์ผลข้อมูลของการศึกษาแต่ละระยะตามแผนการดำเนินการวิจัยด้วยการจัดทำกรอบการวิเคราะห์ (Framework Analysis) ร่วมกับแนวคิดของการวิจัยที่เป็นประเด็นของการศึกษาและการวิเคราะห์ผลการศึกษา

ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนโครงการทุนพัฒนาอาชีพด้านสินค้าเกษตรแปรรูป จังหวัดอุบลราชธานี กิจกรรมการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการสินค้าเกษตรแปรรูป เป็นดังนี้

1. กำหนดขอบเขตการประเมิน SROI การศึกษานี้กำหนดระยะเวลา 1 ปี ในการเก็บข้อมูลเพื่อการประเมินผลตอบแทนทางสังคม ตั้งแต่ 1 สิงหาคม 2566 – 1 สิงหาคม 2567 จากการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ ข้อมูลพื้นฐาน (Base Line) รายงานวิจัย เอกสารที่เกี่ยวข้อง สัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) และทำความเข้าใจกระบวนการและเป้าหมายของการประเมินผลลัพธ์ทางสังคมของโครงการฯ จัดทำร่างเพื่อตรวจสอบการเปลี่ยนแปลงที่ตั้งใจให้เกิด (Intended Change) และการเปลี่ยนแปลงที่ไม่ได้ตั้งใจให้เกิด (Unintended Change) โดยตรวจสอบข้อมูลร่วมกับนักวิจัยที่รับผิดชอบกิจกรรมต่างๆ ภายใต้โครงการวิจัยโดยดำเนินการประเมินผลลัพธ์ทางสังคมบางส่วน และไม่ประเมินผลลัพธ์ทางสังคมสำหรับกิจกรรมที่ดำเนินการในลักษณะที่จัดขึ้นเพียงครั้งเดียว (Event) ตลอดจนลงพื้นที่ร่วมกับนักวิจัยในโครงการฯ เพื่อรวบรวมข้อมูลโดยการสังเกต สัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เกี่ยวข้อง รวมถึงเอกสารต่างๆ ภายในโครงการและผู้เข้าร่วมกิจกรรมของโครงการ เป็นต้น สามารถแสดง Logic Model ของกิจกรรมการพัฒนาผู้ประกอบการสินค้าเกษตรแปรรูป จังหวัดอุบลราชธานี ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดง The Logic Model กิจกรรมการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการสินค้าเกษตรแปรรูป

Topic	The Logic Model and Theory of Change (Ex-Ante and Ongoing Evaluation)
Research Project	พัฒนาผู้ประกอบการสินค้าเกษตรแปรรูป จังหวัดอุบลราชธานี
Objective	เพื่อยกระดับและการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านเกษตรแปรรูปให้กับเกษตรกรในพื้นที่รอบเขตมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
ขอบเขตการศึกษา	การประเมินผลลัพธ์ทางสังคมกิจกรรมพัฒนาผู้ประกอบการสินค้าเกษตรแปรรูป ในครั้งนี้เป็นแบบการประเมินแบบ Ex-Ante and Ongoing Evaluation
Intended change	ถ้าให้ความรู้และส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรแปรรูปให้กับเกษตรกรแล้ว จะเป็นการยกระดับศักยภาพของเกษตรกรในชุมชนพื้นที่รอบเขตบริการมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี เป็นผู้ประกอบการสินค้าเกษตรแปรรูปมีฐานะทางเศรษฐกิจดีขึ้น ส่งเสริมการอนุรักษ์วิถีชุมชนสินค้าเกษตรแปรรูป และกระตุ้นให้เกิดการสร้างอาชีพ สร้างความยั่งยืนด้านการเกษตรต่อไป

ตารางที่ 1 (ต่อ)

Topic	The Logic Model and Theory of Change (Ex-Ante and Ongoing Evaluation)	
Activities	กิจกรรมการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการสินค้าเกษตรแปรรูป จังหวัดอุบลราชธานี ได้แก่ 1. การอนุรักษ์: การกำหนดสินค้าเกษตรแปรรูปในชุมชน 2.การอบรม: การพัฒนาทักษะด้านการผลิต 3. การเพิ่มพูนความรู้: การอบรมเชิงปฏิบัติการ การบริหารจัดการ การเป็นผู้ประกอบการ การคำนวณต้นทุนการผลิต การส่งเสริมการขาย และการขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้า 4. ปฏิบัติการการขาย	
Inputs	งบประมาณ , นักวิจัย มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี	
Outputs	1. ได้สินค้าเกษตรแปรรูป จำนวน 4 ผลิตภัณฑ์ 2. มีผู้ประกอบการสินค้าเกษตรแปรรูป 4 กลุ่ม	
Expected Outcomes	1. คุณภาพชีวิต (ด้านรายได้) ดีขึ้น 2. เกิดความภาคภูมิใจ 3. การพัฒนาและการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าเกษตร 4. การพัฒนาผู้ประกอบการด้านการเกษตร การบริหารจัดการ การเป็นผู้ประกอบการ การส่งเสริมการขาย และการขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้า 5. การกระจายรายได้ในธุรกิจสินค้าเกษตรแปรรูป 6. ส่งเสริมการอนุรักษ์วิถีชุมชนสินค้าเกษตรแปรรูป กระตุ้นให้เกิดการสร้างอาชีพ สร้างความยั่งยืนด้านการเกษตรต่อไป	
Time	ระยะเวลาในการวิเคราะห์ 1 ปี	
Key Assumptions:		A Short Narrative:
1. ถ้าเข้าสู่กระบวนการวิจัยเพื่อพัฒนาทำให้เกิดการแปรรูปสินค้าเกษตร เกษตรกรจะมีฐานะทางเศรษฐกิจดีขึ้น 2. ประชาชนและหน่วยงานภาครัฐและเอกชนให้ความร่วมมือ 3. ชุมชนในพื้นที่รอบเขตบริการมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี มีความสนใจและร่วมมือกันผลิตเป็นอย่างดี		กระบวนการดำเนินการ นักวิจัยโครงการใช้ 1. แนวคิดการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) 2. แนวคิดทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง 3. แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตร 4. แนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน 5. แนวคิดการออกแบบโมเดลธุรกิจเพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการสินค้าเกษตรแปรรูป

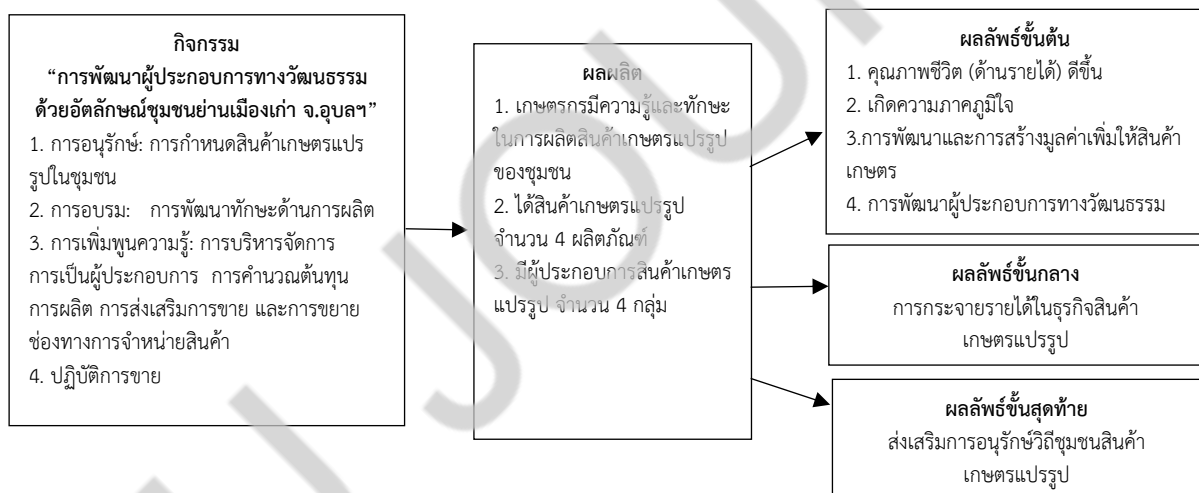
จากตารางที่ 1 พบว่า เป็นการแสดง Logic Model ของกิจกรรมการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการสินค้าเกษตรแปรรูป จังหวัดอุบลราชธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับและการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านสินค้าเกษตรแปรรูปให้กับเกษตรกรในพื้นที่รอบเขตมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี เป็นการประเมินแบบ Ex-Ante and Ongoing Evaluation มีกรอบระยะเวลาระยะเวลาในการวิเคราะห์ 1 ปี มีข้อสมมติสำคัญคือ 1) ถ้าเข้าสู่กระบวนการวิจัยเพื่อพัฒนาทำให้เกิดการแปรรูปสินค้าเกษตร เกษตรกรจะมีฐานะทางเศรษฐกิจดีขึ้น 2) ประชาชนและหน่วยงานภาครัฐและเอกชนให้ความร่วมมือ และ 3) ชุมชนในพื้นที่รอบเขตบริการมหาวิทยาลัยอุบลราชธานีมีความสนใจและร่วมมือกันผลิตเป็นอย่างดี กระบวนการดำเนินการ นักวิจัยโครงการใช้ 1) แนวคิดการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) 2) แนวคิดทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง 3) แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตร 4) แนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน และ 5) แนวคิดการออกแบบโมเดลธุรกิจเพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการสินค้าเกษตรแปรรูป

2. วิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Analysis) และ ระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Identify Stakeholder) นำผลที่ได้จากการศึกษาในข้อ 1 มาวิเคราะห์ ทำให้ทราบถึงประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยจะวางแผนรวบรวมข้อมูล และกำหนดวิธีรวบรวมข้อมูลที่เหมาะสมต่อไป จากการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ในงานวิจัยนี้คือ ผู้ประกอบการสินค้าเกษตรแปรรูป จำนวน 80 คน เป็นอาสาสมัครที่มีความสนใจอยากที่สร้างอาชีพ สร้างความยั่งยืนด้านสินค้าเกษตร



แปรรูป ควรนำเข้ามาพิจารณาวัตถุดิบทางสังคมเพราะเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์โดยตรงจากโครงการวิจัยฯ และสามารถบอกแหล่งที่มา (Attribution) ได้ ประกอบด้วย 1) ผู้ประกอบการสินค้าเกษตรแปรรูปด้านอาหาร ได้แก่ ไส้กรอกสมุนไพรอีสาน ต.คำขวาง จำนวน 18 คน ข้าวแต่น้ำแดงโม ต.เมืองศรีโค จำนวน 22 คน และกล้วยอบเนย ต.โพธิ์ใหญ่ จำนวน 23 คน 2) ผู้ประกอบการสินค้าเกษตรแปรรูปด้านทรัพยากรท้องถิ่น ได้แก่ ดินเศรษฐี ต.คูเมือง จำนวน 17 คน

หลังจากที่กำหนดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเรียบร้อยแล้ว จะระบุกิจกรรม ผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบ เพื่อเข้าใจสิ่งที่มีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งเกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้เสีย ตามทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงโดยสรุปความเชื่อมโยงจากกิจกรรม นำเข้าไปสู่ผลผลิตและผลลัพธ์ของโครงการ ได้เป็นทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง (Theory of Change) ที่ว่า “ถ้าให้ความรู้ และส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรแปรรูปให้กับเกษตรกรแล้ว จะเป็นการยกระดับศักยภาพของเกษตรกรในชุมชนพื้นที่รอบเขตบริการมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี เป็นผู้ประกอบการสินค้าเกษตรแปรรูปมีฐานะทางเศรษฐกิจดีขึ้น ส่งเสริมการอนุรักษ์วิถีชุมชนสินค้าเกษตรแปรรูป และกระตุ้นให้เกิดการสร้างอาชีพ สร้างความยั่งยืนด้านการเกษตรต่อไป” มีกิจกรรม 1) การอนุรักษ์: การกำหนดสินค้าเกษตรแปรรูปในชุมชน 2) การอบรม : การพัฒนาทักษะด้านการผลิต 3) การเพิ่มพูนความรู้: การอบรมเชิงปฏิบัติการ การบริหารจัดการ การเป็นผู้ประกอบการ การคำนวณต้นทุนการผลิต การส่งเสริมการขาย และการขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้า และ 4) ปฏิบัติการการขาย สำหรับการเปลี่ยนแปลงที่ตั้งใจให้เกิด (Intended Change) ได้แก่ 1) คุณภาพชีวิต(ด้านรายได้) ดีขึ้น 2) เกิดความภาคภูมิใจ 3) การพัฒนาและการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าเกษตร และ 4) การกระจายรายได้ในธุรกิจสินค้าเกษตรแปรรูป ส่วนการเปลี่ยนแปลงที่ไม่ได้ตั้งใจให้เกิด (Intended Change) ได้แก่ 1) เกิดความภาคภูมิใจ 2) ความรู้สึกที่ต้องการแบ่งปันสิ่งดีๆ ให้กับชุมชน 3) การแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์การผลิต และการช่วยเหลือซึ่งกัน และกันระหว่างชุมชน และ 4) กระตุ้นให้เกิดการสร้างอาชีพ สร้างความยั่งยืนด้านการเกษตรต่อไป สามารถแสดงแผนที่ผลลัพธ์ (Outcome Mapping) ของกิจกรรม ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แผนที่ผลลัพธ์ของกิจกรรมการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการสินค้าเกษตรแปรรูป จ.อุบลราชธานี

3. การจัดทำห่วงโซ่ผลลัพธ์ (Impact Value Chain) รวบรวมข้อมูลในพื้นที่ที่ได้จากข้อ 1 และข้อ 2 ร่วมกับข้อมูลที่ได้จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้วยการสนทนากลุ่ม (Focus Group) การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ร่วมกับการจัดสนทนากลุ่ม และใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เพื่อจัดทำห่วงโซ่ผลลัพธ์ ทั้ง 4 กิจกรรมได้แก่ การอนุรักษ์ การอบรม การเพิ่มพูนความรู้ และปฏิบัติการการขาย ผลผลิตที่ได้คือ 1) เกษตรกรมีความรู้และทักษะในการผลิตสินค้าเกษตรแปรรูปของชุมชน 2) ได้สินค้าเกษตรแปรรูป จำนวน 4 ผลิตภัณฑ์ และ 3) มีผู้ประกอบการเกษตรแปรรูป จำนวน 4 กลุ่ม สำหรับผลลัพธ์ ประกอบด้วยผลลัพธ์ขั้นต้น ได้แก่ 1) คุณภาพชีวิต (ด้านรายได้) ดีขึ้น 2) เกิดความภาคภูมิใจ ที่ได้พัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าเกษตร และ 3) การพัฒนาผู้ประกอบการด้านการเกษตร การบริหารจัดการ การเป็นผู้ประกอบการ การส่งเสริมการขาย และการขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้า ผลลัพธ์ขั้นกลาง ได้แก่ การกระจายรายได้ในธุรกิจสินค้าเกษตรแปรรูป และผลลัพธ์ขั้นสุดท้าย ส่งเสริมการอนุรักษ์วิถีชุมชนสินค้าเกษตรแปรรูป กระตุ้นให้เกิดการสร้างอาชีพ สร้างความยั่งยืนด้านการเกษตรต่อไป

4. กำหนดตัวชี้วัด และการใช้ค่าแทนทางการเงิน (Financial Proxy) กับผลลัพธ์ทางสังคม กำหนดให้ตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจที่ใช้ คือ รายได้สุทธิที่เพิ่มขึ้น พบว่า มีจำนวน 138,297.60 บาทต่อปี ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการสินค้าเกษตรแปรรูป ทั้ง 4 ตำบล จำนวน 80 คน สำหรับตัวชี้วัดทางสังคม พบว่า มี 1) ความภาคภูมิใจในการแปรรูปสินค้าเกษตร ตัวชี้วัดความภูมิใจต่อผลิตภัณฑ์ (ภูมิใจที่สามารถนำสินค้าเกษตรที่ประกอบอาชีพอยู่แล้วมาแปรรูปเพื่อจำหน่ายและสามารถสร้างรายได้เพิ่มให้กับครอบครัว หรือเมื่อลูกค้าได้บริโภคอาหารเกษตรแปรรูปที่มีในชุมชน หรือได้ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ไปปลูกสะท้อนความภูมิใจ ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และร่วมกันแก้ไขปัญหาระหว่างสมาชิกเกษตรกรภายในกลุ่ม) สามารถกำหนดตัวชี้วัดทางสังคมได้แก่ Life Cycle ของผลิตภัณฑ์ ด้วยการสัมภาษณ์ลูกค้า/นักการตลาด โดยมีค่าแทนทางการเงิน คือ (ราคาเฉลี่ย/ Life Cycle (3ปี) x ความถี่ในการใส่หรือการใช้ ครั้ง/ปี x ปริมาณที่ขายต่อปี 2) การอนุรักษ์ สามารถกำหนดตัวชี้วัดทางสังคม ได้แก่ ค่าใช้จ่ายที่ลูกค้าเต็มใจจ่ายเพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาการทำการเกษตรโดยสัมภาษณ์จากลูกค้า และ 3) ค่าใช้จ่ายที่ลูกค้าเต็มใจจ่ายเพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาการทำการเกษตร สามารถกำหนดตัวชี้วัดทางสังคม ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการเรียนทำขนมไทย โดยมีค่าแทนทางการเงิน ได้แก่ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยหลักสูตรเรียนขนมไทย 1,300 บาทต่อหลักสูตรต่อคน (Tinnakorn, 2022)

5. กรณีฐาน (Base Case) เพื่อปรับปรุงมูลค่าผลลัพธ์ที่เหมาะสม ดังตารางที่ 2 (ภายใต้สมมติฐานที่ว่า Drop Off ตลอด 3 ปี) Attribution (กำหนดให้ Discount Rate = Interest Rate = 3.50%) รายละเอียดเป็นดังนี้

ตารางที่ 2 กรณีฐาน (Base Case)

ผลิตภัณฑ์	ค่าปัจจัยสนับสนุน (Attribution)	อัตรารัฐอุปถัมภ์ (Deadweight)	อัตราทดแทน (Displacement)	การถดถอยของผลลัพธ์ (Drop-off)
1. กล้วยฉาบอบเนย (ต.โพธิ์ใหญ่)	20%	10%	0	10%
2. ดินเศรษฐี (ต.คูเมือง)	20%	0	0	10%
3. ข้าวแต่น (ต.เมืองศรีโค)	20%	0	0	10%
4. ไส้กรอกสมุนไพรอีสาน (ต.คำขวาง)	20%	0	0	10%

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยสนับสนุน ของผลิตภัณฑ์ มีค่าเท่ากับร้อยละ 20 เนื่องจากมีองค์ความรู้ ความสามารถ ทักษะทุนเดิมของผู้มีส่วนได้เสียที่มีอยู่แล้วในแต่ละพื้นที่ นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานอื่นๆ ที่ให้กับสนับสนุน เช่น พัฒนาชุมชน สำนักงานเกษตรอำเภอ สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย คณะเกษตรศาสตร์ และ คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี กองทุนเพื่อความเสมอภาคทางการศึกษาที่ให้การสนับสนุนเงินลงทุน ขณะที่ความช่วยเหลือจากแหล่งอื่นๆ เป็นเพียงการให้ความรู้ และแนวทางในการประกอบอาชีพ เช่น สอนทำไม้กวาดสานตะกร้า ร้อยพวงมาลัย เป็นต้น ส่วนอัตรารัฐอุปถัมภ์ของผลิตภัณฑ์ มีค่าเท่ากับร้อยละ 10 สำหรับกลุ่มกล้วยฉาบอบเนย เนื่องจากปกติถ้าไม่มีโครงการนี้มาช่วยพัฒนาผู้ประกอบการ สมาชิกตั้งใจจะผลิตสินค้าเกษตรอย่างอื่นเพื่อจำหน่ายประมาณปีละ 1 ผลิตภัณฑ์ นอกนั้นก็ให้ความเห็นว่าไม่เคยคิดที่จะผลิตสินค้าเกษตรแปรรูปมาจำหน่าย อัตราทดแทนทุกผลิตภัณฑ์มีค่าเท่ากับ 0 เนื่องจากการจำหน่ายสินค้าแปรรูปการเกษตร ไม่มีผลทำให้ยอดขายของผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าคล้ายกันกับผู้ประกอบการมียอดขายที่ลดลง อีกทั้งผลกระทบที่เกิดขึ้นเป็นวงกว้างซึ่งอาจมีผลกระทบแต่ไม่ชัดเจนว่าไปกระทบกับใคร ขณะที่การถดถอยของผลลัพธ์ของผลิตภัณฑ์ มีค่าเท่ากับร้อยละ 10 เพราะการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมการแปรรูปสินค้าเกษตรนี้จะอยู่ได้ 1 ปี ถึงจะลดลง เนื่องจากเป็นสินค้าเกษตรแปรรูปของท้องถิ่นที่สามารถทำได้ง่าย

6. สรุปการลงทุนและผลตอบแทน (Discount Rate = Interest Rate = ร้อยละ 3.50) ดังตารางที่ 3



ตารางที่ 3 การคำนวณมูลค่าผลประโยชน์ที่ได้รับ

ผลิตภัณฑ์	ผลลัพธ์สุทธิที่ประเมินค่าได้ (ต่อปี)			มูลค่าผลลัพธ์รวม	มูลค่าปัจจุบัน (Present Value)
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3		
1.กล้วยฉาบอบเนย (ต.โพธิ์ใหญ่)	40,320.00	36,288.00	37,659.20	109,267.20	102,288.49
2.ดินเศรษฐี (ต.คูเมือง)	26,880.00	24,192.00	21,772.80	72,844.80	68,192.32
3.ข้าวแต่น้ำแดงโม (ต.เมืองศรีโค)	27,897.60	25,107.84	22,597.06	75,602.50	70,773.89
4.ไส้กรอกสมุนไพรอีสาน (ต.คำขวาง)	43,200.00	38,880.00	34,992.00	117,072.00	109,594.81
รวม	138,297.60	124,467.84	112,021.06	374,786.50	350,849.50

จากตารางที่ 3 พบว่า การคำนวณมูลค่าผลประโยชน์ที่ได้รับ พบว่า ผลลัพธ์สุทธิที่ประเมินค่าได้ (ต่อปี) ปีที่ 1 มีค่าเท่ากับ 138,297.60 บาท ปีที่ 2 มีค่าเท่ากับ 124,467.84 และปีที่ 3 มีค่าเท่ากับ 112,021.06 มีมูลค่าผลลัพธ์รวมเท่ากับ 374,786.50 บาท และมีมูลค่าปัจจุบัน เท่ากับ 350,849.50 บาท ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงผลตอบแทนการลงทุนทางสังคม โดยกำหนดให้ Discount Rate = Interest Rate = 3.50% (Bank of Thailand, 2023) เนื่องจากอัตราดอกเบี้ยนโยบายของธนาคารแห่งประเทศไทยอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกับ 3.50% ซึ่งสามารถใช้เป็นฐานในการกำหนดอัตราดอกเบี้ยสำหรับการคำนวณ SROI เพื่อให้สอดคล้องกับสภาวะเศรษฐกิจในประเทศ

มูลค่าผลประโยชน์ที่ได้รับ	350,849.50
มูลค่าการลงทุนที่ใช้ไป	268,800.00
อัตราส่วน SROI	1.31
NPV	82,049.50
ROI	39.43%
IRR	19.00%
MIRR	9.00%

จากตารางที่ 4 พบว่า มีมูลค่าผลประโยชน์ที่ได้รับเท่ากับ 350,849.50 บาท มูลค่าการลงทุนที่ใช้ไป เท่ากับ 268,800.00 บาท มีอัตราส่วน SROI เท่ากับ 1.31 หมายความว่า ทุก 1 บาท ที่ลงทุนในโครงการสามารถสร้างประโยชน์ทางสังคมด้วยมูลค่า 1.31 บาท สรุปได้ว่าโครงการฯ สร้างคุณค่าที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและมีคุณค่าต่อการลงทุนในงบประมาณที่ดำเนินการ มีค่า NPV เท่ากับ 82,049.50 บาท ROI เท่ากับร้อยละ 39.43 IRR เท่ากับร้อยละ 19 และ MIRR เท่ากับร้อยละ 9

ทั้งนี้ ในการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน ส่วนใหญ่การได้มาของค่าต่างๆ ในการคำนวณเป็นค่าที่มีความคลาดเคลื่อน ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอเสนอการวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis) โดยตัวเลขที่ได้จะช่วยในการตัดสินใจลงทุน การวิเคราะห์ความอ่อนไหว การวางแผนการเงิน และการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยแสดงให้เห็นผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงอัตราคิดลดต่อผลลัพธ์ของโครงการ ซึ่งช่วยให้ผู้ลงทุนสามารถประเมินความเสี่ยงและโอกาสในการลงทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis)

	Discount Rate				
	6.50%	5.00%	3.50%	3.00%	2.50%
NPV	63,531.66	72,576.00	82,049.50	85,307.53	88,617.46
SROI	1.24	1.27	1.31	1.32	1.33
MIRR	11.12%	10.14%	9.16%	8.84%	8.51%

จากตารางที่ 5 พบว่า ถ้ากำหนดให้อัตราคิดลด เป็นร้อยละ 3.50 จะมีค่า NPV เท่ากับ 82,049.50 บาท ค่า SROI เท่ากับ 1.31 และค่า MIRR เท่ากับร้อยละ 9.16 หากอัตราคิดลดเป็น ร้อยละ 5.00 ค่า NPV เท่ากับ 72,576.00 บาท ค่า SROI เท่ากับ 1.27 และค่า MIRR เท่ากับร้อยละ 10.14 แต่หากเพิ่มอัตราคิดลดเป็นร้อยละ 6.50 ค่า NPV เท่ากับ 63,531.66 บาท ค่า SROI เท่ากับ 1.24 และค่า MIRR เท่ากับร้อยละ 11.12 หรือหากลดอัตราคิดลด จากร้อยละ 3.50 เป็นร้อยละ 3.00 ค่า NPV เท่ากับ 85,307.53 บาท ค่า SROI เท่ากับ 1.32 และค่า MIRR เท่ากับร้อยละ 8.84 แต่หากลดอัตราคิดลด เป็นร้อยละ 2.50 ค่า NPV เท่ากับ 88,617.46 บาท ค่า SROI เท่ากับ 1.33 และค่า MIRR เท่ากับร้อยละ 8.51

ผลการวิจัยแสดงให้เห็น ว่าการลงทุนของเงินทุก 1 บาท ที่ใช้ในการดำเนินการวิจัย สามารถสร้างผลตอบแทนให้กับเกษตรกรทั้งคุณค่าทางสังคมและมูลค่าทางเศรษฐกิจเท่ากับ 1.31 บาท ถือว่างานวิจัยนี้ใช้งบประมาณได้อย่างคุ้มค่า เกิดประโยชน์ต่อสังคม โดยเกิดผลลัพธ์ขั้นต้นด้านเศรษฐกิจ ทำให้มีคุณภาพชีวิตด้านรายได้เพิ่มขึ้น ด้านสังคม เกิดความภูมิใจในตนเองที่ใช้ทุนความรู้เดิมและทรัพยากรในชุมชน นำไปต่อยอดเป็นสินค้าเกษตรแปรรูปที่สามารถสร้างงาน สร้างรายได้เพิ่มขึ้น เป็นอาชีพที่สืบทอดกันมารุ่นต่อรุ่น เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และร่วมกันแก้ไขปัญหาระหว่างสมาชิกเกษตรกรภายในกลุ่ม เกิดผลลัพธ์ขั้นกลาง ได้แก่ การกระจายรายได้ในธุรกิจสินค้าเกษตรแปรรูป และผลลัพธ์ขั้นสุดท้าย ได้แก่ ส่งเสริมการอนุรักษ์วิถีชุมชนสินค้าเกษตรแปรรูป เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ เกิดรายได้ให้กับชุมชนและผู้ประกอบการเกษตรแปรรูประดับท้องถิ่น เกิดความภูมิใจในตนเองที่ใช้ทุนความรู้เดิมและทรัพยากรในชุมชนนำไปต่อยอดเป็นสินค้าเกษตรแปรรูป กระตุ้นให้เกิดการสร้างอาชีพ สร้างความยั่งยืนด้านการเกษตรต่อไป ภายใต้ความท้าทายจากหลากหลายปัญหาทั้งด้านแรงงาน การมีอยู่จำกัดและความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติ และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ อีกทั้ง การลงทุนวิจัยด้านการเกษตรของรัฐจะช่วยให้ความยากจนในประเทศไทยลดลง (Suphanchat, 2019) ลดความเหลื่อมล้ำทางรายได้ และเพิ่มผลิตภาพแรงงานภาคเกษตร ซึ่งจะช่วยให้ภาคเกษตรเติบโตต่อไปได้ในสังคมสูงวัย (Wirotstattabut et al., 2019) สอดคล้องกับผลการศึกษานของ Naksenee et al. (2022) ที่ศึกษาผลตอบแทนทางสังคมจากการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬากรณีศึกษา ศูนย์การเรียนรู้ยั่งยืนเป็นสุข วิถีไทยรามัญ พบว่า SROI มีค่าเท่ากับ 6.73 ซึ่งเห็นว่าการริเริ่มดำเนินธุรกิจของศูนย์การเรียนรู้ยั่งยืนเป็นสุขวิถีไทยรามัญ มีประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งด้านเศรษฐกิจทำให้มีคุณภาพชีวิตด้านรายได้เพิ่มขึ้น ด้านสังคมเกิดการกระจายรายได้ให้ชุมชน สามารถช่วยสร้างงาน สร้างอาชีพให้กับชุมชนได้ สอดคล้องกับงานของ Phongpaiboon & Phuajinda (2019) ที่พบว่าผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนของการทำเกษตรอินทรีย์ในโครงการสามพรานโมเดล ภาพรวมคิดเป็น 1.45 ในด้านเศรษฐกิจทำให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น ในด้านสังคมทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และร่วมกันแก้ไขปัญหาระหว่างสมาชิกเกษตรกรภายในกลุ่ม และสนับสนุนองค์ความรู้ โดยการจัดอบรมและศึกษาดูงาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Martins et al., (2020) ที่พบว่า SROI เป็นกระบวนการทำความเข้าใจ การวัดผล และรายงานคุณค่าทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ช่วยให้สามารถคำนวณและวัดผลตอบแทนทางการเงินผ่านการรับรู้ และประสบการณ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้ ซึ่งผลการวิจัยได้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อประเมินผลตอบแทน ทางสังคมจากการลงทุน โครงการทุนพัฒนาอาชีพด้านสินค้าเกษตรแปรรูป จังหวัดอุบลราชธานี กิจกรรมการยกระดับศักยภาพผู้ประกอบการสินค้าเกษตรแปรรูปในพื้นที่รอบเขตบริการของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี โดยใช้งบประมาณได้อย่างคุ้มค่าเกิดประโยชน์ต่อสังคม และด้านเศรษฐกิจ ทำให้มีคุณภาพชีวิตด้านรายได้ดีขึ้น



สรุปผลการวิจัย

การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนสำหรับโครงการทุนพัฒนาอาชีพด้านสินค้าเกษตรแปรรูป จ.อุบลราชธานี กิจกรรมการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการสินค้าเกษตรแปรรูป มีผู้ประกอบการสินค้าเกษตรแปรรูปทั้งสิ้น 80 คน ในพื้นที่ 4 ตำบล ได้แก่ 1) ผู้ประกอบการสินค้าเกษตรแปรรูป ด้านอาหาร คือ ไส้กรอกสมุนไพรอีสาน จาก ต.คำขวาง จำนวน 18 คน ข้าวแต่น้ำแดงจาก ต.เมืองศรีโค จำนวน 22 คน และกล้วยอบเนยจาก ต.โพธิ์ใหญ่ จำนวน 23 คน 2) ผู้ประกอบการสินค้าเกษตรแปรรูป ด้านทรัพยากรท้องถิ่น ได้แก่ ดินเศรษฐกิจ จาก ต.คูเมือง จำนวน 17 คน ระยะเวลาการลงทุนปีแรกตั้งแต่วันที่ 1 ส.ค. 2566 ถึงวันที่ 1 ส.ค. 2567 ได้ผลผลิต คือ เกษตรมีความรู้และทักษะในการผลิตสินค้าเกษตรแปรรูป ได้สินค้าเกษตรแปรรูปจำนวน 4 ผลิตภัณฑ์ มีผู้ประกอบการสินค้าเกษตรแปรรูปจำนวน 4 กลุ่ม เป็นชุมชนบริเวณพื้นที่รอบเขตมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ผลลัพธ์ขั้นต้น ทำให้มีคุณภาพชีวิต (ด้านรายได้) เพิ่มขึ้น เกิดความภูมิใจในตนเองที่ใช้ทุนความรู้เดิมและทรัพยากรในชุมชน นำไปต่อยอดเป็นสินค้าเกษตรแปรรูปที่สามารถสร้างงาน สร้างรายได้เพิ่มขึ้น เป็นอาชีพที่สืบทอดกันมารุ่นต่อรุ่น เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และร่วมกันแก้ไขปัญหาระหว่างสมาชิกเกษตรกรภายในกลุ่ม ผลลัพธ์ขั้นกลาง ผู้ประกอบการนำความรู้ไปพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตรที่มีอยู่ในท้องถิ่น เกิดการกระจายรายได้ในธุรกิจสินค้าเกษตรแปรรูป และผลลัพธ์ขั้นสุดท้ายเกิดการถ่ายทอดอาชีพ กระตุ้นให้เกิดการสร้างอาชีพ สร้างความยั่งยืนด้านการเกษตรต่อไป SROI มีค่าเท่ากับ 1.31 ทั้งนี้ทุก 1 บาท ที่ลงทุนในโครงการฯ สามารถสร้างประโยชน์ทางสังคมด้วยมูลค่า 1.31 บาท แสดงให้เห็นว่าการลงทุนของเงินทุก 1 บาท ที่ใช้ในการดำเนินการวิจัย สามารถสร้างผลตอบแทนให้กับผู้ประกอบการทั้งคุณค่าทางสังคมและมูลค่าทางเศรษฐกิจ ทำให้มีคุณภาพชีวิตด้านรายได้ดีขึ้น ด้านสังคม เกิดความภูมิใจในตนเองและการผลิตสินค้าเกษตรแปรรูปเพื่อออกจำหน่าย ดังนั้น จึงควรสนับสนุนให้มีกิจกรรมการพัฒนาผู้ประกอบการสินค้าเกษตรแปรรูป จังหวัดอุบลราชธานี ระยะยาวอย่างต่อเนื่องและขยายผลไปยังพื้นที่อื่นให้กว้างขวางมากขึ้น ทั้งนี้ตัวเลขที่คำนวณได้ เป็นตัวเลขที่คำนวณเฉพาะผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจที่วัดจากรายได้สุทธิที่เพิ่มขึ้นเท่านั้น ไม่รวมถึงผลลัพธ์ด้านสังคม ได้แก่ ความภาคภูมิใจในการประกอบธุรกิจสินค้าเกษตรแปรรูป เพื่อค่าที่คำนวณ SROI จะไม่อ้างอิงจริง ดังนั้น หากนำมารวมในการประเมิน SROI ในครั้งนี้จะทำให้มีตัวเลขที่มากกว่า 1.31 บาท

การวิจัยนี้ให้ความสำคัญกับการยกระดับคุณภาพชีวิตด้วยวิถีถิ่นชุมชน การพัฒนาทักษะอาชีพที่ใช้ชุมชนเป็นฐาน และการเปิดโลกทัศน์เพื่อการต่อยอดอาชีพ เน้นการพัฒนาทักษะอาชีพและเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าเกษตรแปรรูป เพื่อเพิ่มศักยภาพให้ภาคเกษตรเติบโตอย่างยั่งยืนโดยใช้องค์ความรู้จากผลงานวิจัยเป็นตัวขับเคลื่อน เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ เกิดรายได้ให้กับชุมชนและผู้ประกอบการเกษตรแปรรูประดับท้องถิ่น เกิดความภูมิใจในตนเองที่ใช้ทุนความรู้เดิมและทรัพยากรในชุมชน นำไปต่อยอดเป็นสินค้าเกษตรแปรรูป กระตุ้นให้เกิดการสร้างอาชีพ สร้างความยั่งยืนด้านการเกษตรต่อไป

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. เกษตรกรที่ได้รับการพัฒนาเพื่อยกระดับศักยภาพในการเป็นผู้ประกอบการสินค้าแปรรูป จำนวน 4 กลุ่ม และมีสินค้าเกษตรแปรรูปเพื่อจำหน่าย จำนวน 4 ผลิตภัณฑ์
2. สินค้าเกษตรแปรรูปเป็นที่รู้จักแก่สาธารณะ รวมถึงการสร้างการรับรู้แก่คนในสังคมเกี่ยวกับการพัฒนาเพื่อยกระดับสินค้าเกษตรในมิติมูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น และส่งเสริมการอนุรักษ์วิถีชุมชนสินค้าเกษตรแปรรูป ในวงกว้างโดยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคชุมชนในจังหวัดอุบลราชธานีต่อไป

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

ผู้ประกอบการสินค้าเกษตรแปรรูปอื่นที่สนใจ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถนำรูปแบบการจัดกิจกรรมในงานวิจัยนี้เป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการสร้างงาน สร้างอาชีพ ในพื้นที่ให้กระจายไปยังพื้นที่รอบๆ เพื่อป้องกันการกระจุกตัวและสร้างศักยภาพให้ชุมชนมีความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการสินค้าเกษตรแปรรูปในพื้นที่ได้

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ควรเพิ่มการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน ด้านผลลัพธ์ทางสังคมและผลลัพธ์ทางสิ่งแวดล้อม ในการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนร่วมด้วย เพื่อการประเมินผล SROI จะได้ครอบคลุมทุกมิติ

ข้อจำกัดการวิจัย

ข้อจำกัดการวิจัย การใช้เครื่องมือ SROI ในการประเมินโครงการเดียวกัน มีความเป็นไปได้ที่จะให้ผลตอบแทนทางสังคมที่ต่างกัน เนื่องจาก 1) การใช้ดุลพินิจของผู้ที่ทำการประเมินต่อการเลือกตัวแทนค่าทางการเงิน การให้น้ำหนักของค่าตัวแปรเพื่อปรับสัดส่วนบนค่าผลลัพธ์ก่อนที่จะนำไปคำนวณผลตอบแทนทางสังคมในขั้นตอนสุดท้าย 2) การเลือกหน่วยงานผู้ประเมินจากภายนอกเพื่อความโปร่งใส และ 3) การนำผลการประเมินเผยแพร่ต่อสาธารณะ ต้องระวังการอวดอ้างเกินจริง (Over-Claim) ที่มักเกิดจากการเลือกหรือคำนวณค่าตัวแทนทางการเงินที่มีความเอนเอียงในทางที่ให้คุณแก่โครงการมากเกินไป

References

- Aiphong, T. (2022). *Community participation in sustainable community forest management in Mae Tha Subdistrict, Mae On District, Chiang Mai Province*. Retrieved Dec 2023, from <http://cmuir.cmu.ac.th/handle/6653943832/73437?mode=full>
- Aphibunyopas, J. & Klagsaengsai, S. (2020). Promotion and development of village businesses: A case study of a community enterprise in the Nong Bua Daeng natural dye weaving group. Nong Bua Daeng District Chaiyaphum Province. *Thai International Tourism Journal*, 16(2), 1-21.
- Bank of Thailand. (2023). Monetary Policy Report. Retrieved Jul 2024, from <https://www.bot.or.th>
- Creighton, J. L. (2005). *The Public Participation Handbook: Making Better Decisions Through Citizen Involvement*. San Francisco : Jossey Bass.
- Davies, L., Taylor, P., Ramchandani, G. & Christy, E. (2019). Social Return on Investment (SROI) in sport: A model for measuring the value of participation in England. *International Journal of Sport Policy and Politics*, 11(4), 585-605. <https://doi.org/10.1080/19406940.2019.1596967>
- Department of Agricultural Extension (2023). Promoting bio-based agricultural enterprises and local wisdom. *Promotion journal Agriculture*, 56(31), 8-9.
- Hongpakdee, N. & Hongpakdee, S. (2023). Assessing the social return on investment for Cultural Entrepreneurship Development Project The wisdom of candle making In the old city area Ubon Ratchathani Province. *Journal of Humanities and Social Sciences Nakhon Phanom University*, 13(3), 149-167.
- Kongmanee, C., Satsue, P. & Pittayapinan, P. (2018). Social returns from investments of Scientific research project in the rubber industry development project series. *Management journal Modernism*, 16(2), 44-56.
- Martins, T., Braga, A., Braga, V. & Ferreira, M. R. (2020). The social innovation Momentum: A qualitative analysis of governance and funding processes. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 17(1), 97-120. <https://doi.org/10.1007/s12208-019-00238-y>
- Naksenee, T. Rujira, S. & Phitak, A. (2022). Social returns from business operations. Community enterprise to promote sports tourism in organizing the Chom Bueng Marathon, case study, center Learning is cool and happy. Thairaman way. *Lawasri Journal, Thepsatri Rajabhat University*, 6(1), 88-105
- National Innovation Agency. (2020). *Sroi Calculator*. Retrieved April, 2024 from <https://sroi-calculator.nia.or.th>
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2022). *Gross Domestic Product Chain Volume Measures 1/2566*. Retrieved June 2023, from https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=13214&filename=QGDP_report
- Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation, a guide to creating business models*. United States : Jossey-Bass.
- Phongpaiboon, N. & Phujinda, W. (2019). Social returns from investing in organic farming in the Sampran Model Project. *Silpakorn University Journal*, 39 (4), 137-154.



- Pongwirithon, K., Panthuree, W., Honglertsakul, C. & Assakan, P. (2024). Assessing the social return on investment for hemp-based innovation projects on a bio-based basis Culture of the Hmong ethnic group, Phop Phra District, Tak Province. *Economics and Business Administration Journal Thaksin University*. 16(4), In press.
- Raisni, SK. (2020). Planning Business Model Canvas with Swot Method at XYZ Institute. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*. 1(5),781-793. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v1i5.483>
- Rogers, P. (2014). *Theory of Change: Methodological Briefs - Impact Evaluation No. 2*. Italy : Florence.
- Rungthiwakornkit, P. (2022). Promotion of agricultural fruit processing. *Academic and research journals Northeastern University*, 12(2),73-82.
- Setthasakko, W. (2020). Social returns from investment: A case study of an environmentally friendly hotel in Thailand. *Journal of the Accounting Profession*, 16(50),5-22.
- Social Value Thailand. (2020). *SROI 101 Introduction to Social Return on Investment*. Retrieved May 2024, from <https://online.fliphtml5.com/wuiji/eycx/#p=4>
- Srakawee, K. (2021). Theory of Change and Behavioral Indicators in Social Impact Assessment. *Warasan Phuettikammasat*, 27(2),1-19.
- Suphanchat, W. (2019). Returns from public and private investments in agricultural research and development in Thailand. *Kaen Kaset*, 47(5),1077-1088.
- Kaewpuang, T., Yongphet, P., Pimpo, P., Chainam, J., Seankuankeaw, C., Ananphutthimet, V. & Vongpramate, D. (2023). The Assessment of Outcomes and Social Returns from Investment for Community Academic Service: A Case Study of Building Knowledge and Upgrading Occupational Skills in Renewable Energy Technology, Baan Mun Kong Rural Network Wang Nam Yen District Sa Kaeo Province. *Journal of Social Service, Rajamangala University of Technology Lanna*, 7(1),33-45
- Thonglim, P. (2022). *Guidelines for upgrading business for exporting processed agricultural products of enterprises. Khlong Nam Khem Community Chanthaburi Province*. Retrieved April 2024, from <https://buuir.buu.ac.th/xmlui>
- Tinnakorn, P. (2022). *Basic Thai dessert course*. Retrieved April 2024, from <https://www.mlpuang.com/?p=92>
- Wirotsattabut, C., Suphanchat, W. & Praneetwatakul, S. (2019). Impact of society Aging affects labor productivity in Thai agriculture. *Kaen Agriculture*, 47(3),419-432.

การศึกษาองค์ประกอบและความต้องการจำเป็นในการพัฒนาครูผู้นำในสถานศึกษา
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาขั้นพื้นฐานในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
A Study of Components and Essential Requirements for Developing Leader
Teachers in Schools under the Office of the Basic Education Commission
in the Northeastern Region

สุวัฒน์ จุลสุวรรณ¹ นวรัตน์วดี ชินอัครวัฒน์² กชภัทร์ สงวนเครือ³

กิตติศักดิ์ มีเจริญ⁴ และ ภัทริยากุล แก่นแก้ว⁵

Suwat Julsuwan,¹ Nawaratwadee Chinakarawat,² Kotchaphat Sanguankhruea,³

Kittisak Meecharoen⁴ and Pattariyakul Kankaew⁵

Article History

Receive: June 14, 2024

Revised: September 11, 2024

Accepted: September 13, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบ และศึกษาความต้องการจำเป็นในการพัฒนาครูผู้นำในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาขั้นพื้นฐาน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยใช้การวิจัยแบบผสมวิธี ประกอบด้วย 2 ระยะ ได้แก่ ระยะที่ 1 การศึกษาองค์ประกอบของครูผู้นำในสถานศึกษา กลุ่มผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน โดยการเลือกผู้ทรงคุณวุฒิตามคุณสมบัติแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบประเมินองค์ประกอบครูผู้นำ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ ระยะที่ 2 การศึกษาความต้องการจำเป็นในการพัฒนาครูผู้นำในสถานศึกษา กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ข้าราชการครูโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาขั้นพื้นฐาน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 397 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความต้องการจำเป็น ผลการวิจัยพบว่า 1) องค์ประกอบของครูผู้นำ ได้แก่ การทำงานเป็นทีม การพัฒนาการเรียนรู้ของนักเรียน การสร้างความร่วมมือกับผู้ปกครองและชุมชน และการพัฒนาวิชาชีพ และ 2) การศึกษาสภาพปัจจุบันของครูผู้นำ โดยรวมอยู่ในระดับมาก สภาพที่พึงประสงค์ของครูผู้นำ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และความต้องการจำเป็นในการพัฒนาครูผู้นำ เรียงลำดับความต้องการจำเป็นจากมากไปหาน้อย ได้แก่ (1) การทำงานเป็นทีม (2) การสร้างความร่วมมือกับผู้ปกครองและชุมชน (3) การพัฒนาวิชาชีพ และ (4) การพัฒนาการเรียนรู้ของนักเรียน

คำสำคัญ : สภาพปัจจุบัน ; สภาพที่พึงประสงค์ ; ความต้องการจำเป็น ; ครูผู้นำ ; โรงเรียน

¹ รองศาสตราจารย์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, Associate Professor, Faculty of Education, Mahasarakham University

^{2,5} อาจารย์ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์, Lecturer, Faculty of Education, Surindra Rajabhat University

³ อาจารย์ คณะครุศาสตร์ วิทยาลัยสงฆ์ร้อยเอ็ด มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, Lecturer, Faculty of Education, RoiEt Buddhist College, Mahachulalongkornrajavidyalaya University

⁴ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์, Assistant Professor, Faculty of Education, Surindra Rajabhat University



ABSTRACT

The purposes of this research were to study the components and essential requirements for developing leader teachers in schools under the Office of the Basic Education Commission in the Northeastern Region. Mixed-methods research was used, consisting of 2 phases: Phase 1: Study of the components of leader teachers in schools. Five experts were selected as key informants using purposive sampling according to the qualification. The research instrument was a leader-teacher component assessment form. The statistics used for data analysis were mean and standard deviations. And Phase 2: study of essential requirements for developing leader teachers in schools. The sample group included 397 high school teachers under the Office of the Basic Education Commission in the Northeastern Region using stratified random sampling. The research instrument consisted of a questionnaire. The statistics used for data analysis were mean, standard deviations and essential requirements analysis. The results revealed that 1) the elements of a leader teacher consisted of teamwork, student learning development, building partnerships with parents and communities, and professional development, and 2) the overall current condition was at a high level, the overall desirable condition was at the highest level, the essential requirements for developing leader teachers were listed in descending order: (1) teamwork; (2) building partnerships with parents and communities; (3) professional development; and (4) student learning development.

Keywords : Current Condition ; Desirable Conditions ; Priority Needs ; Teacher Leader ; School

บทนำ

การศึกษาเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างคน สร้างสังคม และสร้างชาติ เป็นกลไกหลักในการพัฒนากำลังคน ให้มีคุณภาพ ประเทศไทยให้ความสำคัญกับการจัดการศึกษา การพัฒนาศักยภาพ และขีดความสามารถของคนไทยให้มีทักษะความรู้ ความสามารถและสมรรถนะที่สอดคล้องและเหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมและการเปลี่ยนแปลงของโลกอนาคต เพื่อให้คนไทยมีคุณภาพชีวิตที่ดีสังคมไทยเป็นสังคมคุณธรรม จริยธรรม และประเทศสามารถก้าวข้ามกับดักประเทศที่มีรายได้ปานกลางไปสู่ประเทศที่พัฒนาแล้ว รองรับการเปลี่ยนแปลงของโลก ทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ และส่งผลกระทบต่อระบบการศึกษา ระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย (Office of the Education Council, 2017) กระบวนการจัดการศึกษาจะมุ่งหวังให้ไปสู่สิ่งที่ดีกว่าเสมอ การดูแลคุณภาพของการศึกษาไทยให้สูงขึ้น เพื่อให้มีการเปลี่ยนแปลงในตัวผู้เรียนเพื่อการเปลี่ยนแปลงเป็นที่ตัวผู้เรียน ผู้เรียนเป็นทั้งเป้าหมาย และกระบวนการของการเปลี่ยนแปลงผู้เรียนยุคใหม่ การจัดการเรียนการสอนส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้เรียน ตลอดจนทำงานอื่นๆ ที่ได้รับมอบหมายเพิ่มเติมในสถานศึกษา ครูต้องตระหนักถึงแนวทางการศึกษาที่ชัดเจนว่าจะให้การศึกษาที่มีทิศทางอย่างไร มีจุดเน้นเรื่องอะไร (Sinlarat et al., 2017) และจากแผนพัฒนาการศึกษามาระดับออกเฉียงเหนือ (พ.ศ.2566-2570) ที่กล่าวถึงนโยบายการจัดการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการที่กำหนดให้การพัฒนาคุณภาพและประสิทธิภาพครูและอาจารย์ในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานและอาชีวศึกษาทั้งนี้เนื่องจากสถานศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีโรงเรียนขนาดเล็กจำนวนมากทำให้เกิดปัญหาขาดแคลนครูผู้สอนไม่ครบชั้น และครูบางส่วนสอนไม่ตรงตามวุฒิ การพัฒนาครูไม่ครอบคลุมทั่วถึงครูมีภาระงานอื่นที่นอกเหนือจากงานสอนทำให้ไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้เต็มเวลา ดังนั้นการพัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษา เพื่อให้ครูและอาจารย์ได้รับการพัฒนาให้มีสมรรถนะทั้งด้านการจัดการเรียนรู้ สามารถปรับวิธีการเรียนการสอนและการใช้สื่อทันสมัยและมีความรับผิดชอบต่อผลลัพธ์ทางการศึกษาที่เกิดกับผู้เรียนจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง (Northeastern Education Office, 2023) ครูจะต้องปรับแนวคิด และวิธีการเรียนการสอนเพื่อให้คนรุ่นใหม่ พร้อมที่จะเผชิญกับสถานการณ์ และปัญหาใหม่ๆ รวมทั้งสามารถพัฒนาสังคมให้ก้าวหน้าไปอย่างสมดุลและยั่งยืน (Sriwichairat, 2010)

การจัดการกับการเปลี่ยนแปลงต้องใช้พลังผู้นำในทุกคนในองค์กรช่วยกันขับเคลื่อน ครูผู้นำถึงแม้จะไม่ใช่มือบริหารโดยตำแหน่งอย่างเป็นทางการ แต่ครูซึ่งเป็นผู้ที่นำการเปลี่ยนแปลงจากการทำงานแบบดั้งเดิมที่ปฏิบัติหน้าที่ประจำจากการสั่งการของผู้บริหารสถานศึกษามาเป็นครูที่ใช้ความเป็นผู้นำให้เกิดประสิทธิภาพเพื่อพัฒนาตนเองและการเรียนรู้ของผู้เรียน (Teacher Leadership Exploratory Consortium, 2011) ดังนั้นเพื่อให้เกิดพลังขับเคลื่อนร่วมกันกับเพื่อนครูในโรงเรียน

ครูผู้นำจึงควรวหาโอกาสในการสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนครูและนักเรียน รวมทั้งสร้างร่วมมือกับผู้บริหารและชุมชน เพื่อส่งเสริมพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียนให้ดียิ่งขึ้น (Nathan, 2014) การพัฒนาครูให้เป็นครูผู้นำเพื่อการพัฒนาการเรียนการสอนในสถานศึกษา ก่อให้เกิดประโยชน์ที่สำคัญเปิดโอกาสให้ครูผู้นำได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาสถานศึกษา เป็นเครือข่ายในการช่วยเหลือและส่งเสริมครูคนอื่น เพิ่มศักยภาพเกี่ยวกับการสอนและการเรียนรู้ ตลอดจนร่วมคิดร่วมปฏิบัติภารกิจแบบกัลยาณมิตรระหว่างครูผู้นำและครูทั่วไป ช่วยสลายบรรยากาศและวิธีการทำงานแบบต่างคนต่างอยู่ของครู และช่วยเสริมสร้างบรรยากาศการทำงานร่วมกัน เพื่อไปสู่ความเชี่ยวชาญและความเป็นเลิศด้านการสอนการสร้างโอกาสของความก้าวหน้าในวิชาชีพ พัฒนาความเชี่ยวชาญทางการสอนให้ครูคนอื่น การเป็นต้นแบบสำหรับครูผู้นำแบบประชาธิปไตยให้กับผู้เรียน ถ้าโรงเรียนใช้ภาวะผู้นำของครูเป็นศูนย์กลางการบริหารจัดการการศึกษา ย่อมทำให้ผู้เรียนได้เห็นเป็นต้นแบบของสังคมประชาธิปไตยในโรงเรียนที่เน้นการมีส่วนร่วมและการสื่อสารแบบเปิด เพื่อการปฏิบัติภารกิจไปสู่เป้าหมายเดียวกัน (Sirisawat, 2011 ; Barbara & Lynne, 2016)

จากนโยบายการจัดการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการที่กำหนดให้การพัฒนาคุณภาพและประสิทธิภาพครู และสภาพปัญหาสถานศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีโรงเรียนขนาดเล็กจำนวนมาก การพัฒนาครูไม่ครอบคลุมทั่วถึง การพัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษา เพื่อให้ครูมีสมรรถนะด้านการจัดการเรียนรู้ สามารถปรับวิธีการเรียนการสอน จากที่กล่าวมาข้างต้นการศึกษาความต้องการจำเป็นในการพัฒนาครูผู้นำในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ขั้นพื้นฐานในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยผลการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ สำหรับสถานศึกษาและสำนักงานคณะกรรมการเขตพื้นที่การศึกษาที่มีหน้าที่และความรับผิดชอบเพื่อพัฒนาครูในสถานศึกษาให้เป็นครูผู้นำต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของครูผู้นำในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาขั้นพื้นฐานในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. เพื่อศึกษาความต้องการจำเป็นในการพัฒนาครูผู้นำในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาขั้นพื้นฐานในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาความต้องการจำเป็น

การศึกษาความต้องการจำเป็น หมายถึง กระบวนการของการวิเคราะห์ช่องว่างหรือความแตกต่าง (Gap/Discrepancy Analysis) ระหว่างสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ และมีการจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นว่า ความต้องการจำเป็นอะไรสำคัญก่อนหลัง เพื่อนำผลมาใช้ประโยชน์ในการวางแผนการพัฒนางานคร ในอนาคต (Kautman & English, 1981 ; Issac & Michael, 1985)

การศึกษาความต้องการจำเป็นตามแนวคิดของ Wongwanit (2019) ได้เสนอแนวความคิดที่เป็นมุมมองเกี่ยวกับการศึกษาความต้องการจำเป็นที่เป็นแนวคิดเกี่ยวกับการประเมินแต่ที่ปรากฏชัดเจนสามารถจำแนกได้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 ให้ความหมายของความต้องการจำเป็นคือความแตกต่าง/ความขาดแคลน โดยให้ความสำคัญกับการศึกษาผลต่างของสภาพที่เกิดขึ้นจริงกับสภาพที่พึงประสงค์ที่อยากให้เกิด และกลุ่มที่ 2 ความต้องการจำเป็นคือประโยชน์ที่ได้รับ เป็นการนิยามเชิงวินิจฉัย (Diagnostic Needs) คือการกำหนดความต้องการจำเป็นสำหรับอะไรก็ตามที่ทำให้ เกิดความพอใจ (Satisfaction) และระดับความพอใจนี้ก็ขึ้นอยู่กับบริบท (Context Dependent) ซึ่งการประเมินความต้องการจำเป็น มีประโยชน์อย่างมากในการทำให้การวางแผนมีทิศทาง เป็นไปได้และมีโอกาสเกิดสัมฤทธิ์ผลตามที่มุ่งหวัง นอกจากนี้ ยังเป็นข้อมูลที่ใช้เป็นหลักเทียบความสำเร็จของการดำเนินงานทำให้สามารถวางแผนการปฏิบัติภายใต้ทางเลือกที่เหมาะสม เป็นเทคนิคที่ช่วยให้เกิดการใช้ทรัพยากรในการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ คุ่มค่า และสามารถตรวจสอบได้

ซึ่งการจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นโดยใช้สูตร Modified Priority Needs Index ((PNI modified) โดยการหาค่าผลต่างระหว่างสภาพที่พึงประสงค์ (I) กับสภาพปัจจุบัน (D) หาค่าด้วยค่าสภาพปัจจุบัน (D) โดยใช้หลักการกำหนดความต้องการจำเป็นจากระดับของสภาพปัจจุบัน เพื่อให้เป็นคะแนนมาตรฐาน ซึ่งวิธี PNI มีข้อดีคือ คำนวณง่าย ให้ข้อสรุปที่ดี และเมื่อถ่วงน้ำหนักจะทำให้ได้ความแตกต่างที่ชัดเจนขึ้น (Wongwanit, 2019)



แนวคิดครูผู้นำ

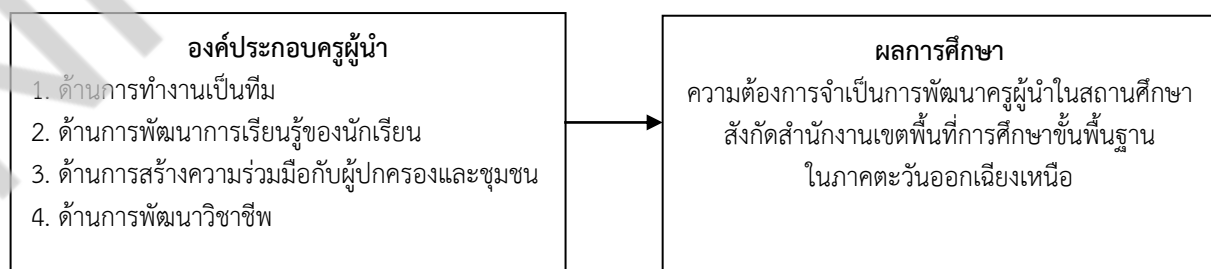
ครูผู้นำ (Teacher Leader) หมายถึง ครูที่มีความเชี่ยวชาญด้านการเรียนการสอนที่ได้รับความไว้วางใจและการยอมรับจากเพื่อนครูให้ใช้บทบาทของผู้นำเพื่อสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ท่ามกลางครูและครูผู้นำ เพื่อให้เกิดการปรับปรุงและพัฒนาการเรียนการสอนในชั้นเรียน โดยมุ่งเน้นที่ความสำเร็จในการเรียนรู้ของผู้เรียน โดยมีครูผู้นำมาช่วยในส่วนของการพัฒนาคุณภาพการเรียนการสอน (Teacher Leadership Exploratory Consortium, 2011 ; Miller, 2023 ; Margaret & Kathy, 2024)

ครูผู้นำต้องมีการจัดการเรียนรู้ที่แปลกใหม่ให้กับนักเรียน เป็นผู้ให้ความรัก ความสนใจในชีวิตของนักเรียน มีความมุ่งมั่นในการสอน จัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ การวัดและประเมินผลผู้เรียนตามสภาพจริง สร้างชุมชนแห่งการเรียนรู้ในสถานศึกษา ให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการเรียนการสอน กล้าเผชิญหน้ากับปัญหาและอุปสรรคในวัฒนธรรมของโรงเรียน มีการสร้างเครือข่ายของการทำงาน รู้จักการแก้ไขปัญหาในการดำเนินงาน และมีทัศนคติที่ดีในการทำงานร่วมกับเพื่อนครู (Crowther et al., 2008)

ซึ่งองค์ประกอบของครูผู้นำในสถานศึกษาในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้สังเคราะห์และสรุปได้ 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการทำงานเป็นทีม เป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในการทำงานร่วมกันกับเพื่อนครู มีความเอื้ออาทรในการทำงาน ร่วมกันกำหนดเป้าหมายในการทำงานร่วมกันที่ชัดเจน สามารถผลิตเปลี่ยนแปลงกันแสดงบทบาทในการเป็นผู้นำและผู้ตามได้เหมาะสมตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น มีการแบ่งบทบาทหน้าที่ในการปฏิบัติงานร่วมกันอย่างชัดเจน มีความไว้วางใจและให้กำลังใจซึ่งกันและกันในการปฏิบัติงาน เพื่อทำให้โรงเรียนน่าอยู่ และมีความสุขในการทำงานร่วมกัน 2) ด้านการพัฒนาการเรียนรู้ของนักเรียน เป็นการมุ่งพัฒนาผู้เรียนทั้งทางด้านความรู้ ด้านอารมณ์ความรู้สึก และด้านทักษะต่างๆ โดยพัฒนาผู้เรียนตามความสามารถ ความถนัดและความสนใจ อีกทั้งเปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีสิทธิและเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น เป็นอิสระทางความคิด และฝึกให้ผู้เรียนได้ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง รู้จักคิด วิเคราะห์และแก้ปัญหา รวมถึงการลงมือปฏิบัติด้วยตนเองได้ 3) ด้านการสร้างความร่วมมือกับผู้บริหารและชุมชน เป็นการสร้างปฏิสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างโรงเรียนกับผู้บริหารและชุมชน และเปิดโอกาสให้ผู้ปกครองและชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาโรงเรียน โดยการร่วมกำหนดเป้าหมายและนโยบาย รวมถึงให้ความร่วมมือในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นทางด้านการศึกษา ความสนับสนุนทางด้านทรัพยากร กำลังคน และทุนทรัพย์ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของโรงเรียน และ 4) ด้านการพัฒนาวิชาชีพ เป็นการพัฒนาตนเองสู่ความเป็นครูมืออาชีพเพื่อเสริมสร้างความรู้ ทักษะ และความสามารถที่มีความสำคัญต่อวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการพัฒนาครูให้มีคุณภาพ และมีวิธีการทำงานที่มีประสิทธิภาพ ก้าวทันความเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ โดยเฉพาะในยุคสังคมแห่งการเรียนรู้ในปัจจุบัน (Crowther et al., 2008 ; Teacher Leadership Exploratory Consortium, 2011 ; Sinlarat, 2014 ; The Center for Great Teachers and Leaders, 2019 ; Miller, 2023)

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การศึกษาองค์ประกอบและความต้องการจำเป็นการพัฒนาครูผู้นำในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาชั้นพื้นฐานในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยได้ศึกษาและสังเคราะห์องค์ประกอบครูผู้นำของ Crowther et al. (2008) ; Teacher Leadership Exploratory Consortium (2011) ; Sinlarat (2014) ; The Center for Great Teachers and Leaders (2019) ; Miller (2023) ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการทำงานเป็นทีม ด้านการพัฒนาการเรียนรู้ของนักเรียน ด้านการสร้างความร่วมมือกับผู้บริหารและชุมชน และด้านการพัฒนาวิชาชีพ ซึ่งได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methodology) โดยแบ่งการวิจัยออกเป็น 2 ระยะ มีวิธีดำเนินการดังนี้
ระยะที่ 1 การศึกษาองค์ประกอบของครูผู้นำในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาขั้นพื้นฐานในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีการดำเนินการ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาองค์ประกอบของครูผู้นำ ผู้วิจัยมีการดำเนินการ ดังนี้

- 1) แหล่งข้อมูล ได้แก่ เอกสาร หลักการ แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของครูผู้นำ
- 2) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบบันทึกเอกสาร
- 3) การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยศึกษาเอกสาร วิเคราะห์ และสังเคราะห์องค์ประกอบของครูผู้นำ
- 4) การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้เทคนิคในการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ขั้นตอนที่ 2 การยืนยันความเหมาะสมขององค์ประกอบของครูผู้นำในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาขั้นพื้นฐานในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยมีการดำเนินการ ดังนี้

1) ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบของครูผู้นำ จำนวน 5 คน โดยใช้วิธีเลือกผู้ทรงคุณวุฒิตามคุณสมบัติแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดคุณสมบัติของผู้ทรงคุณวุฒิ กลุ่มที่ 1 ได้แก่ อาจารย์มหาวิทยาลัย วุฒิทางการศึกษาระดับดุษฎีบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา มีตำแหน่งทางวิชาการระดับผู้ช่วยศาสตราจารย์ขึ้นไป จำนวน 2 คน กลุ่มที่ 2 ผู้ที่ดำรงตำแหน่งผู้บริหารการศึกษา วุฒิทางการศึกษาระดับดุษฎีบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา มีวิทยฐานะระดับเชี่ยวชาญขึ้นไป จำนวน 1 ท่าน และกลุ่มที่ 3 ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษา วุฒิทางการศึกษาระดับดุษฎีบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา วิทยฐานะระดับเชี่ยวชาญขึ้นไป จำนวน 2 ท่าน

2) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบประเมินความเหมาะสมองค์ประกอบของครูผู้นำ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) และได้ดำเนินการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Congruence) ใช้เกณฑ์ตั้งแต่ .60 ขึ้นไป (Worakham, 2019) พบว่าได้ค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 1.00 ทุกข้อคำถาม

3) การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยติดต่อประสานงานกับผู้ทรงคุณวุฒิ และจัดเก็บข้อมูลด้วยตนเอง ระหว่างวันที่ 8 ธันวาคม-15 ธันวาคม 2566

4) การวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ระยะที่ 2 การศึกษาความต้องการจำเป็นการพัฒนาครูผู้นำในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาขั้นพื้นฐานในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีการดำเนินการ ดังนี้

1) กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากร ได้แก่ ข้าราชการครูในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 41,694 คน กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ข้าราชการครูในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยการเปิดตารางสำเร็จรูปของ Krejcie & Morgan (1970) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 397 คน ใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ใช้สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเป็นหน่วยของการสุ่ม

2) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามเกี่ยวกับครูผู้นำ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) และได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ได้แก่ (1) ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Congruence) ใช้เกณฑ์ตั้งแต่ .60 ขึ้นไป (Worakham, 2019) พบว่าได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง อยู่ระหว่าง 0.80-1.00 และ (2) ตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) (Srisaard, 2002) พบว่าได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับของสภาพปัจจุบัน เท่ากับ 0.82 และสภาพที่พึงประสงค์ เท่ากับ 0.83

3) การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยติดต่อประสานงานกับสถานศึกษา และจัดเก็บข้อมูลโดยใช้ Google Form ระหว่างวันที่ 1 มกราคม- 28 กุมภาพันธ์ 2567 และได้รับการตอบแบบสอบถามกลับคืนมา จำนวน 397 คน คิดเป็นร้อยละ 100

4) การวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ค่าดัชนีความต้องการจำเป็น



ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

1. องค์ประกอบของครูผู้นำในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาชั้นพื้นฐานในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การทำงานเป็นทีม 2) การพัฒนาการเรียนรู้ของนักเรียน 3) การสร้างความร่วมมือกับผู้ปกครองและชุมชน และ 4) การพัฒนาวิชาชีพ และผลการประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบครูผู้นำ พบว่า องค์ประกอบโดยรวมมีความเหมาะสมมากที่สุด โดยเรียงลำดับจากมากที่สุด ได้แก่ 1) การพัฒนาการเรียนรู้ของนักเรียน 2) การทำงานเป็นทีม 3) การสร้างความร่วมมือกับผู้ปกครองและชุมชน และ 4) การพัฒนาวิชาชีพ ทั้งนี้เนื่องจากคุณภาพของครูผู้สอนมีความสำคัญที่จะช่วยในการยกระดับคุณภาพของกระบวนการจัดการเรียนรู้และมีส่วนสำคัญในการผลักดันและส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ต่างๆ ของผู้เรียน และส่งเสริมพัฒนาทักษะของผู้เรียนให้สอดคล้องกับทักษะที่จำเป็นในอนาคต รวมถึงการทำงานเป็นทีมร่วมกันของครู ซึ่งครูต้องอาศัยความรู้ ความสามารถและทักษะในการทำงานร่วมกัน ซึ่งจะส่งผล การปฏิบัติหน้าที่ให้มีประสิทธิภาพ เช่นเดียวกับการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างโรงเรียนกับชุมชนช่วยให้โรงเรียนและชุมชนเกิดความเข้าใจอันดีต่อกัน ช่วยลดปัญหาความขัดแย้ง และช่วยให้เกิดความร่วมมืออันดีต่อกัน ทั้งนี้ทั้งสองฝ่ายจะต้องปฏิบัติตามบทบาทของตนด้วยวิธีการที่เหมาะสม จึงจะสามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นได้ บทบาทหน้าที่สำคัญของครูผู้นำของโรงเรียนต่อชุมชนคือ บทบาทในการให้การศึกษาดูแบบแก่บุคลากรในชุมชน การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับชุมชน มีแนวทางในการดำเนินการทั้งการสร้างความสัมพันธ์ทางตรงโดยการนำโรงเรียนออกสู่ชุมชน และการนำชุมชนเข้ามาสู่โรงเรียน และการสร้างความสัมพันธ์ทางอ้อม โดยการพัฒนาให้บุคลากรมีมนุษยสัมพันธ์อันดีสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนครูต้องมีการพัฒนาวิชาชีพเพื่อที่จะสร้างเสริมความรู้ความเข้าใจใหม่ๆ กลยุทธ์การสอนแบบใหม่ การวัดการประเมินผล ทักษะการสร้างระบบการนิเทศติดตามและช่วยเหลือเพื่อสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างครูกับนักเรียน รวมทั้งบทบาทใหม่ของครูในลักษณะของผู้อำนวยความสะดวก (Facilitators) ต่อนักเรียนในการจัดการเรียนการสอน รวมถึงการวิจัยปฏิบัติการ โดยครูผู้นำต้องมีส่วนร่วมของการเป็นนักวิจัยเพื่อนำไปสู่การพัฒนาทั้งครูและนักเรียน และมีสมรรถนะในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่จำเป็นในยุคสังคมแห่งการเรียนรู้ที่มีเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน สอดคล้องกับแนวคิดของ Teacher Leadership Exploratory Consortium (2011) ที่กล่าวถึงองค์ประกอบของครูผู้นำ ได้แก่ การมีวัฒนธรรมความร่วมมือ การสนับสนุนการใช้วิจัยในการพัฒนาการเรียนรู้ของนักเรียน การพัฒนาวิชาชีพครู และการสร้างความร่วมมือกับผู้ปกครองและชุมชน สอดคล้องกับแนวคิดของ The Center for Great Teachers and Leaders (2019) องค์ประกอบของครูผู้นำ ประกอบด้วย การส่งเสริมวัฒนธรรมการทำงานร่วมกันของครู สนับสนุนการพัฒนาการเรียนรู้ของนักเรียน มีการเข้าถึงและใช้การวิจัยเพื่อปรับปรุงการปฏิบัติและการเรียนรู้ของนักเรียน ครูต้องพร้อมที่จะเรียนรู้เพื่อการพัฒนาวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง และครูสามารถเข้าถึงบริบทของครอบครัวและชุมชนของนักเรียนบนฐานของความเข้าใจร่วมกันที่จะนำไปสู่การร่วมมือกันระหว่างครูกับครอบครัวของนักเรียนเพื่อพัฒนาศักยภาพนักเรียนสู่ความเป็นเลิศทางวิชาการ สอดคล้องกับแนวคิดของ Doraiswamy et al. (2022) ได้กำหนดองค์ประกอบของครูผู้นำ ประกอบด้วย การส่งเสริมวัฒนธรรมการทำงานร่วมกันเพื่อสนับสนุนการพัฒนานักการศึกษาและการเรียนรู้ของนักเรียน การเข้าถึงและใช้การวิจัยเพื่อปรับปรุงการปฏิบัติและการเรียนรู้ของนักเรียน การส่งเสริมการเรียนรู้ทางวิชาชีพเพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง อำนวยความสะดวกในการปรับปรุงการเรียนการสอนและการเรียนรู้ของนักเรียน ส่งเสริมการใช้การประเมินและข้อมูลเพื่อการปรับปรุงโรงเรียนและเขต การปรับปรุงการเข้าถึงและการร่วมมือกับครอบครัวและชุมชน และการสนับสนุนการเรียนรู้ของนักเรียนและวิชาชีพ สอดคล้องกับแนวคิดของ Miller (2023) ที่กล่าวว่า ครูผู้นำต้องมีความมุ่งมั่นและจัดลำดับความสำคัญของเป้าหมายในการพัฒนาตนเอง เข้าใจหลักการของการเสริมแรงเชิงบวกที่มีอิทธิพลต่อการเรียนรู้ และความสำเร็จของนักเรียน สร้างความสัมพันธ์ระหว่างครูกับนักเรียนด้วยการออกแบบการเรียนรู้ที่ให้นักเรียนมีส่วนร่วมในการจัดการเรียนรู้ อีกทั้งครูให้ความสำคัญกับห้องเรียนและเข้าใจปัจจัยที่จะส่งผลต่อการเรียนรู้ของนักเรียน มีทัศนคติเชิงบวกในการทำงานร่วมกันกับเพื่อนครู และสามารถประสานความร่วมมือกับผู้ปกครองและบุคคลในชุมชนทุกฝ่ายเพื่อร่วมกันพัฒนานักเรียนตามศักยภาพ สอดคล้องกับแนวคิดของ Professional Crisis Management Association (2023) ที่สรุปความได้ว่า ความเป็นผู้นำในชั้นเรียนของครูมีบทบาทสำคัญในการกำหนดประสบการณ์การศึกษาของนักเรียน ซึ่งครูจะมีอิทธิพลต่อสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ พฤติกรรม แรงจูงใจ และผลการเรียนของนักเรียนเป็นอย่างมาก อีกทั้งครูต้องเป็นผู้กระตุ้นให้นักเรียนคิดวิเคราะห์ และมีส่วนร่วมในการจัดการเรียนรู้ และครูผู้นำควรมีลักษณะเป็นผู้ที่มีความเห็นอกเห็นใจ ยืดหยุ่น อยากรู้อยากเห็น และซื่อสัตย์ นอกจากนี้ครูควรสนับสนุนการเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคม เพื่อให้นักเรียนพัฒนาทักษะต่างๆ ได้อย่างมีความสุขตามความสามารถความถนัดของนักเรียน และสอดคล้องกับแนวคิดของ

Utah State Board of Education (2021) ได้กล่าวถึงบทบาทความเป็นผู้นำของครูก็คือ ครูที่มีประสิทธิภาพสูงสุดมีโอกาสนที่จะส่งผลต่อการเรียนรู้ของนักเรียนไปพร้อมๆ กับการได้รับทักษะความเป็นผู้นำไปด้วย อย่างไรก็ตามครูผู้นำต้องพัฒนาทักษะการสอน การให้คำปรึกษา การตั้งประเด็นปัญหาหรือตั้งคำถามเพื่อกระตุ้นให้นักเรียนเกิดทักษะการคิดวิเคราะห์และคิดสร้างสรรค์ พัฒนาทักษะการสนับสนุนนโยบายและความเป็นผู้นำผ่านประสบการณ์เชิงปฏิบัติ พัฒนาทักษะการออกแบบการเรียนรู้แบบมีอาชีพ และแบ่งปันความรู้และชี้แนะแนวทางปฏิบัติที่สะท้อนกลับของเพื่อนครูด้วยกัน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสอนจนกลายเป็นแบบอย่างของแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด

2. ผลการศึกษาความต้องการจำเป็นในการพัฒนาครูผู้นำในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาชั้นพื้นฐานในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความต้องการจำเป็นขององค์ประกอบครูผู้นำในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาชั้นพื้นฐานในภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยรวมและรายด้าน

ที่	องค์ประกอบครูผู้นำ	สภาพปัจจุบัน			สภาพที่พึงประสงค์			ค่า $PN_{modified}$	ลำดับความจำเป็น
		$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย		
1	ด้านการทำงานเป็นทีม	3.66	0.69	มาก	4.83	0.35	มากที่สุด	0.32	1
2	ด้านการพัฒนาการเรียนรู้ของนักเรียน	4.35	0.59	มาก	4.78	0.42	มากที่สุด	0.10	4
3	ด้านการสร้างความร่วมมือกับผู้ปกครองและชุมชน	3.89	0.61	มาก	4.76	0.52	มากที่สุด	0.22	2
4	ด้านการพัฒนาวิชาชีพ	4.10	0.42	มาก	4.75	0.33	มากที่สุด	0.14	3
รวมเฉลี่ย		4.00	0.58	มาก	4.78	0.41	มากที่สุด		

จากตารางที่ 1 พบว่า สภาพปัจจุบันของครูผู้นำ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการพัฒนาการเรียนรู้ของนักเรียน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการทำงานเป็นทีม ส่วนสภาพที่พึงประสงค์ของครูผู้นำ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการทำงานเป็นทีม ด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการพัฒนาวิชาชีพ และความต้องการจำเป็นในการพัฒนาครูผู้นำ โดยเรียงลำดับความต้องการจำเป็นจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ลำดับที่ 1 ด้านการทำงานเป็นทีม ลำดับที่ 2 ด้านการสร้างความร่วมมือกับผู้ปกครองและชุมชน ลำดับที่ 3 ด้านการพัฒนาวิชาชีพ และลำดับที่ 4 ด้านการพัฒนาการเรียนรู้ของนักเรียน

ด้านการทำงานเป็นทีม พบว่าครูมีความต้องการจำเป็นในการพัฒนาเป็นลำดับที่ 1 ทั้งนี้เนื่องจากครูมีวัฒนธรรมในการทำงานเป็นแบบต่างคนต่างทำ และบางครั้งยังมีการแข่งขัน เพราะระบบการประเมินผลการทำงานยังขาดแรงจูงใจและขาดการส่งเสริมสนับสนุนการทำงานเป็นทีม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chumnan (2019) พบว่า ระดับการปฏิบัติเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันการทำงานเป็นทีม โดยรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าประสิทธิภาพด้านการทำงานเป็นทีมของสถานศึกษาสังกัดองค์กรบริหารส่วนจังหวัดชัยภูมิ ยังมีการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลางและควรได้รับการพัฒนาให้ดีขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hengsomboon et al. (2022) พบว่า แนวทางในการปรับปรุงพัฒนาการทำงานเป็นทีมของผู้บริหารและครูในด้านการติดต่อสื่อสารควรมีการแจ้งข่าวสารข้อมูลให้รวดเร็ว กระชับ ฉับไว เพื่อให้การทำงานเป็นไปได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ การร่วมมือควรจัดกิจกรรมเพื่อกระชับความสัมพันธ์ของบุคลากรในหน่วยงาน และส่งเสริมให้เกิดการช่วยเหลือกัน ส่งเสริมให้เกิดการทำงานร่วมกันได้อย่างมีความสุข มีการประสานงาน กำหนดบทบาทภาระงานของบุคลากรให้ชัดเจนไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อนในการทำงาน มีการประชุมชี้แจง เปิดโอกาสให้ซักถาม รับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกัน และนำไปสู่การแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ ส่งเสริมให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน ให้เกียรติและเคารพความคิดเห็นของกันและกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Siriphinayawong & Namwan (2021) พบว่า สภาพปัจจุบันของการทำงานเป็นทีมของครูในสถานศึกษาในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดไปต่ำที่สุด ได้แก่ ด้านภาวะผู้นำและบทบาทหน้าที่ ด้านการไว้วางใจกันของสมาชิก ด้านการกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายร่วมกัน ด้านการมีส่วนร่วมและให้ความร่วมมือและด้านการสื่อสาร ตามลำดับ มีสภาพที่พึงประสงค์ของการทำงานเป็นทีมของครู



ในสถานศึกษาในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดไปต่ำที่สุด ได้แก่ ด้านการไว้วางใจกันของสมาชิก ด้านการสื่อสาร ด้านการมีส่วนร่วมและให้ความร่วมมือ ด้านการกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายร่วมกัน ด้านภาวะผู้นำและบทบาทหน้าที่ และมีความต้องการจำเป็น เมื่อพิจารณารายด้านจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการสื่อสาร ด้านการมีส่วนร่วมและให้ความร่วมมือ ด้านการกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายร่วมกัน ด้านการไว้วางใจกันของสมาชิก และด้านภาวะผู้นำและบทบาทหน้าที่ ตามลำดับ

ด้านการสร้างความร่วมมือกับผู้ปกครองและชุมชน พบว่าครูมีความต้องการจำเป็นในการพัฒนาเป็นลำดับที่ 2 ทั้งนี้เนื่องจากครูผู้นำกับบทบาทหน้าที่การสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างโรงเรียนกับชุมชน ซึ่งช่วยให้โรงเรียนและชุมชนเกิดความเข้าใจอันดีต่อกัน ช่วยลดปัญหาความขัดแย้ง และช่วยให้เกิดความร่วมมืออันดีต่อกัน บทบาทของครูผู้นำที่เหมาะสมจึงจะสามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นได้ บทบาทหน้าที่สำคัญ ได้แก่ บทบาทในการให้การศึกษอบรมแก่บุคลากรในชุมชน และส่งเสริมให้ชุมชนเข้ามามีบทบาทในการมีส่วนร่วมกำหนดทิศทางทิศทางการจัดการศึกษา การให้ความร่วมมือและสนับสนุนการจัดการศึกษาและ บทบาทในการกำกับติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของโรงเรียน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Yangyuen (2020) ที่กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองเด็กควรได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมการเรียนรู้จากบ้าน โรงเรียน ชุมชน และสังคมรอบตัวเด็กพร้อมกันไปอย่างต่อเนื่อง โรงเรียนสื่อความเข้าใจให้กับ พ่อ แม่ ผู้ปกครอง ชุมชน และสังคม ได้ทราบว่า การเรียนรู้สามารถเกิดขึ้นได้ทุกที่และตลอดเวลา การเรียนรู้จากบ้านและโรงเรียนจะสร้างพลังการเรียนรู้ของเด็กทั้งทางด้านสติปัญญาและอารมณ์ จิตใจ ควบคู่กันไป ดังนั้นทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับเด็กต้องร่วมมือกันเพื่อพัฒนาคุณภาพการเรียนรู้ให้เกิดขึ้นกับเด็กในปกครองของตน ผู้ปกครองและชุมชนเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการปฏิรูปการศึกษาและการเรียนรู้ โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมของพ่อ แม่ ผู้ปกครอง และชุมชนในการจัดและพัฒนาศึกษา ซึ่งพ่อ แม่ ผู้ปกครอง มีบทบาทในการเรียนรู้ของลูกทั้งที่บ้าน ที่โรงเรียน และทุกสถานที่ ทุกเวลา ความเอาใจใส่ของพ่อ แม่ ผู้ปกครอง จะทำให้ผลการเรียนของลูกดีขึ้น การส่งเสริมผู้ปกครองให้เห็นความสำคัญของตนเองที่มีต่อการเรียนรู้ของเด็กจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง การให้ผู้ปกครองมีส่วนร่วมในการจัดการเรียนรู้ของเด็ก เป็นการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ใกล้ชิดระหว่างบ้านกับโรงเรียน และเป็นการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ใกล้ชิดระหว่างบุคคลในครอบครัวอีกทางหนึ่ง เพราะการศึกษาจะประสบความสำเร็จได้นั้น ต้องอาศัยความร่วมมือกับพ่อ แม่ ผู้ปกครอง และบุคคลในชุมชนทุกฝ่ายร่วมกันพัฒนาผู้เรียนตามศักยภาพ ดังนั้นการส่งเสริมให้พ่อ แม่ ผู้ปกครอง เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ของเด็ก เป็นการเปิดโอกาสให้พ่อ แม่ ผู้ปกครองเข้าใจถึงความสำคัญและบทบาทหน้าที่ของตนเองในการส่งเสริม สนับสนุนและร่วมมือกันในการพัฒนาเด็กให้มีพัฒนาการที่เหมาะสมตามวัย และสอดคล้องกับแนวคิดของ Sangthongand & Kumhom (2022) พบว่า การส่งเสริมการมีส่วนร่วมต่อการบริหารความสัมพันธ์ระหว่างสถานศึกษากับชุมชน โรงเรียนที่พึงกรวิทย์พัฒนา (วัดสุนทรสถิต) ในพระราชูปถัมภ์ฯ โดยภาพรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่ 1 คือ ด้านการจัดกิจกรรมสถานศึกษาร่วมกับชุมชนและท้องถิ่น รองลงมาคือ ด้านร่วมกิจกรรมศาสนา ประเพณี และวัฒนธรรม ด้านการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีระหว่างโรงเรียนกับชุมชน และอันดับสุดท้ายคือ ด้านการประชาสัมพันธ์เผยแพร่กิจกรรมและผลงานของสถานศึกษา

ด้านการพัฒนาวิชาชีพ พบว่าครูมีความต้องการจำเป็นในการพัฒนาเป็นลำดับที่ 3 ทั้งนี้เนื่องจากวิชาชีพครูเป็นวิชาชีพที่ต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ครูจึงต้องเป็นผู้เรียนรู้อยู่ตลอดเวลาเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพสังคม เศรษฐกิจโลก ความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีส่งผลให้เกิดวิทยาการใหม่ๆ ขึ้นมากมาย ครูจึงจำเป็นต้องเรียนรู้และปรับตัวให้ทันความเปลี่ยนแปลง เพื่อให้เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ รู้เท่าทันสภาพการณ์ต่างๆ และพัฒนาการปฏิบัติงานในหน้าที่ของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับแนวคิดของ Uchuphab (2018) ที่กล่าวว่า วิชาชีพครูเป็นวิชาชีพที่สร้างคนมาเพื่อพัฒนาสังคมและประเทศชาติ ครูจึงต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถ มีคุณภาพผ่านการศึกษอบรมมาอย่างเข้มข้น มีจิตวิญญาณแห่งความเป็นครูและปฏิบัติหน้าที่ตามกรอบแห่งจรรยาบรรณวิชาชีพ ดังนั้นบุคคลผู้เป็นครูจึงต้องมีการพัฒนาวิชาชีพอยู่เสมอ สอดคล้องกับแนวคิดของ Karlberg and Bezzina (2022) พบว่า การสนับสนุนครูให้มีการพัฒนาวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งในการเสริมสร้างศักยภาพครูในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทำให้ครูมีขวัญและกำลังใจ มีความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ทำให้ครูมีความรับผิดชอบมากขึ้น ช่วยให้การปฏิบัติงานบรรลุวัตถุประสงค์ ทำให้เกิดการพัฒนางานเดิมที่ปฏิบัติอยู่ เกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์พัฒนางานใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้น ทำให้องค์กรเกิดความทันสมัยตลอดเวลา ทันต่อการเปลี่ยนแปลงและเป็นผู้ดำเนินการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ อีกด้วย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sancar et al. (2021) พบว่าการพัฒนาวิชาชีพครูมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการปรับปรุงผลลัพธ์ของนักเรียน เนื่องจากการพัฒนาวิชาชีพครูเกี่ยวข้องกับโครงสร้างหลายมิติและการเปลี่ยนแปลงในชีวิตการทำงานของครู อย่างไรก็ตาม การพัฒนาวิชาชีพครูเป็นการเสริมสร้างให้ครูมีความรู้ ความสามารถ

เจตคติที่เอื้อต่อประสิทธิภาพในการทำงาน และประสบการณ์ที่เพิ่มขึ้น โดยครูทุกคนต้องพัฒนาตนเองและผู้บังคับบัญชา ต้องส่งเสริมให้ครูได้รับการพัฒนาโดยยึดภาระงานครูเป็นหลัก ควบคู่ไปกับการปฏิบัติหน้าที่ รวมถึงการมีบุคลิกภาพและ คุณธรรมของความเป็นครูด้วย

ด้านการพัฒนาการเรียนรู้ของนักเรียน พบว่าครูมีความต้องการจำเป็นในการพัฒนาเป็นลำดับที่ 4 ทั้งนี้เนื่องจาก ครูส่วนใหญ่ได้นำแนวทางในการจัดการศึกษาที่ให้การจัดการเรียนรู้ต้องคำนึงถึงผลลัพธ์ที่จะขึ้นกับผู้เรียนเป็นสำคัญ ตระหนักถึงการจัดการเรียนรู้ต้องพัฒนาผู้เรียนให้สามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้ การจัดการศึกษาต้องส่งเสริมให้ผู้เรียน สามารถพัฒนาตามธรรมชาติและเต็มตามศักยภาพ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Phusoda (2022) พบว่า คุณลักษณะ ของครูผู้สอนต้องให้ความร่วมมือกับสถานศึกษา มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการออกแบบการเรียนรู้และการวัดประเมินผล เป็นอย่างดี มีความรู้ในเรื่องที่สอนเป็นอย่างดี มีความรู้ความสามารถในการใช้สื่อสารสนเทศและเทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อพัฒนาผู้เรียนให้มีศักยภาพสู่มาตรฐานสากล และมีความสามารถทัดเทียมกับนานาชาติ และสอดคล้องกับแนวคิดของ Office of the National Economic and Social Development Council (2019) ที่ได้กำหนดไว้ในแผนแม่บทภายใต้ ยุทธศาสตร์ชาติ (12) ประเด็นการพัฒนาการเรียนรู้ (พ.ศ.2561-2580) ที่กล่าวว่า การพัฒนาการเรียนรู้ มุ่งเน้นผู้เรียน ให้มีทักษะการเรียนรู้และมีใจใฝ่เรียนรู้ตลอดเวลา มีการออกแบบระบบการเรียนรู้ใหม่ การเปลี่ยนบทบาทครู การเพิ่มประสิทธิภาพระบบบริหารจัดการศึกษา และการพัฒนาระบบการเรียนรู้ตลอดชีวิต การวางพื้นฐานระบบรองรับ การเรียนรู้โดยใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม และการสร้างระบบการศึกษาเพื่อเป็นเลิศทางวิชาการระดับนานาชาติ อีกทั้งยังให้ ความสำคัญกับการส่งเสริมการพัฒนาคนไทยตามพหุปัญญาให้เต็มตามศักยภาพ การสร้างเสริมศักยภาพผู้มีความสามารถพิเศษ ให้สามารถต่อยอดการประกอบอาชีพได้อย่างมั่นคง รวมถึงการพัฒนากลไกการทำงานในลักษณะการรวมตัวของกลุ่ม ผู้มีความสามารถพิเศษในหลากหลายวิชา ในการร่วมนักวิจัยและนักเทคโนโลยีขึ้นแนวหน้าเพื่อพัฒนาต่อยอดงานวิจัย ในการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อตอบโจทย์การพัฒนาประเทศ และเสริมสร้างศักยภาพและความเข้มแข็งของประเทศ

สรุปผลการวิจัย

1. องค์ประกอบของครูผู้นำในสถานศึกษา ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การทำงานเป็นทีม 2) การพัฒนาการเรียนรู้ของนักเรียน 3) การสร้างความร่วมมือกับผู้ปกครองและชุมชน และ 4) การพัฒนาวิชาชีพ
2. สภาพปัจจุบันของครูผู้นำ โดยรวมอยู่ในระดับมาก สภาพที่พึงประสงค์ของครูผู้นำ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และความต้องการจำเป็นในการพัฒนาครูผู้นำ เรียงลำดับความต้องการจำเป็นจากมากไปหาน้อย ได้แก่ 1) การทำงานเป็นทีม 2) การสร้างความร่วมมือกับผู้ปกครองและชุมชน 3) การพัฒนาวิชาชีพ และ 4) การพัฒนาการเรียนรู้ของนักเรียน

ดังนั้น ผู้บริหารควรพัฒนาครูให้ครอบคลุมทั้ง 4 ด้าน และให้ความสำคัญกับด้านการทำงานเป็นทีมมากที่สุด เพื่อพัฒนาให้ครูมีความเชี่ยวชาญทางด้านการเรียนการสอนและการปฏิบัติงาน รวมทั้งมีทักษะด้านอุปนิสัยและด้านความฉลาด ทางอารมณ์ของการมีวัฒนธรรมความร่วมมือในการทำงานเป็นทีมกับเพื่อนครูและผู้บริหาร ใช้การวิจัยในการพัฒนาการเรียนรู้ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาวิชาชีพครู การพัฒนาการสอนและการประเมินผลการเรียนรู้ของนักเรียน สร้างความร่วมมือกับ ผู้ปกครองและชุมชน มีความสามารถในการแนะนำสำหรับการเรียนรู้ของนักเรียน และมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนานักเรียนให้เกิด การเรียนรู้ที่ยั่งยืน

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

ได้องค์ประกอบและความต้องการจำเป็นที่สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาครูผู้นำในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขต พื้นที่การศึกษาชั้นพื้นฐานในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพื่อสร้างความรู้ใหม่ในวิชาชีพของตนเองอย่างต่อเนื่อง และการพัฒนา การสอนและการเรียนรู้ของนักเรียน เพื่อพัฒนาคุณภาพของนักเรียนให้สูงขึ้น และเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้บริหารสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ควรส่งเสริม สนับสนุน ในเชิงนโยบายให้กับสถานศึกษา เพื่อให้การพัฒนาครูผู้นำบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด
2. ผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ควรให้ความสำคัญกับการทำงานเป็นทีมของครูในโรงเรียน และส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือในการปฏิบัติกิจกรรมต่างๆ



เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน และสามารถนำผลการวิจัยของการศึกษาความต้องการจำเป็นไปกำหนดเป็นแผนในการพัฒนาครู หรือกำหนดเป็นกิจกรรมในการพัฒนาครูในสถานศึกษาให้เป็นครูผู้นำ โดยให้ความสำคัญในการพัฒนาตามลำดับการวิเคราะห์ผล ได้แก่ ลำดับที่ 1 ด้านการทำงานเป็นทีม ลำดับที่ 2 ด้านการสร้างความร่วมมือกับผู้ปกครองและชุมชน ลำดับที่ 3 ด้านการพัฒนาวิชาชีพ และลำดับที่ 4 ด้านการพัฒนาการเรียนรู้ของนักเรียน

3. ครูควรจะมีการพัฒนาตนเองในการทำงานร่วมกับผู้อื่นและควรสร้างความร่วมมือกับผู้ปกครองและชุมชนเพื่อพัฒนาความเป็นครูผู้นำของตนเองในโอกาสต่อไป

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับแนวทาง รูปแบบ หรือกลยุทธ์ในการพัฒนาทีมงานผู้นำสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาชั้นพื้นฐานในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เนื่องจากผลการวิจัย พบว่า การพัฒนาทีมงานมีความต้องการจำเป็นมากที่สุด เพราะการพัฒนาทีมงานจะช่วยสร้างและพัฒนาครูให้เกิดความร่วมมือในการปฏิบัติงานร่วมกันเพื่อให้บรรลุความสำเร็จและเกิดผลลัพธ์กับผู้เรียน

2. ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับแนวทาง รูปแบบ หรือกลยุทธ์ในการสร้างความร่วมมือกับผู้ปกครองและชุมชนสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาชั้นพื้นฐานในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เนื่องจากผลการวิจัย พบว่า ในการสร้างความร่วมมือกับผู้ปกครองและชุมชน มีความต้องการจำเป็นเป็นลำดับรองลงมา เพราะในการสร้างความร่วมมือกับผู้ปกครองและชุมชนจะช่วยครูและผู้ปกครอง ชุมชนมีความสัมพันธ์อันดีระหว่างกันจะส่งผลต่อความร่วมมือในการทำงานนำไปสู่การพัฒนาสถานศึกษาให้มีความยั่งยืนต่อไป

ข้อจำกัดการวิจัย

งานวิจัยนี้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นครูในโรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาชั้นพื้นฐานในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่เป็นครูระดับประถมศึกษาหรือครูที่สังกัดอื่นนอกเหนือจากสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาชั้นพื้นฐานในภาคตะวันออกเฉียงเหนืออาจมีความคิดเห็นที่แตกต่างออกไป

References

- Barbara, B. L. & Lynne, S. (2016). *Every teacher a leader: developing the needed dispositions, knowledge, and skills for teacher leadership*. Thousand Oaks, California : Corwin, a Sage Company.
- Chumnan, P. (2019). *Development Team Work Guidelines for School under Chaiphum Provincial Administration Organization (Unpublished master's thesis)*. Mahasarakham University, Mahasarakham, Thailand.
- Doraiswamy, N., Wilson, G., Czerniak, C. M., Tuttle, N., Porter, K. & Czajkowski, K. (2022). Teacher leader model standards in context: Analyzing a program of teacher leadership development to contextual behaviours of teacher leaders. *European Journal of Educational Management*, 5(1),49-62. <https://doi.org/10.12973/eujem.5.1.49>
- Crowther, F., Ferguson, M. & Hann, L. (2008). *Developing Teacher Leaders: How Teacher Leadership Enhances School Success*. Thousand Oaks, CA. United States : Corwin (Sage).
- Hengsomboon, N., Mangkang, P. & Aiemphaya, K. (2022). Teamwork Affecting Efficiency of School Management Under Secondary Educational Service Area Office 6. *The Journal of Sirindhornparidhat*, 23(2),186-200.
- Isaac, S. & Michael, W. B. (1995). *Handbook in Research and Evaluation*. San Diego : EdITS.
- Karlberg, M. & Bezzina, C. (2022). The professional development needs of beginning and experienced teachers in four municipalities in Sweden. *Professional Development in Education*, 48(4),624-641. <https://doi.org/10.1080/19415257.2020.1712451>
- Kaufman, R. & English, F. W. (1981). *Need assessment concept and application*. (3rd ed.). New York : Education Technology.



- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*. 30(3),607-610.
- Margaret, C. & Kathy, P. (2024). *The Emerging Teacher Leader: Six Dynamic Practices to Nurture Professional Growth*. Bloomington, IN : Solution Tree Press.
- Miller, J. J. (2023). *Teacher Leaders, Classroom Champions: How to Influence, Support, and Renew School Communities*. Bloomington, IN : Solution Tree Press.
- Nathan, B. (2014). *The Power of Teacher Leaders: Their Roles, Influence, and Impact*. New York : Routledge.
- Northeastern Education Office. (2023). *Northeastern Educational Development Plan (2023-2027)*. Udon Thani : Northeastern Education Office.
- Office of the Education Council. (2017). *National Education Plan 2017-2036*. Bangkok : Phrik Wan Graphic.
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2019). *Master Plan under the National Strategy (2018-2037)*. (2nd ed.). Bangkok : Office of the Prime Minister.
- Phusoda, B. (2022). A Model Development of Learning Management Advance Towards Learner Quality of Sai-Ngam Pittayakom School. *Journal of MCU Nakhondhat*, 9(4),480-495.
- Professional Crisis Management Association. (2023). *The Teacher as the Classroom Behavioral Leader*. Retrieved December 2023, from <https://www.linkedin.com/pulse/teacher-classroom-behavioral-leader>
- Sancar, R., Atal, D. & Deryakulu, D. (2021). A new framework for teachers' professional development. *Teaching and Teacher Education*. 101,103305. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tate.2021.103305>
- Sangthongand, K. & Kumhom, N. (2022). Promote to Participation in Relationship Management Between Schools and Communities in Dipangkornwittayapat Watsoontomsatit Under Royal Patronage School. *Journal of Roi Kaensam Academi*, 7(1),174-186.
- Sinlarat, P. (2014). *Characteristics of teacher leaders*. Bangkok : Chulalongkorn University Printing House.
- Sinlarat, P. et al. (2017). *How to think about productivity, teach and create*. (2th ed.). Bangkok : Chulalongkorn University Printing House.
- Siriphinyawong, P. & Namwan, T. (2021) Developing Teamwork Guidelines of Teachers in Schools under The Secondary Educational Service Area Office Burira. *Journal of Buddhist Philosophy Evolved*, 5(2),100-112.
- Sirisawat, T. (2011). *20599 Professional experience, Graduate Diploma in Curriculum and Teaching*. Nonthaburi : Sukhothai Thammathirat Open University.
- Srisaard, B. (2002). *Basic research*. (7th ed.). Bangkok : Suweeriyasan.
- Sriwichairat, P. (2010). *Teacher quality and educational quality*. Bangkok : Catholic Education Council.
- Teacher Leadership Exploratory Consortium. (2011). *Teacher Leader Model Standards*. Retrieved November 2023, from <https://www.ets.org/pdfs/patl/patl-teacher-leader-model-standards.pdf>
- The Center for Great Teachers and Leaders. (2019). *Teacher leadership Toolkit 2.0: Strategies to Build, Support, and Sustain Teacher Leadership Opportunities*. American Institutes for Research. Retrieved November 2023, from <https://gtlcenter.org/sites/default/files/GTL-TeacherLdrshipToolkit-508.pdf>
- Uchuphab. P. (2018). *Education and the teaching profession*. Bangkok : Chulalongkorn University Press.
- Utah State Board of Education. (2021). *The Roles of a Utah Teacher Leader A Guidebook for Defining and Elevating Teacher Leadership*. Salt Lake City : Utah State Board of Education.
- Wongwanit, S. (2019). *Needs assessment research*. (4th ed.). Bangkok : Chulalongkorn University Printing House.
- Worakham, P. (2019). *Educational research*. (11th ed.). Mahasarakham : Taksila Printing.



Yangyuen, E. (2020). A Development of Parental Involvement Patterns on Homework Self-Responsibility Development of Early Childhood, Choomchon Ban Chang Keuang School. *Journal of Teacher Professional Development*, 1(1),21-31.

NPU JOURNAL



การเปรียบเทียบระดับการจัดการกำไร และศึกษาผลกระทบของการกำกับดูแลกิจการ ต่อการจัดการกำไรในสหรัฐอเมริกาและสหราชอาณาจักร

The Comparison of Earnings Management Level and Study Impact of Corporate Governance on Earnings Management in the United States & United Kingdom

เกษศิณี ศิริรุ่งวัฒนชัย¹ และ สันนุดี เสลารัตน์²

Ketsinee Sirirungwattanachai¹ and Sannudee Selaratana²

Article History

Receive: August 27, 2024

Revised: October 30, 2024

Accepted: October 30, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบระดับของการจัดการกำไรที่เกิดจากมาตรฐานการบัญชีที่แตกต่างกัน และศึกษาโครงสร้างคณะกรรมการ องค์ประกอบ และการประชุมที่ส่งผลต่อระดับการจัดการกำไร ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ Nasdaq และตลาดหลักทรัพย์ลอนดอน และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ บริษัทที่เข้าเกณฑ์ การคัดเลือก คงเหลือกลุ่มตัวอย่างเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ Nasdaq จำนวน 76 บริษัท และบริษัท จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ลอนดอน 76 บริษัท เครื่องมือที่ใช้ คือ สถิติเชิงพรรณนา Multiple Regression และ t-test for Independent Samples การเก็บรวบรวมข้อมูลทางการเงิน และข้อมูลอื่นจากฐานข้อมูล DataStream รายงานประจำปี ของบริษัท แบบฟอร์ม เว็บไซต์ รวมถึงหนังสือ ตำรา และเอกสารเผยแพร่อื่นๆ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ทางสถิติ ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย จำนวนของคณะกรรมการบริหาร สัดส่วนของกรรมการ ภายนอกในคณะกรรมการบริหาร จำนวนครั้งการประชุมของคณะกรรมการบริหารใน 1 ปี และผู้บริหารสูงสุดดำรงตำแหน่ง ควบคู่ประธานกรรมการตัวแปรตาม ได้แก่ การจัดการกำไรตามเกณฑ์คงค้างและตัวแปรควบคุม ประกอบด้วย ขนาดของบริษัท ตราส่วนวัดการก่อหนี้ การเติบโตของยอดขาย และอัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม ผลการวิจัยพบว่า 1) บริษัทที่ใช้ US GAAP มีระดับการจัดการกำไรตามเกณฑ์คงค้างต่ำกว่าบริษัทที่ใช้ IFRS 2) ในตลาดหลักทรัพย์ลอนดอนจำนวนของคณะกรรมการบริหารมีผลกระทบเชิงลบ สัดส่วนของกรรมการภายนอกในคณะกรรมการบริหารมีผลกระทบเชิงบวกกับการจัดการ กำไรตามเกณฑ์คงค้าง ในขณะที่ตลาดหลักทรัพย์ Nasdaq สัดส่วนของกรรมการภายนอกในคณะกรรมการบริหารและผู้บริหาร สูงสุดดำรงตำแหน่งควบคู่ประธานกรรมการมีผลกระทบเชิงบวกกับการจัดการกำไรตามเกณฑ์คงค้าง ตัวแปรควบคุมที่มี ผลกระทบกับการจัดการกำไรตามเกณฑ์คงค้าง ได้แก่ ขนาดของบริษัท การเติบโตของยอดขาย และอัตราส่วนผลตอบแทน ต่อสินทรัพย์รวม

คำสำคัญ : การกำกับดูแลกิจการ ; โครงสร้างคณะกรรมการ ; คณะกรรมการอิสระ ; การประชุมของคณะกรรมการบริหาร ; การจัดการกำไร ; ตลาดหลักทรัพย์ Nasdaq ; ตลาดหลักทรัพย์ลอนดอน

¹ นักศึกษาปริญญาเอก สาขาบัญชี คณะบัญชี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, Doctoral Student in Doctor of Accountancy Program, School of Accountancy, University of the Thai Chamber of Commerce

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะบัญชี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, Assistant Professor, School of Accountancy, University of the Thai Chamber of Commerce



ABSTRACT

This study aimed to compare the level of earnings management resulting from different accounting standards and study board structure, composition, and meetings that affect the level of earnings management. The sample consisted of the companies that met the selection criteria, including 76 companies listed on the Nasdaq Stock Exchange and 76 companies listed on the London Stock Exchange. The instruments were descriptive statistics, multiple regression, and t-tests for independent samples. The financial data and other related data were collected from the DataStream database, company annual report, website, as well as books, textbooks, and other published documents. Data analysis used statistical software. The variables used in the study are independent variables consisting of the number of executive committee members, the proportion of outside directors on the executive committee, the number of executive committee meetings per year, and the top executive holding concurrent positions as the chairman of the board, the dependent variable was accrual-based earnings management, and the control variables included firm size, leverage ratio, sales growth, and return on total assets ratio. The results showed that 1) the level of accrual-based earnings management of the companies using US GAAP was lower than the companies using IFRS. 2) On the London Stock Exchange number of executive committee members had a negative impact; the proportion of outside directors on the executive committee had a positive impact on accrual-based earnings management, while on the Nasdaq Stock Exchange the proportion of outside directors on the executive committee and the top executive holding concurrent positions as the chairman of the board has a positive impact on accrual-based earnings management. The control variables that had an impact on accrual-based earnings management include firm size, sales growth, and return on total assets ratio.

Keywords : Corporate Governance ; Board of Directors ; Outside Directors ; Executive Committee Meetings ; Earnings Management ; NASDAQ ; London Stock Exchange (FTSE)

บทนำ

มาตรฐานการบัญชีที่ใช้ในปัจจุบันมีความแตกต่างกันในแต่ละประเทศ ช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาจึงยังไม่มีมาตรฐานการบัญชีที่เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วโลก เนื่องจากในสหรัฐอเมริกาใช้ระบบมาตรฐานการบัญชีที่พัฒนาขึ้นมาเอง โดยคณะกรรมการมาตรฐานการบัญชีของอเมริกา (The Financial Accounting Standard Board: FASB) คือ หลักการบัญชีที่รับรองโดยทั่วไปของอเมริกา (US Generally Accepted Accounting Principles: US GAAP) ในขณะที่กลุ่มประเทศทางยุโรปใช้มาตรฐานการบัญชีที่เรียกว่ามาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ (International Accounting Standards: IAS) และมาตรฐานการรายงานการเงินระหว่างประเทศ (International Financial Reporting Standards: IFRS) ที่ออกโดยคณะกรรมการมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ (International Accounting Standards Board: IASB) ถึงแม้ว่าจะมีความพยายามในการลดช่องว่างระหว่าง US GAAP และ IFRS แต่ก็ยังมีความแตกต่างที่สำคัญบางประการระหว่าง US GAAP และ IFRS ที่มักพบในทางปฏิบัติ (Deloitte, 2021) ภายใต้ US GAAP และ IFRS มาตรฐานทั้ง 2 ชุดสร้างความแตกต่างอย่างมากในรายงานทางการเงิน ความแตกต่างดังกล่าวมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญในระดับบริษัทต่อตัวชี้วัดประสิทธิภาพและฐานะทางการเงิน ซึ่งส่งผลให้ผู้บริหารของแต่ละกิจการมีความกดดันอย่างมากในการรายงานการเติบโตของกำไรอย่างต่อเนื่อง (Dechow & Schrand, 2004) การจ่ายค่าตอบแทนผู้บริหารที่ยึดจากผลการดำเนินงานก็อาจมีผลทำให้ผู้บริหารเลือกวิธีปฏิบัติทางการบัญชีที่จะทำให้บริษัทรายงานกำไรสูงขึ้น (Watt & Zimmerman, 1986) ด้วยเหตุนี้ผู้บริหารจึงมีแรงจูงใจมากมายในการจัดการกำไร (Earnings Management) ซึ่งการจัดการกำไรเป็นตัวชี้วัดหนึ่งที่สำคัญของคุณภาพกำไร โดยหากผู้บริหารมีการจัดการกำไรมาก คุณภาพกำไรของบริษัทจะมีระดับต่ำ การจัดการกำไรเป็นประเด็นที่แพร่หลายในธุรกิจทั่วโลก มีหลักฐานเชิงประจักษ์แสดงให้เห็นว่าบริษัทในสหรัฐอเมริกามีการจัดการกำไรโดยใช้เงินคงค้างตามดุลยพินิจผ่านการเสนอขายหุ้นในสหราชอาณาจักรก็มีแรงจูงใจที่คล้ายกันในการจัดการกำไร ดังนั้น หากเกิดการจัดการกำไรผ่านรายการคงค้าง

เพื่อเปิดเผยข้อเท็จจริงของการรายงานกำไรจะทำให้รายงานทางการเงินขาดความน่าเชื่อถือและก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในฐานการเงิน และผลการดำเนินงานของกิจการจนเป็นเหตุให้ผู้มีส่วนได้เสียตัดสินใจผิดพลาดได้ (Sinlapates, et al., 2020)

จากการประกาศล้มละลายของบริษัทในสหรัฐอเมริกา แสดงให้เห็นถึงองค์การขาดการกำกับดูแล และขาดระบบการควบคุมภายในที่ดี สภาองค์กรของสหรัฐอเมริกาได้ออกกฎหมายฉบับหนึ่งที่เรียกว่า Sarbanes-Oxley Act (SOX) มีวัตถุประสงค์เพื่อป้องกันเงินทุนจากการตกต่งบัญชีของบริษัท โดยกำหนดให้ผู้บริหารต้องมีการประเมินการควบคุมภายในรับรองความถูกต้องและความเชื่อถือได้ของการเปิดเผยข้อมูลของบริษัท ในขณะที่สหราชอาณาจักรมีการปรับใช้ The Combined Code of Corporate Governance ซึ่งเป็นหลักที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางว่าเป็นเกณฑ์มาตรฐานสากลสำหรับการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีความยืดหยุ่นกับบริษัทต่างๆ ที่สามารถเลือกได้ว่าจะปฏิบัติตามหลักการหรืออธิบายว่าเหตุใดจึงไม่ปฏิบัติตาม รากฐานและกรอบพื้นฐานด้านการกำกับดูแลกิจการของสหรัฐอเมริกาและสหราชอาณาจักรมีความคล้ายคลึงกัน ทั้ง 2 ประเทศเน้นเรื่องสิทธิของผู้ถือหุ้นในการลงคะแนนเสียงในการประชุมและการเลือกคณะกรรมการ แต่มาตรฐานการบัญชีที่ใช้ในทั้ง 2 ประเทศมีความแตกต่างกัน จึงเป็นที่น่าสนใจในการศึกษาว่า การใช้มาตรฐานการบัญชีที่แตกต่างกันระหว่าง US GAAP และ IFRS มีระดับการจัดการกำไรที่แตกต่างกันหรือไม่ และงานวิจัยนี้จะเป็นการยืนยันแนวคิดที่ว่ากำกับการกำกับดูแลกิจการที่ดีสามารถลดระดับการจัดการกำไรได้ไม่ว่าบริษัทจะใช้มาตรฐานการบัญชีแบบใด

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบระดับของการจัดการกำไรที่เกิดจากมาตรฐานการบัญชีที่แตกต่างกัน
2. เพื่อศึกษาโครงสร้างคณะกรรมการ องค์กรประกอบ และการประชุมที่ส่งผลต่อระดับการจัดการกำไร

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับมาตรฐานการบัญชี

มาตรฐานการบัญชีของสหรัฐอเมริกาจัดทำขึ้นโดยคณะกรรมการมาตรฐานการบัญชี (Financial Accounting Standards Board: FASB) โดยจะต้องผ่านการตรวจสอบจาก US SEC มาตรฐานการบัญชีนี้นั้นเป็นแนวทางที่ดีให้บริษัทต่างๆ เพื่อการจัดทำรายงานทางการเงินที่น่าเชื่อถือ และมีข้อมูลเพียงพอที่จะใช้ในการตัดสินใจทางธุรกิจหรือไม่ FASB มีหน้าที่ในการกำหนดมาตรฐานการบัญชีและการรายงานทางการเงินสำหรับภาครัฐ เอกชน และองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรซึ่งเรียกว่าหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไปของอเมริกา (US Generally Accepted Accounting Principles: US GAAP) มาตรฐานที่ FASB กำหนดขึ้นได้รับการยอมรับว่าเป็นมาตรฐานจากองค์กรต่างๆ มีการพัฒนาและออกมาตรฐานการบัญชีผ่านกระบวนการที่โปร่งใสและครอบคลุม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการรายงานทางการเงินที่ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่นักลงทุนและบุคคลอื่นๆ ที่ใช้รายงานทางการเงิน (FASB, 2021) US GAAP จึงเป็นกรอบมาตรฐาน หลักการและขั้นตอนที่บริษัทใช้สำหรับการบัญชีการเงิน เป็นชุดของมาตรฐานการบัญชีที่ประกอบด้วยวิธีมาตรฐานและหลักเกณฑ์ในการบันทึกและรายงานข้อมูลทางการเงิน กรอบนี้นำมาใช้อย่างแพร่หลายโดยบริษัทที่ซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ และบริษัทเอกชนในสหรัฐอเมริกา (CFA Institute, 2022) ปัจจุบัน FASB ได้มีการปรับปรุงมาตรฐานการบัญชีอย่างต่อเนื่องซึ่งจะช่วยให้ข้อมูลในการเงินสามารถเปรียบเทียบกันได้และความโปร่งใสด้านต้นทุนและค่าใช้จ่ายการเงินรายอื่นๆ เพื่อให้เข้าใจถึงผลลัพธ์ทางการเงินและแนวโน้มของกระแสเงินสดในอนาคตของกิจการ (FASB, 2022) ด้านสหราชอาณาจักรใช้มาตรฐานการรายงานทางการเงินระหว่างประเทศ (International Financial Reporting Standards: IFRS) ที่ออกโดยคณะกรรมการมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ (International Accounting Standard Board: IASB) เป็นแนวปฏิบัติที่เป็นมาตรฐานในการอธิบายผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินของบริษัท เพื่อให้งบการเงินของบริษัทสามารถเข้าใจและเปรียบเทียบกันได้ในระหว่างประเทศ โดยเฉพาะกับบริษัทที่มีการจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เพื่อทำให้เกิดความสอดคล้องกันทางการบัญชีระหว่างมาตรฐานการบัญชีระดับชาติผ่านการพัฒนามาตรฐานการบัญชีระดับโลก IASB ได้นำมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ (International Accounting Standards: IAS) มาใช้ และพัฒนามาตรฐานใหม่เรียกว่า มาตรฐานการรายงานทางการเงินระหว่างประเทศ ในปี 2002 สหภาพยุโรป (EU) กำหนดให้มาตรฐานการรายงานทางการเงินระหว่างประเทศจะมีผลบังคับใช้กับงบการเงินรวมของบริษัทจดทะเบียนในสหภาพยุโรปตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2005 เป็นต้นไป ซึ่งนำไปสู่การแนะนำ IFRS ให้กับองค์กรทางธุรกิจขนาดใหญ่หลายแห่ง ประเทศอื่นๆ ก็ได้มีการนำ IFRS มาปฏิบัตินับตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา โดยมาตรฐานดังกล่าวได้กลายเป็นภาษาสากลของงบการเงิน เป็นที่ไว้วางใจของนักลงทุนทั่วโลก และมีการปรับปรุงมาตรฐานอย่างต่อเนื่อง (IFRS, 2023) งานวิจัยในอดีตยืนยันว่าการนำ IFRS ไปใช้ในประเทศที่เศรษฐกิจมีความก้าวหน้า และเศรษฐกิจเกิดใหม่



อาจมีประสิทธิภาพน้อยกว่าเมื่อเทียบกับการปรับใช้ในประเทศกำลังพัฒนา (Imhanzenobe, 2022)

ความพยายามในการทำให้เกิดความสอดคล้องกันของมาตรฐานการบัญชีมีมานานแล้ว ในช่วงแรก IAS มีบทบาทสำคัญในการลดความแตกต่างในมาตรฐานการบัญชีท้องถิ่นในประเทศแถบยุโรป ในปี 2002 IASB และ FASB ได้ออกบันทึกข้อตกลง ซึ่งกำหนดลำดับความสำคัญและเหตุการณ์สำคัญที่จะบรรลุข้อตกลงร่วมกัน เพื่อการปรับปรุงมาตรฐาน ระหว่าง US GAAP และ IFRS และสร้างความสอดคล้องกันของมาตรฐานการบัญชี เพื่อเพิ่มคุณภาพการรายงานทางการเงิน นักบัญชีส่วนใหญ่จึงต้องการความสอดคล้องกันระหว่าง US GAAP และ IFRS โดยมุ่งเน้นไปที่การอนุญาตให้ใช้ IFRS ได้ และสามารถให้เลือกได้ระหว่าง US GAAP หรือ IFRS มาตรฐานการรายงานทางการเงินระหว่างประเทศ (IFRS) มีความแตกต่างที่สำคัญบางประการจากหลักการบัญชีที่ยอมรับโดยทั่วไปของสหรัฐอเมริกา (US GAAP) (Majaski, 2021) การศึกษาของ Dinuka (2019) ; Rioui, et al. (2020) พบว่าการปรับใช้ IFRS ทำให้การจัดการกำไรตามเกณฑ์คงค้าง (Accrual-based Earnings Management: AEM) ลดลง จากการทบทวนวรรณกรรมส่วนใหญ่ให้ผลการศึกษาที่สอดคล้องกันว่าการปรับใช้ IFRS ทำให้การจัดการกำไรผ่าน AEM ลดลง เช่นเดียวกับการศึกษาของ Almaharmeh et al. (2021) ที่พบว่า AEM สามารถลดลงได้ด้วยการบังคับใช้ IFRS อย่างไรก็ตามมีงานวิจัยอีกส่วนหนึ่งที่พบความสัมพันธ์ระหว่างมาตรฐานการบัญชีและการจัดการกำไรในระดับต่ำ หรือไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างมาตรฐานการบัญชีและการจัดการกำไร (Wahyuningrum & Rizqi, 2019 ; Eriotis et al., 2019) แต่โดยส่วนใหญ่ยืนยันว่าภายใต้มาตรฐานทั้ง 2 ชุด ทั้ง US GAAP และ IFRS สร้างความแตกต่างอย่างมากในรายงานทางการเงิน ความแตกต่างดังกล่าวมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญในระดับบริษัทต่อตัวชี้วัดประสิทธิภาพและฐานะทางการเงิน ซึ่งเป็นแรงจูงใจให้ผู้บริหารมีการจัดการกำไร ดังนั้น จึงมีความน่าสนใจว่าบริษัทที่ใช้มาตรฐานการบัญชีที่แตกต่างกันจะมีระดับการจัดการกำไรที่ต่างกันหรือไม่

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทฤษฎีตัวแทน

ทฤษฎีตัวแทน (Agency Theory) ถูกอธิบายโดย Jensen & Meckling (1976) มีการกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างตัวการ (Principal) กับตัวแทน (Agent) เพื่อดำเนินการบางอย่างในนามของตัวการ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการมอบอำนาจในการตัดสินใจบางอย่างให้กับตัวแทน หากทั้งสองฝ่ายต่างมีความต้องการผลประโยชน์สูงสุดเพื่อตนเอง ก็สามารถเชื่อว่าตัวแทนจะไม่ดำเนินการเพื่อผลประโยชน์สูงสุดของตัวการ ทฤษฎีตัวแทนกล่าวถึงปัญหาของเจ้าของและผู้บริหารที่แยกจากกันของบริษัท และเน้นย้ำถึงความจำเป็นในการลดปัญหาดังกล่าว ในความสัมพันธ์ระหว่างตัวการและตัวแทนส่วนใหญ่จะมีค่าใช้จ่ายในการติดตาม และค่าใช้จ่ายที่ตัวแทนทำตามพันธสัญญา (ทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน) โดย Jensen & Meckling ได้กำหนดต้นทุนเกี่ยวกับตัวแทนไว้ 3 ประเภท ได้แก่ (1) ค่าใช้จ่ายในการติดตามตัวการ (2) ค่าใช้จ่ายที่ทำให้ตัวแทนทำตามพันธสัญญา และ (3) ค่าใช้จ่ายอื่นที่เกิดขึ้น Al-Faryan (2024) กล่าวว่า การขาดธรรมาภิบาล (ความรับผิดชอบและความโปร่งใส) นำไปสู่ความเสี่ยงในการทุจริต หากไม่มีการกำกับดูแลจะทำให้ช่องว่างระหว่างตัวการและตัวแทนมีมากขึ้น ซึ่งจะทำให้เกิดวิกฤตการณ์ของหน่วยงาน และทำให้ต้นทุนของตัวแทนเพิ่มขึ้นอย่างมาก ในการศึกษาของ Jasim & Abdullah (2019) กล่าวว่า ผู้บริหารแรงจูงใจในการปรับกำไรเพื่อประโยชน์ของตนเอง ในขณะที่ละเมิดผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้น แสดงให้เห็นว่าผู้บริหารมีแรงจูงใจมากมาในการจัดการกำไร ในขณะที่เดียวกัน การกำกับดูแลกิจการมีบทบาทเป็นเครื่องมือในการแก้ปัญหาความไม่สมดุลของข้อมูล และการกระจายทรัพยากรทางเศรษฐกิจอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อแก้ปัญหาตัวแทนระหว่างผู้มีส่วนได้เสีย

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย

ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียมีพื้นฐานมาจากกรอบแนวคิดของ Barnard (1938) ที่นำเสนอมุมมองด้านบวกของผู้บริหารในการสนับสนุนความรับผิดชอบต่อสังคม ต่อมา Freeman (1984) สนับสนุนว่าผู้บริหารต้องสร้างความพึงพอใจต่อบุคคลที่มีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ของกิจการซึ่งมีหลากหลายองค์ประกอบ ในอดีตกิจการต้องมีความสามารถในการแข่งขันหรือการลดต้นทุนเพื่อให้มีผลกำไรสูงสุด และประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน แต่ในปัจจุบันกิจการจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับผู้ที่มีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ของการดำเนินงานไม่ว่าจะเป็นผู้ถือหุ้น พนักงาน ลูกค้า ผู้ขายปัจจัยการผลิต คู่แข่งขัน รวมไปถึงชุมชนและรัฐบาล ที่เรียกว่า “ผู้มีส่วนได้เสีย” (Bubpha, 2020) ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียจึงเป็นทฤษฎีเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจและการจัดการองค์กร โดยองค์กรต่างๆ มีเป้าหมายที่จะสร้างผลประโยชน์ให้กับผู้มีส่วนได้เสียที่แตกต่างกัน (Mahajan et al., 2023) ทฤษฎี ผู้มีส่วนได้เสียจึงถูกนำมาใช้อธิบายถึงความต้องการที่จะประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ โดยต้องตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มเพื่อให้กิจการสามารถดำรงอยู่ได้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการกำไร

การจัดการกำไร (Earnings Management) เกิดขึ้นเมื่อผู้บริหารใช้วิจารณญาณในการจัดการด้านธุรกรรม นโยบาย และการรายงานทางการเงินของกิจการ เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียบางรายเข้าใจผิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจของบริษัท หรือเพื่อสร้างผลลัพธ์ตามสัญญาที่ขึ้นอยู่กับตัวเลขทางบัญชีที่รายงาน (Healy & Wahlen, 1999) การจัดการกำไรตามเกณฑ์ คงค้าง (Accrual-based Earnings Management: AEM) เป็นการจัดการกำไรโดยใช้ดุลยพินิจของผู้บริหารกับรายการคงค้าง บางประเภทซึ่งไม่กระทบต่อกระแสเงินสดของบริษัทเป็นเพียงการเปลี่ยนแปลงประมาณการต่างๆ เท่านั้น (Ua-anantrakool, 2020) การวัดการจัดการกำไรตามเกณฑ์คงค้างใช้แบบจำลองการถดถอยประมาณค่ารายการคงค้างตามดุลยพินิจของฝ่าย บริหาร โดยการวัดค่าการจัดการกำไรตามเกณฑ์คงค้างประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 คำนวณรายการคงค้างรวม (Total Accruals: TA) ในการวิจัยครั้งนี้วัดค่ารายการคงค้างโดยใช้งบกระแส เงินสด คำนวณโดย $TA_t = NI_t - CFO_t$ กำหนดให้ TA_t หมายถึง รายการคงค้างรวม NI_t หมายถึง กำไรสุทธิก่อนหักรายการ พิเศษ และ CFO_t หมายถึง กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน

ขั้นตอนที่ 2 ประมาณยอดคงค้างที่ไม่ใช้ดุลยพินิจ (Non-Discretionary Accruals: NDA) Shekou (2011) ascited in Bersa (2021) กล่าวว่า แบบจำลอง Modified Jones มีประสิทธิภาพมากที่สุดในการตรวจจับการจัดการกำไร โดยสามารถ กำจัดผลกระทบภายนอก อีกทั้งยังเป็นแบบจำลองที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในการระบุรายการคงค้างในส่วนที่ไม่ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้บริหาร ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงเลือกใช้แบบจำลอง Modified Jones (Dechow et al., 1995) แบบจำลองการวัด AEM โดยการประมาณยอดคงค้างที่ไม่ใช้ดุลยพินิจตามแบบจำลอง Modified Jones คำนวณโดย $NDA_t = B_1(1/A_{t-1}) + B_2(\Delta REV_t - \Delta REC_t/A_{t-1}) + B_3(PPE_t/A_{t-1})$ กำหนดให้ NDA_t หมายถึง ยอดคงค้างที่ไม่ใช้ดุลยพินิจของผู้บริหาร ΔREV_t หมายถึง การเปลี่ยนแปลงของรายได้ ΔREC_t หมายถึง การเปลี่ยนแปลงของยอดลูกหนี้สุทธิ PPE_t หมายถึง ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ A_{t-1} หมายถึง สินทรัพย์รวม ณ ปีที่ $t-1$ และ B_1, B_2, B_3 หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย ซึ่งได้จาก สมการถดถอย

ขั้นตอนที่ 3 ประมาณยอดคงค้างตามดุลยพินิจของฝ่ายบริหาร (Discretionary Accruals: DA) หาค่าจากผลต่าง ระหว่างยอดรวมของรายการคงค้างในปีปัจจุบัน (ขั้นตอนที่ 1) หาดด้วยสินทรัพย์รวมของปีก่อน กับยอดคงค้างที่ไม่ใช้ดุลยพินิจ (ขั้นตอนที่ 2) คำนวณโดย $DA_t = (TA_t/A_{t-1}) - NDA_t$ กำหนดให้ DA_t หมายถึง ยอดคงค้างตามดุลยพินิจของฝ่ายบริหาร

แนวคิดเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการในสหรัฐอเมริกาและสหราชอาณาจักร

การกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance) เป็นหลักการที่ได้รับการยอมรับเป็นสากลว่า เป็นแนวคิดที่ทำให้ องค์กรสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และที่สำคัญเป็นไปอย่างโปร่งใส น่าเชื่อถือ และเป็นธรรมต่อทุก ฝ่าย จึงเป็นหลักการที่หลายองค์กรได้ให้ความสำคัญในการนำมาปฏิบัติเพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมาย และพันธกิจที่กำหนดไว้ นอกจากนี้ การกำกับดูแลกิจการยังเป็นเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างหน้าที่และความร่วมมือระหว่างกันของคณะกรรมการ ฝ่ายจัดการและผู้มีส่วนได้เสีย และยังเป็นกรอบของโครงสร้าง แนวทางปฏิบัติและการติดตามประเมินผลการดำเนินการของ องค์กร (The Securities and Exchange Commission, 2019) ส่วนใหญ่แล้วพื้นฐานและกรอบแนวคิดด้านการกำกับดูแล กิจการของสหรัฐอเมริกาและสหราชอาณาจักรมีความคล้ายคลึงกัน ทั้ง 2 ประเทศเน้นสิทธิของผู้ถือหุ้นในการลงคะแนนเสียง ในการตัดสินใจที่สำคัญของบริษัท และเลือกคณะกรรมการที่มีหน้าที่ในการกำหนดนโยบายและทิศทางของบริษัท นอกจากนี้ กฎหมายของทั้ง 2 ประเทศยังมีเป้าหมายพื้นฐานในการปกป้องนักลงทุน และให้ความชัดเจนและสม่ำเสมอในการบังคับใช้ กฎหมายหลักทรัพย์และการกำกับดูแลกิจการภายใต้เขตอำนาจการปกครองของตน

สภาองเกรสของสหรัฐอเมริกาได้ออกกฎหมายฉบับหนึ่งที่เรียกว่า Sarbanes-Oxley Act (SOX) เมื่อวันที่ 30 กรกฎาคม 2002 เนื่องจากการล่มสลายของบริษัทสหรัฐอเมริกา แสดงให้เห็นถึงองค์กรขาดการกำกับดูแล และขาดระบบ การควบคุมภายในที่ดี SOX จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อปกป้องนักลงทุนจากการตกแต่งบัญชีของบริษัท เพิ่มขอบเขตความรับผิดชอบ ของ CEO และ CFO ในเรื่องการควบคุมภายใน และการรับรองความถูกต้องของการรายงานข้อมูลทางการเงิน โดยกำหนดให้ ผู้บริหารต้องมีการประเมินการควบคุมภายใน รับรองความถูกต้องและความเชื่อถือได้ของการเปิดเผยข้อมูลของบริษัท SOX ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในการรายงานทางการเงิน และสภาพแวดล้อมในการกำกับดูแลกิจการ รวมถึงปรับปรุง คุณภาพการรายงานทางการเงินของกิจการด้วย Nazarova et al. (2019) ยืนยันว่าเครื่องมือที่ประสบความสำเร็จมากที่สุด อย่างหนึ่งในการปกป้องนักลงทุน คือ SOX เมื่อบริษัทได้ปฏิบัติตามกฎระเบียบในพระราชบัญญัติ ร่วมกับการใช้ระบบ การควบคุมภายในที่ถูกรออกแบบมาเพื่อให้บริษัทมีความน่าเชื่อถือและมีความโปร่งใสของข้อมูล สำหรับการกำกับดูแลกิจการ



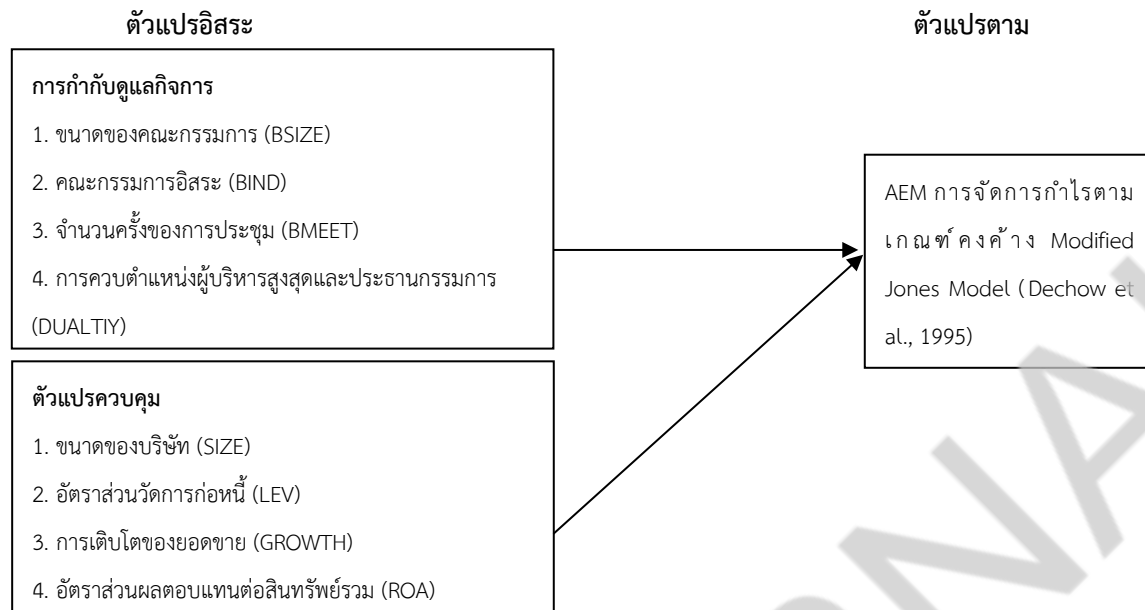
ในสหราชอาณาจักร สหราชอาณาจักรถือประเทศที่มีรูปแบบการกำกับดูแลกิจการของ The Anglo-Saxon (เรียกว่าระบบทุนนิยม ตลาดหุ้น หรือระบบการกำกับดูแลผู้ถือหุ้น) เช่นเดียวกับสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีลักษณะการแยกความเป็นเจ้าของออกจาก การควบคุม การใช้ตลาดหุ้นเป็นแหล่งเงินทุน และการใช้คณะกรรมการอิสระ ระบบการกำกับดูแลกิจการมีคณะกรรมการที่มีโครงสร้างเพื่อขัดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ระหว่างตัวแทนและตัวการ การกำกับดูแลกิจการในสหราชอาณาจักรเริ่มต้น ในปี 1978 โดยได้ออก Cadbury Code ซึ่งเป็นหลักการกำกับดูแลกิจการฉบับแรก จากนั้นในปี 1998 สหราชอาณาจักรได้ ปรับใช้ The Combined Code of Corporate Governance ซึ่งเป็นหลักที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางว่าเป็นเกณฑ์ มาตรฐานสากลสำหรับการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีความยืดหยุ่นกับบริษัทต่างๆ ที่สามารถเลือกได้ว่าจะปฏิบัติตามหลักการหรือ อธิบายว่าเหตุใดจึงไม่ปฏิบัติตาม ซึ่งตรงข้ามกับระบบบังคับ (เช่น SOX ในสหรัฐอเมริกา) และพัฒนาเป็น The UK Corporate Governance Code ในปี 2010 (Kanjankongka, 2021)

กิจการที่มีการกำกับดูแลกิจการที่ดีจะมีระดับการจัดการกำกับดูแลที่ต่ำ ทั้งยังสามารถลดต้นทุนของตัวแทนและต้นทุน ในการทำธุรกรรมได้ (Nguyen, Kim & Ali, 2024) ในอดีตมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของการกำกับดูแลกิจการ ที่ส่งผลต่อระดับการจัดการกำกับดูแล เช่น Abdou et al. (2020) ; Kjaerland et al. (2020) พบว่า บริษัทที่มีแนวโน้มในการจัดการ กำไรหากสัดส่วนกรรมการอิสระในคณะกรรมการบริหารมีสัดส่วนสูง Sehrawat et al. (2019) พบว่า ขนาดของ คณะกรรมการบริหารไม่เกี่ยวข้องกับการจัดการกำกับดูแล ด้านการคว่ำตำแหน่งผู้บริหารสูงสุดและประธานกรรมการ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการจัดการกำกับดูแล และ Agustia et al. (2022) พบว่า หากคณะกรรมการบริหารมีการประชุมร่วมกัน บ่อยขึ้นบริษัทจะมีระดับการจัดการกำกับดูแลที่ลดลง จากการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับผู้วิจัยต้องการยืนยันผลการศึกษานี้ว่าโครงสร้าง คณะกรรมการ องค์ประกอบ และการประชุมส่งผลต่อระดับการจัดการกำกับดูแล เพื่อให้หน่วยงานกำกับดูแลและนักลงทุนที่สนใจ ลงทุนในตลาดต่างประเทศสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ต่อไป

ปัจจัยอื่นอาจมีอิทธิพลต่อการจัดการกำกับดูแลตามเกณฑ์ดังกล่าว จากการทบทวนงานวิจัยในอดีตผู้วิจัยได้สรุปตัวแปร ควบคุมที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้ ขนาดของบริษัท (Firm Size) วัดจากลอการิทึมธรรมชาติของสินทรัพย์รวม เนื่องจากบริษัท ขนาดใหญ่อาจมีการจัดการกำกับดูแลมากกว่าบริษัทขนาดเล็กเนื่องจากความซับซ้อนในการดำเนินงานทำให้การตรวจสอบการจัดการ กำไรทำได้ยาก (Dinuka, 2019) อัตราส่วนวัดการก่อหนี้ (Leverage Ratio) วัดจากหนี้สินรวมหารส่วนของผู้ถือหุ้น จากการศึกษาของ Almaharmeh et al. (2021) พบว่า บริษัททั่วไปที่ใช้ IFRS มักมีอัตราส่วนวัดการก่อหนี้สูงกว่าบริษัท ที่เลือกใช้ US GAAP อัตราส่วนวัดการก่อหนี้มีความสัมพันธ์กับการจัดการกำกับดูแลเนื่องจากผู้บริหารต้องการปกปิดข้อมูล ที่ไม่พึงประสงค์ และต้องการแสดงความสามารถในการดำเนินงานที่สูงขึ้น การเติบโตของยอดขาย (Sales Growth) วัดจาก เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงในยอดขายแต่ละปี การเติบโตของยอดขายเป็นปัจจัยหนึ่งที่ใช้วัดการเติบโตของกิจการ กิจการที่มีการ เติบโตอาจมีความเสี่ยงในการลงทุนมากกว่า ซึ่งอาจมีแนวโน้มที่จะมีส่วนร่วมในการจัดการกำกับดูแลเพื่อดึงดูดนักลงทุนสถาบัน ให้เปลี่ยนใจมาลงทุนในกิจการของตน (Hasan & Rahman, 2020 ; Abdou et al., 2020) อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ รวม (ROA) เป็นหนึ่งในอัตราส่วนที่ใช้ความสามารถในการทำกำไรของกิจการ และเป็นปัจจัยหนึ่งที่กระตุ้นให้เกิดการจัดการ กำไร เนื่องจากนักลงทุนในอนาคตตั้งเป้าหมายตามผลการดำเนินงานในอดีต ทำให้ผู้บริหารต้องมีการจัดการกำกับดูแลเพื่อรักษา ผลการดำเนินงานไว้ (Mellado & Saona, 2020)

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการที่ผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า ตัวแปรอิสระที่มีผลกับการจัดการกำกับดูแล ตามเกณฑ์ดังกล่าว (Dechow et al., 1995) คือ ขนาดของคณะกรรมการ คณะกรรมการอิสระ จำนวนครั้งของการประชุม การคว่ำตำแหน่งผู้บริหารสูงสุดและประธานกรรมการ (Sehrawat et al., 2019 ; Abdou et al., 2020 ; Kjaerland et al., 2020 ; Nguyen, et al., 2024) ตัวแปรควบคุมที่มีผลกับตัวแปรตาม คือ ขนาดของบริษัท (Dinuka, 2019 ; Hasan & Rahman, 2020 ; Hattakit & Tangan, 2022) อัตราส่วนวัดการก่อหนี้ (Almaharmeh et al., 2021) การเติบโตของยอดขาย (Hasan & Rahman, 2020 ; Abdou et al., 2020) และอัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (Mellado & Saona, 2020) ผู้วิจัยจึงได้สร้างกรอบแนวคิดเพื่อทำการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. บริษัทที่ใช้มาตรฐานการบัญชีที่ต่างกันมีระดับการจัดการกำไรตามเกณฑ์ค่างแตกต่างกัน
2. โครงสร้างคณะกรรมการ องค์กรประกอบ และการประชุมส่งผลกับการจัดการกำไรตามเกณฑ์ค่าง

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ Nasdaq (National Association of Securities Dealers Automated Quotation) จำนวน 102 บริษัท และตลาดหลักทรัพย์ลอนดอน (London Stock Exchange: FTSE) จำนวน 100 บริษัท (ข้อมูลจาก DataStream ณ วันที่ 30 พฤษภาคม 2565) เนื่องจากสหรัฐอเมริกาใช้หลักการบัญชีที่รับรองโดยทั่วไปของอเมริกา (US GAAP) ในขณะที่สหราชอาณาจักรใช้มาตรฐานการรายงานทางการเงินระหว่างประเทศ (IFRS) อีกทั้งการศึกษาประชากรจาก Nasdaq100 และ FTSE100 ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีขนาดใกล้เคียงกัน ป้องกันความเอนเอียงที่อาจเกิดขึ้นจากความแตกต่างของประชากรทั้ง 2 กลุ่ม ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้เกณฑ์ ดังนี้ (1) เป็นบริษัทที่มีข้อมูลครบถ้วนย้อนหลัง 5 ปีในช่วงระยะเวลาตั้งแต่ ค.ศ.2017 ถึง ค.ศ.2021 (2) ยกเว้นบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงิน (3) บริษัทที่มีข้อมูลไม่ครบถ้วน และ (4) บริษัทที่มีการเปลี่ยนการใช้นโยบายการบัญชีในช่วงระยะเวลาที่ทำการศึกษา คงเหลือกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ Nasdaq จำนวน 76 บริษัท และบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ลอนดอน จำนวน 76 บริษัท

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Qualitative Research) สถิติที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย (1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) วิเคราะห์ข้อมูลทั้งตัวแปรเชิงปริมาณและตัวแปรเชิงกลุ่ม สถิติที่ใช้อธิบายตัวแปรเชิงปริมาณ ประกอบด้วย ค่าสูงสุด (Maximize) ค่าต่ำสุด (Minimize) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติที่ใช้อธิบายตัวแปรเชิงกลุ่ม คือ สัดส่วน (Percentage) และ (2) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ประกอบด้วย การทดสอบ t-test for Independent Samples เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระจากกัน และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อทดสอบอิทธิพลระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม จากการทบทวนวรรณกรรม และศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยสามารถเขียนแบบจำลองในการศึกษาเป็นสมการได้ดังนี้
$$AEM_{i,t} = B_0 + B_1BSIZE_{i,t} + B_2BIND_{i,t} + B_3BMEET_{i,t} + B_4DUALITY_{i,t} + B_5SIZE_{i,t} + B_6LEV_{i,t} + B_7GROWTH_{i,t} + B_8ROA_{i,t}$$
 จากแบบจำลองในการศึกษา ผู้วิจัยสรุปตัวแปร และการวัดค่าตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ดังตารางที่ 1



ตารางที่ 1 ตัวแปร และการวัดค่าตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	การวัดค่าตัวแปร
ตัวแปรอิสระ	
1. ขนาดของคณะกรรมการ (BSIZE)	จำนวนคณะกรรมการบริหาร (คน)
2. คณะกรรมการอิสระ (BIND)	สัดส่วนคณะกรรมการอิสระในคณะกรรมการบริหาร (จำนวนคณะกรรมการอิสระ x 100) / จำนวนคณะกรรมการบริหาร
3. จำนวนครั้งของการประชุม (BMEET)	จำนวนครั้งของการประชุมของคณะกรรมการบริหารใน 1 ปี
4. การคว่ำตำแหน่งผู้บริหารสูงสุดและประธานกรรมการ (DUALITY)	หากผู้บริหารสูงสุดคว่ำตำแหน่งประธานกรรมการ = 1 ผู้บริหารสูงสุดและประธานกรรมการไม่ใช่คนเดียวกัน = 0
ตัวแปรตาม	
การจัดการกำไรตามเกณฑ์คงค้าง (AEM)	Modified Jones Model จากการศึกษาของ Dechow et al. (1995)
ตัวแปรควบคุม	
1. ขนาดของบริษัท (SIZE)	ลอการิทึมธรรมชาติของสินทรัพย์รวม
2. อัตราส่วนวัดการก่อหนี้ (LEV)	หนี้สินรวมหารส่วนของผู้ถือหุ้น
3. การเติบโตของยอดขาย (GROWTH)	เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงในยอดขายแต่ละปี
4. อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA)	กำไรสุทธิหารสินทรัพย์รวม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ใช้ข้อมูลเชิงปริมาณโดยเก็บรวบรวมมูลทางการเงิน และข้อมูลอื่นๆ จากฐานข้อมูล DataStream รายงานประจำปีของบริษัท แบบฟอร์ม เว็บไซต์ รวมถึงหนังสือ ตำรา และเอกสารเผยแพร่อื่นๆ ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ Nasdaq และตลาดหลักทรัพย์ลอนดอนในช่วงระยะเวลาตั้งแต่ ค.ศ.2017 ถึง ค.ศ.2021 ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนมกราคม-พฤษภาคม 2566

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS ในการทดสอบ t-test for Independent Samples และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณมีข้อสมมติที่สำคัญ คือ ข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ (Normal Distribution) ผู้วิจัยทดสอบการแจกแจงแบบปกติด้วยค่า Shapiro-Wilk test พบว่ามีทุกตัวแปรมีค่า Sig > .05 หมายถึง ข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ นอกจากนี้ การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณมีข้อสมมติที่สำคัญเพิ่มเติม ดังนี้ 1) ค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนของแบบจำลองเท่ากับศูนย์ ผู้วิจัยใช้ค่าคงเหลือ (Residual หรือ Error Term) จากแบบจำลองในการวิเคราะห์ไปคำนวณหาค่าเฉลี่ย และพบว่าทั้งบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ Nasdaq และตลาดหลักทรัพย์ลอนดอนมีค่าเฉลี่ยของ Residual เท่ากับ 0.00 2) ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันเอง (Multicollinearity) โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation) พบว่า ค่าสถิติข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ Nasdaq อยู่ระหว่าง -0.20 ถึง 0.31 และตลาดหลักทรัพย์ลอนดอนอยู่ระหว่าง -0.27 ถึง 0.69 เมื่อค่าสถิติมีค่าอยู่ระหว่าง -0.80 ถึง 0.80 แสดงว่าไม่เกิดปัญหา Multicollinearity 3) ความไม่คงที่ของตัวแปรสุ่มคลาดเคลื่อน (Heteroscedasticity) จากการทดสอบโดยใช้ The Breusch and Pagan test ผลทดสอบพบค่า P-value < .05 หมายความว่ามีความผิดปกติ Heteroscedasticity ผู้วิจัยแก้ปัญหาดังกล่าวด้วยวิธี Hcreg โดยใช้คำสั่ง Syntax จากโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS และ (4) ความสัมพันธ์กันเองของตัวแปรสุ่มคลาดเคลื่อน (Autocorrelation) โดยพิจารณาค่าสถิติ Durbin-Watson พบว่า ข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ Nasdaq และตลาดหลักทรัพย์ลอนดอนมีค่าเท่ากับ 0.51 และ 0.66 ตามลำดับ เมื่อค่าสถิติมีค่าอยู่ระหว่าง 0-4 แสดงว่าค่าความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน ไม่มีปัญหา Autocorrelation

ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ Nasdaq ดังตารางที่ 2 และบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ลอนดอน ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ Nasdaq

Variables	Maximum	Minimize	Mean	Std. Deviation
AEM	0.02	-0.15	-0.04	0.03
BSIZE	15	4	10.45	1.95
BIND	100	38.89	81.76	9.89
BMEET	25	4	7.78	3.67

จากตารางที่ 2 บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ Nasdaq มีการจัดการกำไรตามเกณฑ์คงค้าง (AEM) เฉลี่ย -0.04 เท่า จำนวนคณะกรรมการบริหาร (BSIZE) เฉลี่ย 10.45 คน สัดส่วนคณะกรรมการอิสระในคณะกรรมการบริหาร (BIND) เฉลี่ยร้อยละ 81.76 และจำนวนครั้งการประชุมของคณะกรรมการบริหารใน 1 ปี (BMEET) เฉลี่ย 7.78 ครั้ง สำหรับตัวแปรเชิงกลุ่ม คือ การคว่ำตำแหน่งผู้บริหารสูงสุดและประธานกรรมการ (DUALITY) พบว่า ผู้บริหารสูงสุดคว่ำตำแหน่งประธานกรรมการคิดเป็นร้อยละ 57.10

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ลอนดอน

Variables	Maximum	Minimize	Mean	Std. Deviation
AEM	1116.61	-0.13	11.91	67.63
BSIZE	16	2	10.37	1.97
BIND	100	35.29	67.81	11.30
BMEET	43	1	8.63	3.92

จากตารางที่ 3 บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ลอนดอน มีการจัดการกำไรตามเกณฑ์คงค้าง (AEM) เฉลี่ย 11.91 เท่า จำนวนคณะกรรมการบริหาร (BSIZE) เฉลี่ย 10.37 คน สัดส่วนคณะกรรมการอิสระในคณะกรรมการบริหาร (BIND) เฉลี่ยร้อยละ 67.81 และจำนวนครั้งการประชุมของคณะกรรมการบริหารใน 1 ปี (BMEET) เฉลี่ย 8.63 ครั้ง สำหรับตัวแปรเชิงกลุ่ม คือ การคว่ำตำแหน่งผู้บริหารสูงสุดและประธานกรรมการ (DUALITY) พบว่า ผู้บริหารสูงสุดคว่ำตำแหน่งประธานกรรมการคิดเป็นร้อยละ 1.10

1. เพื่อเปรียบเทียบระดับของการจัดการกำไรที่เกิดจากมาตรฐานการบัญชีที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยการทดสอบ t-test for Independent Samples เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการจัดการกำไรตามเกณฑ์คงค้าง (AEM) ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ Nasdaq และตลาดหลักทรัพย์ลอนดอน ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบ t-test for Independent Samples

ตลาดหลักทรัพย์	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	t	Sig
ตลาดหลักทรัพย์ Nasdaq	380	-0.04	0.03	-2.39	0.02**

หมายเหตุ : ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 พบว่า บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ Nasdaq ที่ใช้ US GAAP มีการจัดการกำไรตามเกณฑ์คงค้างต่ำกว่าบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ลอนดอนที่ใช้ IFRS อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Mean Difference = -11.95 และค่า Sig. = 0.02) โดยทั่วไปมาตรฐานการบัญชีทั้ง 2 ชุดมีแนวคิดเกี่ยวกับการนำเสนอของการเงินไม่แตกต่างกัน แต่ IFRS เป็นมาตรฐานการบัญชีที่ยืดหยุ่นกว่าให้อำนาจแก่ผู้บริหารในการตัดสินใจเลือกใช้นโยบายการบัญชีได้มากกว่า US GAAP จึงอาจสร้างความแตกต่างอย่างมากในรายงานทางการเงิน ความแตกต่างดังกล่าวมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญในระดับบริษัทต่อตัวชี้วัดประสิทธิภาพและฐานะทางการเงิน ซึ่งเป็นแรงจูงใจให้ผู้บริหารมีการจัดการกำไร และเป็นข้อบ่งชี้ว่าผู้บริหารอาจมองหาทางเลือกในการจัดการกำไรด้วยวิธีอื่นหากการจัดการกำไรตามเกณฑ์คงค้างทำได้ยากขึ้น ขัดแย้งกับการศึกษาของ Dinuka (2019) ; Rioui, Rigar & Grine (2020) ; Almaharmeh et al. (2021) ที่พบว่าการปรับใช้ IFRS ทำให้ AEM ลดลง

2. เพื่อศึกษาโครงสร้างคณะกรรมการ องค์ประกอบ และการประชุมที่ส่งผลต่อระดับการจัดการกำไร ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ Nasdaq ดังตารางที่ 5 และบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ลอนดอน ดังตารางที่ 6



ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ Multiple Regression ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ Nasdaq

Variables	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-0.02	0.03		-0.88	0.38
BSIZE	0.00	0.00	0.03	0.60	0.55
BIND	0.00	0.00	0.24	4.86	0.00**
BMEET	0.00	0.00	0.07	1.54	0.13
DUALITY	0.01	0.00	0.11	2.38	0.02**
SIZE	-0.00	0.00	-0.15	-3.00	0.00**
LEV	0.00	0.00	0.07	1.41	0.16
GROWTH	0.00	0.00	-0.28	-5.71	0.00**
ROA	-0.00	0.00	-0.23	-4.92	0.00**

R=0.46^a, R Square=0.21, Adjusted R Square=0.19, SEE=28.22, Durbin-Watson=0.51

หมายเหตุ : ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 5 ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 พบว่า สัดส่วนคณะกรรมการอิสระในคณะกรรมการบริหาร (BIND) มีผลกระทบเชิงบวกกับการจัดการกำไรตามเกณฑ์คงค้าง (AEM) ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ Nasdaq เนื่องจากมีค่า $\beta = 0.24$ และค่า Sig. = 0.00 หมายถึง หากกิจการมีคณะกรรมการอิสระมากขึ้นระดับการจัดการกำไรตามเกณฑ์คงค้างจะเพิ่มขึ้นด้วย เช่นเดียวกับตารางที่ 6 ที่พบว่า สัดส่วนคณะกรรมการอิสระในคณะกรรมการบริหาร (BIND) มีผลกระทบเชิงบวกกับการจัดการกำไรตามเกณฑ์คงค้าง (AEM) ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ลอนดอน เนื่องจากมีค่า $\beta = 0.24$ และค่า Sig. = 0.00 ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา พบว่า สัดส่วนคณะกรรมการอิสระใน คณะกรรมการบริหารของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ Nasdaq และตลาดหลักทรัพย์ลอนดอนมีค่าเฉลี่ยสูงถึงร้อยละ 81.76 และร้อยละ 67.81 ตามลำดับ ซึ่งในสหรัฐอเมริกาและสหราชอาณาจักรที่ใช้ระบบกฎหมายแบบ Common Law กำหนดให้ คณะกรรมการในบริษัทจดทะเบียนต้องมีสัดส่วนกรรมการอิสระเป็นส่วนใหญ่ โดยให้เหตุผลว่าการกำหนดให้มีสัดส่วนกรรมการอิสระเป็นส่วนใหญ่จะเพิ่มคุณภาพการกำกับดูแลของคณะกรรมการ และลดโอกาสที่จะเกิดความขัดแย้งทางประโยชน์ที่จะสร้างผลเสียหายให้กับบริษัท แต่อย่างไรก็ตาม หากมีสัดส่วนคณะกรรมการอิสระในคณะกรรมการบริหารมากเกินไปอาจทำให้เกิดการรวมตัวของคณะกรรมการอิสระและสร้างผลประโยชน์ให้ตนเองมากขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของ Abdou et al. (2020) ; Kjaerland et al. (2020) ที่พบว่าบริษัทมีแนวโน้มในการจัดการกำไรหากสัดส่วนกรรมการอิสระในคณะกรรมการบริหารมีสัดส่วนสูง ด้านการคว่ำตำแหน่งผู้บริหารสูงสุดและประธานกรรมการ (DUALITY) มีผลกระทบเชิงบวกกับการจัดการกำไรตามเกณฑ์คงค้าง (AEM) ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ Nasdaq เนื่องจากมีค่า $\beta = 0.11$ และค่า Sig. = 0.02 หมายถึง หากผู้บริหารสูงสุดคว่ำตำแหน่งประธานกรรมการระดับการจัดการกำไรตามเกณฑ์คงค้างจะเพิ่มขึ้น การแยกตำแหน่งของผู้บริหารสูงสุดและประธานกรรมการจะทำให้จำกัดขอบเขตการใช้อำนาจในการจัดการกำไรของฝ่ายบริหารได้เพิ่มขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดการกำกับดูแลกิจการว่า หากผู้บริหารสูงสุดและประธานกรรมการเป็นคนละคนกันจะช่วยให้บริษัทมีระบบการตรวจสอบและถ่วงดุลอำนาจในการตัดสินใจ ส่งผลให้การทำงานของคณะกรรมการบริษัทเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นไปเพื่อสร้างมูลค่าให้แก่กิจการ สอดคล้องกับการศึกษาของ Sehrawat et al. (2019) ที่พบว่า การคว่ำตำแหน่งผู้บริหารสูงสุดและประธานกรรมการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการจัดการกำไร

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ Multiple Regression ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ลอนดอน

Variables	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	243.23	92.91		2.62	0.01**
BSIZE	-6.48	2.70	-0.13	-2.41	0.02**
BIND	2.37	0.45	0.27	5.27	0.00**
BMEET	1.49	1.26	0.06	1.18	0.24
DUALITY	-22.58	47.03	-0.02	-0.48	0.63
SIZE	-14.28	4.38	-0.20	-3.26	0.00**
LEV	-0.17	0.36	-0.02	-0.49	0.63
GROWTH	0.22	0.17	0.07	1.33	0.19
ROA	-0.63	0.26	-0.14	-2.45	0.02**

R=0.32^a, R Square=0.11, Adjusted R Square=0.09, SEE=28.22, Durbin-Watson=0.66

หมายเหตุ : ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 6 ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 พบว่า จำนวนคณะกรรมการบริหาร (BSIZE) มีผลกระทบเชิงลบกับการจัดการกำไรตามเกณฑ์คงค้าง (AEM) ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ลอนดอน เนื่องจากมีค่า $\beta = -0.13$ และค่า $\text{Sig} = 0.02$ หมายถึง หากบริษัทมีจำนวนคณะกรรมการบริหารมากขึ้น จะส่งผลให้มีการจัดการกำไรตามเกณฑ์คงค้างลดลง และจากสถิติเชิงพรรณนาพบว่าจำนวนคณะกรรมการบริหารมีจำนวนสูงสุด 16 คน และต่ำสุด 2 คน ทั้งนี้อาจเพราะความแตกต่างของขนาดกิจการทำให้มีความต้องการคณะกรรมการบริหารแตกต่างกันเพื่อการกำกับดูแลและควบคุมการทำงานของฝ่ายบริหารได้อย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ แต่คณะกรรมการของบริษัทไม่ควรมีขนาดใหญ่หรือเล็กเกินไปเพราะคณะกรรมการที่มีขนาดใหญ่จนเกินไปจะทำให้การตัดสินใจไม่มีประสิทธิภาพ อาจเกิดความขัดแย้งกันเองภายในคณะกรรมการบริหารซึ่งส่งผลเสียกับกิจการ สอดคล้องกับการศึกษาของ Liu et al. (2020) ที่พบว่า การจัดการกำไรลดลงเนื่องจากขนาดของคณะกรรมการบริหารมีขนาดใหญ่ขึ้น

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการเปรียบเทียบระดับของการจัดการกำไรที่เกิดจากมาตรฐานการบัญชีที่แตกต่างกัน พบว่า บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ Nasdaq ที่ใช้ US GAAP มีการจัดการกำไรตามเกณฑ์คงค้าง (AEM) ต่ำกว่าบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ลอนดอนที่ใช้ IFRS
2. ผลการศึกษาโครงสร้างคณะกรรมการ องค์ประกอบ และการประชุมที่ส่งผลต่อระดับการจัดการกำไร พบว่าสำหรับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ Nasdaq สัดส่วนคณะกรรมการอิสระในคณะกรรมการบริหาร และการควมตำแหน่งผู้บริหารสูงสุดและประธานกรรมการมีผลกระทบเชิงบวกกับการจัดการกำไรตามเกณฑ์คงค้าง ด้านบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ลอนดอน จำนวนคณะกรรมการบริหารมีผลกระทบเชิงลบ และสัดส่วนคณะกรรมการอิสระในคณะกรรมการบริหารมีผลกระทบเชิงบวกกับการจัดการกำไรตามเกณฑ์คงค้าง

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

หน่วยงานกำกับดูแลของไทยสามารถประยุกต์ใช้ผลการศึกษาไปใช้ร่วมกับการสร้าง ปรับปรุงแนวทาง ระเบียบข้อกำหนดเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี อาจมีการกำหนดแนวทาง ระเบียบ ข้อกำหนดที่แตกต่างกันสำหรับบริษัทที่ใช้มาตรฐาน หรือนโยบายการบัญชีที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ นักลงทุนที่สนใจลงทุนในตลาดต่างประเทศ สามารถนำผลการศึกษาไปใช้ร่วมกับการตัดสินใจลงทุนในบริษัทที่มีการใช้มาตรฐานการบัญชีที่แตกต่างกัน และสามารถใช้อำนาจประกอบของการกำกับดูแลกิจการ เช่น จำนวนคณะกรรมการอิสระในคณะกรรมการบริหารของบริษัทเป็นส่วนประกอบหนึ่งในการตัดสินใจลงทุนได้



ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

หน่วยงานกำกับดูแลสามารถนำผลการวิจัยไปปรับปรุงแนวทาง ระเบียบ ข้อกำหนดเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการที่ดีอาจมีการกำหนดขนาดของคณะกรรมการบริหาร และสัดส่วนของคณะกรรมการอิสระในคณะกรรมการบริหารให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม นอกจากนี้ ควรกำหนดแนวทางจัดการการควบตำแหน่งผู้บริหารสูงสุดและประธานกรรมการของบริษัทจดทะเบียน เนื่องจากมีผลการศึกษายืนยันแล้วว่าหากผู้บริหารสูงสุดดำรงตำแหน่งประธานกรรมการจะทำให้ระดับการจัดการกำารสูงขึ้น ในอนาคตหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานการบัญชีของไทย อาจมีการปรับปรุงมาตรฐานการบัญชีไทยโดยประยุกต์ใช้ทั้งมาตรฐานการบัญชีที่รับรองทั่วไปและมาตรฐานการการรายงานทางการเงินระหว่างประเทศเพื่อคุณภาพและความน่าเชื่อถือของบริษัทในประเทศไทย

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ผู้สนใจอาจเปลี่ยนการวัดค่าการจัดการกำไรจาก AEM เป็น REM เนื่องจากเมื่อมาตรฐานการบัญชีมีความรัดกุมขึ้นบริษัทต่างๆ อาจหาทางเปลี่ยนวิธีการจัดการกำไรด้วยวิธีอื่น หรืออาจเปรียบเทียบระดับการจัดการกำไรระหว่างประเทศไทยกับประเทศต่างๆ อาเซียน

ข้อจำกัดการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ Nasdaq ในสหรัฐอเมริกา และตลาดหลักทรัพย์ลอนดอนในสหราชอาณาจักร ผลการศึกษาอาจไม่สามารถอ้างอิงกับประเทศกำลังพัฒนาอื่นๆ ได้

References

- Abdou, H., Elletly, N. N., Elamer, A. A., Hussainey, K. & Yazdifae, H. (2020). Corporate governance & earnings management nexus: Evidence from the UK & Egypt using neural networks. *International Journal of Finance & Economics*, 26(3),1-31. doi:10.1002/ijfe.2120
- Agustia, D., Harymawan, I., Nasih, M. & Nowland, J. (2022). Joint board management meetings and earning management. *Asian Review of Accounting*, 30(4),540-558. doi:http://doi.org/10.1108/ARA-09-2021-0165
- Al-Faryan, M. & A.,S. (2024). Agency theory, corporate governance & corruption: an integrative literature review approach. *Cogent Social Sciences*, 10(1),1-29. doi:http://doi.org/10.1080/23311886.2024.2337893
- Almaharmeh, M. I., Almasarwah, A. & Shehadeh, A. (2021). Mandatory IFRS Adoption & Real/Accruals Bases Earnings Management in the UK. *ACRN Journal of Finance & Risk Perspectives*, 10(1),25-39. doi: http://doi.org/10.35944/jofrp.2021.10.1.002.
- Barnard, C., I. (1938). *The functions of the executive*. Cambridge, MA: Harvard University press.
- Bersa, A. (2021). *The Relationship between Firm Performance, Earnings Management, and Executive Compensation of Thailand Listed Company* (Unpublished master's thesis). Prince of Songkla University, Songkla, Thailand.
- Bubpha, P. (2020). *An Influence of Role of Stakeholders in Asean CG Scorecard Disclosures on Environment Disclosures form Listed Companies in the Stock Exchange of Thailand on the Environmentally Sensitive Industries*. Prince of Songkla University, Songkla, Thailand.
- CFA Institute. (2022). *US GAAP: Generally Accepted Accounting Principles*. Retrieved March 2022, from www.cfainstitute.org/en/advocacy/issues/gaap#sort=%0pubbrowsedate%20descending
- Dechow, P. M. & Schrand, C. M. (2004). *Earnings Quality*. USA: The Research Foundation of CFA Institute.
- Dechow, P. M., Sloan, R. G. & Sweeney, A. P. (1995). Detecting Earnings Management. *The Accounting Review*, 70(2),193-225.



- Deloitte. (2021). *A roadmap to comparing IFRS Standards & U.S. GAAP: Bridging the differences*. Retrieved February 2022, from www.deloitte.com/us/en/pages/audit/articles/us-aers-a-comparison-of-ifrs-standards-&-us-gaap-bridging-the-differences.html
- Dinuka, V. K. (2019). IFRS Adoption & Earnings Management Practice: Evidence from Indonesia Companies. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 7(2),229-239.
- Eriotis,N, Kounadeas, T., Liapis, K. & Poutos,E (2019). The Impact of IFRS Adoption by Greek Listed Companies on the Earnings Quality: An Empirical Investigation. *International Journal of Finance, Insurance & Risk Management*, 9(3-4),90-100.
- FASB. (2021). *About the FASB*. Retrieved March 2022, from www.fasb.org/page/PageContent?pagelId=/about-us/about-fasb.html
- FASB.(2022). *Accounting Standards Updates Issued*. Retrieved March 2022, from www.fasb.org/page/PageContent?pagelId=/Standards/accounting-Standards-updates-issued.html
- Freeman, R., E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. USA : Pitman.
- Hasan, M. T. & Rahman, A. A. (2020). The Role of Corporate Governance on the Relationship Between IFRS Adoption & Earnings Management: Evidence from Bangladesh. *International Journal of Financial Research*, 11(4),329-345, doi: <http://doi.org/10.5430/ijfr.v11n4p329>
- Hattakit, V. & Tangan, K. (2022). The factors that influence of earnings management of listed companies on The Stock Exchange of Thailand, SET100 index group. *Journal of Liberal Arts and Service Industry*, 5(2),46-64.
- Healy, P. M. & Wahlen, J. M. (1999). A Review of the Earnings Management Literature & Its Implications for Standard Setting. *Accounting Horizons*, 13(4),365-383.
- IFRS. (2023). *Who we are*. Retrieved September, 2024 from www.ifrs.org/about-us/who-we-are/#about-us
- Imhanzenobe, J. (2022). Value relevance and changes in accounting standard: A review of the IFRS adoption literature. *Cogen Business & Management*, 9(1),2039057, doi:10.1080/23319975.2022.2039057
- Jasim, M., R. & Abdullah, B., N. (2019). *Corporate Governance & real earnings management: International comparison*. Retrieved May 2022, from www.researchgate.net/publication/338052085_Corporate_Governance_&_real_earnings_management_International_comparison
- Jensen, M. C. & Meckling, W. H. (1976). Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs & Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4),305-360.
- Kanjanakongka, A. (2021). *Business development for sustainability*. Retrieved July 2022, from <https://huexonline.com/knowledge/28/660/>
- Kjaerland, F., Haugdal, A.T., Sondergaard, A. & Vagslid, A.(2020).Corporate Governance & Earnings Management in a Nordic Perspective: Evidence from the Oslo Stock Exchange. *Journal of Risk & Financial Management*, 13(11),256. doi:10.3390/jrfm13110256
- Liu, J., Harris, K. & Omar, N. (2020).Board Committees & Earnings Management. *Corporate Board: Role, Duties & Composition*, 9(1),6-17.
- Mahajan, R., Lim, W., M., Sareen, M., Kumar, S. & Panwar, R. (2023). Stakeholder theory. *Journal of Business Research*, 166,114104, doi: <http://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114104>
- Majaski, C. (2024). *Output Gap: What It Means, Pros & Cons of Using It, & Example*. Retrieved September 2024, from <https://www.investopedia.com/terms/o/outputgap.asp>
- Mellado, C. & Saona, P. (2020). Real earnings management & corporate governance: a study of Latin America. *Economic Research*, 33(1),2229-2268, doi: 10.1080/1331677X.2019.1691930



- Nazarova, K., Mysiuk, V., Gordopolov, V., Koval, V. & Danileviciene, I. (2019). Preventional Audit: Implementation of SOX Control to Prevent Fraud. *Business: Theory & Practice*, 21(1), 293-301, doi: <http://doi.org/10.3846/btp.2020.11647>
- Nguyen, Q., Kim, M. H. & Ali, S. (2024). Corporate governance & earnings management: Evidence from Vietnamese listed firms. *International Review of Economics & Finance*, 89(PA), 775-801, doi: <http://doi.org/10.1016/j.iref.2023.07.084>
- Rioui, S. E., Rigar, M. S. & Grine, A. (2020). The impact of mandatory IFRS adoption on earnings management: Evidence from Morocco: A multinomial logit approach. *Journal of Physic: Conference Series*, 1743 (1), 012013. IOP Publishing. doi:10.1088/1742-6596/1743/1/012013
- Sehrawat, N. K., Kumar, A., Lohia, N., Bansal, S. & Agarwal, T. (2019). Impact of Corporate Governance on Earnings Management: Large Sample Evidence from India. *Asian Economic & Financial Review*, 9(12), 1335-1345, doi: 10.18488/journal.aefr.2019.912.1335.1345
- Sinlapates, P., Thirawutcharungchai, L. C. & Chancharat, N. (2020). Earnings Management Through Discretionary Accruals: Evidence from Rehabco Firms in The Stock Exchange of Thailand. *NIDA Business Journal*, 26, 36-66.
- The Securities and Exchange Commission. (2019). *Code of Governance of the SEC (Code of Governance)*. Retrieved May 2022, from <http://www.sec.or.th/TH/Documents/AboutUs/cgsec.pdf>
- Ua-anantrakool, K. (2020). *Relationship between Earnings Management and Family Firm: A Study of Stock Exchange of Thailand (Agro, Consump & Indus Sector)*, (Unpublished master's thesis). Mahidol University, Nakornpathom, Thailand.
- Watts, R. L. & Zimmerman, J. L. (1986). *Positive Accounting Theory*. New Jersey : PrenticeHall. INC.
- Wahyuningrum, I. F. S. & Rizqi, D. M. (2019). The Effect of IFRS Convergence toward Earnings Management with Managerial Ownership as a Moderating Variable. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 11(2), 160-169, doi: <http://dx.doi.org/10.15294/jda.v11i2.21468>



การสร้างผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรตามแนวทางการศึกษาที่มุ่งผลลัพธ์ : กรณีศึกษา
หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะ
และการจัดการท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

Creating the Program Learning Outcomes in Accordance with the Outcome-
Based Education (OBE): A Case Study of Master of Public Administration
Program in Public Policy and Local Government
Management Songkhla Rajabhat University

ไชยา เกษารัตน์¹ วิศรุตฯ ทองแกมแก้ว^{2*} และ บุขุหรี ยี่มะ³
Chaiya Kesarat,¹ Wisaruta Thongkamkaew^{2*} and Bukhoree Yeema³

Article History

Receive: August 11, 2024

Revised: November 14, 2024

Accepted: November 20, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะและการจัดการท้องถิ่น ด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพและกำหนดผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ 1) ผู้ที่มีอิทธิพลและมีผลกระทบต่อนักศึกษาระดับสูง คือ ผู้ใช้บัณฑิตภาครัฐ 13 คน 2) ผู้ที่มีอิทธิพลและมีผลกระทบต่อนักศึกษาคอนข้างน้อย คือ ผู้ใช้บัณฑิตภาคเอกชน 6 คน 3) ผู้ที่มีอิทธิพลต่อนักศึกษาน้อยแต่มีผลกระทบต่อนักศึกษาระดับสูง คือ นักวิชาการ และนักศึกษาปริญญาตรี 36 คน และ 4) ผู้ที่มีอิทธิพลต่อนักศึกษาระดับสูงแต่มีผลกระทบต่อนักศึกษาคอนข้างน้อย คือ ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ.2561-2580 นโยบายและยุทธศาสตร์การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม พ.ศ.2563-2570 แผนพัฒนาจังหวัดสงขลา พ.ศ.2566-2570 ยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา พ.ศ.2566-2570 ยุทธศาสตร์การพัฒนา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ พ.ศ.2566-2570 ผู้บริหารมหาวิทยาลัยและผู้สอน 16 คน เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการตีความเชิงคุณภาพ ผลการวิจัย พบว่า ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร คือ PLO1 เชื่อมโยงความสัมพันธ์แนวคิด ทฤษฎีทางรัฐประศาสนศาสตร์ อย่างถ่องแท้เพื่อเป็นฐานในการออกแบบนโยบายสาธารณะ PLO2 ประยุกต์ใช้ทักษะการสื่อสารและเครื่องมือหรือเทคโนโลยีสารสนเทศผ่านกระบวนการวิจัยทางนโยบายสาธารณะเพื่อการวิเคราะห์ปัญหาท้องถิ่นได้อย่างเชี่ยวชาญ PLO3 ออกแบบนโยบายสาธารณะเพื่อการจัดการปัญหาท้องถิ่นได้อย่างเชี่ยวชาญ PLO4 บูรณาการองค์ความรู้เพื่อแก้ปัญหาท้องถิ่นภายใต้หลักธรรมาภิบาล PLO5 แสดงออกถึงการเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรม เพื่อผลประโยชน์ของท้องถิ่น และ PLO6 สร้างความรู้ใหม่ทางรัฐประศาสนศาสตร์ผ่านทักษะการสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศในการออกแบบนโยบายสาธารณะเพื่อแก้ปัญหาท้องถิ่นด้วยกระบวนการวิจัยอย่างมีคุณธรรม จริยธรรม

คำสำคัญ : การศึกษาที่มุ่งผลลัพธ์ ; รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต ; นโยบายสาธารณะ ; การจัดการท้องถิ่น ; มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

^{1,2*} อาจารย์ สาขารัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา, Lecturer in Department of Public Administration, Faculty of Humanities and Social Sciences, Songkhla Rajabhat University

³ รองศาสตราจารย์ สาขารัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา, Associate Professor in Department of Public Administration, Faculty of Humanities and Social Sciences, Songkhla Rajabhat University

*Corresponding Author Email : wisaruta.th@skru.ac.th



ABSTRACT

This research aimed to study program learning outcomes (PLOs) of the Master of Public Administration Program in Public Policy and Local Government Management using qualitative research methods. The stakeholders were identified as follows: 1) high influence and high impact stakeholders, consisting of thirteen government employers; 2) low influence and low impact stakeholders, consisting of six private employers; 3) low influence but high impact stakeholders, consisting of thirty-six academics and undergraduates; and 4) high influence but low impact stakeholders, consisting of the National Strategy (2018-2037), Policy and Strategy of Thailand HESI (2020-2027), Songkhla Province Development Plan (2023-2027), Songkhla Rajabhat University Development Strategy (2023-2027), Faculty of Humanities and Social Sciences Development Strategy (2023-2027), and sixteen administrators and instructors. The research tool was a semi-structured interview form. The data triangulation was used to check for accuracy and reliability. Data analysis used qualitative interpretation. The research results found that program learning outcomes (PLOs) were: PLO1: Relate concepts and theories of public administration as a basis for designing public policies; PLO2: Apply communication skills and tools or information technology through research process for public policy to expertly analyze local problems; PLO3: Design public policies to expertly manage local problems; PLO4: Integrate all the parts of knowledge to solve local problems under the principles of good governance; PLO5: Express being a moral and ethical person dedicated to the benefit of the local area; and PLO6: Create new knowledge in public administration through communication and information technology skills in designing public policies to solve local problems through a research process with morality and ethics.

Keywords : Outcome-Based Education ; Master of Public Administration ; Public Policy ; Local Government Management ; Songkhla Rajabhat University

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงของกระแสสังคมโลกทั้งทางมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การเมือง สิ่งแวดล้อม และเทคโนโลยีได้ส่งผลกระทบต่อทุกภาคส่วนที่จะต้องสามารถรับมือและจัดการกับสภาพแวดล้อมที่มีความไม่แน่นอนและการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เพื่อให้สามารถขับเคลื่อนองค์การให้มีศักยภาพได้อย่างมีคุณภาพ ซึ่งจากงานวิจัยเกี่ยวกับปัญหาในการพัฒนาท้องถิ่นที่ผ่านมา พบว่า บุคลากรภาครัฐท้องถิ่นขาดทักษะความสามารถในการคิดอย่างเป็นระบบจากการเปลี่ยนนโยบายในระดับมหภาคมาปรับใช้ในท้องถิ่นเกี่ยวกับการจัดการกับสภาวะต่างๆ ดังการศึกษาของ Chayapiwat (2021) ก็ยังพบว่าองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในกรณีพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ พบปัญหาในการนำนโยบายระบบราชการ 4.0 ไปปฏิบัติขององค์กรในด้านสมรรถนะ เรื่อง จำนวนบุคลากรไม่เพียงพอในการปฏิบัติงาน บุคลากรขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายระบบราชการ 4.0 และหลายๆ งานวิจัยก็ยังพบว่า นโยบายระดับชุมชนท้องถิ่นนั้นสามารถเกิดขึ้นได้ทั้งจากการกำหนดจากส่วนกลางเพื่อให้ท้องถิ่นรับนำมาปฏิบัติและเกิดขึ้นได้จากการผลักดันของท้องถิ่นเพื่อให้ส่วนกลางกำหนดนโยบายโดยสอดคล้องกับบริบทและเงื่อนไขของชุมชนนั้นๆ แต่ปัญหาและอุปสรรคที่พบในการนำนโยบายไปปฏิบัติ คือ บุคลากรไม่เพียงพอและไม่มีความรู้เฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน ด้วยเหตุนี้ องค์กรที่เกี่ยวข้องจึงต้องเปิดระบบความคิด การสร้างสรรค์แนวคิดการปฏิบัติในระดับมหภาคซึ่งเป็นส่วนกลางและระดับจุลภาคซึ่งเป็นส่วนท้องถิ่นต่อการจัดการสภาวะวิกฤตตามความเหมาะสมของบริบทในแต่ละพื้นที่ (Parinyasutinun, 2019 ; Rergchai, 2020 ; Kevany, 2020) ดังนั้นผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานท้องถิ่น ต้องเข้าใจในการจัดการกับสภาวะต่างๆ เพื่อให้การดำเนินนโยบายเกิดประสิทธิผลและประสิทธิภาพได้ โดยปรับตามความยืดหยุ่นของความเหมาะสมในแต่ละบริบทพื้นที่ ที่อาจพิจารณาจากระบบเศรษฐกิจ สังคม ทัศนคติ ความเชื่อ ความคิดทางสังคม และวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ทั้งการวิเคราะห์ปัญหาที่มีความซับซ้อน การตัดสินใจวางแผนและกระบวนการจัดวางให้กับองค์กรท้องถิ่นให้เป็นไปตามความต้องการของชุมชน โดยเป็นรูปแบบที่มีความเกี่ยวข้องในการดำเนินงานร่วมกันเพื่อแก้ไขปัญหา อุปสรรคที่พบจากการนำนโยบายไปปฏิบัติ และมีปัจจัยที่ทำให้

ผลการดำเนินงานสำเร็จได้ด้วยการบูรณาการในการดำเนินงานร่วมมือกันเพื่อตอบสนองเป้าหมายของนโยบายที่คำนึงถึงประชาชนเป็นสำคัญ

ปัญหาประการหนึ่งของการพัฒนาท้องถิ่น คือ ความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหาท้องถิ่นของผู้บริหารท้องถิ่น ตลอดจนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการแก้ปัญหาท้องถิ่นทั้งผู้ที่เป็นผู้กำหนดนโยบายและผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ หรืออาจต่อให้สามารถวิเคราะห์ปัญหาท้องถิ่นได้ แต่การแก้ปัญหาที่มีความซับซ้อน และผูกเงื่อนไขต่างๆ เข้ากับส่วนอื่นๆ อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้นั้นก็ส่งผลให้การจัดการกับปัญหาไม่สามารถบรรลุผลตามที่ตั้งไว้ได้ การวิเคราะห์ทางเลือกที่ต้องให้มีหลายๆ ทางเลือกในการแก้ปัญหาจึงควรเกิดขึ้น ดังนั้น หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะและการจัดการท้องถิ่น จึงมุ่งเน้นสร้างมหาบัณฑิตให้เป็นผู้มีความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหาพื้นที่ท้องถิ่นที่มีความซับซ้อนและสามารถเสนอแนวทางในการแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบตามหลักวิชาการได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่ซึ่งมีความหลากหลายและความซับซ้อนทั้งการเมือง สังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม ดังนั้น ผู้ที่ได้เข้ามาศึกษาในหลักสูตรจะเป็นบุคลากรของรัฐที่มีความสามารถในการคิดเชิงระบบ การวิเคราะห์ วางแผน บริหาร และการจัดการนโยบายสาธารณะ โดยมีความเข้าใจในบริบทของชุมชน วิเคราะห์ สังเคราะห์ปัญหาได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcomes: PLOs) ของหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะและการจัดการท้องถิ่น คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การพัฒนาหลักสูตรตามแนวทางการศึกษาที่มุ่งเน้นผลลัพธ์ (Outcome-Based Education: OBE) ผู้วิจัยได้ศึกษาตามกระบวนการออกแบบหลักสูตรการศึกษาที่มุ่งเน้นผลลัพธ์

1. การสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า ในหลาย ๆ พื้นที่ บุคลากรภาครัฐยังขาดทักษะในการปฏิบัติงานเนื่องจากขาดองค์ความรู้ในการเข้าใจภาพรวมของการบูรณาการจากเป้าหมายส่วนกลางสู่การปฏิบัติในรูปธรรมระดับท้องถิ่น ซึ่งการศึกษาทางนโยบายสาธารณะที่จะเกิดประสิทธิผลได้ต้องเข้าใจบูรณาการกับการจัดการท้องถิ่น โดยผู้ปฏิบัติงานซึ่งเป็นบุคลากรท้องถิ่นต้องมีทักษะในการแก้ปัญหาท้องถิ่นได้อย่างตรงจุด ต้องเข้าใจเป้าหมายของนโยบายรัฐที่เป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจกำหนดนโยบายของประเทศจากส่วนกลาง ด้วยเหตุนี้ ทักษะที่จำเป็นสำหรับผู้ปฏิบัติงาน หรือบุคลากรภาครัฐ คือ การมีทักษะองค์ความรู้ และ ความเข้าใจทฤษฎีทางนโยบายสาธารณะ ทั้งที่มา ปัจจัยที่ก่อให้เกิด เนื้อหาสาระ การทราบว่าจะต้องแก้ปัญหาในเรื่องใด รวมทั้ง การสามารถวิเคราะห์ผลกระทบที่จะตามมาได้ทั้งการพยากรณ์ก่อนที่จะปฏิบัติจริง และการวิเคราะห์ผลกระทบเพื่อแก้ไขปัญหาหลังจากที่นโยบายได้มีการนำไปปฏิบัติแล้ว ทั้งนี้ ต้องสามารถวิเคราะห์ได้ทั้งผลที่ตั้งใจจะให้เกิดขึ้น เพื่อให้ปฏิบัติงานตอบโจทย์เป้าหมายของนโยบายที่ส่วนกลางได้กำหนดไว้ และสามารถวิเคราะห์ได้ในผลที่ไม่ได้ตั้งใจจะให้เกิดขึ้น เพื่อหาแนวทางตั้งรับกับความเสี่ยงเมื่อนโยบายได้มีการปฏิบัติและสามารถจัดการกับปัญหาและความเสี่ยงนั้นๆ ได้ ดังนั้น ผู้ปฏิบัติงาน หรือ บุคลากรภาครัฐในส่วนท้องถิ่นจะต้องมีทักษะในการประยุกต์องค์ความรู้มาปรับใช้ในการดำเนินงานตามนโยบายให้เข้ากับบริบทพื้นที่ในส่วนต่าง ๆ ในแต่ละงานต่าง ๆ ได้ โดยทั้งนี้ ในการปรับตัวในแต่ละงานและพื้นที่ จะต้องบรรลุถึงเป้าหมายของนโยบายที่กำหนดมาจากส่วนกลางเป็นสำคัญ (Chayapiwat, 2021 ; Kevany, 2020 ; Rergchai, 2020)

2. การกำหนดและการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder)

การสำรวจความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต้องเริ่มจากกำหนดและวิเคราะห์ตามแนวทาง (Kaewbut, 2021) ดังนี้ (1) High Power/Low Impact (HPLI) ผู้ที่มีอิทธิพลต่อหลักสูตรในระดับสูงแต่มีผลกระทบต่อหลักสูตรค่อนข้างน้อย (2) High Power/ High Impact (HPHI) ผู้ที่มีอิทธิพลและมีผลกระทบต่อหลักสูตรในระดับสูง (3) Low Power/Low Impact (LPLI) ผู้ที่มีอิทธิพลและมีผลกระทบต่อหลักสูตรค่อนข้างน้อย (4) Low Power/High Impact (LPHI) ผู้ที่มีอิทธิพลต่อหลักสูตรน้อย แต่มีผลกระทบต่อหลักสูตรในระดับสูง



3. การประเมินความต้องการจำเป็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder's needs Assessment)

ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ได้แก่ 1) ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียฝ่ายวิชาการที่มีความจำเป็นต้องควบคุมคุณภาพและมาตรฐานของมหาวิทยาลัยในหลักสูตรให้มีสมรรถนะตรงไปตามเกณฑ์ที่มหาวิทยาลัยกำหนด 2) ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ฝ่ายผู้ใช้บัณฑิตต่อการผลิตบัณฑิตให้ตรงตามความต้องการของสังคมและตลาดแรงงาน และ 3) ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ฝ่ายผู้เรียนซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุดของหลักสูตร

4. การศึกษาวิสัยทัศน์ของหน่วยงานหรือองค์กร

การศึกษาวิสัยทัศน์ของหน่วยงานในที่นี้ หมายถึงตั้งแต่ระดับคณะที่เป็นต้นสังกัดของหลักสูตรระดับมหาวิทยาลัย เพื่อให้การพัฒนาหลักสูตรสอดคล้องไปตามวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัย คณะหรือวิทยาลัยที่เป็นต้นสังกัด

5. กำหนดอัตลักษณ์อันพึงประสงค์ของมหาวิทยาลัย (Graduate Attributes)

กำหนดอัตลักษณ์อันพึงประสงค์ของมหาวิทยาลัย (Graduate Attributes) บนฐานตามมาตรฐานที่เกี่ยวข้องด้านความรู้ การปฏิบัติ ทักษะ และจริยธรรม ครอบคลุมในเรื่องการจัดการเรียนการสอน สมรรถนะของนักศึกษา การวัดและการประเมินผล ด้านการสนับสนุนการเรียนรู้ จริยธรรม จรรยาบรรณ ทักษะทางวิชาชีพ ประกอบด้วยอย่างน้อย 4 ด้าน อ้างอิงจากประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง รายละเอียดผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ.2565 (The Commission on Higher Education Standards, 2022) ได้แก่

ความรู้ (Knowledge) หมายถึง สิ่งที่สั่งสมมาจากการศึกษาเล่าเรียน การค้นคว้า หรือประสบการณ์ที่เกิดจากหลักสูตร ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นและเพียงพอต่อการนำไปปฏิบัติ หรือต่อยอดความรู้ในการประกอบอาชีพ ดำรงชีวิตอยู่ร่วมกันในสังคม และพัฒนาอย่างยั่งยืน สำหรับการดำรงชีวิตในยุคดิจิทัล

ทักษะ (Skills) หมายถึง ความสามารถที่เกิดจากการเรียนรู้ ผูกพันปฏิบัติ ให้เกิดความแคล่วคล่อง ว่องไว และชำนาญ เพื่อพัฒนางาน พัฒนาวิชาชีพหรือวิชาการ พัฒนานตนเองและพัฒนาสังคม สำหรับการดำรงชีวิตในยุคดิจิทัล

จริยธรรม (Ethics) หมายถึง พฤติกรรมหรือการกระทำระดับบุคคลที่สะท้อนถึงความเป็นผู้มีคุณธรรม ศีลธรรม และจรรยาบรรณ เพื่อประโยชน์ส่วนรวมและส่วนตน ทั้งต่อหน้าและลับหลังผู้อื่น

ลักษณะบุคคล (Character) หมายถึง บุคลิกภาพ ลักษณะนิสัย และค่านิยมที่สะท้อนคุณลักษณะเฉพาะ ศาสตร์ วิชาชีพ และสถาบัน โดยพัฒนาผ่านการเรียนรู้ และการฝึกประสบการณ์จากหลักสูตรให้มีความเหมาะสมกับแต่ละระดับมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา

6. การกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcomes: PLOs)

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcomes: PLOs) จะสะท้อนออกมาในมิติต่างๆ ตามหลักการ Bloom's Taxonomy กล่าวถึงการจำแนกการเรียนรู้ ซึ่งแบ่งเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย ความรู้ (Knowledge หรือ K) ทักษะ (Skill หรือ S) และทัศนคติ (Attitude หรือ A) เรียกสั้นๆ ว่า KSA ซึ่งผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรจะต้องสอดคล้อง (Alignment) กับอัตลักษณ์อันพึงประสงค์ของมหาวิทยาลัย (Graduate Attributes) และความต้องการจำเป็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder's Needs)

7. การวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรกับวิสัยทัศน์องค์กร

เมื่อได้กำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรแล้ว ต้องนำมาวิเคราะห์ว่ามีความสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัย และหรือวิสัยทัศน์ของคณะหรือไม่ ซึ่งผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรแต่ละข้อควรจะต้องตอบสนองวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัยและหรือวิสัยทัศน์ของคณะอย่างครบถ้วน โดยผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่มีความสำคัญ คือ ยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี พ.ศ.2561-2580 ยุทธศาสตร์การอุดมศึกษา พ.ศ.2563-2570 แผนพัฒนาจังหวัดสงขลา พ.ศ. 2566-2570 ยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ระยะ 5 ปี (พ.ศ.2566-2570) และยุทธศาสตร์การพัฒนาคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ พ.ศ.2566-2570 ซึ่งศึกษาบนฐานตามมาตรฐานจากประกาศคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา เรื่อง รายละเอียดผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ.2565 (The Commission on Higher Education Standards, 2022)

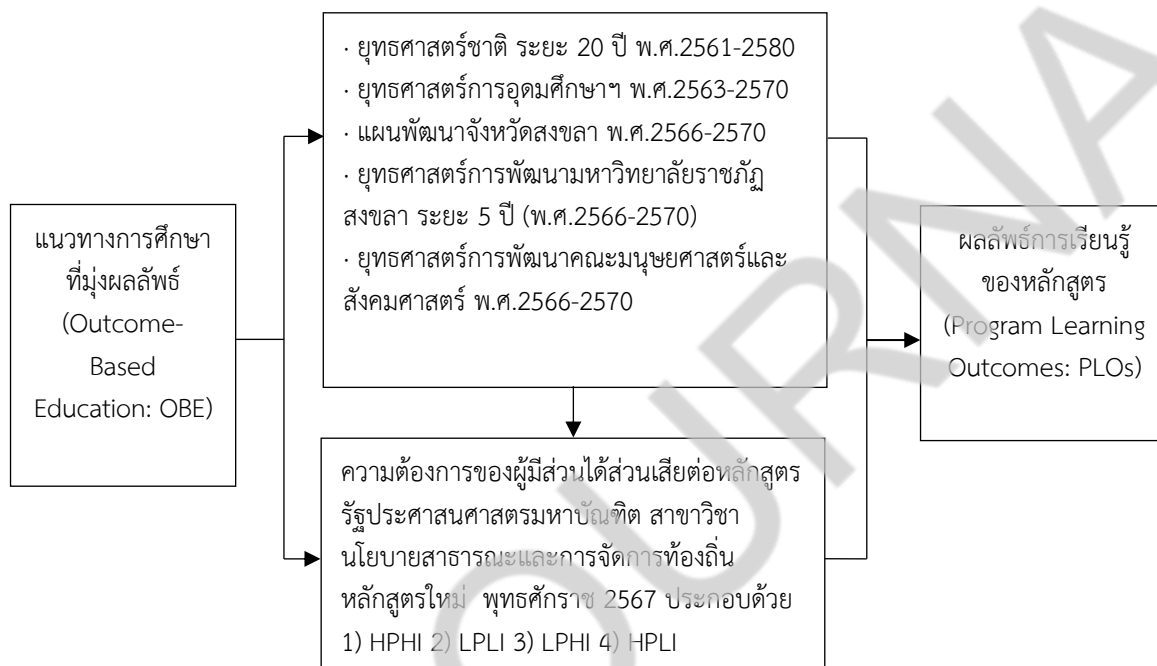
8. การวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรกับมาตรฐานคุณวุฒิอุดมศึกษาแห่งชาติ

หลังจากกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรที่มีความสอดคล้องกับทั้งอัตลักษณ์อันพึงประสงค์ของมหาวิทยาลัย (Graduate Attributes) ความต้องการจำเป็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder's Needs) วิสัยทัศน์ของ

มหาวิทยาลัย และหรือวิสัยทัศน์ของคณะ ขึ้นตอนต่อไป คือการนำผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรมาวิเคราะห์ความสอดคล้องกับมาตรฐานคุณวุฒิอุดมศึกษาแห่งชาติ

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยสร้างกรอบแนวคิดการวิจัยโดยยึดตามแนวทางการศึกษาที่มุ่งผลลัพธ์ (Outcome-Based Education : OBE) มาใช้ในการออกแบบหลักสูตร โดยกำหนดกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) กับแผนยุทธศาสตร์ในระดับต่างๆ ตามกรอบผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ.2565 นำสู่การเสนอผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcomes : PLOs) ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีดำเนินการวิจัย ประกอบด้วย ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้วิจัยได้กำหนดและวิเคราะห์ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) โดยยึดหลักการตามแนวทางการศึกษาที่มุ่งผลลัพธ์ ภายใต้เงื่อนไข 2 ประเด็น คือ 1) กลุ่มผู้มีอำนาจการตัดสินใจ (power) และ 2) กลุ่มผู้มีส่วนกระทบต่อหลักสูตร (Impact) โดยผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ และจำแนกกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียออกเป็น 4 กลุ่ม ตามเงื่อนไข 2 ประเด็นดังกล่าว ได้แก่ 1) ผู้ที่มีอิทธิพลและมีผลกระทบต่อหลักสูตรในระดับสูง (High Power/High Impact: HPHI) คือ ผู้ใช้บัณฑิตในหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 13 คน 2) ผู้ที่มีอิทธิพลและมีผลกระทบต่อหลักสูตรค่อนข้างน้อย (Low Power/Low Impact: LPLI) คือ ผู้ใช้บัณฑิตในหน่วยงานภาคเอกชน จำนวน 6 คน 3) ผู้ที่มีอิทธิพลต่อหลักสูตรน้อยแต่มีผลกระทบต่อหลักสูตรในระดับสูง (Low Power/High Impact: LPHI) คือ นักวิชาการ และนักศึกษาปริญญาตรี จำนวน 36 คน และ 4) ผู้ที่มีอิทธิพลต่อหลักสูตรในระดับสูงแต่มีผลกระทบต่อหลักสูตรค่อนข้างน้อย (High Power/Low Impact: HPLI) คือ ยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี พ.ศ.2561-2580 นโยบายและยุทธศาสตร์การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม พ.ศ.2563-2570 แผนพัฒนาจังหวัดสงขลา พ.ศ.2566-2570 ยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ระยะ 5 ปี พ.ศ.2566-2570 ยุทธศาสตร์การพัฒนาคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ พ.ศ.2566-2570 กลุ่มผู้บริหารมหาวิทยาลัย และผู้สอน จำนวน 16 คน ดังภาพที่ 2



Power -----> High	HPLI ยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี พ.ศ.2561-2580 นโยบายและยุทธศาสตร์การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม พ.ศ.2563-2570 แผนพัฒนาจังหวัดสงขลา พ.ศ.2566-2570 ยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ระยะ 5 ปี (พ.ศ.2566-2570) ยุทธศาสตร์การพัฒนาคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ พ.ศ.2560-2570 กลุ่มผู้บริหารมหาวิทยาลัย/อาจารย์ผู้สอน จำนวน 16 คน	HPHI ผู้ใช้บัณฑิตในหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 13 คน
	LPLI ผู้ใช้บัณฑิตในหน่วยงานภาคเอกชน จำนวน 6 คน	LPHI นักวิชาการ และนักศึกษาปริญญาตรี จำนวน 36 คน

ภาพที่ 2 การจัดทำข้อมูลการวิเคราะห์ความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
(Stakeholder's Power and Impact Analysis)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure Interview) ตามกรอบผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ.2565 โดยคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษาใน 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความรู้ (Knowledge) 2) ทักษะ (Skills) 3) ด้านจริยธรรม (Ethics) 4) ลักษณะบุคคล (Character) โดยผู้วิจัยได้ตรวจสอบความสอดคล้องของข้อมูลเพื่อให้ข้อมูลมีความแม่นยำ น่าเชื่อถือ และป้องกันความผิดพลาดโดยใช้ “การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation)” ด้วยวิธีการตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulate) ซึ่งเป็นการใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลที่หลากหลายโดยตรวจสอบแหล่งข้อมูลที่ได้มา ประกอบด้วย แหล่งเวลา สถานที่ บุคคล แล้วจึงบันทึกข้อมูลไว้เพื่อรวบรวมข้อมูลเดียวกัน ใช้วิธีการสังเกตควบคู่ไปกับการซักถาม พร้อมทั้งศึกษาเอกสารประกอบ (Denzin, 1970 as cited in Cheawjindakarn, 2018)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ส่งหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการให้ข้อมูลไปยังผู้บังคับบัญชาของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
2. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบตัวต่อตัว โดยเครื่องมือที่ใช้สัมภาษณ์เป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้ง 4 กลุ่มข้างต้น โดยมีระยะเวลาในการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2564 - เดือนมกราคม 2565
3. ตรวจสอบความถูกต้อง ความสมบูรณ์ของคำตอบ และนำข้อมูลมาวิเคราะห์สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์โดยวิธีการตีความเชิงคุณภาพ (Qualitative Interpretive Approach) ซึ่งประกอบไปด้วย 2 ขั้นตอน ดังนี้

1. แยกแยะข้อมูลออกเป็นส่วนๆ จากนั้นจึงคัดรวมกันเป็นกลุ่ม แล้วให้คำบรรยายสำหรับแต่ละกลุ่มนั้น
2. สังเคราะห์โครงสร้าง (Structural Synthesis) เพื่อหาแก่น (Essence) ของประสบการณ์เกี่ยวกับปรากฏการณ์ที่ทำการศึกษาทั้งหมด โดยสรุปผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcomes: PLOs) ของหลักสูตร

ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะและการจัดการท้องถิ่น คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิจัยตามลำดับ 2 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอน ที่ 1 การวิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders' Needs) ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์อัตลักษณ์ของ มหาบัณฑิต (Graduate Attributes: GA) และผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร โดยมีผลการวิจัยดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders' Needs)

ผู้วิจัยวิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยยึดตามกรอบผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐาน คุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ.2565 โดยคณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษาใน 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความรู้ 2) ทักษะ 3) ด้านจริยธรรม และ 4) ลักษณะบุคคล โดยความต้องการของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แต่ละกลุ่มสามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

1. กลุ่มผู้ที่มีอิทธิพลและมีผลกระทบต่อนักศึกษาระดับสูง (High Power/High Impact: HPHI) คือ กลุ่มผู้ใช้บัณฑิตภาครัฐ

ด้านความรู้ มีความต้องการความรู้ในด้านหลักการทำงานนโยบายสาธารณะ และหลักการบริหารงาน บุคคลภายใต้หลักธรรมาภิบาล ดังคำให้สัมภาษณ์ที่ว่า “...มหาบัณฑิตทางสาขานี้ต้องมีความรู้ของนโยบายเพื่อพัฒนาท้องถิ่นให้เกิดประสิทธิภาพ...” (4th Public Employer, November 25, 2021) หรือ “...ควรเน้นองค์ความรู้ตามหลักธรรมาภิบาล ในการบริหารงานบุคคลและความรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)...” (7th Public Employer, November 25, 2021) เป็นต้น

ด้านทักษะ มีความต้องการความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหาจากสถานการณ์จริง และความสามารถทางเทคโนโลยีสารสนเทศที่เน้นการเข้าถึงชุมชน ดังคำให้สัมภาษณ์ที่ว่า “...ต้องเป็นผู้ที่สามารถวิเคราะห์ปัญหาได้อย่างตรงจุดรวมถึงการใช้สื่อให้เหมาะสมกับการทำงานที่หลากหลาย...” (2nd Public Employer, November 24, 2021) หรือ “...การศึกษาทางด้านนโยบายสาธารณะต้องมีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีรวมถึงการฝึกฝนปฏิบัติให้เกิดค่านิยมและบรรทัดฐานในการทำงาน...” (2nd Public Employer, November 24, 2021)

ด้านจริยธรรม มีความต้องการความซื่อสัตย์สุจริต และความรับผิดชอบต่อตนเองและส่วนรวม และการเคารพซึ่งกันและกัน ดังคำให้สัมภาษณ์ที่ว่า “...มหาบัณฑิตต้องมีความรับผิดชอบต่อตนเองและส่วนรวม...” (2nd Public Employer, November 24, 2021) หรือ “...มหาบัณฑิตสาขานี้ต้องเข้าใจการอยู่ร่วมกัน...” (8th Public Employer, November 26, 2021)

ด้านลักษณะบุคคล มีความต้องการความสามารถปฏิบัติต่อผู้อื่นอย่างเท่าเทียมและเสมอภาค และการเป็นผู้ตระหนัก และมีความรับผิดชอบต่อผลประโยชน์ของท้องถิ่น ดังคำให้สัมภาษณ์ที่ว่า “...มหาบัณฑิตต้องสามารถปฏิบัติต่อผู้อื่นอย่างเท่าเทียมและเสมอภาค...” (2nd Public Employer, November 24, 2021) หรือ “...การสร้างจิตสำนึกและความตระหนักถึงผลประโยชน์ที่คนในท้องถิ่นจะได้รับจากการดำเนินนโยบายถือเป็นหัวใจสำคัญของนักนโยบายสาธารณะ...” (9th Public Employer, December 2, 2021)

2. กลุ่มผู้ที่มีอิทธิพลและมีผลกระทบต่อนักศึกษาค่อนข้างน้อย (Low Power/Low Impact: LPLI) คือ กลุ่มผู้ใช้บัณฑิตภาคเอกชน

ด้านความรู้ มีความต้องการความรู้ทางนโยบายสาธารณะแบบสหวิทยาการ และความรู้ทางจริยธรรม และหลักธรรมาภิบาล ดังคำให้สัมภาษณ์ที่ว่า “...เน้นความรู้ในเรื่องของการบูรณาการทางความคิด การมองไปข้างหน้า การพัฒนาต่อยอดได้อย่างเชี่ยวชาญ ซึ่งจะทำให้ได้นโยบายที่มีผลสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ...” (5th Private Employer, January 20, 2022) หรือ “...เน้นความรู้เกี่ยวกับคุณธรรม จริยธรรม ความซื่อสัตย์ที่ถูกต้องและอยู่ภายใต้กฎหมาย...” (2nd Private Employer, November 26, 2021)

ด้านทักษะ มีความต้องการทักษะกระบวนการวิจัยทางนโยบายสาธารณะ และทักษะทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ดังคำให้สัมภาษณ์ที่ว่า “...เป็นผู้ที่สามารถศึกษาค้นคว้าได้อย่างเชี่ยวชาญ เข้าใจกระบวนการของการวิจัยและเป็นผู้ยืนยันหมั่นเพียร...” (4th Private Employer, December 2, 2021) หรือ “...ต้องเป็นผู้ที่สามารถนาระบบสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ในการทำงานทุกรูปแบบ...” (1st Private Employer, November 26, 2021)



ด้านจริยธรรม มีความต้องการหลักภาวะผู้นำเชิงจริยธรรม และกระบวนการทางความคิดเชิงบวก ดังคำให้สัมภาษณ์ที่ว่า “...บัณฑิตทางนโยบายสาธารณะและการจัดการท้องถิ่นต้องเป็นผู้มีจริยธรรมของการเป็นผู้นำในระบอบประชาธิปไตย...” (1st Private Employer, November 26, 2021) หรือ “...มหาดบัณฑิตต้องคิดบวก มองการณ์ไกลสามารถบูรณาการความรู้เดิมกับความรู้ใหม่ให้พัฒนาได้อย่างชำนาญและเข้าใจง่าย...” (5th Private Employer, January 20, 2022)

ด้านลักษณะบุคคล มีความต้องการให้เป็นผู้มีจิตสาธารณะคำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมและมีความสามารถในการทำงานกับชุมชนท้องถิ่น ดังคำให้สัมภาษณ์ที่ว่า “...คุณลักษณะที่สำคัญของมหาดบัณฑิตต้องเป็นผู้มีจิตสาธารณะ คำนึงถึงประโยชน์ของส่วนรวมเป็นที่ตั้ง...” (4th Private Employer, December 2, 2021) หรือ “...เป็นผู้ที่สามารถทำงานในชุมชนท้องถิ่นได้อย่างเข้าถึงและเข้าใจ...” (1st Private Employer, November 26, 2021)

3. กลุ่มผู้ที่มีอิทธิพลต่อหลักสูตรน้อยแต่มีผลกระทบต่อนโยบายในระดับสูง (Low Power/High Impact: LPHI) คือ กลุ่มนักวิชาการ และนักศึกษาปริญญาตรี

ด้านความรู้ มีความต้องการความรู้ด้านการออกแบบนโยบายสาธารณะเชิงพื้นที่ และความรู้ด้านเครื่องมือทางนโยบายสาธารณะ ดังคำให้สัมภาษณ์ที่ว่า “...เน้นกระบวนการออกแบบเชิงนโยบายที่เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่โดยการเน้นการทำวิจัยแบบ PAR...” (1st Academician, November 2, 2021) หรือ “...เน้นการออกแบบระบบการทำงาน และวิธีการคิดโครงการโดยคำนึงถึงผลลัพธ์ทั้งข้อดีและข้อเสีย...” (11th Undergraduate Student, November 24, 2021)

ด้านทักษะ มีความต้องการทักษะการวิเคราะห์นโยบายและการนำนโยบายไปปฏิบัติ และทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการวิเคราะห์นโยบาย ดังคำให้สัมภาษณ์ที่ว่า “...เน้นการร่วมมือแก้ไขปัญหาภัยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เข้าไปมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาต่อยอดทางความคิดและเข้าใจปัญหาอันจะทำให้สามารถวางนโยบายเพื่อแก้ปัญหาท้องถิ่นได้...” (11th Undergraduate Student, November 24, 2021) หรือ “...สามารถใช้ข้อมูลเชิงตัวเลขข้อมูลทางสารสนเทศมาวิเคราะห์สังเคราะห์ปรากฏการณ์ทางนโยบายสาธารณะและการจัดการ...” (6th Academician, November 24, 2021)

ด้านจริยธรรม มีความต้องการความซื่อสัตย์สุจริตและมีจิตสาธารณะต่อส่วนรวม และการทำงานตามแนวทางหลักธรรมาภิบาล ดังคำให้สัมภาษณ์ที่ว่า “...คุณธรรม จริยธรรมในเรื่องของความซื่อสัตย์สุจริต ถือเป็นคุณธรรมขั้นพื้นฐานของการทำงานเพื่อส่วนรวมที่มหาดบัณฑิตต้องมี...” (3rd Academician, November 23, 2021) หรือ “...ยุติธรรมและความโปร่งใส มีความรับผิดชอบทั้งในส่วนตัวและส่วนรวม...” (30th Undergraduate Student, January 20, 2022)

ด้านลักษณะบุคคล มีความต้องการเป็นผู้ประสานงานในการมีส่วนร่วมทั้งท้องถิ่น และความรับผิดชอบต่อตนเองและส่วนรวม ดังคำให้สัมภาษณ์ที่ว่า “...เน้นการประสานงานและการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในชุมชนท้องถิ่น...” (7th Academician, November 26, 2021) หรือ “...เป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบต่อส่วนรวม เน้นการทำงานเป็นทีม...” (14th Undergraduate Student, November 24, 2021)

4. กลุ่มผู้ที่มีอิทธิพลต่อหลักสูตรในระดับสูงแต่มีผลกระทบต่อนโยบายค่อนข้างน้อย (High Power/Low Impact: HPLI) คือ กลุ่มผู้บริหาร และผู้สอน

ด้านความรู้ มีความต้องการความรู้ในด้านหลักการนโยบายสาธารณะและแผนยุทธศาสตร์ และ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการจัดการท้องถิ่น ดังคำให้สัมภาษณ์ที่ว่า “...มหาดบัณฑิตในสาขานี้ต้องมีความเข้าใจแผนตั้งแต่ระดับนานาชาติ ระดับชาติ และปรับปรุงให้เข้าสู่ในบริบทท้องถิ่นของตน...” (5th Executive, December 20, 2021) หรือ “...ควรเน้นเนื้อหาเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการจัดการท้องถิ่น แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับการจัดการพื้นที่เชิงกลยุทธ์ นโยบายสาธารณะ ความร่วมมือระหว่างรัฐกับเอกชน ยุทธศาสตร์การบริหารท้องถิ่น เป็นต้น...” (7th Lecturer, December 27, 2021)

ด้านทักษะ มีความต้องการความสามารถในการคิดเชิงระบบแก้ไขปัญหา และความสามารถทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ดังคำให้สัมภาษณ์ที่ว่า “...มหาดบัณฑิตต้องสามารถคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ ตลอดจนการสื่อสารผ่านสารสนเทศดิจิทัลได้...” (2nd Executive, December 20, 2021) “...เรียนรู้จากข้อมูลในชุมชนจริงๆ...” (6th Executive, December 20, 2021) หรือ “...มีความคิดเชิงระบบ เน้นการพัฒนาภาวะผู้นำและการตัดสินใจ...” (8th Executive, December 20, 2021) หรือ “...ฝึกกระบวนการคิด วิเคราะห์ สังเคราะห์ เน้นการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสื่อสารและการบริหารจัดการ...” (5th Lecturer, December 18, 2021)



ด้านจริยธรรม มีความต้องการซื้อสัตย์สุจริตและมีความรับผิดชอบ และมีหลักธรรมาภิบาล เพื่องานส่วนรวม ดังคำให้สัมภาษณ์ที่ว่า “...ต้องมีคุณธรรม จริยธรรม มีความรับผิดชอบต่อตนเองและผู้อื่นและสิ่งสำคัญ คือ ความซื่อสัตย์สุจริต...” (4th Executive, December 20, 2021) หรือ “...หลักธรรมาภิบาล เป็นหลักการสำคัญที่ผู้ศึกษา ทางนโยบายสาธารณะและการจัดการต้องยึดถือ...” (4th Lecturer, December 15, 2021)

ด้านลักษณะบุคคล มีความต้องการการมีความรับผิดชอบต่อบทบาทและหน้าที่ และการเป็น นักประสานงาน ดังคำให้สัมภาษณ์ที่ว่า “...ควรมีความรับผิดชอบต่อบทบาทและหน้าที่ของตนเองเป็นสำคัญ...” (3rd Lecturer, November 25, 2021) หรือ “...มหาบัณฑิตต้องมีลักษณะที่เป็นผู้ประสาน สร้างภาคีให้เกิดขึ้นในชุมชนโดยกำหนดเป้าหมาย ร่วมกันผ่านการปฏิบัติจริง...” (4th Executive, December 20, 2021)

จากความต้องการของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยยึดตามกรอบผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ.2565 ดังภาพที่ 3

High ↑ กลุ่มผู้มีอำนาจตัดสินใจ (power) ↓ Low	HPLI - กลุ่มผู้บริหารมหาวิทยาลัย และอาจารย์ผู้สอน ด้านความรู้ (Knowledge)-K - ความรู้ในด้านหลักการนโยบายสาธารณะและแผน ยุทธศาสตร์-K7 - การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการจัดการ ท้องถิ่น-K8 ทักษะ (Skills)-S - ความสามารถในการคิดเชิงระบบแก้ไขปัญหา-S7 - ความสามารถทางเทคโนโลยีสารสนเทศ-S8 ด้านจริยธรรม (Ethics)-E - ซื่อสัตย์สุจริตและมีความรับผิดชอบ-E7 - มีหลักธรรมาภิบาลเพื่องานส่วนรวม-E8 ลักษณะบุคคล (Character)-C - มีความรับผิดชอบต่อบทบาทและหน้าที่-C7 - นักประสานงาน-C8	HPHI – ผู้ใช้บัณฑิตในหน่วยงานภาครัฐ ด้านความรู้ (Knowledge) -K - ความรู้ในด้านหลักการทางนโยบายสาธารณะ-K1 - ความรู้ในหลักการบริหารงานบุคคลภายใต้หลัก ธรรมาภิบาล-K2 ทักษะ (Skills) -S - ความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหาจากสถานการณ์จริง-S1 - ความสามารถทางเทคโนโลยีสารสนเทศที่เน้นการเข้าถึงชุมชน-S2 ด้านจริยธรรม (Ethics) -E - ความซื่อสัตย์สุจริต และมีความรับผิดชอบต่อตนเองและ ส่วนรวม-E1 - การเคารพซึ่งกันและกัน-E2 ลักษณะบุคคล (Character) -C - สามารถปฏิบัติต่อผู้อื่นอย่างเท่าเทียมและเสมอภาค-C1 - เป็นผู้ตระหนัก และมีความรับผิดชอบต่อผลประโยชน์ของ ท้องถิ่น-C2
	LPLI – ผู้ใช้บัณฑิตในหน่วยงานภาคเอกชน ด้านความรู้ (Knowledge) -K - ความรู้ทางนโยบายสาธารณะแบบสหวิทยาการ-K3 - ความรู้ทางจริยธรรมและหลักธรรมาภิบาล-K4 ทักษะ (Skills) -S - ทักษะกระบวนการวิจัยทางนโยบายสาธารณะ-S3 - ทักษะทางเทคโนโลยีสารสนเทศ-S4 ด้านจริยธรรม (Ethics) -E - หลักภาวะผู้นำเชิงจริยธรรม-E3 - กระบวนการทางความคิดเชิงบวก-E4 ลักษณะบุคคล (Character) -C - มีจิตสาธารณะคำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวม-C3 - ความสามารถในการทำงานกับชุมชนท้องถิ่น -C4	LPHI - นักวิชาการ และนักศึกษาปริญญาตรี ด้านความรู้ (Knowledge) -K - ความรู้ด้านการออกแบบนโยบายสาธารณะเชิงพื้นที่-K5 - ความรู้ด้านเครื่องมือทางนโยบายสาธารณะ-K6 ทักษะ (Skills) -S - ทักษะการวิเคราะห์นโยบายและการนำนโยบายไปปฏิบัติ-S5 - ทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการวิเคราะห์ นโยบาย-S6 ด้านจริยธรรม (Ethics) -E - ความซื่อสัตย์สุจริตและมีจิตสาธารณะต่อส่วนรวม-E5 - การทำงานตามแนวทางหลักธรรมาภิบาล-E6 ลักษณะบุคคล (Character) -C - เป็นผู้ประสานงานในการมีส่วนร่วมกับท้องถิ่น-C5 - ความรับผิดชอบต่อตนเองและส่วนรวม-C6

←-----กลุ่มผู้มีส่วนกระทบต่อหลักสูตร (Impact) -----→

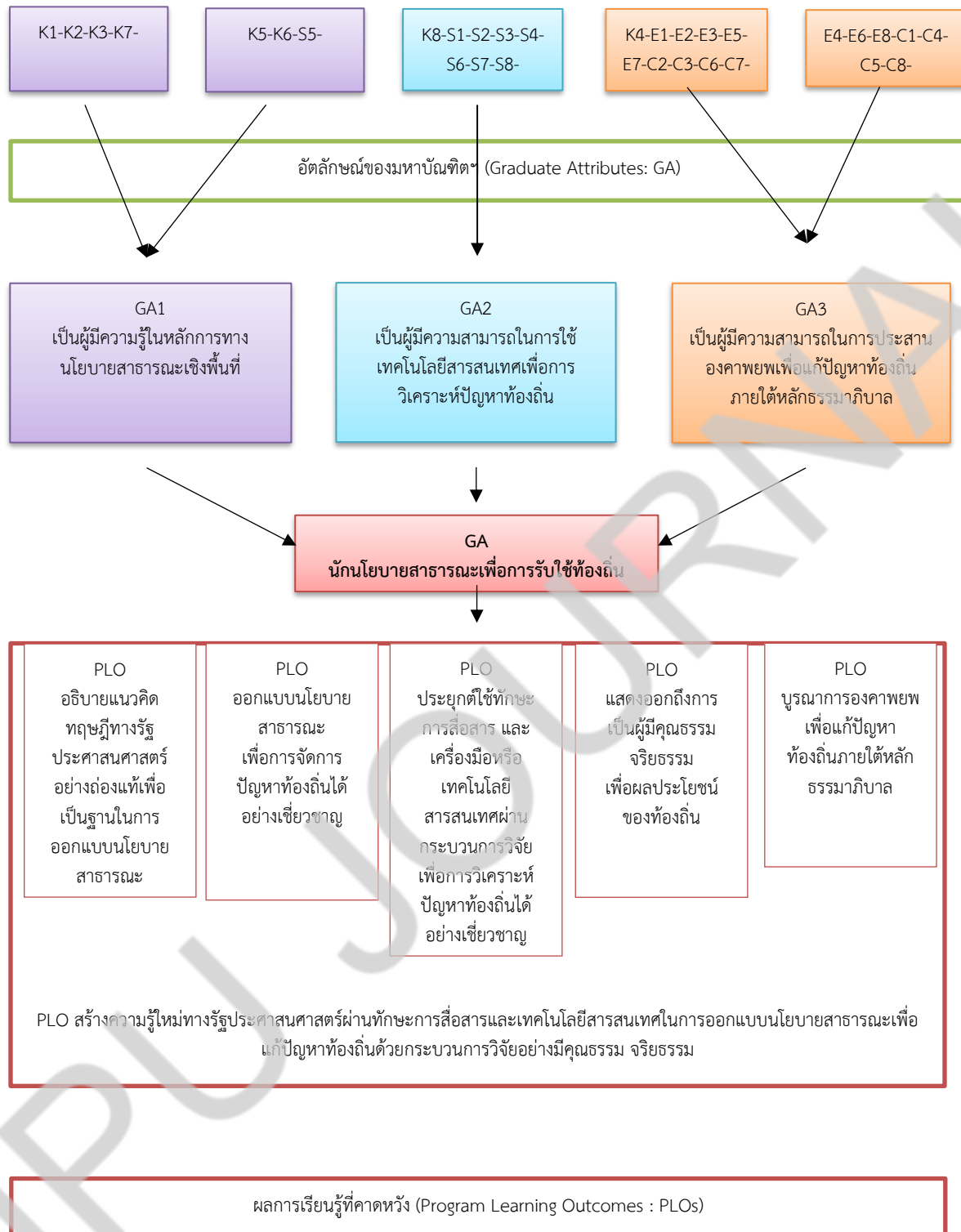
High

ภาพที่ 3 สรุปความต้องการของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders' Needs)



ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์อัตลักษณ์ของมหาบัณฑิต หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะและการจัดการท้องถิ่น (Graduate Attributes: GA) และผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcomes : PLOs) ของหลักสูตร

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของมหาบัณฑิต หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะและการจัดการท้องถิ่น (Graduate Attributes: GA) ตามความต้องการของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders' Needs) พบว่า อัตลักษณ์ของมหาบัณฑิต หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะและการจัดการท้องถิ่น คือ “นักนโยบายสาธารณะเพื่อการใช้ท้องถิ่น” โดยมีอัตลักษณ์ย่อย 3 ประการ ได้แก่ 1) เป็นผู้มีความรู้ในหลักการทางนโยบายสาธารณะเชิงพื้นที่ 2) เป็นผู้มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการวิเคราะห์ปัญหาท้องถิ่น และ 3) เป็นผู้มีความสามารถในการประสานองค์ความรู้เพื่อแก้ปัญหาท้องถิ่นภายใต้หลักธรรมาภิบาลจากอัตลักษณ์ดังกล่าว ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์เพื่อกำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcomes : PLOs) โดยได้วิเคราะห์ออกเป็น 6 ประเด็น ได้แก่ 1) เชื่อมโยงความสัมพันธ์แนวคิด ทฤษฎีทางรัฐประศาสนศาสตร์อย่างถ่องแท้เพื่อเป็นฐานในการออกแบบนโยบายสาธารณะ 2) ประยุกต์ใช้ทักษะการสื่อสาร และเครื่องมือหรือเทคโนโลยีสารสนเทศผ่านกระบวนการวิจัยทางนโยบายสาธารณะเพื่อวิเคราะห์ปัญหาท้องถิ่นได้อย่างเชี่ยวชาญ 3) ออกแบบนโยบายสาธารณะเพื่อการจัดการปัญหาท้องถิ่นได้อย่างเชี่ยวชาญ 4) บูรณาการองค์ความรู้เพื่อแก้ปัญหาท้องถิ่นภายใต้หลักธรรมาภิบาล 5) แสดงออกถึงการเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรม เพื่อผลประโยชน์ของท้องถิ่น และ 6) สร้างความรู้ใหม่ทางรัฐประศาสนศาสตร์ผ่านทักษะการสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศในการออกแบบนโยบายสาธารณะเพื่อแก้ปัญหาท้องถิ่นด้วยกระบวนการวิจัยอย่างมีคุณธรรม จริยธรรม แสดงความเชื่อมโยงและผลการวิเคราะห์ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 ความสอดคล้องระหว่างความต้องการของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อัตลักษณ์ของมหาบัณฑิตฯ และผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร

จากผลวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างความต้องการของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อัตลักษณ์ของมหาบัณฑิตฯ และผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะและการจัดการท้องถิ่น ประกอบด้วย 6 ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร โดยผู้วิจัยได้จัดลำดับผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร ดังตารางที่ 1



ตารางที่ 1 ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcomes : PLOs)

PLOs	รายการผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร
PLO1	เชื่อมโยงความสัมพันธ์แนวคิด ทฤษฎีทางรัฐประศาสนศาสตร์อย่างถ่องแท้เพื่อเป็นฐานในการออกแบบนโยบายสาธารณะ
PLO2	ประยุกต์ใช้ทักษะการสื่อสาร และเครื่องมือหรือเทคโนโลยีสารสนเทศผ่านกระบวนการวิจัยทางนโยบายสาธารณะ เพื่อการวิเคราะห์ปัญหาท้องถิ่นได้อย่างเชี่ยวชาญ
PLO3	ออกแบบนโยบายสาธารณะเพื่อการจัดการปัญหาท้องถิ่นได้อย่างเชี่ยวชาญ
PLO4	บูรณาการองค์ความรู้เพื่อแก้ปัญหาท้องถิ่นภายใต้หลักธรรมาภิบาล
PLO5	แสดงออกถึงการเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรม เพื่อผลประโยชน์ของท้องถิ่น
PLO6	สร้างความรู้ใหม่ทางรัฐประศาสนศาสตร์ผ่านทักษะการสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศในการออกแบบนโยบายสาธารณะเพื่อแก้ปัญหาท้องถิ่นด้วยกระบวนการวิจัยอย่างมีคุณธรรม จริยธรรม

จากตารางที่ 1 พบว่า ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcomes: PLOs) คือ PLO1 เชื่อมโยงความสัมพันธ์แนวคิด ทฤษฎีทางรัฐประศาสนศาสตร์อย่างถ่องแท้เพื่อเป็นฐานในการออกแบบนโยบายสาธารณะ PLO2 ประยุกต์ใช้ทักษะการสื่อสารและเครื่องมือหรือเทคโนโลยีสารสนเทศผ่านกระบวนการวิจัยทางนโยบายสาธารณะ เพื่อการวิเคราะห์ปัญหาท้องถิ่นได้อย่างเชี่ยวชาญ PLO3 ออกแบบนโยบายสาธารณะเพื่อการจัดการปัญหาท้องถิ่นได้อย่างเชี่ยวชาญ PLO4 บูรณาการองค์ความรู้เพื่อแก้ปัญหาท้องถิ่นภายใต้หลักธรรมาภิบาล PLO5 แสดงออกถึงการเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรม เพื่อผลประโยชน์ของท้องถิ่น PLO6 สร้างความรู้ใหม่ทางรัฐประศาสนศาสตร์ผ่านทักษะการสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศในการออกแบบนโยบายสาธารณะเพื่อแก้ปัญหาท้องถิ่นด้วยกระบวนการวิจัยอย่างมีคุณธรรม จริยธรรม

จากผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร ทั้ง 6 ได้ว่า สอดคล้องตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ.2565 ทั้งในด้านความรู้ที่จำเป็นและเพียงพอต่อการนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานนโยบายสาธารณะและการจัดการท้องถิ่น ด้านทักษะที่มีความสำคัญในการพัฒนางานและสังคม ด้านจริยธรรมที่สอดคล้องตามหลักธรรมาภิบาล และ ด้านลักษณะบุคคลที่สะท้อนให้เห็นว่ามหาบัณฑิตที่จบทางสาขาวิชานโยบายสาธารณะและการจัดการท้องถิ่น จะต้องเป็นบุคลากรภาครัฐที่ผู้มีความรู้ความเข้าใจในการกำหนดนโยบายระดับท้องถิ่น และแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาต่างๆ ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และแผนในระดับต่างๆ อีกทั้ง มีความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหา ทั้งผู้ที่เป็นผู้กำหนดนโยบาย และผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ มีการวิเคราะห์ทางเลือกหลายๆ ทางเลือกในการแก้ปัญหาได้ เพราะการพัฒนาท้องถิ่นเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาประเทศ เหตุผลดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ Parinyasutinun (2019) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง นโยบายสาธารณะกับชุมชนบางเหียง : ประเด็นทบทวนสู่ความสำเร็จและยั่งยืนของการขับเคลื่อนนโยบาย ซึ่งสะท้อนว่านโยบายระดับชุมชนท้องถิ่นนั้นสามารถเกิดขึ้นได้ทั้งจากบนลงล่างและจากล่างขึ้นบน โดยต้องสอดคล้องกับบริบทและเงื่อนไขของชุมชน ดังนั้น บุคลากรภาครัฐในส่วนท้องถิ่นจะต้องมีทักษะในการประยุกต์องค์ความรู้มาปรับใช้การดำเนินงานตามนโยบายให้เข้ากับบริบทพื้นที่ในส่วนต่างๆ ในแต่ละงานต่างๆ ได้ โดยทั้งนี้ ในการปรับตัวในแต่ละงานและพื้นที่ จะต้องบรรลุถึงเป้าหมายของนโยบายที่กำหนดมาจากส่วนกลางเป็นสำคัญ และในแง่ของการพัฒนาหลักสูตรมีผลการศึกษาที่สอดคล้องตามการวิจัยของ Prutipinyo et al. (2022) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษาสาขาวิชาบริหารสาธารณสุข โดยผลการวิจัยพบว่า แนวทางการพัฒนาหลักสูตรสำหรับนักบริหารงานสาธารณสุข ควรเน้นผู้เรียนต้องมีผลลัพธ์การเรียนรู้เป็นไปตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรต้องสร้างผู้เรียนให้มีภาวะผู้นำในการขับเคลื่อนองค์กรเป็นหลักสูตรที่สร้างนักบริหารสาธารณสุขที่สอดคล้องกับศตวรรษที่ 21 ต้องมีทั้ง Hard Skill และ Soft Skill Literacy การใช้คอมพิวเตอร์ วิเคราะห์สถิติ ระบาดวิทยา ระเบียบวิธีการวิจัย การจัดการข้อมูลที่เป็นทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้ ต้องมีความรู้ความเข้าใจระบบบริการสุขภาพ (Health Service System) การปฏิบัติที่ถูกต้องตามมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพที่เกี่ยวของกับงานสาธารณสุข ซึ่งประกอบด้วยมาตรฐานทั้งหมด 4 มาตรฐาน 1) มาตรฐานด้านความรู้ 2) มาตรฐานด้านการปฏิบัติ 3) มาตรฐานด้านทักษะ และ 4) มาตรฐานด้านจริยธรรม

สรุปผลการวิจัย

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcomes: PLOs) คือ PLO1 เชื่อมโยงความสัมพันธ์แนวคิด ทฤษฎีทางรัฐประศาสนศาสตร์อย่างถ่องแท้เพื่อเป็นฐานในการออกแบบนโยบายสาธารณะ PLO2 ประยุกต์ใช้ทักษะการสื่อสาร และเครื่องมือหรือเทคโนโลยีสารสนเทศผ่านกระบวนการวิจัยทางนโยบายสาธารณะเพื่อการวิเคราะห์ปัญหาท้องถิ่นได้อย่างเชี่ยวชาญ PLO3 ออกแบบนโยบายสาธารณะเพื่อการจัดการปัญหาท้องถิ่นได้อย่างเชี่ยวชาญ PLO4 บูรณาการองค์ความรู้เพื่อแก้ปัญหาท้องถิ่นภายใต้หลักธรรมาภิบาล PLO5 แสดงออกถึงการเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรม เพื่อผลประโยชน์ของท้องถิ่น PLO6 สร้างความรู้ใหม่ทางรัฐประศาสนศาสตร์ผ่านทักษะการสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศในการออกแบบนโยบายสาธารณะเพื่อแก้ปัญหาท้องถิ่นด้วยกระบวนการวิจัยอย่างมีคุณธรรม จริยธรรม

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

นำมาเป็นผลการวิจัยที่เป็นหลักฐานเชิงประจักษ์จากความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการศึกษาคุณลักษณะของมหาวิทยาลัยและความต้องการผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะและการจัดการท้องถิ่น หลักสูตรใหม่ พุทธศักราช 2567 ให้มีเนื้อหาสาระสำคัญของหลักสูตรเป็นไปตามนโยบายของรัฐ และบริบทสากลในปัจจุบัน ซึ่งเป็นหลักสูตรที่มีความทันสมัยสอดคล้องกับความต้องการของตลาด

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. ควรนำผลลัพธ์การเรียนรู้ที่ได้วิเคราะห์ไว้นำไปสร้างหลักสูตรในระดับบัณฑิตศึกษาที่คำนึงถึงบริบทของพื้นที่
2. ควรออกแบบคำอธิบายรายวิชาที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถนำไปวิเคราะห์สภาพการณ์ในสังคมระดับย่อยได้จริง เน้นการนำบริบททางสังคม ให้สามารถบูรณาการโครงการพัฒนาพื้นที่ได้ โดยเน้นให้มีความสามารถในการคิดเชิงระบบ การวิเคราะห์ วางแผน บริหาร และการจัดการนโยบายสาธารณะ ให้เป็นผู้ที่มีความเข้าใจในบริบทของชุมชน การวิเคราะห์ สังเคราะห์ปัญหา ผ่านกระบวนการเรียนรู้
3. ควรส่งเสริมและสนับสนุนการค้นคว้างานวิจัยใหม่ๆ ที่เท่าทันโลก หนังสือที่รวบรวมนโยบายสาธารณะ การจัดการท้องถิ่น ของประเทศต่างๆ ทั่วโลก เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการเรียนรู้ของการศึกษาระดับบัณฑิตให้แก่นักศึกษา

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาวิจัยในประเด็นอื่นๆ ที่เป็นเครื่องมือในการพัฒนาหลักสูตรตามแนวทางการศึกษาที่มุ่งผลลัพธ์ (OBE) เช่น การพัฒนาเครื่องมือวัดและประเมินผล การกำกับและติดตามผล เป็นต้น
2. ควรทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาหลักสูตรตามแนวทางการศึกษาที่มุ่งผลลัพธ์ (OBE) กับการประกันคุณภาพการศึกษาตามเกณฑ์ AUN-QA (Asean University Network Quality Assurance) เนื่องจากเกณฑ์ดังกล่าวเป็นการรองรับระบบประกันคุณภาพการศึกษาในระดับอุดมศึกษาในปัจจุบัน

ข้อจำกัดการวิจัย

1. การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างบางกลุ่ม เช่น ผู้บริหารในหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และนักศึกษา เป็นการสัมภาษณ์ผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่บริการของมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลาเท่านั้น
2. การวิจัยเชิงคุณภาพโดยการตีความเชิงคุณภาพเป็นไปตามประสบการณ์ของผู้วิจัยในพื้นที่

References

- Chayapiwat, P. (2021). *Problems in the Implementation of Government 4.0 Policy A Case Study of Local Administrative Organizations in the Three Southern Border Provinces of Thailand* (Unpublished master's thesis). Prince of Songkla University, Songkhla, Thailand.
- Cheawjindakarn, B. (2018). Qualitative Case Study Research Techniques. *Liberal Arts Review*, 13(25),103-118.



- Kaewbut, P. (2021). The Study of Chinese Curriculum Development in Accordance with the OBE guidelines : A Case study of Chinese for business communication program, Prince of Songkla University, Surat Thani Campus. *Journal of Liberal Arts Prince of Songkla University*, 13(1),236-264.
- Kevany, S. (2020). *Enabling the Sharing of Original, Timely and Creative Macro-and Micro-Level Response Concepts, Systems, and Ideas*. Retrieved June 2023, from <http://www.jstor.org/stable/resrep24869>
- Parinyasutinun, U. (2019). Public Policy and Bang Rieang Community : Reviewed Issues for Success and Sustainability of Policy Driving. *Humanity and Social Science Journal, Ubon Ratchathani University*, 10(1),91-120.
- Prutipinyo, C., Pobkeeree, V., Sirichotiratana, N., Marneejamsai, P. & Kumboonsri, S. (2022).Guidelines for the Development of Graduate Programs in Public Health Administration. *Journal of Council of Community Public Health*, 4(3),12-21.
- Rergchai, E. (2020). *Implementation of the Coronavirus Disease 2019 Prevention Policy (COVID 19) A Case Study of Lam Sai Sub-District Administration Organization, Wangnoi District, Phra Nakhon Si Ayutthaya (Unpublished master's independent study)*. Ramkhamhaeng University, Bangkok, Thailand.
- The Commission on Higher Education Standards. (2022). *Announcement of The Commission on Higher Education Standards : Details of Learning Outcomes as Qualifications Framework for Higher Education, 2022*. Retrieved September 2022, from <https://www.ops.go.th/th/ches-downloads/edu-standard/item/6940-2022-07-22-02-54-49>



การพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหาและการคิดอย่างมีวิจารณญาณของนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ด้วยการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (PBL) ร่วมกับห้องเรียนกลับด้าน (Flipped Classroom)

Development of Problem-solving and Critical Thinking abilities of Grade 10 Students Using Problem-based Learning with Flipped Classroom

ร่มธรรม สติโกศล¹ และ สิทธิพล อาจอินทร์²
Romthum Satidgosol¹ and Sitthipon Art-in²

Article History

Receive: August 30, 2024

Revised: October 29, 2024

Accepted: October 31, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหาและความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ด้วยการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (PBL) ร่วมกับห้องเรียนกลับด้าน (Flipped Classroom) ให้นักเรียนมีคะแนนเฉลี่ยไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 และมีจำนวนนักเรียนผ่านเกณฑ์ร้อยละ 70 ขึ้นไป กลุ่มเป้าหมายในการวิจัยคือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4/4 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2566 โรงเรียนเพชรพิทยาคม สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเพชรบูรณ์ จำนวน 29 คน โดยใช้การเลือกแบบเจาะจง โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการจำนวน 3 วงจร เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 1) เครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง คือ แผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานร่วมกับห้องเรียนกลับด้าน 2) เครื่องมือที่ใช้ในการสะท้อนผล ได้แก่ แบบบันทึกการจัดการเรียนการสอน แบบสังเกตพฤติกรรมครูและนักเรียน แบบสัมภาษณ์นักเรียน แบบทดสอบความสามารถในการแก้ปัญหาท้ายวงจร และแบบทดสอบความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณท้ายวงจร 3) เครื่องมือที่ใช้ประเมินผลการทดลอง ได้แก่ 1) แบบทดสอบความสามารถในการแก้ปัญหา แบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 30 ข้อ 2) แบบทดสอบความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณ แบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 30 ข้อ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และค่าร้อยละ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) นักเรียนมีคะแนนความสามารถในการแก้ปัญหาเฉลี่ยเท่ากับ 22.97 คิดเป็นร้อยละ 76.57 และมีนักเรียนผ่านเกณฑ์ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 79.31 2) นักเรียนมีคะแนนความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณเฉลี่ยเท่ากับ 22.80 คิดเป็นร้อยละ 76.00 และมีนักเรียนผ่านเกณฑ์ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 86.21 นอกจากนี้การเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานร่วมกับห้องเรียนกลับด้าน ช่วยพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหาและการคิดอย่างมีวิจารณญาณของนักเรียนผ่านการคิดเชิงวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ โดยใช้สื่อการสอนและสถานการณ์ปัญหาเป็นเครื่องมือในการเรียนรู้

คำสำคัญ : ความสามารถในการแก้ปัญหา ; ความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณ ; การจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน ; ห้องเรียนกลับด้าน ; การจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานร่วมกับห้องเรียนกลับด้าน

¹ นักศึกษาปริญญาโท สาขาหลักสูตรและการสอน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น , Master Degree Student in Curriculum and Instruction, Faculty of Education, Khon Kaen University

² รองศาสตราจารย์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, Associate Professor, Faculty of Education Khon Kaen University



ABSTRACT

The objective of this research was to develop Grade 10 students' problem-solving and critical thinking abilities using problem-based learning (PBL) with flipped classroom to have an average score of 70% or higher and to help at least 70% of the students pass the prescribed criterion. The target group of this research comprised Grade 10 Section 4 in the second semester of the academic year 2023 at Petpittayakom School, Phetchabun Province, under the supervision of the Phetchabun Educational Service Area Office using purposive sampling selection. This research was action research consisting of three cycles. Research tools included: 1) experimental tools, consisting of problem-based learning with flipped classroom lesson plans; 2) reflection tools, including teaching and learning management record forms, teacher and student behaviors observation forms, student interview forms, and problem-solving and critical thinking abilities tests at the end of each cycle; and 3) assessment tools, including 4-multiple-choice problem solving tests for 30 items and 4-multiple-choice critical thinking abilities tests for 30 items. Quantitative data analysis utilized mean ($\bar{X}$), standard deviation (S.D.), and percentage. Qualitative data analysis used content analysis. The results were summarized as follows: 1) The students' problem-solving ability average score was 22.97, which was equal to 76.57%, and there were 23 students, which was 79.31% of the students passed the 70% criterion, 2) the students' critical thinking ability average score was 22.80, which was 76.00%, and there were 25 students, which was equal to 86.21% of students passed the 70% criterion. Moreover, problem-based learning (PBL) with flipped classroom helped develop students' problem-solving and critical thinking skills through systematic analytical thinking by utilizing instructional media and problem scenarios as tools for learning.

Keywords : Problem-solving Ability ; Critical Thinking Ability ; Problem-based Learning Management ; Flipped Classroom ; Problem-based Learning with Flipped Classroom

บทนำ

แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2560-2579 ได้กำหนดวิสัยทัศน์หลักในการจัดการศึกษา คือ คนไทยทุกคนได้รับการศึกษาและเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างมีคุณภาพดำรงชีวิตอย่างเป็นสุข สอดคล้องกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและการเปลี่ยนแปลงของโลกศตวรรษที่ 21 (Office of the Education Council, 2017) ซึ่งสังคมโลกในศตวรรษที่ 21 มีความแตกต่างจากในอดีตมาก มีการเคลื่อนย้ายผู้คน สื่อเทคโนโลยี และทรัพยากรต่างๆ จากทั่วทุกมุมโลกอย่างรวดเร็วและสะดวก มีความเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจ สังคม การเมืองการปกครองระหว่างภูมิภาค ประเทศ สังคมและชุมชน มีความซับซ้อนและเปลี่ยนแปลงของความรู้และข้อมูลข่าวสารตลอดเวลาอย่างเป็นพลวัต (Whitehead, 1931) ดังนั้นจึงควรมีการเตรียมความพร้อมและพัฒนาทักษะที่จำเป็นในโลกศตวรรษที่ 21 ให้กับผู้เรียนคือ ทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต 3R x 7C ประกอบด้วย ด้าน 3R ได้แก่ 1) อ่านออก 2) เขียนได้ และ 3) คิดเลขเป็น ด้าน 7C ได้แก่ 1) การคิดอย่างมีวิจารณญาณและการแก้ปัญหา 2) การสร้างสรรค์และนวัตกรรม 3) ความเข้าใจต่างวัฒนธรรม ต่างกระบวนทัศน์ 4) ความร่วมมือการทำงานเป็นทีมและภาวะความเป็นผู้นำ 5) การสื่อสารสารสนเทศและการรู้เท่าทันสื่อ 6) ด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และ 7) ด้านอาชีพและทักษะการเรียนรู้ การคิดอย่างมีวิจารณญาณเป็นการตัดสินใจอย่างมีจุดมุ่งหมายและสามารถตระหนักรู้ในตนเองได้ ซึ่งประกอบด้วยการตีความ วิเคราะห์ ประเมิน และสรุปผล ข้อสรุปต้องอิงหลักฐานที่น่าเชื่อถือ โดยมีการคิดอย่างไตร่ตรองและพิจารณาอย่างรอบคอบเพื่อกำหนดความเชื่อหรือการกระทำ โดยการคิดประเภทนี้มีบทบาทสำคัญในการช่วยให้บุคคลตัดสินใจได้อย่างมีเหตุผลและเป็นระบบ Facione (2020) เพื่อนำไปสู่การแก้ปัญหาในสถานการณ์ต่างๆ ที่ผู้เรียนได้พบเจอทั้งในชีวิตประจำวันหรือจากตัวอย่างสถานการณ์ปัญหาที่ครูผู้สอนจัดทำขึ้นเพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้

แต่จากการศึกษาพบว่ารายงานการประเมินผลสัมฤทธิ์ในกลุ่มรายวิชาวิทยาศาสตร์ระดับชาติของนักเรียนไทยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (2561-2565) ได้แก่ O-NET และผลการทดสอบ PAT 2 (ความถนัดทางด้านวิทยาศาสตร์) พบว่านักเรียนไทยได้คะแนนเฉลี่ยต่ำกว่าร้อยละ 50 (National Institute of Educational Testing Service, 2022) และถ้าหากวิเคราะห์คะแนนอ้างอิงจากการทดสอบ 9 วิชาสามัญ ในกลุ่มรายวิชาวิทยาศาสตร์แยกเป็นรายวิชา ได้แก่ ฟิสิกส์ เคมี ชีววิทยา ยังพบอีกว่าผลการทดสอบของนักเรียนไทยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (2561-2565) นักเรียนไทยมีผลคะแนนเฉลี่ยรายวิชาฟิสิกส์ต่ำกว่าร้อยละ 50 ถึง 4 ปี (2561, 2562, 2564, 2565) (Council of University Presidents of Thailand, 2022) และจากการศึกษาปัญหาโดยการสัมภาษณ์ครูผู้สอนในรายวิชาฟิสิกส์ 2 พบว่านักเรียนเกินร้อยละ 70 มีคะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาฟิสิกส์ต่ำกว่าเกณฑ์ร้อยละ 70 อันเนื่องมาจากระหว่างนักเรียนขาดทักษะการคิดพิจารณาเพื่อหาทางเลือกสมการและวิธีการที่นำไปใช้แก้ปัญหาจากตัวอย่างและสถานการณ์ปัญหา ทำให้เมื่อเจอข้อสอบนักเรียนไม่สามารถวิเคราะห์โจทย์ปัญหาและหาทางแก้ไขได้ ซึ่งการจะนำมาซึ่งความรู้ทางฟิสิกส์ต้องอาศัยทักษะ การลงมือปฏิบัติ และฝึกฝนในส่วนทักษะการคิดอย่างมีวิจารณญาณจากการแก้โจทย์ปัญหาฟิสิกส์ เพื่อหาความสัมพันธ์ของข้อมูล ความรู้ และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการสรุปเหตุผลแล้วหาคำตอบ

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่าการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (PBL) ถูกพัฒนาให้สอดคล้องกับทฤษฎีการเรียนรู้ที่ได้รับความสนใจในขณะนั้นคือ ทฤษฎีการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์นิยม (Constructivist Learning Theory) ที่มุ่งเน้นการสร้างความรู้ใหม่อย่างเหมาะสมของแต่ละบุคคลและสิ่งแวดล้อมมีความสำคัญในการสร้างความหมายตามความเป็นจริง เป็นวิธีการที่นำมาใช้ในการจัดการเรียนการสอนมีหลักการที่สำคัญว่าในการเรียนรู้มุ่งเน้นให้ผู้เรียนลงมือ กระทำในการสร้างความรู้ (Chaijaroen, 2008) การจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (PBL) จึงเป็นการจัดการเรียนรู้ที่ใช้ปัญหาเครื่องมือในการส่งเสริมการเรียนรู้ของนักเรียน โดยเน้นให้นักเรียนเป็นศูนย์กลางและใช้การทำงานร่วมกันในการแก้ไขปัญหา เพื่อพัฒนาทักษะในการคิดวิเคราะห์ แก้ปัญหา และการสื่อสาร สอดคล้องกับ Chaonahae (2021) ที่ได้ศึกษาการพัฒนาการจัดการจัดการเรียนรู้อยู่โดยใช้ปัญหาเป็นฐานร่วมกับแนวคิดห้องเรียนกลับด้าน เพื่อส่งเสริมผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาฟิสิกส์และความสามารถในการคิดแก้ปัญหาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ซึ่งพบว่าความสามารถในการคิดแก้ปัญหาของนักเรียนมีคะแนนเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 75.22 ซึ่งพบว่าผ่านเกณฑ์ร้อยละ 70 ของคะแนนเต็ม นอกจากนี้ห้องเรียนกลับด้าน (Flipped Classroom) ช่วยให้นักเรียนมีวิธีการเรียนรู้ที่มีข้อมูลและประสิทธิภาพมากขึ้นซึ่งนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพทางการศึกษาและส่งเสริมประสบการณ์การเรียนรู้ที่ดียิ่งขึ้น ทั้งในด้านการศึกษาและการทำงาน ในศตวรรษที่ 21 โดยแนวคิดห้องเรียนกลับด้าน ยังเข้ามามีส่วนในการเปลี่ยนบทบาทและเพิ่มการมีส่วนร่วมของนักเรียนในชั้นเรียน กระตุ้นความกระตือรือร้นในการเรียนรู้และกระบวนการคิดได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยวิธีการสอนนี้ให้ผู้เรียนศึกษาบทเรียนล่วงหน้าและใช้เวลาในชั้นเรียนในการทำกิจกรรมที่ช่วยเสริมความเข้าใจและการแก้ปัญหาของนักเรียน (Cheng et al., 2019) โดย Pantuchin (2021) ได้ศึกษาการศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและการคิดอย่างมีวิจารณญาณ เรื่อง ธรรมชาติของสิ่งมีชีวิตที่ได้รับการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดห้องเรียนกลับด้านของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ผลการวิจัย พบว่า ความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณของนักเรียนมีคะแนนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักเรียนมีคะแนนเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 78.57 จากการศึกษาดูเอกสารที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา การพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหาและการคิดอย่างมีวิจารณญาณของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โดยใช้การจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (PBL) ร่วมกับห้องเรียนกลับด้าน (Flipped Classroom)

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น การจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (PBL) ร่วมกับห้องเรียนกลับด้าน (Flipped Classroom) เป็นการจัดการเรียนรู้ที่เน้นให้ผู้เรียนได้คิดอย่างมีวิจารณญาณและให้ผู้เรียนสร้างความรู้ด้วยตนเองจากการสืบค้นข้อมูล ความรู้ และแก้สถานการณ์ปัญหา ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา การพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหาและการคิดอย่างมีวิจารณญาณของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โดยใช้การจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (PBL) ร่วมกับห้องเรียนกลับด้าน (Flipped Classroom)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ด้วยการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (PBL) ร่วมกับห้องเรียนกลับด้าน (Flipped Classroom) ให้นักเรียนมีคะแนนเฉลี่ยไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 และมีจำนวนนักเรียนผ่านเกณฑ์ร้อยละ 70 ขึ้นไป



2. เพื่อพัฒนาความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ด้วยการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (PBL) ร่วมกับห้องเรียนกลับด้าน (Flipped Classroom) ให้นักเรียนมีคะแนนเฉลี่ยไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 และมีจำนวนนักเรียนผ่านเกณฑ์ร้อยละ 70 ขึ้นไป

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (PBL)

การจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (PBL) เป็นการจัดการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นการตั้งคำถาม โดยใช้ปัญหาจากโลกความเป็นจริงในสภาพแวดล้อมที่ผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง ซึ่งกระตุ้นให้นักเรียนสร้างความรู้และแนวคิดของตนเอง (Michael et al., 2023) โดยการเน้นนักเรียนเป็นศูนย์กลางจากการทำงานเป็นกลุ่มเพื่อแก้ปัญหาโดยปัญหานี้เป็นตัวสร้างแรงจูงใจให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ (Nilson, 2010) นอกจากนี้การจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานยังมุ่งพัฒนาทักษะการแก้ปัญหา การทำงานร่วมกัน และการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักเรียน โดยนักเรียนจะได้พัฒนาทักษะต่างๆ ผ่านการแก้ปัญหาที่มีความซับซ้อนมากขึ้น (Bassi et al., 2022) โดยผู้วิจัยได้เลือกการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem-based Learning) ประกอบด้วย 6 ขั้นตอน ตามแนวคิดของ Office of the Education Council (2007) ได้แก่ ขั้นที่ 1 กำหนดปัญหา ขั้นที่ 2 ทำความเข้าใจกับ ขั้นที่ 3 ดำเนินการศึกษาค้นคว้า ขั้นที่ 4 สังเคราะห์ความรู้ ขั้นที่ 5 สรุปและประเมินค่าของคำตอบ และขั้นที่ 6 นำเสนอและประเมินผลงาน มาใช้ในการจัดการเรียนรู้เนื่องจากแต่ละขั้นตอนกระตุ้นกระบวนการคิดและการลงมือปฏิบัติของนักเรียนและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

ห้องเรียนกลับด้าน (Flipped Classroom)

ห้องเรียนกลับด้าน (Flipped Classroom) เป็นรูปแบบการจัดการเรียนรู้ที่ให้ผู้เรียนศึกษาเนื้อหาสาระจากที่บ้านผ่านระบบอินเทอร์เน็ต วิดีโอ วิกิพีเดีย หรือระบบออนไลน์อื่นๆ ที่ผู้สอนจัดทำให้ก่อนเข้าชั้นเรียนโดยผู้สอนมีหน้าที่ช่วยแนะนำตอบข้อซักถามผ่านการทำกิจกรรมในชั้นเรียน (Limvong & Saengri, 2019) โดยในการเรียนรู้แบบห้องเรียนกลับด้านเป็นวิธีการสอนที่ตรงข้ามกับวิธีการแบบดั้งเดิมที่การสอนจะเกิดขึ้นในห้องเรียนและนักเรียนจะได้รับการบ้านกลับไปทำที่บ้าน แต่ในห้องเรียนกลับด้านการสอนจะหมายถึงการที่ครูเริ่มต้นการเรียนรู้ด้วยวิดีโอหรือเตรียมวิดีโอที่พร้อมใช้สำหรับการเรียนรู้ วิดีโอนี้จัดทำขึ้นเพื่อให้นักเรียนได้เรียนรู้ที่บ้านก่อนที่จะนำไปใช้ในชั้นเรียน (Cecilia et al., 2022) นอกจากนี้ห้องเรียนกลับด้านยังช่วยกระตุ้นความสนใจของนักเรียนให้เพิ่มขึ้นเนื่องจากชั้นเรียนเป็นแบบมีส่วนร่วม และมีการเปลี่ยนจากการนั่งและฟังตามปกติไปสู่การเรียนรู้แบบรายบุคคล (Jose & Jorge, 2020) โดยผู้วิจัยได้เลือกการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดของ Bergmann & Sams (2014) ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นที่ 1 เตรียมวิดีโอ ขั้นที่ 2 ศึกษาเรียนรู้นอกชั้นเรียน และขั้นที่ 3 เรียนรู้ในชั้นเรียน

การจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (PBL) ร่วมกับห้องเรียนกลับด้าน (Flipped Classroom)

การจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (PBL) ร่วมกับห้องเรียนกลับด้าน (Flipped Classroom) เป็นการจัดการเรียนรู้ที่ช่วยพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหาและการคิดอย่างมีวิจารณญาณ โดยให้นักเรียนเตรียมตัวผ่านการเรียนรู้ด้วยตนเองก่อนเข้าห้องเรียน จากนั้นใช้เวลาในชั้นเรียนในการแก้ปัญหาลงมือทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม วิธีการนี้ส่งเสริมการคิดวิเคราะห์ การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และการประยุกต์ใช้ความรู้ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน ซึ่งกระตุ้นให้นักเรียนมีความรับผิดชอบต่อการเรียนรู้ของตนเองมากขึ้น โดยการใช้สื่อการเรียนรู้ก่อนเข้าห้องเรียนช่วยเตรียมผู้เรียนให้พร้อมรับมือกับการแก้ปัญหาในสถานการณ์จริง (Zainuddin & Perera, 2019) โดยผู้วิจัยได้นำการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (PBL) ตามแนวคิดของ Office of the Education Council (2007) ร่วมกับ ห้องเรียนกลับด้าน (Flipped Classroom) ตามแนวคิดของ Bergmann & Sams (2014) ประกอบด้วย 6 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นที่ 1 กำหนดปัญหา ขั้นที่ 2 ทำความเข้าใจกับปัญหา ขั้นที่ 3 ดำเนินการศึกษา ขั้นที่ 4 กลุ่มสังเคราะห์ความรู้ ขั้นที่ 5 สรุปและประเมินค่าของคำตอบ และขั้นที่ 6 นำเสนอและประเมินผลงาน โดยผู้วิจัยได้นำห้องเรียนกลับด้าน (Flipped Classroom) ในส่วนของการศึกษานอกห้องเรียนมาใช้ในขั้นที่ 1 กำหนดปัญหา และขั้นที่ 2 ทำความเข้าใจปัญหา มีรายละเอียดดังนี้ ขั้นที่ 1 กำหนดปัญหา เป็นขั้นตอนที่ผู้สอนเตรียมวิดีโอหรือสื่อการเรียนรู้อื่นๆ โดยมีการกำหนดสถานการณ์ปัญหา ขั้นที่ 2 ทำความเข้าใจกับปัญหา นักเรียนกำหนดประเด็นสำคัญที่ได้ศึกษาเพื่อทำความเข้าใจปัญหาด้วยตนเองนอกชั้นเรียน และในส่วนของการศึกษาในชั้นเรียนผู้วิจัยได้ดำเนินการดังนี้ ขั้นที่ 3 ดำเนินการศึกษาค้นคว้า นักเรียนแต่ละคนนำประเด็นสำคัญที่สรุปได้จากการทำความเข้าใจ

ปัญหาด้วยตนเองมาแลกเปลี่ยนและช่วยกันศึกษาว่าข้อมูลในการแก้ปัญหา ขั้นที่ 4 สังเคราะห์ความรู้ นักเรียนแต่ละกลุ่ม นำข้อมูลที่สืบค้นได้มาร่วมกันวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลที่เป็นต่อการแก้ปัญหา ขั้นที่ 5 สรุปและประเมินค่าของคำตอบ นักเรียนแต่ละกลุ่มสรุปผลงานและคำตอบของกลุ่มตนเอง และขั้นที่ 6 นำเสนอและประเมินผลงาน นักเรียนแต่ละกลุ่ม นำเสนอแนวทางแก้ปัญหาและคำตอบที่ได้ โดยกลุ่มอื่นๆ ครูผู้สอนประเมินผลงานและสรุปองค์ความรู้ร่วมกัน

ความสามารถในการแก้ปัญหา

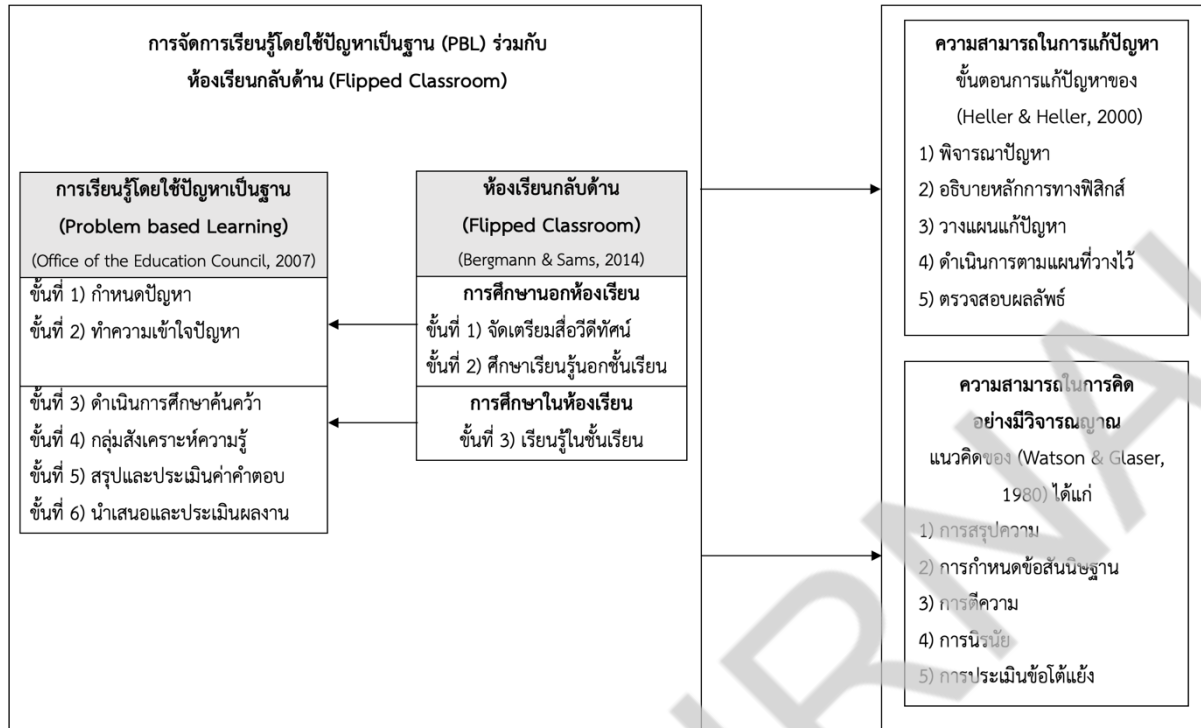
ความสามารถในการแก้ปัญหา หมายถึง กระบวนการหรือวิธีการที่มีความซับซ้อนหรือท้าทาย ซึ่งเกิดขึ้นในสถานการณ์ที่มีความลำบาก ยุ่งยาก หรือที่ต้องใช้ความพยายามในการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง มีการสร้างสมมติฐานเกี่ยวกับของปัญหานั้น รวมถึงการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการทดลองเพื่อค้นหาความสัมพันธ์ เพื่อตรวจสอบว่าสมมติฐานดังกล่าวเป็นความจริงหรือไม่ (Good & Carter, 1973) ความสามารถในการแก้ปัญหา หมายถึง กระบวนการซึ่งเกี่ยวข้องกับการสังเกตอย่างเป็นระบบและการคิดโดยใช้เหตุผล เพื่อค้นหาวิธีแก้ปัญหาหรือวิธีการที่เหมาะสมในการบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ ดังนั้นการแก้ปัญหายังครอบคลุมถึงการสังเกตและการคิดอย่างมีวิจารณญาณ (Rahman, 2019) โดยความสามารถในการแก้ปัญหายังมีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการทางจิตวิทยามากกว่าแค่การให้ข้อเสนอแนะหรือทฤษฎีที่เรียนรู้ การแก้ปัญหาจำเป็นต้องมีต้องมีกระบวนการแก้ปัญหาเป็นความท้าทาย มีขั้นตอนที่เหมาะสมหรือกลยุทธ์การแก้ปัญหา เพื่อให้สามารถแก้ปัญหาได้ดี (Swandi et al., 2021) โดยในการวิจัยผู้วิจัยได้เลือกแนวคิดของ Heller & Heller (2000) ประกอบด้วยความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาฟิสิกส์ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นที่ 1 ขั้นพิจารณาปัญหา ขั้นที่ 2 ขั้นอธิบายหลักการทางฟิสิกส์ ขั้นที่ 3 ขั้นวางแผนแก้ปัญหา ขั้นที่ 4 ขั้นดำเนินการตามแผนที่วางไว้ และขั้นที่ 5 ขั้นตรวจสอบผลลัพธ์

ความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณ

ความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณ หมายถึง การคิดพิจารณาไตร่ตรองประเด็นในประเด็นหนึ่งอย่างรอบคอบและสมเหตุสมผล โดยอาศัยข้อมูลหลักฐานนำไปสู่ข้อสรุปที่เป็นไปได้ หรือสามารถตัดสินใจยอมรับ หรือปฏิเสธได้ (Songnun & Lincharearn, 2023) การคิดอย่างมีวิจารณญาณ หมายถึง กระบวนการคิดที่ชัดเจน มีเหตุผล และมีวินัยทางสติปัญญาในการกำหนดแนวความคิด การประยุกต์วิเคราะห์ การสังเคราะห์ และการประเมินข้อมูลที่รวบรวมหรือสร้างขึ้น และเป็นกระบวนการ พัฒนาทักษะที่ทำให้มีความสามารถในการรับรู้ที่ซับซ้อนมากขึ้น (Sinsap, 2022) การคิดอย่างมีวิจารณญาณ หมายถึง การใช้หลักเหตุผลในการพิจารณาเพื่อการตัดสินใจทางเลือกให้มีความชัดเจน โดยยึดหลักความสมเหตุสมผล (Songkhoh & Punain, 2019) โดยในการวิจัยผู้วิจัยได้เลือกแนวคิดของ Watson & Glaser (1980) ประกอบด้วยความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณ ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การสรุปความ 2) การกำหนดข้อสันนิษฐาน 3) การตีความ 4) การนิรนัย และ 5) การประเมินข้อโต้แย้ง

กรอบแนวคิดการวิจัย

การพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหาและการคิดอย่างมีวิจารณญาณของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ด้วยการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (PBL) ร่วมกับห้องเรียนกลับด้าน (Flipped Classroom) ผู้วิจัยได้นำการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (PBL) ตามแนวคิดของ Office of the Education Council (2007) ร่วมกับห้องเรียนกลับด้าน (Flipped Classroom) ตามแนวคิดของ Bergmann & Sams (2014) โดยสรุปเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) ตามแนวคิดและหลักการของ Kemmis & McTaggart (1988) ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามวงจรของการวิจัยเชิงปฏิบัติการ ซึ่งประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่ การวางแผนปฏิบัติ (Planning) การลงมือปฏิบัติ (Action) การสังเกต (Observation) และการสะท้อนผลการปฏิบัติการ (Reflection) จำนวน 3 วงจร ตามขั้นตอนดังนี้

1. ขั้นการวางแผนปฏิบัติ (Planning) ทบทวนและจัดเตรียมสื่ออุปกรณ์ที่ใช้ในแผนการจัดการเรียนรู้และนำเครื่องมือที่ใช้ในการวัดผลและสะท้อนผล มาทำความเข้าใจในการบันทึกข้อมูลร่วมกับผู้ช่วยวิจัย
2. ขั้นการลงมือปฏิบัติ (Action) นำแผนการจัดการเรียนรู้ทดลองกับนักเรียนกลุ่มเป้าหมาย
3. ขั้นการสังเกต (Observation) ขณะจัดกิจกรรมการเรียนการสอน ผู้ช่วยวิจัยทำการสังเกตและแบบสังเกตพฤติกรรมครูและนักเรียน โดยหลังจัดกิจกรรมการเรียนการสอนผู้วิจัยบันทึกแบบบันทึกการจัดการเรียนรู้ และนักเรียนกลุ่มเป้าหมายทำแบบทดสอบท้ายวงจรและสัมภาษณ์นักเรียน
4. ขั้นสะท้อนผลการปฏิบัติการ (Reflection) ผู้วิจัยรวบรวมผลจากแบบบันทึกการจัดการเรียนรู้ แบบสังเกตพฤติกรรมครูและนักเรียน แบบทดสอบท้ายวงจรและบันทึกการสัมภาษณ์นักเรียน นำมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและปัญหาในชั้นเรียน เพื่อปรับปรุงและพัฒนาในการดำเนินวงจรต่อไป

กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4/4 สายวิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์ จำนวน 29 คน ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2566 โรงเรียนเพชรพิทยาคม จังหวัดเพชรบูรณ์ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเพชรบูรณ์ โดยใช้การเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง คือ แผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้การจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (PBL) ร่วมกับห้องเรียนกลับด้าน (Flipped Classroom) รายวิชา ฟิสิกส์ 2 (ว31202) จำนวน 8 แผนการเรียนรู้ ระยะเวลา 16 ชั่วโมง โดยรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 ระดับความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยรายละเอียดแผนการจัดการเรียนรู้ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 รายละเอียดแผนการจัดการเรียนรู้

วงจรที่	แผนการจัดการเรียนรู้	เวลา (ชั่วโมง)
1	แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 1 เรื่อง งานจากแรงคงตัว	2
	แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 2 เรื่อง งานจากแรงไม่คงตัว	2
	แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 3 เรื่อง กำลัง	2
2	แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 4 เรื่อง พลังงานจลน์	2
	แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 5 เรื่อง พลังงานศักย์โน้มถ่วง	2
	แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 6 เรื่อง พลังงานศักย์ยืดหยุ่น	2
3	แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 7 เรื่อง การอนุรักษ์พลังงาน	2
	แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 8 เรื่อง เครื่องกลอย่างง่าย	2
รวม		16

2. เครื่องมือสะท้อนผล คือ

2.1 แบบบันทึกการจัดการเรียนรู้ เป็นแบบบันทึกลักษณะปลายเปิด บันทึกเมื่อสิ้นสุดการเรียนการสอน เพื่อสังเกตการเปลี่ยนแปลงของผู้เรียนเมื่อได้รับการจัดการเรียนรู้ โดยบันทึกตามขั้นตอนการจัดการเรียนรู้ ปัญหาและอุปสรรคที่พบ

2.2 แบบสังเกตพฤติกรรมครูและนักเรียน เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับของลิเคิร์ต (Likert Scale) เพื่อให้ผู้ช่วยวิจัยเป็นผู้สังเกตและเก็บรวบรวมข้อมูลพฤติกรรมในการจัดการเรียนการสอนว่าผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนในแผนการจัดการเรียนรู้ สิ่งควรปรับปรุงและนักเรียนมีพฤติกรรมในการเรียนรู้ เพื่อนำไปสะท้อนผลเมื่อสิ้นสุดแต่ละวงจร

2.3 แบบสัมภาษณ์นักเรียน เป็นการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง โดยใช้การสุ่มแบบนักเรียนจำนวน 3 คน โดยถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการเรียนรู้ สื่อ การมีส่วนร่วม เวลาที่ใช้ในการจัดกิจกรรม และการวัดประเมินผล

2.4 แบบทดสอบความสามารถในการแก้ปัญหาท้ายวงจร เป็นแบบทดสอบแบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก วงจรละจำนวน 15 ข้อ รวม 45 ข้อ หาดัชนีความสอดคล้อง (IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน มีค่าระหว่าง 0.67-1.00 และทดลอง (Try-out) กับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนเพชรพิทยาคม จำนวน 26 คน โดยแบบทดสอบความสามารถในการแก้ปัญหาท้ายวงจรที่ 1-3 มีค่าคุณภาพดังนี้ วงจรที่ 1 ค่าความยากง่าย (P) อยู่ระหว่าง 0.38-0.65 ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.27-0.42 ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) มีค่า 0.78 วงจรที่ 2 ค่าความยากง่าย (P) อยู่ระหว่าง 0.38-0.62 ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.27-0.42 ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) มีค่า 0.83 และวงจรที่ 3 ค่าความยากง่าย (P) อยู่ระหว่าง 0.46-0.65 ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.23-0.42 ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) มีค่า 0.73

2.5 แบบทดสอบความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณท้ายวงจร เป็นแบบทดสอบแบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก วงจรละจำนวน 15 ข้อ รวม 45 ข้อ หาดัชนีความสอดคล้อง (IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน มีค่าระหว่าง 0.67-1.00 และทดลอง (Try-out) กับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนเพชรพิทยาคม จำนวน 26 คน โดยแบบทดสอบความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณท้ายวงจร 1-3 มีค่าคุณภาพดังนี้ วงจรที่ 1 ค่าความยากง่าย (P) อยู่ระหว่าง 0.38-0.69 ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.23-0.42 ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) มีค่า 0.76 วงจรที่ 2 ค่าความยากง่าย (P) อยู่ระหว่าง 0.35-0.62 ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.27-0.46 ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) มีค่า 0.73 และวงจรที่ 3 ค่าความยากง่าย (P) อยู่ระหว่าง 0.46-0.62 ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.23-0.42 ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) มีค่า 0.76

3. เครื่องมือประเมินผลการทดลอง คือ

3.1 แบบทดสอบความสามารถในการแก้ปัญหา เป็นแบบทดสอบแบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 30 ข้อ โดยผู้วิจัยได้กำหนดให้มีความสอดคล้องกับผลการเรียนรู้รายวิชาฟิสิกส์ 2 และองค์ประกอบความสามารถในการแก้ปัญหา ได้แก่ 1) พิจารณาปัญหา 2) อธิบายหลักการทางฟิสิกส์ 3) วางแผนแก้ปัญหา 4) ดำเนินการตามแผนที่วางไว้ และ 5) ตรวจสอบผลลัพธ์ โดยหาดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน มีค่าระหว่าง 0.67-1.00 และผู้วิจัยนำแบบทดสอบไปทดลอง (Try-out) กับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนเพชรพิทยาคม จำนวน 26 คน พบว่ามีค่าความยากง่าย (P) อยู่ระหว่าง 0.35-0.58 ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.23-0.42 และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบทดสอบมีค่าอยู่ที่ 0.78



3.2 แบบทดสอบความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณ เป็นแบบทดสอบแบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 30 ข้อ โดยผู้วิจัยได้กำหนดให้มีความสอดคล้องกับผลการเรียนรู้รายวิชาฟิสิกส์ 2 และองค์ประกอบความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณ ได้แก่ 1) การสรุปความ 2) การกำหนดข้อสันนิษฐาน 3) การตีความ 4) การนิรนัย และ 5) การประเมินข้อโต้แย้ง โดยหาดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน มีค่าระหว่าง 0.67-1.00 และผู้วิจัยนำแบบทดสอบไปทดลอง (Try-out) กับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนเพชรพิทยาคม จำนวน 26 คน พบว่าค่าความยากง่าย (P) อยู่ระหว่าง 0.46-0.69 ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.23-0.46 และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบทดสอบมีค่าอยู่ที่ 0.84

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยการพัฒนาศักยภาพในการแก้ปัญหาและการคิดอย่างมีวิจารณญาณของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ในรายวิชาฟิสิกส์ 2 ด้วยการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (PBL) ร่วมกับห้องเรียนกลับด้าน (Flipped Classroom) ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2566 โดยมีขั้นตอนดำเนินการดังนี้

1. ติดต่อประสานงานโรงเรียนเพชรพิทยาคม สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเพชรบูรณ์ เพื่อขอความอนุเคราะห์และร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล
2. ทำการเลือกกลุ่มเป้าหมายโดยใช้การเลือกแบบเจาะจง จำนวน 1 ห้องเรียน
3. ก่อนจัดการเรียนการสอนให้ผู้วิจัยทำความเข้าใจกับผู้ช่วยวิจัยในการเก็บรวบรวมข้อมูลการบันทึกแบบสังเกตพฤติกรรมการจัดการเรียนการสอนและอธิบายขั้นตอนในการจัดการเรียนรู้ให้ผู้ช่วยวิจัยและนักเรียนเข้าใจ
4. ดำเนินการจัดการเรียนรู้กลุ่มเป้าหมายด้วยการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (PBL) ร่วมกับห้องเรียนกลับด้าน (Flipped Classroom) จำนวน 8 แผนการจัดการเรียนรู้ เวลาทั้งสิ้น 16 ชั่วโมง ตามขั้นตอนต่อไปนี้
5. ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลในแต่ละวงจรโดยใช้แบบสังเกตพฤติกรรมครูและนักเรียน บันทึกโดยผู้ช่วยวิจัยแบบบันทึกการจัดการเรียนการสอนและแบบสัมภาษณ์นักเรียนบันทึกโดยผู้วิจัย และทดสอบนักเรียนโดยใช้แบบทดสอบความสามารถในการแก้ปัญหาท้ายวงจร 3 วงจร และแบบทดสอบความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณท้ายวงจร 3 วงจร
6. เมื่อสิ้นสุดการจัดการเรียนรู้ทั้ง 3 วงจร ผู้วิจัยประเมินผลการจัดการเรียนรู้โดยใช้แบบทดสอบความสามารถในการแก้ปัญหา และแบบทดสอบความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณ

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบบันทึกการจัดการเรียนการสอน แบบสังเกตพฤติกรรมครูและนักเรียน และแบบสัมภาษณ์นักเรียนมาใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ศึกษาสถานการณ์ ปัญหาที่พบระหว่างดำเนินการเพื่อประเมินการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (PBL) ร่วมกับห้องเรียนกลับด้าน (Flipped Classroom) และนำไปสรุปและอภิปรายผลให้เป็นแนวทางในการแก้ไขต่อไป
2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ประกอบด้วย
 - 2.1 วิเคราะห์คะแนนจากแบบทดสอบความสามารถในการแก้ปัญหาท้ายวงจร และแบบทดสอบความสามารถในการแก้ปัญหาดตามวัตถุประสงค์การวิจัย นำมาใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และค่าร้อยละโดยการเปรียบเทียบกับเกณฑ์ คือ นักเรียนมีคะแนนเฉลี่ยไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 และมีจำนวนนักเรียนผ่านเกณฑ์ร้อยละ 70 ขึ้นไป
 - 2.2 วิเคราะห์คะแนนจากแบบทดสอบความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณท้ายวงจร และแบบทดสอบความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณตามวัตถุประสงค์การวิจัย นำมาใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ค่าร้อยละ และเปรียบเทียบกับเกณฑ์ คือ นักเรียนมีคะแนนเฉลี่ยไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 และมีจำนวนนักเรียนผ่านเกณฑ์ร้อยละ 70 ขึ้นไป

ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหา ด้วยการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (PBL) ร่วมกับห้องเรียนกลับด้าน (Flipped Classroom) ผู้วิจัยได้ทดสอบผลการพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหานักเรียนเมื่อสิ้นสุดการจัดการเรียนรู้ในวงจรที่ 1-3 โดยใช้แบบทดสอบความสามารถในการแก้ปัญหาท้ายวงจร ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหานักเรียน ท้ายวงจรที่ 1-3

วงจรที่	จำนวนนักเรียน	คะแนน				S.D.	ร้อยละของคะแนนเฉลี่ย	จำนวนนักเรียนผ่านเกณฑ์	
		เต็ม	สูงสุด	ต่ำสุด	เฉลี่ย			จำนวน(คน)	ร้อยละ
1	29	15	13	7	10.17	1.83	67.80	16	55.17
2	29	15	14	7	10.76	1.79	71.73	18	62.07
3	29	15	14	8	11.68	1.75	77.87	22	75.86

จากตารางที่ 2 พบว่า นักเรียนมีคะแนนความสามารถในการแก้ปัญหาเฉลี่ยและมีจำนวนนักเรียนผ่านเกณฑ์ทั้ง 3 วงจรสูงขึ้นตามลำดับ โดยวงจรที่ 3 นักเรียนมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 11.68 คิดเป็นร้อยละ 77.87 และมีจำนวนนักเรียนที่ผ่านเกณฑ์ 22 คน คิดเป็นร้อยละ 75.86 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ เมื่อสิ้นสุดการดำเนินการจัดการเรียนรู้ ผู้วิจัยได้ทดสอบความสามารถในการแก้ปัญหานักเรียนตามวัตถุประสงค์การวิจัยโดยใช้แบบทดสอบความสามารถในการแก้ปัญหาดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหานักเรียน

ความสามารถในการแก้ปัญหา (Heller & Heller, 2000)	จำนวนนักเรียน	คะแนน				S.D.	ร้อยละของคะแนนเฉลี่ย	จำนวนนักเรียนผ่านเกณฑ์	
		เต็ม	สูงสุด	ต่ำสุด	เฉลี่ย			จำนวน(คน)	ร้อยละ
1) ขั้นพิจารณาปัญหา	29	6	6	2	4.72	0.80	78.67	22	75.86
2) ขั้นตอนิบายหลักการทางฟิสิกส์	29	6	6	3	4.41	1.89	73.50	17	58.62
3) ขั้นวางแผนแก้ปัญหา	29	6	6	2	4.48	1.97	74.67	19	65.52
4) ขั้นตอนการตามแผนที่วางไว้	29	6	6	2	4.66	2.16	77.67	21	72.41
5) ขั้นตรวจสอบผลลัพธ์	29	6	6	2	4.69	1.78	78.17	21	72.41
รวม	29	30	27	17	22.97	2.81	76.57	23	79.31

จากตารางที่ 3 พบว่า นักเรียนมีคะแนนความสามารถในการแก้ปัญหาเฉลี่ยเท่ากับ 22.97 คิดเป็นร้อยละ 76.57 และมีนักเรียนผ่านเกณฑ์จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 79.31 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ เมื่อพิจารณาตามองค์ประกอบความสามารถในการแก้ปัญหา พบว่า ขั้นตอนที่นักเรียนมีร้อยละของคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ ขั้นพิจารณาปัญหา มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.72 คิดเป็นร้อยละ 78.67 รองลงมา คือ ขั้นตรวจสอบผลลัพธ์ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 คิดเป็นร้อยละ 78.17 ขั้นตอนการตามแผนที่วางไว้ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 คิดเป็นร้อยละ 77.67 ขั้นวางแผนแก้ปัญหา มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 คิดเป็นร้อยละ 74.67 และขั้นที่มีคะแนนเฉลี่ยและร้อยละของคะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ขั้นตอนิบายหลักการทางฟิสิกส์ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 คิดเป็นร้อยละ 73.50 ตามลำดับ

จากผลการพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหานักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ด้วยการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (PBL) ร่วมกับห้องเรียนกลับด้าน (Flipped Classroom) จากตารางที่ 3 พบว่า นักเรียนมีคะแนนเฉลี่ย 22.97 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2.81 คิดเป็นร้อยละ 76.57 ของคะแนนเต็ม และมีนักเรียนผ่านเกณฑ์จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 79.31 ของจำนวนนักเรียนทั้งหมด โดยสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ซึ่งนักเรียนได้พัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหาตามขั้นตอนการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (PBL) ร่วมกับห้องเรียนกลับด้าน (Flipped Classroom) ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้ ขั้นที่ 1 กำหนดปัญหา นักเรียนได้ฝึกการวิเคราะห์ข้อมูลและสถานการณ์ต่างๆ เพื่อระบุองค์ประกอบที่เกี่ยวกับปัญหา ขั้นที่ 2 ทำความเข้าใจกับปัญหา นักเรียนได้วิเคราะห์และเชื่อมโยงองค์ประกอบของปัญหา



เพื่อทำความเข้าใจเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับรายวิชาเบื้องต้นด้วยตนเอง ขั้นที่ 3 ดำเนินการศึกษาค้นคว้า เป็นขั้นตอนการเรียนรู้ภายในห้องเรียนร่วมกันเป็นกลุ่ม โดยนักเรียนแต่ละคนได้นำประเด็นสำคัญที่สรุปได้จากการทำความเข้าใจปัญหาด้วยตนเองมาอธิบายกับเพื่อนในกลุ่ม และช่วยกันศึกษาว่าข้อมูลในการแก้ปัญหาจากการทดลองในห้องเรียน ขั้นที่ 4 กลุ่มสังเคราะห์ความรู้ นักเรียนแต่ละกลุ่มนำข้อมูลที่สืบค้นได้มาอภิปรายภายในกลุ่มและร่วมกันวิเคราะห์สังเคราะห์ข้อมูลที่ได้ว่าจำเป็นต่อการแก้ปัญหานั้นๆ ขั้นที่ 5 สรุปและประเมินค่าของคำตอบ นักเรียนแต่ละกลุ่มสรุปผลงานและคำตอบของกลุ่มตนเองโดยนักเรียนได้วิเคราะห์ข้อมูลและประเมินความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของคำตอบ และขั้นที่ 6 นำเสนอและประเมินผลงาน นักเรียนแต่ละกลุ่มนำเสนอข้อมูล แนวทางแก้ปัญหาและคำตอบที่ได้ โดยการนำเสนอและประเมินผลงานช่วยให้นักเรียนเห็นกระบวนการแก้ปัญหาของตนเองและกลุ่มอื่น ช่วยให้นักเรียนพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหาได้ดียิ่งขึ้น โดยข้อมูลเชิงคุณภาพ พบว่า นักเรียนได้ทำความเข้าใจเนื้อหาด้วยตนเองก่อนเข้าสู่ชั้นเรียนเพื่อทำกิจกรรม จากข้อความต่อไปนี้ “ได้เตรียมตัวก่อนเรียนกับทำกิจกรรมกับเพื่อนทำให้เข้าใจเรื่องที่เรียนขึ้นครับ” (แบบสัมภาษณ์นักเรียน/นักเรียน 1) สอดคล้องกับแนวคิดของ Khammani (2005) ที่กล่าวว่า นักเรียนจะเกิดการเรียนรู้อย่างตื่นตัวได้ นักเรียนจะต้องสร้างความหมายให้กับสิ่งนั้นด้วยตนเอง โดยการให้นักเรียนเรียนอยู่ในบริบทจริงและโอกาสให้นักเรียนมีปฏิสัมพันธ์กับสื่อ วัสดุอุปกรณ์ สิ่งของหรือข้อมูลต่างๆ ด้วยตัวเองก่อน และพบว่า นักเรียนแต่ละกลุ่มนำข้อมูลที่สืบค้นได้มาอภิปรายภายในกลุ่มและร่วมกันวิเคราะห์สังเคราะห์ข้อมูลที่ได้ว่าจำเป็นต่อการแก้ปัญหานั้นๆ จากข้อความต่อไปนี้ “พอได้หาข้อมูลเอง แล้วได้ทำงานกับเพื่อนด้วยกันก็เข้าใจมากขึ้นครับ” (แบบสัมภาษณ์นักเรียน/นักเรียน 2) สอดคล้องแนวคิดของ Hmelo-Silver & Barrows (2022) ที่กล่าวว่า การเรียนรู้แบบใช้ปัญหาเป็นฐานที่เน้นการคิดเชิงวิเคราะห์และการทำงานเป็นกลุ่มเพื่อแก้ปัญหาช่วยส่งเสริมให้นักเรียนร่วมมือกันในการแก้ปัญหาผ่านกระบวนการคิดอย่างลึกซึ้ง โดยนักเรียนจะพัฒนาทักษะในการวิเคราะห์ปัญหา วางแผนแก้ไข และประเมินผล นอกจากนี้การทำงานเป็นกลุ่มยังช่วยเพิ่มพูนความสามารถในการแก้ปัญหาโดยการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและการสนับสนุนซึ่งกันและกัน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Chanapa & Prasertsang (2023) ได้ศึกษาการพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหา โดยใช้การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ปัญหาเป็นฐานของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนมีความสามารถในการแก้ปัญหาหลังจากการเรียนรู้ปัญหาเป็นฐานเพิ่มขึ้น ในวงจรปฏิบัติการที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 67.80 และการประเมิน เมื่อสิ้นสุดวงจรปฏิบัติการที่ 2 ความสามารถในการแก้ปัญหานักเรียนเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 77.56 อยู่ในเกณฑ์ตามที่กำหนดไว้

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นจึงกล่าวได้ว่า การจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (PBL) ร่วมกับห้องเรียนกลับด้าน (Flipped Classroom) ช่วยพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหานักเรียนได้ จากการที่นักเรียนได้ลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง การฝึกการแก้ปัญหาอย่างเป็นขั้นตอนร่วมกันเป็นกลุ่ม การเชื่อมโยงเนื้อหาการเรียนรู้กับสถานการณ์จริงในชีวิตประจำวัน และการพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหาย่างเป็นขั้นตอน

2. ผลการพัฒนาความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณ ด้วยการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (PBL) ร่วมกับห้องเรียนกลับด้าน (Flipped Classroom)

ผู้วิจัยได้ทดสอบผลการพัฒนาความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณของนักเรียนเมื่อสิ้นสุดการจัดการเรียนรู้ในวงจรที่ 1-3 โดยใช้แบบทดสอบความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณท้ายวงจร ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการพัฒนาความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณของนักเรียน ท้ายวงจรที่ 1-3

วงจรที่	จำนวนนักเรียน	คะแนน				S.D.	ร้อยละของคะแนนเฉลี่ย	จำนวนนักเรียนผ่านเกณฑ์	
		เต็ม	สูงสุด	ต่ำสุด	เฉลี่ย			จำนวน(คน)	ร้อยละ
1	29	15	12	6	9.84	1.78	65.60	15	51.72
2	29	15	14	6	10.52	1.70	70.13	19	65.52
3	29	15	13	7	11.21	1.50	74.73	23	79.31

จากตารางที่ 4 พบว่า นักเรียนมีคะแนนความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณเฉลี่ยและมีจำนวนนักเรียนผ่านเกณฑ์ ทั้ง 3 วงจร สูงขึ้นตามลำดับ โดยวงจรที่ 3 มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 11.21 คิดเป็นร้อยละ 74.73 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ และมีจำนวนนักเรียนผ่านเกณฑ์ 23 คน คิดเป็นร้อยละ 79.31 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ เมื่อสิ้นสุดการดำเนินการจัดการเรียนรู้ผู้วิจัยได้ทดสอบความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณของนักเรียนตามวัตถุประสงค์การวิจัยโดยใช้แบบทดสอบความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณ ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลการพัฒนาความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณของนักเรียน

ความสามารถในการคิด อย่างมีวิจารณญาณ (Watson & Glaser, 1980)	จำนวน นักเรียน	คะแนน				S.D.	ร้อยละของ คะแนน เฉลี่ย	จำนวนนักเรียน ผ่านเกณฑ์	
		เต็ม	สูงสุด	ต่ำสุด	เฉลี่ย			จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) การสรุปความ	29	6	6	2	4.84	0.98	80.67	23	79.31
2) การกำหนดข้อสันนิษฐาน	29	6	6	3	4.52	0.95	75.33	20	68.97
3) การตีความ	29	6	6	2	4.41	1.09	73.50	19	65.52
4) การนิรนัย	29	6	6	2	4.45	1.06	74.17	18	62.07
5) การประเมินข้อโต้แย้ง	29	6	6	2	4.59	1.12	76.50	21	72.41
รวม	29	30	27	15	22.80	2.75	76.00	25	86.21

จากตารางที่ 5 พบว่า นักเรียนมีคะแนนการคิดอย่างมีวิจารณญาณเฉลี่ยเท่ากับ 22.80 คิดเป็นร้อยละ 76.00 และมีนักเรียนผ่านเกณฑ์จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 86.21 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ เมื่อพิจารณาตามองค์ประกอบความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณ พบว่า ขั้นตอนที่นักเรียนมีร้อยละของคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ การสรุปความ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.84 คิดเป็นร้อยละ 80.67 รองลงมา คือ การประเมินข้อโต้แย้ง มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 คิดเป็นร้อยละ 76.50 การกำหนดข้อสันนิษฐาน มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 คิดเป็นร้อยละ 75.33 การนิรนัย มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 คิดเป็น ร้อยละ 74.17 และองค์ประกอบที่มีคะแนนเฉลี่ย และร้อยละของคะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ การตีความ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 คิดเป็นร้อยละ 73.50 ตามลำดับ

ผลการพัฒนาความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณ โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (PBL) ร่วมกับห้องเรียนกลับด้าน (Flipped Classroom) จากตารางที่ 5 พบว่า นักเรียนมีคะแนนเฉลี่ย 22.80 คิดเป็นร้อยละ 76.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2.75 และมีนักเรียนผ่านเกณฑ์จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 86.21 โดยสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ทั้งนี้เนื่องจาก การจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (PBL) ร่วมกับห้องเรียนกลับด้าน (Flipped Classroom) เน้นการสร้างสร้งองค์ความรู้ด้วยตัวนักเรียนเองและการเรียนรู้จากแหล่งเรียนรู้นอกชั้นเรียนและในชั้นเรียน ซึ่งแตกต่างจากการเรียนแบบเดิมที่ครูจะเป็นผู้ให้ความรู้ประสบการณ์ให้นักเรียนในลักษณะของครูเป็นศูนย์กลาง สอดคล้องกับแนวคิดของ Panich (2013) ที่กล่าวว่า ห้องเรียนกลับด้านช่วยให้ปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักเรียนกับครูเพิ่มขึ้น ห้องเรียนด้านการใช้พลังทั้งของระบบออนไลน์และระบบพบหน้า ช่วยเปลี่ยนหรือเพิ่มบทบาทของครูให้เป็นทั้ง พี่เลี้ยง เพื่อนบ้านและผู้เชี่ยวชาญ โดยข้อมูลเชิงคุณภาพ พบว่า นักเรียนได้พัฒนาความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณและการวิเคราะห์ปัญหาอย่างเป็นระบบ จากข้อความต่อไปนี้ “วิดีโอได้ลากรให้เคลื่อนที่และบอกทิศทางของแรงที่กำกับรถทดลองหลายๆ ทิศกับระยะที่รถเคลื่อนที่ครับ” (แบบสัมภาษณ์นักเรียน /นักเรียน 1) “วิดีโออธิบายการหางานถ่วงไม่คงที่ได้ดีครับ เลยรู้ว่าแรงนั้นมีหลายแบบครับ” (แบบสัมภาษณ์นักเรียน/นักเรียน 2) และ สอดคล้องกับแนวคิดของ Chareonwongsak (2001) ที่กล่าวว่า การกระตุ้นให้ผู้เรียนได้คิด ด้วยตนเอง ด้วยการเสนอสถานการณ์ปัญหาและคำถาม โดยผู้เรียนเปรียบเทียบหาความสัมพันธ์หรือทางเลือกที่เหมาะสม ช่วยพัฒนาผู้เรียนรู้จักการคิดที่ถูกต้องหรือการคิดอย่างมีวิจารณญาณ ซึ่งนักเรียนได้พัฒนาความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณตามขั้นตอนการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (PBL) ร่วมกับห้องเรียนกลับด้าน (Flipped Classroom) ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้ ขั้นที่ 1 กำหนดปัญหา และขั้นที่ 2 ทำความเข้าใจกับปัญหา เป็นการเรียนรู้ในรูปแบบนอกห้องเรียน โดยครูได้กำหนดสถานการณ์ปัญหาและนำเสนอสื่อวีดิทัศน์หรือการเรียนรู้รูปแบบอื่นๆ นักเรียนได้จัดการกับสถานการณ์ปัญหาที่ซับซ้อนและหลากหลายโดยใช้ความรู้ที่ได้จากสื่อการเรียนรู้ที่ศึกษาไปก่อนหน้านี้ ประกอบกับการคิดอย่างรอบคอบและการวิเคราะห์ เพื่อทำความเข้าใจปัญหาและตั้งสมมติฐานของตนเองขึ้นจากสื่อและปัญหาที่ได้ศึกษา ซึ่งช่วยส่งเสริมการคิดอย่างมีวิจารณญาณและการวิเคราะห์ปัญหาอย่างเป็นระบบ ต่อมาในการจัดการเรียนรู้ในชั้นเรียน โดยพบข้อสังเกตในวงจรที่ 1 สื่อวีดิทัศน์บางช่วงอธิบายติดขัดทำให้นักเรียนสับสนเกิดความเข้าใจคลาดเคลื่อน ผู้วิจัยได้แก้ไขการใช้สื่อโดยเลือกใช้สื่อที่ให้นักเรียนได้ลงมือปฏิบัติ มีส่วนร่วมและเกิดกระบวนการคิดมากขึ้น ขั้นที่ 3 ดำเนินการศึกษาค้นคว้า นักเรียนได้นำความรู้เบื้องต้นของตนเองมาเรียนรู้ผ่านกระบวนการทำกิจกรรมและทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มเพื่อแก้ไขปัญหา ขั้นที่ 4 สังเคราะห์ความรู้ นักเรียนแต่ละกลุ่มได้ระบุมหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลที่ค้นพบ และปัญหาที่ต้องแก้ไข ซึ่งเป็นการฝึกวิเคราะห์การให้เหตุผลและการเชื่อมโยงข้อมูล ขั้นที่ 5 สรุปและประเมินค่าของคำตอบ นักเรียนต้องตัดสินใจว่าคำตอบใดเป็นที่ยอมรับได้หรือไม่ ซึ่งช่วยในการพัฒนาทักษะการตัดสินใจ พบว่า นักเรียนได้อธิบายเหตุผลและพิจารณาหลักฐานที่ใช้ในการประเมินค่า



ของคำตอบ ขั้นที่ 6 นำเสนอและประเมินผลงาน นักเรียนต้องนำเสนอผลงานและคำตอบของกลุ่ม ซึ่งมีการซักถามเพื่อกระตุ้นการคิดอย่างใช้เหตุผลและประเมินนักเรียน พบว่า นักเรียนมีการทำความเข้าใจและให้เหตุผลเพื่ออธิบายคำตอบของกลุ่มได้ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Sukharee (2021) ได้ศึกษา การพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนตามแนวคิดห้องเรียนกลับด้าน ร่วมกับการเรียนรู้เชิงรุก เพื่อส่งเสริมความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์และการคิดอย่างมีวิจารณญาณของนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ผลการวิจัยพบว่านักเรียนมีความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์และการคิดอย่างมีวิจารณญาณ ที่ผ่านเกณฑ์ร้อยละ 75 คิดเป็นร้อยละ 80.54 ของจำนวนนักเรียนทั้งหมด สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นจึงกล่าวได้ว่า การจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (PBL) ร่วมกับห้องเรียนกลับด้าน (Flipped Classroom) ช่วยพัฒนาความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณ จากการที่นักเรียนที่มีโอกาสได้เรียนรู้ด้วยตนเอง และเผชิญกับสถานการณ์ปัญหาที่ต้องอาศัยกระบวนการทำงานกลุ่ม การคิดไตร่ตรองโดยใช้เหตุผลสนับสนุน สรุปคำตอบ และนำเสนออย่างมีเหตุผลและชัดเจน

สรุปผลการวิจัย

1. นักเรียนมีคะแนนความสามารถในการแก้ปัญหาเฉลี่ยเท่ากับ 22.97 คิดเป็นร้อยละ 76.57 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2.81 และมีนักเรียนผ่านเกณฑ์จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 79.31 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ เมื่อพิจารณาความสามารถในการแก้ปัญหาตามองค์ประกอบ พบว่า ขั้นตอนที่นักเรียนมีร้อยละของคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ ขั้นพิจารณาปัญหา มีคะแนนเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 78.67 รองลงมาคือ ขั้นตรวจสอบผลลัพธ์ มีคะแนนเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 78.17 ขั้นดำเนินการตามแผนที่วางไว้ มีคะแนนเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 77.67 ขั้นวางแผนแก้ปัญหา มีคะแนนเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 74.67 และขั้นอธิบายหลักการทางฟิสิกส์ มีคะแนนเฉลี่ย คิดเป็นร้อยละ 73.50 ตามลำดับ

2. นักเรียนมีคะแนนความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณเฉลี่ยเท่ากับ 22.80 คิดเป็นร้อยละ 76.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2.75 และมีนักเรียนผ่านเกณฑ์จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 86.21 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ เมื่อพิจารณาความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณตามองค์ประกอบ พบว่า ขั้นตอนที่นักเรียนมีร้อยละของคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ การสรุปความ มีคะแนนเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 80.67 รองลงมาคือ การประเมินข้อโต้แย้ง มีคะแนนเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 76.50 การกำหนดข้อสันนิษฐาน มีคะแนนเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 75.33 การนิรนัย มีคะแนนเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 74.17 และการตีความ มีคะแนนเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 73.50 ตามลำดับ

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. นักเรียนได้พัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหาและการคิดอย่างมีวิจารณญาณ ซึ่งเป็นทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21
2. ครูผู้สอนได้เรียนรู้แนวทางในการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (PBL) ร่วมกับห้องเรียนกลับด้าน (Flipped Classroom) ซึ่งสามารถนำไปพัฒนาผู้เรียนตามสมรรถนะสำคัญของผู้เรียนคือความสามารถในการใช้เทคโนโลยี
3. โรงเรียนสามารถนำแนวทางและขั้นตอนการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (PBL) ร่วมกับห้องเรียนกลับด้าน (Flipped Classroom) ไปใช้วางแผนการจัดการเรียนรู้และพัฒนาหลักสูตรสถานศึกษาต่อไปได้

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. การจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (PBL) ร่วมกับห้องเรียนกลับด้าน (Flipped Classroom) มีทั้งหมด 6 ขั้นตอน ในขั้นที่ 1 กำหนดปัญหา และขั้นที่ 2 ทำความเข้าใจปัญหา ครูผู้สอนควรกำหนดปัญหาและเลือกใช้วิธีที่ค้นหรือสื่อการเรียนรู้ที่มีความหลากหลายและเหมาะสมกับการศึกษาด้วยตนเอง เพื่อกระตุ้นให้นักเรียนเกิดความสนใจที่จะเรียนรู้ และเมื่อเข้าสู่ขั้นเรียนควรเน้นการใช้คำถามกระตุ้นนักเรียนเป็นรายบุคคล เพื่อตรวจสอบความเข้าใจเบื้องต้นของนักเรียน ก่อนทำกิจกรรมร่วมกันในชั้นเรียน

2. การจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (PBL) ร่วมกับห้องเรียนกลับด้าน (Flipped Classroom) ในขั้นตอนของการทำกิจกรรมและเรียนรู้ร่วมกันในชั้นเรียน คือ ขั้นที่ 3 ดำเนินการศึกษาค้นคว้า ขั้นที่ 4 กลุ่มสังเคราะห์ความรู้ ขั้นที่ 5 สรุปและประเมินค่าของคำตอบ และขั้นที่ 6 นำเสนอและประเมินผลงาน ครูผู้สอนควรจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่นักเรียนสามารถเชื่อมโยงเนื้อหากับชีวิตประจำวันได้และแต่ละขั้นตอนให้เหมาะสมกับเวลา โดยเน้นให้นักเรียนได้ลงมือปฏิบัติร่วมกับ

การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อกันในกลุ่ม นอกจากนี้ในขั้นการนำเสนอและประเมินผลงานครูผู้สอนควรใช้คำถามกระตุ้นให้นักเรียนให้เหตุผลประกอบ เพื่อให้ให้นักเรียนเกิดกระบวนการคิดอย่างมีวิจารณญาณและสรุปความรู้ได้

3. จากผลการทดสอบความสามารถในการแก้ปัญหาตามองค์ประกอบในขั้นที่ 2 อธิบายหลักการทางฟิสิกส์ และขั้นที่ 3 วางแผนแก้ปัญหา พบว่าจำนวนนักเรียนผ่านเกณฑ์น้อยกว่าร้อยละ 70 ครูผู้สอนควรมีการวิเคราะห์ความรู้พื้นฐานในรายวิชาฟิสิกส์ของนักเรียนก่อนเรียน เพื่อเป็นพื้นฐานในการพัฒนาการอธิบายหลักการฟิสิกส์และการวางแผนการแก้ปัญหาของนักเรียนให้สูงขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหาและการคิดอย่างมีวิจารณญาณของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ด้วยการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (PBL) ร่วมกับห้องเรียนกลับด้าน (Flipped Classroom) ในกลุ่มสาระวิชาอื่นๆ

2. ควรมีการศึกษากิจการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (PBL) ร่วมกับห้องเรียนกลับด้าน (Flipped Classroom) เพื่อพัฒนาตัวแปรตามด้านความสามารถหรือทักษะอื่น ๆ เช่น การคิดเชิงสร้างสรรค์ การคิดวิเคราะห์ การทำงานเป็นทีม เป็นต้น

ข้อจำกัดการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยเชิงปฏิบัติการเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าวและพัฒนาให้นักเรียนในกลุ่มเฉพาะ ดังนั้นเครื่องมือวิจัยที่ใช้จึงจำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงก่อนที่จะนำไปใช้ในห้องเรียนอื่นๆ

References

- Bassi, G., Donadello, I., Gabrielli, S., Salcuni, S., Giuliano, C. & Forti, S. (2022). Early development of a virtual coach for healthy coping interventions in type 2 Diabetes Mellitus Validation study. *JMIR Form Res.* 6(2),2-3. <https://doi.org/10.2196/27500>
- Bergmann, J. & Sams, A. (2014). Flipped learning: Gateway to student engagement. International Society for Technology in Education. Arlington : International Society for Technology in Education.
- Cecilia, O. N., Richard, E. O., Hope, A. N., John, O. U., Uduak E. U. & Mary, A. I. (2022). Students' attitude and academic achievement in a flipped classroom. *Heliyon*, 8(1),1-14. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e08792>
- Chaijaroen, S. (2008). Instructional design : principles and theories to practices. Khon Kaen : Klungna Vitthaya Press.
- Chanapa, N. & Prasertsang, P. (2023). The Development of Problem Solving Abilities Using Problem-Based Learning of Grade 11 Students. *Sisaket Rajabhat University Journal*, 17(2),66-67.
- Chaonahee, S. (2021). Development of Problem-based Learning Activities Incorporated with Flipped Classroom to Promote Physics Learning Achievement and Problem Solving Thinking Ability of Mathayomsuksa 4 Students. *Rajabhat Maha Sarakham University Journal*, 15 (2),210-217.
- Chareonwongsak, K. (2001). *Critical Thinking*. (11th ed). Bangkok : Success Media.
- Cheng, L., Ritzhaupt, A. D. & Antonenko, P. (2019). Effects of the flipped classroom instructional strategy on students' learning outcomes: A meta-analysis. *Educational Technology Research and Development*, 67(4),793–824. <https://doi.org/10.1007/s11423-018-9633-7>
- Council of University Presidents of Thailand. (2022). *Examination statistics*. Retrieved January 2023, from <https://www.mytcas.com/stat/Custom Publishing>.
- Facione, P.A. (2020). *Critical Thinking: What It Is and Why It Counts*. California : Measured Reasons LLC, Hermosa Beach.
- Good & Carter. V. (1973). *Dictionary of Education*. New York : McGraw Hill.
- Heller, K. & Heller, P. (2000). *The competent problem solver for introductory physics*. New York : Primis



- Hmelo-Silver, C. E. & Barrows, H.S. (2022). Facilitating Problem-Based Learning: A Model for Facilitating Analysis and Group Work in Problem Solving. *Journal of Problem-Based Learning*, 15(1),47-62.
- Jose, I. H. & Jorge, Q. (2020). Flipped classroom improves results in pathophysiology learning: results of a nonrandomized controlled study. *Advances in Physiology Education*, 44(3),370-375. <https://doi.org/10.1152/advan.00153.2019>
- Kemmis, S. & McTaggart, R. (1988). *The Action Research Planner*. (3rd ed.). Geelong, Australia : Deakin University Press.
- Khammani, T. (2005). *Learning to teach knowledge for effective learning process*. (4th ed.). Bangkok : Chulalongkorn University Press.
- Limvong, T. & Saengri, Y. (2019). Flipped Classroom:new learning for 21st Century Skills. *Mahidol R2R e-Journal*. 6(2),9-17. <https://doi.org/10.14456/jmu.2019.10>
- Michael, C. B., Robie Rose, R. U., May Ann, A. A., Roselyn Joyce, G. B., Rose Ann, P. C., Vilma, S. G. & Romiro, G. B. (2023). Problem-based Learning in Teaching Science. *Journal of Innovations in Teaching and Learning*, 3(1),7-14. doi:10.12691/jitl-3-1-2
- National Institute of Educational Testing Service. (2022). *NIETS Data Catalog*. Retrieved January 2023, from <https://catalog.niets.or.th>
- Nilson, L. B. (2010). *Teaching at its best: A research-based resource for college instructors*. (2nd ed.). San Francisco : Jossey-Bass.
- Office of the Education Council. (2007). *Problem-Based Learning*. Bangkok : The Agricultural Co-operative Federation of Thailand, Ltd.
- Office of the Education Council. (2017). *The National education plan B.E. 2560-2579 (2017-2036)*. Bangkok : Ministry of Education The office.
- Panich, V. (2013). *Teachers for Students Create Flipped Classrooms*. (4th ed.). Bangkok : SR Printing Mass Products.
- Pantuchin, A. (2021). A Study of Learning Achievement and Critical Thinking Ability on “The Nature of Organism” Using Flipped Classroom Approach for Grade 10 th Students. *Ratchaphruek Journal*. 19(3),110-118.
- Rahman, M. (2019). 21st Century Skill "Problem Solving": Defining the Concept. *Asian Journal of Interdisciplinary Research*, 2(1),71-81.
- Sinsap, K. (2022). *Critical Thinking: How to think rationally*. Retrieved September 2024, from <https://www.shorturl.asia/WU1HM>
- Songkhoh, S. & Punain, A. (2019). *The Development of Critical Thinking Ability on Good Democratic Citizenship of Mattayom five student using Problem-Based Learning Management (Unpublished master's thesis)*. Silpakorn University. Bangkok, Thailand.
- Songnun, S. & Lincharearn, A. (2023). *Development of The Measurement Scale on Critical Thinking Skills for Upper Elementary School Students under Phitsanulok Primary Educational Service Area Office (Unpublished master's thesis)*. Naresuan University. Phitsanulok, Thailand.
- Sukharee, S. (2021). The Development of an Instructional Model According to Flipped Classroom Concept with Active Learning to Enhance Mathematical Problem Solving and Critical Thinking Abilities of Tenth Grade Students. *Journal of Educational Technology and Communications Faculty of Education Mahasarakham University*, 4(11),83-84.
- Swandi, W. S., E. Elvis N. & Mulyono. (2021). Metaanalysis of the Influence of Problem-Based Learning Model on Mathematic Problem Solving Ability. *American Journal of Educational Research*, 9(9),566-570.doi:10.12691/education-9-9-2



- Watson, G. & Glaser, E. M. (1980). Watson-Glaser Critical Thinking Appraisal: Forms A and B. San Antonio, TX : Psych Corp.
- Whitehead, A. N. (1931). *Business Adrift*. New York : McGraw-Hill.
- Zainuddin, Z. & Perera, C. J. (2019). Exploring students' competence, autonomy, and relatedness in the flipped classroom pedagogical model. *Journal of Further and Higher Education*, 43(1),93-104.
<https://doi.org/10.1080/0309877X.2017.1356916>



กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ในสถาบันอุดมศึกษาภาคอีสาน Dance Performances Creation Process in Higher Educational Institutions in Northeastern Thailand

สิทธิรัตน์ ภูแก้ว
Sittirat Pookaew

Article History

Receive: August 7, 2024
Revised: August 27, 2024
Accepted: December 20, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหลักสูตร กระบวนการเรียนการสอน และกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชานาฏศิลป์ในสถาบันอุดมศึกษาภาคอีสาน รูปแบบการวิจัยเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา งานวิจัย และข้อมูลภาคสนาม กำหนดผู้ให้ข้อมูลด้วยการเลือกแบบเจาะจงเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสำรวจ แบบสังเกตแบบมีส่วนร่วม แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และการสนทนากลุ่มนำเสนอผลการวิจัยด้วยวิธีพรรณนาวิเคราะห์และภาพประกอบ ผลการวิจัยพบว่า 1. ภาคอีสานมีสถาบันอุดมศึกษาที่จัดการเรียนการสอนสาขาวิชานาฏศิลป์ จำนวน 12 สถาบัน แบ่งเป็น 3 กลุ่มสถาบัน ได้แก่ กลุ่มมหาวิทยาลัยของรัฐ ได้แก่ มหาวิทยาลัยขอนแก่น และ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม กลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏ ได้แก่ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ และกลุ่มสถาบันเฉพาะทาง ได้แก่ สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ วิทยาลัยนาฏศิลป์ร้อยเอ็ด สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ วิทยาลัยนาฏศิลป์กาฬสินธุ์ และสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ วิทยาลัยนาฏศิลป์นครราชสีมา หลักสูตรจำแนกเป็น 2 สาขา คือ หลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต และหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต / ศึกษาศาสตรบัณฑิต ทั้งสองหลักสูตรมีกระบวนการเรียนการสอนเป็นสหวิทยาเชิงบูรณาการ โดยมุ่งเน้นองค์ความรู้ภาคทฤษฎีควบคู่กับทักษะการปฏิบัติ 2. การสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์เป็นทักษะขั้นสูงของการศึกษา เนื่องจากเป็นกระบวนการที่ต้องประยุกต์ใช้หลักการทฤษฎีนาฏศิลป์ที่สืบทอดมาแต่โบราณร่วมกับหลักทฤษฎีวิชาการสมัยใหม่จนเกิดเป็นหลักการเฉพาะของศาสตร์วิชานาฏศิลป์ เรียกว่า “การวิจัยเพื่อการสร้างสรรค์” ประกอบด้วย 2 กระบวนการ คือ 1) กระบวนการวิจัยเป็นการศึกษาค้นคว้าข้อมูลอย่างเป็นระบบตามหลักวิทยาการสารสนเทศ และ 2) กระบวนการสร้างสรรค์ เป็นการคิดออกแบบและประกอบสร้างผลงานนาฏศิลป์ ดังนั้น การวิจัยเพื่อการสร้างสรรค์จึงเป็นการพัฒนาการอุดมศึกษาสาขาวิชานาฏศิลป์แบบคู่ขนานระหว่างวิชาการและวิชาชีพให้ก้าวหน้ามีคุณภาพมาตรฐานเทียบเท่ากับศาสตร์วิชาอื่นๆ อีกทั้งยังแสดงให้เห็นว่าหลักสูตรและการเรียนการสอนนาฏศิลป์มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้เหมาะสมสอดคล้องกับความก้าวหน้าของสังคมในปัจจุบัน

คำสำคัญ : นาฏศิลป์ ; นาฏศิลป์สร้างสรรค์ ; กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ ; นาฏศิลป์ในสถาบันอุดมศึกษา ; การวิจัยเพื่อการสร้างสรรค์

ABSTRACT

This research aimed to study the curriculum, teaching process, and dance performance creation process of bachelor's degree students in dance performance in higher education institutions in Northeastern Thailand. The research design is qualitative research by studying documents, textbooks, research, and field data. The key informants were specified using purposive sampling selection. The research tools consisted of a survey form, a participant observation form, a structured interview form, and group discussion. The research result was presented using descriptive analysis and illustrations. The research result shows that 1) there are 12 institutions teaching dance performances in Northeastern Thailand, which can be divided into three groups: government institutions, which include Khon Kaen University and Maha Sarakham University; Rajabhat institutions, which include Ubon Ratchathani Rajabhat University, Udon Thani Rajabhat University, Nakhon Ratchasima Rajabhat University, Maha Sarakham Rajabhat University, Buriram Rajabhat University, Loei Rajabhat University, and Surindra Rajabhat University; and specialized institutions, which include Bunditpatanasilpa Institute of Roi Et College of Dramatic Arts, Bunditpatanasilpa Institute of Kalasin College of Dramatic Arts, and Bunditpatanasilpa Institute of Nakhon Ratchasima College of Dramatic Arts. The curriculum can be categorized into two programs: the Bachelor of Fine Arts program and the Bachelor of Education. Both curricula have an interdisciplinary teaching process, focusing on theoretical knowledge and practical knowledge. 2) The dance performance creation is considered a higher skill in education since a process requires the application of dance theories that were passed on from ancient times integrated with modern academic theories to create the specialized principle of dance theory called "research for creation". This principle consists of two processes: 1) the research process, which is a systematic study and research based on the information technology principle; and 2) the creation process, which is the design and creation of the dance performance. Thus, research for creation is a development in the higher education level in the field of dance in parallel between academic and professional to gain a higher standard in comparison with other fields of study. Furthermore, it also shows that there is an improvement in the curriculum and dance teaching to be in line with the progress of current society.

Keywords : Dance Performance ; Creative Dance ; Creation Process of Dance Performance ; Dance Performance in Higher Education Institutions ; Research for Creation

บทนำ

องค์ความรู้ด้านนาฏศิลป์ในประเทศไทยถือเป็นศาสตร์ใหม่หากเทียบกับศาสตร์อื่นๆ ที่มีการศึกษามาอย่างต่อเนื่องยาวนาน เช่น มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ ประวัติศาสตร์ ภาษาศาสตร์ หรือวิทยาศาสตร์ สืบเนื่องจากในอดีตนาฏศิลป์เป็นแต่เพียงเครื่องบันเทิงที่เชื่อมโยงหรือบูรณาการขึ้นจากศิลปะแขนงอื่นๆ เช่น วรรณศิลป์ ดุริยางคศิลป์ คีตศิลป์ เป็นต้น ทั้งนี้การศึกษารวบรวมข้อมูลเชิงวิชาการเกี่ยวกับนาฏศิลป์ของประเทศไทยส่วนใหญ่ได้จากการสืบค้นจากหลักฐานทางประวัติศาสตร์ แหล่งโบราณคดี และเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำให้ทราบว่า ประเทศไทยมีความเจริญรุ่งเรืองทางวัฒนธรรมด้านนาฏศิลป์มาตั้งแต่สมัยสุโขทัย ดังปรากฏในหนังสือไตรภูมิพระร่วงของพระมหาธรรมราชาลิไท ความว่า “บ้างเต้น บ้างรำ บ้างพ้อน ระบายบันลือ” แสดงให้เห็นว่า ในสมัยสุโขทัยเริ่มก่อกำเนิดนาฏศิลป์ไทยมาบ้างแล้ว เพียงแต่การแสดงในสมัยนั้นยังไม่มีแบบแผนที่แน่นอน หากแต่เป็นเพียงการแสดงเพื่อความบันเทิงและการผ่อนคลายยามว่างจากการทำงาน ต่อมาในสมัยกรุงศรีอยุธยา เริ่มปรากฏหลักฐานที่สำคัญเป็นลายลักษณ์อักษรที่เก่าแก่ที่สุดอยู่ในรูปของตัวบทสำหรับการแสดง ซึ่งปรากฏแต่เพียงส่วนน้อย เนื่องจากงานนาฏศิลป์มักถูกถ่ายทอดเป็นมุขปาฐะและปฏิบัติสืบทอดกันมาโดยกลุ่มคนเฉพาะ จึงไม่มีการจดบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษรหรือกำหนดสร้างเป็นหลักการอย่างเป็นทางการเป็นระบบแบบแผน อีกทั้งเมื่อสังคมไทยยังเป็นสังคมขนาดเล็กและเรียบง่าย นาฏศิลป์คงสะท้อนความเรียบง่ายของสังคมนั้นๆ อย่างชัดเจนตรงไปตรงมา บทบาทของนาฏศิลป์ในอดีตจึงเป็นเพียงเครื่องประกอบพิธีกรรม พิธีการ และการบันเทิงยามว่างเป็นครั้งคราว



โดยคนในชุมชนนั้นๆ ร่วมกันสร้างสรรค์ขึ้นและสืบทอดกันมา แต่เมื่อประชากรเพิ่มมากขึ้นสังคมมีความซับซ้อนมากขึ้น มีชนชั้นปกครองที่มีอำนาจทั้งทางสังคมและเศรษฐกิจ จึงสามารถสร้างสรรค์งานนาฏศิลป์ให้มีความประณีตวิจิตรบรรจงและละเอียดอ่อน เพื่อเป็นเครื่องบันเทิงของคนได้ตลอดเวลา และภายหลังจึงมีการพัฒนาไปสู่ศิลปะศาสตร์ด้านนาฏศิลป์อย่างเป็นแบบแผน (Veichsuruck, 2004)

บทบาทและความสำคัญของนาฏศิลป์ในสังคมไทยมีความชัดเจนมากขึ้น ภายหลังจากการเปลี่ยนแปลงระบอบการปกครอง เมื่อวันที่ 24 มิถุนายน พ.ศ.2475 เหตุการณ์นี้เป็นประวัติศาสตร์ครั้งสำคัญและเป็นจุดเริ่มต้นของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมซึ่งส่งผลกระทบต่องานนาฏศิลป์ของชาติไทยเป็นอย่างมาก (Virulrak, 2006) กล่าวคืองานนาฏศิลป์ได้รับความสำคัญมากขึ้นด้วยการจัดระเบียบสังคมและภาวะการสร้างความเป็นชาติ จึงมีการจัดตั้งโรงเรียนศิลปากรและกองการสังคีต กรมศิลปากร เพื่อรับผิดชอบงานนาฏดุริยางคศิลป์ ทั้งด้านการอนุรักษ์ เผยแพร่ ตลอดจนการจัดการเรียนการสอน ดังปรากฏวิทยาลัยนาฏศิลป์ จำนวน 12 แห่งทั่วประเทศ ซึ่งดำเนินการไปพร้อมกับการอุดมศึกษาสาขาวิชานาฏศิลป์ จึงมีหลักสูตรปริญญาตรีสาขาวิชานาฏศิลป์ในสถาบันราชภัฏทั่วประเทศ จำนวน 36 แห่ง และในมหาวิทยาลัย จำนวน 7 แห่ง ในการนี้จึงเป็นข้อบ่งชี้ได้ว่า นาฏศิลป์ในสังคมไทยได้รับความสนใจและมีความสำคัญจนได้รับการพัฒนาจากความเป็นศิลปะสู่ศาสตร์วิชาการเทียบเท่ากับศาสตร์อื่นๆ สถาบันการศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชนจึงส่งเสริมสนับสนุนจัดทำหลักสูตรและจัดการเรียนการสอนสาขาวิชานาฏศิลป์ให้หลากหลายคุณวุฒิและต่อยอดการศึกษาขึ้นไปจนถึงระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก

แต่เดิมการผลิตบัณฑิตของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยเป็นระบบบริโภคนิยม ผู้เรียนมีลักษณะเป็นผู้รับ ผู้ตามและผู้บริโภคข้อมูลองค์ความรู้มากกว่าการเป็นผู้ให้ ผู้นำ และผู้ผลิตด้วยตนเองบนพื้นฐานการคิดสร้างสรรค์และภูมิปัญญาไทยอันเป็นผลมาจากรูปแบบการเรียนการสอนที่เน้นให้ผู้เรียนได้เรียนรู้และรับรู้ไปตามที่ครูผู้สอนบอกและบอกตามที่มีแนวทางปฏิบัติไว้แล้ว ผู้เรียนจึงเคยชินต่อการทำตามครูผู้สอนมากกว่าการคิดค้นสร้างสรรค์และพัฒนาความรู้ด้วยตนเอง (Sinlarat, 1999) ซึ่งการอุดมศึกษาสาขาวิชานาฏศิลป์ก็มีกระบวนการเรียนการสอนดังที่กล่าวมาด้วยเช่นกัน เนื่องจากการเรียนการสอนนาฏศิลป์ยังคงยึดติดอยู่กับจารีตและขนบในการเรียนการสอนที่มุ่งเน้นเฉพาะการอนุรักษ์และสืบทอดงานนาฏศิลป์ด้วยการฝึกหัดทักษะการปฏิบัติโดยครูเป็นผู้ถ่ายทอดให้กับผู้เรียนแต่เพียงอย่างเดียว หากแต่ในปัจจุบันการอุดมศึกษาสาขาวิชานาฏศิลป์ไม่ได้มีเป้าหมายเพียงเพื่อการส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดสุนทรียภาพ ชื่นชมในศิลปะ และอนุรักษ์สืบสานนาฏศิลป์เพียงเท่านั้น แต่ยังมุ่งเน้นการเรียนรู้ให้สูงขึ้นเพื่อให้ผู้เรียนสามารถสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ได้อย่างมีคุณภาพ การเรียนการสอนนาฏศิลป์ในสถาบันอุดมศึกษาจึงต้องปรับปรุงเปลี่ยนแปลงทั้งด้านเนื้อหาวิชาและกระบวนการเรียนการสอนให้เหมาะสมสอดคล้องกับพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ ด้านการพัฒนาผู้เรียนให้มีความคิดสร้างสรรค์และรู้จักการเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง

การสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์เป็นการพัฒนาอีกรูปแบบหนึ่งนำมาซึ่งความเจริญก้าวหน้าทางนาฏศิลป์ แต่แท้จริงแล้วการสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ ไม่ได้เป็นสิ่งใหม่ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน เพราะ การแสดงนาฏศิลป์ที่ดำรงปรากฏสืบมานั้นล้วนแต่เป็นผลงานที่สร้างสรรค์ขึ้นจากความรู้ความสามารถและภูมิปัญญาของปรมาจารย์ทางนาฏศิลป์ในยุคสมัยก่อนเมื่อผลงานนาฏศิลป์ เหล่านั้นเป็นที่นิยมและได้รับการถ่ายทอดสืบทอดกันมา จึงทำให้สถานะของงานนาฏศิลป์ที่สร้างสรรค์ขึ้นใหม่ในเวลานั้นผันเปลี่ยนกลายเป็นแบบแผน ขนบจารีต หรือเป็นต้นแบบของการสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ชุดอื่นๆ ในยุคหลังการสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์จึงเป็นการพัฒนาต่อยอดให้มีความเปลี่ยนแปลงแปลกใหม่ ซึ่งเป็นกระบวนการที่สำคัญเป็นอย่างยิ่งสำหรับวงการศิลปะ เนื่องจากการสร้างสรรค์งานศิลปะทุกแขนงคือผลงานที่แสดงถึงกระบวนการ แนวคิด และเทคนิคในการสร้างสรรค์ โดยมีการรวบรวมข้อมูลอย่างเป็นระบบละเอียด และชัดเจน ฉะนั้นผลงานสร้างสรรค์จึงแสดงถึงภูมิหลังของผู้สร้างสรรค์ผลงาน ทั้งด้านความรู้ความสามารถ มุมมองความคิดในแง่มุมต่างๆ รูปแบบของผลงาน และกระบวนการสร้างสรรค์ (Iamsakul, 2011)

ปัจจุบันการสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบันอุดมศึกษาทั่วประเทศ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์เป็นทักษะและกระบวนการสำคัญ ทั้งนี้ ภาคอีสานมีสถาบันอุดมศึกษาที่จัดการเรียนการสอนนาฏศิลป์ระดับปริญญาตรีหลายแห่งซึ่งต่างมุ่งเน้นการอนุรักษ์และพัฒนา ประกอบกับระบบการศึกษาและยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไปส่งผลให้กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์มีความแตกต่างและหลากหลายมากขึ้น หากแต่องค์ความรู้ดังกล่าวยังไม่มีมีการรวบรวมอย่างจริงจังหรือหากมีก็เพียงส่วนน้อย ด้วยเหตุนี้ จึงเป็นที่มาของการวิจัยเรื่อง กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ในสถาบันอุดมศึกษาภาคอีสาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหลักสูตร กระบวนการเรียนการสอน และกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชานาฏศิลป์

ในสถาบันอุดมศึกษาภาคอีสาน อันจะนำมาซึ่งองค์ความรู้ขั้นสูงในสาขาสตรีศึกษานาฏศิลป์ ยังประโยชน์แก่วงวิชาการ การศึกษา และศิลปวัฒนธรรม ทั้งในระดับภูมิภาค ระดับชาติ และระดับนานาชาติสืบไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาหลักสูตรและกระบวนการเรียนการสอนระดับปริญญาตรีสาขาวิชานาฏศิลป์ในสถาบันอุดมศึกษาภาคอีสาน
2. เพื่อศึกษากระบวนการสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชานาฏศิลป์ในสถาบันอุดมศึกษาภาคอีสาน

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การจัดการศึกษาด้านนาฏศิลป์ในประเทศไทย

นาฏศิลป์ในประเทศไทย สันนิษฐานว่า น่าจะสืบทอดมาจาก “ตำรานาฏยศาสตร์” ที่พวกพราหมณ์นำเข้ามาสอน แต่ต้นฉบับได้สูญหายจนไม่สามารถสืบทอดมาทดแทนได้ (Tepwong, 1998) ซึ่งพ้องกับความเห็นของผู้รู้และนักวิชาการ ที่ให้ความเห็นไว้ว่า น่าจะมีฉบับที่แปลเป็นภาษาไทยสำหรับเผยแพร่และสั่งสอนอยู่บ้าง หลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่ยังคงหลงเหลือ พอให้ได้สืบค้นถึงต้นเค้าของตำรานาฏยศาสตร์ในประเทศไทยส่วนใหญ่สูญหายและถูกทำลายไปเมื่อครั้งเสียกรุงศรีอยุธยา การสืบทอดนาฏศิลป์ไทยจึงขาดหายไปในขณะที่บ้านเมืองไม่สงบ ภายหลังเมื่อสงครามสงบลง สภาพบ้านเมืองมีความมั่นคงเป็นปึกแผ่นมากขึ้น เมื่อครั้งตั้งกรุงรัตนโกสินทร์จึงมีการสืบค้น รวบรวม และฟื้นฟูงานนาฏศิลป์ไทยอีกครั้ง ดังปรากฏ “ตำรารำ” ซึ่งเป็นภาพวาดท่ารำแม่บทที่ใช้เป็นต้นแบบในการฝึกหัดโขนละครในราชสำนัก ต่อมาในสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 จึงมีการจัดบันทึกตำรานาฏศิลป์เป็นลายลักษณ์อักษร ซึ่งเป็นพระนิพนธ์ในสมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระยาดำรงราชานุภาพ เรียกว่า “ตำราฟ้อนรำ” ซึ่งใช้เป็นแบบเรียนสำหรับฝึกหัดให้คณะละครหลวงในเขตพระราชฐานจึงมีการเผยแพร่สืบทอดกันมา (Vingvorn, 2000) ทั้งนี้ การศึกษาวิชาชีพนานาฏศิลป์ของประเทศไทยในอดีตแบ่งออกเป็น 3 ยุค ได้แก่ 1) ยุคแบบแผนเดิม (พ.ศ.1800 - พ.ศ.2452) เป็นการเรียนการสอนนาฏศิลป์ในความดูแลรับผิดชอบของราชสำนัก สำนักเจ้านายและขุนนาง และสำนักของสามัญชน 2) ยุคฟื้นฟู (พ.ศ.2453 - พ.ศ.2478) เป็นการริเริ่มการเรียนการสอนนาฏศิลป์อย่างเป็นรูปธรรม ด้วยการจัดตั้งหน่วยงานภาครัฐและโรงเรียนพรานหลวงเพื่อถ่ายทอดวิชาสามัญควบคู่กับวิชาชีพอิสระและดนตรี 3) ยุคการจัดการศึกษา (พ.ศ.2479 - พ.ศ.2529) เป็นการจัดการศึกษาด้านนาฏศิลป์อย่างเป็นระบบภายหลังจากเปลี่ยนแปลงการปกครอง ทำให้วิชาชีพนานาฏศิลป์ได้รับการอนุรักษ์ ส่งเสริม และพัฒนาขึ้นใหม่ ในฐานะเป็นศิลปะประจำชาติ ด้วยการจัดตั้งโรงเรียนนาฏดุริยางคศาสตร์และพัฒนาไปสู่วิทยาลัยนาฏศิลป์ ซึ่งเป็นที่มาของการอุดมศึกษาสาขาวิชานาฏศิลป์ระดับอนุปริญญาและปริญญาตรี โดยแยกเป็น 2 สายวิชา คือ วิชาชีพนานาฏศิลป์ และวิชาชีพนานาฏศิลป์

ปัจจุบันการศึกษานาฏศิลป์ได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก ดังที่ Pothivechakul (2007) กล่าวว่า การศึกษานาฏศิลป์ไทยเป็นวิธีการหนึ่งที่น่าสนใจเพื่อการอนุรักษ์ เผยแพร่ สืบทอด และพัฒนาศิลปวัฒนธรรมให้คงอยู่ แต่ด้วยการเปลี่ยนแปลงทางสังคมตลอดจนนโยบายของภาครัฐ จึงทำให้การศึกษาด้านนาฏศิลป์ในปัจจุบัน จำแนกได้เป็น 3 แนวทาง คือ 1) การศึกษาในระบบตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 แบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ การศึกษาขั้นพื้นฐาน การศึกษาระดับอุดมศึกษา และการศึกษากลุ่มวิชาชีพเฉพาะ 2) การศึกษานอกระบบ เป็นการจัดการเรียนการสอนนาฏศิลป์ของโรงเรียนเอกชนนอกระบบตามพระราชบัญญัติการศึกษาเอกชน พ.ศ.2525 มาตรา 15 (2) โดยหลักสูตรและเนื้อหาในการเรียนการสอนแบ่งเป็น 2 ระดับ คือ ระดับขั้นต้นสำหรับเด็กเล็ก และระดับขั้นสูงสำหรับเด็กโต ลำดับเนื้อหาตั้งแต่ระดับพื้นฐาน ระดับมาตรฐาน และระดับสูง เพื่อให้เหมาะสมกับความสามารถของผู้เรียน 3) การศึกษาตามอัธยาศัย เป็นการศึกษิตตามความสนใจและเป็นการศึกษาตลอดชีวิตที่หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนจัดให้กับกลุ่มคนที่สนใจในกิจกรรมนาฏศิลป์ โดยส่วนใหญ่มักจัดอยู่ในรูปแบบของโครงการอบรมนาฏศิลป์หรือการสอนพิเศษเป็นการเฉพาะ

การสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์

การแสดงนาฏศิลป์แต่ละชุดต้องผ่านการคิดออกแบบแล้วปรับปรุงแก้ไขจำนวนนับครั้งไม่ถ้วน เพื่อให้ได้มาซึ่งผลงานที่งดงามเป็นที่ประทับใจผู้ชม กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์จึงเป็นหัวใจสำคัญและถือเป็นองค์ความรู้ที่แฝง



อยู่ในสาขานาฏศิลป์มาแต่อดีต หากแต่มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้เหมาะสมสอดคล้องกับยุคสมัย ดังที่ Natayakul (2022) ได้จำแนกรูปแบบของผลงานสร้างสรรค์ทางนาฏศิลป์ไว้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. นาฏศิลป์ประเพณี (Traditional Dance) เป็นการสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ที่นำเอาเอกลักษณ์ของนาฏศิลป์ในวัฒนธรรมเดิมมาประกอบสร้างใหม่ โดยจัดองค์ประกอบของการแสดงให้แตกต่างออกไปจากรูปแบบเดิม แต่ยังคงนาฏยลักษณ์ของนาฏศิลป์ประเพณีดั้งเดิมไว้เป็นส่วนสำคัญ

2. นาฏศิลป์สร้างสรรค์ (Creative Dance) เป็นแนวทางหรือวิธีการผลิตผลงานนาฏศิลป์โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อทดลองและค้นหารูปแบบการเคลื่อนไหวร่างกายหรือกลวิธีทางการแสดงที่น่าสนใจ รวมถึงรูปแบบการนำเสนอผลงานนาฏศิลป์ที่แตกต่างจากขนบจารีตเดิม

3. นาฏศิลป์ร่วมสมัย (Contemporary Dance) เป็นผลงานนาฏศิลป์ที่มีจุดกำเนิดและมีพัฒนาการสืบเนื่องต่อจากศิลปะการเต้นบัลเลต์และโมเดิร์นแดนซ์ที่มีรากเหง้ามาจากนาฏศิลป์ตะวันตก นาฏศิลป์ร่วมสมัยจึงกลายเป็นการสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ที่เชื่อมอดีตและปัจจุบันเข้าหากันภายใต้อิสรภาพทางความคิดและเทคนิคการนำเสนอ

จากรูปแบบของการสร้างสรรค์ดังกล่าวมานี้ แสดงให้เห็นว่า ผู้สร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ถือเป็นตัวการสำคัญในการขับเคลื่อนกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ ด้วยการเป็นผู้ริเริ่มและดำเนินการให้เป็นไปตามเจตนารมณ์และวัตถุประสงค์ของการแสดง ซึ่งจำเป็นต้องใช้ความรู้ความสามารถทั้งทางทฤษฎีและทักษะการปฏิบัติ กอปรกับประสบการณ์ทางนาฏศิลป์ ทั้งนี้ Achayutthakan (2004) ได้ระบุคุณสมบัติของผู้สร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ไว้ดังนี้ 1) เป็นผู้สังเกตและจดจำ รู้จุดเด่นจุดด้อย รู้จักการแก้ปัญหาเพื่อปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น 2) ใฝ่หาความรู้สร้างสมประสบการณ์เพื่อเปิดโลกทัศน์ให้กว้างและทันสมัย 3) กล้าคิดกล้าสร้างผลงาน กล้าที่จะทำเพราะยังทำยิ่งต้องดีขึ้น ด้วยการนำข้อบกพร่องมาเป็นอุทาหรณ์แล้วคิดปรับปรุงให้ผลงานดียิ่งขึ้น 4) มีจุดยืนที่แน่นอนไม่หลงประเด็น โดยยึด Concept เป็นหลักสำคัญ 5) เปิดใจกว้างยอมรับฟังคำติชมของผู้อื่น อย่างไรก็ตาม แม้ว่าความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ ตลอดจนรสนิยมของผู้สร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์จะมีความแตกต่างกันบ้าง แต่โดยหลักการยังคงเป็นไปในแนวทางเดียวกัน ดังที่ Virulrak (2004) กำหนดหลักการสร้างสรรค์งานนาฏยประดิษฐ์ไว้ดังนี้

1. การคิดให้มีนาฏศิลป์ เป็นการกำหนดสาเหตุในการคิดออกแบบให้เกิดการฟุ้งรำ มีอยู่ 5 ประการ คือ 1) พิธีกรรมและพิธีการ 2) ส่งเสริมกิจกรรม 3) เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม 4) ความคิดสร้างสรรค์ทางศิลป์ 5) พัฒนาอาชีพ

2. การกำหนดความคิดหลัก เป็นการกำหนดเจตนารมณ์ของผู้สร้างสรรค์ แบ่งเป็น 2 ระดับ คือ 2.1) ระดับเป้าหมาย คือ การกำหนดว่านาฏศิลป์ชุดนั้นคิดขึ้นมาเพื่ออะไรหรือเพื่อใคร และ 2.2) ระดับวัตถุประสงค์ คือ การนำเป้าหมายมากำหนดเป็นสิ่งที่ประสงค์ให้เกิดขึ้นในรูปแบบของกิจกรรมต่างๆ ที่ชัดเจน เพื่อนำไปปฏิบัติให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์

3. การประมวลข้อมูล การรวบรวมข้อมูลเป็นปัจจัยสำคัญ เนื่องจากการสร้างสรรค์ด้านศิลปะมิได้เกิดขึ้นจากความว่างเปล่า แต่เป็นกระบวนการที่นำเอาสิ่งที่มีอยู่ก่อนแล้วมาประยุกต์หรือปรับเปลี่ยนทั้งในระดับนามธรรมหรือรูปธรรม ให้ได้ผลลัพธ์ใหม่ตามวัตถุประสงค์ ซึ่งข้อมูลที่ใช้ในการสร้างสรรค์มีอยู่ 2 ลักษณะ คือ 3.1) ข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริง คือ ความรู้ต่างๆ ที่สืบค้นได้ และนำมาพิจารณาเพื่อใช้ประกอบความคิดให้เป็นรูปร่าง 3.2) ข้อมูลที่เป็นแรงบันดาลใจ คือ ข้อมูลที่กระตุ้นหรือเสริมให้นาฏศิลป์ชุดนั้นเป็นไปในแนวใดแนวหนึ่งเพื่อนำมาสร้างจินตนาการของผู้สร้างสรรค์

4. การกำหนดขอบเขต เป็นการกำหนดเนื้อหาสาระต่างๆ ให้ครอบคลุมกับสิ่งที่เกี่ยวข้อง เช่น การกำหนดงบประมาณ การกำหนดเวลา การกำหนดสถานที่ เป็นต้น

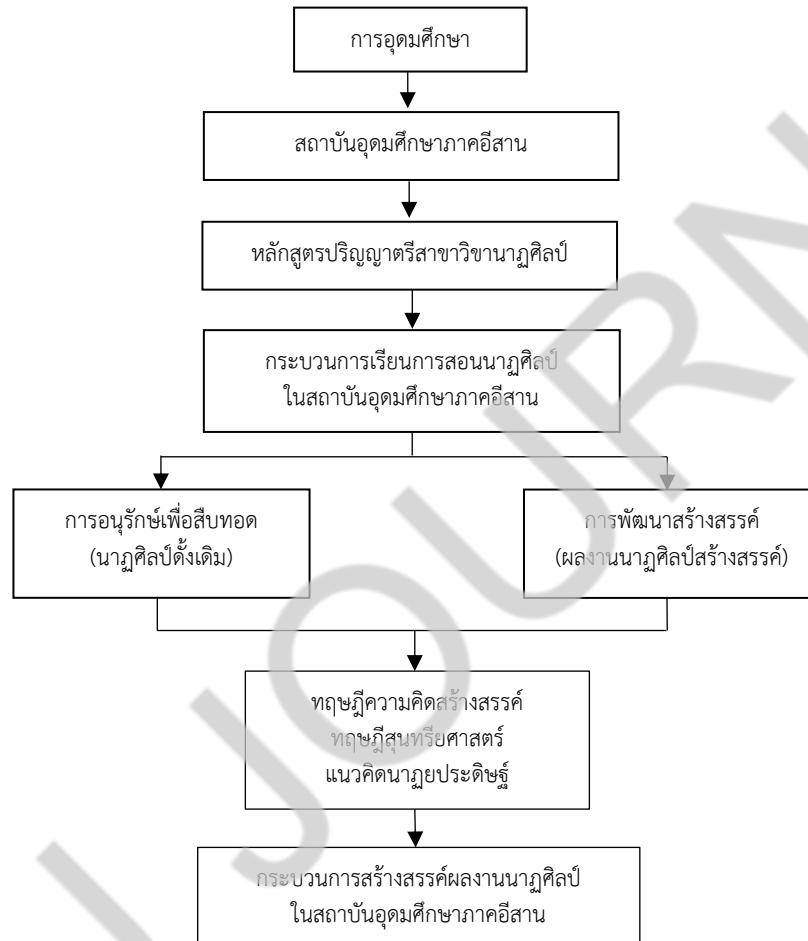
5. การกำหนดรูปแบบ จำแนกได้เป็น 4 แนวทาง คือ 5.1) กำหนดให้อยู่ในหนึ่งนาฏยจารีต 5.2) กำหนดให้เป็นการผสมหลายนาฏยจารีต 5.3) กำหนดให้ประยุกต์จากนาฏยจารีตเดิม 5.4) กำหนดให้อยู่บนนาฏยจารีตเดิม

6. การกำหนดองค์ประกอบ ได้แก่ ผู้แสดง เครื่องแต่งกาย เพลง ฉาก แสง เสียง องค์ประกอบเหล่านี้เป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญ ซึ่งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายจะต้องมีความเข้าใจอย่างชัดเจนจึงจะสามารถดำเนินการได้อย่างไม่มีอุปสรรคและผลงานสร้างสรรค์นั้นจะมีเอกภาพเป็นไปในแนวทางเดียวกัน

7. การออกแบบนาฏศิลป์ เป็นการออกแบบท่าทางและทิศทางการเคลื่อนไหว แบ่งเป็น 4 ขั้นตอน ได้แก่ 7.1) กำหนดโครงร่างโดยรวม 7.2) การแบ่งช่วงอารมณ์ 7.3) ท่าทางและทิศทาง และ 7.4) การลงรายละเอียด ทั้งนี้การทำงานดังกล่าวต้องกระทำเป็นสองภาค โดยภาคแรกเป็นการเขียนลงบนกระดาษเป็นแบบร่างคร่าวๆ ส่วนภาคหลังเป็นการนำแบบร่างนั้นไปปฏิบัติโดยผู้แสดงและขณะทำงานจะต้องเขียนแบบร่างเพิ่มเติมเพื่อความเข้าใจร่วมกันในหมู่ผู้ทำงาน

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยนี้ศึกษาหลักสูตรและกระบวนการเรียนการสอนนาฏศิลป์ เพื่อวิเคราะห์ความเชื่อมโยงไปสู่กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ของนักศึกษาในระดับปริญญาตรีสาขานาฏศิลป์ในสถาบันอุดมศึกษาภาคอีสาน ซึ่งเป็นทักษะขั้นสูงของการศึกษาที่ต้องอาศัยองค์ความรู้ภาคทฤษฎีควบคู่กับทักษะการปฏิบัติมาประยุกต์ใช้ร่วมกับหลักทฤษฎีนาฏศิลป์ที่สืบทอดมาแต่โบราณประกอบกับหลักทฤษฎีวิชาการสมัยใหม่ ได้แก่ ทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์ ทฤษฎีสุนทรียศาสตร์ และแนวคิดนาฏยประดิษฐ์ของบรมครูนาฏยาจารย์ ซึ่งบ่งชี้ให้เห็นถึงการบูรณาการระหว่างวิชาชีพดั้งเดิมและวิชาการสมัยใหม่จนเกิดเป็นหลักการเฉพาะของศาสตร์วิชานาฏศิลป์ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มเป้าหมาย

การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลจากคณาจารย์และนักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขานาฏศิลป์ในสถาบันอุดมศึกษาภาคอีสาน จำนวน 12 สถาบัน ได้แก่ มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยมหาสารคาม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ วิทยาลัยนาฏศิลป์ร้อยเอ็ด สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ วิทยาลัยนาฏศิลป์กาฬสินธุ์ และสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ วิทยาลัยนาฏศิลป์นครราชสีมา โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจงเพื่อเป็นผู้ให้ข้อมูล แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้



1. กลุ่มผู้รู้ คือ อาจารย์ผู้สอนหรืออาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาการสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ ซึ่งต้องมีประสบการณ์การสอนหรือรับผิดชอบรายวิชาดังกล่าวมาแล้วไม่น้อยกว่า 3 ปี สถาบันละ 1 คน จำนวน 12 สถาบัน
2. กลุ่มผู้ปฏิบัติ คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชานาฏศิลป์ที่ดำเนินการสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ ในสถาบันอุดมศึกษาภาคอีสาน สถาบันละ 1 ชั้นปี จำนวน 12 สถาบัน
3. กลุ่มผู้เกี่ยวข้อง คือ อาจารย์ประจำหลักสูตรหรืออาจารย์ที่ปรึกษาที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชานาฏศิลป์ในสถาบันอุดมศึกษาภาคอีสาน สถาบันละ 1 คน จำนวน 12 สถาบัน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นจากผู้เชี่ยวชาญด้านนาฏศิลป์ ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญที่เป็นศิลปินแห่งชาติสาขานาฏศิลป์ (ละครเวที) จำนวน 1 คน และผู้เชี่ยวชาญที่มีตำแหน่งทางวิชาการระดับรองศาสตราจารย์ จำนวน 2 คน โดยใช้วิธีการของ Kamket (2012) จากนั้นจึงนำเครื่องมือในการวิจัยไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลตามความเหมาะสม ดังนี้

1. แบบสำรวจ (Survey) ผู้วิจัยใช้แบบสำรวจแบบเป็นทางการในการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นจากกลุ่มผู้เกี่ยวข้อง เพื่อให้ทราบถึงความเป็นมาและการบริหารจัดการหลักสูตรระดับปริญญาตรีสาขาวิชานาฏศิลป์ในสถาบันอุดมศึกษาภาคอีสาน
2. แบบสังเกต (Observation) ผู้วิจัยใช้แบบสังเกตแบบมีส่วนร่วมสำหรับเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ปฏิบัติ เพื่อให้ทราบถึงรายละเอียดของหลักสูตร และกระบวนการเรียนการสอนของสาขาวิชานาฏศิลป์ในสถาบันอุดมศึกษาภาคอีสาน
3. แบบสัมภาษณ์ (Structured Interview) ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเพื่อสัมภาษณ์กลุ่มผู้รู้ และกลุ่มผู้ปฏิบัติ โดยกำหนดประเด็นคำถามไว้อย่างชัดเจนตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ของนักศึกษาหลักสูตรปริญญาตรีสาขาวิชานาฏศิลป์ในสถาบันอุดมศึกษาภาคอีสาน
4. การสนทนากลุ่ม (Focused Group Guideline) ผู้วิจัยใช้การสนทนากลุ่มเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลในประเด็นที่ต้องการรายละเอียด และประเด็นที่ต้องการทัศนคติความคิดเห็นจากผู้ให้ข้อมูลเป็นสำคัญ เพื่อนำมาวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยเครื่องมืออื่นๆ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้เวลาดำเนินการวิจัย 1 ปี คือระหว่างเดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2564 ถึงเดือนตุลาคม พ.ศ.2565 ซึ่งแบ่งการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. การเก็บข้อมูลจากเอกสาร เป็นการศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา วารสาร บทความ และงานวิจัย โดยสืบค้นจากแหล่งข้อมูลทั้งภาครัฐและเอกชน ตลอดจนฐานข้อมูลออนไลน์ (Online Database) ที่สามารถตรวจสอบและเชื่อถือได้
2. การเก็บข้อมูลภาคสนาม เป็นการลงพื้นที่เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายซึ่งเลือกแบบเจาะจง โดยใช้วิธีการสำรวจ การสังเกต การสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม ด้วยเครื่องมือในการวิจัยที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องโดยผู้เชี่ยวชาญด้านนาฏศิลป์เพื่อใช้กับกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นคณาจารย์และนักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชานาฏศิลป์ในสถาบันอุดมศึกษาภาคอีสาน จำนวน 12 สถาบัน

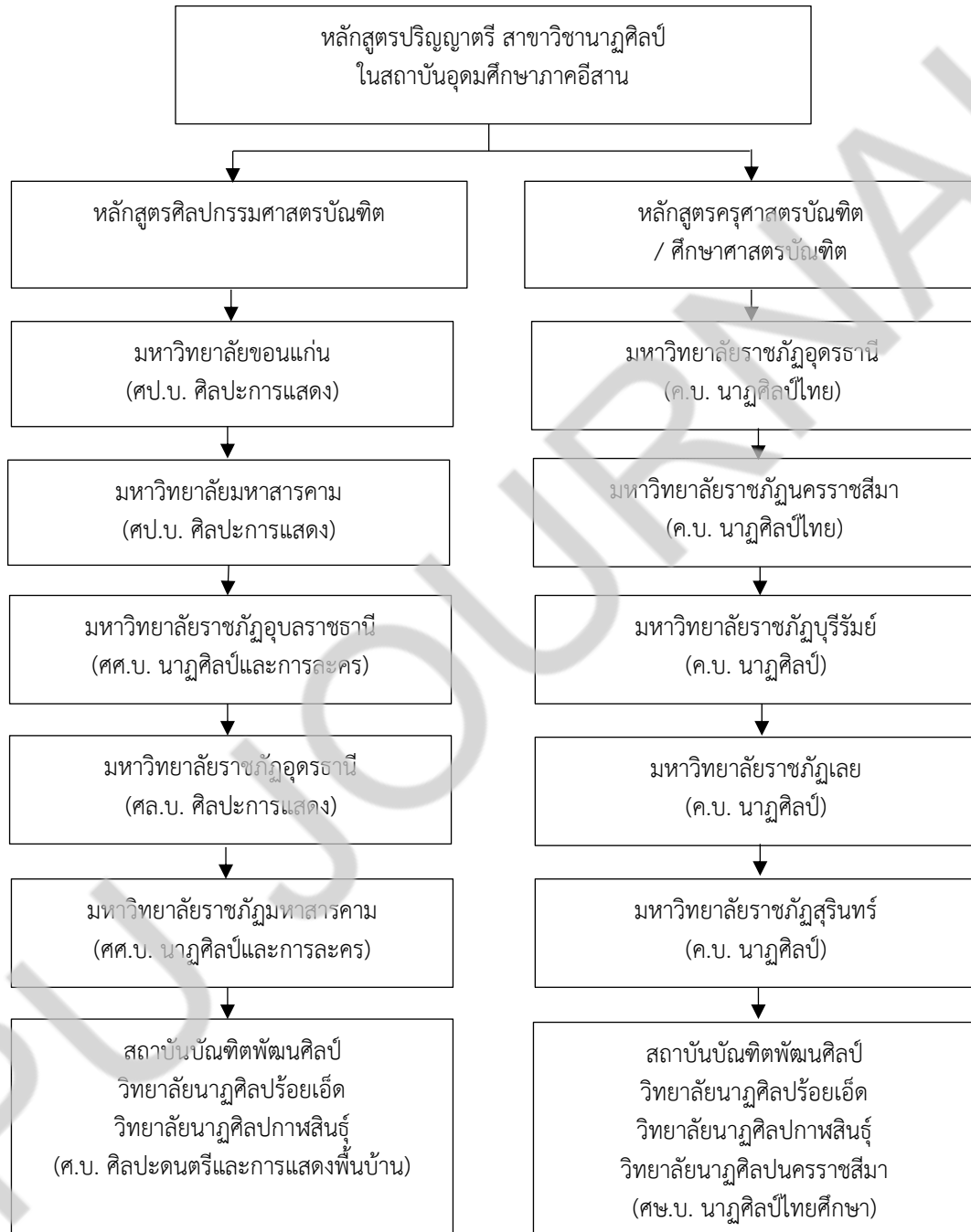
การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ การวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารด้วยวิธีการ Method of Agreement และการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม โดยใช้หลักการวิเคราะห์ 3 แบบ คือ (1) การวิเคราะห์ข้อมูลแบบอุปนัย (2) การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการจำแนกข้อมูล และ (3) การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการเปรียบเทียบข้อมูล

ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

1. หลักสูตรและกระบวนการเรียนการสอนระดับปริญญาตรีสาขาวิชานาฏศิลป์ในสถาบันอุดมศึกษาภาคอีสาน
ภาคอีสานมีสถาบันอุดมศึกษาที่จัดการเรียนการสอนระดับปริญญาตรีสาขาวิชานาฏศิลป์ จำนวน 12 สถาบัน สามารถจัดกลุ่มตามสถานภาพของสถาบันได้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้ 1. กลุ่มมหาวิทยาลัยของรัฐ ได้แก่ มหาวิทยาลัยขอนแก่น และมหาวิทยาลัยมหาสารคาม 2. กลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏ ได้แก่ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย และมหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ และ 3. กลุ่มสถาบันเฉพาะทาง ได้แก่ สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ วิทยาลัยนาฏศิลป์ร้อยเอ็ด

สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ วิทยาลัยนาฏศิลปกาฬสินธุ์ และสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ วิทยาลัยนาฏศิลปนครราชสีมา แต่ละสถาบันจัดทำหลักสูตรตามปรัชญาและพันธกิจของสถาบันภายใต้กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ จึงจำแนกหลักสูตรและกระบวนการเรียนการสอนได้เป็น 2 สาขาวิชา / คุณวุฒิ คือ หลักสูตรสาขาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต และหลักสูตรสาขาศรีศาสตรบัณฑิต / ศึกษาศาสตรบัณฑิต ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 หลักสูตรปริญญาตรีสาขาวิชานาฏศิลป์ในสถาบันอุดมศึกษาภาคอีสาน

จากภาพที่ 2 แสดงให้เห็นว่า แม้สถานภาพของสถาบันอุดมศึกษาจะแตกต่างกัน แต่หากจัดทำหลักสูตรในสาขาวิชาหรือคุณวุฒิเดียวกัน จะส่งผลให้กระบวนการเรียนการสอนเป็นไปในแนวทางเดียวกัน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1 หลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต หมายถึง หลักสูตรปริญญาตรีที่มุ่งผลิตบัณฑิตที่มีความเป็นเลิศในสาขานาฏศิลป์หรือศิลปะการแสดง ให้มีความรู้ความสามารถทั้งภาคทฤษฎีและทักษะการปฏิบัติ สามารถบริหารจัดการและบูรณาการองค์ความรู้สู่การสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ ถือเป็นหลักสูตรวิชาชีพนาฏศิลป์ ใช้เวลาศึกษา 4 ปี มีจำนวน



6 หลักสูตร จัดการเรียนการสอนใน 7 สถาบัน ได้แก่ มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยมหาสารคาม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรธานี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ วิทยาลัยนาฏศิลป์ร้อยเอ็ด และสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ วิทยาลัยนาฏศิลปกาฬสินธุ์ โดยดำเนินการภายใต้มาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรี สาขาศิลปกรรมศาสตร์ พ.ศ.2558 จึงส่งผลให้หลักสูตรและกระบวนการเรียนการสอนเป็นไปในแนวทางเดียวกัน กล่าวคือ หลักสูตรมีจำนวน หน่วยกิต ไม่น้อยกว่า 120 หน่วยกิต ประกอบด้วย หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต และหมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า 84 หน่วยกิต โดยแบ่งเป็นกลุ่มวิชาทฤษฎี นาฏศิลป์ กลุ่มวิชาทักษะนาฏศิลป์ และกลุ่มวิชาเพื่อการสร้างสรรค์ ซึ่งมีรายวิชาที่คล้ายคลึงกัน ได้แก่ ประวัติศาสตร์นาฏศิลป์ สุนทรียศาสตร์นาฏศิลป์ การวิจัยทางนาฏศิลป์ การสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ นาฏยประดิษฐ์ การออกแบบเครื่องแต่งกาย และการแต่งหน้า และทักษะนาฏศิลป์ประเภทต่างๆ

1.2 หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต / ศึกษาศาสตรบัณฑิต หมายถึง หลักสูตรปริญญาตรีที่มุ่งผลิตบัณฑิตเพื่อประกอบอาชีพครูนาฏศิลป์ที่มีความสามารถด้านการสอนภาคทฤษฎีและการถ่ายทอดทักษะการปฏิบัติ บริหารจัดการเรียนรู้ สามารถพัฒนาหลักสูตรและนวัตกรรมนาฏศิลป์ จึงอาจกล่าวได้ว่าเป็นหลักสูตรวิชาชีพครูนาฏศิลป์ ใช้เวลาศึกษา 5 ปี มีจำนวน 6 หลักสูตร จัดการเรียนการสอนใน 8 สถาบัน ได้แก่ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ วิทยาลัยนาฏศิลป์ร้อยเอ็ด สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ วิทยาลัยนาฏศิลปกาฬสินธุ์ และสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ วิทยาลัยนาฏศิลปนครราชสีมา โดยดำเนินการภายใต้มาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรี สาขาครุศาสตร์และสาขาศึกษาศาสตร์ (หลักสูตรห้าปี) พ.ศ.2554 จึงส่งผลให้หลักสูตรและกระบวนการเรียนการสอนเป็นไปในแนวทางเดียวกัน กล่าวคือ หลักสูตรมีจำนวนหน่วยกิต ไม่น้อยกว่า 160 หน่วยกิต ประกอบด้วย หมวดวิชาศึกษาทั่วไป ไม่น้อยกว่า 30 หน่วยกิต หมวดวิชาเลือกเสรี ไม่น้อยกว่า 6 หน่วยกิต และหมวดวิชาเฉพาะ ไม่น้อยกว่า 124 หน่วยกิต โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่มวิชา ได้แก่ 1) กลุ่มวิชาชีพครู ไม่น้อยกว่า 46 หน่วยกิต เช่น ปรัชญาการศึกษา ความเป็นครู การออกแบบและการพัฒนาหลักสูตร การจัดการเรียนรู้และการจัดการชั้นเรียน การวัดและการประเมินผลการเรียนรู้ การวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ การบริหารและการประกันคุณภาพการศึกษา เป็นต้น และ 2) กลุ่มวิชาเอก ไม่น้อยกว่า 78 หน่วยกิต ซึ่งเป็นรายวิชาที่คล้ายคลึงกับวิชาเฉพาะของหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต หากแต่แตกต่างกันเพียงเล็กน้อย โดยเพิ่มเติมรายวิชาที่มุ่งเน้นด้านการสอนนาฏศิลป์เป็นการเฉพาะ เช่น พฤติกรรมการสอนนาฏศิลป์ นาฏศิลป์สำหรับเด็กปฐมวัย นาฏศิลป์สำหรับประถมศึกษา นาฏศิลป์สำหรับมัธยมศึกษา การจัดกิจกรรมการเรียนรู้นาฏศิลป์ การจัดการแสดงในโรงเรียน นวัตกรรมนาฏศิลป์ศึกษา การวิจัยนาฏศิลป์ศึกษา เป็นต้น

จากผลการวิจัยข้างต้น แสดงให้เห็นว่า หลักสูตรคือแบบบทยที่สำคัญซึ่งส่งผลต่อการเรียนการสอนอันเป็นขั้นตอนการผลิตและพัฒนานักศึกษาให้มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดแรงงานในสังคม การจัดการเรียนการสอนระดับปริญญาตรีภายใต้กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ จึงเป็นข้อบ่งชี้ได้ว่า วิชาชีพนาฏศิลป์เป็นสาขาวิชาที่มีองค์ความรู้เฉพาะ จึงสามารถยกระดับเข้าสู่การศึกษาอย่างเป็นระบบที่มีการประกันคุณภาพมาตรฐานคุณวุฒิปริญญา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Uparamai (2010) ระบุคุณลักษณะของวิชาชีพนาฏศิลป์ ไว้ 3 ประการคือ มีศัพท์เฉพาะวิชา (Nomenclature หรือ Technical Term) มีโครงสร้างรายวิชา (Structure) และ มีวิธีการศึกษาค้นคว้า (Method of Inquiring) เป็นหลักการเฉพาะโดยลำดับตามความยากง่ายของเนื้อหาวิชา ทั้งนี้ เมื่อพิจารณากระบวนการเรียนการสอน พบว่า ยังคงเป็นแนวทางที่สืบทอดมาแต่อดีต โดยมุ่งเน้นผลิตบัณฑิตวิชาชีพครูนาฏศิลป์และวิชาชีพนาฏศิลป์ ซึ่งพ้องกับผลการวิจัยของ Pothivechakul (2007) สรุปผลการวิจัยว่า การจัดการศึกษานาฏศิลป์ไทยในยุครัตนโกสินทร์ (รัชกาลที่ 9) ระดับปริญญาตรีถึงปริญญาเอก แบ่งหลักสูตรเป็น 2 สาย คือ หลักสูตรสายครู และหลักสูตรสายศิลปิน จึงสรุปผลตรงกับหลักสูตรที่ใช้ในปัจจุบัน โดยหลักสูตรสาขาศิลปกรรมศาสตร์มีความสอดคล้องกับวิชาชีพนาฏศิลป์ ส่วนหลักสูตรสาขาครุศาสตร์หรือศึกษาศาสตร์ มีความสอดคล้องกับวิชาชีพครูนาฏศิลป์ ทั้งนี้ จากการจำแนกหลักสูตรดังกล่าว ส่งผลให้กระบวนการเรียนการสอนของแต่ละหลักสูตรมีความแตกต่างกันด้วย ดังจะเห็นได้ว่า หลักสูตรศิลปกรรมศาสตร์แบ่งหมวดวิชาเฉพาะเป็น 3 กลุ่มวิชา คือ กลุ่มวิชาทฤษฎีนาฏศิลป์ กลุ่มวิชาทักษะนาฏศิลป์ และกลุ่มวิชาเพื่อการสร้างสรรค์ ส่วนหลักสูตรครุศาสตร์และศึกษาศาสตร์ มีการเพิ่มเติมกลุ่มวิชาชีพครูและกลุ่มวิชาการสอนนาฏศิลป์ ซึ่งเป็นกระบวนการเรียนการสอนที่ มุ่งเน้นการผลิตบัณฑิตเพื่อประกอบอาชีพอย่างใดอย่างหนึ่งอย่างชัดเจน จึงจะทำให้การเรียนการสอนเกิดผลสัมฤทธิ์และตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียนและสังคม

2. กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชานาฏศิลป์ในสถาบันอุดมศึกษาภาคอีสาน

สถาบันอุดมศึกษาในภาคอีสานที่จัดการเรียนการสอนสาขาวิชานาฏศิลป์ทั้ง 12 สถาบัน ให้ความสำคัญกับกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์เป็นอย่างมาก ดังจะเห็นได้ว่าทุกหลักสูตรล้วนกำหนดให้กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์เป็นความมุ่งหมายหลักหรือเป็นวัตถุประสงค์ของหลักสูตร และนำมากำหนดเป็นคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ ซึ่งต้องมีความรู้ความสามารถในการคิดออกแบบสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ ด้วยการบูรณาการหรือประยุกต์ใช้องค์ความรู้ ภาควิชา และภาคปฏิบัติ ตลอดจนองค์ความรู้ในศาสตร์เฉพาะ ศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง และข้ามศาสตร์ได้อย่างเหมาะสมกลมกลืน มีคุณค่าเชิงศิลปะและมีคุณภาพได้มาตรฐานตามหลักทฤษฎีวิชาการและวิชาชีพนาฏศิลป์ โดยนำเสนอในรูปแบบนาฏศิลป์ไทย นาฏศิลป์พื้นเมือง และนาฏศิลป์ร่วมสมัย ตามความสนใจ ความถนัด และความสามารถของนักศึกษา แต่ละหลักสูตรมีระบบการบริหารจัดการรายวิชาและจัดกิจกรรมการเรียนการสอนคล้ายคลึงกัน กล่าวคือ กำหนดรายวิชาเกี่ยวกับการสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ไว้สำหรับนักศึกษาชั้นปีระดับสูงของหลักสูตรหรือภาคการศึกษาสุดท้ายก่อนสำเร็จการศึกษา ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ถือเป็นทักษะขั้นสูงที่นักศึกษาจำเป็นต้องมีความรู้ความสามารถพื้นฐาน ผ่านการเรียนรู้หลักการทฤษฎีต่างๆ ตลอดจนได้รับการฝึกฝนทักษะการปฏิบัตินาฏศิลป์แต่ละประเภทมาเป็นอย่างดี อันเป็นพื้นฐานสำคัญ และเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ ทั้งนี้ การสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชานาฏศิลป์ในสถาบันอุดมศึกษาภาคอีสาน สามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

2.1 ผลงานสร้างสรรค์จากการศึกษารายวิชา เป็นผลงานสร้างสรรค์ที่เกิดจากการศึกษารายวิชาต่างๆ ในหมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาบังคับ หรือ กลุ่มวิชาเอก จำนวน 3 หน่วยกิต ซึ่งกำหนดไว้สำหรับนักศึกษาชั้นปีระดับสูงของหลักสูตร โดยมีวัตถุประสงค์ของรายวิชาเพื่อมุ่งเน้นให้นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจในหลักการทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ และฝึกปฏิบัติการสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์เพื่อให้เกิดทักษะสร้างสรรค์ ทั้งนี้การสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์จากการศึกษารายวิชา สามารถจัดการเรียนการสอนได้ 3 รูปแบบ คือ (1) รูปแบบวิชาเดี่ยว คือ การสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ที่กำหนดขอบเขตเนื้อหาวิชาและกระบวนการสร้างสรรค์จำเพาะในรายวิชาใดวิชาหนึ่งเท่านั้น เช่น วิชาผลงานสร้างสรรค์ทางด้านนาฏศิลป์และการละคร ของหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม (2) รูปแบบวิชาคู่ขนาน คือ การสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ให้มีความสอดคล้องสัมพันธ์กันของ 2 รายวิชา เช่น วิชาการวิจัยทางศิลปะการแสดงและวิชาโครงการสร้างสรรค์ผลงานด้านศิลปะการแสดงของหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี (3) รูปแบบเชื่อมโยงกลุ่มวิชา คือ การสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ที่กำหนดเนื้อหาวิชาและกิจกรรมการเรียนการสอนให้เชื่อมโยงและเอื้อประโยชน์ต่อกัน 3 วิชาขึ้นไป เช่น หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ จัดการเรียนการสอนและดำเนินการในรูปแบบเชื่อมโยง 3 รายวิชา ได้แก่ วิชาการวิจัยทางนาฏศิลป์ วิชาโครงการสร้างสรรค์ด้านการแสดง และวิชาการปฏิบัติการสอนในสถานศึกษา ทั้งนี้ ผลงานสร้างสรรค์จากการศึกษารายวิชาส่วนใหญ่มีรูปแบบเป็นการสร้างสรรค์ แนวจารีต โดยยังคงยึดแนวคิด รูปแบบองค์ประกอบการแสดง และวิธีการแสดงตามแบบแผนนาฏศิลป์ดั้งเดิมที่สืบทอดมาแต่โบราณเป็นสำคัญ ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ผลงานนาฏศิลป์สร้างสรรค์แนวร่วมสมัย ชุด “สยามนิรันดร์ราย”

โดยนักศึกษาหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต (ศิลปะการแสดง)

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น



2.2 ผลงานสร้างสรรค์ที่เป็นงานนิพนธ์ (Thesis) เป็นผลงานสร้างสรรค์ในกลุ่มวิชาบังคับหรือกลุ่มวิชาเอก ที่เรียกว่า “งานนิพนธ์” (Thesis) จำนวน 3-6 หน่วยกิต ซึ่งกำหนดไว้เพื่อแสดงถึงความรู้ความเข้าใจหรือระดับองค์ความรู้ขั้นสูง ในศาสตร์วิชานาฏศิลป์ อีกทั้งยังเป็นการวัดและประเมินผลนักศึกษาชั้นปีระดับสูงสุดของหลักสูตรหรือภาคการศึกษาสุดท้าย ของหลักสูตรก่อนสำเร็จการศึกษา งานนิพนธ์ (Thesis) มีระบบบริหารจัดการและดำเนินการในรูปแบบโครงการหรือโครงงาน ซึ่งไม่มีการเรียนการสอนหรือการบรรยายเหมือนรายวิชาทั่วไป เนื่องจากนักศึกษาจะต้องได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้ และผ่านการฝึกฝนจนเกิดทักษะเบื้องต้นมาแล้ว เมื่อเข้าสู่กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานนิพนธ์ (Thesis) นักศึกษาจะต้อง ดำเนินการด้วยตนเองตามระบบแผนงานของหลักสูตร โดยมีอาจารย์ประจำหลักสูตรทำหน้าที่เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา และมีคณะกรรมการและผู้ทรงคุณวุฒิเป็นผู้ประเมินผล โดยแต่ละหลักสูตรมีการกำหนดชื่อเรียกการสร้างสรรค์ผลงานนิพนธ์ แตกต่างกันไป เช่น นานวนิพนธ์ ของหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ศิลปนินิพนธ์ นานวนิพนธ์ ของหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต คณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม นานวนิพนธ์ ของหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต คณะครุศาสตร์ร่วมกับคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครราชสีมา ภาคนิพนธ์ ของหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต คณะครุศาสตร์ร่วมกับคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ศิลปนินิพนธ์ ของหลักสูตรศึกษาศาสตรบัณฑิต คณะศิลปศึกษา และหลักสูตรศิลปบัณฑิต คณะศิลปนาฏดุริยางค์ สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ ทั้งนี้ ผลงานสร้างสรรค์ที่เป็นงานนิพนธ์ส่วนใหญ่มีรูปแบบเป็นการสร้างสรรค์ แนวร่วมสมัย โดยมุ่งเน้นอิสระทางความคิดที่สามารถบูรณาการสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ได้ตามความสนใจ ความถนัด และ ความสามารถของนักศึกษา ซึ่งต้องประยุกต์ใช้ศาสตร์วิชาเฉพาะนาฏศิลป์ ศาสตร์วิชาที่เกี่ยวข้อง และข้ามศาสตร์วิชาได้อย่าง เป็นเหตุเป็นผลและเหมาะสมกลมกลืน ถูกต้องตามหลักทฤษฎีวิชาการและหลักวิชาชีพนาฏศิลป์ เป็นผลงานสร้างสรรค์ ที่แปลกใหม่แตกต่างจากนาฏศิลป์ดั้งเดิมที่เป็นแบบแผน ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 ผลงานนาฏศิลป์สร้างสรรค์แนวจาริต ชุด “สดุดีจักรีวงศ์”

โดยนักศึกษาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต (ศิลปะการแสดง)

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชานาฏศิลป์ในสถาบันอุดมศึกษา ภาคอีสานมีกระบวนการและขั้นตอน จำแนกตามลักษณะหลักสูตร ดังนี้

1. กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์หลักสูตรสาขาศิลปกรรมศาสตร์ เป็นกระบวนการที่มุ่งเน้นอิสระทางความคิดเป็นสำคัญ แสดงออกซึ่งความรอบรู้รอบด้าน มีทักษะความคิดสร้างสรรค์เชิงบูรณาการ สามารถประยุกต์ใช้ เชื่อมโยงศาสตร์เฉพาะ ศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง และข้ามศาสตร์ได้อย่างเหมาะสมกับยุคสมัย โดยประยุกต์ใช้ระเบียบวิธีวิจัย เป็นหลักการหรือแนวทางในการคิดออกแบบสร้างสรรค์ผลงาน ตลอดจนสามารถบริหารจัดการได้อย่างเป็นระบบ กระบวนการ สร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์หลักสูตรสาขาศิลปกรรมศาสตร์ ประกอบด้วย 2 กระบวนการ ดังนี้

1.1 กระบวนการวิจัย เป็นกระบวนการศึกษารวบรวมข้อมูลตามหลักวิทยาการสารสนเทศอย่างเป็นระบบ จากแหล่งข้อมูลที่นำเชื่อถือ ด้วยเครื่องมือและวิธีการต่างๆ เช่น การศึกษาจากเอกสาร ตำรา งานวิจัย หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ การสัมภาษณ์ การลงพื้นที่เก็บข้อมูลภาคสนาม หรือการรับการถ่ายทอด โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพด้านมนุษยศาสตร์

และสังคมศาสตร์เป็นแนวทางในการวิจัย เพื่อจัดกระทำข้อมูล วิเคราะห์ และสังเคราะห์ให้เกิดองค์ความรู้ แล้วจึงกำหนดเป็นสาระสำคัญของการสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์

1.2 กระบวนการสร้างสรรค์ เป็นกระบวนการคิดออกแบบและประกอบสร้างผลงานนาฏศิลป์ โดยแบ่งกระบวนการสร้างสรรค์ออกเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ (1) ขั้นเตรียมการ เป็นขั้นตอนการนำเสนอหัวข้อและเค้าโครงของผลงานสร้างสรรค์ ซึ่งต้องระบุสาระสำคัญ ขอบเขตเนื้อหา ความมุ่งหมาย หลักการ แนวความคิด และรูปแบบของการแสดง เช่น นาฏศิลป์ไทย นาฏศิลป์พื้นเมือง นาฏศิลป์ตะวันตก นาฏศิลป์ร่วมสมัย เป็นต้น (2) ขั้นตอนการประกอบสร้างผลงาน ซึ่งต้องคิดออกแบบและดำเนินการทุกองค์ประกอบของการแสดง ได้แก่ เพลงดนตรี บทร้อง เครื่องแต่งกาย อุปกรณ์ประกอบ และท่ารำ ตลอดจนคัดเลือกผู้แสดง ถ่ายทอดท่ารำ และฝึกซ้อมการแสดง (3) ขั้นประเมินผลและบันทึกผล เป็นขั้นตอนการนำเสนอผลงานสร้างสรรค์เพื่อรับการประเมินผลโดยคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ และบันทึกผลงานเป็นภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และจัดทำรูปเล่มเอกสารตามระเบียบวิธีวิจัยทางนาฏศิลป์

2. กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์หลักสูตรสาขาครุศาสตร์และสาขาศึกษาศาสตร์ เป็นกระบวนการที่มุ่งเน้นความคิดสร้างสรรค์บนพื้นฐานของหลักการทฤษฎีเชิงจารีต แสดงออกซึ่งความเป็นเลิศลุ่มลึกในศาสตร์วิชาชีพนาฏศิลป์ ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ สามารถบริหารจัดการและประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการจัดการเรียนรู้ สามารถจัดทำเป็นสื่อวัตกรรมการประกอบการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาผู้เรียนได้เป็นอย่างดี กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์หลักสูตรสาขาครุศาสตร์และสาขาศึกษาศาสตร์ ประกอบด้วย 3 กระบวนการ ดังนี้

2.1 กระบวนการวิจัย เป็นการศึกษาค้นคว้าอย่างเป็นระบบเพื่อสร้างองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อกระบวนการโดยรวม กระบวนการวิจัยในที่นี้หมายรวมถึงกระบวนการวิจัยทางนาฏศิลป์ ซึ่งมุ่งเน้นการสร้างองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ อันเกี่ยวข้องกับหลักการ แนวความคิด รูปแบบการแสดง ตลอดจนองค์ประกอบของการแสดง อีกทั้งยังหมายรวมถึงกระบวนการวิจัยด้านการสอนนาฏศิลป์ ซึ่งมุ่งเน้นการสร้างองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการนำไปใช้ในการสอนหรือการถ่ายทอด โดยเชื่อมโยงบูรณาการไปสู่ศาสตร์วิชาชีพครูนาฏศิลป์ ทั้งนี้กระบวนการวิจัยดังกล่าวสามารถเลือกใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพหรือเชิงปริมาณ หรืออาจประยุกต์ใช้เพื่อสร้างระเบียบวิธีวิจัยเชิงบูรณาการระหว่างศาสตร์วิชาชีพนาฏศิลป์และวิชาชีพครูให้เหมาะสมกับหลักการ แนวความคิด และรูปแบบของผลงานสร้างสรรค์ ซึ่งถือเป็นหลักการสำคัญของกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ในหลักสูตรสาขาครุศาสตร์และสาขาศึกษาศาสตร์

2.2 กระบวนการสร้างสรรค์ เป็นการดำเนินการตามแนวทางที่คิดออกแบบด้วยองค์ความรู้ที่ได้จากกระบวนการวิจัยนำมาสร้างสรรค์เป็นผลงานนาฏศิลป์ โดยอาศัยหลักการทฤษฎีนาฏศิลป์ไทยเป็นสำคัญ รูปแบบของผลงานสร้างสรรค์จึงยังคงแบบแผนจารีตนาฏศิลป์อย่างชัดเจน กล่าวคือ ภายใต้กระบวนการสร้างสรรค์ต้องอยู่บนพื้นฐานหรืออ้างอิงหลักการ แนวความคิด และรูปแบบการแสดงที่เป็นจารีตแบบแผน แบ่งกระบวนการสร้างสรรค์เป็น 2 ขั้นตอน คือ (1) ขั้นการออกแบบ เป็นการกำหนดขอบเขตเนื้อหาและความมุ่งหมายของการแสดง รูปแบบการแสดง และองค์ประกอบการแสดง ได้แก่ เพลงดนตรี บทร้อง เครื่องแต่งกาย อุปกรณ์ประกอบ และท่ารำ (2) ขั้นการปฏิบัติ เป็นการถ่ายทอดท่ารำ ฝึกซ้อม และจัดแสดง ผลงานเพื่อรับการประเมินผลโดยคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ

2.3 กระบวนการนำไปใช้ เป็นการพัฒนาด้อยอดผลงานสร้างสรรค์เพื่อจัดทำสื่อประกอบการสอนรูปแบบต่าง ๆ เช่น สื่ออิเล็กทรอนิกส์ แผ่นภาพ รูปเล่มเอกสาร และแผนการสอน ที่ใช้สำหรับการฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู หรือฝึกปฏิบัติการสอนในสถานศึกษา แสดงออกซึ่งศักยภาพเชิงบูรณาการศาสตร์วิชาชีพนาฏศิลป์และวิชาชีพครูตามความมุ่งหมายของหลักสูตรนาฏศิลป์ กระบวนการนำไปใช้ถือเป็นการสร้างนวัตกรรมนาฏศิลป์ศึกษาที่เป็นประโยชน์เชิงประจักษ์ด้วยการถ่ายทอดและเผยแพร่ไปสู่สถานศึกษา โดยใช้ทักษะความคิดสร้างสรรค์เชิงศิลปะการสอน ประกอบกับความรู้ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในการถ่ายทอดผลงานไปสู่ผู้แสดงที่เป็นนักเรียนนักศึกษา ซึ่งอาจต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการแสดงหรือใช้ทักษะการสอน ตลอดจนเทคนิคการถ่ายทอดที่แตกต่างกัน เพื่อให้เหมาะสมกับความรู้ความสามารถของผู้รับการถ่ายทอดในแต่ละสถานการณ์ กระบวนการนำไปใช้จึงเป็นกระบวนการสำคัญที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของหลักสูตรสาขาครุศาสตร์และสาขาศึกษาศาสตร์

จากผลการวิจัยข้างต้น แสดงให้เห็นว่า การสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์เป็นทักษะขั้นสูงที่มีความสำคัญและจำเป็นเป็นอย่างมาก ดังที่ทุกหลักสูตรทุกสถาบันต่างจัดการเรียนการสอนและดำเนินการเกี่ยวกับการสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ด้วยกันทั้งสิ้น หากแต่ในอดีตไม่ปรากฏเป็นรายวิชาในหลักสูตร เนื่องด้วยขอบจำกัดของการเรียนการสอนนาฏศิลป์แต่เดิมเชื่อกันว่า ทักษะการสร้างสรรค์เป็นความสามารถที่เกิดขึ้นได้เองตามธรรมชาติ แต่ในปัจจุบันการสร้างสรรคผลงาน



นาฏศิลป์มีขั้นตอนหรือกระบวนการที่หลากหลายและเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ทำให้ต้องจัดการเรียนการสอนเป็นการเฉพาะ โดยยังคงแบบแผนดั้งเดิมไว้และเพิ่มเติมวิทยาการสมัยใหม่ ทำให้นาฏศิลป์กลายเป็นศาสตร์วิชาที่มุ่งเน้นองค์ความรู้เชิงทฤษฎี ควบคู่กับทักษะการปฏิบัติ และพัฒนาไปสู่การบูรณาการเพื่อการสร้างสรรค์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Nakowong (2022) ที่สรุปผลการวิจัยว่า การประดิษฐ์ท่ารាំต้องใช้ความรู้เชิงทฤษฎีและความสามารถในการปฏิบัติท่ารាំเบื้องต้นมาเป็น พื้นฐานทางความคิดเพื่อกระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และนำไปสู่การออกแบบประดิษฐ์ท่ารាំใหม่ ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาถึง กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ในสถาบันอุดมศึกษาภาคอีสาน พบว่า มีกระบวนการคล้ายคลึงกัน กล่าวคือ ใช้กระบวนการวิจัยเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ซึ่งเป็นกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานรูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้น จากนโยบายภาครัฐ กำหนดเป็นแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนการศึกษาแห่งชาติ กรอบมาตรฐานคุณวุฒิ ระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ มาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรีสาขาศิลปกรรมศาสตร์ และ มาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรี สาขาการศาสตร์และสาขาศึกษาศาสตร์ สอดคล้องร้อยเรียงกันตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า การอุดมศึกษาสาขาวิชานาฏศิลป์ มีการตื่นตัวและตอบสนองต่อนโยบายภาครัฐที่เปลี่ยนแปลงตามความก้าวหน้าทางการศึกษาและเทคโนโลยีสมัยใหม่ ซึ่งให้ความสำคัญต่อการอนุรักษ์และพัฒนาไปพร้อมกัน โดยใช้วิชาด้านทักษะปฏิบัติเป็นแนวทางในการอนุรักษ์ และใช้การ สร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์เป็นแนวทางในการพัฒนาด้วยแนวความคิดที่ว่า การศึกษาวิจัยจะเป็นแนวทางในการพัฒนา ยกระดับคุณภาพมาตรฐานการศึกษาและส่งเสริมศักยภาพของผู้เรียนให้เหมาะสมกับสภาพสังคมในปัจจุบัน แนวทางดังกล่าว สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sabpasri (2023) ซึ่งสรุปว่า การสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์เป็นส่วนสำคัญของการศึกษาด้าน นาฏศิลป์ทั้งในปัจจุบันและอนาคต ดังที่สถาบันการศึกษาส่วนใหญ่มักปลูกฝังให้ผู้เรียนลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลในชุมชนศึกษาวิถี ชีวิตแล้วนำข้อมูลเหล่านั้นมาสร้างสรรค์ให้เกิดผลงานนาฏศิลป์ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาชุมชนในมิติต่างๆ ทั้งด้าน วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสังคม ดังนั้น การบูรณาการระเบียบวิธีวิจัยสู่กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์จึงเป็นการศึกษา ค้นคว้าอย่างเป็นระบบเพื่อวิเคราะห์และสังเคราะห์ให้เกิดองค์ความรู้ที่ตกผลึกแล้วจึงสร้างสรรค์เป็นผลงานนาฏศิลป์ที่เป็น ประโยชน์และทรงคุณค่า

สรุปผลการวิจัย

1. หลักสูตรและกระบวนการเรียนการสอนเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ กล่าวคือ หลักสูตรเป็นตัวกำหนดความมุ่งหมายในการผลิตและพัฒนาบัณฑิตให้มีความรู้ความสามารถมีศักยภาพ ในการประกอบอาชีพ แบ่งได้เป็น 2 วิชาชีพ ได้แก่ วิชาชีพนาฏศิลป์ซึ่งมุ่งเน้นทักษะการแสดงนาฏศิลป์ และวิชาชีพครู นาฏศิลป์ ซึ่งมุ่งเน้นการสอนการถ่ายทอดนาฏศิลป์ จากการจำแนกหลักสูตรดังกล่าวส่งผลต่อกระบวนการเรียนการสอน ซึ่งเป็น แนวทางหรือขั้นตอนที่ต้องสอดคล้องสัมพันธ์กับหลักสูตรเพื่อให้บรรลุตามความมุ่งหมายของหลักสูตร จึงจำเป็นต้องใช้รูปแบบ วิธีการที่หลากหลายเพื่อให้การจัดการเรียนการสอนเกิดผลสัมฤทธิ์ โดยศาสตร์วิชานาฏศิลป์ต้องอาศัยทั้งองค์ความรู้ภาคทฤษฎี ควบคู่กับทักษะการปฏิบัติ ประกอบกับประสบการณ์ทั้งในและนอกชั้นเรียนจึงจะส่งเสริมพัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้ ความสามารถอย่างครบถ้วนรอบด้าน องค์ความรู้ดังกล่าวมานี้เป็นพื้นฐานสำคัญในการคิดออกแบบสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ หากขาดสิ่งหนึ่งสิ่งใดก็จะทำให้การสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ไม่ประสบความสำเร็จหรืออาจสำเร็จได้แต่ไม่สมบูรณ์ ในทางตรงกันข้าม การสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ก็เป็นตัวบ่งชี้ให้เห็นถึงลักษณะเฉพาะของหลักสูตรและกระบวนการเรียน การสอนด้วยเช่นกัน ดังจะเห็นได้ว่า ผลงานสร้างสรรค์ของนักศึกษาที่มีลักษณะเป็นการสร้างสรรค์เชิงอนุรักษ์ โดยอาศัย องค์ความรู้พื้นฐานนาฏศิลป์ในการคิดออกแบบสร้างสรรค์ หากนักศึกษาได้รับการเรียนรู้ถ่ายทอดฝึกหัดมาอย่างไคร้ก็มักจะนำ องค์ความรู้เหล่านั้น มานำเสนอสอดแทรกเป็นส่วนหนึ่งของผลงานสร้างสรรค์ ทั้งนี้ กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ จึงเป็นเครื่องบ่งชี้สะท้อนหลักสูตร กระบวนการเรียนการสอน ตลอดจนศักยภาพของนักศึกษาทั้งด้านความรู้ความสามารถ และรสนิยมในงานศิลปะ

2. กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบันอุดมศึกษาภาคอีสาน ใช้กระบวนการเฉพาะศาสตร์ที่บูรณาการระหว่างวิชาการและวิชาชีพเข้าด้วยกัน ซึ่งเรียกกระบวนการนี้ว่า “การวิจัย เพื่อการสร้างสรรค์” กล่าวคือ การสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ ประกอบด้วย 2 กระบวนการ คือ (1) กระบวนการวิจัย ซึ่งเป็นการศึกษาค้นคว้าข้อมูลอย่างเป็นระบบตามหลักวิทยาการสารสนเทศเพื่อวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลให้เกิดองค์ ความรู้ที่เป็นหลักการ หรือสาระสำคัญอย่างใดอย่างหนึ่งสำหรับนำไปสร้างสรรค์เป็นผลงานนาฏศิลป์ (2) กระบวนการ สร้างสรรค์ เป็นการคิดออกแบบและประกอบสร้างผลงานนาฏศิลป์ แบ่งเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ (1) ขั้นเตรียมการ

เป็นการนำเสนอหัวข้อและเค้าโครงของผลงาน (2) ขั้นตอนการ เป็นการประกอบสร้างผลงานตามองค์ประกอบของการแสดง ได้แก่ เพลงดนตรี บทร้อง เครื่องแต่งกาย อุปกรณ์ประกอบ และกระบวนการทำรำ ตลอดจนคัดเลือกผู้แสดง ถ่ายทอดท่ารำ และฝึกซ้อมการแสดง (3) ขั้นตอนประเมินผลและบันทึกผล เป็นการนำเสนอผลงานเพื่อรับการประเมินผลโดยคณะกรรมการ ผู้ทรงคุณวุฒิและบันทึกผลงานเป็นภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และรูปเล่มเอกสาร ดังนั้น การวิจัยเพื่อการสร้างสรรค์จึงเป็น ข้อบ่งชี้ให้เห็นถึงการศึกษาค้นคว้าเพื่อการสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ ส่งผลให้งานนาฏศิลป์กลายเป็นผลงานบันเทิงคดีที่มีสาระ มีความน่าเชื่อถือ ถูกต้องตามหลักทฤษฎีวิชาการ และสวยงามทรงคุณค่าตามหลักสุนทรียศาสตร์ ทั้งนี้ในอนาคตอาจมีวิทยาการ อื่นๆ เข้ามาแทนที่ซึ่งอาจส่งผลให้กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ในสถาบันอุดมศึกษาภาคอีสานมีหลักการหรือขั้นตอน ที่เปลี่ยนแปลงไปจากปัจจุบัน หรืออาจเกิดกระบวนการสร้างสรรค์แบบใหม่บนพื้นฐานองค์ความรู้ดั้งเดิมในสาขานาฏศิลป์ ซึ่งถือเป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับทุกศาสตร์วิชาอันแสดงออกซึ่งความเป็นสหวิทยาเชิงบูรณาการสืบไป

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. เกิดองค์ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหลักสูตรและรูปแบบกระบวนการเรียนการสอนระดับปริญญาตรีสาขาวิชานาฏศิลป์ในสถาบันอุดมศึกษาภาคอีสานที่สะท้อนค่านิยมทางการศึกษาตามสภาพสังคมในปัจจุบัน อันแสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงในระบบการศึกษาไทย และเป็นฐานข้อมูลในการวิเคราะห์แนวโน้มที่จะเกิดขึ้นต่อการอุดมศึกษาสาขาวิชานาฏศิลป์ในอนาคต
2. เกิดแนวคิดเชิงบูรณาการองค์ความรู้ดั้งเดิมร่วมกับองค์ความรู้ใหม่ในสาขานาฏศิลป์ ศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง และข้ามศาสตร์ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ ซึ่งเป็นการยกระดับและสร้างมาตรฐานงานนาฏศิลป์ให้มีคุณค่าควรแก่การอนุรักษ์ สืบทอด และเผยแพร่ ภายใต้ระบบการศึกษาและการสร้างสรรค์อย่างเป็นแบบแผน ยังประโยชน์แก่วงวิชาการ การศึกษา ศิลปวัฒนธรรม และสารสนเทศ ทั้งในระดับภูมิภาค ระดับชาติ และระดับนานาชาติ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ในสถาบันอุดมศึกษาภาคอีสานใช้กระบวนการวิจัยเป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้าอย่างเป็นระบบ เพื่อวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลให้เกิดองค์ความรู้สำหรับใช้เป็นหลักการ ทฤษฎี หรือแนวความคิด ในการสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ กระบวนการวิจัยจึงเป็นกระบวนการสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมสนับสนุนให้ผลงานสร้างสรรค์มีความน่าเชื่อถือแผ้วถางซึ่งสาระและความบันเทิงควบคู่กัน นำมาซึ่งผลงานสร้างสรรค์ที่มีคุณภาพมาตรฐานตามหลักวิชาการ และวิชาชีพ ดังนั้น ผู้สร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ขององค์กร หน่วยงาน หรือศิลปินอิสระควรนำกระบวนการวิจัยไปปรับใช้เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ตลอดจนผลงานศิลปะแขนงอื่นๆ เพื่อให้เกิดคุณภาพมาตรฐานอย่างทัดเทียมกัน

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

การสร้างสรรค์ผลงานนาฏศิลป์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบันอุดมศึกษาภาคอีสานเป็นกระบวนการที่แต่ละสถาบันต่างดำเนินการ แม้มีความคล้ายคลึงกันแต่ก็ไม่มีมีการพิสูจน์และรับรองหลักการเพื่อกำหนดเป็นทฤษฎีอย่างเป็นทางการ จึงควรมีการศึกษาร่วมกันของกลุ่มสถาบันอุดมศึกษาภาคอีสานเพื่อสร้างหลักการทฤษฎีและระเบียบวิธีวิจัยเฉพาะสาขานาฏศิลป์ อันจะนำมาซึ่งความก้าวหน้าทางการศึกษา ทั้งนี้ โครงการความร่วมมือดังกล่าวจะก่อให้เกิดเครือข่ายความร่วมมือนาฏศิลป์อุดมศึกษาภาคอีสานจักเป็นประโยชน์ต่อการอุดมศึกษาสืบไป

ข้อจำกัดการวิจัย

การวิจัยนี้ดำเนินการเมื่อปี พ.ศ.2565 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ใช้กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2558 ชุดข้อมูลและรายละเอียดต่างๆ จึงมีความแตกต่างจากหลักสูตรและกระบวนการเรียนการสอนในปัจจุบัน (พ.ศ.2567) ทั้งนี้ เอกสารอ้างอิงบางฉบับที่ผู้วิจัยสืบค้นย้อนหลังไปมากกว่า 20 ปี มีวัตถุประสงค์เพื่อแสดงให้เห็นถึงการคงอยู่ของขนบจารีต และ แบบแผนในการเรียนการสอนนาฏศิลป์ ซึ่งบ่งชี้ได้ว่า การศึกษาสาขานาฏศิลป์มีองค์ความรู้เฉพาะที่ได้รับการสืบทอด เทียบเท่ากับทฤษฎีในศาสตร์อื่น ๆ อีกทั้งยังมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงเพื่อแสดงออกถึงความเป็นสหวิทยาเชิงบูรณาการอย่างแท้จริง



References

- Achayutthakan, M. (2004). *Fundamentals of choreography*. Bangkok : Chulalongkorn University.
- Iamsakul, C. (2011). *Art of Dance Choreography: Creative Thai Dance*. Bangkok : Thammasart University.
- Kamket, W. (2012). *Behavioral science research methods*. (3rd ed). Bangkok : Chulalongkorn University Press.
- Nakowong, S. (2022). *Development of the Classical Dance Instructional Packages Entitled "Choreography" Using Harrow's Performance Skills Model and Cooperative Learning Management for Mathayom Suksa 3 Students (Unpublished Master's Thesis)*. Sakon Nakhon Rajabhat University, Sakon Nakhon, Thailand.
- Natayakul, S. (2022). *Creating works in Thai classical dance*. Khon Kaen : Klangnana Vitthaya Printing House.
- Pothivechakul, S. (2007). *Thai classical dance education in the Rattanakosin era (Reign of King Rama IX)*. Bangkok : Suan Sunandha Rajabhat University.
- Sabpasri, P. (2023). *The Scenario of Curriculum Thai Classical Dance Education of Thailand (Unpublished Doctoral Thesis)*. Srinakharinwirot University, Bangkok, Thailand.
- Sinlarat, P. (1999). *Higher Education Administration: Principles and Guidelines According to the Reform Approach*. Bangkok : Office of the National Education Commission.
- Tepwong, S. (1998). *Thai classical dance: Dance for elementary teachers*. Bangkok : O.S. Printing House.
- Upamai, W. (2010). *Drama and theatre*. Bangkok : Chulalongkorn University Press.
- Vechsuruck, S. (2004). *Choreographic principle of Thanpuying Paew Sanithwongseni (Unpublished Doctoral dissertation)*. Chulalongkorn University, Bangkok, Thailand.
- Vingvorn, S. (2000). *Writing works in Thai classical dance*. Bangkok : Chulalongkorn University.
- Virulrak, S. (2004). *Principles of Thai classical dance performance*. Bangkok : Chulalongkorn University Press.
- Virulrak, S. (2006). *Thai classical dance in the reign of King Rama IX*. Bangkok : Chulalongkorn University Press.



การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมการแสดง ชุด รำลงสรงสุหร่ายอุรุต The Curriculum Development of the Training Course on Longsong Surai Unarut Dance

พิมสิริ วงศ์ชูชัยสิดิ¹ มาโนช บุญทองเล็ก^{2*} กัญชพร ต้นทอง³ และ ประวิทย์ ฤทธิบุญ⁴
Phimsiri Wongchuchaisitid,¹ Manoch Boontonglek,^{2*}
Kanchaporn Tunthong³ and Pravitt Rittibul⁴

Article History

Receive: August 7, 2024
Revised: August 27, 2024
Accepted: December 20, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมการแสดง ชุด รำลงสรงสุหร่ายอุรุต เพื่อศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และศึกษาความพึงพอใจของผู้เข้ารับการอบรมที่มีต่อหลักสูตรฝึกอบรม กลุ่มเป้าหมายการวิจัยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญการสอนนาฏศิลป์ไทย ผู้บริหาร อาจารย์ประจำหลักสูตร และนักศึกษา จำนวน 53 คน กลุ่มตัวอย่างการวิจัยใช้วิธีการคัดเลือกแบบอาสาสมัคร ได้แก่ นักศึกษานาฏศิลป์ไทยศึกษา (โขนพระ-ละครพระ) วิทยาลัยนาฏศิลปสุพรรณบุรี ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2566 จำนวน 10 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และหลักสูตรฝึกอบรม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าที ผลการวิจัยพบว่า 1) หลักสูตรฝึกอบรมการแสดง ชุด รำลงสรงสุหร่ายอุรุต มี 9 องค์ประกอบ ได้แก่ หลักการ จุดมุ่งหมายการฝึกอบรม โครงสร้าง ขอบข่ายเนื้อหา เวลาการอบรม แนวดำเนินการจัดอบรม กิจกรรมการอบรม การวัดและประเมินผล และโครงสร้างแผนการจัดการเรียนรู้และแผนการจัดการเรียนรู้ จำนวน 10 แผน รวม 10 วัน 26 ชั่วโมง 2) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลักสูตรฝึกอบรมการแสดง ชุด รำลงสรงสุหร่ายอุรุต ด้านความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมา รูปแบบ องค์ประกอบ และโอกาสที่ใช้ในการแสดง ชุด รำลงสรงสุหร่ายอุรุต พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงกว่าก่อนเรียน ซึ่งค่าที่อยู่ที่ระดับ 13.99* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านการปฏิบัติ การขับร้องเพลง การแสดง ชุด รำลงสรงสุหร่ายอุรุต พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของกลุ่มตัวอย่าง ครั้งที่ 2 สูงขึ้นกว่าครั้งที่ 1 และด้านทักษะการปฏิบัติท่ารำการแสดง ชุด รำลงสรงสุหร่ายอุรุต พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของกลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 16.00 จากคะแนนเต็ม 20 คะแนน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.49 และ 3) ความพึงพอใจของผู้เข้ารับการอบรมที่มีต่อหลักสูตรฝึกอบรมการแสดง ชุด รำลงสรงสุหร่ายอุรุต พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61

คำสำคัญ : การพัฒนาหลักสูตร ; หลักสูตรฝึกอบรม ; ลงสรง ; สุหร่าย ; รำลงสรงสุหร่ายอุรุต

¹ นักศึกษาปริญญาโท สาขานาฏศิลป์ศึกษา คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, Master's Degree Student in Performing Arts Education student, Faculty of Fine and Applied Arts, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

^{2,4} ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, Assistant Professor, Faculty of Fine and Applied Arts, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

³ อาจารย์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, Lecturer, Faculty of Fine and Applied Arts, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

* Corresponding Author Email: manoch_b@rmutt.ac.th



ABSTRACT

The purposes of this research article are to 1) develop a training curriculum for the Longsong Surai Unarut Dance series, 2) study students' academic achievement, and 3) study the satisfaction of the trainees towards the training course. The research target group was selected using purposive sampling, including 53 participants: experts of Thai dance teaching, administrators, curriculum instructors, and students. The research sample was selected using voluntary selection and consisted of 10 Thai Dance Studies (Khon Phra - Lakhon Phra) students at Suphanburi College of Dramatic Arts in the 2nd semester of the academic year 2023. The research tools consisted of a questionnaire, a structured interview form, and a training curriculum. The statistics used for data analysis were mean, standard deviation, and t-test. The results revealed that 1) the training curriculum for performing the Longsong Surai Unarut Dance comprised 9 elements: principles, training aims, structure, scope of content, training time, guidelines for organizing the training, training activities, measurement and evaluation, and the structure of the learning management plan and 10 lesson plans of learning management for a total of 10 days or 26 hours. 2) The students' academic achievement gained from the training course for the performance of the Longsong Surai Unarut Dance in terms of knowledge about the history, formats, elements, and occasions in the performance of the Longsong Surai Unarut Dance was higher than that before studying at a t-value of 13.99*, which was significantly different at the .05. The academic achievement of the sample group in the 2nd time was higher than that in the 1st time for the aspect of performance in terms of singing for performing, and the average score of academic achievement of the sample group was 16.00 out of 20 points with the standard deviation of 1.49 for the skills of performing dance. 3) The overall satisfaction of the trainees towards the training course for performing the Longsong Surai Unarut Dance was at the highest level with an average of 4.61.

Keywords : Curriculum Development ; Training Course ; Longsong ; Surai ; Longsong Surai Unarut Dance

บทนำ

สถานการณ์โลกปัจจุบัน กระแสการพัฒนาสังคมที่ส่งผลกระทบต่อประเทศไทยยังคงไม่หยุดนิ่ง ในการพัฒนาประเทศด้านต่างๆ สิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งที่จะสามารถเป็นตัวขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศได้ คือ การพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ จากการศึกษายุทธศาสตร์ชาติ ปีพหุศักราช 2561-2580 เห็นได้ว่า สามารถแบ่งประเด็นในการพัฒนาได้หลายประเด็น หนึ่งในนั้นคือการปฏิรูปกระบวนการเรียนรู้ที่ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลง ในศตวรรษที่ 21 โดยมุ่งเน้นพัฒนาผู้เรียนให้มีทักษะการเรียนรู้ และมีใจใฝ่เรียนรู้ตลอดเวลา มีการออกแบบระบบการเรียนรู้ใหม่ การเปลี่ยนบทบาทครู การเพิ่มประสิทธิภาพของระบบบริหารจัดการศึกษา และการพัฒนาระบบการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Office of the National Economic and Social Development Council, 2018) ซึ่งสอดคล้องกับพันธกิจและยุทธศาสตร์ของกระทรวงวัฒนธรรมในเรื่องของการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานในการจัดการศึกษา การวิจัย การบริหารจัดการองค์ความรู้ทางวัฒนธรรม การสร้างสรรค์และการสร้างนวัตกรรมด้านศาสนาและศิลปะ (Ministry of Culture, 2017)

วิทยาลัยนาฏศิลปสุพรรณบุรี เป็นหน่วยงานหนึ่งที่สังกัดอยู่ภายใต้สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กระทรวงวัฒนธรรม มีหน้าที่ในการจัดการศึกษาด้านนาฏศิลป์ ดุริยางคศิลป์ คีตศิลป์ และศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 3 ระดับ คือ ระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน ระดับอาชีวศึกษา และระดับอุดมศึกษา จะเห็นได้ว่าการจัดการศึกษาหลายระดับนั้น หลักสูตรถือเป็นสิ่งสำคัญ ที่จะเป็นตัวควบคุมกรอบแนวคิด และแนวทางการจัดการเรียนการสอนให้นักเรียน นักศึกษาได้เรียนรู้อย่างเป็นระบบ เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายที่สถานศึกษากำหนดไว้ (Phatthaphon, 2019) จากการศึกษาหลักสูตรศึกษาศาสตรบัณฑิต (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2562) สาขาวิชานาฏศิลป์ศึกษา (4 ปี) ของวิทยาลัยนาฏศิลปสุพรรณบุรี พบว่ามีการจัดการเรียนการสอนตามสาขาวิชาเอก คือ โขนพระ โขนยักษ์ โขนลิง ละครพระ และละครนาง ซึ่งมีหลักสูตรการแสดงชุดต่างๆ หลายชุด อาทิ การแสดงรำและระบำมาตรฐานการรำเพลงหน้าพาทย์ การรำตรวจพล การรำเดี่ยวและรำคู่ในการแสดงรำเดี่ยวของตัวละครพระ ในเรื่องของการรำลงทรง มีปรากฏในหลักสูตรศึกษาศาสตรบัณฑิต (หลักสูตรปรับปรุง

พ.ศ.2562) (4 ปี) คือ รำลางสรองโพนอิเหนา เท่านั้น แต่ยังขาดในเรื่องของการรำลางสรองชุดอื่นๆ ซึ่งมีกระบวนการทำรำ ที่งดงามแตกต่างกันออกไป การแสดง ชุด รำลางสรองสุหร่ายอุณรุท ถือเป็นการแสดงชุดสำคัญชุดหนึ่งที่สืบทอดต่อกันมาจากวังสวนกุหลาบ เป็นบทบาทของพระอุณรุท จากละครใน เรื่อง อุณรุท (Promsen and Chonthong, 2021) มีขนบธรรมเนียมในการรำแตกต่างจากการรำลางสรองชุดอื่นๆ อย่างชัดเจน เนื่องจากการรำลางสรองสุหร่ายอุณรุท ประกอบไปด้วยกระบวนการทำรำที่แสดงถึงการลงสรอง การทรงพระสุคนธ์ และการทรงเครื่อง ที่มีความประณีตงดงาม สอดคล้องกับบุคลิกและบทบาทของตัวละคร การเตาะเท้าหรือเล่นเท้า มีทั้งจังหวะช้าและเร็ว นอกจากนี้ ยังมีการนำเพลงหน้าพาทย์มาใช้ประกอบกับบทร้อง ซึ่งไม่ปรากฏในการแสดงรำลางสรองชุดใด (Meebosub, Interview March 3, 2024)

จากข้อมูลข้างต้น ประกอบกับการศึกษาเอกสาร ตำรา และงานวิจัย การแสดง ชุด รำลางสรองสุหร่ายอุณรุท ได้มีผู้รวบรวมองค์ความรู้ไว้หลายท่าน อย่างไรก็ตามเอกสาร ตำรา เหล่านี้เป็นเพียงการเก็บข้อมูลในเชิงคุณภาพ และการถ่ายทอดองค์ความรู้นั้น เป็นการถ่ายทอดองค์ความรู้จากครูสู่ลูกศิษย์เพียงคนเดียว ยังไม่ปรากฏผู้ได้นำข้อมูลมาจัดทำในเรื่องของการพัฒนาหลักสูตร ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญที่จะพัฒนานักศึกษาให้สอดคล้องตามนโยบายของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ และนโยบายของวิทยาลัยนาฏศิลปสุพรรณบุรี จึงต้องการนำองค์ความรู้เรื่องการแสดง ชุด รำลางสรองสุหร่ายอุณรุท ที่มีกระบวนการรำลางสรองที่แตกต่างจากชุดอื่น ๆ มาจัดทำเป็นหลักสูตรฝึกอบรม เพื่อเป็นการอนุรักษ์ สืบสานทำร้ายอันทรงคุณค่าที่ได้รับการสืบทอดจากบรมครูด้านนาฏศิลป์ไทยให้คงอยู่ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมการแสดง ชุด รำลางสรองสุหร่ายอุณรุท
2. เพื่อศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน หลักสูตรฝึกอบรมการแสดง ชุด รำลางสรองสุหร่ายอุณรุท
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้เข้ารับการอบรมที่มีต่อหลักสูตรฝึกอบรมการแสดง ชุด รำลางสรองสุหร่ายอุณรุท

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การพัฒนาหลักสูตร

หลักสูตร มีความหมายทั้งกว้างและแคบซึ่งแตกต่างกันออกไป จากการศึกษาความหมายของหลักสูตรจากแนวคิดของนักการศึกษาหลายท่าน สามารถกล่าวได้ว่าหลักสูตร คือ มวลประสบการณ์ทางการศึกษาทั้งหมดที่สถานศึกษาวางแผน และจัดให้ผู้เรียนได้เรียนรู้อย่างเป็นระบบเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้ (Phatthaphon, 2019) โดยมีองค์ประกอบสำคัญ 4 ประการ คือ 1) วัตถุประสงค์ (Educational Purpose) ที่โรงเรียนต้องการให้ผู้เรียนเกิดผล 2) ประสบการณ์ (Educational Experience) ที่โรงเรียนจัดขึ้นเพื่อให้จุดมุ่งหมายบรรลุผล 3) วิธีการจัดประสบการณ์ (Organizational of Educational Experience) เพื่อให้การสอนเป็นไปอย่างมีคุณภาพ และ 4) วิธีการประเมิน (Determination of What to Evaluate) เพื่อตรวจสอบจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ (Tyler, 1949) ทั้งนี้ก่อนการนำหลักสูตรไปใช้จะต้องมีการประเมินหลักสูตร เพื่อให้ทราบว่าหลักสูตรที่พัฒนาขึ้นนั้นมีคุณภาพเช่นใด ควรปรับปรุงหรือพัฒนาหรือไม่ โดยเกณฑ์การประเมินคุณภาพของหลักสูตรมี 3 ข้อ คือ 1) เกณฑ์ความเป็น วิทยาศาสตร์ ได้แก่ ความเที่ยงตรงภายใน ความเที่ยงตรงภายนอก ความเชื่อมั่น ความเป็นปณัย 2) เกณฑ์การนำไปปฏิบัติได้จริง ได้แก่ ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการประเมิน ความมีคุณค่าและความสำคัญ ความมีขอบเขตที่ชัดเจน ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสมของเวลา การเผยแพร่ผลการประเมิน และ 3) เกณฑ์ด้านความคุ้มค่า (Phatthaphon, 2015)

หลักสูตรศึกษาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานาฏศิลป์ศึกษา 4 ปี (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2562)

หลักสูตรศึกษาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานาฏศิลป์ศึกษา (4 ปี) ปรับปรุง พ.ศ.2562 เป็นหลักสูตรที่พัฒนามาจากหลักสูตรศึกษาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานาฏศิลป์ศึกษา (5 ปี) พ.ศ.2558 เพื่อให้เป็นไปตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรี สาขาครุศาสตร์และสาขาศึกษาศาสตร์ (หลักสูตร 4 ปี) พ.ศ.2562 มีความเหมาะสมทันสมัยขึ้น (Banditpatanasilpa Institute, Ministry of Culture, 2019) ทั้งยังสอดคล้องกับแผนนโยบายในการพัฒนาองค์กรของอธิการบดีสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ ในเรื่องของหลักสูตร คือ ให้มีการปรับหลักสูตรเดิม เพิ่มหลักสูตรใหม่ ขยายหลักสูตรระยะสั้น และสอดคล้องกับนโยบายของผู้อำนวยการวิทยาลัยนาฏศิลปสุพรรณบุรี คือ ให้มีการจัดทำหลักสูตรระยะสั้นด้านดนตรีและนาฏศิลป์ (Suphanburi College of Dramatic Arts, 2022) เนื้อหาของหลักสูตรที่เกี่ยวกับการแสดงรำเดี่ยวของสาขาวิชานาฏศิลป์ไทยโบราณและละครพระ ประกอบด้วย รำไหว้ครูชาตรี รำลางสรองโพน (อิเหนา) ฉุยฉายมานพ



กรมพระนารายณ์ และกรมพระอรุณ นอกจากนี้ หลักสูตรศึกษาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชานาฏศิลป์ศึกษา (4 ปี) ปรับปรุง พ.ศ.2562 ยังมีแนวทางการพัฒนาผลการเรียนรู้หมวดวิชาเฉพาะด้าน ได้แก่ ผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม และผลการเรียนรู้ด้านความรู้ (Bunditpatanasilpa Institute, Ministry of Culture, 2019)

การฝึกอบรม

การฝึกอบรม หมายถึง กระบวนการพัฒนาความรู้ ความเข้าใจ ความชำนาญ และทัศนคติของบุคคล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิด ความรู้ (Knowledge) ความเข้าใจ (Understand) ชำนาญ (Skill) และทัศนคติ (Attitude) (Krattanutta, 2013) การฝึกอบรมสามารถแบ่งออกได้หลายลักษณะ อาทิ 1) แบ่งตามลักษณะของผู้เข้ารับการฝึกอบรม (Trainee characteristic) 2) แบ่งตามลักษณะงานที่รับผิดชอบ (Job description) 3) แบ่งตามแหล่งของการฝึกอบรม (Sources of training) และ 4) แบ่งตามทักษะที่ต้องฝึก (Skills needed) นอกจากนี้ยังมีการแบ่งลักษณะของการฝึกอบรม ออกเป็นประเภทย่อย ๆ อีก 10 ประเภท ได้แก่ 1) การฝึกอบรมในขณะปฏิบัติงาน 2) การฝึกอบรมแบบการบรรยาย 3) การฝึกอบรมแบบการอภิปราย 4) การฝึกอบรมแบบเรียนรู้ด้วยตัวเอง 5) การฝึกอบรมแบบการให้คำปรึกษา 6) การฝึกอบรมแบบการสาธิต 7) การฝึกอบรมแบบการฝึกปฏิบัติ 8) การฝึกอบรมแบบการใช้กรณีศึกษา 9) การฝึกอบรมแบบการแสดงบทบาทสมมุติ และ 10) การฝึกอบรมแบบการใช้สถานการณ์จำลอง (Pamornkanasevit & Wongpinunwatana, 2018) โดยกระบวนการฝึกอบรมนั้น ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ 1) การคัดเลือกและออกแบบ การฝึกอบรม 2) การกำหนดวิธีการฝึกอบรมและสื่อ 3) การสร้างหรือพัฒนาเนื้อหาหลักสูตรและการฝึกอบรม 4) การดำเนินการฝึกอบรม และ 5) การประเมินและติดตามผล (Thurapaeng, 2021) หลังจากเสร็จสิ้นกระบวนการฝึกอบรม การวัดประเมินผลการฝึกอบรมถือเป็นขั้นตอนสำคัญที่จะทำให้ผู้จัดการอบรมนั้น ทราบว่าการจัดฝึกอบรมนั้นๆ มีผลเป็นอย่างไร ตรงตามเป้าหมายหรือจุดประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ การประเมินผลการฝึกอบรมนั้นเป็นการตัดสินคุณค่า ของโครงการหรือกิจกรรมการฝึกอบรม โดยใช้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องมาเทียบกับเกณฑ์การตัดสินที่กำหนด (Kanthanon, 2018) แบ่งการประเมินผลการฝึกอบรมออกได้เป็น 4 ระดับ คือ 1) การประเมินการตอบสนองของผู้เข้ารับการอบรม 2) การประเมิน การเรียนรู้ของผู้เข้ารับการอบรม 3) การประเมินพฤติกรรมของผู้เข้ารับการอบรม และ 4) การประเมินผลตอบแทนจากการอบรม

การรำล่งสร้งในการแสดงนาฏศิลป์ไทย

การรำล่งสร้ง ในวรรณคดีไทยเลียนแบบมาจากล่งสร้งและการแต่งตัวของพระมหากษัตริย์ เป็นการแสดง ที่มีความหมายถึง การอาบน้ำแต่งตัวของตัวละครที่มีฐานันดรศักดิ์เป็นพระมหากษัตริย์หรือเชื้อพระวงศ์ จะใช้เพลงล่งสร้ง ประกอบการอาบน้ำแต่งตัว (Kansamrit, 2015) โดยการรำล่งสร้งแบ่งออกเป็น 7 ประเภท ประกอบด้วย รำล่งสร้งปี่พาทย์ รำล่งสร้งสุร่าย รำล่งสร้งมอญ รำล่งสร้งลาว รำล่งสร้งแขก รำล่งสร้งโขน และรำล่งสร้งตลาด (Meebosub, Interview March 3, 2024) ซึ่งการรำล่งสร้งแต่ละครั้งจะมีจุดมุ่งหมายแตกต่างกันไปตามเหตุการณ์ของเรื่องนั้นๆ เช่น การรำล่งสร้ง ก่อนออกเดินทาง การรำล่งสร้งก่อนออกสงคราม การรำล่งสร้งก่อนปลอมตัว การรำล่งสร้งก่อนพบนาง เป็นต้น (Tubtimhin, 2018) นอกจากนี้ยังแบ่งลักษณะของการรำล่งสร้งออกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ การรำล่งสร้งเดี่ยว อาทิ ล่งสร้งโขนอิเหนา การรำล่งสร้งคู่ อาทิ ขมตลาดของอุณรุทกับนางศรีสีดา และการรำล่งสร้งแบบกลุ่ม อาทิ ล่งสร้งสี่กั๊กขันธ์ (Kansamrit, 2015)

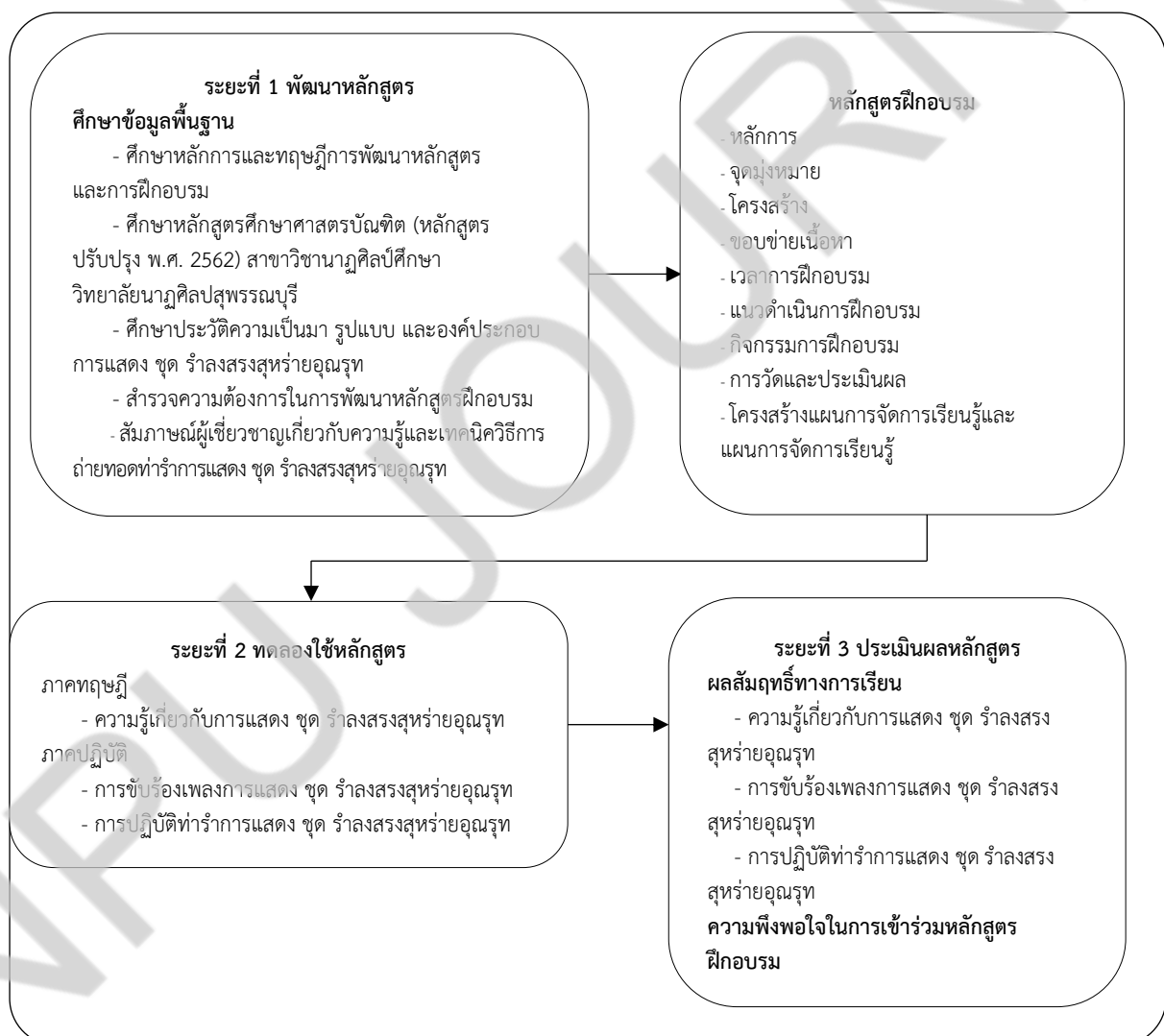
การแสดง ชุด รำล่งสร้งสุร่ายอุณรุท

การแสดง ชุด รำล่งสร้งสุร่ายอุณรุท เป็นการแสดงชุดหนึ่งที่อยู่ในการแสดงละครใน เรื่อง อุณรุท ตอน ศุภลักษณ์อุ้มสม ซึ่งเป็นบทพระราชนิพนธ์ของพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช เนื้อเรื่องกล่าวถึงตอนที่นางศุภลักษณ์ได้วาดรูป พระอุณรุทไปให้นางอุษาดู เมื่อนางอุษาจำได้ว่าเป็นบุรุษที่นางได้พบในความฝัน นางศุภลักษณ์จึงไปทูลเชิญพระอุณรุท ให้เสด็จไปพบนางอุษา ก่อนออกเดินทางพระอุณรุทได้มีการล่งสร้ง ประพรมเครื่องหอม และทรงเครื่องแต่งกายอย่างงดงาม การแสดงชุดนี้ถือเป็นการแสดงชุดสำคัญชุดหนึ่ง สันนิษฐานว่าสืบทอดมาจากครูละครหลวงในพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย (รัชกาลที่ 2) แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ โดยเจ้าจอมมารดาแย้ม (อิเหนา) หรือ “คุณโตแย้ม” พระสนมในรัชกาลที่ 2 ได้มีศิษย์รักคนหนึ่ง ซึ่งมีความสามารถในการเชิดการรำ มีความเฉลียวฉลาดและเขวาคดี สามารถรำได้ฝึไม่ลายมือเสมอกัน ท่านเลยยกชื่อให้แก่ศิษย์คนนั้นว่า “แย้ม” หรือ “หม่อมครูแย้ม (อิเหนา)” (Promsen & Chonthong, 2021) การแสดง ชุด รำล่งสร้งสุร่ายอุณรุท จะใช้ผู้แสดงที่มีพื้นฐานในพระหรือละครพระ ผู้แสดงจะแต่งกายยืนเครื่องพระขนยาวสีเหลือง ตามลักษณะของบทประพันธ์ของพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ที่ว่า “งามทรงเพียงองค์มอญ ประไพเพศ รัศมีฉวีเหลือง” (Phutthayotfa Chulalok Maharaj, 1972) ใช้วงปี่พาทย์เครื่องคู่บรรเลงประกอบการแสดงอุปกรณ์

ประกอบการแสดง ประกอบด้วย เติงหรือตั้งจำนวน 2 เติง ชั้นสาคร ชั้นน้ำ เครื่องพระสำอาง คันฉ่อง ตั่งเล็ก พระขรรค์ พานวางพระขรรค์ นอกจากนี้ การแสดง ชุด รำลงทรงสุหร่ายอุณรุท ยังมีขนบธรรมเนียมในการรำแตกต่างจากการรำลงทรง ชุดอย่างชัดเจน เนื่องจากการรำลงทรงสุหร่ายอุณรุท ประกอบไปด้วยกระบวนการทำรำที่แสดงถึงการลงทรง การทรงพระสุคนธ์ และการทรงเครื่อง ที่มีความประณีตงดงาม สอดคล้องกับบุคลิกและบทบาทของตัวละคร การเคาะเท้าหรือเล่นเท้ามีทั้งจังหวะช้า และเร็ว นอกจากนี้ ยังมีการนำเพลงเสมอมาใช้ประกอบกับบทร้อง ซึ่งไม่ปรากฏในการแสดงรำลงทรงชุดใด (Meebosub, Interview March 3, 2024)

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลพื้นฐานด้วยการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการพัฒนาหลักสูตร หลักสูตรศึกษาศาสตรบัณฑิต (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2562) สาขาวิชานาฏศิลป์ศึกษา การฝึกอบรม รวมทั้งสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับความรู้ เทคนิค และวิธีการถ่ายทอดทำการแสดง ชุด รำลงทรงสุหร่ายอุณรุท หลังจากนั้นนำข้อมูลมาสังเคราะห์และพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม นำหลักสูตรที่พัฒนาขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญประเมิน นำหลักสูตรไปทดลองใช้และประเมินผลหลักสูตร ผู้วิจัยได้แบ่งกระบวนการดำเนินงานออกเป็น 3 ระยะ ซึ่งมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยทางการศึกษาแบบผสมวิธี (Mixed Method Research) โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณในลักษณะคู่ขนาน โดยมีขั้นตอนในการดำเนินงานวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ระยะ ประกอบด้วย ระยะที่ 1 พัฒนาหลักสูตร ระยะที่ 2 ทดลองใช้หลักสูตร และระยะที่ 3 ประเมินผลหลักสูตร

กลุ่มเป้าหมาย

ระยะที่ 1 พัฒนาหลักสูตร

สอบถามความต้องการในการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมการแสดง ชุด รำลงสรสรุ่ยอุณรุท โดยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 52 คน ด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง และสัมภาษณ์เนื้อหาด้านทฤษฎีการแสดง ชุด รำลงสรสรุ่ยอุณรุทจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 1 คน ดังนี้

1. ผู้เชี่ยวชาญด้านนาฏศิลป์ไทย จำนวน 3 คน มีคุณสมบัติหรือเหตุผลในการคัดเลือกดังนี้
 - 1.1 เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ด้านการสอนและการแสดงนาฏศิลป์ไทยไม่ต่ำกว่า 30 ปี
 - 1.2 เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ด้านการสอนการแสดงประเภทรำลงสร
 - 1.3 มีตำแหน่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการสอนนาฏศิลป์ไทย (สาขาโขนพระ-ละครพระ) ในสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

พัฒนศิลป์

- 1.4 เคยชมการแสดง ชุด รำลงสรสรุ่ยอุณรุท ตามรูปแบบของครูวิระชัย มีบ่อทรัพย์
- 1.5 มีความยินยอมในการเข้าร่วมการวิจัย และยินยอมลงชื่อในเอกสารแสดงความยินยอมเข้าร่วม

การวิจัย

2. ผู้บริหารวิทยาลัยนาฏศิลปสุพรรณบุรี จำนวน 4 คน ได้แก่ ผู้อำนวยการวิทยาลัยนาฏศิลปสุพรรณบุรี รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการและงานวิจัย รองผู้อำนวยการฝ่ายศิลปวัฒนธรรม และรองผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร มีคุณสมบัติหรือเหตุผลในการคัดเลือกดังนี้

- 2.1 ดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการหรือรองผู้อำนวยการวิทยาลัยนาฏศิลปสุพรรณบุรี
- 2.2 ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการนำหลักสูตรฝึกอบรมการแสดง ชุด รำลงสรสรุ่ยอุณรุท ไปใช้
- 2.3 มีความยินยอมในการเข้าร่วมการวิจัย และยินยอมลงชื่อในเอกสารแสดงความยินยอมเข้าร่วม

การวิจัย

3. อาจารย์ประจำหลักสูตรศึกษาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานาฏศิลป์ศึกษา (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2562) จำนวน 5 คน มีคุณสมบัติหรือเหตุผลในการคัดเลือกดังนี้

- 3.1 ดำรงตำแหน่งอาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาวิชานาฏศิลป์ไทย วิทยาลัยนาฏศิลปสุพรรณบุรี
- 3.2 มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรีในสาขาวิชานาฏศิลป์
- 3.3 มีความยินยอมในการเข้าร่วมการวิจัย และยินยอมลงชื่อในเอกสารแสดงความยินยอมเข้าร่วม

การวิจัย

4. นักศึกษาวิทยาลัยนาฏศิลปสุพรรณบุรี จำนวน 40 คน มีคุณสมบัติหรือเหตุผลในการคัดเลือกดังนี้

- 4.1 เป็นนักศึกษาสาขานาฏศิลป์ไทย (โขนพระ-ละครพระ) ชั้นปริญญาตรีปีที่ 1 - 4 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2566 ของวิทยาลัยนาฏศิลปสุพรรณบุรี
- 4.2 มีความยินยอมในการเข้าร่วมการวิจัย และยินยอมลงชื่อในเอกสารแสดงความยินยอมเข้าร่วม

การวิจัย

5. การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

สัมภาษณ์เนื้อหาด้านทฤษฎีเกี่ยวกับการแสดง ชุด รำลงสรสรุ่ยอุณรุท จากผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่ คุณครูวิระชัย มีบ่อทรัพย์ ผู้เชี่ยวชาญการสอนนาฏศิลป์ไทย (โขนพระ) สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ เนื่องจากเป็นเพียงท่านเดียวที่ยังมีชีวิตอยู่ ที่ได้รับสืบทอดกระบวนการทำรำการแสดง ชุด รำลงสรสรุ่ยอุณรุท มาจากคุณครูอุดม กุลเมธพันธ์ ที่เป็นสายตรงสืบทอดมาจากคุณครูมูล ยมะคุปต์ บรมครูนาฏศิลป์ไทย

ระยะที่ 2 ทดลองใช้หลักสูตร และระยะที่ 3 ประเมินผลหลักสูตร

ทดลองใช้หลักสูตรและประเมินผลการใช้หลักสูตร โดยกลุ่มเป้าหมายเป็นนักศึกษาสาขานาฏศิลป์ไทยศึกษา (โขน-ละครพระ) ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2566 ที่มีความสนใจในหลักสูตรฝึกอบรมการแสดง ชุด รำลงทรงสุหร่ายอุณรุท จำนวน 10 คน ด้วยวิธีการคัดเลือกแบบอาสาสมัคร (Voluntary Selection) หลังจากนั้นนำผลจากการประเมินมาปรับปรุงแก้ไขเพื่อใช้ในโอกาสต่อไป

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ระยะที่ 1 พัฒนาหลักสูตร

1. แบบสอบถามความต้องการในการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมการแสดง ชุด รำลงทรงสุหร่ายอุณรุท สำหรับผู้เชี่ยวชาญ ผู้บริหาร อาจารย์ประจำหลักสูตร และนักศึกษา วิทยาลัยนาฏศิลปสุพรรณบุรี สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ แบบเลือกตอบ (Checklist) จำนวน 3 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมการแสดง ชุด รำลงทรงสุหร่ายอุณรุท และตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ/ความคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมการแสดง ชุด รำลงทรงสุหร่ายอุณรุท นำแบบสอบถามเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน เพื่อหาค่าความสอดคล้องระหว่างแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย (IOC) (Kunkaew, 2019) ประกอบด้วย ด้านการสอนนาฏศิลป์ไทย ด้านหลักสูตรและการสอน และด้านการวัดและประเมินผล ได้ค่าเท่ากับ 0.9 หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มเป้าหมาย

2. แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structure Interview) เป็นคำถามปลายเปิดจำนวน 2 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับความรู้เรื่องการแสดง ชุด รำลงทรงสุหร่ายอุณรุท จำนวน 4 ข้อ ตอนที่ 2 เทคนิควิธีการถ่ายทอดท่ารำการแสดง ชุด รำลงทรงสุหร่ายอุณรุท จำนวน 3 ข้อ นำแบบสัมภาษณ์เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน เพื่อหาค่าความสอดคล้องระหว่างแบบสัมภาษณ์กับวัตถุประสงค์การวิจัย (IOC) (Kunkaew, 2019) ประกอบด้วย ด้านการสอนนาฏศิลป์ไทย ด้านหลักสูตรและการสอน และด้านการวัดและประเมินผล ได้ค่าเท่ากับ 1 หลังจากนั้นนำแบบสัมภาษณ์ไปใช้กับกลุ่มเป้าหมาย

ระยะที่ 2 ทดลองใช้หลักสูตร

ในการทดลองใช้หลักสูตรระยะที่ 2 ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการสอบถามความต้องการในการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมการแสดง ชุด รำลงทรงสุหร่ายอุณรุท และการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structure Interview) ในระยะที่ 1 มาพัฒนาเป็นหลักสูตรฝึกอบรมการแสดง ชุด รำลงทรงสุหร่ายอุณรุท ประกอบด้วยเนื้อหา จำนวน 10 หัวข้อ ได้แก่ หลักการจุดมุ่งหมายการอบรม โครงสร้าง ขอบข่ายเนื้อหา เวลาการอบรม แนวดำเนินการจัดอบรม กิจกรรมการอบรม การวัดและประเมินผล โครงสร้างแผนการจัดการเรียนรู้ และแผนการจัดการเรียนรู้ ระยะเวลา 10 วัน รวม 26 ชั่วโมง นำหลักสูตรฝึกอบรมเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน เพื่อหาค่าความสอดคล้องระหว่างหลักสูตรฝึกอบรมกับวัตถุประสงค์การวิจัย (IOC) (Kunkaew, 2019) ประกอบด้วย ด้านการสอนนาฏศิลป์ไทย ด้านหลักสูตรและการสอน และด้านการวัดและประเมินผล ได้ค่าเท่ากับ 0.9 หลังจากนั้นนำหลักสูตรฝึกอบรมไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

ระยะที่ 3 ประเมินผลหลักสูตร

1. แบบทดสอบความรู้ เรื่อง ประวัติความเป็นมา รูปแบบ องค์ประกอบ และโอกาสที่ใช้ในการแสดง ชุด รำลงทรงสุหร่ายอุณรุท แบบปรนัย 4 ตัวเลือก จำนวน 20 ข้อ นำแบบทดสอบความรู้เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน เพื่อหาค่าความสอดคล้องระหว่างแบบทดสอบความรู้กับวัตถุประสงค์การวิจัย (IOC) (Kunkaew, 2019) ประกอบด้วย ด้านการสอนนาฏศิลป์ไทย ด้านหลักสูตรและการสอน และด้านการวัดและประเมินผล ได้ค่าเท่ากับ 0.9 หลังจากนั้นนำแบบทดสอบความรู้ไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

2. แบบประเมินทักษะการปฏิบัติ ประกอบด้วย

2.1 แบบประเมินทักษะการปฏิบัติร้องเพลงการแสดง ชุด รำลงทรงสุหร่ายอุณรุท มีประเด็นการประเมิน จำนวน 4 ข้อ ประกอบด้วย เนื้อเพลงถูกต้องตามอักขระและภาษา ร้องเพลงได้ถูกต้องตามจังหวะ น้ำเสียงถูกต้องตามทำนองเพลง และความมั่นใจในการร้องเพลง

2.2 แบบประเมินทักษะการปฏิบัติท่ารำการแสดง ชุด รำลงทรงสุหร่ายอุณรุท มีประเด็นการประเมิน จำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วย ปฏิบัติท่ารำได้ถูกต้องตามนาฏยศัพท์ ปฏิบัติท่ารำได้ถูกต้องตามจังหวะ ปฏิบัติท่ารำได้ถูกต้องตามทำนองเพลง มีความมั่นใจในการปฏิบัติท่ารำ และใช้อุปกรณ์ประกอบการแสดงได้ถูกต้อง



นำแบบประเมินทักษะการปฏิบัติเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน เพื่อหาค่าความสอดคล้องระหว่างแบบประเมินทักษะการปฏิบัติกับวัตถุประสงค์การวิจัย (IOC) (Kunkaew, 2019) ประกอบด้วย ด้านการสอนนาฏศิลป์ไทย ด้านหลักสูตรและการสอน และด้านการวัดและประเมินผล ได้ค่าเท่ากับ 0.9 หลังจากนั้นนำแบบประเมินทักษะการปฏิบัติไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

3. แบบสอบถามความพึงพอใจในการเข้าร่วมหลักสูตรฝึกอบรมการแสดง ชุด รำลงทรงสุหร่ายอุดร จำนวน 3 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม แบบเลือกตอบ (Checklist) ตอนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจ ที่มีต่อการเข้าร่วมหลักสูตรฝึกอบรมการแสดง ชุด รำลงทรงสุหร่ายอุดร แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ มีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

มากที่สุด	มีค่าเท่ากับ	5 คะแนน
มาก	มีค่าเท่ากับ	4 คะแนน
ปานกลาง	มีค่าเท่ากับ	3 คะแนน
น้อย	มีค่าเท่ากับ	2 คะแนน
น้อยที่สุด	มีค่าเท่ากับ	1 คะแนน

ตอนที่ 3 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ แบ่งออกเป็น ด้านครูผู้สอน ด้านความรู้ ด้านการจัดกิจกรรมการฝึกอบรม ด้านระยะเวลา/สถานที่/อาหาร นำแบบสอบถามความพึงพอใจเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน เพื่อหาค่าความสอดคล้องระหว่างแบบสอบถามความพึงพอใจกับวัตถุประสงค์การวิจัย (IOC) (Kunkaew, 2019) ประกอบด้วย ด้านการสอนนาฏศิลป์ไทย ด้านหลักสูตรและการสอน และด้านการวัดและประเมินผล ได้ค่าเท่ากับ 0.9 หลังจากนั้นนำแบบสอบถามความพึงพอใจไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. นำหลักสูตรฝึกอบรมการแสดง ชุด รำลงทรงสุหร่ายอุดร ที่พัฒนาขึ้นไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้
2. ทำการทดสอบก่อนเรียน (Pre-test) และหลังเรียน (Post-test) กับกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบทดสอบชนิดปรนัย เลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 20 ข้อ 20 คะแนน
3. ดำเนินการอบรมภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ หลังจากนั้นให้กลุ่มทดลองได้ลงมือปฏิบัติจริง
4. ทำการทดสอบทักษะการปฏิบัติการร้องเพลงและทักษะการปฏิบัติท่าการแสดง ชุด รำลงทรงสุหร่ายอุดร
5. ให้กลุ่มตัวอย่างประเมินความพึงพอใจในการเข้ารับการฝึกอบรมการแสดง ชุด รำลงทรงสุหร่ายอุดร

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) วิเคราะห์คุณภาพเครื่องมือโดยใช้การหาความเที่ยงตรง ค่าประสิทธิภาพ ค่าความยากง่าย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ T-Test (Dependent)

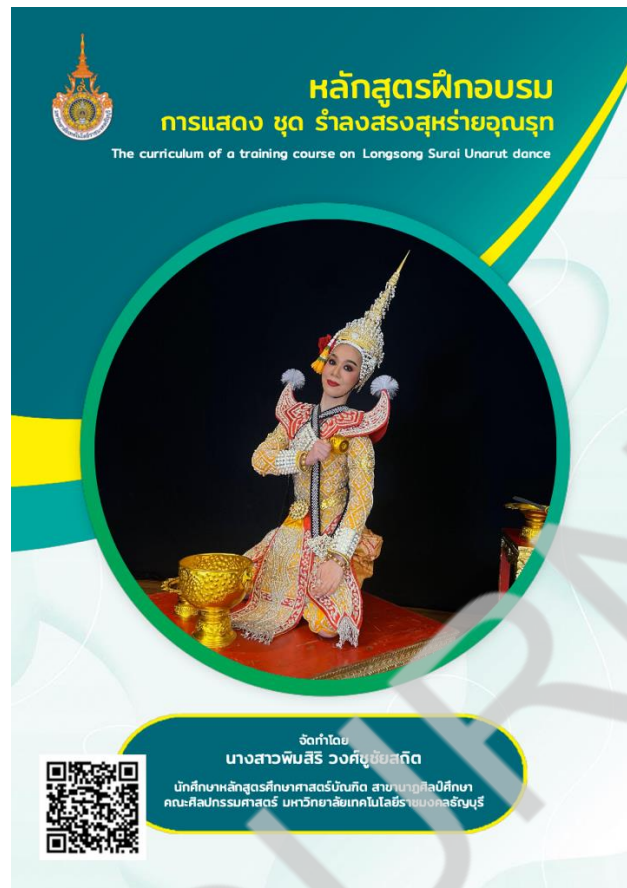
ผลการวิจัยและอภิปรายผล

1. ผลการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมการแสดง ชุด รำลงทรงสุหร่ายอุดร พบว่า หลักสูตรฝึกอบรมฯ ประกอบด้วย 1) หลักการ 2) จุดมุ่งหมายการฝึกอบรม 3) โครงสร้าง 4) ขอบข่ายเนื้อหา 5) เวลาการอบรม 6) แนวดำเนินการจัดอบรม 7) กิจกรรมการอบรม 8) การวัดและประเมินผล และ 9) โครงสร้างแผนการจัดการเรียนรู้และแผนการจัดการเรียนรู้ จำนวน 10 แผน รวม 10 วัน 26 ชั่วโมง โดยมีกระบวนการพัฒนาหลักสูตร 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ศึกษาเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการพัฒนาหลักสูตร สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการแสดง ชุด รำลงทรงสุหร่าย หลังจากนั้นสอบถามความต้องการในการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม และนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม 2) การนำหลักสูตรฝึกอบรมการแสดง ชุด รำลงทรงสุหร่ายอุดร ไปทดลองใช้ และ 3) การสอบถามความพึงพอใจของผู้เข้ารับการอบรมที่มีต่อหลักสูตรฝึกอบรมการแสดง ชุด รำลงทรงสุหร่ายอุดร ตรงกันกับ Phattaphon (2024) ที่กล่าวถึง การพัฒนาหลักสูตรของโอลิวิ (Peter F. Oliva) ว่ามีรูปแบบการพัฒนาหลักสูตรอยู่ 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การวางแผนและออกแบบหลักสูตร 2) การใช้หลักสูตร และ 3) การประเมินหลักสูตร สอดคล้องกับ Atkumpai (2022) ที่กล่าวว่า หลักสูตรฝึกอบรมการเสริมสร้างสมรรถนะด้านการจัดการเรียนรู้ ตามกรอบแนวคิดความรู้ในเนื้อหาศาสตร์การสอนและเทคโนโลยี (TPACK) มีการกระบวนการพัฒนาหลักสูตร 3 ขั้นตอน ได้แก่

1) การศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการสำรวจความต้องการในการใช้หลักสูตร 2) ร่างและพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม และ 3) ศึกษาผลของการใช้หลักสูตร

นอกจากนี้ผลการประเมินและตรวจสอบคุณภาพหลักสูตรฝึกอบรมการแสดง ชุด รำลงทรงสุหร่ายอุณรุท จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน โดยใช้การหาค่าความสอดคล้อง (IOC) พบว่า หลักสูตรฝึกอบรมการแสดง ชุด รำลงทรงสุหร่ายอุณรุท มีผลรวมคะแนนเฉลี่ย 4.73 ค่า IOC = 0.9 สรุปได้ว่าหลักสูตรมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย สามารถนำไปใช้ได้ ทั้งนี้เนื่องจากผู้วิจัยมีการศึกษาเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตร รวมถึงสัมภาษณ์ข้อมูลด้านทฤษฎีและด้านปฏิบัติเกี่ยวกับการแสดง ชุด รำลงทรงสุหร่ายอุณรุท จากคุณครูวิระชัย มีบ่อทรัพย์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการสอนนาฏศิลป์ไทย (โขนพระ) สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ ทำให้ผู้วิจัยสามารถพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย อีกทั้งยังมีการสอบถามความต้องการหลักสูตรฝึกอบรมการแสดง ชุด รำลงทรงสุหร่ายอุณรุท จากผู้เชี่ยวชาญด้านการสอนนาฏศิลป์ไทย สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ ผู้บริหาร อาจารย์ประจำหลักสูตร และนักศึกษาจากวิทยาลัยนาฏศิลปสุพรรณบุรี สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ ก่อนการพัฒนาหลักสูตร ทำให้สามารถพัฒนาหลักสูตรไปในรูปแบบที่เหมาะสมและตรงกับความต้องการสัมพันธ์กับ Kanongmaak (2019) ที่ผลการประเมินคุณภาพหลักสูตรหลักสูตร “ฟ้อนออนซอนงามอนไ่อ่คำ” กลุ่มสาระการเรียนรู้ศิลปะ ชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น มีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด สามารถนำหลักสูตรไปใช้ได้ แต่ต่างกันที่วิธีการประเมินคุณภาพหลักสูตรที่ใช้วิธีการให้ผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ประเมินโดยใช้มาตราประมาณค่า 5 ระดับ

การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมการแสดง ชุด รำลงทรงสุหร่ายอุณรุท ครั้งนี้ พบว่า นอกจากจะได้หลักสูตรฝึกอบรมมาที่พัฒนาขึ้นตรงตามความต้องการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องแล้ว ยังเป็นการรวบรวมองค์ความรู้สำคัญเกี่ยวกับการแสดง ชุด รำลงทรงสุหร่ายอุณรุท จากการสัมภาษณ์คุณครูวิระชัย มีบ่อทรัพย์ เช่น ด้านการสืบทอดกระบวนการทำรำ มีการสืบทอดต่อกันมาตั้งแต่สมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย สู่ครุวงษ์สวนกุหลาบ โดยมีคุณครูลมูล ยมะคุปต์ (ละครพระ) ถ่ายทอดให้กับคุณครูอุดม กุลเมธพันธ์ (โขนพระ) หลังจากนั้นคุณครูอุดม กุลเมธพันธ์ ได้ถ่ายทอดทำรำต่อให้กับคุณครูวิระชัย มีบ่อทรัพย์ (โขนพระ) และคุณครูวิระชัย มีบ่อทรัพย์ ได้ถ่ายทอดให้กับลูกศิษย์อีก 4 คน ได้แก่ นายพัชรพล เหล่าดี (โขนพระ) นายอิสริยพรหมเสน (โขนพระ) นางสาวณัฐมน พรหมจำปา (ละครพระ) และนางสาวพิมลสิริ วงศ์ชูชัยสิดิต (ละครพระ) ด้านวิธีการถ่ายทอดทำรำจากคุณครูอุดม กุลเมธพันธ์ สู่คุณครูวิระชัย มีบ่อทรัพย์ ครูจะเริ่มต้นด้วยการรำนำ หลังจากนั้นจะให้รำตาม โดยจะเน้นเรื่องของการปฏิบัติทำรำให้มีความสอดคล้องกับจังหวะและทำนองเพลงมากที่สุด เรื่องเทคนิควิธีการรำ คุณครูอุดม จะไม่ได้บอกกล่าวในเรื่องของเทคนิคในการรำอย่างชัดเจน แต่ท่านจะใช้วิธีการรำนำเพื่อให้ลูกศิษย์ดูเป็นตัวอย่าง เช่น การกำมือ หลวมๆ การชะอ้อนตัว และการใช้สายตา เพื่อแสดงให้เห็นถึงความหอม ความอ่อนหวาน และความสดชื่น ขณะที่รำลงทรงส่วนการเล่นท่าแบบต่างๆ จะต้องทำให้มีความกระฉับกระเฉง เป็นต้น ด้านการเตรียมความพร้อมก่อนการฝึกปฏิบัติทำรำนั้น จะแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน คือ 1. การสอนให้เข้าใจในประวัติที่มา เนื้อเรื่อง รูปแบบและองค์ประกอบการแสดง 2. การฝึกจดจำเนื้อเพลงและฝึกร้องเพลง และ 3. การเตรียมความพร้อมก่อนการปฏิบัติ (Warm Up) ด้านการฝึกปฏิบัติทำรำ คุณครูวิระชัย จะรำนำแล้วให้ลูกศิษย์รำตาม ขณะที่ต่อทำรำจะค่อยๆ ต่อทำทีละคำครูจะคอยบอกรายละเอียดของท่ารำเพื่อให้ปฏิบัติได้ถูกต้อง โดยจะเริ่มต้นด้วยการให้ลูกศิษย์ร้องเองรำเองก่อน เพื่อเป็นการประเมินการร้องเพลงและความสอดคล้องระหว่างทำนองเพลงกับท่ารำ เมื่อรำได้แล้วครูจึงจะให้รำเข้ากับเพลง ครูจะคอยประเมินการปฏิบัติท่ารำและคอยชี้แนะอยู่เสมอ หลังจากนั้นจะให้ลูกศิษย์ได้ลองฝึกรำกับพื้นที่หรือเวทีแสดงจริง



ภาพที่ 2 หลักสูตรฝึกอบรมการแสดง ชุด รำล่องสรงสุหร่ายอุรุธ

2. ผลการศึกษาลักษณะการรับรู้เกี่ยวกับการเรียน หลักสูตรฝึกอบรมการแสดง ชุด รำล่องสรงสุหร่ายอุรุธ แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมา รูปแบบ องค์ประกอบ และโอกาสที่ใช้ในการแสดง ชุด รำล่องสรงสุหร่ายอุรุธ 2) ด้านทักษะการปฏิบัติการเล่นการแสดง ชุด รำล่องสรงสุหร่ายอุรุธ และ 3) ด้านทักษะการปฏิบัติท่ารำ การแสดง ชุด รำล่องสรงสุหร่ายอุรุธ

2.1 ด้านความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมา รูปแบบ องค์ประกอบ และโอกาสที่ใช้ในการแสดง ชุด รำล่องสรงสุหร่ายอุรุธ ผู้วิจัยทำการทดสอบก่อนเรียน (Pre-test) และหลังเรียน (Post-test) กับกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบทดสอบ ชนิดปรนัยเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 20 ข้อ 20 คะแนน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง ประวัติความเป็นมา รูปแบบ องค์ประกอบ และโอกาสที่ใช้ ในการแสดง ชุด รำล่องสรงสุหร่ายอุรุธ โดยใช้สถิติ t-test ในการทดสอบความแตกต่างก่อนและหลังเรียน

การทดสอบ	n	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig
ก่อนเรียน	10	9.90	3.65	13.99*	.00
หลังเรียน	10	18.70	1.34		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 1 พบว่า คะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของกลุ่มตัวอย่างหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน มีค่าเฉลี่ยก่อนเรียนเท่ากับ 9.90 และหลังเรียนเท่ากับ 18.70 จากคะแนนเต็ม 20 คะแนน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้วิจัยใช้วิธีสอนแบบบรรยาย (Lecture Method) ผสมผสานกับวิธีสอนโดยใช้เกม (Game) ซึ่งเหมาะสมกับการสอนเนื้อหาด้านทฤษฎี ทำให้กลุ่มตัวอย่างเกิดความพึงพอใจและมีผลสัมฤทธิ์ที่สูงขึ้น ดังผลการสอบถามความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมหลักสูตรฝึกอบรมการแสดง ชุด รำล่องสรงสุหร่ายอุรุธ ที่กล่าวว่า “เป็นกิจกรรมที่ดี การบรรยายไม่หนักจนเกินไป มีการนำเกมเข้ามาให้เล่น เวลาตอบคำถามหรือทดสอบความรู้ ทำให้ไม่น่าเบื่อ” ตรงกันกับ Rattanaumong (2018) ที่กล่าวว่า ผลสัมฤทธิ์

ทางการเรียนวิชานาฏศิลป์ด้วยการสอนรูปแบบทางตรง ผสมผสานทักษะปฏิบัติของเดวิสสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 ด้านความรู้เกี่ยวกับการแสดงรำวงมาตรฐาน นักเรียนมีคะแนนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน และ Kanongmaak (2019) ที่กล่าวว่า นักเรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวข้องกับฟอนออนซอนงามจนไต่ค่ากับวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านนาฏศิลป์พื้นเมืองอีสานหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ .01 และผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ที่ร้อยละ 80 นอกจากนี้ยังสัมพันธ์กับ Hanmongkolpipat (2018) ที่ได้นำเกมเข้ามาใช้ในการจัดการเรียนการสอน และกล่าวว่า การจัดกิจกรรมการเรียนการสอนในรูปแบบเกมคาซูท! เป็นวิธีการสอนที่แปลกใหม่ แตกต่างจากการสอนแบบเดิมๆ ทำให้การเรียนเกิดความสนุกสนานเพลิดเพลินได้ความรู้และจำเนื้อหาได้ง่าย และสอดคล้องกับ kunpon (2023) ที่กล่าวว่า คะแนนเฉลี่ยผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐานหลังเรียนสูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 70 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.5 ซึ่งอาจเป็นเพราะการใช้เกม ในขั้นนำเข้าสู่บทเรียนขั้นสอน และขั้นสรุปความรู้

2.2 ด้านทักษะการปฏิบัติการร้องเพลงการแสดง ชุด รำลงสรสุหร่ายอุณรุท ผู้วิจัยได้ดำเนินการอบรมภาคปฏิบัติ หลังจากนั้น ดำเนินการทดสอบทักษะการปฏิบัติการร้องเพลงการแสดง ชุด รำลงสรสุหร่ายอุณรุท จำนวน 2 ครั้ง ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง ทักษะการปฏิบัติการร้องเพลงการแสดง ชุด รำลงสรสุหร่ายอุณรุท ครั้งที่ 1 และครั้งที่ 2

ประเด็นการประเมิน	การทดสอบครั้งที่ 1		การทดสอบครั้งที่ 2	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
1. เนื้อเพลงถูกต้องตามอักขระและภาษา (คะแนนเต็ม 4 คะแนน)	2.70	0.23	3.60	0.27
2. ร้องเพลงได้ถูกต้องตามจังหวะ (คะแนนเต็ม 2 คะแนน)	1.20	0.18	1.90	0.10
3. น้ำเสียงถูกต้องตามทำนองเพลง (คะแนนเต็ม 2 คะแนน)	1.00	0.00	1.00	0.00
4. ความมั่นใจในการร้องเพลง (คะแนนเต็ม 2 คะแนน)	1.00	0.00	1.00	0.00
คะแนนเฉลี่ยรวม	6.00	0.74	8.00	0.53

จากตารางที่ 2 พบว่า คะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง ทักษะการปฏิบัติการร้องเพลงการแสดง ชุด รำลงสรสุหร่ายอุณรุท ครั้งที่ 1 และครั้งที่ 2 พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของกลุ่มเป้าหมาย ครั้งที่ 2 สูงขึ้นกว่าครั้งที่ 1 โดยครั้งที่ 1 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.00 จากคะแนนเต็ม 10 คะแนน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.74 และครั้งที่ 2 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 8.00 จากคะแนนเต็ม 10 คะแนน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.53 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการออกแบบการวัดและประเมินผลการปฏิบัติ การร้องเพลงการแสดง ชุด รำลงสรสุหร่ายอุณรุท ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบครั้งที่ 1 ในแผนการจัดการเรียนรู้ที่ 2 และทำการทดสอบครั้งที่ 2 ในแผนการจัดการเรียนรู้ที่ 10 ซึ่งเป็นแผนสุดท้าย ทำให้ระหว่างที่ฝึกปฏิบัติทำรำระหว่างแผนการจัดการเรียนรู้ที่ 3-9 กลุ่มตัวอย่างจะมีระยะเวลาในการฝึกร้องเพลงควบคู่กับการฝึกปฏิบัติทำรำมากขึ้น เนื่องจากเพลงการแสดงชุด รำลงสรสุหร่ายอุณรุท เป็นเพลงร้องอัตราจังหวะ 2 ชั้น ลักษณะเพลงค่อนข้างช้า และมีการเอื้อนมาก ดังผลการสอบถามความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมหลักสูตรฝึกอบรมการแสดง ชุด รำลงสรสุหร่ายอุณรุท ที่กล่าวว่า “เพลงลงสรสุหร่าย เป็นเพลงที่ร้องยากมาก เอื้อนเยอะ โขคดีที่ถึงเนื้อเพลงจะเยอะ แต่ใช้ทำนองเดียวกันทุกบท เวลาต่อทำรำแต่ละครั้งครูคอยสอนร้องให้สะท้อน ทำให้จำได้ไม่ยาก แต่ก็เพลงที่ทำหายมากๆ” จะเห็นได้ว่าการร้องเพลงให้ได้นั้นมีความสำคัญเป็นอย่างมาก ตรงกันกับ Phothiwatchekul (1994) ที่กล่าวว่า การเปลี่ยนทุกท่ารำจะต้องมีความสัมพันธ์กับเนื้อร้อง จังหวะ และดนตรี หากมีการกำหนดท่ารำหนึ่งต้องจบที่จังหวะใด ผู้แสดงจะต้องรำให้ตรงกับเนื้อร้องหรือจังหวะที่กำหนดไว้ให้พอดี ไม่ควรจบท่ารำก่อนหรือหลังจังหวะที่กำหนดไว้ จะถือว่าเป็นการรำที่ไม่ตรงจังหวะ แนวคิดนี้สัมพันธ์กับ Gosinanont (2005) ที่กล่าวว่า ควรให้นักเรียนฝึกร้องเพลงประกอบกับการฝึกรำไปพร้อมๆ กัน เพื่อให้ นักเรียนสามารถร้องเพลงที่รำได้อย่างถูกต้องด้วยตนเอง เพื่อเวลาที่นักเรียนกลับไปฝึกซ้อมท่ารำ จะได้สามารถร้องเองรำเองได้อย่างถูกต้อง



2.3 ด้านทักษะการปฏิบัติทำรายการแสดง ชุด รำลงสรสูงห้วยอุณรุท หลังจากที่ได้วิจัยดำเนินการอบรมเสร็จสิ้น ได้ดำเนินการทดสอบทักษะการปฏิบัติทำรายการแสดง ชุด รำลงสรสูงห้วยอุณรุท ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง ทักษะการปฏิบัติทำรายการแสดง ชุด รำลงสรสูงห้วยอุณรุท

ประเด็นการประเมิน	การทดสอบการปฏิบัติทำรายการแสดง ชุด รำลงสรสูงห้วยอุณรุท	
	$\bar{X}$	S.D.
1. ปฏิบัติทำรำได้ถูกต้องตามนาฏยศัพท์ (คะแนนเต็ม 4 คะแนน)	3.30	0.48
2. ปฏิบัติทำรำได้ถูกต้องตามจังหวะ (คะแนนเต็ม 4 คะแนน)	2.80	0.42
3. ปฏิบัติทำรำได้ถูกต้องตามทำนองเพลง (คะแนนเต็ม 4 คะแนน)	2.80	0.42
4. มีความมั่นใจในการปฏิบัติทำรำ (คะแนนเต็ม 4 คะแนน)	3.30	0.48
5. ใช้อุปกรณ์ประกอบการแสดงได้ถูกต้อง (คะแนนเต็ม 4 คะแนน)	3.80	0.42
คะแนนเฉลี่ยรวม	16.00	1.49

จากตารางที่ 3 พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง ทักษะการปฏิบัติทำรายการแสดง ชุด รำลงสรสูงห้วยอุณรุท ของกลุ่มเป้าหมายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 16.00 จากคะแนนเต็ม 20 คะแนน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.49 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะหลักสูตรฝึกอบรมการแสดง ชุด รำลงสรสูงห้วยอุณรุท การฝึกปฏิบัติทำรำแบ่งออกเป็น 6 ครั้ง เป็นการฝึกที่ค่อยเป็นค่อยไป โดยการฝึกแต่ละครั้ง ผู้วิจัยจะใช้วิธีการรำนำเพื่อให้นักเรียนดูเป็นตัวอย่าง หลังจากนั้นจะให้นักเรียนรำตามที่ละท่า โดยผู้วิจัยจะคอยช่วยจับท่ารำ บอกข้อบกพร่อง และช่วยแก้ไขท่ารำอยู่เสมอ ดังผลการสอบถามความพึงพอใจของผู้เข้ารับการอบรมที่มีต่อหลักสูตรฝึกอบรมการแสดง ชุด รำลงสรสูงห้วยอุณรุท ที่กล่าวว่า “คุณครูสอนละเอียดมาก ค่อยๆ สอนให้ปฏิบัติท่ารำทีละท่า ไม่รีบร้อน จนทำให้พวกหนูสามารถปฏิบัติท่ารำได้” และ “ครูสอนละเอียดมากๆ และก็คอยจับท่ารำทุกๆ คน” ตรงกับ Boontonglek (2020) ที่กล่าวถึงสาระสำคัญของรูปแบบการสอนที่ศิลปินแห่งชาติปฏิบัติตรงกัน และยึดถือสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น คือ 1) การสอนให้รู้ 2) การทำให้ดู และ 3) การอยู่ให้เห็น ในด้านการอยู่ให้เห็นนั้น คือ การที่ครูคอยควบคุมดูแลผู้เรียนขณะที่ฝึกปฏิบัติอยู่ตลอดเวลา ถ่ายทอดเนื้อหาความรู้จากง่ายไปสู่เนื้อหาที่ยาก และในขณะที่ผู้เรียนรำ ครูจะต้อง จับท่ารำ และคอยแก้ไขข้อบกพร่องให้ โดยการให้ความรู้ทางด้านทักษะปฏิบัติทางด้านนาฏศิลป์ไทย อีกทั้งยังสอดคล้องกับ Khammani (2014) ที่กล่าวว่า การพัฒนาทักษะด้านปฏิบัติจะต้องให้ผู้เรียนได้ฝึกปฏิบัติทักษะย่อยๆ ให้ได้ก่อน หลังจากนั้นจึงเชื่อมโยงทักษะต่างๆ เข้าด้วยกันจนเป็นทักษะใหญ่ ซึ่งจะช่วยให้ผู้เรียนประสบผลสำเร็จได้ดีและรวดเร็วขึ้น

3. ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้เข้ารับการอบรมที่มีต่อหลักสูตรฝึกอบรมการแสดง ชุด รำลงสรสูงห้วยอุณรุท พบว่า ความพึงพอใจของผู้เข้ารับการอบรมที่มีต่อหลักสูตรฝึกอบรมการแสดง ชุด รำลงสรสูงห้วยอุณรุท โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านจะพบว่า กลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจด้านครูผู้สอนมากที่สุด รองลงมาได้แก่ด้านกิจกรรมการฝึกอบรม ตามด้วยด้านความรู้ และน้อยที่สุดคือด้านระยะเวลาและสถานที่ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะหลักสูตรฝึกอบรมการแสดง ชุด รำลงสรสูงห้วยอุณรุท มีความสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากผู้วิจัยได้มีการสอบถามความต้องการในการพัฒนาหลักสูตรก่อนการฝึกอบรม ทำให้สามารถพัฒนาหลักสูตรไปในรูปแบบที่เหมาะสมและตรงกับ ความต้องการ ตรงกันกับ Tienjatsad (2019) ที่กล่าวว่า ครูที่ได้รับการฝึกอบรมหลักสูตรฝึกอบรมครูเพื่อพัฒนาทักษะการจัดการเรียนรู้ วิทยาการคำนวณ ระดับปฐมวัย มีความพึงพอใจต่อหลักสูตรฝึกอบรมในระดับมากที่สุด เนื่องจากรูปแบบการจัดการอบรมมีการวิเคราะห์ความต้องการในการฝึกอบรม (Need Assessment) เป็นขั้นตอนแรกของการจัด การฝึกอบรมอย่างเป็นระบบ การวิเคราะห์ดังกล่าวจะช่วยให้ทราบข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการออกแบบและพัฒนาโครงการฝึกอบรม เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการและเกิดประโยชน์สูงสุด ทั้งยังสัมพันธ์กับ Sirivisalsuwan (2019) ที่กล่าวว่า เริ่มต้นพัฒนาหลักสูตรด้วยการสอบถามความต้องการจำเป็นสำหรับการพัฒนาหลักสูตรเสริมสร้างทักษะชีวิตในยุคดิจิทัล สำหรับนักเรียน

ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นของโรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร และผลการศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อหลักสูตร พบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจต่อหลักสูตรในระดับมากที่สุด นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Pulamool (2023) ที่กล่าวว่า ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อกิจกรรมเสริมหลักสูตรนาฏศิลป์ เรื่อง การใช้อาวุธในละครเสภา โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.89 และสอดคล้องกับ Khiewchoum (2018) ที่กล่าวว่า ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อการเรียนนาฏศิลป์ไทย ของนักเรียนโรงเรียนนาวิกโยธินบูรณะ จังหวัดชลบุรี พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดโดยรวม และรายด้าน ได้แก่ ด้านอาจารย์ผู้สอน ด้านเพลงรำและท่ารำ ด้านเพื่อนร่วมชั้นเรียนวิชานาฏศิลป์ไทย และด้านบรรยากาศในการเรียน

สรุปผลการวิจัย

1. การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมการแสดง ชุด รำลงทรงสุหร่ายอุณรุท มีกระบวนการพัฒนา 3 ขั้นตอน คือ 1) การวางแผนและออกแบบหลักสูตร 2) การใช้หลักสูตร และ 3) การประเมินหลักสูตร ประกอบด้วยเนื้อหา 9 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) หลักการ 2) จุดมุ่งหมายการฝึกอบรม 3) โครงสร้าง 4) ขอบข่ายเนื้อหา 5) เวลาการอบรม 6) แนวดำเนินการจัดอบรม 7) กิจกรรมการอบรม 8) การวัดและประเมินผล และ 9) โครงสร้างแผนการจัดการเรียนรู้และแผนการจัดการเรียนรู้ จำนวน 10 แผน รวม 10 วัน 26 ชั่วโมง

2. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ด้านความรู้ของกลุ่มตัวอย่างหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน มีค่าเฉลี่ยก่อนเรียนเท่ากับ 9.90 และหลังเรียนเท่ากับ 18.70 จากคะแนนเต็ม 20 คะแนน ด้านทักษะการปฏิบัติการร้องเพลงการแสดง ชุด รำลงทรงสุหร่ายอุณรุท คะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของกลุ่มตัวอย่างครั้งที่ 2 สูงขึ้นกว่าครั้งที่ 1 โดยครั้งที่ 1 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.00 จากคะแนนเต็ม 10 คะแนน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.74 และครั้งที่ 2 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 8.0 จากคะแนนเต็ม 10 คะแนน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.53 ด้านทักษะการปฏิบัติท่ารำการแสดง ชุด รำลงทรงสุหร่ายอุณรุท ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง ทักษะการปฏิบัติท่ารำการแสดง ชุด รำลงทรงสุหร่ายอุณรุท ของกลุ่มเป้าหมายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 16.00 จากคะแนนเต็ม 20 คะแนน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.49

3. การศึกษาความพึงพอใจของผู้เข้ารับการอบรมที่มีต่อหลักสูตรฝึกอบรมการแสดง ชุด รำลงทรงสุหร่ายอุณรุท พบว่า ความพึงพอใจของผู้เข้ารับการอบรมที่มีต่อหลักสูตรฝึกอบรมการแสดง ชุด รำลงทรงสุหร่ายอุณรุท โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านจะพบว่า กลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจด้านครูผู้สอนมากที่สุด รองลงมาได้แก่ด้านกิจกรรมการฝึกอบรม ตามด้วยด้านความรู้ และน้อยที่สุดคือด้านระยะเวลาและสถานที่

ประโยชน์ที่รับจากการวิจัย

1. สถานศึกษาสามารถนำไปกำหนดเป็นนโยบายและเป็นแนวทางการจัดทำหลักสูตรการฝึกอบรมประเภท การพัฒนาทักษะการรำเดี่ยว เป็นต้นแบบในการพัฒนาทักษะของนักศึกษาวิทยาลัยนาฏศิลป์อื่นๆ

2. ได้ต้นแบบหลักสูตรฝึกอบรมการแสดง ชุด รำลงทรงสุหร่ายอุณรุท ด้วยกระบวนการจัดการเรียนรู้ตามเทคนิค และวิธีการถ่ายทอดความรู้ของคุณครูวิระชัย มีบ่อทรัพย์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการสอนนาฏศิลป์ไทย (โขนพระ) สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

3. ได้สร้างนวัตกรรมการสืบสานเทคนิคและกระบวนการถ่ายทอดท่ารำการแสดง ชุด รำลงทรงสุหร่ายอุณรุท ของคุณครูวิระชัย มีบ่อทรัพย์

4. นักศึกษาสาขานาฏศิลป์ไทย (โขน-ละครพระ) ได้ชุดการพัฒนาทักษะการแสดงด้านการรำเดี่ยว ประเภทการรำลงทรง

5. เป็นแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรฐานสมรรถนะด้านทักษะการปฏิบัตินาฏศิลป์และส่งเสริมการพัฒนาหลักสูตร รูปแบบการจัดการเรียนรู้เชิงวิชาการด้วยการจัดการเรียนรู้นาฏศิลป์ไทย



ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. การนำหลักสูตรฝึกอบรมการแสดง ชุด รำล่องสรสสุร่ายอุณรุท ไปใช้ ครูผู้สอนควรได้รับการฝึกฝนทักษะการแสดงดังกล่าวจากผู้เชี่ยวชาญที่มีความชำนาญ และเชี่ยวชาญ เนื่องจากเป็นการแสดงที่มีรายละเอียดที่แสดงถึงชั้นเชิงในการแสดงออกทางด้านทักษะที่บ่งบอกถึงลักษณะเด่นประจำตัว (ลีลา) และต้องใช้ทักษะหลายอย่างในการปฏิบัติ หากได้รับการฝึกฝนในด้านทักษะการแสดงดังกล่าวจากผู้เชี่ยวชาญ จะส่งเสริมให้การจัดการเรียนการสอนเป็นไปอย่างถูกต้องและสมบูรณ์ตามจารีตที่กำหนด
2. ควรพัฒนากิจกรรมแต่ละแผนการจัดการเรียนรู้ให้มีความหลากหลายและเหมาะสมกับช่วงวัยของผู้เข้ารับการอบรมมากยิ่งขึ้น โดยการสอดแทรกรูปแบบ เทคนิค วิธีการต่างๆ ที่เหมาะสมต่อผู้เรียนในแต่ละช่วงวัย เพื่อเป็นการส่งเสริมให้การเรียนรู้ได้ดียิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ระยะเวลาที่ใช้ในการทดสอบความรู้ก่อนเรียนและหลังเรียนด้านความรู้ที่มีระยะเวลาใกล้เคียงกัน อาจทำให้กลุ่มตัวอย่างสามารถจดจำข้อผิดพลาดจากการทดสอบก่อนเรียนได้ หากมีการทดสอบซ้ำ (Test-retest Reliability) ในช่วงระยะเวลาที่ต่างกัน อาจทำให้ทราบความคงทนของผลสัมฤทธิ์ด้านความรู้ได้
2. การวัดและประเมินผลสัมฤทธิ์ด้านการปฏิบัติท่ารำ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านนาฏศิลป์ไทยที่มีประสบการณ์ในด้านการแสดง ชุด รำล่องสรสสุร่ายอุณรุท หรือผู้เชี่ยวชาญด้านการเรียนการสอนนาฏศิลป์ไทย จะทำให้ได้ข้อเสนอแนะในการปฏิบัติท่ารำที่ถูกต้องและชัดเจนมากขึ้น
3. ควรมีการพัฒนาหลักสูตรประเภทการฝึกอบรมในชุดการแสดงอื่นๆ เพื่อเป็นนวัตกรรมในการพัฒนาผู้เรียนให้มีสมรรถนะที่สูงขึ้น ใช้เป็นเครื่องมือที่มีความทันสมัย บูรณาการศาสตร์การสอนของครูร่วมกับเทคโนโลยี เพื่อเป็นการช่วยส่งเสริมให้ผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียนสูงขึ้นทั้งในด้านทฤษฎี ด้านการปฏิบัติ ด้านจิตพิสัย นอกจากนี้จำนวนผู้เรียนไม่ควรเฉพาะเจาะจง เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมแต่ละครั้ง

ข้อจำกัดการวิจัย

1. ผู้เข้ารับการอบรมจะต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความรู้พื้นฐานด้านนาฏศิลป์ไทย โขนพระหรือละครพระ ที่ผ่านการเรียนรู้เพลงช้า เพลงเร็ว แม่บทใหญ่ และระบำสี่บท ของหลักสูตรศึกษาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานาฏศิลป์ศึกษา (4 ปี) (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2562)
2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยมีจำนวนน้อย ผลที่ได้จึงเป็นผลเฉพาะกลุ่ม ไม่สามารถสรุปไปยังบริบทอื่นได้ หากจะทำการวิจัยในลักษณะเดียวกันควรเพิ่มกลุ่มตัวอย่างให้มากขึ้น

References

- Atkampai, V. (2022). *Development of a Training Curriculum for Enhancing Learning Management Competencies Based on the TPACK Framework in Science Teaching and Technology* (Unpublished Doctoral dissertation). Mahasarakham University, Maha Sarakham, Thailand.
- Boontonglek, M. (2020). *Development of a Thai Performing Arts Learning Model Towards Global Citizenship* (Unpublished Doctoral dissertation). Rajamangala University of Technology Thanyaburi, Pathum Thani, Thailand.
- Bunditpatanasilpa Institute, Ministry of Culture. (2019). *Bachelor of Education Program in Arts Education (4 Years), Major in Performing Arts Education (Revised Curriculum 2019)*. Nakhon Pathom : College of Dramatic Arts.
- Gosinanont, R. (2005). *Thai Dance Glossary*. Bangkok : Thai Cultural Foundation.
- Hanmongkolpipat, P. (2018). A Study of Game-based Learning: Activities in Teaching and Learning. Retrieved March 2024, from <https://so04.tcithaijo.org/index.php/edj/article/view/261853/182550>.



- Kanongmaak, C. (2019). *Development of a Course Curriculum on "Beautiful Dance Performance of Pretty Ai Kham" in the Arts Learning Substance Group for Junior High School Students. (Unpublished Master's thesis)*. Sakon Nakhon Rajabhat University. Sakon Nakhon, Thailand.
- Kansamrit, N. (2015). *The creation of the performance "Phra Lor Long Song"*. Nakhon Pathom : College of Dramatic Arts, Bunditpatanasilpa Institute.
- Kanthanon, S. (2018). *Training and Seminar Management*. Phuket : Community Development Department, Phuket Rajabhat University.
- Khammani, T. (2014). *The science of teaching*. (18th ed.). Bangkok : Chulalongkorn University Press.
- Khiewchoum, P. (2018). A study of satisfaction with learning Thai dance among students at Nawigyonburana School, Chonburi Province. *Journal of Performing Arts*. 2(Supplement),45-55.
- Krattanutta, M. (2013). *Training Handbook: Professional Training*. Nonthaburi : Think Beyond.
- Kunkaew, A. (2019). *New Approaches in Educational Measurement and Evaluation*. (3rd ed.). Bangkok : Chulalongkorn University Press.
- Kunpon, S. (2023). Learning Management Using Game-based Learning to Improve Mathematics Learning Outcomes of Grade 7 Students. *Journal of Educational Research, Mahasarakham University*, 11(2),247-259.
- Meebosub, W. (2024, 3rd March). *Longsong Surai dance*. Interview.
- Ministry of Culture. (2017). *5-year operational plan (2023-2027)*. Retrieved March 2024, from https://www.nesdc.go.th/download/document/SAC/NS_SumPlanOct2018.pdf
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2018). *National strategy (2018-2037)*. Retrieved March 2024, from https://www.nesdc.go.th/download/document/SAC/NS_SumPlanOct2018.pdf
- Pamornkanasevit, N. and Wongpinunwatana, N. (2018). Matching Training Methods and IT Skills. *Journal of Information systems in Business*, 4(3),66-85.
- Phatthaphon, M. (2015). *Curriculum Evaluation for Learning and Development*. (2nd ed.). Bangkok : Charansanitwong Printing.
- Phatthaphon, M. (2019). *Principles of Curriculum Development*. Bangkok : Curriculum and Learning Innovation Leadership Center.
- Phatthaphon, M. (2024). *Contemporary Curriculum Development Models*. (2nd ed.). Bangkok : Curriculum and Learning Innovation Leadership Center.
- Phothiwatchekul, S. (1994). *Thai Traditional Art Education*. Bangkok : Department of Thai Dance, Faculty of Fine Arts, Chulalongkorn University.
- Phutthayotfa Chulalok Maharaj, His Majesty King. (1972). *The play Unarut: A royal composition by King Phutthayotfa Chulalok Maharaj*. Bangkok : Rung Ruang Tham.
- Promsen, I. & Chonthong, P. (2021). *Dance movements of Long Song Suharai : A case study of teacher Wirachai Meeborsap (Unpublished Bachelor's thesis)*. College of Dramatic Arts, Bunditpatanasilpa Institute, Chanthaburi, Thailand.
- Pulamoon, K. (2023). Development of Extra-CurricularActivities on The Topic of Weapon Used in Sepha Dance Dramas. *Journal of Fine Arts Research and Applied Arts*, 10(2),114-131.
- RattanaJamnong, M. (2018). *Development of Learning Performance in Thai Dance Studies through Direct Blended Teaching Method with Davies's Practical Skills for Grade 5 Elementary Students (Unpublished Master's thesis)*. Rangsit University, Pathum Thani, Thailand.
- Sirivisalsuwan, P. (2019). *Development of a Life Skills Enhancement Curriculum in the Digital Era for Junior high school level of Bangkok Schools (Unpublished Doctoral dissertation)*. Silpakorn University, Nakhon Pathom, Thailand.



- Suphanburi College of Dramatic Arts, (2022). *Bachelor of Education Program in Arts Education (4 Years), Major in Performing Arts Education (Revised Curriculum 2019)*. Suphanburi : Suphanburi College of Dramatic Arts.
- Thurapaeng, W. (2021). *The development of training activities using collaborative learning technique via social media for business for promote warehouse knowledge and participation behavior of employee in food industry business organization (Unpublished Master's thesis)*. Silpakorn University, Nakhon Pathom, Thailand.
- Tienjatsada, P. (2019). *Development of teacher training curriculum to enhance learning management skills in computational science for early childhood education: A case study of the Educational Service Area Office in Buri Ram, District 3*. Retrieved March 2024, from http://www.ska2.go.th/reis/data/research/25640617_161412_2413.pdf
- Tubtimhin, N. (2018). *Long song Dance : The Bathing of Lord Shiva*. Nakhon Pathom : College of Dramatic Arts.
- Tyler, R. W. (1949). *Basic Principles of Curriculum and Instruction*. Chicago : The university of Chicago press.



นวัตกรรมสื่อเพลงพื้นบ้านเพื่อสร้างความรู้เท่าทันอาชญากรรมทางเทคโนโลยีในผู้สูงอายุ Innovative Folk Song Media to Create Technological Crime Awareness Among the Elder

กัญญา ตูพีจิตร¹ และ ระวีวรรณ วรรณวิไชย²
Kanya Toopichit¹ and Rawiwan Wanwichai²

Article History
Receive: May 30, 2024
Revised: July 19, 2024
Accepted: July 23, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนานวัตกรรมสื่อเพลงพื้นบ้าน สร้างความรู้เท่าทันอาชญากรรมทางเทคโนโลยีในผู้สูงอายุ โดยเปรียบเทียบผลก่อน และหลังการทดลอง และศึกษาความพึงพอใจ โดยมีเครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ นวัตกรรมสื่อเพลงพื้นบ้านฯ แบบวัดระดับความรู้เท่าทันอาชญากรรมทางเทคโนโลยี และแบบประเมินความพึงพอใจ ซึ่งกลุ่มเป้าหมายคือ ผู้สูงอายุ ณ ศูนย์พัฒนาคุณภาพชีวิตบ้านฟ้ารังสิต จังหวัดปทุมธานี จำนวน 20 คน โดยการเลือกแบบเจาะจง จากแบบวัดระดับความรู้เท่าทันฯ เก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยใช้สถิติทดสอบที (Paired Simple T-test) ผลการวิจัยพบว่า 1) การพัฒนานวัตกรรมสื่อเพลงพื้นบ้านฯ เป็นการบูรณาการเพลงพื้นบ้าน ร่วมกับบทบาทสมมติ และการใช้สื่อเทคโนโลยี ผสมผสานออกมาในรูปแบบของแผนกิจกรรม จำลองสถานการณ์ของมิชชัน และเหยื่อ ตามประเด็นต่างๆ ของอาชญากรรมทางเทคโนโลยี มุ่งเน้นให้เกิดการเรียนรู้ผ่านบทเพลง และเผชิญสถานการณ์เสมือนจริง เกิดเป็นประสบการณ์การเรียนรู้ รวมทั้งสิ้น 7 กิจกรรม ใช้ระยะเวลา 7 ครั้ง ครั้งละ 1 ชั่วโมง 30 นาที 2) ผลการทดลองที่วิเคราะห์ด้วยสถิติ T-test พบว่าค่าคะแนนเฉลี่ยหลังการทดลองสูงกว่าก่อนการทดลอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3) ความพึงพอใจของผู้สูงอายุที่มีต่อนวัตกรรมสื่อเพลงพื้นบ้านอยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ : นวัตกรรม ; สื่อเพลงพื้นบ้าน ; การรู้เท่าทัน ; อาชญากรรมทางเทคโนโลยี ; ผู้สูงอายุ

¹ นักศึกษาปริญญาโท สาขาศิลปศึกษา (ศิลปะการแสดงศึกษา) คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, Master's Degree Student, Department of Art Education (Performing Arts Studies), Faculty of Fine and Applied Arts, Srinakharinwirot University

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, Assistant Professor, Faculty of Fine and Applied Arts, Srinakharinwirot University



ABSTRACT

The objectives of this research are to develop innovative folk music media, to create technological crime awareness among the elders by comparing the pre- and post-experiment's results, and to study satisfaction. The research tools consisted of innovative folk music media, a technological crime literacy level test, and a satisfaction assessment form. The sample included 20 elders at the Baan Fah Rangsit Quality of Life Development Center in Pathum Thani province using purposive sampling selection using the data from the data from a technological crime literacy level test. The data was analyzed using percentages, means, standard deviations, and testing the differences in means using a t-test statistic (Paired Samples T-test). The results of the research found that: 1) the development of innovative folk music media is an integration of folk songs with role playing and the use of technological media combined in the form of an activity plan to simulate the situation of criminals and victims according to various technological crime issues, focusing on creating learning through songs and facing virtual situations, getting seven learning experience activities for seven times and using one hour and a half each time; (2) the results of the experiment analyzed with T-test statistics found that the average score of post-experiment was significantly higher than the pre-experiment at the .05 level; and (3) the satisfaction of the elders towards innovation of folk music media was at the highest level.

Keywords : Innovation ; Folk Music Media ; Awareness ; Technological Crimes ; Elder

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงของสังคมในปัจจุบัน ที่เทคโนโลยีคือวิถีชีวิต หากสังเกตความเปลี่ยนแปลงจากสิ่งใกล้ตัวในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา สมาร์ทโฟนจากที่เคยเป็นเพียงเครื่องมือสื่อสาร ใช้ในการเข้าถึงโซเชียลมีเดียหรือสื่อบันเทิงต่างๆ ได้กลายมาเป็นเครื่องมือในการทำธุรกรรมส่วนใหญ่ของชีวิตประจำวัน เรียกได้ว่า เป็นยุคที่เทคโนโลยีก้าวหน้าและกลายมาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันไปแล้ว จนอาจกล่าวได้ว่าโลกทุกวันนี้คือ โลกแห่งดิจิทัล หรือเรียกอีกอย่างว่า “เทคโนโลยีดิจิทัล” โลกยุคใหม่ที่เทคโนโลยีคือวิถีชีวิต (Plastics, 2021) แต่ในทางกลับกัน มีสิ่งที่พัฒนารูปแบบวิธีการไปตามความทันสมัยของเทคโนโลยีไม่แพ้กัน คือ อาชญากรรมทางเทคโนโลยี หรือรูปแบบการฉ้อโกงธุรกรรมทางการเงิน ที่นำเทคโนโลยี มาใช้เป็นเครื่องมือในการหลอกลวงผู้อื่น เป็นปัญหาที่แพร่ระบาดเป็นวงกว้างและสร้างความเสียหายให้กับประชาชน โดยเฉพาะกลุ่มของผู้สูงอายุจากสถิติการรายงานของคณะกรรมการการคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ (Federal Trade Commission : FTC) พบว่ากว่าร้อยละ 80 ของเหยื่อที่ถูกฉ้อโกง ต้มตุ๋น และหลอกลวง จะเป็นผู้ที่มียุ่่มากกว่า 65 ปี (Bunphan, 2015) ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลจากการสำรวจในประเทศไทย จากมูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุในปี 2560 พบว่า กลุ่มผู้สูงอายุ อายุ 60-69 ปี มีความเสี่ยงในการตกเป็นเหยื่อมากที่สุด (Tuikamphir, 2021) โดยเฉพาะกลุ่มมีฉาชีพออนไลน์ จากการศึกษาพฤติกรรมพบว่าผู้สูงอายุไทยมีปัญหาในการเข้าถึงข้อมูลอย่างปลอดภัย เพราะข้อมูลบนออนไลน์เปลี่ยนแปลงรวดเร็ว ทำให้หลายคนถูกหลอกหรือถูกโกงมากขึ้น (Sukkabot, 2022) ซึ่งอาชญากรรมทางเทคโนโลยีกำลังเป็นภัยที่ส่งผลกระทบต่อเนื่อง ทั้งเศรษฐกิจและสังคม เหยื่อ มักจะประสบกับความเครียด บางรายอ้วติวินิบาตกรรม มีภาวะหนี้สิน สูญเงิน จนนำไปสู่ปัญหาสุขภาพจิต ตามมาจากปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญว่ากลุ่มผู้สูงอายุควรได้รับการช่วยเหลืออย่างเร่งด่วน ด้วยรูปแบบและวิธีการที่สอดคล้องกับการเรียนรู้ตามช่วงวัย และความสนใจ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้อย่างเต็มศักยภาพ โดยศึกษาพบว่ารูปแบบการเรียนรู้แบบไม่เป็นทางการ หรือการเรียนรู้เชิงศิลปะการแสดง เป็นรูปแบบที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ ซึ่งรูปแบบดังกล่าว มีลักษณะเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับรูปแบบศิลปะการแสดงพื้นบ้านของไทย โดยเฉพาะการแสดง “เพลงพื้นบ้าน” ที่เป็นการร้องเพลงประกอบท่าทางหรือท่ารำ มีการเคลื่อนไหวอย่างอิสระตามความรู้สึก ซึ่งเพลงพื้นบ้าน เป็น “สื่อพื้นบ้าน” ชนิดหนึ่ง หมายถึงเครื่องมือหรือช่องทางในการสื่อสารข้อมูล มีความโดดเด่นในเรื่องของความใกล้ชิดกับผู้คน แม้ในปัจจุบันมีช่องทางสื่อมากมายที่กระจายข่าว เตือนภัย เรื่องอาชญากรรมทางเทคโนโลยีมากมาย แต่หากประชาชนรับความรู้ผ่านสื่อหลักไม่เข้าใจ การมีสื่อพื้นบ้านก็จะเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะเผยแพร่ข้อมูล สร้างความเข้าใจให้ประชาชนได้อย่างใกล้ชิดและแนบเนียน เพราะ สื่อพื้นบ้านเป็นการถ่ายทอดผ่านเสียงร้อง ทำนองเพลง ที่เป็นเอกลักษณ์วัฒนธรรม โดยเฉพาะวัยสูงอายุ

ที่มีความคุ้นเคย และผูกพันกับวัฒนธรรมพื้นบ้านของตนเองเป็นอย่างดี (Chakkamanon et al., 2021) ทั้งนี้พบอีกวิธีการที่น่าสนใจและสอดคล้องเหมาะสมในการสร้างประสบการณ์การเรียนรู้สำหรับผู้สูงอายุ คือ “ศิลปะการแสดงละคร” โดยเฉพาะกิจกรรมการแสดงบทบาทสมมติ ที่สามารถบูรณาการในการจัดการเรียนรู้และเสริมสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ให้แก่ผู้สูงอายุ อีกทั้งในงานวิจัยของ Lin et al. (2022) ได้นำบทบาทสมมติไปใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างการเรียนรู้และกระตุ้นความทรงจำให้แก่ผู้สูงอายุที่มีภาวะถดถอยของความทรงจำได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วย

ดังนั้น ผู้วิจัยจะได้บูรณาการนำศิลปะการแสดงเพลงพื้นบ้าน มาประยุกต์ร่วมกับการแสดงบทบาทสมมติ และผนวกกับการใช้เทคโนโลยี พัฒนางค์ประกอบของกิจกรรม โดยใช้เครื่องมือสื่อสาร ซึ่งเป็นช่องทางที่มีงานวิจัยใช้ทดลองเพื่อมาประยุกต์ร่วมด้วย เพื่อพัฒนาสร้างสรรค์กิจกรรม ส่งเสริมความสามารถในการจดจำเนื้อหาสาระองค์ความรู้ที่สำคัญและจำเป็น นำไปสู่การลดความเสี่ยงในการถูกหลอกลวง ทั้งนี้ การทำกิจกรรมเพลงพื้นบ้านที่สอดคล้องกับพฤติกรรมการเรียนรู้ของผู้สูงอายุ จะช่วยเสริมสร้างแรงจูงใจและส่งเสริมให้ผู้สูงอายุรู้สึกกล้าที่จะหันมาทำกิจกรรมและให้ความสำคัญกับเนื้อหาสาระที่แฝงไปกับกิจกรรม ทั้งยังเป็นการแสดงให้เห็นถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น เกิดความภาคภูมิใจในตนเองที่ได้เป็นส่วนหนึ่งในร่วมกันอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น และเป็นอีกแนวทางในการสร้างภูมิคุ้มกันต่อการตกเป็นเหยื่ออาชญากรรมทางเทคโนโลยีต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนานวัตกรรมสื่อเพลงพื้นบ้าน สร้างความรู้เท่าทันอาชญากรรมทางเทคโนโลยีในผู้สูงอายุ
2. เพื่อเปรียบเทียบผลการใช้นวัตกรรมสื่อเพลงพื้นบ้าน สร้างความรู้เท่าทันอาชญากรรมทางเทคโนโลยีในผู้สูงอายุ ก่อน และ หลังการทำกิจกรรม
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อนวัตกรรมสื่อเพลงพื้นบ้าน สร้างความรู้เท่าทันอาชญากรรมทางเทคโนโลยีในผู้สูงอายุ หลังการทำกิจกรรม

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อาชญากรรมทางเทคโนโลยี

จากการศึกษา พฤติกรรมการฉ้อโกงทางเทคโนโลยีในปัจจุบัน พบว่ามีงานวิจัยมักใช้เทคนิคจิตวิทยาการโน้มน้าว 2 ประเภทหลัก คือ การอ้างอำนาจ และการกดดันโดยการจำกัดเวลาหรือจำนวนรางวัลตอบแทน (Chanthawarin, 2022) ซึ่งคณะทำงานสร้างเสริมภูมิคุ้มกันภัยอาชญากรรมทางเทคโนโลยี สำนักงานตำรวจแห่งชาติ Police (2022) ได้อธิบายรูปแบบการฉ้อโกงทางเทคโนโลยีในยุคปัจจุบัน สรุปออกมาได้ ดังนี้ 1) การฉ้อโกงโดยส่งข้อความมาทำความรู้จักคุ้นเคย หรือหลอกลวงให้ทำธุรกรรมทางการเงิน และการฉ้อโกงโดยการหลอกลวงให้ร่วมลงทุน 2) การฉ้อโกงโดยการอ้างขอรับบริจาค ภัยร้ายเงินช่วยเหลือ หรือใช้ศาสนาเป็นเครื่องมือหลอกลวง การแชร์ข่าวปลอมต่อกันอย่างหาต้นตอไม่ได้ 3) การฉ้อโกงโดยอ้างว่าเป็นเจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐ หรือเอกชน และหลอกลวงขอข้อมูลส่วนบุคคล หรือให้ทำธุรกรรมทางการเงินนำไปสู่การสูญเสียเงินในที่สุด ข้อความ หรือ ข้อความที่แนบลิงค์น่าสงสัย 4) การหลอกลวงขอข้อมูลส่วนตัว นำไปสู่การเปิดบัญชีธนาคารเพื่อใช้เป็นช่องทางผ่านเงินที่ผิดกฎหมาย

เพลงพื้นบ้าน

การแสดงในลักษณะต่างๆ สอดรับตามประเพณี และความเชื่อ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น เป็นวิธีการบอกเล่าเรื่องราว ข่าวสารของคนไทยในอดีต ซึ่งส่งผลมาสู่ปัจจุบัน เป็นกระบวนการให้ความรู้ความคิดแก่สังคมด้วยกลวิธีที่แยบยลกว่าการสั่งสอนธรรมดาด้วยวาจา (Kosinanon, 1994) นอกจากนี้ เพลงพื้นบ้านก็ทำหน้าที่เป็นสื่อสารมวลชนกระจายข่าวสาร ออกมาในรูปแบบของการแสดง ซึ่ง Chakkamanon et al. (2021) ในงานวิจัยการใช้สื่อพื้นบ้านเพื่อการให้ความรู้ทางการเมือง พบว่า การแสดงพื้นบ้าน เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะเผยแพร่ข้อมูล สร้างความเข้าใจให้ประชาชนได้อย่างใกล้ชิดและแนบเนียน เพราะเป็นการถ่ายทอดผ่านเสียงร้อง ทำนองเพลง ที่เป็นเอกลักษณ์วัฒนธรรมประจำท้องถิ่น โดยเฉพาะประชาชนวัยสูงอายุ ที่มีความคุ้นเคย และผูกพันกับวัฒนธรรมพื้นบ้านของตนเองเป็นอย่างดี

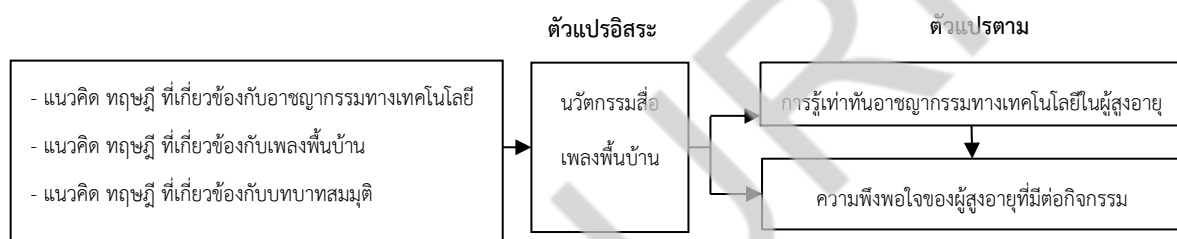


บทบทสนมุตติ

มีความสอดคล้องเหมาะสมต่อการเรียนรู้ เนื่องจากการทดลองสถานการณ์ จำลองเหตุการณ์ต่างๆ เพื่อให้ผู้เล่นเกิดความเข้าใจลึกซึ้งขึ้น และยังได้รับประสบการณ์ตรงจากการสมมุติเรื่องราวขึ้นมา เป็นการสร้างประสบการณ์ที่ส่งผลดีต่อการรับรู้ให้เกิดความเข้าใจได้ดียิ่งขึ้น (Funchian, 2019) ทั้งยังเป็นกิจกรรมที่ต้องทำร่วมกันเป็นกลุ่ม ทำให้ผู้สูงอายุให้ความสนใจ ซึ่ง Joomlee et al. (2021) ให้ความเห็นว่าเพราะเป็นการได้พบเจอ พูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับผู้คนในวัยเดียวกันได้มากขึ้นอีกด้วย

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับอาชญากรรมทางเทคโนโลยี จากคณะทำงานสร้างเสริมภูมิคุ้มกันภัยอาชญากรรมทางเทคโนโลยี สำนักงานตำรวจแห่งชาติ Police (2022) ที่ได้อธิบายรูปแบบการฉ้อโกงทางเทคโนโลยีในยุคปัจจุบัน พร้อมทั้งศึกษาแนวคิดทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับเพลงพื้นบ้าน โดยการสัมภาษณ์ นางศรีนวล ขำอาจ ศิลปินแห่งชาติ สาขาศิลปะการแสดง (เพลงพื้นบ้าน-ลำตัด) พุทธศักราช 2562 เป็นหลัก และแนวคิดทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับบทบทสนมุตติ โดย Khaemmanee (2009) ที่มุ่งเน้นให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้และเข้าใจ เรื่องราวหรือสถานการณ์ต่างๆ ในมุมมองที่มาจากบทบทสนมุตติได้ นำมาสู่การกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงทดลอง ในการสร้างนวัตกรรมสื่อเพลงพื้นบ้านเพื่อสร้างความรู้เท่าทันอาชญากรรมทางเทคโนโลยีในผู้สูงอายุ โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

กลุ่มเป้าหมาย

เป็นกลุ่มผู้สูงอายุในศูนย์พัฒนาคุณภาพชีวิตบ้านฟ้ารังสิต เทศบาลเมืองบึงยี่โถ จังหวัดปทุมธานี โดยการเลือกแบบเจาะจง จากผลการทำแบบวัดระดับความรู้เท่าทันอาชญากรรมทางเทคโนโลยี ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยมีผลการประเมินอยู่ในระดับปานกลาง-น้อย จำนวน 20 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้ ประกอบด้วยเครื่องมือที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นทั้งสิ้น 3 ชนิด ได้แก่ แผนกิจกรรมนวัตกรรมสื่อเพลงพื้นบ้าน แบบวัดระดับความรู้เท่าทัน อาชญากรรมทางเทคโนโลยีในผู้สูงอายุ และ แบบประเมินความพึงพอใจ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. แผนกิจกรรมนวัตกรรมสื่อเพลงพื้นบ้าน

ผู้วิจัยศึกษารูปแบบเพลงพื้นบ้าน และสัมภาษณ์นางศรีนวล ขำอาจ ศิลปินแห่งชาติ สาขาศิลปะการแสดง (เพลงพื้นบ้าน-ลำตัด) พุทธศักราช 2562 ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญทางด้านเพลงพื้นบ้าน พร้อมกับการศึกษาทฤษฎีกิจกรรมบทบทสนมุตติของ Khaemmanee (2009) เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการประพันธ์บทเพลงพื้นบ้านขึ้นใหม่ ให้มีลักษณะเป็นบทละครแบบมีเรื่องราว มีเนื้อหาสอดคล้องตามประเด็นอาชญากรรมทางเทคโนโลยีที่ได้ศึกษาจาก Police (2022) คณะทำงานสร้างเสริมภูมิคุ้มกันภัยอาชญากรรมทางเทคโนโลยี สำนักงานตำรวจแห่งชาติ เพื่อใช้เป็นสื่อหลักในการสร้างการเรียนรู้ ใช้ในการร้องและแสดงออกตามบทบทสนมุตติที่กำหนดขึ้น ประกอบการใช้เทคโนโลยีร่วมด้วย คือ ไลน์วัยเก่า เท้าทันกลอง โดยการสร้างไลน์แชตบอตหรือข้อความตอบกลับอัตโนมัติ เพื่อสร้างสถานการณ์รูปแบบการพูดคุยผ่านข้อความ เป็นการจำลองสถานการณ์บทบทสนมุตติ การสนทนาระหว่างมีจฉาชีพ และ ผู้สูงอายุ ซึ่งจะสอดคล้องกับบทเพลงพื้นบ้านในแต่ละบทด้วย จากนั้นจึงออกแบบโดย

คำนึงถึงความเหมาะสมต่อการเรียนรู้ในผู้สูงอายุจากการศึกษาเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สู่แผนกิจกรรมที่ประกอบด้วย ขั้นนำ ขั้นดำเนินการ ขั้นสรุป การวัดประเมินผล พร้อมสื่อที่ใช้งาน จากนั้นผู้วิจัยได้เรียบเรียงนำเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องเที่ยงตรงของกิจกรรม ทั้งนี้ได้ผ่านการพิจารณาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ที่ระดับ 1.00 จึงได้นำไปทดลองใช้ (Try out) เพื่อนำผลการทดลองใช้มาปรับปรุง ก่อนการทดลองจริง

2. แบบวัดระดับความรู้เท่าทัน อาชญากรรมทางเทคโนโลยีในผู้สูงอายุ

ผู้วิจัยได้สร้างแบบวัดระดับความรู้เท่าทัน อาชญากรรมทางเทคโนโลยีในผู้สูงอายุเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการคัดกรองกลุ่มตัวอย่าง และเปรียบเทียบผลการใช้นวัตกรรมสื่อเพลงพื้นบ้าน ก่อน และ หลัง การทดลอง โดยศึกษา และกำหนดข้อคำถามในการประเมินให้สอดคล้องต่อวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ระบุเนื้อหา รวบรวมประเด็น ที่จะสอบถามให้ครอบคลุม เรื่องอาชญากรรมทางเทคโนโลยีในผู้สูงอายุ โดยอ้างอิงจาก Police (2022) คณะทำงานสร้างเสริมภูมิคุ้มกันภัยอาชญากรรมทางเทคโนโลยี สำนักงานตำรวจแห่งชาติเป็นหลัก และนำ “แบบทดสอบวัดดัชนีไซเบอร์” สำหรับประชาชนทั่วไป จัดทำโดยสำนักงานตำรวจแห่งชาติ ที่มุ่งเน้นให้ประชาชนเกิดความตระหนักรู้ ปลอดภัยจากอาชญากรรมทางเทคโนโลยี นำมาพัฒนาให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้สูงอายุ จัดทำเป็นแบบวัดระดับความรู้เท่าทัน อาชญากรรมทางเทคโนโลยีในผู้สูงอายุ แบบ 2 ตัวเลือก (ใช่ และ ไม่ใช่) มีจำนวนทั้งหมด 20 ข้อ จากนั้นเรียบเรียงเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องเที่ยงตรงของแบบวัดระดับความรู้เท่าทัน โดยได้ผ่านการพิจารณาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) มีค่าดัชนีสอดคล้องอยู่ที่ระดับ 1.00 จึงได้นำไปทดลองใช้ (Try out) เพื่อนำผลการทดลองใช้มาปรับปรุง และพัฒนาก่อนการทดลองจริง

3. แบบประเมินความพึงพอใจ

ผู้วิจัยใช้แบบประเมินความพึงพอใจเป็นเครื่องมือในการประเมินค่าความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างหลังการทดลอง โดยศึกษาวิธีการสร้างแบบวัดมาตราส่วนวัดประเมินค่า จากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาพัฒนาสร้างแบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์การวัดมาตราส่วน 5 ระดับ (5=มากที่สุด 4=มาก 3=ปานกลาง 2=น้อย 1=น้อยที่สุด) จำนวน 13 ข้อ แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านเนื้อหาสาระของกิจกรรม จำนวน 3 ข้อ ด้านวิทยากร จำนวน 3 ข้อ ด้านการดำเนินกิจกรรม จำนวน 4 ข้อ และด้านคุณประโยชน์ของกิจกรรม จำนวน 3 ข้อ ให้ผู้สูงอายุเลือกตอบระดับใดระดับหนึ่ง จากนั้นผู้วิจัยได้เรียบเรียงเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องเที่ยงตรงของแบบประเมินความพึงพอใจ ทั้งนี้ได้ผ่านการพิจารณาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) มีค่าดัชนีสอดคล้องอยู่ที่ระดับ 1.00 จึงได้นำไปทดลองใช้ (Try out) เพื่อนำผลการทดลองใช้มาปรับปรุง และพัฒนาก่อนการทดลองจริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงทดลอง ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในเดือน เมษายน พ.ศ.2567 มีขั้นตอนการเก็บรวบรวม แบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ขั้นเตรียมการ

เตรียมการเก็บข้อมูล โดยขออนุมัติจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ พร้อมแนบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ซึ่งได้ผ่านการรับรองเรียบร้อยแล้ว (หมายเลขรับรองโครงการวิจัยคือ SWUEC-672005) จากนั้นจัดทำหนังสือราชการขอความอนุเคราะห์จากศูนย์พัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุบ้านฟ้ารังสิต เทศบาลเมืองบึงยี่โถ จังหวัดปทุมธานี และนัดหมายผู้สูงอายุเข้าคัดกรองกลุ่มตัวอย่าง ประชุมชี้แจงทำความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอน และเวลาในการเข้าร่วมกิจกรรม

ตอนที่ 2 ขั้นดำเนินการ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 3 ช่วง ดังนี้

1. ดำเนินการเก็บข้อมูลก่อนการทดลอง ด้านระดับความรู้เท่าทันอาชญากรรมทางเทคโนโลยี กับกลุ่มประชากร คือ ผู้สูงอายุ ณ ศูนย์พัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุบ้านฟ้ารังสิต เทศบาลเมืองบึงยี่โถ จังหวัดปทุมธานี จำนวน 40 คน โดยใช้เกณฑ์การคัดเลือกจากผู้ที่ไม่มียาเสพติดและการพึ่ง สามารถสื่อความหมายเข้าใจ และมีสมรรถภาพพร้อมในการเข้าร่วมกิจกรรมได้โดยไม่มีปัญหาต่อสุขภาพ เพื่อทำแบบวัดหาระดับความรู้เท่าทันอาชญากรรมทางเทคโนโลยี โดยใช้เครื่องมือแบบวัดความรู้เท่าทันฯ ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ซึ่งผ่านการตรวจสอบคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิเรียบร้อยแล้ว จากนั้นผู้วิจัยนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์เพื่อให้ได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่างจากผู้ที่มีผลคะแนนด้านความรู้เท่าทันอยู่ในเกณฑ์ ระดับปานกลาง - น้อย เป็นกลุ่มตัวอย่างในการทดลอง ได้จำนวนทั้งสิ้น 20 คน

2. ดำเนินการทดลองกับกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แผนกิจกรรมนวัตกรรมสื่อเพลงพื้นบ้านฯ ที่สร้างขึ้น ซึ่งผ่านการตรวจสอบคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิเรียบร้อยแล้ว ทั้งหมด 7 ครั้ง ครั้งละ 1 ชั่วโมง 30 นาที จากนั้นดำเนินการ



เก็บข้อมูลหลังการทดลอง โดยใช้แบบวัดระดับความรู้เท่าทันอาชญากรรมทางเทคโนโลยี เก็บผลคะแนนระดับความรู้เท่าทันฯ ของกลุ่มตัวอย่างหลังเข้าร่วมกิจกรรม

3. ดำเนินการเก็บข้อมูลความพึงพอใจของการใช้ชุดกิจกรรม โดยใช้แบบประเมินความพึงพอใจที่ได้ผ่านการตรวจสอบคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว เก็บผลคะแนนระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างหลังเข้าร่วมกิจกรรม

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวม โดยใช้โปรแกรมทางสถิติสำเร็จรูปในการวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ โดยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพของเครื่องมือ ใช้วิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC)
2. การวิเคราะห์ระดับความรู้เท่าทันอาชญากรรมทางเทคโนโลยี เพื่อใช้เป็นผลก่อนการทดลอง และผลหลังการทดลอง ใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
3. การวิเคราะห์เปรียบเทียบผลระดับความรู้เท่าทันอาชญากรรมทางเทคโนโลยี ระหว่าง ก่อน และ หลังการทดลองดำเนินแผนกิจกรรมนวัตกรรมสื่อเพลงพื้นบ้าน ใช้สถิติ Paired Samples T-test
4. การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจหลังการทดลอง ใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

1. การพัฒนานวัตกรรมสื่อเพลงพื้นบ้าน สร้างความรู้เท่าทันอาชญากรรมทางเทคโนโลยีในผู้สูงอายุ

การพัฒนาเครื่องมือขึ้นนี้ นำหลักการ แนวคิด ทฤษฎี มาพัฒนา สร้างเครื่องมือ โดยได้บูรณาการศิลปะการแสดง เพลงพื้นบ้าน ร่วมกับกิจกรรมการแสดงบทบาทสมมติ และหลักการที่ สอดคล้อง เหมาะสม กับการเรียนรู้ของผู้สูงอายุ ได้แก่ กิจกรรมนันทนาการ และกิจกรรมกลุ่ม เป็นต้น พร้อมกับการใช้เทคโนโลยี ในรูปแบบของ สื่อ และแอปพลิเคชัน ให้ผสานกันออกมาในรูปแบบของแผนกิจกรรม ทั้งสิ้น 7 กิจกรรม อันมีวัตถุประสงค์ในการสร้างความตระหนักรู้เรื่องอาชญากรรมทางเทคโนโลยีที่ต่างกันไปในแต่ละประเด็น จากสำนักงานคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายแก่ประชาชน สำนักงานอัยการสูงสุด และศูนย์ดำรงธรรม กระทรวงมหาดไทย ที่ได้อธิบายรูปแบบการฉ้อโกงทางเทคโนโลยีในยุคปัจจุบัน โดยผู้วิจัยได้นำมาสร้างกิจกรรมทั้งสิ้น 7 กิจกรรม ใช้ระยะเวลาทำกิจกรรมทั้งสิ้น 7 ครั้ง ครั้งละ 1 ชั่วโมง 30 นาที โดยมีรายละเอียด ดังนี้

กิจกรรมที่ 1 ปฐมนิเทศ เพื่อให้ตระหนักถึง ปัญหา และอันตรายจาก อาชญากรรมทางเทคโนโลยี ในภาพรวม จิตวิทยาการหลอกล่อให้กลัว หรือลวงให้โลภ

กิจกรรมที่ 2 อื่นบอกซ์ หลอกรัก เพื่อให้ตระหนักถึงการฉ้อโกงโดยส่งข้อความมาทำความรู้จักคุ้นเคย หรือหลอกลวงให้ทำธุรกรรมทางการเงิน และการฉ้อโกงโดยการหลอกลวงให้ร่วมลงทุน

กิจกรรมที่ 3 เรียร์ ไถเงิน เพื่อให้ตระหนักถึงการฉ้อโกงโดย อ้างขอรับบริจาค เรียร์เงินช่วยเหลือ หรือใช้ศาสนาเป็นเครื่องมือหลอกลวง และข่าวปลอมที่มีการแชร์ต่อกันอย่างหาต้นตอไม่ได้

กิจกรรมที่ 4 ล่อลวง ล้วงลับ เพื่อให้ตระหนักถึงการฉ้อโกงโดยอ้างว่าเป็นเจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐ หรือเอกชน และหลอกลวงขอข้อมูลส่วนบุคคล หรือให้ทำธุรกรรมทางการเงินนำไปสู่การสูญเสียเงินในที่สุด และการวิเคราะห์ ข้อความ หรือ ข้อความส่อแววเป็นมิจฉาชีพ

กิจกรรมที่ 5 บัญชีม้า ยาไม่เอา เพื่อให้ตระหนักถึงการล่อลวงขอข้อมูลส่วนตัว นำไปสู่การเปิดบัญชีธนาคาร เพื่อใช้เป็นช่องทางผ่านเงินที่ผิดกฎหมาย

กิจกรรมที่ 6 คิด ระวัง ตั้งสติ เพื่อให้ทราบถึงช่องทางการร้องทุกข์ เมื่อถูกหลอกลวง

กิจกรรมที่ 7 ศิลปินวัยเก๋า เท้าทันกลโกง เพื่อสร้างประสบการณ์การเรียนรู้และก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในตนเอง และศิลปะการแสดงเพลงพื้นบ้าน

ซึ่งเพลงพื้นบ้านที่ใช้ทำกิจกรรมได้มีการประพันธ์บทร้องขึ้นใหม่ ให้มีรูปแบบเนื้อหาลักษณะเป็นบทละคร การเล่นแบบเข้าเรื่อง สร้างสถานการณ์บทบาทสมมติของเหตุการณ์อาชญากรรมทางเทคโนโลยีต่างๆ ตามประเด็นข้างต้น เพื่อสร้างประสบการณ์การรับรู้ ความเข้าใจ ให้กับผู้สูงอายุ ซึ่งมีทั้งสิ้น 5 เรื่อง โดยใช้รูปแบบการร้องเพลงพื้นบ้าน 4 ชนิด ทั้งนี้ การคัดสรรชนิดของบทเพลงและลำดับเนื้อหาจะเรียงระดับจากง่ายไปยากตามแนวคิดการเรียนรู้

ของกลุ่มพฤติกรรมนิยม (Joyce et al.,1992) และเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับคำกล่าวของแม่ศรีนวล ข้าอาจ ศิลปินแห่งชาติ สาขาศิลปะการแสดง (ศิลปะพื้นบ้าน-ลำตัด) ประจำปี พุทธศักราช 2562 ที่ว่า “ถ้าจะให้เรียงระดับความง่ายของเพลงพื้นบ้าน เพลงเกี่ยวข้าวเป็นเพลงที่ง่ายที่สุด ต่อมาจะเป็นเพลงฉ่อย ส่วนเพลงเรือและเพลงลำตัดนี้ระดับความยากพอๆ กัน ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้กับเนื้อหาและกลุ่มคนฟังเป็นหลัก โดยหากจะเลือกใช้เพลงที่บอกเล่าเรื่องราว ชาวสารสารสำคัญต่อผู้คน โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุ นั้น จะต้องเป็นเพลงลำตัด ที่มีความกระชับแต่ครบถ้วนด้วยเนื้อหาสามารถใส่จังหวะที่สนุกและกระชับเพิ่มเติมในส่วนที่เป็นบทเพลงโยก ของเพลงลำตัด แต่ถ้าจะให้มีความรู้สึกที่ไพเราะก็ต้องยกให้เพลงเรือเนื่องจากมีจังหวะที่ช้าและมีการเอื้อนที่ยาวกว่า” (Srinuan Kham-at, Personal Communication, 18 October 2023)

จากข้อมูลการสัมภาษณ์ข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้ออกแบบลำดับการเรียนรู้ เพื่อให้สอดคล้อง เหมาะสม โดยเลือกใช้เพลงลำตัดซึ่งเป็นเพลงที่สามารถถ่ายทอดข้อมูลได้มากที่สุดเป็นเพลงแรก เนื่องจากสอดคล้องกับข้อมูลที่ผู้วิจัยต้องการนำเสนอเป็นเรื่องแรกคือ เรื่องการหลอกให้รัก อันเป็นประเด็นที่ผู้สูงอายุมักโดนหลอกหลวง อีกทั้งผู้คนที่ให้ความสนใจเป็นอย่างมาก แต่มีเนื้อหาค่อนข้างมาก ลำดับต่อมา เลือกใช้เพลงเกี่ยวข้าว เพลงฉ่อย เพลงเรือ ตามลำดับวิธีการร้องจาก ง่ายไปยาก และใช้เพลงลำตัดอีกครั้งในบทสุดท้าย เนื่องจากเป็นบทที่ต้องการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับช่องทาง ร้องเรียน หรือช่วยเหลือ เมื่อถูกหลอกหลวงทางเทคโนโลยี เพื่อให้ได้รับข้อมูลอย่างครบถ้วน ซึ่งสามารถแสดงตัวอย่างบทร้องได้ ดังนี้

ตัวอย่างบทที่ 1 กิจกรรมที่ 2 บทอินบ็อกซ์ หลอกรัก ประพันธ์เป็นเพลงลำตัด โดยใช้กลอนไลน์

(ยายศรี) ฉันทามันแปลกแปลก นี่ครั้งแรกที่คุยกัน
ไปตรวจสบดูให้แน่ ว่าของแท้หรือของเทียม
ไอรูบเงิน รูปรถ มันปรากฏอยู่ไปทั่ว
(ยายทอง) ที่แกพูดก็น่าคิด แต่ลองสักนิดดูหน่อย
โอนเงินไปตามที่บอก เขาคงไม่หลอกตัวฉัน
(มิจฉาชีพ) หลอกง่ายเสียจริงจริง ดีกว่าชิงวิ่งราว
พอเห็นเงินโอนมา ก็ใช้วิชาเสือแผ่น

ได้เงินง่ายขนาดนั้น เขาคงทำกันมากมาย
อาจจะเป็นเล่ห์เหลี่ยม เราก็เตรียมตัวไว้
ถ้าหลงเชื่อจะหมดตัว เพราะไม่กลัวอันตราย
เกษียณมาฉันก็ร่อย ลองดูหน่อยหารายได้
อยากได้สักแสนสักล้าน เอาพอประมาณเท่าที่ใช้
โดยเฉพาะสาวสาว คนแก่เฒ่าก็หลอกง่าย
บ็อกซ์หนีไม่ให้เห็น บ็อกซ์เฟรนด์ทันใด

ตัวอย่างบทที่ 2 กิจกรรมที่ 5 บทบัญชีม้า ย่าไม่เอา ประพันธ์เป็นเพลงเกี่ยวข้าว โดยใช้กลอนสี่

(ยายแก้ว) ไฉนเรารู้จักกันได้
ใช้บัตรประชาชน
ข้อมูลส่วนตัวเรา
เงินที่เขาเอามาแจก
(ยายเกี้ยว) ฉันเคยฟังข่าว
มีบัญชีม้า มีบัญชีหมู มีบัญชีงู
มีบัญชีม้าเปิดเป็นธุรกิจ
มีโทษอาญาปรับสามแสนบาท

แต่อดสงสัยไม่ได้ยู่ดี
เราทุกคนต้องให้สมุดบัญชี
เอาไปให้เขามั่นไม่ตีไม่ตี
เหมือนเอามาแลกกับข้อมูลฟรี
คนร้ายชอบเอาสมุดบัญชี
(ยายแก้ว) เอ๊ย!!! ไม่มีไม่มี
เป็นเงินทุจริตถูกจับทันที
เราอย่าไปพลาดติดคุกสามปี

ตัวอย่างบทที่ 3 กิจกรรมที่ 4 บทล่อลวง ล้วงลับ ประพันธ์เป็นเพลงฉ่อย โดยใช้กลอนไลน์

(มิจฉาชีพ) สวัสดิ์ศรีขอบคุณสมศรี
ช่วยติดตั้งแอปตามที่ผมส่ง
เป็นแอปพลิเคชันของหน่วยงาน
ถ้าไม่ติดตั้งแอปจะโดนจับทันที
(ยายสมศรี) ฉันทกลัวแล้วจ้ะ กลัวแล้วท่าน
ฉันลงแอปแล้วกรอกข้อมูล
เอ๊ะแต่ว่าอยู่อยู่โทรศัพท์มันค้าง
นี่เงินโอนเกลี้ยงหมดในบัญชี
จะออกไปหาคนช่วยเรา

ไม่ทราบว่าคุณนี้อยู่ที่ไหน
ลิงก์นี้คุณต้องลงส่งให้ที่ไลน์
จะตรวจสอบในการทำผิดได้
ส่อแววจะหนีวุ่นวาย (เอฮา..นอยแม่)
จะให้ฉันทำการชิงว่าสิ่งใด
ต้องขอขอบคุณท่านตำรวจใหญ่
นี่ฉันจะหาทางชิงว่าแก้ไข
ทำยังงั้นดีโทรออกไม่ได้
จะออกไปหาเพื่อนสาวคงช่วยได้ (เอฮา..นอยแม่)



ตัวอย่างบทที่ 4 กิจกรรมที่ 3 บทเรีไร โถเงิน ประพันธ์เป็นเพลงเรื่อ โดยใช้กลอนลา

(ยายบุญ) เออ..จะเข้ากลุ่มทักไป มีจริงหรือไม่เรื่องนี้ ฉันทอนหลอกแล้วละสิ (ฮาให้) เพื่อนยา
(ยายเสริม) รุ้ยวายตายตาย ฉันทอนไปเรียบริ้อย โอนไปไม่ใช่น้อย (ฮาให้) หมิ่นกว่ากว่า
(ยายเพิ่ม) ฉันทไปถามไลน์อีกกลุ่ม เขาเข้ามารุมพากันบอก สรุปรวเราโดนหลอก (ฮาให้) บอกมา
(ยายเสริม) ฉันทคิดแล้วแบบนี้ มันไม่ต้อออกจะแย เขาก็แชร์แชร์แชร์ (ฮาให้) ส่งต่อมา
ต้องเช็กให้ชัวร์ก่อนแชร์ มันจะแยนะพี่จ๋า/มีฉฉาชีพมันมีมาก รับบริจาคทั่วหน้า/ อย่าไปโอนมั่วมั่ว เจอกับตัวแล้วโหมละ/ต่อไป
คราวหน้า จะเช็กซ้ำซ้ำให้ชัวร์เอย

ตัวอย่างบทที่ 5 กิจกรรมที่ 6 บทคิด ระวัง ตั้งสติ ประพันธ์เป็นเพลงลำตัด โดยใช้กลอนลา

(ยายเงิน) มีฉฉาชีพมีหลากหลาย ต่างมีอุบายมาหลอกเรา บ้างลงให้โลภมัวเมา หากเราไม่พิจารณา
ใครพลาดต้องรีบหันที่ อยยติบัญญัตินาการ แล้วรีบแจ้งเหตุการณ์ มีสื่อช่องทางแจ้งมา
ร้องเรียนสถานีตำรวจ ที่สำรวจอยู่ใกล้บ้าน หรือจะร้องเรียนผ่าน 1441 นั้น ได้ทุกเวลา
(ยายทอง) หรือโทร 081 866 3000 เจ้าหน้าที่จะรับข้อมูล เราและคุณได้ปรึกษา
จะร้องเรียนผ่านเว็บไซต์ไทยโพลีสอนไลน์ดอทคอม เขาได้เตรียมความพร้อม เพื่อไปล้อมผู้ต้องหา
อาชญากรรมเทคโนโลยี ระวังให้ตมิต้องรู้ มีสติคิดพิจารณา ดู ปรึกษาผู้รู้ดีกว่า
เราจะมาร่วมมือกัน ด้านพวกพาลมาหลอกลวง ใ้เรื่องนี้ไม่ต้องห่วง อย่ามาลวงให้เสียเวลา

การพัฒนาวัฒนธรรม โดยมีแนวคิดในการใช้เพลงพื้นบ้าน เป็นสื่อหลักเพื่อเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับอาชญากรรมจากการทำกิจกรรมพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจและกระตือรือร้นในการทำกิจกรรมร้องเพลงพื้นบ้านเป็นอย่างมากสังเกตได้จากพฤติกรรมเตรียมพร้อมเพื่อเข้าร่วมกิจกรรม จากการแต่งกายด้วยชุดที่คล้ายกับชุดในการแสดงเพลงพื้นบ้านโดยปรับประยุกต์จากเสื้อผ้าของตนเอง แต่คงเอกลักษณ์ที่แสดงให้เห็นถึงศิลปะการแสดงพื้นบ้านได้อย่างชัดเจน กลุ่มตัวอย่างจะมีการนำคิวิติโอการร้องเพลงที่บันทึกไว้ของตนเอง มาร่วมกันร้องกับกลุ่มเพื่อนอยู่เสมอ รวมทั้งมีการใช้ท่าทางแสดงออกอย่างเป็นธรรมชาติ โดยไม่รู้สึกละอายใจ แสดงให้เห็นว่า เพลงพื้นบ้านสามารถกระตุ้นความสนใจ สร้างความสุข สนุกสนานให้กับผู้สูงอายุได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับการศึกษาของ Bunsong et al. (2011) ที่พบว่านาฏศิลป์พื้นบ้านสามารถเสริมสร้างความสุขให้กับผู้สูงอายุ จนนำไปสู่การช่วย บำบัดฟื้นฟูผู้สูงอายุที่มีภาวะซึมเศร้าได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และจากการทดลองพบว่าการสื่อสารด้วยเพลงพื้นบ้าน หรือการใช้บทเพลงนั้น สามารถกระตุ้นการเรียนรู้ เสริมสร้างความจำ ความเข้าใจในข้อมูลเนื้อหาได้ง่าย ทั้งนี้ ในสังคมปัจจุบัน ประชาชนสามารถเข้าถึงข่าวสารจากสื่อประเภทต่างๆ ได้ไม่ยากนักแต่ขึ้นอยู่กับว่าแต่ละบุคคลจะเข้าใจเนื้อหาสาระนั้นได้มากน้อยเพียงใด โดยสิ่งสำคัญคือ ผู้ส่งสารต้องสื่อสารข้อมูลโดยเลือกใช้เทคนิค กลยุทธ์ หรือวิธีการ ให้ผู้รับสารเข้าถึงความรู้ที่ต้องการเผยแพร่ได้อย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับ Chakkamanon et al. (2021) ที่กล่าวว่า สื่อพื้นบ้านใช้การถ่ายทอดผ่านบทเพลงและเสียงดนตรี บทสนทนาภาษาถิ่น ซึ่งสะท้อนเอกลักษณ์วัฒนธรรม ที่เข้าถึงผู้รับสารได้อย่างลึกซึ้ง เป็นกันเอง โดยเฉพาะประชาชนวัยสูงอายุ ที่มีความคุ้นเคย และผูกพันกับวัฒนธรรม

และในทุกๆ กิจกรรม ผู้วิจัยสร้างบัญชีไลน์ทางการ (Line Official Account หรือ Line OA) ในชื่อว่า “วัยเก๋าเท่าทันกลโกง” ใช้ร่วมด้วยโดยจัดทำขึ้นให้มีลักษณะเป็นแชตบอตหรือข้อความตอบกลับอัตโนมัติ สร้างสถานการณ์รูปแบบการพูดคุยผ่านข้อความไลน์ ซึ่งเป็นการจำลองสถานการณ์บทบาทสมมุติการสนทนาระหว่างมีฉฉาชีพ และ ผู้สูงอายุ ตามสถานการณ์ และประเด็นต่างๆ ของอาชญากรรมทางเทคโนโลยีข้างต้น ซึ่งจะสอดคล้องกับบทเพลงพื้นบ้านโดยใช้ประกอบร่วมกันประหว่างการร้องเพลงในบทร้องที่ได้ประพันธ์ขึ้น โดยมีรายละเอียดแต่ละกิจกรรม ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงรายละเอียดการพัฒนาบัญชีไลน์ทางการ “วัยเก๋าเท่าทันกลโกง”

ลำดับที่	กิจกรรม	รูปแบบการสนทนาผ่านบัญชีไลน์ทางการ
1	ปฐมนิเทศ	เนื่องจากเป็นกิจกรรมปฐมนิเทศ จึงเป็นเพียงการแนะนำการใช้งานไลน์ “วัยเก๋า เท่าทันกลโกง” เบื้องต้น เท่านั้น ไม่มีการใช้ ระหว่างการร้องเพลงพื้นบ้าน
2	อินบ็อกซ์ หลอกรัก	เป็นลักษณะการคุยผ่านข้อความ มีเนื้อหาข้อความเป็นบทสมมุติการสนทนา ระหว่างมีฉฉาชีพ และผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นการตอบกลับข้อความอัตโนมัติตามเนื้อเรื่องของเพลงลำตัด บทอินบ็อกซ์ หลอกรัก

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ลำดับที่	กิจกรรม	รูปแบบการสนทนาผ่านบัญชีไลน์ทางการ
3	เรียไร ไถเงิน	เป็นการสนทนาผ่านข้อความ โดยจะปรากฏตัวอย่างข้อความชวนเชื่อ เกี่ยวกับการให้ร่วมทำบุญ รับผิดชอบต่อต่าง ๆ จากนั้นให้ผู้สูงอายุได้อ่าน พิจารณากลั่นกรองเลือกตัดสินใจตามสถานการณ์ข้อความ นั้นๆ
4	ล่อลวง ล้วงลับ	มีลักษณะเป็นการแสดงตัวอย่าง ข้อความ เกี่ยวกับการหลอกล่อให้กลัวหรือลวงให้โลก ที่แนบ ลิงค์น่าสงสัยมาด้วย ให้ผู้สูงอายุอ่าน และตัดสินใจในการเลือกรับข่าวสาร กดลิงค์ข้อความ ต่างๆ
5	บัญชีม้า ยาไม่เอา	ไม่มีการใช้งานไลน์ “วัยเก่า เท้าทันกลโกง” เนื่องจากสถานการณ์ที่สร้างขึ้นเป็นการจำลอง เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นใน ณ สถานที่หนึ่ง ซึ่งไม่ได้อยู่ในสังคมออนไลน์
6	คิด ระวัง ตั้งสติ	เป็นลักษณะให้ผู้ใช้งานสามารถสอบถามข้อมูล เรื่อง การร้องทุกข์ เมื่อถูกหลอกลวงทาง เทคโนโลยี ซึ่งประกอบไปด้วย การโทรแจ้งอายัดบัญชีมีฉฉาชีพ เว็บไซต์แจ้งความออนไลน์ เว็บไซต์ตรวจสอบข้อบัญชีที่มีประวัติการแจ้งความ ว่าเป็นบัญชีของมีฉฉาชีพ เบอร์โทรศัพท์ ของธนาคารต่างๆ
7	ศิลปินวัยเก่า เท้าทันกลโกง	ใช้งานไลน์ “วัยเก่า เท้าทันกลโกง” จากทั้ง 5 กิจกรรม

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นถึงลักษณะการสร้างสถานการณ์จำลองการโต้ตอบกันระหว่าง มีฉฉาชีพและเหยื่อ ผ่านการใช้บทบาทสมมุติ ร่วมกับกระบวนการทางเทคโนโลยี และข้อเสนอตัวอย่างไลน์ที่ใช้ในกิจกรรม ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ตัวอย่างบัญชีไลน์ทางการ “วัยเก่าเท้าทันกลโกง”

จากภาพที่ 2 แสดงให้เห็นถึงตัวอย่างไลน์ที่ใช้ในกิจกรรม ในส่วนที่เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลซึ่งผู้สูงอายุสามารถเข้าถึง ช่องทางการช่วยเหลือได้มากขึ้น

ทั้งนี้นวัตกรรมสื่อเพลงพื้นบ้านที่นำกิจกรรมบทบาทสมมุติ เข้ามาเพื่อสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ให้เพิ่มพูนขึ้น จากการได้สวมบทบาทเป็นตัวละครต่างๆ ตามเนื้อเรื่อง นอกเหนือจากการ ฟัง หรือการขับร้องบทเพลงทั่วไป ด้วยลักษณะเด่น ของการจัดการเรียนรู้ด้วยบทบาทสมมุตินี้ สามารถส่งเสริมให้กลุ่มตัวอย่างได้ปฏิบัติจริง ในสถานการณ์ที่คล้ายจริง และ สร้างความรู้จากสิ่งที่ได้ปฏิบัติ โดยมีวิธีการเรียนรู้ร่วมกัน และมีอิสระในการแสดง ส่งผลให้เกิดการซึมซับความรู้สึกขณะแสดง บทบาทนั้นๆ และกระตุ้นความจำได้ดียิ่งขึ้น ดังที่กลุ่มตัวอย่างท่านหนึ่ง นามสมมุติ บำน้อย กล่าวว่า “การฝึกร้องเพลง ในช่วงแรก ป้าอยากจะทำให้ได้ดี พยายามร้องตามวิทยากรไปเรื่อยๆ แต่เมื่อเริ่มเข้าใจถึงบทบาทของตัวละคร แล้วป้าได้ แสดงออกมาตามบทนั้น เนื้อหาในเรื่องมันก็ชัดเจน ทำให้นึกออกว่าบทต่อไป นั้น จะพูดถึงอะไร” ซึ่งสอดคล้องกับ Chantamat (2022) ในงานวิจัยเรื่องการใช้กิจกรรมบทบาทสมมุติเพื่อพัฒนาทักษะการพูดภาษาจีนของนักศึกษา โปรแกรมวิชาการสอน ภาษาจีนคณะครุศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย พบว่าการใช้กิจกรรมบทบาทสมมุติส่งเสริมให้ผู้เรียนกล้าคิด



กล้าแสดงออก มีความมั่นใจในการพูด เกิดความเข้าใจในการเรียนรู้เรื่องราวหรือสถานการณ์ต่างๆ ได้เป็นอย่างดี เนื่องจากผู้เรียนมีโอกาสดำเนินปฏิบัติจริงและใช้สถานการณ์ใกล้เคียงกับชีวิตประจำวัน ส่งผลทำให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนดีขึ้นด้วย

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้นำเอาสื่อเทคโนโลยีที่ผู้สูงอายุนิยมใช้ คือ แอปพลิเคชันไลน์ ร่วมกับ แอปพลิเคชัน STAAS เพื่อส่งเสริมให้การเรียนรู้ สื่อถึงสถานการณ์จริงที่อาจเกิดขึ้นได้มากที่สุด ให้ฝึกคิด วิเคราะห์ ขวสารข้อมูล จากสถานการณ์ที่สร้างขึ้นซึ่งใกล้เคียงความเป็นจริง พร้อมทั้งไลน์ที่สร้างขึ้นเป็นแหล่งจัดเก็บข้อมูลที่สำคัญและจำเป็นให้กับกลุ่มตัวอย่างด้วย เช่น ช่องทางการร้องเรียน เป็นต้น สอดคล้องกับ Chamnian et al. (2020) ในงานวิจัยเรื่องการใช้สื่อการแสดงพื้นบ้านเพื่อการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุในยุคดิจิทัล พบว่าผู้สูงอายุ มีความลำบากในการจดจำข้อมูลใหม่ๆ ซึ่งการใช้อินเทอร์เน็ตที่มีลักษณะเป็นการสื่อสารผ่านสื่อกลาง สามารถช่วยให้ผู้สูงอายุมีความสะดวกสบายขึ้น และคุณลักษณะของสื่อใหม่ยังเอื้ออำนวยให้เกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง จากการมีข้อความ ภาพ และเสียง ที่ช่วยให้เกิดการเรียนรู้มากกว่าการท่องจำ

อย่างไรก็ดีผู้วิจัยพบบางกรณีที่เกิดข้อจำกัดในการเรียนรู้ ด้วยปัจจัยที่ต่างกัน ได้แก่ ความเร็วของเครื่องมือสื่อสารที่ใช้ ความเสถียรของสัญญาณอินเทอร์เน็ต และทักษะการใช้เทคโนโลยี เนื่องจากหากเครื่องมือสื่อสารไม่เสถียรจะส่งผลให้ขาดความต่อเนื่องในการเรียนรู้ ตลอดจนเกิดความกังวลใจ ไม่มั่นใจในตนเองซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญในการเรียนรู้ของผู้สูงอายุด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยได้ใช้กิจกรรมกลุ่มเข้ามาผนวกในแผนกิจกรรม ซึ่งสามารถช่วยลดความกังวลในเรื่องการขาดความมั่นใจลงได้ เนื่องจากเป็นกระบวนการทำงานร่วมกันของสมาชิกทุกคน เกิดเป็นพลังจากการทำงานร่วมกัน ส่งเสริมให้บุคคลได้มีโอกาสเกิดการเรียนรู้และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมโดยการมีปฏิสัมพันธ์กับสมาชิกในกลุ่ม ซึ่งกิจกรรมกลุ่มมีส่วนช่วยให้เกิดความมั่นใจยิ่งขึ้น ดังข้อสังเกตในงานวิจัยนี้ที่พบว่า ในส่วนหนึ่งของกิจกรรมที่ต้องแสดงคนเดียวกลุ่มตัวอย่างรู้สึกเกร็งๆ แต่การใช้กิจกรรมกลุ่มทำให้กลุ่มตัวอย่าง มีกำลังใจในการทำกิจกรรมมากขึ้น ไม่ปลีกตัวออกจากกิจกรรมที่ต้องแสดงคนเดียว พร้อมทั้งสมาชิกคนอื่นยังคอยส่งกำลังใจ หรือทำสัญลักษณ์ส่งให้เพื่อช่วยให้การแสดงผ่านไปได้ ซึ่งสิ่งนี้แสดงถึงความร่วมมือร่วมใจ เป็นการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ช่วยให้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมไปในทิศทางที่ดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ Aneksaeb et al. (2020) จากงานวิจัยเรื่อง ผลของโปรแกรมคุณภาพชีวิตในช่องปากด้วยการเรียนรู้การสนทนากลุ่มเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมด้านทันตสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบลท่าคันโท อำเภوتاคันโท จังหวัดกาฬสินธุ์ ที่พบว่าการเรียนรู้แบบกลุ่มสามารถกระตุ้นกระบวนการเรียนรู้และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการเรียนรู้ของผู้สูงอายุได้ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Joomlee et al. (2021) เรื่องผลของโปรแกรมกิจกรรมศิลปะแบบกลุ่มต่อการเห็นคุณค่าในตนเองและภาวะซึมเศร้าของผู้สูงอายุในศูนย์พัฒนาการจัดสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุ ซึ่งพบว่า กิจกรรมกลุ่มส่งผลให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ผู้สูงอายุรู้สึกปลอดภัย และกล้าแสดงออก ซึ่งโดยปกติผู้สูงอายุที่มีภาวะซึมเศร้านักชอบแยกตัวออกจากผู้อื่น เมื่อเข้าร่วมกิจกรรม จึงรู้สึกว่าได้รับกำลังใจ

2. เพื่อเปรียบเทียบผลการใช้นวัตกรรมสื่อเพลงพื้นบ้าน สร้างความรู้เท่าทันอาชญากรรมทางเทคโนโลยีในผู้สูงอายุก่อน และ หลังการทำกิจกรรม ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ผลการเปรียบเทียบระดับความรู้เท่าทันอาชญากรรมทางเทคโนโลยี

รายการ	n	$\bar{X}$	S.D.	t	sig
ก่อนการทดลอง	20	11.85	1.04	-18.87	.00
หลังการทดลอง	20	18.95	1.15		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

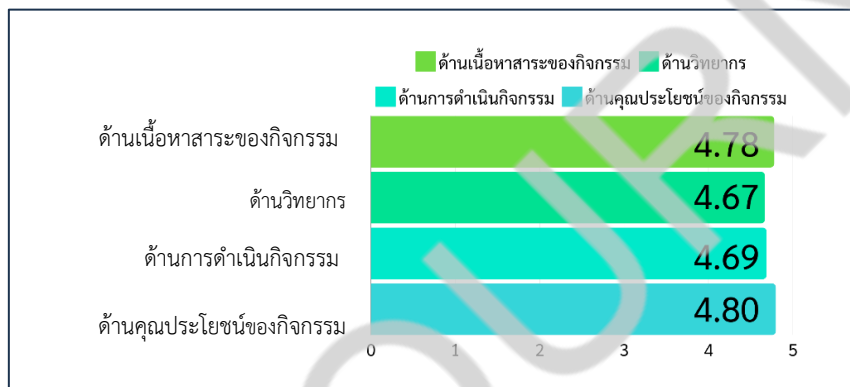
จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า เมื่อเปรียบเทียบค่าคะแนนเฉลี่ยระดับความรู้เท่าทันอาชญากรรมทางเทคโนโลยี ก่อนและหลังการทดลองใช้นวัตกรรมสื่อเพลงพื้นบ้าน พบว่าค่าคะแนนเฉลี่ยหลังการทดลอง สูงกว่า ก่อนการทดลอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ทั้งนี้ นวัตกรรมสื่อเพลงพื้นบ้านที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยบูรณาการกิจกรรมหลักคือ เพลงพื้นบ้าน บทบาทสมมุติ และการใช้สื่อเทคโนโลยี (ไลน์ที่สร้างการตอบกลับอัตโนมัติโดยพัฒนาให้ออกมาในรูปแบบของกิจกรรมที่สร้างสถานการณ์ อย่างเป็นเรื่องราว เพื่อถ่ายทอดข้อมูลด้วยการนำตนเองเข้าไปอยู่ในสถานการณ์จำลอง เรื่องราวต่างๆ และเกิดเป็นประสบการณ์การเรียนรู้ ซึ่งจากผลการทดลองพบว่า มีประสิทธิภาพของเครื่องมือเป็นไปตามสมมุติฐานการวิจัย โดยวิธีการนี้ สอดคล้องกับทฤษฎีของ (Fisher, 1985 as cited in Chakkamanon et al., 2021) ศาสตราจารย์ด้านนิเทศศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเซาเทิร์นแคลิฟอร์เนีย ผู้คิดค้นทฤษฎีว่าด้วยเรื่องเล่า สนับสนุนความเชื่อว่า ผู้คนมักถูกชักจูงโดยเรื่องราวที่ดีมากกว่าเหตุผลที่ดี เนื่องจากเรื่องราวสามารถชี้ให้เห็นคุณค่า อารมณ์ และสุนทรียศาสตร์ ที่ซ่อนเร้นอยู่ในความเชื่อและพฤติกรรมของผู้คนได้ ดังนั้น การให้ความรู้เรื่องอาชญากรรมทางเทคโนโลยีในผู้สูงอายุ ด้วยการสร้างสถานการณ์จำลอง

จากการทำกิจกรรมนี้ เป็นการกระตุ้นการเรียนรู้ให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้น ช่วยให้ผู้ชมตัวอย่างรับฟังข้อมูล ความรู้ ที่แฝงไปกับบทเพลง และ กิจกรรมได้ดียิ่งขึ้น

ทั้งนี้ การใช้สื่อพื้นบ้านเพื่อเผยแพร่ความรู้เรื่องอาชญากรรมทางเทคโนโลยี มีผู้ส่งสาร (ผู้ดำเนินกิจกรรม) และผู้รับสาร (กลุ่มตัวอย่าง) ที่มีประสบการณ์เรื่องอาชญากรรมทางเทคโนโลยีร่วมกันด้วย สืบเนื่องจากในปัจจุบันทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนต่างเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร เรื่องอาชญากรรมทางเทคโนโลยี อยู่เป็นจำนวนมาก สอดคล้องกับ (Schramm & Osgood, 1954 as cited in Nithipaboon, 2021) ผู้คิดค้นแบบจำลองการสื่อสาร กล่าวไว้ว่า พื้นฐานประสบการณ์ร่วมระหว่าง ผู้ส่งสาร และ ผู้รับสาร คือส่วนสำคัญที่ช่วยให้การสื่อสารของทั้งสองฝ่ายเข้าใจตรงกัน เรียกว่าเป็นการสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) โดยหากประสบการณ์ของผู้ส่งสารและผู้รับสารซ้อนทับกันเป็นวงกว้างมากเท่าไร การสื่อสารจะประสบความสำเร็จได้ง่ายขึ้น แต่หากของฝ่ายประสบการณ์ ซ้อนทับกันน้อยมาก หรือไม่ซ้อนทับกันเลยนั้นหมายความว่า ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารจะไม่มีประสบการณ์ ร่วมกันส่งผลให้การสื่อสารครั้งนั้นเป็นไปได้ยาก

3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อนวัตกรรมสื่อเพลงพื้นบ้าน สร้างความรู้เท่าทันอาชญากรรมทางเทคโนโลยีในผู้สูงอายุ หลังการทำกิจกรรม ผลการศึกษาพบว่าโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.54 และสามารถพิจารณาในแต่ละด้านได้ ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ

จากภาพที่ 3 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจทุกด้านในระดับดีมาก ทั้งนี้อาจกล่าวได้ว่าศิลปะการแสดงพื้นบ้านโดยเฉพาะเพลงพื้นบ้านเป็นรูปแบบการแสดงที่มีผลทางตรงต่อ อารมณ์ ความรู้สึก ก่อให้เกิดความสุข ความพึงพอใจ สอดคล้องกับ ผลการศึกษาของ Soontorntanaphol (2023) เรื่อง การสร้างกิจกรรมทางดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ที่พบว่า กิจกรรมทางดนตรี ส่งผลให้ผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีความสุข สนุกสนาน เพลิดเพลิน ผ่อนคลาย สดชื่น มีความคิดในด้านบวก พิจารณาความพึงพอใจต่อนวัตกรรมสื่อเพลงพื้นบ้าน หลังเข้าร่วมกิจกรรม ในแต่ละด้าน พบว่า ความพึงพอใจของผู้สูงอายุ หลังการทำกิจกรรมที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเป็นลำดับหนึ่งคือ ด้านคุณประโยชน์ของกิจกรรมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 และหากวิเคราะห์ในส่วนข้อคำถามพบว่า 2 ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากัน อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.85 ได้แก่ ข้อที่ 1 ท่านสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน” สะท้อนให้เห็นว่า สื่อเพลงพื้นบ้าน นอกจากก่อให้เกิดความสุข สนุกสนาน ยังเป็นพื้นฐานที่สามารถกระตุ้นการเรียนรู้ให้ได้ผลอย่างมีคุณภาพ ผู้สูงอายุเกิดความพึงพอใจกับความรู้ที่ได้รับ ดังข้อคิดเห็นที่ผู้สูงอายุระบุในแบบประเมินความพึงพอใจ ว่า “ดีมากค่ะ เหมาะสมกับ สว. (สูงวัย) มีความรู้ จำได้ค่ะ”, “ผสมผสานความสุข กับความรู้ได้ดี”, “เนื้อหาความรู้ มีสาระตรงกับเหตุการณ์ในปัจจุบัน วิทยากรให้ความรู้สนุกสนาน ยินดีและมีความสุขที่ได้เข้าร่วม”, “กิจกรรมดี ทำให้ได้เพิ่มความรู้อย่างถูกต้อง และมีความสุข สนุกสนาน” ข้อที่ 2 กิจกรรมสร้างความภาคภูมิใจในการอนุรักษ์เพลงพื้นบ้าน แสดงให้เห็นว่า กิจกรรมมีประโยชน์ต่อการส่งเสริมการอนุรักษ์เพลงพื้นบ้าน ดังข้อคิดเห็นที่ผู้สูงอายุระบุในแบบประเมินความพึงพอใจ ว่า “เป็นกิจกรรมที่ดี ขอบคุณที่รักษาวัฒนธรรมพื้นบ้านที่ดีงามนี้ไว้ค่ะ”



สรุปผลการวิจัย

1. เพื่อพัฒนานวัตกรรมสื่อเพลงพื้นบ้าน สร้างความรู้เท่าทันอาชญากรรมทางเทคโนโลยีในผู้สูงอายุ ในการพัฒนาเครื่องมือนี้ เกิดจากการบูรณาการ ศิลปะการแสดงเพลงพื้นบ้าน ร่วมกับกิจกรรมการแสดงบทบาทสมมติ และใช้เทคโนโลยีในรูปแบบของไลน์แชทบอตรวมถึงใช้หลักการที่สอดคล้อง เหมาะสม กับการเรียนรู้ของผู้สูงอายุ ได้แก่ กิจกรรมนันทนาการ และกิจกรรมกลุ่ม เป็นต้น ออกแบบ สู่แผนกิจกรรม ทั้งสิ้น 7 กิจกรรม ซึ่งเพลงพื้นบ้านที่ใช้ทำกิจกรรมได้มีการประพันธ์บทร้องขึ้นใหม่ ให้มีรูปแบบเนื้อหาหลักเป็นบทละคร การเล่นเกมเข้าเรื่อง ซึ่งมีการสร้างสถานการณ์บทบาทสมมติของเหตุการณ์อาชญากรรมทางเทคโนโลยีตามประเด็นต่างๆ เพื่อสร้างประสบการณ์การรับมือ ความเข้าใจ ให้กับผู้สูงอายุ ซึ่งมีทั้งสิ้น 5 เรื่อง โดยใช้รูปแบบการร้องเพลงพื้นบ้าน 4 ชนิด และ ไลน์ในชื่อว่า “วัยเก๋า เท่าทันกลโกง” ใช้ร่วมด้วยโดยจัดทำขึ้นให้มีลักษณะเป็นแชทบอตหรือข้อความตอบกลับอัตโนมัติ สร้างสถานการณ์รูปแบบการพูดคุยผ่านข้อความไลน์ ซึ่งเป็นการจำลองสถานการณ์บทบาทสมมติการสนทนาระหว่างมีฉฉิพ และ ผู้สูงอายุ ตามสถานการณ์ และ ประเด็นต่างๆ ของอาชญากรรมทางเทคโนโลยี ซึ่งจะสอดคล้องกับบทเพลงพื้นบ้าน โดยใช้ประกอบร่วมกันไประหว่างการร้องเพลงในบทร้องที่ได้ประพันธ์ขึ้น



ภาพที่ 4 การร้องเพลงพื้นบ้านในแต่ละกิจกรรม

2. เพื่อเปรียบเทียบผลการใช้นวัตกรรมสื่อเพลงพื้นบ้าน สร้างความรู้เท่าทันอาชญากรรมทางเทคโนโลยีในผู้สูงอายุ ก่อน และหลังการทำกิจกรรม พบว่าค่าคะแนนเฉลี่ยหลังการทดลอง สูงกว่า ก่อนการทดลอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อนวัตกรรมสื่อเพลงพื้นบ้าน สร้างความรู้เท่าทันอาชญากรรมทางเทคโนโลยีในผู้สูงอายุ หลังการทำกิจกรรม พบว่าผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบประเมินความพึงพอใจ หลังการทดลองใช้นวัตกรรมสื่อเพลงพื้นบ้าน สร้างความรู้เท่าทันอาชญากรรมทางเทคโนโลยีโดยภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้จะเป็นแนวทางในการประยุกต์ใช้ศิลปะการแสดงเพลงพื้นบ้าน เพื่อสร้างความรู้เท่าทันอาชญากรรมทางเทคโนโลยีในผู้สูงอายุ ซึ่งจะช่วยลดความเสี่ยงของการตกเป็นเหยื่อจากการถูกฉ้อโกงธุรกรรมการเงินในรูปแบบต่างๆ การถูกหลอกลวงผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ สื่อออนไลน์ รวมถึงวิธีการรับมือ ช่องทางการช่วยเหลือเมื่อถูกหลอกลวงของผู้สูงอายุ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. ควรให้ความสำคัญในการสอนพื้นฐานการร้องเพลงพื้นบ้านในแต่ละเพลงให้กลุ่มตัวอย่างก่อนการทำกิจกรรมตามแผนกิจกรรมนวัตกรรมสื่อเพลงพื้นบ้าน เพื่อให้เกิดความเข้าใจเป็นพื้นฐานที่จะช่วยให้สามารถร้องตามบทประพันธ์ใหม่ได้ดีขึ้น

2. การอ่านข้อคำถามในการทำแบบวัดระดับความรู้เท่าทันอาชญากรรมทางเทคโนโลยี เพื่อเก็บข้อมูลการวิจัย ก่อน และหลังการทดลอง ผู้อ่านควรพิจารณา ไม่แสดงน้ำเสียงที่สื่ออารมณ์ร่วมไปกับการอ่านข้อคำถาม และหากมีความจำเป็นในการอ่านข้อคำถามให้ฟังจำนวนหลายคน ควรจัดแผนผังที่นั่งให้ผู้สูงอายุแยกออกจากกัน หรือ ควรอ่านให้ฟังทีละ 1 คนแทน เนื่องจาก ผู้สูงอายุบางคนจะแสดงท่าทางที่สื่อให้เห็นคำตอบของตนเอง และส่งผลให้เกิดการชักจูงบุคคลรอบข้างไปด้วย

3. แบบประเมินความพึงใจ และแบบวัดระดับความรู้เท่าทันควรใช้ขนาดตัวอักษรที่ใหญ่เพียงพอต่อการมองเห็นของผู้สูงอายุ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษา ทดลองใช้สื่อพื้นบ้านกับกลุ่มคนวัยอื่น เช่น นักเรียน นักศึกษา หรือวัยกลางคน เพื่อพัฒนาให้สื่อพื้นบ้านเข้าถึงกลุ่มคนได้กว้างขึ้น โดยผสมรูปแบบเพลงพื้นบ้าน ร่วมกับความนิยมเพลงยุคใหม่ และทดลองใช้กลุ่มคนวัยอื่นในการเผยแพร่สื่อพื้นบ้าน

2. เพลงพื้นบ้านเป็นเพลงร้องที่ต้องอาศัย ปฏิภาณ ไหวพริบ และความสามารถในการแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็วของผู้แสดง ในการร้องโต้ตอบกัน ความสำคัญส่วนนี้ ควรมีการนำมาศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นของคุณประโยชน์ที่จะพัฒนาระบบประสาทและสมอง หรือ ระดับความฉลาดทางสติปัญญา (Intellectual Quotient) ของบุคคลต่อไป

3. ควรมีการศึกษา และพัฒนาแบบวัดระดับความรู้เท่าทันอาชญากรรมทางเทคโนโลยีในเด็กปฐมวัย หรือมัธยมศึกษา เพื่อใช้เป็นเครื่องมือศึกษาระดับความรู้เท่าทันของเยาวชน วิเคราะห์การรับรู้ และเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางความรู้ไว้ตั้งแต่เป็นเยาวชน

ข้อกำจัดการวิจัย

ในการใช้สื่อที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นบนแอปพลิเคชันไลน์ จำเป็นต้องอยู่ในพื้นที่ ที่มีเครือข่ายสัญญาณ และความเสถียรของสัญญาณด้วย จึงจะทำให้เกิดการเรียนรู้ได้อย่างต่อเนื่อง เพื่อประสิทธิภาพการใช้งานสูงสุด

References

- Aneksaeb, P., Ratchaompoo, K., Mungkalasan, W., Weeranithan, P., Jampee, S. & Thanakanjanaphakdee, W. (2020). Effects of oral health-related quality of life program by learning with a group discussion for developing oral health behavior among elderly in Thakhuntho Municipality, Thakhuntho District, Kalasin Province. *Thai Dental Nurse Journal*, 31(1),89-99.
- Bunphan, P. (2015). A study of the elderly's feelings of fear of crime. In Lat Phrao District Bangkok. *Journal of Integrated Sciences*, 12(2),80-101.
- Bunsong, P., Wannawichai, R. & Chinphon, S. (2011). Development of the Lam Tad activity model to solve the problem of depression in the elderly at the Elderly Social Welfare Development Center, Pathum Thani Province. *Journal of fine and applied arts, Chulalongkorn university*, 7(1),138-155.
- Chakkamanon, W., Thokaew, W. & Sridee, S. (2021). Using traditional media to provide political knowledge. *Journal of BSRU-Research and Development Institute*, 6(1),45-56.
- Chamnian, M., Chamniam, K. & Kaewsanit, M. (2020). The Use of Folk Performance Media to Promote the Health of the Elderly in Digital Age. *Phetchabun Rajabhat Journal*, 22(2),1-8.
- Chantamat, S. (2022). Using role-play activities to develop Chinese speaking skills of program students. Chinese language teaching, Faculty of Education, Chiang Rai Rajabhat University. *Journal of Education Burapha*, 33(1),72-85.
- Chanthawarin, S. (2022). *Victim of scams*. Retrieved May 2023, from <https://www.psy.chula.ac.th/en/feature-articles/victim-of-scams/>
- Funchian, N. (2019). *Role playing teaching techniques*. Retrieved April 2023, from <https://www.trueplookpanya.com/dhamma/content/76456>
- Joomlee, P., Rattanajarana, S. & Kungcha, W. (2021). Effects of Group Art Activity Program on Self-Esteem and Depression Among Older People in a Social Welfare Development Center for Older People. *The Journal of Faculty of Nursing Burapha University*, 29(2),47-58.
- Joyce, B. & Shower, B. (1992). *The Coaching of Teaching*. London : Allyn and Bacon.
- Khaemmanee, T. (2009). *Using role play in teaching and learning No. 6*. Bangkok : Chulalongkorn University.



- Kosinanon, R. (1994). *Folk performances in Thailand No. 3*. Bangkok : Thai Wattana Panich.
- Lin, L., Lu, Y., Chang, T. & Yeh, S. (2022). Effects of Drama Therapy on Depressive Symptoms, Attention, and Quality of Life in Patients With Dementia. *The Journal of Nursing Research*, 30(1),1-9.
- Nithipailoon, J. (2021). *Principle of Mass Communication*. Bangkok : Rajamangala University of Technology Tawan-Ok Chakrabongse Bhuvanart area.
- Plastics, A. (2021). *Digital Transformation*. Retrieved May 2023, from <https://www.allaroundplastics.com/article/innovation/2889>
- Police, W. (2022). *Types of technological crimes*. Retrieved May 2023, from <https://pctpr.police.go.th/knowledge.php>
- Soontorntanaphol, N. (2023). Creating Musical Activities for the Elderly:A Case Study of HRH Princess Maha Chakri Sirindhorn Medical Center. *Journal of Studies in the Field of Humanities*, 30(1),241-259.
- Sukkabot, S. (2022). *Research reveals 44% of seniors have been deceived on Facebook. Warning: Don't fall for online advertisements*. Retrieved May 2023, from <https://theactive.net/news/marginalpeople-20220410-2/>
- Tuikamphir, A. (2021). *Look at survey results from 3 countries that will tell you what kind of elderly people are. is the target of criminals*. Retrieved May 2023, from <https://manoottangwai.com/scammer/>



การสำรวจภูมิทัศน์สื่อสังคมออนไลน์ประเด็นบุหรี่ไฟฟ้าเพื่อกำหนดแนวทางการสื่อสารส่งเสริม การพัฒนาที่ยั่งยืน เป้าหมายที่ 3 – มีสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี

Exploring the Online Social Media Landscape on Electronic Cigarettes to Set Communication Guideline Promoting Sustainable Development Goal 3: Good Health and Well-being

บุหงา ชัยสุวรรณ¹ วรพล พงษ์เพ็ชร² ฐิติรัตน์ เชนศิริรัตนากอร์³ อูรพี จุลิมาศาสตร์⁴
พงษ์เทพ วิจิตร⁵ และ พิณเดมย์ เลหาเพียงศักดิ์⁶

Bu-nga Chaisuwan¹ Worapol Pongpech,² Thitirat Chanesirirattanakorn,³ Urapee Julimasart⁴
Pongthep Vijite⁵ and Pined Laohapiengsak⁶

Article History

Receive: July 12, 2024

Revised: October 24, 2024

Accepted: October 28, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปริมาณข้อมูลเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้าในพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ ประเภทของผู้ส่งสารข้อมูลเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้า และประเด็นเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้าในพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ โดยใช้เทคนิคการวิจัยแบบ Computational Social Science ประชากรของการวิจัยคือ ข้อมูลเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้าที่ได้จากการค้นหาผ่านเครื่องมือ Social Listening Tools ได้แก่ Google Trends, Mandala Analytics และการทำ Web Scraping เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้คีย์เวิร์ดในการค้นหา คือ “บุหรี่ไฟฟ้า” ในสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ Facebook, X, Community blogs, E-commerce Website และเว็บไซต์ต่างๆ และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) มีปริมาณสื่อสารเกี่ยวข้องกับบุหรี่ไฟฟ้าในทุกช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีปริมาณการค้นหาสัมพันธ์สูงสุดใน พ.ศ.2565 จำนวน 100 หน่วยการค้นหาสัมพันธ์ 2) ประเภทของผู้ส่งสารเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้า พบว่า กลุ่มผู้ขายบุหรี่ไฟฟ้ามีปริมาณมากกว่า กลุ่มรณรงค์เรื่องบุหรี่ไฟฟ้า และสำนักข่าวต่างๆ 3) เนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ สามารถแบ่งได้เป็นเนื้อหาเกี่ยวกับความต้องการเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับการสูบบุหรี่ไฟฟ้า และเนื้อหาเกี่ยวกับความต้องการเนื้อหากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการสูบบุหรี่ไฟฟ้า ผลการวิจัยจะช่วยให้องค์กรขับเคลื่อนสังคมด้านบุหรี่ไฟฟ้าได้เข้าใจบริบท เป็นข้อมูลพื้นฐานในการสื่อสารกำหนดนโยบาย พร้อมแนวทางการสื่อสารส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals-SDGs) เป้าหมายที่ 3 – มีสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี (Good Health and Well-being)

คำสำคัญ : บุหรี่ไฟฟ้า ; สื่อสังคมออนไลน์ ; การสื่อสารสุขภาพ ; เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ; สุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี ; นโยบายสุขภาพ

¹ รองศาสตราจารย์ คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, Associate Professor, Graduate School of Communication Arts and Management Innovation, National Institute of Development Administration

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะสถิติประยุกต์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, Assistant Professor, Graduate School of Applied Statistics, National Institute of Development Administration

³⁻⁴ นักวิจัย คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, Researchers, Graduate School of Communication Arts and Management Innovation, National Institute of Development Administration

⁵⁻⁶ นักวิจัย คณะสถิติประยุกต์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, Researchers, Graduate School of Applied Statistics, National Institute of Development Administration



ABSTRACT

This research aims to examine the volume of information related to e-cigarettes across various social media platforms, types of communicators, and issues related to e-cigarette on social media platforms. This study used computational social science methodologies. The research population consisted of ecigarette information that was searched through social listening tools, including Google Trends, Mandala Analytics, and Web scraping techniques. The data was collected using the keyword "e-cigarette" (in Thai) to search across social media platforms, including Facebook, X, community blogs, e-commerce websites, and other relevant websites. The data analysis was performed using content analysis technique. The research findings revealed that 1) the highest search volume of communication regarding e-cigarettes across all social media platforms in 2022, amounting to 100 relative search units. 2) The amount of e-cigarette communicators in terms of sellers of e-cigarettes was higher than the campaigners and news outlets. 3) The content related to e-cigarettes on social media can be categorized into information concerning the demand for e-cigarette use and information about legal regulations associated with e-cigarette consumption. The research results can help organizations that promoting e-cigarette awareness understand the context and provide a foundation for communication, policy setting, and communication guideline for enhancing sustainable development goal 3: Good health and well-being.

Keywords : Electronic Cigarettes ; Social Media ; Health Communication ; Sustainable Development Goals ; Good Health and Well-being ; Health Policy

บทนำ

“บุหรี่ไฟฟ้า” ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วแทนที่บุหรี่แบบมวนที่ต้องมีการเผาไหม้ เนื่องจากความเชื่อเกี่ยวกับศักยภาพในการลดอันตรายจากควันบุหรี่และการเลิกบุหรี่ ราคาที่แข่งขันได้ และการที่ทำให้ผู้สูบบุหรี่สามารถมี “ประสบการณ์การสูบบุหรี่โดยไม่ต้องสูบบุหรี่” (Goicoechea, 2024) กระนั้นก็ตาม ในปัจจุบันยังไม่มีหลักฐานงานวิจัยเพียงพอที่จะสรุปว่า บุหรี่ไฟฟ้าจะช่วยให้การเลิกบุหรี่ได้ นอกจากนี้ บุหรี่ไฟฟ้าทำให้เกิดการเจ็บป่วยด้วยโรคต่างๆ ที่รุนแรงมากมายตามมา เช่น โรค ปอดป๊อปคอร์น (Popcorn Lung) โรคหืด โรคปอดอุดกั้นเรื้อรัง (Rohde et al., 2020) การสูบบุหรี่ไฟฟ้า จึงเป็นสิ่งที่มีความเสี่ยงจะเป็นอันตรายต่อสุขภาพ ไม่สอดคล้องต่อการพัฒนาตาม “เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน” (Sustainable Development Goals-SDGs) ขององค์การสหประชาชาติ โดยเฉพาะในเป้าหมายที่ 3 คือ มีสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี : Good Health and Well-being ในเป้าหมายที่ 3A ที่มุ่งควบคุมการใช้จ่ายยาสูบในทุกประเทศ

ในประเทศไทย บุหรี่ไฟฟ้ายังเป็นสิ่งที่ไม่ถูกกฎหมาย กระทรวงพาณิชย์ออกประกาศตั้งแต่วันที่ 12 ธันวาคม พ.ศ.2557 ว่าเป็นสินค้าต้องห้ามในการนำเข้าภายในประเทศ กระนั้นก็ตาม สำนักงานสถิติแห่งชาติ พ.ศ.2564 ทำการสำรวจพบว่า ประชากรไทยที่สูบบุหรี่ไฟฟ้า มีจำนวน 78,742 คน คิดเป็นอัตราการร้อยละ 0.14 ของประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไป ที่มีจำนวนทั้งหมด 57 ล้านคน เหตุผลที่เลือกสูบบุหรี่ไฟฟ้า คือ ขอบกลิ่นหอม (ร้อยละ 30.80), รีแลกซ์ สูบแล้วคลายเครียดได้ (ร้อยละ 29.70) คิดว่าสูบแล้วปลอดภัย (ร้อยละ 21.10), เพื่อนแนะนำ/ทำตามเพื่อน (ร้อยละ 17.80), ทันสมัยและตามแฟชั่น (ร้อยละ 14.90) ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับต่างประเทศที่พบว่าปริมาณผู้ที่สูบบุหรี่ไฟฟ้าเพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับ ผลสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่ไฟฟ้าของเยาวชนไทย โดยกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ (สบส.) ในพ.ศ.2566 พบว่า สาเหตุหนึ่งของการเกิดนักสูบหน้าใหม่ขึ้นเกิดจากการถูกชักชวนโดยคนรอบข้าง เช่น เพื่อนญาติ หรือคนในครอบครัว รวมถึงผู้ที่สูบบุหรี่มานานอยู่แล้วจะสูบบุหรี่ไฟฟ้าร่วมด้วย (The Coverage, 2023)

งานวิจัยในอดีตมีการศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสูบบุหรี่ไฟฟ้า หรือการเลิกสูบบุหรี่ไฟฟ้า พบว่า ส่วนหนึ่งของปัจจัยที่ส่งผลต่อการสูบบุหรี่ไฟฟ้า เกิดจากการสื่อสารซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการที่กลุ่มเยาวชนเริ่มสูบบุหรี่ไฟฟ้า (Yang, 2024) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้สื่อสังคมออนไลน์จะส่งผลต่อการรับรู้ในเชิงบวกและพฤติกรรมการใช้บุหรี่ไฟฟ้าของเยาวชน (Chacon et al., 2024 ; Lee, et al., 2024) ปัจจุบันผู้ค้าผลิตภัณฑ์ยาสูบไฟฟ้าใช้สื่อออนไลน์แทบทุกประเภทในการสื่อสารไปยังกลุ่มลูกค้า ส่งผลให้เด็กและเยาวชนสามารถเข้าถึงบุหรี่ไฟฟ้าได้ง่าย (Loysmut, 2020) โดยมักเป็นการวิจัยที่ใช้

ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ หรือเชิงคุณภาพไปยังผู้รับสาร (Sender) อย่างไรก็ตามยังไม่มีงานวิจัยที่ศึกษาในมิติของตัวสื่อ (Media) ด้วยเครื่องมือ Social Listening การวิจัยนี้จึงมุ่งที่จะทำการศึกษากฎเกณฑ์การสื่อสารสื่อสังคมออนไลน์ประเด็นบุหรืไฟฟ้า เพื่อที่จะทำให้ทราบสถานการณ์การนำเสนอประเด็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับบุหรืไฟฟ้า ทั้งในมิติของเนื้อหาที่มุ่งเน้นการส่งเสริม หรือสนับสนุน ช่องทาง และหน่วยงานหรือองค์กรที่ทำการสื่อสารประเด็นบุหรืไฟฟ้าผ่านพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ ทำให้ข้อมูลดังกล่าวจะช่วยเป็นแนวทางการกำหนดกลยุทธ์ในการสื่อสารที่ส่งเสริมให้เกิดการไม่สูบบุหรืที่นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) เป้าหมายที่ 3-มีสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี (Good Health and Well-being) ต่อไป

ทั้งนี้งานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยเรื่อง “การศึกษาสถานการณ์และข้อเสนอเชิงนโยบายบนพื้นฐานของข้อมูลเพื่อการสื่อสารประเด็นบุหรืไฟฟ้าในมิติสุขภาพและสุขภาวะของคนไทยอย่างยั่งยืน” โดยได้รับงบประมาณเพื่อสนับสนุนงาน มูลฐาน (Fundamental Fund; FF) จัดสรรงบประมาณจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (ววน.) สำนักงาน คณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) ประจำปี 2566 Thailand Science Research and Innovation (TSRI)/02-2788200

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปริมาณข้อมูลเกี่ยวกับบุหรืไฟฟ้า ในพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ
2. เพื่อศึกษาประเภทของผู้ส่งสารข้อมูลเกี่ยวกับบุหรืไฟฟ้า ในพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ
3. เพื่อศึกษาเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับบุหรืไฟฟ้า ในพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับภูมิทัศน์สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Landscape)

ภูมิทัศน์สื่อสังคม (Social Media Landscape) ในยุคดิจิทัล เกิดจากการหลอมรวมสื่อเกิดเป็นสื่อใหม่ที่มีการ เชื่อมโยงระหว่างอินเทอร์เน็ตกับโทรศัพท์มือถืออัจฉริยะ แท็บเล็ต คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ และคอมพิวเตอร์เคลื่อนที่ ด้วยการใช้ งานบนแพลตฟอร์มต่างๆ อาทิ Facebook, Instagram, X, YouTube, Tiktok เป็นต้น (Kaewthet, 2022) โดยสื่อออนไลน์ ของผู้เกี่ยวข้องกับบุหรืไฟฟ้าในการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย สามารถแบ่งตามประเภทแพลตฟอร์มได้ดังนี้ (1) แพลตฟอร์ม Facebook มักสื่อสารโดยกลุ่มสนับสนุนการใช้บุหรืไฟฟ้า เช่น ผู้จำหน่ายบุหรืไฟฟ้า แต่นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับบุหรืไฟฟ้า โดยไม่ขายสินค้า กลุ่มผู้ที่ทำงานร่วมกับผู้จำหน่ายบุหรืไฟฟ้า อาทิ เพจให้ข้อมูลโดยทั่วไปที่ไม่เกี่ยวข้องกับบุหรืไฟฟ้า เป็นผู้สนับสนุนและเผยแพร่ข้อมูลด้านบวกของบุหรืไฟฟ้า รวมทั้งร่วมโต้แย้งทางด้านกฎหมาย และผู้ค้าขายสินค้าบุหรืไฟฟ้า โดยจะมีการออกสื่อโฆษณาเพื่อใช้ติดต่อสื่อสารกับลูกค้าที่สั่งซื้อสินค้า (2) แพลตฟอร์ม Instagram จะมีการสื่อสารในลักษณะ เป็นสื่อโฆษณา มีการนำเสนอรูปสวยงาม หรือ Lifestyle ชวนเชื่อที่เกี่ยวข้องกับบุหรืไฟฟ้า และ แชร์ภาพ ภาพนางแบบดารา คนดังจากต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับบุหรืไฟฟ้า (3) แพลตฟอร์ม X ทำการสื่อสารแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ คือ การปลุกกระแส ความนิยมด้วยการทำให้ติดอันดับเทรนด์ทวีต สร้างการค้นหาในทวีตด้วยการติด # แฮชแท็ก และ เป็นสื่อโฆษณา ในลักษณะ ของข้อความสั้นๆ และ (4) Website มักเน้นการโฆษณาผลิตภัณฑ์เป็นหลัก และจะแสดงเบอร์โทรศัพท์ ไอดีไลน์ QR Code ไอดีเฟสบุ๊ค ฯลฯ สำหรับไว้ติดต่อผู้ค้า อย่างไรก็ตาม ยังพบว่ามีการสร้างวาทกรรมที่กระจายความเชื่อที่ผิดเกี่ยวกับบุหรืไฟฟ้า ในด้านความปลอดภัยในสื่อสังคมเป็นหลัก ทำให้เกิดการกระจายความเชื่อที่ผิดเกี่ยวกับบุหรืไฟฟ้าด้วยการแชร์ต่อๆ กันในสื่อ ออนไลน์ โดยเป็นการกระจายข้อมูลที่ยังไม่ถูกต้องเกี่ยวกับบุหรืไฟฟ้าในด้านความปลอดภัย (Loysmut, 2020) ดังนั้นการวิจัย ครั้งนี้จึงได้ทำการฟังเสียงจากสื่อสังคมออนไลน์แพลตฟอร์มต่างๆ เช่น Facebook, X, YouTube, Instagram และ TikTok เป็นต้น รวมถึงเว็บไซต์ และชุมชนออนไลน์ต่างๆ เพื่อให้เข้าใจภูมิทัศน์สื่อสังคมออนไลน์ในประเด็นบุหรืไฟฟ้า

การทบทวนวรรณกรรมระหว่างปี คศ.2003-2019 โดย Lyu et al (2022) พบว่าอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางที่ถูกใช้ ในการสื่อสารมากที่สุดเมื่อเทียบกับสื่อมวลชนอื่นๆ เนื้อหาที่ทำการสื่อสารที่พบมากที่สุด คือ บุหรืไฟฟ้าช่วยเลิกบุหรื รองลงมา คือ การนำเสนอเกี่ยวกับ สังคม ไลฟ์สไตล์ และประสบการณ์การใช้งาน การศึกษานี้ยังชี้ให้เห็นว่า การสื่อสารที่กล่าวอ้าง คุณประโยชน์ทั้งการช่วยให้เลิกบุหรื การลดอันตราย มีมากกว่าหลักฐานทางวิทยาศาสตร์ ส่วน McCausland et al. (2019) ศึกษาข้อความที่นำเสนอในการส่งเสริมการใช้บุหรืไฟฟ้าบนสื่อสังคมออนไลน์ โดยรวบรวมข้อมูล ระหว่างปี ค.ศ.2007-2017 จำนวน 536 เรื่อง ผลการศึกษาพบว่า ร้อยละ 86 นำเสนอคุณลักษณะของบุหรืไฟฟ้า เช่น ยี่ห้อ รสชาติ และปริมาณนิโคติน ร้อยละ 56 บุหรืไฟฟ้าได้รับการส่งเสริมให้เป็นเครื่องมือช่วยในการเลิกบุหรื ถัดมาเป็นการโฆษณาส่งเสริมการขาย การตลาด และพบการสื่อสารกฎระเบียบ นโยบาย และข้อความประชาสัมพันธ์จากรัฐบาล ตามลำดับ



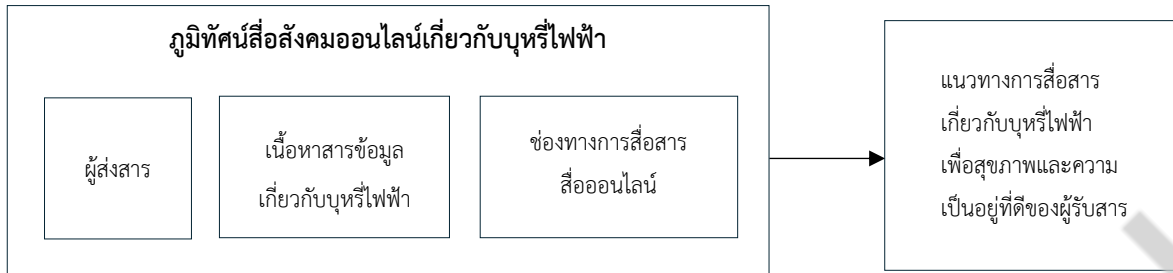
การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการโฆษณาบุหรี่ไฟฟ้ามักดำเนินการโดยไม่มีการควบคุม มีการหลอกล่อที่แนบเนียนยั่ว ความต้องการของวัยรุ่นทำให้วัยรุ่นสามารถเข้าถึงบุหรี่ไฟฟ้าได้ง่าย ตลอดจนได้รับข้อมูลที่บิดเบือนจากสื่อสังคมเกิดเป็นความ เชื่อผิดๆ กลายเป็นแฟชั่นที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว (Maneeekun, 2023) โดยในสื่อสังคมออนไลน์ แม้ว่าเฟซบุ๊ก จะมีนโยบายห้ามทำการตลาดบุหรี่ไฟฟ้า แต่ก็ยังพบการทำการตลาดบนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก Kong et al. (2021) พบว่า ร้อยละ 50 ของวัยรุ่นในสหรัฐอเมริกาใช้เฟซบุ๊ก การเปิดรับการตลาดบุหรี่ไฟฟ้าบนเฟซบุ๊ก จะดึงให้วัยรุ่นที่ไม่เคยใช้บุหรี่ไฟฟ้า เข้ามาใช้บุหรี่ไฟฟ้ามากกว่าการเห็นการทำงานการตลาดในสื่ออื่นๆ ทั้งวิทยุ โทรทัศน์ วิทยุ นิติสาร บิลบอร์ด และ ร้านขายบุหรี่ไฟฟ้าทั่วไป ผลการศึกษาของ Singh et al (2016) ที่ทำการศึกษา นักเรียนมัธยมศึกษา จำนวน 22,007 คน ในสหรัฐอเมริกาพบว่า นักเรียนที่ดูโฆษณาบุหรี่ไฟฟ้ามีโอกาสสูบบุหรี่ไฟฟ้าประมาณ 43 เท่าของนักเรียนที่ไม่ดูโฆษณา บุหรี่ไฟฟ้า

แนวคิดเรื่องการรับฟังเสียงจากสื่อสังคมออนไลน์ (Social Listening)

สื่อสังคมออนไลน์เป็นแพลตฟอร์มใหม่ในการอำนวยความสะดวกด้านการสื่อสารสุขภาพ การสื่อสารสุขภาพผ่านสื่อ สังคมออนไลน์เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของบุคคลในการเข้าถึง แบ่งปัน อภิปราย และสร้างเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ บนสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ด้านสุขภาพ (Chen & Wang, 2021) การรับฟังเสียงจากสื่อสังคมออนไลน์ (Social Listening) เป็นกระบวนการเฝ้าสังเกต ติดตามการสนทนาเกี่ยวกับหัวข้อเฉพาะ ทำความเข้าใจโดยการวิเคราะห์หัวข้อ และคำหลักทั้งในเชิงปริมาณ คุณภาพ และเชิงบริบท รวมถึงการตอบสนองปฏิสัมพันธ์ ช่วยให้เข้าถึงสิ่งที่ผู้คนพูดถึงเกี่ยวกับ ประเด็นต่างๆ (Ducange et al., 2019) ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ดังกล่าวจะช่วยให้ ผู้สื่อสารเข้าใจความคิดและเรียนรู้ เกี่ยวกับบุคคลและชุมชนได้ และทำให้สามารถวางแผนที่ดีที่สุดในการตอบสนองต่อสถานการณ์ในการสื่อสารต่างๆ ที่หลากหลายได้ (Yavuz & Tire 2023) เครื่องมือ Social Listening เหล่านี้จะช่วยดึงข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์จากคำสำคัญ (Keyword) เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก สามารถแสดงผล คำสำคัญ หรือ แฮชแท็ก (Hashtag) ที่เป็นที่ยอมรับในขณะนั้น ผ่านการกล่าวถึง (Mention) ในโพสต์ หรือการมีส่วนร่วม (Engagement) ซึ่งแสดงถึงความคิดเห็นของคนบนสื่อสังคมออนไลน์ ได้ Lohapirata (2022) นำเสนอเครื่องมือที่สามารถนำมาใช้ศึกษา การรับฟังเสียงจากสื่อสังคมออนไลน์ 9 เครื่องมือ โดยเครื่องมือที่ได้รับความนิยมอันดับแรกที่สามารถใช้งานได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ได้แก่ Google Trends ซึ่งเป็นเครื่องมือ จาก Search Engine 'Google' ที่ช่วยผู้ใช้งานค้นหาความสนใจของผู้คน ณ ช่วงเวลาหนึ่งในแต่ละพื้นที่ ทั้งในระดับจังหวัด ประเทศ และระดับโลกผ่านการค้นหาคำด้วยคีย์เวิร์ด (Keyword) จากนั้นระบบหรืออัลกอริทึมของ Google Trends ก็จะแสดง ข้อมูลและกระแสเกี่ยวกับคีย์เวิร์ดดังกล่าวออกมา นอกจากนี้ยังมี WISESIGHT TREND FanpageKarma และ Mentionmapp ส่วนเครื่องมือของไทยที่ต้องเสียค่าใช้จ่าย อาทิ DOM (Data Opinion Mining) Zocial Eye Mandala Analytics SocialEnable 4.0 และ Zanroo

กรอบแนวคิดการวิจัย

การสื่อสารสุขภาพเป็นกระบวนการสำคัญในการถ่ายทอดข้อมูล สร้างความรู้ความเข้าใจเพื่อนำไปสู่การปรับเปลี่ยน ทัศนคติและพฤติกรรมสุขภาพที่พึงประสงค์ มีการวิจัยหลายชิ้นที่พบว่า การสื่อสารส่งผลต่อพฤติกรรมการสูบบุหรี่ไฟฟ้า (Vogel et al., 2021 ; Clendennen et al., 2020) ในการวิจัยนี้จึงต้องการพิจารณาบริบทของข้อมูลเกี่ยวข้องกับบุหรี่ไฟฟ้า ที่มีการแลกเปลี่ยนบนภูมิทัศน์สื่อสังคมออนไลน์ โดยวิเคราะห์ตามกรอบแบบจำลององค์ประกอบการสื่อสารสุขภาพ ได้แก่ ผู้ส่งสาร สาร ช่องทาง เพื่อที่จะได้เป็นข้อมูลสำหรับนักส่งเสริมสุขภาพที่รณรงค์ทางการป้องกันนักสูบหน้าใหม่ ตลอดจนผู้ที่ต้องการเลิกสูบบุหรี่ไฟฟ้า ให้สามารถวางแผนการสื่อสารส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals-SDGs) เป้าหมายที่ 3-มีสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี (Good Health and Well-being) ไปยังผู้รับสาร ตลอดจนนำไปสู่ ผลกระทบในเชิงบวกต่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยสังคม (Social Research) โดยใช้เทคนิคการวิจัยแบบ Computational Social Science ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของใช้คอมพิวเตอร์และชุดข้อมูลขนาดใหญ่ เพื่อการวิเคราะห์เนื้อหาบนสื่อสังคม (Grønmo, 2019)

ประชากร

คณะผู้วิจัยทำการวิเคราะห์เนื้อหา โดยมีประชากร หรือหน่วยศึกษา คือ ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์ โดยคีย์เวิร์ดที่ใช้ในการค้นหา ประกอบด้วยคำว่า “บุรีไฟฟ้า” เป็นคำหลัก 1 คำ เพื่อให้สอดคล้องกับประเด็นในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ประกอบด้วย 3 เครื่องมือ ดังนี้

1. เครื่องมือ Google Trends เป็นเครื่องมือของ Google ที่ให้บริการตรวจสอบความนิยมของคำค้นหาหรือเว็บไซต์ในช่วงเวลาที่กำหนด โดยนำเสนอผลในมิติของปริมาณความสนใจของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับคำสำคัญค้นหาเชิงสัมพันธ์ (Relative Search Volume) พื้นที่ที่มีการค้นหา และแสดงผลคำค้นหาที่เกี่ยวข้อง (Top Related Queries)
2. เครื่องมือ Social Listening Tools ของ Mandala AI Analytics ได้รับความอนุเคราะห์จากบริษัท โอเซียนสกาย เน็ตเวิร์ค จำกัดซึ่งเป็นเครื่องมือที่สามารถรวบรวมข้อมูลภาษาไทย และเข้าถึงข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นที่นิยมในประเทศไทยได้ ได้แก่ Facebook, X, Instagram และ TikTok นอกจากนี้ยังรวมถึงเว็บไซต์ และ Forum (Pantip) ด้วย โดยมีการกำหนดข้อจำกัดการกล่าวถึงของโครงการณรงค์ (Campaign Mentions Limit) ตามแพ็คเกจที่ใช้
3. เครื่องมือ Web Scraping เป็นกลไกการดึงข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ด้วยการเขียนภาษาโปรแกรมคอมพิวเตอร์ Python จาก เว็บไซต์ ที่ปรากฏบน Google Search Engine ด้วยคีย์เวิร์ดหลัก ที่เกี่ยวข้องกับบุรีไฟฟ้าต่างๆ ที่กำหนดก่อนที่จะนำมาทำการนำเสนอด้วย Dashboard ที่พัฒนาด้วยโปรแกรม Looker Studio

โดยดำเนินการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ด้วยการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Data Triangulation) ซึ่งเป็นวิธีการที่ใช้ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยการวิจัยจาก Social Listening Tools (Sloan & Quan-Haase, 2022) โดยในการวิจัยนี้ดำเนินการโดยเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล 3 เครื่องมือ ซึ่งช่วยแสดงให้เห็นความสอดคล้องของทิศทางของข้อมูลที่ได้รับ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ทำการรวบรวมข้อมูลด้วยเครื่องมือ Google Trends จากคำหลัก (Key Words) คือ “บุรีไฟฟ้า” ดึงข้อมูลช่วง มกราคม 2547 ถึง มกราคม 2567 รวม 20 ปี เนื่องจากเป็นช่วงระยะเวลาอันหลังมากที่สุดที่ Google Trends ให้สืบค้นได้จากวันที่ดำเนินการสืบค้น
2. ทำการรวบรวมข้อมูลด้วยเครื่องมือ Mandala Analytics จากคำหลัก (Key Words) คือ “บุรีไฟฟ้า” เก็บรวบรวมข้อมูลการกล่าวถึง (Mentions) และคำค้นหาที่เกี่ยวข้อง (Top Related Queries) กับคำหลัก และนำเสนอในรูปแบบ Dashboard ของ Mandala รวบรวมข้อมูลระหว่างวันที่ 1 มกราคม – 16 ธันวาคม 2566 ได้ข้อมูลการกล่าวถึง (Mentions) บุรีไฟฟ้า จำนวน 95,806 ครั้ง เพื่ออธิบายลึกลงไปเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับบุรีไฟฟ้าในช่วงเวลาที่เป็นปัจจุบัน



3. ทำการรวบรวมข้อมูลโดยการกวาดข้อมูล (Web Scraping) จากเว็บไซต์ทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับบุรีไฟฟ้า ที่ปรากฏเป็นสาธารณะ (Public) ที่ปรากฏเมื่อสืบค้นจากคำค้นหาที่กำหนด คือคำว่า “บุรีไฟฟ้า” จาก Google Search Engine รวบรวมข้อมูลระหว่างวันที่ 14 มีนาคม – 8 เมษายน 2567 ได้เว็บไซต์ทั้งหมด 2841 เว็บไซต์ที่ และนำเสนอในรูปแบบ Dashboard ด้วย Looker Studio เพื่อให้เห็นถึงมิติภูมิทัศน์สื่อสังคมออนไลน์ด้วยเครื่องมือการเก็บข้อมูลที่แตกต่างกันซึ่งจะช่วยให้เกิดการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Data Triangulation) ที่ทำให้เชื่อมั่นในข้อมูลของการวิจัยได้มากขึ้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับมาทำการทำความสะอาดข้อมูลโดยการคัดกรองข้อมูลเบื้องต้น จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหาแบบดั้งเดิม (Conventional Content Analysis) โดยในการวิจัยนี้จะนำเสนอในลักษณะการพรรณนา หรือแปลความหมายของปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นตามสภาพเป็นอยู่ โดยทำการรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์และนำมาเสนอ เพื่อที่จะทราบความสัมพันธ์ของแนวโน้มของเหตุการณ์ สภาพหรือปรากฏการณ์ รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น

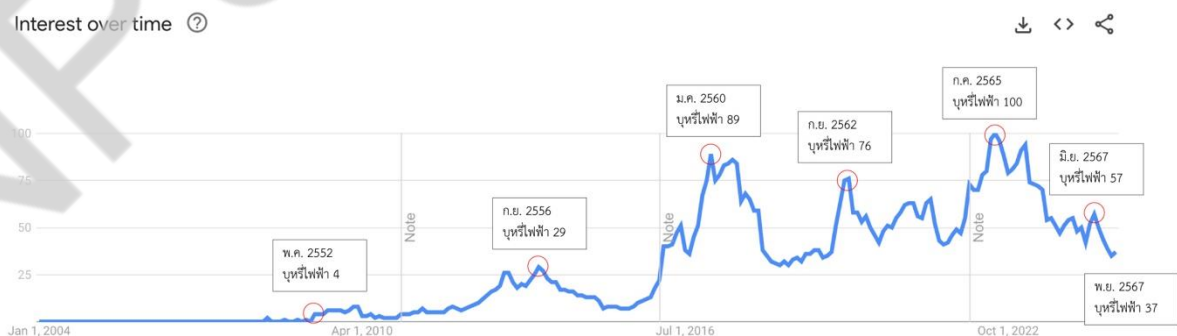
ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

การสำรวจภูมิทัศน์สื่อสังคมออนไลน์ประเด็นบุรีไฟฟ้าเพื่อกำหนดแนวทางการสื่อสารส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืน เป้าหมายที่ 3-มีสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี ผู้วิจัยนำเสนอผลการศึกษแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

1. ผลการศึกษาปริมาณข้อมูลเกี่ยวกับบุรีไฟฟ้า ในพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ช่องทางต่างๆ

การศึกษาความสนใจและการกล่าวถึงข้อมูลเกี่ยวกับบุรีไฟฟ้า ในพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ช่องทางต่างๆ ทำการศึกษาจากเครื่องมือรวบรวมตามกระบวนการเก็บข้อมูล และปรากฏข้อมูล ดังต่อไปนี้

1.1 ปริมาณข้อมูลเกี่ยวกับบุรีไฟฟ้า จาก Google Search ซึ่งสามารถสะท้อนให้เห็นถึงปริมาณข้อมูลตามความสนใจค้นหาประเด็นต่างๆ (Google Search) ของผู้คนในประเทศไทย ตามข้อจำกัดของเครื่องมือทำให้สามารถศึกษาย้อนหลังได้ 20 ปี คือ ตั้งแต่ 1 มกราคม 2547 ถึง มกราคม 2567 พบว่า “บุรีไฟฟ้า” เริ่มมีปริมาณการพูดถึงบุรีไฟฟ้าใน พ.ศ.2552 จำนวน 4 หน่วยการค้นหาสัมพันธ์ และเพิ่มเป็น 29 หน่วยการค้นหาสัมพันธ์ ในพ.ศ.2556 แสดงให้เห็นถึงการเริ่มมีความสนใจ และรู้จัก ต้องการข้อมูลเกี่ยวกับบุรีไฟฟ้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และมีปริมาณมากขึ้นถึง 22.5 เท่าในช่วง พ.ศ.2560 (89 หน่วยการค้นหาสัมพันธ์) ก่อนที่จะขึ้นสูงสุด ใน พ.ศ.2565 (100 หน่วยการค้นหาสัมพันธ์ และคิดเป็น 25 เท่าจากจุดที่เริ่มมีการพูดถึง) สอดคล้องกับเป็นช่วงที่มีการออกมาตรการกฎหมายต่างๆ เกี่ยวกับบุรีไฟฟ้า โดยในปี พ.ศ.2557 กระทรวงพาณิชย์ได้ออกประกาศ เรื่อง กำหนดให้บารากูและบารากูไฟฟ้าหรือบุรีไฟฟ้าเป็นสินค้าที่ต้องห้ามในการนำเข้ามาในราชอาณาจักร พ.ศ.2557 ลงวันที่ 12 ธันวาคม 2557 นอกจากนั้นยังเป็นความผิดตาม พ.ร.บ.ศุลกากร พ.ศ.2560 มาตรา 244 โดยในปีนี้ คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้มีคำสั่งที่ 9/2558 เรื่อง ห้ามขายหรือห้ามให้บริการสินค้า "บารากูไฟฟ้าหรือบุรีไฟฟ้า หรือตัวยาบารากู" น่ายาสำหรับเติมบารากูไฟฟ้าหรือบุรีไฟฟ้า" กรณีผู้ขายหรือผู้ให้บริการบุรีไฟฟ้า น่ายาเติม มีความผิดตาม พ.ร.บ.คุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 4) พ.ศ.2562 (Hfocus, 2024) ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 กราฟปริมาณการค้นหาสัมพันธ์ (Relative Search Volume) คำว่า “บุรีไฟฟ้า” ใน Google Trends ตั้งแต่ปี 2547-2567

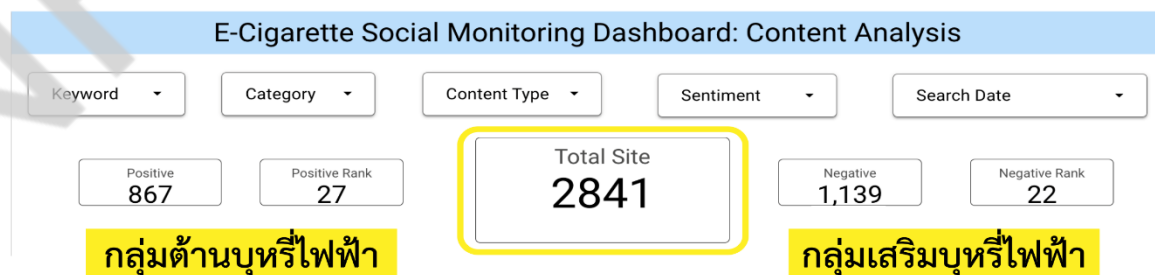
1.2 การกล่าวถึง (Mentions) ข้อมูลเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้า จากเครื่องมือฟังเสียงสังคม (Social Listening Tools) Mandala AI ซึ่งเป็นเครื่องมือที่สามารถรวบรวมข้อมูลภาษาไทย และเข้าถึงข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นที่นิยมในประเทศไทยได้ ได้แก่ Facebook, X, Instagram และ TikTok นอกจากนี้ยังรวมถึงเว็บไซต์ และ Forum (Pantip) รวบรวมข้อมูลระหว่างวันที่ 1 มกราคม-16 ธันวาคม 2566 ดังแสดงในภาพที่ 3 พบว่า ผู้ใช้สื่อออนไลน์นำเสนอข้อมูล หรือกล่าวถึง (Mentions) บุหรี่ไฟฟ้า จำนวน 95,806 ครั้ง ช่องทางที่มีการกล่าวถึงบุหรี่ไฟฟ้ามากที่สุดคือ X จำนวน 83,299 ครั้ง (ร้อยละ 86.95) รองลงมา Facebook จำนวน 6,413 ครั้ง (ร้อยละ 6.69) และ เว็บไซต์ จำนวน 2,989 ครั้ง (ร้อยละ 3.12)



ภาพที่ 3 การกล่าวถึงบุหรี่ไฟฟ้าในสื่อสังคมออนไลน์ โดย Mandala Social Listening ระหว่าง มกราคม – ธันวาคม 2566

จากผลการวิจัยในส่วนนี้ ทำให้เห็นว่า การกล่าวถึงข้อมูลเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้าเป็นไปตามวิถีสังคมปัจจุบัน ที่การใช้สื่อสังคม (Social Media) และเครือข่ายสังคม (Social Networking) อย่าง Facebook, X, YouTube ได้รับความนิยมสูงมาก ทั้งในรูปแบบการใช้ส่วนบุคคล โครงการ จนถึงระดับองค์กร มีการเผยแพร่ข้อมูลต่างๆ ของหน่วยงานด้วยผ่านสื่อสังคม เครือข่ายสังคมอย่างต่อเนื่อง และจำนวนมาก บุคลากรขององค์กรสมัครเป็นสมาชิกเว็บไซต์ Facebook และนำเสนอเนื้อหาข้อมูลของตนเองผ่าน Facebook ควบคู่กับเว็บไซต์หลักที่มีอยู่เดิม สอดคล้องกับภาพรวมของภูมิทัศน์สื่อสังคมออนไลน์ ในปัจจุบัน Meltwater ได้เผยแพร่สถิติพฤติกรรมการใช้งานดิจิทัล สื่อออนไลน์ โซเชียลมีเดีย Global Digital Report 2023 (The state of digital in Thailand in 2023) (Simon, 2023) โดยเป็นการเก็บสถิติตั้งแต่ช่วงวันที่ 1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2565 ว่าในประเทศไทยมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 61.21 ล้านคน อัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตอยู่ที่ร้อยละ 85.30 ส่วนโซเชียลมีเดียมีการใช้ 52.25 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 72.80 ของประชากรทั้งหมด และเหตุผลที่คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตสูงที่สุด คือ เพื่อหาข้อมูลร้อยละ 64.90 รองลงมาคือ ติดตามข่าวสารและกิจกรรมต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 58.10 (Simon, 2023) ส่งผลไปยัง การที่สื่อสังคมออนไลน์มีการสื่อสารประเด็นที่เกี่ยวข้องกับบุหรี่ไฟฟ้าในทุกช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็น Facebook, X, Instagram, TikTok, Website Blog หรือ Forum

1.3 ปริมาณข้อมูลเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้าที่ปรากฏบน เว็บไซต์ต่างๆ จาก Google Search Engine พบว่า มีจำนวน 2,841 เว็บเพจ ซึ่งเมื่อจำแนกตามการสนับสนุนให้สูบบุหรี่ไฟฟ้าหรือไม่ พบว่า มีมิติเชิงบวก (Positive) ต่อการต่อต้านการสูบบุหรี่ไฟฟ้า (Anti-vaping) จำนวน 867 เว็บเพจ (ร้อยละ 30.52) และมีมิติเชิงลบต่อการต่อต้านการสูบบุหรี่ไฟฟ้า (Negative) หรือเป็นเว็บเพจที่ส่งเสริมการสูบบุหรี่หรือจำหน่ายบุหรี่ไฟฟ้า (Pro-vaping) จำนวน 1,139 เว็บเพจ (ร้อยละ 40.09) และไม่สามารถจำแนกเนื้อหาได้ จำนวน 835 เว็บเพจ (ร้อยละ 29.39) ดังภาพที่ 4



กลุ่มต้านบุหรี่ไฟฟ้า

กลุ่มเสริมบุหรี่ไฟฟ้า

ภาพที่ 4 เว็บไซต์ จาก Google Search Engine ที่เกี่ยวข้องกับบุหรี่ไฟฟ้า เก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 14 มีนาคม – 8 เมษายน 2567



2. ประเภทของผู้ส่งสารเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้า ในพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ช่องทางต่างๆ

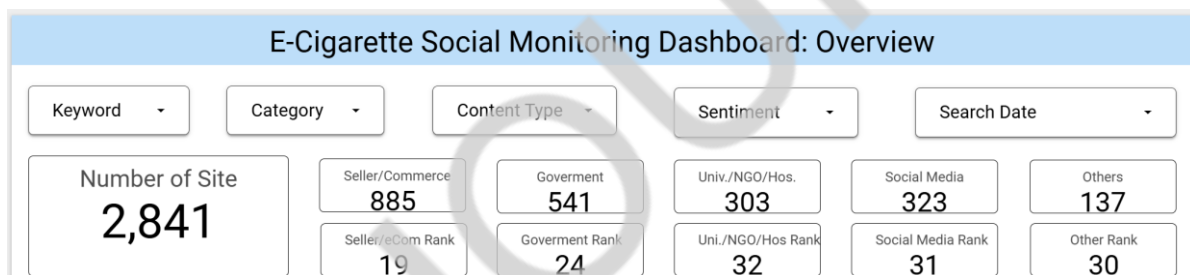
ในส่วนประเภทของผู้ส่งสารเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้า ในพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ช่องทางต่างๆ มีเครื่องมือที่สามารถนำข้อมูลออกมาเพื่อจำแนกประเภทของผู้ส่งสาร 2 ส่วน คือ Mandala AI และการทำ Web Scrapping ดังต่อไปนี้

2.1 ประเภทของผู้ส่งสารจากเครื่องมือฟังเสียงสังคม (Social Listening Tools) Mandala AI

เมื่อพิจารณาจากกลุ่มที่กล่าวถึงบุหรี่ไฟฟ้าในสื่อออนไลน์ สามารถสรุปได้ดังนี้ สื่อสังคมออนไลน์ (Social Mentions) มีกลุ่มผู้ใช้งานที่หลากหลาย โดยผู้ที่กล่าวถึงบุหรี่ไฟฟ้าใน Facebook, Instagram, TikTok และ YouTube มีทั้งกลุ่มผู้ขายบุหรี่ไฟฟ้า กลุ่มรณรงค์เรื่องบุหรี่ไฟฟ้า และสำนักข่าวต่างๆ ด้าน X ซึ่งมีการกล่าวถึงบุหรี่ไฟฟ้ามากที่สุด ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้วิพากษ์ สำหรับ Pantip เป็นผู้ใช้งานทั่วไป และ เว็บไซต์ เป็นสำนักข่าวมากที่สุด

2.2 ประเภทของผู้ส่งสารข้อมูลเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้า จากการทำ Web Scaping

เมื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ปรากฏบนเว็บไซต์ต่างๆ จาก Google Search Engine จำนวน 2,841 เว็บเพจเพื่อศึกษาประเภทผู้ส่งสารที่เกี่ยวข้องกับบุหรี่ไฟฟ้า จะเห็นได้ว่าสามารถแบ่งประเภทผู้ส่งสารได้เป็น 4 กลุ่ม กลุ่มที่พบมากที่สุดคือ กลุ่ม Seller/Commerce (เว็บไซต์ขายของทั้ง Platform เช่น Shopee, Lazada หรือ เว็บไซต์ขายบุหรี่ไฟฟ้า) เว็บไซต์ของภาครัฐ สื่อสังคมออนไลน์เช่น Facebook, X สุดท้ายคือ เว็บไซต์ของภาคเอกชน เช่น โรงพยาบาล สำนักงานข่าว นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาจาก ลำดับการปรากฏใน Google Search Engine จะเห็นได้ว่า เมื่อมีการสืบค้นเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้า เว็บไซต์ขายบุหรี่ไฟฟ้าโดยเฉพาะ เว็บไซต์ขายของทั้ง Platform เช่น Shopee, Lazada จะมีลำดับการปรากฏหน้าแรกที่สุดได้ก่อน เว็บไซต์ของภาครัฐ เว็บไซต์ของภาคเอกชน เช่นโรงพยาบาล สำนักงานข่าว และสื่อสังคมออนไลน์ กระนั้นก็ตามเมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบลำดับในการปรากฏหน้าแรกของ E-commerce ที่จำหน่ายบุหรี่ไฟฟ้าจะมีลำดับเฉลี่ยลดลงเรื่อยๆ ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 5 ประเภทของผู้ส่งสารข้อมูลเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้า จากการทำ Web Scaping

ด้วยเหตุนี้ จากการศึกษาข้อมูลรูปแบบของผู้ส่งสารเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้าผ่านเครื่องมือ Social Listening Mandala AI และการทำ Web scraping พบว่า กลุ่มผู้ขายบุหรี่ไฟฟ้า มีปริมาณมากกว่ากลุ่มรณรงค์เรื่องบุหรี่ไฟฟ้า และสำนักข่าวต่างๆ สอดคล้องกับมติการรับรู้ของผู้ที่สูบบุหรี่ไฟฟ้า การวิจัยของศูนย์วิจัยและจัดการความรู้เพื่อการควบคุมยาสูบ (ศจย.) (Hfocus, 2024) พบว่า กลุ่มใช้บุหรี่ไฟฟ้าส่วนใหญ่คือ ร้อยละ 66.70 ได้บุหรี่ไฟฟ้าจากร้านค้าในสื่อออนไลน์ และร้อยละ 58.30 เคยเห็นการโฆษณาหรือการส่งเสริมการขายบุหรี่ไฟฟ้าทางสื่อออนไลน์

อย่างไรก็ตาม ในส่วนของรูปแบบขององค์กรที่ปรากฏทางช่องทางเว็บไซต์ การเก็บข้อมูลผ่านเครื่องมือ Social Listening Mandala AI พบว่า เว็บไซต์ของสำนักข่าว มีการนำเสนอประเด็นเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้ามากกว่า เว็บไซต์ที่จัดจำหน่ายบุหรี่ไฟฟ้า ในขณะที่ผลการวิจัยที่เก็บข้อมูลด้วยการทำ Web scraping พบว่า เว็บไซต์ที่จัดจำหน่ายบุหรี่ไฟฟ้า มีปริมาณมากกว่า เว็บไซต์ของหน่วยงานภาครัฐ หรือเอกชนอื่นๆ ซึ่งในส่วนนี้อาจเป็นเพราะวิธีการในการเลือกเก็บข้อมูล โดยข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งที่ผิดกฎหมาย การกระทำที่ขัดต่อกฎหมาย อาจจะไม่ได้รับการคัดเลือกเข้าสู่ข้อมูลของเครื่องมือ Social Listening Mandala AI ซึ่งเป็นเครื่องมือที่นำมาใช้ประโยชน์ในเชิงการสื่อสารการตลาดเพื่อธุรกิจ และการบริการต่างๆ เป็นหลัก ในขณะที่การทำ Web Scaping เป็นรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏใน Google Search Engine ตามคำสำคัญที่กำหนด อย่างไรก็ตามผลการวิจัยดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงภูมิทัศน์สื่อสังคมออนไลน์ที่ประกอบด้วยผู้ส่งสารที่มาจากสื่อหลัก 6 แหล่งที่บุคคลได้รับข้อมูลสุขภาพอย่างเป็นระบบ ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพ (แพทย์หรือผู้เชี่ยวชาญทางการแพทย์อื่นๆ) ครอบครัวและเพื่อน สื่อมวลชน (เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ หรือนิตยสาร) โฆษณากลางแจ้ง (เช่น

ป้ายโฆษณา ร้านค้า หรือแท็กซี) สื่อสังคมออนไลน์ (เช่น Facebook, X, YouTube หรือ Instagram) และแหล่งข้อมูลออนไลน์อื่นๆ (เช่น เว็บไซต์) ซึ่งจะส่งผลต่อพฤติกรรม การสูบบุหรี่ไฟฟ้าผ่านองค์ประกอบของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Yang, 2024)

เมื่อเปรียบเทียบกับระหว่างช่องทางต่างๆ จากการเก็บข้อมูลผ่านเครื่องมือ Social Listening Mandala AI พบว่า X มีกลุ่มผู้ขายมากที่สุด สอดคล้องกับการวิจัยของ Loysmut (2020) ที่ศึกษาแหล่งจำหน่ายบุหรี่ไฟฟ้าในโซเชียลมีเดียต่างๆ พบว่าเปลี่ยนไปตามความนิยมของแพลตฟอร์มด้วย โดยมีอัตราเพิ่มขึ้นมากที่สุดคือ TikTok โดยพบแหล่งที่ขายในโซเชียลมีเดียในประเทศไทยถึง 436 ร้าน อยู่บนเว็บไซต์ 104 ร้าน, Facebook 44 ร้าน, Instagram 41 ร้าน, TikTok 66 ร้าน, 152 ร้าน, Line Shopping 27 ร้าน และ Shopee 2 ร้าน โดยงานวิจัยของ McCausland et al. (2020) อธิบายว่า การขายหรือโปรโมตผลิตภัณฑ์บุหรี่ไฟฟ้าใน X ส่วนใหญ่เป็นรายชื่อธุรกิจ และใช้เพื่อขยายฐานลูกค้าโดยจัดกิจกรรมแจกของรางวัล เช่น กดไลก์ แท็ก รีโพสต์ เพื่อให้โพสต์ดังกล่าวจะถูกเปิดเผยในเครือข่ายของผู้ใช้และต่อผู้ที่ไม่ได้สนใจบุหรี่ไฟฟ้า

3. ประเด็นข้อมูลเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้า ในพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ช่องทางต่างๆ

ในส่วนของการวิเคราะห์เนื้อหาสาร ดำเนินการโดยนำเนื้อหาข้อความที่รวบรวมได้ 2 เครื่องมือ คือ Google Trends และ Mandala Social Listening Tools มาทำการจับกลุ่มของเนื้อหา ดังต่อไปนี้

3.1 ประเด็นข้อมูลเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้า จาก Google Trends

ผลการวิเคราะห์คำที่เกี่ยวข้องกับคำค้นหา “บุหรี่ไฟฟ้า” (Top Related Queries) ซึ่งจัดอันดับตามการประมวลผลคำค้นหาที่คล้ายคลึงหรือมีความเกี่ยวข้องกับคำค้นหาหลัก โดยจัดลำดับคำค้นหาที่มักจะถูกค้นหาร่วมกัน (co-searched terms) ซึ่งอาจเป็นคำค้นที่มีความหมายใกล้เคียง หรือคำที่ผู้คนมักค้นต่อจากคำหลัก โดย Google Trends และพิจารณาการเปลี่ยนแปลงในระยะการเปลี่ยนแปลงตั้งแต่ พ.ศ.2557-2567 ของประเด็นเนื้อหาที่มีผู้ให้ความสนใจทำการสืบค้นเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้า โดยมีความต้องการเนื้อหาข้อมูลเพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากรู้ว่าคืออะไร จนกระทั่งการรับรู้อันตราย สอดคล้องกับผลการศึกษาของ (Zhang, 2024) แนวโน้มที่เพิ่มขึ้นของการสื่อสารสุขภาพผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และการรับรู้ถึงอันตรายเชิงเปรียบเทียบของบุหรี่ไฟฟ้า ในขณะที่ความสนใจที่เกี่ยวข้องกับประเด็นด้านกฎหมายมีลักษณะเช่นเดิมตลอดช่วงเวลาที่ทำการศึกษา และในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการจัดจำหน่ายบุหรี่ไฟฟ้า จะเห็นได้ว่ามีความสอดคล้องกับกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Kotler’s Decision-Making Model) (Kotler & Keller, 2016) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค และความต้องการเนื้อหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการสูบบุหรี่ไฟฟ้า

ช่วงเวลา	ตัวอย่างคำค้นหา	ความต้องการเนื้อหาข้อมูล เกี่ยวกับการสูบบุหรี่ไฟฟ้า	ความต้องการเนื้อหา กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการ สูบบุหรี่ไฟฟ้า	กระบวนการตัดสินใจ ของผู้บริโภค
พ.ศ.2557	บุหรี่ไฟฟ้าเกิด, vps, บุหรี่ไฟฟ้ากับบุหรี่จริง อันไหนอันตราย	บุหรี่ไฟฟ้าคืออะไร แตกต่างจากบุหรี่ ทั่วไปอย่างไร และเรียกบุหรี่ไฟฟ้าใน หลายคำ เช่นคำว่า ecig บารากู่	-	การตระหนักถึงความ ต้องการหรือปัญหา (Problem Recognition)
พ.ศ.2558	บุหรี่ไฟฟ้า smok, ego one, บุหรี่ไฟฟ้า ราคา, วิธีทำน้ำยา บุหรี่ไฟฟ้า	วิธีการใช้ วิธีการสูบ การเปรียบเทียบ ผลิตภัณฑ์บุหรี่ไฟฟ้าและเริ่มมีการ ค้นหาการจัดจำหน่าย มีราคาอย่างไร	เริ่มมีข้อสงสัยว่า เป็นสิ่งที่ผิด กฎหมายหรือไม่เล็กน้อย (อันดับที่ 8)	การค้นหาข้อมูล (Information Search)
พ.ศ.2559 - 2565	บุหรี่ไฟฟ้าสมอแอ้น, น้ำยาบุหรี่ไฟฟ้ายอด นิยม, บุหรี่ไฟฟ้ายี่ห้อ ไหนดี	คำที่แสดงความต้องการซื้อ อาทิ รายละเอียดการเปรียบเทียบยี่ห้อ ที่เป็นที่ได้รับความนิยม ราคา การนำ บุหรี่ไฟฟ้าเดินทางด้วยเครื่องบิน บุหรี่ไฟฟ้าผสมกัญชา บุหรี่ไฟฟ้าใช้แล้ว ทิ้ง สายคล้องบุหรี่ไฟฟ้า การซื้อบุหรี่ ไฟฟ้าแบบจัดส่งทางไปรษณีย์ เก็บเงิน ปลายทาง การสูบบุหรี่ไฟฟ้าสำหรับผู้ ที่เป็นโควิด	ในขณะที่เรื่องของกฎหมาย เกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้าได้รับความ สนใจรวมทั้งทลทท นอกจากนี้ยังเริ่มมีความ สนใจเปรียบเทียบโทษของ บุหรี่ไฟฟ้าและบุหรี่ธรรมดา	การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives)/ การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision)



3.2 เนื้อหาประเด็นข้อมูลเกี่ยวกับบุหรีไฟฟ้า จาก Mandala Social Listening Tools

ในช่วงระยะเวลาที่เข้าถึงข้อมูลจากเครื่องมือ Mandala 1 ปี ที่กล่าวถึงบุหรีไฟฟ้า พบว่า ในสื่อสังคมออนไลน์ มีการกล่าวถึง (Social Mentions) บุหรีไฟฟ้า ในช่วงเดือนมกราคม 2566 มากที่สุด โดยคำสำคัญ (Keyword) ที่มีการกล่าวถึง มาก 5 อันดับแรก ได้แก่ พอต ราคา ใช้แล้วทั้ง มือสอง และน้ำยา อย่างไรก็ตามช่วงต้นเดือนมิถุนายน มีการกล่าวถึงเกี่ยวกับ กฎหมายมากที่สุด ส่วนเว็บไซต์ (Website Mentions) มีการกล่าวถึงในช่วงต้นเดือนกุมภาพันธ์มากที่สุด โดยคำสำคัญที่พบ มากคือ กฎหมาย ควบคุม อันตราย โทษ และ นโยบาย สำหรับช่องทาง Pantip (Forum Mentions) พบการกล่าวถึงบุหรี ไฟฟ้า ในช่วงเดือนสิงหาคมมากที่สุด มีคำสำคัญที่พบมากคือ ปอด อันตราย กฎหมาย พอต และควบคุม เมื่อพิจารณา การปรากฏของคำที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลที่รวบรวมได้ พบว่า มีการกล่าวถึง ตำรวจ กฎหมาย นักท่องเที่ยว อันตราย รวมถึง สิ่งเสพติดอื่นๆ นอกจากบุหรีไฟฟ้า เช่น กัญชา ด้วย

ข้อมูลจากผลการวิจัยจากข้อมูลเนื้อหาของ 3 เครื่องมือข้างต้นนำมาสังเคราะห์เป็นภูมิทัศน์สื่อสังคมออนไลน์ประเด็น บุหรีไฟฟ้าได้ในมิติของช่องทางในการสื่อสาร ผู้ส่งสาร และเนื้อหาสาร ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ รูปแบบของผู้ส่งสาร และประเด็นเนื้อหาสาร

ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์	รูปแบบของผู้ส่งสาร	ประเด็นเนื้อหาสาร (เฉพาะข้อมูลระหว่างปี พ.ศ.2566-2567)
Google Search	- บุคคลทั่วไป ทำการค้นหาข้อมูลที่ต้องการ	มีความต้องการเนื้อหาที่ส่งเสริมให้เกิดการสูบบุหรีไฟฟ้า มากกว่าเนื้อหาที่ต่อต้านการสูบบุหรีไฟฟ้า หรือเป็นกลาง
Social mentions (Facebook, X,	กลุ่มผู้ขายบุหรีไฟฟ้า มีปริมาณสูงที่สุดรองลงมาคือ กลุ่มพรรคการเมืองบุหรีไฟฟ้า และสำนักข่าวต่างๆ	คำที่มีการกล่าวถึงมากที่สุด เป็น กลุ่มคำที่เชิญชวนหรือ เกี่ยวข้องกับการสูบบุหรีไฟฟ้าเช่น พอต ราคา ใช้แล้วทั้ง มือสอง และน้ำยา เป็นต้น
Instagram, TikTok, YouTube)	- X มีกลุ่มผู้ขายมากที่สุด	
Website mentions (Website, Blog)	- ข้อมูลจากการทำ Web Scraping พบว่า E-commerce: เว็บไซต์ขายของ เช่น Shopee, Lazada หรือ เว็บไซต์ขายบุหรีไฟฟ้าโดยเฉพาะ มีจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือ เว็บไซต์ของ ภาครัฐ และเว็บไซต์ของภาคเอกชน เช่น โรงพยาบาล สำนักงานข่าว - ข้อมูลจาก Mandala พบว่า ที่มีปริมาณมากคือ เว็บไซต์ของสำนักข่าว (เนื่องจากแหล่งข้อมูล สิ้นค้าที่ผิดกฎหมายไม่อยู่ในถึงข้อมูลของระบบ สืบค้นของเครื่องมือ)	เนื้อหาแบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มแรกมีปริมาณมากกว่า กลุ่มที่ 2 ดังนี้ 1. กลุ่มเว็บไซต์ที่จำหน่าย เป็นการค้นหายี่ห้อบุหรีไฟฟ้า และอุปกรณ์ เป็นการหาบุหรีที่มีปริมาณนิโคตินสูงขึ้น และสูบได้จำนวนครั้งที่มากขึ้น รวมทั้งหาแหล่ง จำหน่ายที่อยู่ใกล้มากขึ้น ราคาถูก รวมทั้งบริการจัดส่ง ถึงบ้าน 2. กฎหมาย ควบคุม อันตราย โทษ และ นโยบาย รวมทั้ง เริ่มมีการหาข้อมูลเพื่อทำโครงการอันตรายของบุหรี ไฟฟ้า และแนวทางการเลิกสูบบุหรีไฟฟ้า
Forum mentions Pantip	- ข้อมูลผู้ใช้งานทั่วไป	สอบถามเกี่ยวกับปอด อันตรายของบุหรีไฟฟ้า กฎหมาย พอต และ ควบคุมบุหรีไฟฟ้า เป็นต้น

จากตารางที่ 2 เมื่อพิจารณาจาก มิติขององค์ประกอบการสื่อสารสุขภาพ ที่แสดงความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน จากผู้ส่งสาร หรือ ผู้ปฏิบัติทางด้านสุขภาพ ผู้นำด้านสุขภาพ ที่มุ่งสื่อสารสร้างความรู้ ความเข้าใจ โดยผ่านช่องทางต่าง ๆ ของการสื่อสารไปยังผู้รับสาร คือ ประชาชน ที่ต้องการสื่อสารเพื่อให้เกิดผลของการสื่อสารในการสร้างเสริมสุขภาพในชุมชน (Akharawirawat & Banchonhattakit, 2022) จะพบว่าปริมาณของเนื้อหาสารจากผู้ส่งสารในแต่ละช่วงเวลาเพิ่มเป็นไป ในทิศทางเดียวกับความสนใจค้นหาข้อมูลของผู้รับสาร

นอกจากนี้ประเด็นหนึ่งที่น่าสนใจเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างข้อมูลที่มาจากความต้องการค้นหาข้อมูล ของผู้บริโภค (Information Seeking) จาก Google Search พบว่า เป็นคำที่เกี่ยวข้องกับแหล่งจำหน่ายบุหรีไฟฟ้า ตลอดจน คำที่สนับสนุนการสูบบุหรีไฟฟ้าต่างๆ แต่เมื่อพิจารณาที่เว็บไซต์ที่นำเสนอผ่าน Google Search Engine โดยไม่นับ E-Commerce หรือเว็บไซต์ที่ผิดกฎหมายต่างๆ จะนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวข้องกับบุหรีไฟฟ้าส่วนใหญ่เป็นลบ/ต่อต้านบุหรีไฟฟ้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ Yang (2024) ที่พบว่าข้อมูลที่เยาวชนและผู้ใหญ่ตอนต้นแสวงหาจะถูกรายงานว่าส่วนใหญ่เป็นข้อมูล สนับสนุนบุหรี แต่การวิเคราะห์เนื้อหาแบบอัตโนมัติล่าสุดที่มุ่งเน้นสื่อดั้งเดิมได้บันทึกว่าข้อความที่เกี่ยวข้องกับบุหรีไฟฟ้า

ส่วนใหญ่เป็นลบ/ต่อต้านบุหรี่ไฟฟ้า ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการศึกษานโยบายสื่อสังคมออนไลน์ หรือการรับฟังเสียงในสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับบุหรี่ไฟฟ้าทำให้ได้รับข้อมูลจากทั้งผู้ใช้ ผู้จำหน่าย และแหล่งข่าว รวมถึง รัฐบาล องค์กรพัฒนาเอกชน ด้านสาธารณสุข ตลอดจนประเด็นในการสื่อสารเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้า สามารถนำมาวิเคราะห์ เพื่อนำเสนอแนะนโยบาย ด้านสาธารณสุขได้ การเฝ้าระวังการสื่อสารในสื่อสังคมออนไลน์ระหว่างข้อความจากผู้จำหน่ายบุหรี่ไฟฟ้ากับกลุ่มรณรงค์ไม่สูบบุหรี่ไฟฟ้า เพื่อสร้างความสมดุลของข้อความเป็นสิ่งที่น่าสนใจ (Lyu et al., 2022) นอกจากนี้ แม้ว่าผลการวิจัยแสดงการสับสนด้วยคำว่า “บุหรี่ไฟฟ้า” จาก Google Trends จะมีปริมาณการค้นหาลดลงในปัจจุบัน แต่อาจไม่ได้แสดงความสนใจต่อบุหรี่ไฟฟ้า มีน้อยลง หากทว่า อาจจะเปลี่ยนไปเป็นการสับสนด้วยคำอื่นๆ เฉพาะกลุ่มมากขึ้น เช่น พอด (Pod) เวป (Vape) มอด (Mod)

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาภาพรวมปริมาณการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้า ประเภทของผู้ส่งสารเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้า และประเด็นเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้า โดยคีย์เวิร์ดที่ใช้ในการค้นหา คือ “บุหรี่ไฟฟ้า” ในพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ Facebook, X, Community blogs, E-commerce Website และ เว็บไซต์ต่างๆ โดยใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูล ได้แก่ Google Trends, Mandala Analytics และการทำ Web Scraping สามารถสรุปประเด็นได้ดังนี้

1. มีการสื่อสารประเด็นที่เกี่ยวข้องกับบุหรี่ไฟฟ้าในทุกช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ทั้ง Facebook, X, Community blogs, E-commerce Website และ เว็บไซต์ต่างๆ รวมถึงใช้ Search Engine ในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้าทางสื่อออนไลน์ต่างๆ
2. ประเภทของผู้ส่งสารเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้าในสื่อสังคมออนไลน์ช่องทางต่างๆ พบว่า กลุ่มผู้ขายบุหรี่ไฟฟ้า มีปริมาณการสื่อสารเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้ามากกว่ากลุ่มรณรงค์เรื่องบุหรี่ไฟฟ้า และสำนักข่าวต่างๆ ที่ให้ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้า
3. ความต้องการข้อมูลเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มีปริมาณมากขึ้นในช่วง 2558-2559 สอดคล้องกับเป็นช่วงที่มีการออกมาตรการกฎหมายต่างๆ เกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้า ตลอดจนมีการจัดจำหน่ายบุหรี่ไฟฟ้า ซึ่งมีลำดับเหตุการณ์ที่สอดคล้องกับกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในการสูบบุหรี่หรือไม่สูบบุหรี่ไฟฟ้า

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

เมื่อนำเนื้อหาด้านสุขภาพมาวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงสุขภาพของประชาชน หรือที่เรียกว่า "Infodemiology" จะสามารถช่วยทำความเข้าใจความเชื่อและมุมมองปัจจุบันบนสื่อออนไลน์และระบุความแตกต่างระหว่างหลักฐานที่ดีที่สุด (สิ่งที่ผู้เชี่ยวชาญรู้) กับการปฏิบัติจริง (สิ่งที่คนทำหรือเชื่อ) ดังนั้นการวิเคราะห์ข้อมูลจากการรับฟังเสียงจากสื่อสังคมออนไลน์ เป็นกลยุทธ์ที่คุ้มค่าในการระบุว่าประชาชนกำลังแสดงความกังวลเกี่ยวกับหัวข้อใดหัวข้อหนึ่งหรือไม่ และใช้เพื่อกำหนดกลยุทธ์ในการสื่อสารสุขภาพที่สามารถนำไปสู่การส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals–SDGs) เป้าหมายที่ 3-มีสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี (Good Health and Well-being) ต่อไป

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. แม้ว่าในประเทศไทยบุหรี่ไฟฟ้าจะเป็นสิ่งที่ผิดกฎหมาย แต่ปรากฏว่ามีข้อมูลเกี่ยวกับการจัดจำหน่ายบุหรี่ไฟฟ้าอย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะในพื้นที่เว็บไซต์ต่างๆ ปรากฏอยู่ในปริมาณใกล้เคียงกับปริมาณเนื้อหาที่มาจากช่องทางของภาครัฐ หรือโรงพยาบาลที่เกี่ยวข้องกับการให้ความรู้ถึงอันตรายของบุหรี่ไฟฟ้า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรเพิ่มความเข้มแข็งในการบังคับใช้กฎหมาย และเร่งให้ความรู้เรื่องพิษภัยของบุหรี่ไฟฟ้าแก่พ่อแม่ ผู้ปกครอง ครู เด็กและเยาวชน รวมถึงสังคมทุกภาคส่วน ผ่านทุกช่องทางสื่อสังคมออนไลน์อย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาสมดุล หรือจัดให้มีเนื้อหาที่ส่งเสริมสุขภาพให้มีปริมาณและการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากกว่าเนื้อหาที่ส่งเสริมพฤติกรรมการสูบบุหรี่ไฟฟ้า โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ควรมีการตรวจสอบเฝ้าระวังแพลตฟอร์ม X ซึ่งที่มีการกล่าวถึงบุหรี่ไฟฟ้ามากที่สุดและส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้วิตติขาย และเว็บไซต์ต่างๆ ที่มีการจำหน่ายบุหรี่ไฟฟ้า เพื่อดูแลเยาวชนหรือนักสูบหน้าใหม่ เป็นต้น

2. ผลการวิจัยพบเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการสูบบุหรี่ไฟฟ้าตลอดเส้นทางการตัดสินใจ ส่วนปริมาณเนื้อหาที่รณรงค์ต่อการสูบบุหรี่ไฟฟ้า จะมุ่งประเด็นการให้ข้อมูล ความรู้ ของอันตรายของบุหรี่ไฟฟ้า และมุ่งเน้นการรณรงค์ป้องกันการสูบบุหรี่ของนักสูบหน้าใหม่ แต่จากผลการวิจัยยังไม่มีคำแนะนำวิธีการเลิกสูบบุหรี่ไฟฟ้ามามากนัก ดังนั้นเนื้อหาในการสื่อสาร

ในอนาคตต่อไป หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรทำการสื่อสารในประเด็นเดิมอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งเพิ่มเติมประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการเลิกสูบบุหรี่ไฟฟ้า หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ Quitline 1600 เป็นต้น

3. จากผลการวิจัยจะเห็นได้ว่า เมืองครีโตที่นำเสนอเกี่ยวกับบุรีไฟฟ้า ดังนั้นหน่วยงานของภาครัฐ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ กระทรวงสาธารณสุข สำนักงานกองทุนสนับสนุน การสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) มูลนิธิธรรมาภิบาลเพื่อการพัฒนาเมือง บุรี ควรมีการจัดการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ ตลอดจนจัดหาข้อมูลที่ต้องการ ตลอดจนสื่อเผยแพร่ความรู้ หรือแนวทางการสื่อสารเพื่อป้องกันการใช้บุรีไฟฟ้าพร้อมให้ช่องทางต่างๆ การสื่อสารต่าง สามารถร่วมสื่อสารเนื้อหาต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals–SDGs) เป้าหมายที่ 3–มีสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี (Good Health and Well-being) ได้อย่างสะดวก

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำการจำแนกกลุ่มข้อความเพื่อให้ทราบอารมณ์ความคิดเห็นหรือคุณลักษณะของข้อความ (Sentiment) อาทิ ข้อความที่สนับสนุนให้มีการจำหน่ายบุหรี่ไฟฟ้าทั้งที่เป็นสิ่งผิดกฎหมาย หรือสนับสนุนให้มีการเปิดให้มีการนำเข้ามาจัดจำหน่ายได้โดยมีข้อจำกัดทางกฎหมาย เปรียบเทียบการเกิดขึ้นในช่องทางการสื่อสารใด หรือปริมาณเท่าใดได้อย่างชัดเจนเพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกำหนดแนวทางในการจัดการประเด็นในการสื่อสารเกี่ยวกับบุหรี่ไฟฟ้า

2. ควรมีการวิเคราะห์ความเสี่ยงกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับบุรีไฟฟ้า เพื่อให้การศึกษากฎมีทัศนสื่อสังคมออนไลน์สามารถครอบคลุมปริมาณ และเนื้อหาได้ครบถ้วน ตลอดจนควรมีการศึกษาคำความหมายของคำ เพื่อป้องกันการปล่อยข้อมูลที่ผิดๆ (Misinformation) ที่เป็นอุปสรรคต่อการสื่อสารเกี่ยวกับอันตรายของบุรีไฟฟ้าได้

3. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลเฉพาะของข้อมูลสุทธิไฟฟ้าจากแต่ละแหล่งข้อมูลที่มีต่อเด็กและเยาวชนในฐานะกลุ่มประชากรที่เปราะบางถึงเส้นทางการแสวงหาและการสแกนข้อมูลจากข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์ที่มาจากแหล่งสารต่างกัันที่มีต่อพฤติกรรมกรสูบบุหรี่ไฟฟ้าของวัยรุ่นผ่านองค์ประกอบของทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารสุขภาพต่างๆ อาทิ ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) โมเดลความเชื่อด้านสุขภาพ (Health Belief Model) เป็นต้น

4. เนื่องจากภูมิทัศน์สื่อสังคมออนไลน์และสะท้อนภาพของผู้สื่อสาร เนื้อหาที่น่าเสนอ และช่องทางการสื่อสารเท่านั้น จึงไม่ อาจจะบอกได้ว่า สาเหตุ/ปัจจัยที่แท้จริงว่าทำไมผู้คนถึงเกิดการค้นหาคำดังกล่าวอย่างแท้จริง และไม่สามารถระบุได้ว่า ผู้ที่ทำการสื่อสารเป็นฝ่ายสนับสนุนหรือฝ่ายตรงกันข้ามกับบุหรีไฟฟ้า หรืออาจจะเป็นเพียงคนที่เข้ามาค้นคว้าข้อมูลดังกล่าว เช่น ผู้รายงานข่าว นักศึกษา และอื่นๆ จึงควรมีการนำประเด็นนี้ไปศึกษาต่อ เพื่อพัฒนาแนวทางการสื่อสารเกี่ยวกับบุหรีไฟฟ้า เพื่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของผู้รับสารที่แม่นยำมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ข้อจำกัดการวิจัย

การวิจัยนี้ ทำการสืบค้นด้วยคำหลัก คือ บุหรี่ไฟฟ้า ซึ่งบางพื้นที่ในสื่อสังคมอาจจะใช้คำที่เป็นชื่อที่ใช้เฉพาะในวงการ อาทิ พอด (Pod) เวป (Vape) มอด (Mod) ที่จะทำให้ศึกษาครอบคลุมสถานการณ์ความรุนแรงของการระบาดของบุหรี่ไฟฟ้าได้อย่างรอบด้าน และเครื่องมือในการวิจัยแม้จะสะท้อนให้เห็นการสื่อสารสารสนเทศในบริบทดิจิทัล แต่ก็มีข้อจำกัดคือ ความสามารถของเครื่องมือเชิงเทคนิค โดยการวิจัยนี้ใช้เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ 2 ส่วน คือ (1) เครื่องมือสำเร็จรูปที่มีการให้บริการในเชิงธุรกิจ ทำให้มีการนำมาใช้เพื่อการศึกษาภายใต้ข้อจำกัดตามโครงการของเครื่องมือสำเร็จรูป และ (2) เครื่องมือที่ดำเนินการโดยคณะผู้วิจัยเอง ซึ่งมีข้อจำกัดเรื่องระยะเวลา และงบประมาณดำเนินการ ทำให้ข้อมูลที่ได้นับว่ามีวิเคราะหึ่งมีข้อจำกัด อาทิ ปริมาณข้อมูล ระยะเวลา และแพลตฟอร์มที่สามารถเข้าถึงได้ ซึ่งสะท้อนให้เห็นความมอดติของการวิเคราะห์ข้อมูลจากสื่อสังคมในกระบวนการเก็บข้อมูล ซึ่ง Ruths & Pfeffer (2014) นำเสนอไว้ 6 ประการ ได้แก่ อคติด้านการเข้าถึง อคติด้านประชากรข้อมูล อคติด้านการสุ่มตัวอย่าง อคติด้านการไม่ไข่มนุษย์ และอคติด้านการทำลายพฤติกรรมมนุษย์ ดังนั้นในการวิจัยในอนาคตควรคำนึงถึงและหาแนวทางในการป้องกันอคติดังกล่าว และแก้ไขต่อไป



References

- Akharawirawat, T. & Banchonhattakit, P. (2022). Health Communication for Health Promotion in Community. *Journal of Phrae Public Health for Development (JPPHD)*, 2(1),78-89.
- Chacon, L., Mitchell, G. & Golder, S. (2024). The commercial promotion of electronic cigarettes on social media and its influence on positive perceptions of vaping and vaping behaviours in Anglophone countries: A scoping review. *PLOS Global Public Health*, 4(1),e0002736. doi:org/10.1371/journal.pgph.0002736
- Chen, J. & Wang, Y. (2021). Social media use for health purposes: systematic review. *Journal of medical Internet research*, 23(5),e17917. doi:10.2196/17917
- Clendennen, S. L., Loukas, A., Vandewater, E. A., Perry, C. L. & Wilkinson, A. V. (2020). Exposure and engagement with tobacco-related social media and associations with subsequent tobacco use among young adults: A longitudinal analysis. *Drug & Alcohol Dependence*, 213,108072. doi:org/10.1016/j.drugalcdep.2020.108072.
- Ducange, P., Fazzolari, M., Petrocchi, M. & Vecchio, M. (2019). An effective decision support system for social media listening based on cross-source sentiment analysis models. *Engineering Applications of Artificial Intelligence*, 78(2019),71-85. doi:10.1016/j.engappai.2018.10.014
- Goicoechea, J. Z., Boughner, A., Lee, J. J. C., Mahajan, A., Yeo, K., Sproga, M. & Polosa, R. (2024). A global health survey of people who vape but never smoked: protocol for the VERITAS (Vaping Effects: Real-World International Surveillance) Study. *JMIR Research Protocols*. 13(1),e54236. doi: 10.2196/54236
- Grønmo, S. (2019). *Social research methods: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*. America : SAGE Publications.
- Hfocus. (2024). *TRC reveals severe e-cigarette epidemic among children! research shows 66.7% buy from online stores*. Retrieved June 2024, from <https://www.hfocus.org/content/2024/03/30074>
- Lyu, J. C., Huang, P., Jiang, N. & Ling, P. M. (2022). A systematic review of e-cigarette marketing communication: messages, communication channels, and strategies. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(15),9263. doi:org/10.3390/ijerph19159263.
- Kaewthet, T. (2022). Creating Content on New Media Landscape in The Digital Age. *Lampang Rajabhat University Journal*, 11(2),92-102.
- Kong G., Kuguru E. K., Bhatti H., Sen, I. & Morean E.M. (2021). Marketing Content on E-Cigarette Brand-Sponsored Facebook Profile Pages. *Subst Use Misuse*, 56(4),442-448. doi:10.1080/10826084.2021.1878223
- Kotler, P. & Keller K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Harlow : Pearson Education Limited.
- Lee, S., Elam, K., Lohrmann, D., Luo, J., Chow, A. & Seo, D. C. (2024). Prospective longitudinal relations among frequent social media use, nicotine vaping and experiencing internalizing mental health problems. *Addiction*. 119(10),1751-1761. doi:10.1111/add.16601
- Lohapiratana, K. (2022). *9 Social Listening Tools with Powerful Features – Both Free and Paid [Full Review!!]*. Retrieved October 2024, from <https://contentshifu.com/blog/review-social-listening-tools>
- Loysmut, S. (2020). Government as Enemy: A Discourse Analysis Approach in Social Media and Newspaper Articles Regarding E-Cigarette Control. *Public Health Policy and Laws Journal*, 6(1),201-201.
- Maneekun, C. (2023). *Factors related to early electric smoking stage among upper secondary school students in chachoengsao province*. Retrieved October 2024, from <https://ir.buu.ac.th/dspace/bitstream/1513/841/1/63910211.pdf>



- National Statistical Office Thailand. (2021). *Health Behavior of Population Survey*. Retrieved June 2024, from https://www.nso.go.th/nsoweb/nso/survey_detail/w6
- Rohde, J. A., Noar, S. M., Mendel, J. R., Hall, M. G., Baig, S. A., Ribisl, K. M. & Brewer, N. T. (2020). E-Cigarette health harm awareness and discouragement: implications for health communication. *Nicotine and Tobacco Research*, 22(7),1131-1138. doi:10.1093/ntr/ntz194.
- Singh, T., Agaku, I. T., Arrazola, R. A., Marynak, K. L., Neff, L. J., Rolle, I. T. & King, B. A. (2016). Exposure to advertisements and electronic cigarette use among US middle and high school students. *Pediatrics*, 137(5),1-9. doi:10.1542/peds.2015-4155.
- Simon K. (2023). *Digital 2023: Thailand (The state of digital in Thailand in 2023)*. Retrieved June 2024, from <https://datareportal.com/reports/digital-2023-thailand>.
- Sloan, L., & Quan-Haase, A. (2022). *The SAGE handbook of social media research methods*. London : Sage Publications Ltd.
- The Coverage. (2023). *HSS reveals e-cigarette smoking rates among 'youth' in 6 health regions higher than national level, 92% influenced by friends*. Retrieved July 2024, from <https://www.thecoverage.info/news/content/5099>
- Vogel, E. A., Ramo, D. E., Rubinstein, M. L., Delucchi, K. L., Darrow, S. M., Costello, C. & Prochaska, J. J. (2021). Effects of social media on adolescents' willingness and intention to use e-cigarettes: An experimental investigation. *Nicotine & Tobacco Research*, 23(4),694-701. doi:10.1093/ntr/ntaa003
- Yang, Q. (2024). Understanding the associations between adolescents' exposure to e-cigarette information and vaping behavior through the theory of planned behavior. *Health Communication*, 39(4),641-651. doi:10.1080/10410236.2023.2179715
- Yavuz, Ş. & Tire, E. (2023). A survey of corporate communication professionals' perspective on social listening and analytics. *Corporate Communications: An International Journal*, 28(4), 564- 581. doi: 10.1108/CCIJ-03-2022-0036
- Zhang, L., Ao, S. H., Ye, J. F. & Zhao, X. (2024). How does health communication on social media influence e-cigarette perception and use? A trend analysis from 2017 to 2020. *Addictive Behaviors*, 149,107875. doi:10.1016/j.addbeh.2023.107875



การพัฒนาอัตลักษณ์องค์กรสาขาวิชานิเทศศาสตร์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยนครพนม
ผ่านการออกแบบเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม
The Corporate Identity Development for the Digital Communication Arts
Program Nakhon Phanom University through Participatory Action Design

วัชรระ สุตะโคตร
Watchara Sutakot

Article History
Receive: June 29, 2024
Revised: October 18, 2024
Accepted: October 24, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการสร้างอัตลักษณ์องค์กรเพื่อออกแบบและสร้างสรรค์อัตลักษณ์องค์กร โดยใช้กระบวนการออกแบบเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมและเพื่อประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจต่ออัตลักษณ์องค์กรสาขาวิชานิเทศศาสตร์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยนครพนม กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 47 คน รวมถึงนักศึกษา อาจารย์ ศิษย์เก่า ผู้ใช้บัณฑิต และผู้บริหาร เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง แบบบันทึกการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และแบบประเมินผลงานออกแบบผลการวิจัยพบว่า 1) กระบวนการออกแบบแบบมีส่วนร่วมนำไปสู่การสร้างตราสัญลักษณ์และสีอัตลักษณ์ที่สะท้อนความเป็นสาขาวิชาได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยตราสัญลักษณ์ได้รับคะแนนเฉลี่ยรวม 4.48 (S.D. = 0.59) 2) สีอัตลักษณ์ได้รับคะแนนเฉลี่ยรวม 4.57 (S.D. = 0.55) จากผู้เชี่ยวชาญ ทั้งในด้านความสวยงาม ความเหมาะสม และประสิทธิภาพในการสื่อสาร อย่างไรก็ตาม 3.ความคิดเห็นในด้านความสอดคล้องของสีอัตลักษณ์กับวัฒนธรรมองค์กรและบริบทของมหาวิทยาลัย ได้รับคะแนนเฉลี่ยรวมต่ำสุด 4.20 (S.D. = 0.84)

คำสำคัญ : อัตลักษณ์องค์กร ; นิเทศศาสตร์ดิจิทัล ; มหาวิทยาลัยนครพนม ; การออกแบบเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ; การสร้างสรรค์ตราสัญลักษณ์



ABSTRACT

This research aimed to study and analyze stakeholders' needs in creating a corporate identity, to design and create a corporate identity using a participatory action design process, and to evaluate the effectiveness and satisfaction toward the corporate identity for the Digital Communication Arts program, Nakhon Phanom University. The sample consisted of 47 stakeholders, including students, lecturers, alumni, graduate employers, and executives. Research instruments included a semi-structured interview form, a participatory observation form, and a design evaluation form. The findings revealed that 1) the participatory design process led to the creation of a logo and media identity that effectively reflected the program's identity, and the overall mean score of the logo was 4.48 (S.D. = 0.59). 2) The expertise rated the media identity at the overall mean score of 4.57 (S.D. = 0.55) both in aesthetics, appropriateness, and communication effectiveness. However, 3) an opinion on the consistency of the media identity with organizational culture and university context were rated at the lowest overall mean score of 4.20 (S.D. = 0.84).

Keywords : Corporate Identity ; Digital Communication Arts ; Nakhon Phanom University ; Participatory Action Design ; Logo Creation

บทนำ

คณะวิทยาการจัดการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้จัดตั้งขึ้นตามโครงสร้างของมหาวิทยาลัยนครพนมตามประกาศกฎกระทรวง จัดตั้งส่วนราชการในมหาวิทยาลัยนครพนม พ.ศ.2550 เมื่อวันที่ 2 สิงหาคม พ.ศ.2550 โดยจัดการเรียนการสอนในระดับปริญญา เพื่อตอบสนองยุทธศาสตร์และผลิตกำลังคน ด้านวิทยาการจัดการบริหารธุรกิจ และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิทยาการจัดการและเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิทยาการจัดการและเทคโนโลยีสารสนเทศได้เริ่มเปิดรับสมัครนักศึกษาตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน พ.ศ.2551 และทำการจัดการเรียนการสอนเป็นครั้งแรกในปีการศึกษา 2551 เมื่อวันที่ 2 มิถุนายน พ.ศ.2551 ในส่วนของสาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศดิจิทัล เป็นหลักสูตรที่มุ่งผลิตบัณฑิตให้มีความรู้และทักษะ ในการสื่อสารยุคดิจิทัล โดยเน้นการบูรณาการศาสตร์ด้านการสื่อสารเข้ากับเทคโนโลยีสมัยใหม่ หลักสูตรนี้เปิดสอนมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2553 และได้รับการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมสื่อ ปัจจุบันหลังผ่านช่วงยุควิกฤติโรคระบาด ความไม่เสถียรของระบบการเรียนออนไลน์และพาณาเข้าสู่ภาวะของการหันหลังให้กับระบบการศึกษา สถาบันการศึกษาทุกแห่งล้วนอยู่ในสถานะของการแข่งขันหรือที่เรียกว่า “ธุรกิจการศึกษา” เติมรูปแบบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ นั้นจะเห็นได้ว่ากลไกทางการตลาดเริ่มมีบทบาทต่อพฤติกรรมและทัศนคติของตนในสังคมมากยิ่งขึ้น การสร้างคุณค่าตราสินค้าและการรับรู้ตราสินค้า จะช่วยให้มหาวิทยาลัยมีความแตกต่างและมีการวางตำแหน่ง (Position) โดยใช้การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเป็นเครื่องมือการสื่อสารที่มีความหลากหลายมาผสมกัน ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการจัดกิจกรรมพิเศษ เพื่อชักจูงกลุ่มเป้าหมายให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจ (Viriyayudthama, 2019)

อัตลักษณ์องค์กร (Corporate Identity) เป็นการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กรอย่างเป็นระบบและเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน ซึ่งมีคุณสมบัติที่ต้องสามารถทำให้นักถึงสินค้าหรือบริการนั้นๆ ใช้งานง่าย เป็นตัวแทนได้ในระยะเวลาที่ยาวนานสามารถประยุกต์ใช้สื่อต่างๆ ได้อย่างหลากหลาย รวมทั้งเป็นอัตลักษณ์องค์กรขององค์กรที่ต้องน่าจดจำ (Srikalayanabutr, 1998) นอกจากนี้ Hall & Du Gay (1996) ได้อธิบายลักษณะของอัตลักษณ์ว่า ไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติ หรือเกิดขึ้นลอยๆ แต่ก่อรูปขึ้นมาภายในวัฒนธรรม ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง โดยที่วัฒนธรรมก็เป็นสิ่งถูกประกอบสร้างทางสังคม (Social Construct) และไม่ใช่สิ่งที่หยุดนิ่ง ตายตัว หากแต่เป็นวงจรซึ่งมีผู้เรียกว่า “วงจรแห่งวัฒนธรรม” (Circuit of Culture) Aaker (1996) ได้กล่าวถึง อัตลักษณ์องค์กร (Corporate Identity) ว่ามีความสำคัญ เปรียบเสมือนกับมนุษย์ ซึ่งต่างก็มีรูปร่าง หน้าตา บุคลิก นิสัย จิตใจ และสันดานธาตุแท้ที่เป็นคุณสมบัติลักษณะพิเศษเฉพาะในด้านดีที่แตกต่างกันมีประวัติของวิถีชีวิต และปรัชญาในการดำเนินชีวิตที่ต่างกันไป องค์กรต่างๆ ก็ล้วนแล้วแต่มีความแตกต่างกัน สำคัญของการสื่อความหมายที่ให้ผู้บริโภคทุกคนเข้าใจตรงกันถึงความหมายของอัตลักษณ์องค์กร เกี่ยวข้องเชื่อมโยงไปถึงตราสัญลักษณ์ (Logo) รวมทั้งชื่อตรา ยี่ห้อ สินค้า Schmitt & Simonson (1997) ได้กล่าวถึงลักษณะและความสำคัญของตราสัญลักษณ์ว่า

การสื่อความหมายของตราสัญลักษณ์ในการออกแบบตราสัญลักษณ์จะต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมาย รูปแบบ และขนาดขององค์กรที่เป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกใช้ระดับการสื่อความหมายและการสร้างแนวคิดหลักเพื่อวางแผน การออกแบบด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบหลักภายในและภายนอกของสิ่งแวดล้อมทางการตลาด การค้นหาเนื้อหาแนวคิดหลักที่สามารถนำไปแตกแยกย่อยๆ ได้จากความหลากหลายของขอบเขตวัฒนธรรมหนึ่งๆ ในการวิเคราะห์ และพิจารณาแนวคิดหลักที่นำไปใช้หรือการผสมผสานแนวคิดทั้งหมด หากกล่าวถึงตราสินค้า (Brand) นับได้ว่าเป็นสัญลักษณ์ประเภทหนึ่งที่มีสื่อสารอัตลักษณ์และบุคลิกของสินค้า อันมีความหมายมากกว่ายี่ห้อของสินค้าหรือตราสัญลักษณ์ (Logo) นอกจากนี้ Boonyaratavej (2020) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับตราสินค้าว่าเป็นประสบการณ์ของผู้บริโภค (Consumer Experience) เนื้อหาสาระทุกอย่างที่แบรนด์นำเสนอจะกลายเป็นการรับรู้ที่ถูกสั่งสมอยู่ในหัวสมองของลูกค้า กลายเป็นภาพลักษณ์ที่มีต่อสินค้า

ด้วยเหตุดังกล่าวข้างต้นนั้น ผู้วิจัยได้ตระหนักและเห็นถึงความสำคัญ จึงได้ทำการวิจัยและพัฒนาจนเกิดเป็นโครงการวิจัยเรื่อง การพัฒนาอัตลักษณ์องค์กรสาขาวิชานิเทศศาสตร์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยนครพนม ผ่านการออกแบบเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นกระบวนการศึกษาที่สามารถนำผลไปสู่การสื่อสารองค์กรที่ดีและมีประสิทธิภาพ เป็นเครื่องมือการสื่อสารที่จะนำไปใช้เป็นการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการพัฒนาอัตลักษณ์องค์กรในโครงการวิจัยนี้จะสามารถเป็นต้นแบบให้กับหน่วยงานและองค์กรอื่นได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการสร้างอัตลักษณ์องค์กรของสาขาวิชานิเทศศาสตร์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยนครพนม
2. เพื่อออกแบบและสร้างสรรค์อัตลักษณ์องค์กรของสาขาวิชานิเทศศาสตร์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยนครพนม โดยใช้กระบวนการออกแบบเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม
3. เพื่อประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจต่ออัตลักษณ์องค์กรสาขาวิชานิเทศศาสตร์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยนครพนม

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์องค์กร (Corporate Identity)

แนวคิด และความเป็นมาของอัตลักษณ์องค์กร คือ การคิด และ ออกแบบเพื่อสร้างลักษณะเฉพาะของแบรนด์ เพื่อสร้างทิศทางของแบรนด์ให้เป็นที่ยึดจำแนกเหล่า ผู้บริโภค ซึ่งถ้าโดดเด่นมากพอและแสดงถึงความเป็นตัวตนของแบรนด์ ลูกค้าก็จะจดจำ และนึกถึง ภาพของแบรนด์ของเราไปได้ตลอด (Worawat & Thanannon, 2020) อัตลักษณ์นั้นไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นลอยๆ ตามธรรมชาติ แต่เป็นสิ่งที่เกิดจากการสร้างของวัฒนธรรมในช่วงเวลาหนึ่ง และวัฒนธรรมก็เป็นสิ่งก่อสร้างทางสังคม (Social Constructed) นอกจากนี้วัฒนธรรมก็ไม่ใช่สิ่งที่หยุดนิ่งหรือตายตัว หากแต่มีรูปแบบเป็นวงจรที่เรียกว่า “วงจรแห่งวัฒนธรรม” (Circuit of Culture) ดังนั้นอัตลักษณ์ทั้งหลายจึงมีกระบวนการถูกผลิต (Produced) ให้เกิดขึ้นสามารถถูกบริโภค (Consumed) และถูกควบคุมจัดการ (Regulated) อยู่ในวัฒนธรรมเหล่านั้นและทั้งนี้ยังมีการสร้างความหมายต่างๆ (Creating Meaning) ผ่านทางระบบต่างๆ (Symbolic System of Representation) ที่เกี่ยวกับตำแหน่งแห่งที่ต่างๆ ทางอัตลักษณ์อันหลากหลายที่เราเลือกใช้ หรือนำเอามาสร้างเป็นอัตลักษณ์ของเรา (Ramitannon, 2007) การสร้างอัตลักษณ์องค์กรให้บรรลุวัตถุประสงค์ได้นั้น จำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารที่มีความสม่ำเสมอ (Consistency) มีการสื่อสารเป็นแนวทางเดียวกันอยู่เสมอ จนก่อให้เกิดผลต่อการรับรู้ของ กลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน แนวทางที่ดีที่สุดในการสร้างความคงที่เกี่ยวกับการใช้อัตลักษณ์ขององค์กร คือ การสร้างมาตรฐานของอัตลักษณ์ (Identity Standard) โดยองค์กรจะต้องมีการพัฒนาอัตลักษณ์องค์กรอย่างเป็นระบบ ซึ่งการสื่อสารอัตลักษณ์องค์กรนั้น ไม่อาจเฉพาะเจาะจงเพียงไปกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง นับตั้งแต่กลุ่มแรก คือ พนักงานภายในไปจนถึงกลุ่มต่างๆ ภายนอก ที่องค์กรจะต้องเข้าถึงและต้องประสานสัมพันธ์ให้เกิดการรับรู้ และเกิดความเข้าใจอย่างเป็นเอกภาพบนพื้นฐานอัตลักษณ์ขององค์กรที่ถูกสร้างขึ้น (Chaisaeng, 2012)



แนวคิดการออกแบบกราฟิกเพื่อสร้างสรรค์อัตลักษณ์องค์กร

การออกแบบกราฟิกเพื่อการสื่อสารเชิงภาพ เป็นการศึกษากระบวนการสื่อสาร องค์ประกอบการสื่อสาร ผู้ส่งสาร สื่อ ช่องทางและผู้รับสาร แล้วสร้างสรรค์ออกมาเป็นภาพวาดเส้น ภาพวาด ตัวอักษร ตัวเลข ลวดลาย ลายมือเขียน สัญลักษณ์ สี ฯลฯ เพื่อนำมาใช้ในการสื่อสารหรือเป็นผลงานศิลปะ (Kiatnakin, 2011) การออกแบบกราฟิก เป็นการออกแบบ จัดวางข้อมูลสำหรับการอ่านและดูการตอบสนองกลุ่มเป้าหมายให้เกิดการคล้อยตามในสื่อที่มองเห็น เช่น การจัดวาง องค์ประกอบ รูปแบบของตัวอักษร สัญลักษณ์ต่าง ๆ ภาพประกอบหรือภาพถ่าย เป็น เรื่องที่สำคัญมาก (Tangcharoen, 2002) ในการพัฒนาการจัดทำเลย์เอาต์ให้เป็นไปตามขั้นตอนในกระบวนการผลิตสิ่งพิมพ์นั้น มีหลักการออกแบบที่สามารถ นำมาประยุกต์ใช้เพื่อจัดวางองค์ประกอบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นภาพ ตัวอักษร หรือองค์ประกอบอื่นๆ ให้อยู่ร่วมกันในพื้นที่ หน้ากระดาษได้อย่างเหมาะสมกับโจทย์ของการออกแบบที่ได้ตั้งเอาไว้หลักการออกแบบ หมายถึง วิธีการหรือแนวในการนำไป ปฏิบัติ เพื่อกำหนดขนาดตำแหน่งและลักษณะการปรากฏขององค์ประกอบต่างๆ ในผลงานการออกแบบ ซึ่งครอบคลุม ทั้งความสัมพันธ์กันระหว่างองค์ประกอบย่อยและการทำงาน ร่วมกันขององค์ประกอบทั้งหมดหลักการออกแบบต่างๆ นั้น แม้จะสามารถแบ่งแยกอธิบายเพื่อความเข้าใจออกไปทีละเรื่องได้ แต่เมื่อนำไปประยุกต์ใช้หลักการเหล่านี้ล้วนไม่สามารถ นำไปใช้ในลักษณะที่เป็นหลักการเดี่ยวๆ ได้ แต่ต้องมีการเลือกนำเอาหลักการหลายๆ เรื่องมาประยุกต์ใช้ร่วมกัน ในการสร้างสรรค์หลักการออกแบบทุกหลักการ ล้วนมีความสำคัญทั้งสิ้น แต่ในการแจกแจงเชิงทฤษฎีนั้นจะแยกประเภท หลักการออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ หลักการเบื้องต้น (Primary Principle) และหลักการสนับสนุน (Support Principle) หลักการเบื้องต้นเป็นหลักการที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมภาพรวมของผลงานออกแบบ ซึ่งได้แก่ 1. เอกภาพ (Unity) และความสัมพันธ์ระหว่างภาพและพื้น (Figure/Grond Relationship) 2. การเน้นและการสร้างลำดับความสำคัญ (Emphasis & Hierarchy) 3. สัดส่วน (Proportion) หลักการสนับสนุน เป็นหลักการที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์กันขององค์ประกอบย่อย ต่างๆ ภายในงานออกแบบ 1. ขนาด (Scale) 2. ความสมดุล (Balance) 3. ทิศทางและการเคลื่อนไหว (Direction & Movement) 4. ความขัดแย้ง (Contrast) 5. จังหวะ ลีลา และการซ้ำ (Rhythm & Repetition) (Theppithak, 2015)

แนวคิดด้านการออกแบบเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ได้มีการกล่าวถึงกันอย่างกว้างขวาง เป็นเครื่องมือในการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชน สถาบัน องค์กร สถานศึกษา หน่วยงานต่างๆ นักวิชาการให้ความหมายของการวิจัยเชิงปฏิบัติการไว้ ดังเช่น การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เป็นรูปแบบการวิจัยที่มุ่งศึกษา ชุมชน โดยเน้นการวิเคราะห์ปัญหา ศึกษาแนวทาง การแก้ปัญหา ปฏิบัติตามแผน และติดตามประเมินผล โดย เน้นคนเป็นศูนย์กลาง และมุ่งสร้างพลังอำนาจให้กับประชาชน โดยทุกขั้นตอนมีสมาชิกของชุมชนเข้าร่วมด้วย (Phuangsomjit, 2014) “การมีส่วนร่วม” คือ กระบวนการ ขบวนการ และวิธีการที่จะทำให้กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและประชาชนในพื้นที่ เข้ามาร่วมกันดำเนินการเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตั้งแต่การวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูล ข้อเท็จจริงสิ่งที่ปรากฏขึ้นในเรื่องที่เป็นปัญหาและกำลังจะกลายเป็นปัญหา สิ่งต้งาม ที่ปรากฏอยู่ในท้องถิ่น การช่วยกันค้นหาศักยภาพของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อช่วยกันพัฒนาแก้ไข ปัญหาร่วมกัน โดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่องสังคม สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรต่างๆ หรือส่งผลกระทบในระดับน้อยที่สุด ทั้งนี้ควรให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) เป็นสำคัญ (Pleumcharoen, 2019)

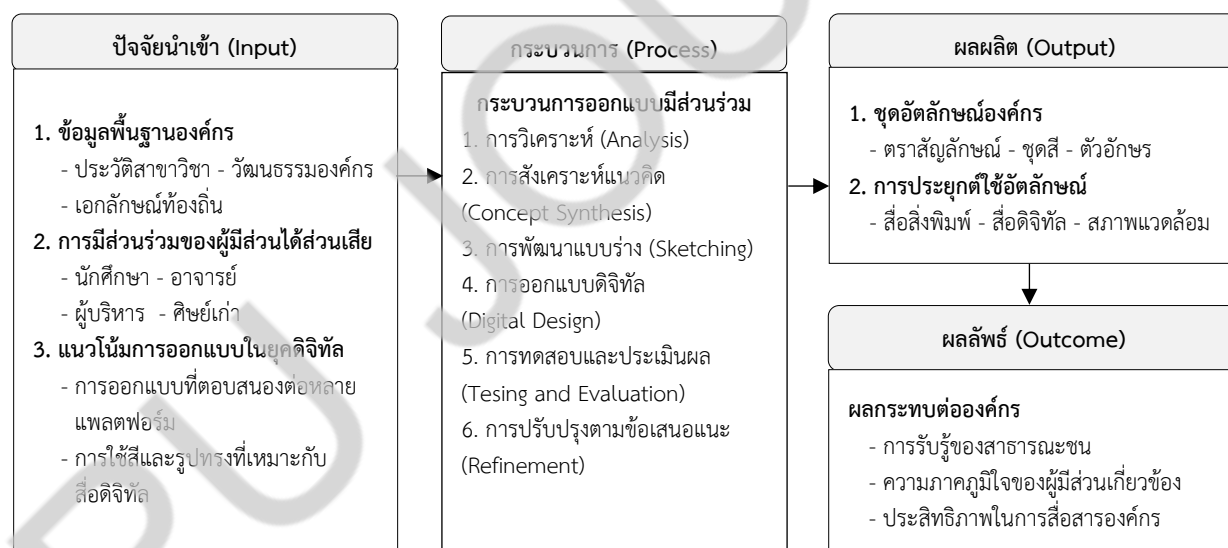
จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น จะเห็นได้ว่าการพัฒนาอัตลักษณ์องค์กรสำหรับสถาบันการศึกษาในยุคดิจิทัล โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับสาขาวิชานิเทศศาสตร์ดิจิทัล จำเป็นต้องคำนึงถึงหลายปัจจัย ทั้งความยืดหยุ่น การมีส่วนร่วม การบูรณาการเทคโนโลยี และการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ การบูรณาการแนวคิดและทฤษฎีเหล่านี้เข้าด้วยกันในการพัฒนา อัตลักษณ์องค์กรของสาขาวิชานิเทศศาสตร์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยนครพนม ผู้วิจัยจึงได้นำเสนอผลการประยุกต์ใช้แนวคิดจาก การทบทวนวรรณกรรมสำหรับการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร สาขาวิชานิเทศศาสตร์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยนครพนม ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ตารางแสดงการประยุกต์ใช้แนวคิดจากการทบทวนวรรณกรรมสำหรับการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร
สาขาวิชานิเทศศาสตร์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยนครพนม

แนวคิด	การประยุกต์ใช้	การนำไปใช้
1. อัตลักษณ์องค์กร	- สร้างลักษณะเฉพาะที่สะท้อนความเป็นนิเทศศาสตร์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยนครพนม - พัฒนาระบบการสื่อสารอัตลักษณ์ที่สม่ำเสมอ - สร้างการรับรู้ทั้งภายในและภายนอกสาขาวิชา	- ออกแบบโลโก้ที่ผสมผสานสัญลักษณ์ของการสื่อสารเทคโนโลยีดิจิทัลและความเป็นท้องถิ่น - กำหนดแนวทางการใช้อัตลักษณ์ในสื่อต่างๆ - เผยแพร่อัตลักษณ์ใหม่สู่สาธารณชน
2.การออกแบบกราฟิกเพื่อสร้างสรรค์อัตลักษณ์องค์กร	- ใช้หลักการออกแบบในการสร้างอัตลักษณ์ - คำนึงถึงการตอบสนองกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย - สร้างความสอดคล้องในทุกสื่อ	- ใช้หลักเอกภาพในการออกแบบชุดสีและรูปแบบตัวอักษร - ออกแบบสื่อที่เข้าถึงได้ทุกคน - สร้าง Template ให้สามารถนำไปใช้ได้อย่างถูกต้อง
3. การออกแบบเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม	- จัดกระบวนการออกแบบที่เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีส่วนร่วม - วิเคราะห์ปัญหาและความต้องการร่วมกัน - ทดลองใช้และปรับปรุงอัตลักษณ์ร่วมกัน	- จัด Workshop ระดมความคิดเห็นจากผู้บริหาร อาจารย์นักศึกษา และศิษย์เก่า - ใช้เทคนิค Design Thinking ในการวิเคราะห์ปัญหาและออกแบบร่วมกัน

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้แนวคิดกระบวนการออกแบบ (Design Process) กรอบแนวคิดนี้แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนำเข้า กระบวนการ ผลผลิตและผลลัพธ์ในการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร โดยเน้นการมีส่วนร่วมและการตอบสนองความต้องการของสาขาวิชานิเทศศาสตร์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยนครพนม ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) โดยเน้นการบูรณาการกระบวนการออกแบบ (Design Process) เข้ากับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก คือ ผู้บริหาร ศิษย์เก่า นักศึกษา และอาจารย์ในสาขาวิชานิเทศศาสตร์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยนครพนม



กลุ่มเป้าหมาย

1. กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในสาขาวิชา จำนวน 35 คน ได้แก่ นักศึกษาปัจจุบัน 30 คน ใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งตามชั้นปี เพื่อให้ได้ตัวแทนจากทุกชั้นปี อาจารย์ประจำ 5 คน ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกอาจารย์ที่มีประสบการณ์การสอนในสาขาวิชา ซึ่งเป็นผู้มีความเข้าใจเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของสาขาวิชานิตศาสตร์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยนครพนม เป็นอย่างดี

2. กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกสาขาวิชา จำนวน 7 คน ได้แก่ ศิษย์เก่า 3 คน ใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยเลือกศิษย์เก่า 3 คน ดำเนินการโดยแบ่งศิษย์เก่าออกเป็น 3 กลุ่มตามปีที่จบการศึกษา ได้แก่ กลุ่มที่จบการศึกษา 1-3 ปีที่ผ่านมา, 4-6 ปีที่ผ่านมา และ 7 ปีขึ้นไป จากนั้นใช้การสุ่มอย่างง่ายเพื่อเลือก 1 คนจากแต่ละกลุ่ม โดยใช้วิธีจับฉลาก เพื่อให้ได้มุมมองจากศิษย์เก่าในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน ผู้ใช้บัณฑิตหรือตัวแทนจากสถานประกอบการ 2 คน ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง โดยเลือกจากสถานประกอบการที่มีความหลากหลายและเกี่ยวข้องกับสาขาวิชานิตศาสตร์ดิจิทัล ผู้บริหารระดับคณะและมหาวิทยาลัย 2 คน ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง โดยเลือกผู้บริหารที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบาย และทิศทางของสาขาวิชา

3. ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 5 คน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง โดยพิจารณาจากคุณสมบัติและประสบการณ์ในการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรอย่างน้อย 5 ปี มีผลงานที่ได้รับการยอมรับในวงการออกแบบ มีความเข้าใจในบริบทของสถาบันการศึกษา มีความหลากหลายในด้านประสบการณ์ (เช่น นักออกแบบอิสระ อาจารย์ด้านการออกแบบผู้เชี่ยวชาญด้านแบรนด์)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง โดยพัฒนาขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม กำหนดประเด็นหลัก ร่างข้อคำถาม ปรึกษาศูนย์เชี่ยวชาญ ทดลองใช้ และปรับปรุงตามข้อเสนอแนะก่อนตรวจสอบคุณภาพด้วยวิธี IOC เพื่อให้ได้เครื่องมือวิจัยที่มีความตรงเชิงเนื้อหาและเหมาะสมกับการเก็บข้อมูลเชิงลึกจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยใช้วิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ตามแนวคิดของ Srisaard (2002) โดยนำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ผลการวิเคราะห์ค่า IOC พบว่า ข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์มีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.60 - 1.00 ทั้งนี้ ไม่มีข้อคำถามใดที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ซึ่งตามเกณฑ์ถือว่าข้อคำถามทั้งหมดมีความตรงเชิงเนื้อหาและสามารถนำไปใช้ได้ อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยได้นำข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงข้อคำถามบางข้อเพื่อให้มีความชัดเจนและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น สำหรับการเก็บข้อมูลเบื้องต้น เครื่องมือนี้ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก โดยมีคำถามหลักที่กำหนดไว้ล่วงหน้า แต่มีความยืดหยุ่นในการถามคำถามเพิ่มเติมหรือปรับเปลี่ยนลำดับคำถามตามบริบทของการสนทนา แบบสัมภาษณ์นี้ช่วยให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับมุมมอง ความคาดหวัง และแนวคิดสำหรับอัตลักษณ์ของสาขาวิชา

2. แบบบันทึกการสังเกตแบบมีส่วนร่วม สำหรับกิจกรรม Workshop เครื่องมือนี้ใช้ในระหว่างการจัดกิจกรรม workshop โดยผู้วิจัยเข้าร่วมและบันทึกข้อมูลไปพร้อมกัน แบบบันทึกนี้ช่วยในการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม การมีส่วนร่วม และปฏิสัมพันธ์ของผู้เข้าร่วม รวมถึงกระบวนการออกแบบ การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และการตัดสินใจร่วมกัน ทำให้เข้าใจถึงพลวัตของกลุ่มและกระบวนการสร้างสรรค์ร่วมกัน

3. แบบประเมินผลงานออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญ นำแบบประเมินที่สร้างขึ้นเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและการประเมิน จำนวน 3 ท่าน ให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์และเกณฑ์การประเมิน (IOC) คัดเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะและนำมาใช้เป็นเครื่องมือนี้สำหรับประเมินตราสัญลักษณ์และสื่ออัตลักษณ์ที่ได้จากกระบวนการออกแบบ โดยมีเกณฑ์การประเมินที่ครอบคลุมทั้งด้านความสวยงาม ความเหมาะสม และประสิทธิภาพในการสื่อสาร

4. แบบประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เครื่องมือนี้ใช้ในการประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจที่มีต่อสื่ออัตลักษณ์ของสาขาวิชา โดยแบ่งการประเมินเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความสวยงาม ด้านความเหมาะสม และด้านประสิทธิภาพในการสื่อสาร

แบบประเมินใน ข้อ 3, 4 ใช้มาตรวัด 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ใช้เกณฑ์แปลผลค่าเฉลี่ย โดยแบ่งระดับคะแนนตามแนวคิดของ Best (1997) มีรายละเอียดดังนี้

4.50 – 5.00 หมายถึง เห็นด้วย/เหมาะสม/พึงพอใจมากที่สุด

3.50 – 4.49 หมายถึง เห็นด้วย/เหมาะสม/พึงพอใจมาก

2.50 – 3.49 หมายถึง เห็นด้วย/เหมาะสม/พึงพอใจปานกลาง

1.50 – 2.49 หมายถึง เห็นด้วย/เหมาะสม/พึงพอใจน้อย

1.00 – 1.49 หมายถึง เห็นด้วย/เหมาะสม/พึงพอใจน้อย

สรุปได้ว่าเครื่องมือวิจัยที่ใช้ประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างสำหรับเก็บข้อมูลเชิงลึกจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แบบบันทึกการสังเกตแบบมีส่วนร่วมสำหรับกิจกรรม workshop แบบประเมินผลงานออกแบบสำหรับผู้เชี่ยวชาญ และแบบประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ส่งเครื่องมือวิจัยทั้งหมดให้คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์พิจารณาความถูกต้องเหมาะสมก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การสำรวจและวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน 1.1 การสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก จำนวน 12 คน ประกอบด้วยอาจารย์ ศิษย์เก่า ผู้ใช้บัณฑิต และผู้บริหาร ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างที่พัฒนาขึ้นตามกรอบแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของอัตลักษณ์องค์กร 1.2 การสนทนากลุ่มกับนักศึกษาปัจจุบัน จำนวน 30 คน แบ่งเป็น 3 กลุ่ม กลุ่มละ 10 คน ใช้แนวทางการสนทนาที่ออกแบบเพื่อกระตุ้นการแสดงความคิดเห็นเชิงลึกเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของสาขาวิชา 1.3 การวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ของสาขาวิชาและมหาวิทยาลัย ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา

2. การออกแบบแบบมีส่วนร่วม 2.1) การจัด Co-creation Workshop 2 วัน โดยมีผู้เข้าร่วมจากทุกกลุ่มเป้าหมายรวม 42 คน ใช้เทคนิค Design Thinking โดยแบ่งเป็น วันที่ 1 กิจกรรม Empathy Mapping และ Define Problem Statement วันที่ 2 กิจกรรม Ideation และ Prototyping 2.2 การสังเกตแบบมีส่วนร่วมในระหว่าง Workshop ใช้แบบบันทึกการสังเกตที่พัฒนาขึ้นเพื่อเก็บข้อมูลเชิงพฤติกรรมและปฏิสัมพันธ์ของผู้เข้าร่วม

3. การประเมินและปรับปรุง 3.1 การประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน ใช้แบบประเมินที่พัฒนาขึ้นตามเกณฑ์การออกแบบอัตลักษณ์องค์กร ครอบคลุมด้านความสวยงาม ความเหมาะสม และประสิทธิภาพในการสื่อสาร 3.2 การสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 47 คน ต่อผลงานออกแบบ ใช้แบบสอบถามออนไลน์ที่พัฒนาขึ้นตามมาตรวัด 5 ระดับ

ข้อมูลที่ได้จากทุกขั้นตอนจะถูกนำมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ร่วมกัน โดยใช้วิธีการวิเคราะห์แบบ Thematic Analysis เพื่อหาประเด็นหลักและแนวทางในการพัฒนาตราสัญลักษณ์และสื่ออัตลักษณ์ที่สะท้อนความเป็นสาขาวิชานิเทศศาสตร์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยนครพนม อย่างแท้จริง

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ สนทนากลุ่ม และการสังเกต ใช้การวิเคราะห์แบบอุปนัย (Inductive Analysis) เพื่อสังเคราะห์ประเด็นหลัก (Themes) เกี่ยวกับอัตลักษณ์ของสาขาวิชา

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยวิธีการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของคะแนนการประเมินในแต่ละประเด็น วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม การประเมินผลงานออกแบบและ ใช้การวิเคราะห์เปรียบเทียบ (Comparative Analysis) ระหว่างความคิดเห็นของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ ได้แก่ นักศึกษาปัจจุบัน อาจารย์ประจำ ศิษย์เก่า ผู้ใช้บัณฑิต ผู้บริหารระดับคณะและมหาวิทยาลัย เพื่อให้เห็นมุมมองที่แตกต่างและครอบคลุมจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับสาขาวิชานิเทศศาสตร์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยนครพนม

ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

1. การศึกษาและวิเคราะห์ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการสร้างอัตลักษณ์องค์กรของสาขาวิชานิเทศศาสตร์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยนครพนม

1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักของสาขาวิชานิเทศศาสตร์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยนครพนม พบว่า มีประเด็นสำคัญดังนี้

1.1.1 อัตลักษณ์ปัจจุบันของสาขาวิชาขาดความชัดเจน แม้จะมีจุดเด่นด้านการผสมผสานศาสตร์ระหว่าง การสื่อสารและเทคโนโลยีดิจิทัล จุดแข็งของสาขาวิชาคือความทันสมัยของหลักสูตร การเน้นการปฏิบัติจริง และ



การพัฒนาทักษะการผลิตสื่อดิจิทัลที่ตอบโจทย์ตลาดแรงงาน อย่างไรก็ตาม ยังมีความท้าทายในการปรับตัวให้ทันกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การแข่งขันกับสถาบันอื่น และการพัฒนาทักษะเสริมของนักศึกษา

1.1.2 โอกาสในการพัฒนาที่สำคัญคือการสร้างความร่วมมือกับภาคอุตสาหกรรม การพัฒนาหลักสูตรให้ตรงกับความต้องการของตลาด และการสร้างเครือข่ายเพื่อเพิ่มการรับรู้ของสาธารณชน ความคาดหวังต่ออัตลักษณ์ใหม่ มุ่งเน้นการเป็นผู้นำด้านนวัตกรรมสื่อดิจิทัลที่ทันสมัย สร้างสรรค์ และมีประสิทธิภาพ

1.1.3 การสื่อสารอัตลักษณ์ควรใช้สื่อดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ สร้างแคมเปญที่โดดเด่น และนำเสนอความสำเร็จของศิษย์เก่า นอกจากนี้ ควรเน้นการเชื่อมโยงกับท้องถิ่นผ่านการพัฒนาสื่อเพื่อชุมชนและการบูรณาการเรียนการสอนกับการพัฒนาท้องถิ่น

1.1.4 ในด้านทักษะและความรู้ ควรมุ่งเน้นการพัฒนาทักษะด้าน AI, Big Data, การตลาดดิจิทัล, UX/UI, การวิเคราะห์ข้อมูล และการเป็นผู้ประกอบการ เพื่อตอบสนองแนวโน้มของอุตสาหกรรมและตลาดแรงงานที่มีความต้องการสูงในด้านสื่อดิจิทัลและบุคลากรที่มีทักษะหลากหลาย

1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่ม กับนักศึกษาปัจจุบัน จำนวน 30 คน ของสาขาวิชานิติศาสตร์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยนครพนม พบว่า มีประเด็นสำคัญดังนี้

1.2.1 ได้เผยให้เห็นมุมมองที่สำคัญต่อการพัฒนาอัตลักษณ์องค์กร ผลของกิจกรรมชี้ให้เห็นว่า แม้นักศึกษาจะรับรู้ถึงความทันสมัยและการเน้นปฏิบัติจริงของหลักสูตร แต่ยังคงมองว่าสาขาวิชาขาดเอกลักษณ์ที่โดดเด่น จุดแข็งที่สำคัญคือการได้ฝึกปฏิบัติกับเทคโนโลยีทันสมัยและการทำโครงการร่วมกับชุมชน อย่างไรก็ตาม ความท้าทายหลักคือการแข่งขันกับสถาบันที่มีชื่อเสียงและการปรับตัวให้ทันกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงเร็ว

1.2.2 นักศึกษาแสดงความคาดหวังต่ออัตลักษณ์ใหม่ที่สะท้อนความเป็นผู้นำด้านนวัตกรรมสื่อดิจิทัล และต้องการให้มีการสื่อสารจุดเด่นของสาขาวิชาให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ข้อเสนอแนะที่สำคัญรวมถึงการเพิ่มความร่วมมือกับภาคอุตสาหกรรม การจัดกิจกรรมแสดงผลงานสู่สาธารณะ และการปรับปรุงหลักสูตรให้ครอบคลุมเทคโนโลยีใหม่ๆ

1.2.3 ที่น่าสนใจคือ นักศึกษาแสดงความกระตือรือร้นที่จะมีส่วนร่วมในการพัฒนาอัตลักษณ์ใหม่ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงโอกาสในการใช้กระบวนการมีส่วนร่วมในการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร ข้อมูลเหล่านี้มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาอัตลักษณ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก และสามารถนำไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารและการพัฒนาหลักสูตรในอนาคต

สาขาวิชานิติศาสตร์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยนครพนม มีจุดเด่นในการผสมผสานศาสตร์ด้านการสื่อสารเข้ากับเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างลงตัว ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มองว่าสาขาวิชา มีความทันสมัยและตอบโจทย์ความต้องการของตลาดแรงงานในยุคดิจิทัล นักศึกษาและศิษย์เก่าแสดงความภาคภูมิใจในทักษะ ด้านการผลิตสื่อดิจิทัลที่ได้รับการพัฒนาระหว่างการศึกษา อย่างไรก็ตาม ยังมีความท้าทายในการสื่อสารอัตลักษณ์นี้ให้เป็นที่รับรู้ในวงกว้าง ผู้ใช้บัณฑิตบางส่วนยังไม่เข้าใจถึงความแตกต่างระหว่างสาขาวิชานี้กับสาขาวิชาด้านการสื่อสารแบบดั้งเดิม ซึ่งส่งผลต่อการยอมรับในตลาดแรงงานด้านการเรียนการสอน พบว่ามีการเน้นการปฏิบัติจริงและการทำโครงการที่ตอบโจทย์ความต้องการของท้องถิ่น ซึ่งเป็นจุดแข็งที่สร้างความแตกต่างจากสถาบันอื่น สอดคล้องกับ Kotler (2003) ได้พบว่า การสร้างแบรนด์สถาบันอุดมศึกษาให้แข็งแกร่งนั้นเป็นงานที่หนัก เนื่องจากจำเป็นต้องสร้างทั้งแบรนด์ภายนอก (External Branding) กับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกองค์กร เพื่อสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์ให้โดดเด่นเป็นที่ประจักษ์ซึ่งจะนำมาซึ่งภาพลักษณ์ที่ดีของแบรนด์และการสร้างแบรนด์ภายในองค์กร (Internal Branding) กับกลุ่มบุคลากรภายในองค์กร ซึ่งถือเป็นธุรกิจสำคัญที่ผู้ประกอบการควรให้ความสนใจ เพราะถึงแม้ว่าการสร้างแบรนด์ภายนอกไปยังกลุ่มตัวอย่าง มีความสำคัญ แต่การสร้างแบรนด์ภายในองค์กรกับบุคลากรมีความสำคัญที่สุด เนื่องจากมีผลทำให้องค์กรประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวได้

2. การออกแบบและสร้างสรรค์อัตลักษณ์องค์กรของสาขาวิชานิติศาสตร์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยนครพนม โดยใช้กระบวนการออกแบบเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ได้จัด Co-creation Workshop เป็นเวลา 2 วัน โดยมีผู้เข้าร่วมจาก 2 กลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในสาขาและกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกสาขา รวมทั้งสิ้น 42 คน ประกอบด้วยนักศึกษา อาจารย์ ศิษย์เก่า ผู้ใช้บัณฑิต และผู้บริหาร การ Workshop ใช้เทคนิค Design Thinking เพื่อสร้างสรรค์ตราสัญลักษณ์และสื่ออัตลักษณ์ของสาขาวิชานิติศาสตร์ดิจิทัล ในวันแรก ของ Workshop เริ่มด้วยกิจกรรม Empathy Mapping ซึ่งช่วยให้ผู้เข้าร่วมเข้าใจมุมมองและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ที่มีต่อสาขาวิชา ผู้เข้าร่วมแสดงความคิดเห็นอย่างกระตือรือร้นและหลากหลาย สะท้อนให้เห็นถึงความเข้าใจที่แตกต่างกันระหว่างกลุ่ม โดยเฉพาะระหว่างนักศึกษาปัจจุบันและผู้ใช้บัณฑิต จากนั้นได้ทำกิจกรรม Define Problem Statement ซึ่งช่วยให้ทุกคนเห็นภาพรวม

ของปัญหาและโอกาสในการพัฒนาอัตลักษณ์ของสาขาวิชา ประเด็นหลักที่ถูกระบุคือ การสื่อสารความเชี่ยวชาญด้านดิจิทัลของสาขาวิชาให้ชัดเจนยิ่งขึ้น การจัดกิจกรรม Workshop เพื่อพัฒนาอัตลักษณ์องค์กรของสาขาวิชาในศาสตร์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยนครพนม โดยมีผู้เข้าร่วมจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ทั้งนักศึกษา อาจารย์ และผู้บริหาร กิจกรรมเริ่มต้นด้วยการ Warm-up ให้ผู้เข้าร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของสาขาวิชา ซึ่งช่วยสร้างบรรยากาศที่เป็นกันเองและกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ จากนั้น ผู้เข้าร่วมได้ร่วมกันพิจารณาบุคลิกภาพสีและจุดจับใจที่เหมาะสมกับสาขาวิชา โดยแบ่งเป็นกลุ่มย่อยเพื่อระดมความคิดและนำเสนอ การอภิปรายร่วมกันทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนมุมมองที่หลากหลายและนำไปสู่การสร้างแนวคิดหลัก (Key Concept) ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของสาขาวิชา ในช่วงท้ายของ Workshop ผู้เข้าร่วมได้ร่วมกันร่างแนวทางการออกแบบอัตลักษณ์และนำเสนอผลงาน การประเมินและให้ข้อเสนอแนะร่วมกันช่วยให้ได้แนวทางที่มีศักยภาพในการพัฒนาต่อไป สอดคล้องกับ แนวคิดของ Euachongprasit (2008) ที่ได้กล่าวถึงสาระสำคัญของการมีส่วนร่วมของบุคลากรว่าหมายถึง การเปิดโอกาสให้บุคลากรเข้ามามีส่วนร่วมในการคิดริเริ่ม ตัดสินใจในการปฏิบัติงานและการร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่างๆ อันมีผลกระทบมาถึงตัว ของบุคลากรเอง การที่จะสามารถทำให้บุคลากรเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาเพื่อแก้ไขปัญหาและนำมาซึ่งสภาพความเป็นอยู่ของบุคลากรให้ดีขึ้นนั้นผู้นำจะต้องยอมรับในปรัชญาการพัฒนาว่ามนุษย์ทุกคนมีความปรารถนาที่จะอยู่ร่วมกับผู้อื่นอย่างมีความสุขได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรมเป็นที่ยอมรับของผู้อื่นและพร้อมที่จะอุทิศตน เพื่อกิจกรรมของส่วนรวมในองค์กร และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Khemglad & Pangkham (2004) ที่ได้กล่าวว่า การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้อง ศึกษาชุมชน การวิเคราะห์ปัญหา วางแผนและดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา ย่อมทำให้สมาชิกในชุมชนได้รับผลประโยชน์ร่วมกันกระบวนการทำงานทุกขั้นตอนที่ชุมชนได้มีส่วนร่วมนั้นก่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนและเข้มแข็ง ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 กิจกรรมปฏิบัติการ Co-creation Workshop, Brian Stroming และนำเสนอ Mind Map วันแรก

วันที่สองเริ่มด้วยกิจกรรม Ideation ซึ่งเป็นช่วงที่ทุกคนได้ระดมความคิดสร้างสรรค์อย่างเต็มที่ ผู้เข้าร่วมถูกแบ่งเป็นกลุ่มย่อยที่มีความหลากหลาย ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนมุมมองที่น่าสนใจ แนวคิดที่โดดเด่นคือการผสมผสานสัญลักษณ์ของเทคโนโลยีดิจิทัลกับลักษณะเฉพาะของท้องถิ่น ในช่วง Prototyping ผู้เข้าร่วมได้สร้างต้นแบบตราสัญลักษณ์และสื่ออัตลักษณ์ โดยมีการนำเสนอและรับฟังความคิดเห็นจากกลุ่มอื่นๆ อย่างสร้างสรรค์ ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ในวันที่สองของกิจกรรม ผู้เข้าร่วมได้สร้างต้นแบบตราสัญลักษณ์และสื่ออัตลักษณ์ผสมผสานกับเทคโนโลยีดิจิทัล

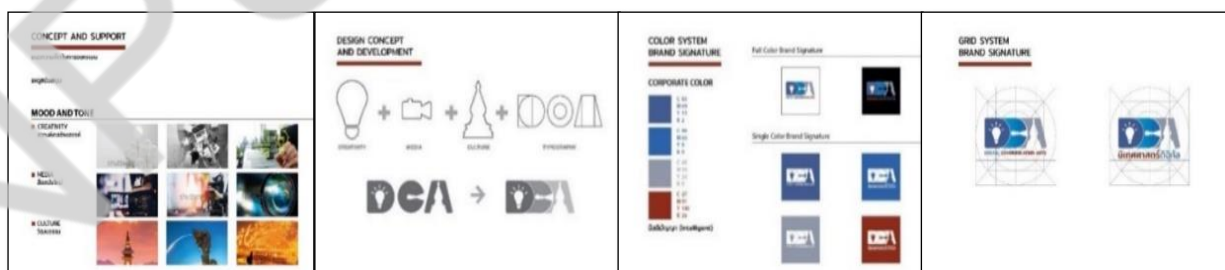
จากการสังเกตแบบมีส่วนร่วมตลอดการ Workshop พบว่า ผู้เข้าร่วมมีความกระตือรือร้นและมีส่วนร่วมอย่างเข้มข้น มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกลุ่มอย่างสร้างสรรค์ แม้จะมีความเห็นที่แตกต่างกันในบางประเด็น แต่ทุกคนสามารถหาจุดร่วมและประนีประนอมกันได้ดี นักศึกษาแสดงความคิดสร้างสรรค์และทักษะด้านการออกแบบดิจิทัลได้อย่างโดดเด่น ซึ่งผู้วิจัยได้สรุปผลจากแบบสังเกต กระบวนการออกแบบเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Design) ในครั้งนี้ ดังตารางที่ 2



ตารางที่ 2 แบบสังเกตสำหรับการพัฒนาอัตลักษณ์องค์กรสาขาวิชานิเทศศาสตร์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยนครพนม
ผ่านการออกแบบเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

ประเด็นสำคัญ	ผลการสังเกต	ระดับ	ข้อค้นพบ
1. การมีส่วนร่วม	ผู้เข้าร่วมแสดงความกระตือรือร้นในการแสดงความคิดเห็นและร่วมกิจกรรม	มาก	การมีส่วนร่วมสูงช่วยให้ได้มุมมองที่หลากหลาย
2. ปฏิสัมพันธ์	มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างสร้างสรรค์ แม้จะมีความเห็นที่แตกต่าง	ดี	การเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นต่างช่วยพัฒนาแนวคิดที่รอบด้าน
3. ความคิดสร้างสรรค์	ผู้เข้าร่วมนำเสนอแนวคิดที่หลากหลายและนวัตกรรมในการออกแบบ	สูง	ความคิดสร้างสรรค์สูงนำไปสู่อัตลักษณ์ที่โดดเด่น
4. ความเข้าใจอัตลักษณ์	สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของสาขาวิชาได้ชัดเจน	ชัดเจน	ความเข้าใจร่วมกันเป็นพื้นฐานสำคัญในการออกแบบ
5. การสะท้อนแนวคิดหลัก	สะท้อนการผสมผสานการสื่อสารและเทคโนโลยีดิจิทัล	มาก	อัตลักษณ์สะท้อนจุดเด่นของสาขาวิชาได้ชัดเจน
6. ความสอดคล้องกับเป้าหมาย	แนวคิดสอดคล้องกับวิสัยทัศน์และพันธกิจของสาขาวิชา	สอดคล้องมาก	การออกแบบตอบโจทย์เป้าหมายของสาขาวิชา
7. การใช้เทคโนโลยี	ใช้ซอฟต์แวร์ออกแบบกราฟิกในการนำเสนอ	มาก	เทคโนโลยีช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการออกแบบ
8. ความเป็นท้องถิ่น	นำเอกลักษณ์จังหวัดนครพนมมาประยุกต์ใช้อย่างสร้างสรรค์	ชัดเจน	การผสมผสานความเป็นท้องถิ่นสร้างเอกลักษณ์ที่โดดเด่น
9. การสื่อสารแนวคิด	อธิบายแนวคิดและเหตุผลในการออกแบบได้ชัดเจน	ดี	ทักษะการสื่อสารช่วยให้ทุกฝ่ายเข้าใจแนวคิดตรงกัน
10. ความพึงพอใจโดยรวม	ผลงานการออกแบบได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้เข้าร่วมส่วนใหญ่	มาก	ความพึงพอใจสูง บ่งชี้ถึงความสำเร็จของกระบวนการ

จากตารางที่ 2 พบว่า ในส่วนของอาจารย์และผู้ใช้บัณฑิตได้ให้มุมมองที่เป็นประโยชน์ในแง่ของความเหมาะสมและการนำไปใช้จริง นำเสนอกระบวนการออกแบบและพัฒนาอัตลักษณ์องค์กรสำหรับสาขาวิชานิเทศศาสตร์ดิจิทัล โดยผสมผสานองค์ประกอบสำคัญ 4 ประการ ได้แก่ ความคิดสร้างสรรค์ (แทนด้วยหลอดไฟ) สื่อ (แทนด้วยกล้องวิดีโอ) วัฒนธรรม (แทนด้วยรูปทรงคล้ายเจดีย์) และการออกแบบตัวอักษร (แทนด้วยรูปทรงเรขาคณิต) องค์ประกอบเหล่านี้ถูกนำมาหลอมรวมเป็นตัวย่อ "DCA" ซึ่งน่าจะหมายถึง Digital Communication Arts โดยแต่ละตัวอักษรสะท้อนถึงองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง ระบบสีและการออกแบบอัตลักษณ์แบรนด์สำหรับหลักสูตรนิเทศศาสตร์ดิจิทัล โดยนำเสนอการใช้สีอย่างเป็นระบบและสอดคล้องกัน เริ่มจากการกำหนดสีหลักขององค์กร (Corporate Color) ซึ่งประกอบด้วยโทนสีน้ำเงินสองเฉด สีเทา และสีน้ำตาลแดง พร้อมระบุค่าสี CMYK อย่างละเอียด การเลือกใช้โทนสีเหล่านี้สื่อถึงความเป็นมืออาชีพ ความน่าเชื่อถือ และความทันสมัย ดังตัวอย่างผลงานตามภาพที่ 4



ภาพที่ 4 ตัวอย่างเครื่องมือที่ใช้ในการ Workshop เพื่อให้ได้แนวคิดในการออกแบบและพัฒนา

กระบวนการออกแบบยังแสดงให้เห็นถึงความยืดหยุ่นในการใช้งานโลโก้ โดยนำเสนอทั้งในรูปแบบสีเต็ม (Full Color Brand Signature) และการใช้สีเดียว (Single Color Brand Signature) ซึ่งรองรับการใช้งานในสื่อและบริบทที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นพื้นสีขาว ดำ หรือสีต่างๆ ตามที่กำหนดไว้ในระบบสี อีกทั้งยังมีการออกแบบโลโก้ทั้งในภาษาอังกฤษ "Digital Communication Arts" และภาษาไทย "นิเทศศาสตร์ดิจิทัล" ซึ่งแสดงถึงความใส่ใจในการสื่อสารกับกลุ่มตัวอย่างที่หลากหลาย การระบุคำว่า "มีสติปัญญา (Intelligent)" ได้แผนภูมิสี ยังสะท้อนถึงคุณลักษณะสำคัญที่หลักสูตรต้องการสื่อสาร สอดคล้องกับ Srifa (2023) ได้กล่าวว่า การออกแบบอัตลักษณ์ เป็นส่วนหนึ่งของการสร้างแบรนด์ ทั้งนี้แบรนด์เป็นความรู้สึกที่ถูกสื่อสารผ่านชื่อ คำศัพท์ การออกแบบ สัญลักษณ์ หรือ ประสบการณ์ต่างๆ ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าสามารถจดจำและจำแนกบริษัท สินค้า หรือ บุคคล ออกจากคู่แข่งได้ การสร้างแบรนด์เป็นการนำเสนออัตลักษณ์ออกไปให้ผู้คนได้รับรู้ กล่าวคือ "เราคือใคร เราทำอะไร เราขายอะไร" แบรนด์ที่ดีควรออกแบบให้ชัดเจน มีความโดดเด่นและมีความแตกต่างเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถจดจำได้ง่าย การออกแบบจึงไม่ควรซับซ้อน และไม่ซ้ำกับผู้อื่น รวมทั้งควรมีองค์ประกอบที่ครบถ้วน เพื่อสะท้อนถึงภาพลักษณ์ของสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ เช่น ตราสัญลักษณ์ (Logo) แนวคิดในการออกแบบ (Concept) โทนสี สโลแกน ฯลฯ เมื่อปรากฏอยู่บนสินค้าควรช่วยส่งเสริมและสร้างคุณค่าให้กับแบรนด์นั้นๆ ด้วย อีกทั้งผู้บริโภคจดจำแบรนด์สินค้าต่างๆ ได้จาก "สี" ของโลโก้แบรนด์ และการนำเสนอ ทั้งนี้การสร้างแบรนด์ที่น่าเชื่อถือจะช่วยให้มี 'ความแตกต่าง' ได้

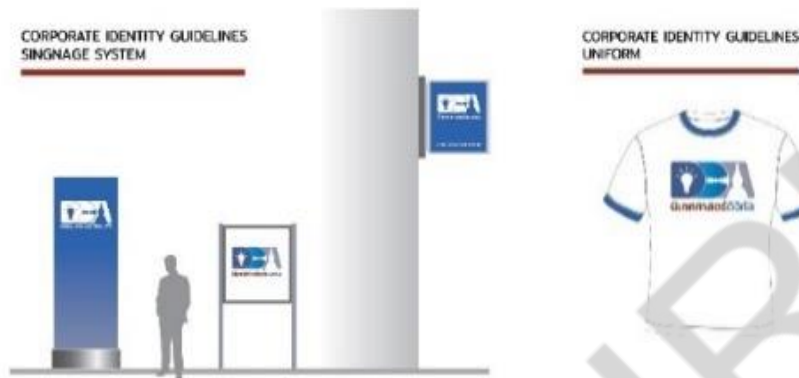
สรุปในภาพรวมในการออกแบบ พบว่า ความพึงพอใจในการสร้างอัตลักษณ์แบรนด์ที่สอดคล้องกัน มีความยืดหยุ่นในการใช้งาน และสามารถสื่อสารคุณลักษณะสำคัญของหลักสูตรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านการเลือกใช้สีและการออกแบบที่ผ่านการคิดอย่างรอบคอบ ระบบกริดสำหรับการออกแบบอัตลักษณ์แบรนด์ของหลักสูตรนิเทศศาสตร์ดิจิทัล โดยนำเสนอโลโก้ทั้งในภาษาอังกฤษและภาษาไทย กริดที่ใช้มีความซับซ้อนและละเอียด ประกอบด้วยเส้นตั้ง เส้นนอน และวงกลมที่ตัดกัน สร้างโครงสร้างที่เป็นระเบียบและสมมาตร ซึ่งช่วยกำหนดตำแหน่งและสัดส่วนของแต่ละองค์ประกอบในโลโก้อย่างแม่นยำ โลโก้ประกอบด้วยตัวอักษร "DCA" ที่ออกแบบพิเศษ โดยแต่ละตัวอักษรมีความหมายเฉพาะ: ตัว D มีสัญลักษณ์หลอดไฟ แทนความคิดสร้างสรรค์ ตัว C มีรูปกล้อง ที่สื่อถึงการเป็นสื่อและตัว A มีรูปทรงคล้ายเจดีย์ แสดงถึงวัฒนธรรม การใช้ระบบกริดนี้ช่วยให้การออกแบบมีความแม่นยำและสามารถนำไปใช้ได้อย่างสม่ำเสมอในสื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นภาษาอังกฤษหรือภาษาไทย ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างอัตลักษณ์แบรนด์ที่เข้มแข็งและเป็นที่ยอมรับ กระบวนการนี้สะท้อนให้เห็นถึงความใส่ใจในรายละเอียดและความเป็นมืออาชีพในการออกแบบ ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของหลักสูตรนิเทศศาสตร์ดิจิทัลที่ต้องการนำเสนอ การจัดวางองค์ประกอบบนกริดทำให้เกิดความสมดุลและความกลมกลืน ทั้งยังรักษาความชัดเจนของแต่ละส่วนไว้ได้อย่างดี สอดคล้องกับ Tangcharoen (2002) ได้กล่าวว่างานกราฟิกถูกสร้างขึ้นเพื่อเป็นสื่อกลางสำหรับมนุษย์ ทำให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน ในสังคม มีบทบาทในการลดข้อจำกัดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความแตกต่างระหว่างบุคคล งานกราฟิกจึงจำเป็นอย่างยิ่งต่อมนุษย์และสังคม มีบทบาทต่างๆ ในการสร้างความเข้าใจร่วมกันในสังคม บุคคลแต่ละคนมีความแตกต่างกันในด้านต่างๆ การใช้งานกราฟิกเข้าช่วยจะทำให้ง่ายต่อการสื่อความหมายได้เป็นอย่างดี งานออกแบบกราฟิกมีบทบาทในการสร้างสัญลักษณ์เพื่อความเข้าใจและสร้างข้อตกลงที่เข้าใจร่วมกันในสังคม หรือเป็นแนวปฏิบัติร่วมกัน ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของการดำรงชีวิตร่วมกัน เช่น การออกแบบภาพสัญลักษณ์เพื่อสื่อ ความหมาย สร้างกฎปฏิบัติที่จำเป็นต้องมีความเข้าใจร่วมกันป้องกันไม่ให้เกิดความสับสนในสังคมในยุคที่การสื่อสารไร้พรมแดน มีการปฏิสัมพันธ์กับนานาชาติ งานออกแบบกราฟิกจึงสำคัญอย่างมากในการสื่อความหมาย ร่วมกันภายใต้ความแตกต่างของเชื้อชาติและภาษา

ตารางที่ 3 ตารางสรุปกระบวนการออกแบบตราสัญลักษณ์สาขาวิชานิเทศศาสตร์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยนครพนม

ขั้นตอน	รายละเอียด
1. แนวคิด	ผสมผสานเทคโนโลยีดิจิทัล การสื่อสาร และวัฒนธรรมท้องถิ่น
2. องค์ประกอบหลัก	D: หลอดไฟ (ความคิดสร้างสรรค์) C: เลนส์กล้อง (การสื่อสาร) A: เจดีย์ (วัฒนธรรมท้องถิ่น)
3. เทคนิคการออกแบบ	1. ใช้เส้นต่อเนื่อง เชื่อมโยงทุกองค์ประกอบ 2. ผสมรูปทรงเรขาคณิตกับเส้นโค้งอิสระ 3. ซ้อนทับรูปทรงเพื่อสร้างมิติ
4. สี	1. หลัก:น้ำเงินเข้ม (ความน่าเชื่อถือ) 2. รอง: ฟ้า (เทคโนโลยี) 3. เน้น: ส้ม (ความคิดสร้างสรรค์)
5. ขั้นตอน	1. ร่างแบบด้วยมือ 20+ แบบ 2. คัดเลือก 3-5 แบบ พัฒนาในโปรแกรมกราฟิก (Adobe Illustrator) 3. ปรับแต่งรายละเอียด ทดสอบการใช้งาน 4. รับฟังความคิดเห็น ปรับปรุง 5. สร้างคู่มือการใช้งาน



จากตารางที่ 3 พบว่า กระบวนการออกแบบตราสัญลักษณ์สาขาวิชานิติศาสตร์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยนครพนม แสดงให้เห็นถึงการบูรณาการแนวคิดที่ผสมผสานเทคโนโลยีดิจิทัล การสื่อสาร และวัฒนธรรมท้องถิ่นเข้าด้วยกัน โดยใช้ องค์ประกอบที่มีความหมายเฉพาะ ได้แก่ หลอดไฟ เลนส์กล้อง และเจดีย์ ซึ่งสื่อถึงความคิดสร้างสรรค์ การสื่อสาร และวัฒนธรรมท้องถิ่นตามลำดับ การออกแบบใช้เทคนิคที่หลากหลายและซับซ้อน ทั้งการเชื่อมโยงด้วยเส้น การผสมรูปทรง และการสร้างมิติ พร้อมทั้งเลือกใช้สีอย่างมีความหมาย กระบวนการออกแบบมีความเป็นระบบ ตั้งแต่การร่างแบบไปจนถึง การสร้างคู่มือการใช้งาน โดยคำนึงถึงการใช้งานจริงและการรับฟังความคิดเห็นเพื่อปรับปรุง สะท้อนถึงความพิถีพิถัน ในการสร้างอัตลักษณ์ที่ผสมผสานความทันสมัยและรากเหง้าทางวัฒนธรรมได้อย่างลงตัว ทำให้ได้ตราสัญลักษณ์เพื่อมาใช้ในการออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์สำหรับสาขาวิชานิติศาสตร์ดิจิทัลและของที่ระลึก เครื่องแต่งกาย ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 5 ระบบป้ายสัญลักษณ์สำหรับสาขาวิชานิติศาสตร์ดิจิทัลและของที่ระลึก เครื่องแต่งกาย

3. การประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจต่ออัตลักษณ์องค์กรสาขาวิชานิติศาสตร์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยนครพนม

3.1 ผลการประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจที่มีต่อตราสัญลักษณ์ สาขาวิชานิติศาสตร์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยนครพนม โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 5 ท่าน ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจที่มีต่อตราสัญลักษณ์ สาขาวิชานิติศาสตร์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยนครพนม โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวนทั้งสิ้น 5 ท่าน (n=5)

รายการ	ระดับประสิทธิภาพ ตราสัญลักษณ์		
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. ด้านความสวยงาม			
1.1 ความน่าสนใจของการจัดองค์ประกอบของตราสัญลักษณ์	4.40	0.55	ดีมาก
1.2 ความลงตัวของการใช้สีในตราสัญลักษณ์	4.60	0.55	ดีมาก
1.3 ความประณีตและความเรียบร้อยของการออกแบบตราสัญลักษณ์	4.40	0.45	ดี
1.4 ความทันสมัยและร่วมสมัยของรูปแบบตราสัญลักษณ์	4.20	0.84	ดี
รวม	4.50	0.60	ดีมาก
2. ด้านความเหมาะสม			
2.1 ความสอดคล้องของตราสัญลักษณ์กับอัตลักษณ์ของสาขาวิชา	4.60	0.55	ดีมาก
2.2 ความเหมาะสมของตราสัญลักษณ์กับกลุ่มตัวอย่างและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	4.40	0.55	ดีมาก
2.3 ความสามารถในการประยุกต์ใช้ตราสัญลักษณ์กับสื่อต่างๆ	4.60	0.55	ดีมาก
2.4 ความสอดคล้องของตราสัญลักษณ์กับวัฒนธรรมองค์กรและบริบทของมหาวิทยาลัย	4.20	0.84	ดี
รวม	4.45	0.62	ดี

ตารางที่ 4 (ต่อ)

รายการ	ระดับประสิทธิภาพ ตราสัญลักษณ์		
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
3. ด้านประสิทธิภาพในการสื่อสาร			
3.1 ความชัดเจนในการสื่อสารแนวคิดหลักของสาขาวิชาผ่านตราสัญลักษณ์	4.40	0.55	ดี
3.2 ความสามารถของตราสัญลักษณ์ในการสร้างการจดจำและความประทับใจ	4.60	0.55	ดีมาก
3.3 ความสามารถของตราสัญลักษณ์ในการสร้างความรู้สึกเชื่อมโยงและความภาคภูมิใจ	4.40	0.55	ดี
3.4 ประสิทธิภาพของตราสัญลักษณ์ในการสื่อสารความเป็นมืออาชีพและความน่าเชื่อถือ	4.60	0.55	ดีมาก
รวม	4.50	0.55	ดีมาก
รวมทั้งหมด	4.48	0.59	ดี

จากตารางที่ 4 พบว่า จากผลการประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจที่มีต่อตราสัญลักษณ์ของสาขาวิชานิเทศศาสตร์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยนครพนม โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวนทั้งสิ้น 5 ท่าน ($n=5$) พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X}= 4.48$, S.D. = 0.59) โดยด้านความสวยงามและด้านประสิทธิภาพในการสื่อสารได้รับการประเมินสูงสุดที่ระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.50$) ตามด้วยด้านความเหมาะสมในระดับดี ($\bar{X} = 4.45$) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าตราสัญลักษณ์มีความโดดเด่นทั้งในแง่ของการออกแบบที่สวยงาม การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และความเหมาะสมกับอัตลักษณ์ของสาขาวิชา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นความลงตัวของการใช้สี ความสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของสาขาวิชา ความสามารถในการประยุกต์ใช้กับสื่อต่างๆ และประสิทธิภาพในการสร้างการจดจำและความน่าเชื่อถือ ซึ่งได้รับคะแนนประเมินสูงสุด ($\bar{X}= 4.60$) ในแต่ละด้าน ผลลัพธ์นี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Kiatnakin (2011) ที่กล่าวว่า การออกแบบสัญลักษณ์เป็นศาสตร์การออกแบบสื่อสารที่มีประสิทธิภาพอย่างยิ่งต่อบุคคลหรือองค์กรในการออกแบบเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ของหน่วยงาน โครงการหรือกิจกรรม เพื่อสื่อสารถึงผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมายให้รับทราบ จดจำและสร้างภาพลักษณ์ได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้การออกแบบจำเป็นต้องอาศัยหลักการออกแบบศิลปะ ทฤษฎีสี ความคิดสร้างสรรค์ รสนิยมและวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น เพื่อให้การออกแบบสามารถสื่อสารได้ถูกต้อง สวยงาม และได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางต่อไป

3.2 ผลการประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจที่มีต่อสื่ออัตลักษณ์ สาขาวิชานิเทศศาสตร์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยนครพนม โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คือ ผู้บริหาร คณาจารย์ นักศึกษา อาจารย์และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 47 ท่าน ดังแสดงผลในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลการประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจที่มีต่อสื่ออัตลักษณ์ สาขาวิชานิเทศศาสตร์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยนครพนม โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวนทั้งสิ้น 47 ท่าน ($n=47$)

รายการ	ระดับประสิทธิภาพ สื่ออัตลักษณ์		
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. ด้านความสวยงาม			
1.1 ความน่าสนใจของการจัดวางองค์ประกอบบนสื่ออัตลักษณ์ต่างๆ	4.60	0.55	ดีมาก
1.2 ความลงตัวของการใช้สีในสื่ออัตลักษณ์	4.80	0.45	ดีมาก
1.3 ความประณีตและความเรียบร้อยของการออกแบบสื่ออัตลักษณ์	4.80	0.45	ดีมาก
1.4 ความทันสมัยและร่วมสมัยของรูปแบบสื่ออัตลักษณ์	4.40	0.55	ดี
รวม	4.65	0.50	ดีมาก
2. ด้านความเหมาะสม			
2.1 ความสอดคล้องของสื่ออัตลักษณ์กับอัตลักษณ์ของสาขาวิชา	4.60	0.55	ดีมาก
2.2 ความเหมาะสมของสื่ออัตลักษณ์กับกลุ่มเป้าหมายและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	4.40	0.55	ดีมาก



ตารางที่ 5 (ต่อ)

รายการ	ระดับประสิทธิภาพ สื่ออัตลักษณ์		
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
2.3 ความหลากหลายและความครอบคลุมของประเภทสื่ออัตลักษณ์	4.60	0.55	ดีมาก
2.4 ความสอดคล้องของสื่ออัตลักษณ์กับวัฒนธรรมองค์กรและบริบทของมหาวิทยาลัย	4.20	0.84	ดี
รวม	4.45	0.62	ดี
3. ด้านประสิทธิภาพในการสื่อสาร			
3.1 ความชัดเจนในการสื่อสารข้อมูลและแนวคิดของสาขาวิชาผ่านสื่ออัตลักษณ์	4.60	0.55	ดีมาก
3.2 ความสามารถของสื่ออัตลักษณ์ในการสร้างการจดจำและความประทับใจ	4.60	0.55	ดีมาก
3.3 ความสามารถของสื่ออัตลักษณ์ในการสร้างความรู้สึกร่วมและความภาคภูมิใจ	4.40	0.55	ดี
3.4 ประสิทธิภาพของสื่ออัตลักษณ์ในการสื่อสารความเป็นมืออาชีพและความน่าเชื่อถือ	4.80	0.45	ดีมาก
รวม	4.57	0.55	ดีมาก
รวมทั้งหมด	4.57	0.55	ดีมาก

จากตารางที่ 5 ผลการประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจที่มีต่อสื่ออัตลักษณ์ของสาขาวิชานิติศาสตร์ ดิจิทัล มหาวิทยาลัยนครพนม โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คือ ผู้บริหาร คณาจารย์ นักศึกษา อาจารย์และผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบ จำนวนทั้งสิ้น 47 ท่าน ($n=47$) แสดงให้เห็นว่าผลเฉลี่ยคะแนนโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x}= 4.57$, S.D. = 0.55) โดยด้านความสวยงามได้รับการประเมินสูงสุด ($\bar{x}= 4.65$) ตามด้วยด้านประสิทธิภาพในการสื่อสาร ($\bar{x}= 4.57$) และ ด้านความเหมาะสม ($\bar{x}= 4.45$) ตามลำดับ ประเด็นที่ได้รับการประเมินสูงสุดคือความลงตัวของการใช้สี ความประณีต และความเรียบร้อยของการออกแบบสื่ออัตลักษณ์ และประสิทธิภาพของสื่ออัตลักษณ์ในการสื่อสารความเป็นมืออาชีพ และความน่าเชื่อถือ ($\bar{x}= 4.80$) สะท้อนให้เห็นว่าสื่ออัตลักษณ์มีความโดดเด่นทั้งในด้านการออกแบบที่สวยงาม การสื่อสาร ที่มีประสิทธิภาพ และความสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของสาขาวิชา ซึ่งสามารถสร้างความประทับใจและความน่าเชื่อถือให้กับ กลุ่มตัวอย่างได้เป็นอย่างดี ในอีกแง่มุมหนึ่ง Li (2019) มีความเห็นไม่สอดคล้องกันได้ให้ความเห็นว่า การสร้างอัตลักษณ์องค์กร หรือแบรนด์สินค้าที่ไม่ได้หมายถึงการสร้างแบรนด์หนึ่งๆ โดยตรงแต่เป็นหน้าต่างสำคัญที่จะกำหนดหน้าตาและทิศทางของ แปรณด้นั้นๆ ได้ ซึ่งการออกแบบอัตลักษณ์จึงไม่ใช่เรื่องง่าย เพราะมันไม่ใช่แค่การออกแบบโลโก้ แล้วนำไปประยุกต์ใช้ กับเครื่องมือสื่อสารทั้งหมดของแบรนด์แต่คือการออกแบบภาพลักษณ์ทั้งหมดของแบรนด์ที่จะทำให้นกายนอกสัมผัสได้ เฉกเช่นเดียวกับที่องค์กรต้องการสื่อออกไปเรียกว่าหากพลาดก็จะทำให้ภาพของแบรนด์บิดเบี้ยวไปเลยก็ได้ ดังนั้นการที่จะ ตัดสินเพียงแค่ประสิทธิภาพของสื่ออัตลักษณ์ในเพียงแค่ช่วงเวลาหนึ่งอาจไม่เพียงพอ

จากข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญทุกท่านได้แสดงความชื่นชมและให้กำลังใจ ต่อกระบวนการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรของสาขาวิชานิติศาสตร์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยนครพนม โดยเฉพาะในด้านความคิด สร้างสรรค์และการผสมผสานองค์ประกอบต่างๆ อย่างลงตัว อย่างไรก็ตาม มีข้อเสนอแนะที่สำคัญจากผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่ (3 ใน 5 ท่าน) เกี่ยวกับการปรับปรุงการใช้สีและการสื่อถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่น ประการแรก ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน มีความเห็น สอดคล้องกันว่าควรพิจารณาการใช้สีส้มหรือสีทองที่ชัดเจนมากขึ้นในตราสัญลักษณ์ ข้อเสนอแนะนี้มีความสมเหตุสมผล เนื่องจากสีส้ม และสีทองมักถูกใช้เพื่อสื่อถึงความคิดสร้างสรรค์ ความสดใส และความมีชีวิตชีวา ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะ ของสาขาวิชานิติศาสตร์ดิจิทัลที่เน้นนวัตกรรมและความทันสมัย นอกจากนี้ การเพิ่มความชัดเจนของสีส้มหรือทอง ยังอาจช่วยเพิ่มความโดดเด่นและการจดจำได้ของตราสัญลักษณ์ สอดคล้องกับแนวคิด Kiatnakin (2011) ที่ได้กล่าวว่ การออกแบบสื่อด้วยการศึกษาทฤษฎีสี เป็นหลักการเบื้องต้นที่มีความสำคัญยิ่งต่อการรับรู้ของนักออกแบบและผู้บริโภค นักออกแบบสามารถเลือกใช้แนวทางการออกแบบสีตามความคิดสร้างสรรค์ โดยคำนึงถึงคุณสมบัติสี คุณลักษณะสี การรับรู้ และรสนิยมของผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ เพื่อให้ผลงานได้รับความพึงพอใจมากที่สุด

การนำข้อเสนอแนะเหล่านี้ไปพิจารณาปรับปรุงจะช่วยให้อัตลักษณ์องค์กรของสาขาวิชานิติศาสตร์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยนครพนม มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น สะท้อนทั้งความทันสมัยของศาสตร์และความลึกซึ้งของรากเหง้า ทางวัฒนธรรม อันจะนำไปสู่การสร้างการประทับใจและความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสรุป ผลการประเมินแสดงให้เห็นว่าการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรของสาขาวิชานิติศาสตร์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยนครพนม

ประสบความสำเร็จในระดับสูง โดยเฉพาะในด้านความสวยงามและประสิทธิภาพในการสื่อสาร แต่ยังมีโอกาสในการพัฒนาเพิ่มเติมในด้านความสอดคล้องกับวัฒนธรรมองค์กรและบริบทของมหาวิทยาลัย ดังภาพที่ 6



ภาพที่ 6 ภาพแสดงตราสัญลักษณ์ใหม่ของสาขาวิชานิเทศศาสตร์ดิจิทัล ที่ผ่านการปรับปรุง

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาและวิเคราะห์ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการสร้างอัตลักษณ์องค์กรของสาขาวิชานิเทศศาสตร์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยนครพนม พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความต้องการอัตลักษณ์องค์กรที่สะท้อนถึงความทันสมัย ความคิดสร้างสรรค์ และการผสมผสานระหว่างเทคโนโลยีดิจิทัลกับบริบทท้องถิ่นอย่างลงตัว การศึกษานี้ได้รวบรวมความคิดเห็นจากนักศึกษา อาจารย์ ศิษย์เก่า และผู้ใช้บัณฑิต

2. ผลการออกแบบและสร้างสรรค์อัตลักษณ์องค์กรของสาขาวิชานิเทศศาสตร์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยนครพนม โดยใช้กระบวนการออกแบบเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม จากการประเมินผลโดยใช้แบบสังเกตสำหรับการพัฒนาอัตลักษณ์องค์กรสาขาวิชานิเทศศาสตร์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยนครพนม ผ่านการออกแบบเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม พบว่า กระบวนการออกแบบเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมนำไปสู่การสร้างตราสัญลักษณ์และสื่ออัตลักษณ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของสาขาวิชาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลลัพธ์คือตราสัญลักษณ์ที่ผสมผสานองค์ประกอบสำคัญ 4 ประการ ได้แก่ ความคิดสร้างสรรค์ สื่อ วัฒนธรรม และการออกแบบตัวอักษร ทลอมรวมเป็นตัวย่อ "DCA" (Digital Communication Arts) สื่อสารอัตลักษณ์ของสาขาวิชาได้อย่างครอบคลุม ความท้าทายที่พบคือการสื่อสารความซับซ้อนของสาขาวิชาผ่านอัตลักษณ์ที่เรียบง่ายและจดจำง่าย ซึ่งต้องอาศัยการออกแบบที่มีความลึกซึ้งและการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ กระบวนการออกแบบเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมได้พิสูจน์ให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการสร้างอัตลักษณ์ที่มีความหมายและได้รับการยอมรับจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย

3. ผลการประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจที่มีต่อตราสัญลักษณ์ของสาขาวิชานิเทศศาสตร์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยนครพนม โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวนทั้งสิ้น 5 ท่าน พบว่า ประสิทธิภาพและความพึงพอใจมีอยู่ในระดับดีมาก โดยตราสัญลักษณ์ได้รับคะแนนเฉลี่ยรวม 4.48 (S.D. = 0.59) พิจารณารายด้านแล้ว พบว่า มีการประเมินรายด้านที่มีค่าคะแนนสูง คือ ด้านความสวยงาม คะแนนเฉลี่ยรวม 4.50 (S.D. = 0.60) และด้านประสิทธิภาพในการสื่อสาร คะแนนเฉลี่ยรวม 4.50 (S.D. = 0.55)

4. ผลการประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจที่มีต่อสื่ออัตลักษณ์ของสาขาวิชานิเทศศาสตร์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยนครพนม โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คือ ผู้บริหาร ศิษย์เก่า นักศึกษา อาจารย์และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวนทั้งสิ้น 47 ท่าน พบว่า ประสิทธิภาพและความพึงพอใจมีอยู่ในระดับดีมาก โดยสื่ออัตลักษณ์ได้รับคะแนนเฉลี่ยรวม 4.57 (S.D. = 0.55) พิจารณารายด้านแล้ว พบว่า มีการประเมินรายด้านที่มีค่าคะแนนสูง คือ ด้านความสวยงาม คะแนนเฉลี่ยรวม 4.65 (S.D. = 0.50) และด้านประสิทธิภาพในการสื่อสาร คะแนนเฉลี่ยรวม 4.57 (S.D. = 0.55)

อย่างไรก็ตาม มีข้อเสนอแนะให้ปรับปรุงในด้านความสอดคล้องกับวัฒนธรรมองค์กรและบริบทของมหาวิทยาลัย ซึ่งได้รับคะแนนต่ำสุดอยู่ที่ 4.20 (S.D. = 0.84) ผลการประเมินนี้สะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จในการพัฒนาอัตลักษณ์องค์กรที่มีประสิทธิภาพ สวยงาม เหมาะสม และสามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยังมีโอกาสในการพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทขององค์กรมากยิ่งขึ้น



ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ประโยชน์เชิงวิชาการ งานวิจัยนี้เป็นการนำเสนอกระบวนการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรแบบมีส่วนร่วมที่มีความเป็นระบบและสามารถตรวจสอบได้ โดยบูรณาการแนวคิดการออกแบบเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเข้ากับทฤษฎีการสร้างอัตลักษณ์องค์กรและหลักการออกแบบกราฟิก ก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ในการพัฒนาอัตลักษณ์องค์กรสำหรับสถาบันการศึกษา โดยเฉพาะในบริบทของสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีดิจิทัล กระบวนการวิจัยที่นำเสนอสามารถนำไปประยุกต์ใช้หรือปรับใช้กับสถาบันการศึกษาอื่นๆ ได้ ซึ่งจะช่วยเพิ่มพูนองค์ความรู้ในการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรและการสื่อสารองค์กรในบริบทของสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา

2. ประโยชน์เชิงประยุกต์ งานวิจัยนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาสาขาวิชานิเทศศาสตร์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยนครพนม โดยผลลัพธ์ที่ได้คือตราสัญลักษณ์และสื่ออัตลักษณ์ที่สามารถนำไปใช้งานจริงได้ทันที ซึ่งจะช่วยยกระดับการสื่อสารและสร้างภาพลักษณ์ของสาขาวิชาให้มีความชัดเจนและโดดเด่นมากขึ้น อีกทั้งยังช่วยเสริมสร้างการรับรู้ของสาธารณชนต่อสาขาวิชา ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจแก่นักศึกษาและบุคลากร นอกจากนี้ กระบวนการวิจัยยังเป็นแนวทางในการพัฒนาการสื่อสารองค์กรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งสามารถนำไปปรับใช้กับการพัฒนาด้านอื่นๆ ของสาขาวิชาและมหาวิทยาลัยได้ในอนาคต

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

ควรจัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้กับบุคลากรและนักศึกษา สาขาวิชานิเทศศาสตร์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยนครพนม เพื่อสร้างความเข้าใจและใช้อัตลักษณ์องค์กรใหม่อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ ควรบูรณาการอัตลักษณ์องค์กรใหม่เข้ากับกิจกรรมและการเรียนการสอนของสาขาวิชา เพื่อเสริมสร้างความผูกพันและความภาคภูมิใจของนักศึกษา

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาผลกระทบของอัตลักษณ์องค์กรใหม่ต่อการรับรู้และทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างต่างๆ เช่น นักเรียนมัธยมปลาย ผู้ปกครอง และผู้ประกอบการ
2. ควรวิจัยและพัฒนาแนวทางการประยุกต์ใช้อัตลักษณ์องค์กรในสื่อดิจิทัลรูปแบบใหม่ เช่น AR VR หรือ Metaverse
3. ควรศึกษาเปรียบเทียบกระบวนการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรแบบมีส่วนร่วมกับสถาบันการศึกษาอื่นๆ เพื่อพัฒนาแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practice) สำหรับสถาบันอุดมศึกษาไทย

ข้อจำกัดการวิจัย

1. ข้อจำกัดด้านเวลา การประเมินประสิทธิภาพของอัตลักษณ์องค์กรที่พัฒนาขึ้นเป็นการประเมินในระยะสั้น ยังไม่สามารถวัดผลกระทบในระยะยาวต่อการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างและประสิทธิภาพในการสื่อสารองค์กร
2. ข้อจำกัดด้านวิธีการวิจัย แม้ว่าการวิจัยจะใช้วิธีการแบบผสมผสาน แต่การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพอาจมีอคติจากผู้วิจัยและผู้ให้ข้อมูล ซึ่งอาจส่งผลต่อการตีความผลการวิจัย
3. ข้อจำกัดด้านเทคโนโลยี การออกแบบอัตลักษณ์องค์กรในการวิจัยนี้เน้นการใช้งานบนสื่อดั้งเดิมและสื่อดิจิทัลพื้นฐาน ยังไม่ได้ครอบคลุมถึงการประยุกต์ใช้ในเทคโนโลยีขั้นสูง เช่น AR, VR หรือ Metaverse
4. ข้อจำกัดด้านวัฒนธรรม การวิจัยดำเนินการในบริบทของสถาบันการศึกษาในประเทศไทย ซึ่งอาจมีข้อจำกัดในการนำไปประยุกต์ใช้กับสถาบันการศึกษาในต่างประเทศที่มีวัฒนธรรมองค์กรแตกต่างกัน
5. ข้อจำกัดด้านการประเมิน การประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน แม้จะให้ข้อมูลเชิงลึก แต่อาจไม่เพียงพอที่จะเป็นตัวแทนของมุมมองที่หลากหลายในวงกว้าง

References

- Aaker, D. (1996). *Building Strong Brands*. New York : Free Press.
- Best, W. J. (1997). *Research in Education*. New Jersey : Prentice-Hall, Inc.



- Boonyaratavedej, D. (2020). *Building a brand with storytelling is not as effective as taking action*. Bangkok : Amarin Printing.
- Chaisaeng, R. (2012). *Corporate communication*. Bangkok : University of the Thai Chamber of Commerce.
- Euachongprasit, S. (2008). *Essentials of employee participation*. Bangkok : Samcharoenpanit.
- Khemglad, C. & Pangkham, S. (2004). *Practical participatory action research*. Bangkok : Sematham.
- Kiatnakin, S. (2011). *@design: Principles of design*. Bangkok : Wailai.
- Kotler, P. (2003). *Marketing insights from A to Z: 80 concepts every manager needs to know*. NJ : John Wiley & Sons.
- Hall, S. & Du Gay, P. (1996). *Questions of cultural identity*. London : SAGE.
- Li, S. (2019). *The corporate identity design of Chinese culture restaurant for Thai teenagers (Unpublished master's thesis)*. Burapha University, Chonburi, Thailand
- Phuangsomjit. (2014). *Participatory Action Research on Research in Educational Administration (Book 2 (Unit 6-10). (3rd ed.)*. Bangkok : Sukhothai Thammathirat Open University.
- Pleumcharoen, W. (2019). *Participatory*. Bangkok : V.J. Printing.
- Ramitannon, C. (2007). *Identity, culture, and change*. Chiang Mai : Women's Studies Center, Faculty of Social Sciences, Chiang Mai University.
- Schmitt, B. & Simonson, A. (1997). *Marketing aesthetics: The strategic management of brands, identity, and image*. United States of America : Free Press.
- Srikalayanabutr, A. (1998). *Logo design*. Bangkok : Chulalongkorn University.
- Srifa, K. (2023). Identity design branding to promote creative tourism based on local cultural ecology in Lad E-Tan Island community, Nakhon Pathom province. *Siam Communication Review*, 22(2),314-328.
- Srisaard, B. (2002). *Preliminary research*. (7th ed.). Bangkok : Suweeriyasarn.
- Tangcharoen, V. (2002). *Graphic design*. Bangkok : E&I Q.
- Theppithak, T. (2015). *Graphics for communication*. Phitsanulok : Naresuan University.
- Viriyayudthama, E. (2019). *Communication factors influencing decision making to pursue bachelor's degree under Thai education crisis of private universities (Unpublished master's thesis)*. National Institute of Development Administration, Bangkok, Thailand
- Worawat, P. & Thanannon, T. (2020). *What is corporate identity (CI)? Why is it necessary for creating a brand?*. Retrieved August 2023, from <https://noria.co.th/th/corporate-identity-ci>.



การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการปฏิบัติและเจตคติเกี่ยวกับการจัดกิจกรรม
นันทนาการของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา
A Study of the Relationship between Behavior and Attitude towards
Organizing Recreational Activities of the Students at
Rajamangala University of Technology
Srivijaya. Songkhla Campus

ทรงภพ เพชรอาวุธ
Songpob Phetarwut

Article History

Receive: June 26, 2024

Revised: September 20, 2024

Accepted: September 27, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมการปฏิบัติและเจตคติเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมนันทนาการของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการปฏิบัติและเจตคติเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมนันทนาการของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ นักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา จำนวน 103 คน ได้มาจากการหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย โดยวิธีการจับฉลาก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการหาค่าสหสัมพันธ์ ผลการวิจัยพบว่า 1) พฤติกรรมการปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมนันทนาการของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.53$, S.D. = 0.38) 2) เจตคติเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมนันทนาการของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.58$, S.D. = 0.35) และ 3) ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการปฏิบัติและเจตคติเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมนันทนาการของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา โดยรวมมีค่าความสัมพันธ์ เท่ากับ .54** ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ทางบวกระดับปานกลาง อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

คำสำคัญ : พฤติกรรมการปฏิบัติ ; เจตคติ ; ความสัมพันธ์ ; นันทนาการ ; การจัดกิจกรรม

ABSTRACT

The objectives of this research are to study the level of practical behavior and the attitude regarding the recreational activities organizing of students at Rajamangala University of Technology Srivijaya Songkhla Campus and to study the relationship between practical behavior and attitude regarding recreational activities organizing of students at Rajamangala University of Technology Srivijaya Songkhla Campus. The sample consisted of 103 undergraduate students from Rajamangala University of Technology Srivijaya Songkhla Campus using simple random sampling by drawing. The questionnaire was used to collect the data. The statistics used in this research consisted of means, standard deviation, and correlation values. The results showed that 1) the practical behavior regarding the recreational activities organizing of the students was at the highest level ($\bar{X} = 4.53$, S.D. = 0.38); 2) the attitude regarding the recreational activities organizing of the students was at the highest level ($\bar{X} = 4.58$, S.D. = 0.35); 3) the relationship between practical behavior and attitude regarding the recreational activities organizing of the students was at .54, which is positive at a moderate level with a statistical significance level at the .01 level.

Keywords : Practical Behavior ; Attitude ; Relationship ; Recreational ; Activities Organizing

บทนำ

ปัจจุบันสถาบันการศึกษามีการดำเนินการจัดกิจกรรมนันทนาการ หรือกิจกรรมเสริมหลักสูตร เพื่อเป็นการพัฒนา นิสิตนักศึกษา ดังเช่นการประเมินผลการดำเนินงานของสถานศึกษา ไม่ว่าจะเป็นการประเมินตนเอง การประกันคุณภาพการศึกษา ที่กำหนดโดยสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ปฏิบัติตามเกณฑ์และตัวบ่งชี้ต่างๆ ในการประเมินคุณภาพการศึกษา คือ การจัดกิจกรรมนักศึกษา มีการกำหนดให้นักศึกษาทำกิจกรรมต่างๆ ทั้ง 5 ด้าน เช่น กิจกรรมส่งเสริมคุณลักษณะบัณฑิต ที่พึงประสงค์ กิจกรรมกีฬาหรือการส่งเสริมสุขภาพ กิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์หรือรักษาสีสิ่งแวดล้อม กิจกรรมเสริมสร้าง คุณธรรมจริยธรรมและกิจกรรมส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ทั้งนี้สถาบันศึกษาในแต่ละแห่ง ต้องส่งเสริมให้นักศึกษาทำกิจกรรม ในทุกๆ ด้าน เพื่อเป็นกลไกในการพัฒนานักศึกษาให้เป็นไปตามเกณฑ์ หรือคุณลักษณะที่สถาบันกำหนด สำหรับการจัดกิจกรรม นันทนาการเพื่อนักศึกษามีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพราะมีผลทำให้ทุกคนเรียนรู้ เพื่อปรับตัวให้ทันกับโลกที่กำลังหมุนไปอย่าง รวดเร็ว อีกทั้งสถานการณ์ที่ผูกพันของเศรษฐกิจ สังคม การศึกษาและสิ่งแวดล้อม ดังนั้นการจัดกิจกรรมนันทนาการส่งผล ต่อการใช้ชีวิตให้สมดุลกับโลกยุคปัจจุบัน ทั้งนี้ นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในวัยศึกษาเล่าเรียนเป็นทรัพยากรที่สำคัญต่อการ พัฒนาประเทศชาติให้ก้าวหน้าในอนาคต จำเป็นและสำคัญอย่างยิ่งที่จะต้องจัดกิจกรรมนันทนาการเพื่อช่วยส่งเสริมพัฒนา ลักษณะ นิสัย ความเป็นพลเมืองดีในอนาคต ทั้งนี้กิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้นในสถานศึกษาล้วนเกี่ยวข้องกับกิจกรรมนันทนาการทั้งสิ้น เพราะฉะนั้นการจัดนันทนาการในสถานศึกษาคือการจัดกิจกรรมเสริมสร้างประสบการณ์และลักษณะที่พึงประสงค์ในรูปแบบ ต่างๆ เพื่อสนองความต้องการของนักศึกษา ทั้งในด้านออกกำลังกาย และเพื่อความสนุกสนานรื่นเริงนอกเวลาเรียนหรือเป็นกิจกรรม พิเศษ (Kanjanaakit, 2019)

โดยการจัดกิจกรรมนันทนาการให้กับนักศึกษา ต้องอาศัยกลวิธีการพัฒนาทักษะต่างๆ เช่น การใช้สื่อการสอนและ การวัดผลประเมินผลให้สอดคล้องกับเนื้อหาและจุดประสงค์ที่กำหนดไว้ในโดยการจัดกิจกรรมนันทนาการควรเน้นให้ผู้เรียน มีส่วนร่วมและปฏิบัติ เป็นวิธีที่เน้นการจัดสภาพแวดล้อมทางการเรียนให้แก่ผู้เรียน เพื่อสร้างแรงจูงใจในการเพิ่มพฤติกรรม การกระทำกิจกรรมของบุคคลโดยบุคคลลงใจกระทำพฤติกรรมให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ (Domjan, 2016) เช่น พฤติกรรม การร่วมกิจกรรม เจตคติที่มีต่อการจัดกิจกรรม ทั้งนี้กิจกรรมการเรียนรู้ร่วมกันเป็นกลุ่ม แต่ละกลุ่ม ประกอบด้วยสมาชิกที่มีความรู้ แตกต่างกัน (Sunthornroj, 2019) โดยที่แต่ละคนมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงในการเรียนรู้และในความสำเร็จของกลุ่ม ทั้งโดยการ แลกเปลี่ยนความคิด การแบ่งปันทรัพยากรการเรียนรู้

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา เป็นมหาวิทยาลัยมุ่งสร้างความเข้มแข็งและโดดเด่น ตามอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ เพื่อเป็นเสาหลักของภูมิภาคในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและมรดกทางวัฒนธรรมด้วยวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อสร้างขีดความสามารถการแข่งขันในระดับประเทศและสากล เพื่อให้การพัฒนาศักยภาพการ แข่งขันได้เต็มประสิทธิภาพ และไม่เกิดปัญหาด้านสุขภาพตามมาทางมหาวิทยาลัยจึงได้ทำการเปิดรายวิชานันทนาการ



เพื่อให้ผู้เรียนที่มีความสนใจ ได้มีบทบาทหน้าที่ในการจัดการบริการ แนะนำช่วยเหลือให้บุคคลหรือหมู่คณะได้เลือกปฏิบัติกิจกรรมนันทนาการที่จะเข้าร่วมตามความต้องการตามความสนใจของแต่ละบุคคลโดยให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้รับความพอใจ ความสุข และความเพลิดเพลิน จากกิจกรรมนันทนาการนั้นแล้ว ผู้นำนันทนาการยังจะต้องเป็นผู้จัดการวางแผนโครงการ จัดกิจกรรม เป็นผู้สอนให้เจ้าหน้าที่วิทยาการและนิเทศในด้านนันทนาการ จึงกล่าวได้ว่าผู้นำเปรียบประดุจหัวใจของนันทนาการ ดังนั้นการเป็นผู้นำนันทนาการจึงต้องเรียนรู้วิธีการของการเป็นผู้นำนันทนาการ เพื่อประโยชน์สูงสุดของบุคคลที่เข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการ (Department of Physical Education, 2020)

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่า นักศึกษาในสถาบันการศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา มีความจำเป็นที่จะต้องมิกิจกรรมนันทนาการในการพัฒนานักศึกษา เนื่องจากปัญหาของการขาดความเข้าใจในพฤติกรรมและเจตคติเหล่านี้ ส่งผลการพัฒนาทักษะทางสังคมต่อประสิทธิภาพของกิจกรรมนันทนาการ ด้วยเหตุผลหลากหลายประการดังที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้สถาบันการศึกษาไม่ทราบสาเหตุที่นักศึกษาไม่เข้าร่วมกิจกรรมหรือไม่ทำกิจกรรมที่สถาบันการศึกษาส่งเสริมให้กับนักศึกษาในระหว่างที่กำลังศึกษาอยู่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา (Student Affairs Division Rajamangala University of Technology, 2022) ทั้งนี้การให้ความสำคัญ นักศึกษาภายในมหาวิทยาลัย จึงจำเป็นต้องพัฒนานักศึกษาโดยใช้กิจกรรมเสริมหลักสูตรหรือใช้กิจกรรมนันทนาการที่ทางผู้วิจัยได้นำการคิดค้นและหาวิธีการต่างๆ ที่นักศึกษาในมหาวิทยาลัยให้ความสนใจ เพื่อมาทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การปฏิบัติและเจตคติเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมนันทนาการของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา โดยผลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้เก็บไว้เป็นข้อมูลพื้นฐาน และเป็นแนวทางในการนำเสนอผู้บริหารมหาวิทยาลัย ในการพัฒนาหารูปแบบการจัดกิจกรรมนันทนาการ สำหรับพัฒนานักศึกษาในสถาบันการศึกษาให้เป็นพลเมืองสังคม และพลเมืองโลกต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรม การปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมนันทนาการของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา
2. เพื่อศึกษาเจตคติเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมนันทนาการของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การปฏิบัติและเจตคติเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมนันทนาการของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยได้ใช้แนวคิดทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การปฏิบัติและเจตคติเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมนันทนาการของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา โดยแต่ละแนวคิด ทฤษฎี จะเป็นปัจจัยสนับสนุนไปสู่กรอบแนวคิดในการวิจัย โดยแบ่งได้ออกเป็น 3 ตอน ได้แก่

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเรียนรู้นันทนาการ

นันทนาการเป็นศาสตร์สาขาวิชาที่ต้องศึกษาและเข้าใจถึงลักษณะขอบข่ายวิธีการ ตลอดจนถึงการฝึกฝนทักษะและนำไปใช้เพื่อการส่งเสริมสนับสนุน พัฒนาให้เด็ก เยาวชน และผู้ที่มีความสนใจเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการได้มีการพัฒนาคุณภาพชีวิตทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ สังคม และสติปัญญา ซึ่งผู้นำนันทนาการนั้นถือว่าเป็นทรัพยากรบุคคลที่มีความสำคัญต่อการนันทนาการเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากมีบทบาทหน้าที่ในการจัดการบริการ แนะนำช่วยเหลือให้บุคคลหรือหมู่คณะได้เลือกปฏิบัติกิจกรรมนันทนาการที่จะเข้าร่วมตามความต้องการตามความสนใจของแต่ละบุคคลโดยให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้รับความพอใจ ความสุข และความเพลิดเพลิน โดยกรมพลศึกษา (Department of Physical Education, 2020) ได้เสนอว่า การจัดกิจกรรมนันทนาการ ผู้นำนันทนาการยังจะต้องเป็นผู้จัดการวางแผนโครงการ จัดกิจกรรมเป็นผู้สอนให้เจ้าหน้าที่วิทยาการและนิเทศในด้านนันทนาการ จึงกล่าวได้ว่าผู้นำเปรียบประดุจหัวใจของนันทนาการ ฉะนั้นผู้นำนันทนาการจึงต้องเรียนรู้วิธีการของการเป็นผู้นำนันทนาการเพื่อประโยชน์สูงสุดของบุคคลที่เข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการ และการที่จะได้ผู้นำนันทนาการที่มีคุณภาพนั้นต้องอาศัยการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและให้สอดคล้องกับนโยบายของแผนพัฒนานันทนาการแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2555-2559) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา คือ การสร้างนักนันทนาการอาชีพ ให้แพร่หลายรวมถึง

การสนับสนุนให้เกิดการเรียนรู้ในสถานศึกษาจนสามารถผลิตนักรุ่นใหม่ที่มีพื้นฐานความรู้ และขีดความสามารถในการวิเคราะห์การใช้ประโยชน์จากสังคมนันทนาการจนเป็นพลังในการขับเคลื่อนสังคมของประเทศที่กลมกลืนกับกระแสนันทนาการยุคใหม่ และเพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนานันทนาการแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2555–2559) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ยุทธศาสตร์ที่ 2 การผลิตและพัฒนาบุคลากรในการเป็นผู้นำและการจัดการบริการนันทนาการ วัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาผู้นำนันทนาการในโรงเรียน ชุมชน และองค์กร ระดับประเทศให้มีศักยภาพสามารถขับเคลื่อนนันทนาการจากระดับชุมชนไปสู่ระดับนานาชาติ 2) เพื่อพัฒนาบุคลากรนันทนาการให้มีศักยภาพและขีดความสามารถในการจัดการบริการนันทนาการ ระดับมาตรฐานสากล 3) เพื่อส่งเสริมการผลิตบุคลากรนันทนาการอาชีพให้มีมาตรฐานระดับนานาชาติ สามารถรองรับการร่วมมือกับประชาคมอาเซียนทางด้านประชาสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งจากนโยบายและยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนานันทนาการแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ.2560–2564) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จะเห็นได้ว่าการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านนันทนาการเพื่อเป็นอาชีพ จะช่วยให้เป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาองค์กร ซึ่งส่งผลต่อการยกระดับมาตรฐานนันทนาการของชาติให้สูงขึ้นตามลำดับ (Ministry of Tourism and Sports, 2020)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม

การศึกษาพฤติกรรมของนักศึกษาเป็นการแสดงและกิริยาท่าทางซึ่งสิ่งมีชีวิต ระบบหรืออัตลักษณ์ประติฐ์ที่เกิดขึ้นร่วมกันกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งรวมระบบอื่นหรือสิ่งมีชีวิตโดยรวมเช่นเดียวกับสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยมาสโลว์ (Maslow, 1970) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมเป็นการตอบสนองของระบบหรือสิ่งมีชีวิตต่อสิ่งเร้าหรือการรับเข้าทั้งหลาย ไม่ว่าจะเป็นภายในหรือภายนอก มีสติหรือไม่มีสติระลึก ชัดเจนหรือแอบแฝง และโดยตั้งใจหรือไม่ได้ตั้งใจ เหล่านี้นำไปสู่ความสำเร็จของผู้เรียนทั้งเชิงวิชาการและการประสบความสำเร็จในอนาคต นอกจากนี้บลูม (Bloom, 1975) ได้กล่าวถึงพฤติกรรมว่า เป็นกิจกรรมทุกประเภทที่มนุษย์กระทำ อาจเป็นสิ่งที่สังเกตได้หรือไม่ได้ และพฤติกรรมดังกล่าวนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ 1) ด้านความรู้ คือพฤติกรรมด้านความรู้ (Cognitive Domain) พฤติกรรมที่มีขั้นของความสามารถทางด้านความรู้ การให้ความคิดและพัฒนาการทางด้านสติปัญญา จำแนกไว้ตามลำดับขั้นจากง่ายไปหายาก ได้แก่ ความรู้ ความเข้าใจ การนำไปใช้ การวิเคราะห์ การสังเคราะห์ การประเมินผล 2) ด้านเจตคติ คือ พฤติกรรมด้านเจตคติ (Affective Domain) หมายถึงความสนใจ ความรู้สึก ท่าที ความชอบในการให้คุณค่า หรือปรับปรุงค่านิยมที่ยึดถืออยู่ เป็นพฤติกรรมที่ยากแก่การอธิบายเพราะเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของบุคคลเกิดพฤติกรรมด้านเจตคติแบ่งเป็นขั้นตอนและ 3) ด้านพฤติกรรมการปฏิบัติ (Psychomotor Domain) เป็นพฤติกรรมที่ใช้ความสามารถในการแสดงออกของร่างกาย รวมทั้งพฤติกรรมที่แสดงออกทางร่างกาย ซึ่งรวมถึงการปฏิบัติที่อาจแสดงออกในสถานการณ์หนึ่งๆ หรืออาจเป็นพฤติกรรมที่คาดคะเนว่าจะปฏิบัติในโอกาสต่อไป พฤติกรรมด้านนี้เป็นพฤติกรรมด้านสุดท้ายซึ่งต้องอาศัยพฤติกรรม ด้านพุทธิปัญญา หรือเป็นพฤติกรรมที่สามารถประเมินผลได้ง่าย แต่กระบวนการที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมนี้ต้องอาศัยเวลา และการตัดสินใจหลายขั้นตอนในทางด้านสุขภาพถือการพฤติกรรมด้านการปฏิบัติของบุคคลคือเป้าหมายขั้นสุดท้ายที่ช่วยให้บุคคลมีสุขภาพดีการปฏิบัติ

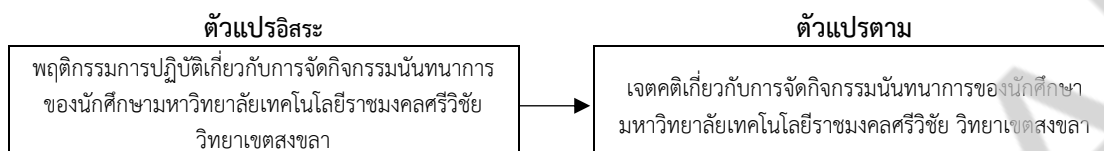
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเจตคติ

เจตคติในการศึกษาเป็นความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบของบุคคลที่มีต่อสิ่งเร้า ความรู้สึกมีความสุข เมื่อประสบผลสำเร็จในสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งอาจจะเกิดความรู้สึกทางบวก แต่หากไม่ประสบผลสำเร็จก็จะทำให้เกิดความรู้สึกทางลบเป็นความรู้สึกไม่พึงพอใจ ทั้งนี้การสร้าง ความพึงพอใจในการเรียนรู้ตั้งแต่เริ่มต้นให้แก่ผู้เรียนทุกคนเกิดความพึงพอใจต่อการเรียนรู้ นั้นมากหรือน้อยขึ้นกับการสร้างสิ่งจูงใจให้เกิดกับผู้เรียนเพื่อแสดงออกถึงพฤติกรรม มีผู้ให้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ เช่น (Herzberg, 1971) ได้ทำการศึกษาค้นคว้าทฤษฎีที่เป็นมูลเหตุทำให้เกิดความพึงพอใจ เรียกว่า The Motivation Hygiene Theory ทฤษฎีนี้กล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจในการทำงาน 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยกระตุ้น (Motivation Factor) เป็นปัจจัยเกี่ยวกับงานซึ่งมีผลก่อให้เกิดความพึงพอใจในการทำงาน และปัจจัยค้ำจุน (Hygiene Factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมในการทำงาน และมีหน้าที่ให้บุคคลเกิดความพึงพอใจในการทำงาน สอดคล้องกับแนวคิดของ Wolman (1973) ได้กล่าวว่า การดำเนินกิจกรรมการเรียนการสอน ความพึงพอใจเป็นสิ่งที่สำคัญที่จะกระตุ้นให้ผู้เรียนทำงานที่ได้รับมอบหมายหรือต้องการปฏิบัติให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ ครูผู้สอนซึ่งในสภาพปัจจุบันเป็นเพียงผู้อำนวยการความสะดวกหรือให้คำแนะนำปรึกษาจึงต้องคำนึงถึงความพึงพอใจในการเรียนรู้



กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการปฏิบัติและเจตคติเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมนันทนาการของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา ตามแนวคิดพฤติกรรมของ Herzberg (1971) ประกอบด้วยตัวแปรการกระทำกิจกรรมและแสดงออกต่อกิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพกาย อารมณ์ สังคม สติปัญญา และแนวคิดเจตคติของ Bloom (1975) ; Wolman (1973) ประกอบด้วยตัวแปร ความรู้สึก ความคิดเห็น และท่าทีต่อกิจกรรมนันทนาการที่ส่งเสริมสุขภาพกาย อารมณ์ สังคม สติปัญญา ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา จำนวน 4 กลุ่มเรียน ทั้งหมด 140 คน

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา จำนวน 103 คน ดังนั้นสามารถหาขนาดกลุ่มตัวอย่างได้ โดยเปรียบเทียบขนาดตัวอย่างตามตารางของ Krejcie & Morgan (1970) as cited in Somruedee, 2017) จากนั้นทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยการจับฉลาก ซึ่งนักศึกษาทุกคนมีโอกาสถูกสุ่มเลือกเท่ากัน นอกจากนี้การสุ่มทำในช่วงเวลาที่กำหนดเพื่อป้องกันการลำเอียงในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งออกเป็น 3 ตอน ตามแนวคิดการสร้างเครื่องมือแบบสอบถาม (Worakam, 2018) ทั้งนี้ตัวแปรในการสร้างข้อคำถามพัฒนามาจากแนวคิดพฤติกรรมของ Herzberg (1971) และแนวคิดเจตคติของ Bloom (1975) ; Wolman (1973) ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามสำรวจรายการ (Check List) สอบถามเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ ชั้นปี และคณะ ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลกับนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์หาค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการศึกษาพฤติกรรมการปฏิบัติของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามสังกัดอยู่ จำนวน 20 ข้อ โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ตามลำดับ ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลกับนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับเจตคติการจัดกิจกรรมนันทนาการของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามสังกัดอยู่ จำนวน 30 ข้อ โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ตามลำดับ ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลกับนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ทั้งนี้เครื่องมือในการวิจัยได้นำไปหาค่าคุณภาพ IOC มีค่าเท่ากับ 1.00 คำนวณจากการให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ 5 คน โดยให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินรายข้อรวมกันและนำมาหารตามจำนวนผู้เชี่ยวชาญในการประเมิน ทำทุกข้อและนำผลประเมินมาหาค่าเฉลี่ย ทั้งนี้ผู้เชี่ยวชาญให้ข้อคิดเห็นในการปรับภาษาบางข้อให้เป็นภาษาเขียนที่กระชับขึ้น จากนั้นนำแบบสอบถามไป Try Out กับนักศึกษาที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จากนั้นนำมาวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น (Cronbach's alpha) ควรมีค่ามากกว่า 0.70 ทั้งนี้แยกเป็นตัวแปร 2 ตัวแปร โดยตัวแปรพฤติกรรม มีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.92 และตัวแปร



เจตคติ มีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.94 ซึ่งทั้งฉบับมีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.93 คำนี้อยอมรับได้ (Sisa-aad, 2022)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ทางผู้วิจัยดำเนินการทำหนังสือบันทึกข้อความคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลาถึงอธิการบดีมหาวิทยาลัยเพื่อขออนุญาตในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยจากนักศึกษาโดยผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเอง ดังนี้

1.1 การดำเนินการเก็บรวบรวมโดยแบบสอบถาม ทั้ง 3 ตอน ซึ่งข้อมูลรอบที่ 1 ขออนุญาตเก็บข้อมูล Try Out จากนักศึกษา จำนวน 30 คน ในวันที่ 1-2 เมษายน 2567 ณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา เมื่อได้รับแบบสอบถามจากนักศึกษาแล้ว ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม เพื่อนำไปดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่ม Try Out เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น

1.2 การดำเนินการเก็บรวบรวมรอบที่ 2 โดยแบบสอบถาม ทั้ง 3 ตอน ซึ่งขออนุญาตเก็บข้อมูลจากนักศึกษา กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 103 คน ในวันที่ 12-14 พฤษภาคม 2567 ณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา

2. เมื่อได้รับแบบสอบถามคืนผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม เพื่อนำไปดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's Correlation)

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อทางผู้วิจัยได้แบบสอบถามจากการเก็บข้อมูลแล้ว นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยนำข้อมูลเข้าไปในโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคะแนนรายข้อ แล้วนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์การประเมินระดับความคิดเห็น โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) แล้วนำเอาค่าเฉลี่ยที่ได้ไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์การแปลความหมายดังนี้ (Sisa-aad, 2022)

1. นำข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 1 เกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นแบบสอบถามซึ่งชนิดเลือกตอบ (Check List) นำมาแจกแจงความถี่ (Frequency) เป็นรายชื่อใช้วิเคราะห์คำนวณหาค่าร้อยละ (Percentage) และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

2. แบบสอบถามตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการปฏิบัติกิจกรรมนันทนาการของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา ซึ่งเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณ (Rating Scale) นำมาตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์น้ำหนัก 5 ระดับ พฤติกรรมการปฏิบัติกิจกรรมนันทนาการของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลาอยู่ในระดับใด แล้วนำผลการวิเคราะห์ที่ได้มาแปลความหมายรายข้อ รายด้านและความหมายในภาพรวม การแปลผลค่าเฉลี่ยตามหลักเกณฑ์ของช่วงระดับคะแนน (Class Interval) 5 ระดับ ตาม Sisa-aad (2022) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายถึง	มีพฤติกรรมการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายถึง	มีพฤติกรรมการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายถึง	มีพฤติกรรมการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายถึง	มีพฤติกรรมการปฏิบัติอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายถึง	มีพฤติกรรมการปฏิบัติอยู่ในระดับน้อยที่สุด

3. แบบสอบถามตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับเจตคติการจัดกิจกรรมนันทนาการของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า ซึ่งเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณ (Rating Scale) นำมาตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์น้ำหนัก 5 ระดับจากนั้นนำไปบันทึก และวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ แล้วนำผลการวิเคราะห์มาแปลความหมาย รายข้อ รายด้านและความหมายในภาพรวม การแปลผลค่าเฉลี่ยตามหลักเกณฑ์ของช่วงระดับคะแนน (Class Interval) 5 ระดับ ตาม Sisa-aad (2022) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายถึง	มีเจตคติอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายถึง	มีเจตคติอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายถึง	มีเจตคติอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายถึง	มีเจตคติอยู่ในระดับน้อย



ค่าเฉลี่ย 1.00 –1.49 หมายถึง

มีเจตคติอยู่ในระดับน้อยที่สุด

4. นำข้อมูลที่ได้แปลความหมายของระดับความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการปฏิบัติและเจตคติเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมนันทนาการของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา โดยใช้สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation-coefficient) ของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เนื่องจากการสถิติดังกล่าว มีความเหมาะสมและนำมาใช้วิเคราะห์ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เป็นจำนวนจริงครั้งนี้ แล้วนำเอาค่าไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์ของ Sisa-aad (2022) ดังนี้

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	0.71 - 1.00	หมายถึง	มีความสัมพันธ์สูง
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	0.31 - 0.70	หมายถึง	มีความสัมพันธ์ปานกลาง
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	0.01 - 0.30	หมายถึง	มีความสัมพันธ์ต่ำ

ผลการวิจัยและการอภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาระดับพฤติกรรมการปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมนันทนาการของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับพฤติกรรมการปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมนันทนาการของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา

ที่	พฤติกรรมการปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมนันทนาการ	n = 103		ความหมาย
		$\bar{X}$	S.D.	
1	เล่นกีฬา ประเภทบุคคลหรือทีม	4.40	.67	มาก
2	ชมการแข่งขันกีฬาได้ทุกประเภท	4.60	.49	มากที่สุด
3	เข้าร่วมกิจกรรมที่มหาวิทยาลัยจัดให้	4.69	.49	มากที่สุด
4	ออกค่ายอาสา ทำกิจกรรมเพื่อสังคม	4.72	.45	มากที่สุด
5	ออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ เช่น วิ่งหรือเดินรอบสนาม การเข้าฟิตเนส การปั่นจักรยาน ต่อยมวย เป็นต้น	4.69	.49	มากที่สุด
6	ท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ	4.70	.46	มากที่สุด
7	เข้าร่วมกิจกรรมตามเทศกาล วัฒนธรรม หรือประเพณีต่างๆ เช่น สงกรานต์ ลอยกระทง ปีใหม่ คริสต์มาส รอมมาฏอน เป็นต้น	4.61	.49	มากที่สุด
8	มีการทำงานทำศิลปหัตถกรรมเพื่อหารายได้เสริม	4.39	.68	มาก
9	เล่นดนตรี ฟังเพลง (ดนตรีไทยหรือดนตรีสากล)	4.71	.48	มากที่สุด
10	ชมภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์ หรือละครเวที	4.49	.52	มาก
11	อ่านหนังสือ วรรณกรรม บทร้อยกรอง บทกวี เป็นต้น	4.82	.39	มากที่สุด
12	ปฏิบัติกิจกรรมทางวัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ ศาสนาที่ก่อให้เกิดความสงบ	4.38	.51	มาก
13	เข้าร่วมกิจกรรมทางสังคม เช่น งานเลี้ยงรุ่น งานขึ้นบ้านใหม่ งานแต่งงาน งานมงคลต่างๆ ตลอดจนงานอวมงคล เป็นต้น	4.38	.51	มาก
14	ทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกับครอบครัว	4.59	.51	มากที่สุด
15	เข้าร่วมชมรมในสังกัดขององค์กรนักศึกษา สาขาวิชา คณะ และมหาวิทยาลัย เป็นต้น	4.27	.66	มาก
15	เข้าร่วมชมรมในสังกัดขององค์กรนักศึกษา สาขาวิชา คณะ และมหาวิทยาลัย เป็นต้น	4.27	.66	มาก
16	ทำกิจกรรมในมหาวิทยาลัยร่วมกับเพื่อนๆ เช่น ร้องเพลงเชียร์ แข่งขันกีฬา กิจกรรมจิตอาสา เป็นต้น	4.49	.52	มาก
17	เข้าร่วมกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ที่หน่วยงานต่างๆ จัดขึ้น	4.50	.50	มากที่สุด
18	ออกไปทำกิจกรรมนอกสถานที่กับเพื่อนๆ	4.40	.49	มาก
19	เข้าร่วมทัศนศึกษากับเพื่อนๆ ในสาขาวิชา	4.40	.49	มาก
20	ทำงานอดิเรก เช่น ถ่ายภาพ สะสมแสตมป์ เป็นต้น	4.40	.49	มาก
รวม		4.53	0.38	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า พฤติกรรมการปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมนันทนาการของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ =4.53, S.D. =0.38) เมื่อจำแนกรายข้อ ทั้งหมด 20 ข้อ อยู่ในระดับมาก จำนวน 10 ข้อ และระดับมากที่สุด จำนวน 10 ข้อ ทั้งนี้ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 อันดับ ได้แก่ ข้อ 4) ออกค่ายอาสา ทำกิจกรรมเพื่อสังคม ($\bar{X}$ =4.72, S.D. =0.45) ข้อ 9) เล่นดนตรี ฟังเพลง (ดนตรีไทยหรือดนตรีสากล) ($\bar{X}$ =4.71, S.D. =0.68) และ ข้อ 6) ท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ ($\bar{X}$ =4.70, S.D. =0.46) สำหรับข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ข้อ 15) เข้าร่วมชมรมในสังกัดขององค์การนักศึกษา สาขาวิชา คณะ และมหาวิทยาลัย เป็นต้น ($\bar{X}$ =4.27, S.D. =0.66) ซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sarak (2013) ได้ศึกษาศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักศึกษาต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยศึกษาใน 4 ด้าน คือด้านวิชาการ ด้านกีฬา ด้านศิลปวัฒนธรรม และด้านบำเพ็ญประโยชน์ ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษาเห็นด้วยกับการเข้าร่วมกิจกรรม โดยรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักศึกษาเห็นด้วยกับการเข้าร่วมกิจกรรมด้านศิลปวัฒนธรรมในระดับปานกลาง ส่วนด้านอื่นๆ อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับ Khamphliu (2018) ได้ทำการศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างเจตคติและพฤติกรรมการปฏิบัติเกี่ยวกับนันทนาการของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีพฤติกรรมการปฏิบัติเกี่ยวกับนันทนาการมาก แตกต่างกับการวิจัยของ Chongkrantong (2016) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการปฏิบัติเกี่ยวกับนันทนาการของนิสิตระดับปริญญาตรีวิชาเอกนันทนาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ผลการศึกษาพบว่า มีความรู้และการปฏิบัติเกี่ยวกับนันทนาการระดับพอใช้ ทั้งนี้เนื่องจากการจัดกิจกรรมนันทนาการ ผู้วิจัยทำการศึกษาและวิเคราะห์ความแตกต่างของนักศึกษาในการใช้ชีวิตประจำวัน โดยผู้มนันทนาการได้คำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคลและจัดกิจกรรมนันทนาการได้อย่างมีประสิทธิภาพ นักศึกษาสามารถปฏิบัติกิจกรรมนันทนาการได้อย่างมีความสุข และเป็นผู้นำนันทนาการหรือสามารถจัดนันทนาการให้แก่บุคคลในสังคมที่หลากหลายได้

2. ผลการศึกษาเจตคติเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมนันทนาการของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเจตคติเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมนันทนาการของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา

ที่	เจตคติเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมนันทนาการ	n = 103		ความหมาย
		$\bar{X}$	S.D.	
1	การออกกำลังกายมีความจำเป็นต่อมนุษย์	4.50	.50	มากที่สุด
2	การอ่านหนังสือเป็นสิ่งที่นักศึกษาควรทำ	4.72	.45	มากที่สุด
3	การทำกิจกรรมนันทนาการทำให้เสียค่าใช้จ่ายโดยสิ้นเปลือง	4.59	.51	มากที่สุด
4	การทำกิจกรรมนันทนาการในมหาวิทยาลัยเป็นเรื่องที่น่าเบื่อหน่าย	4.61	.49	มากที่สุด
5	การเข้าร่วมกิจกรรมเทศกาลต่างๆ กับครอบครัวเป็นสิ่งที่นักศึกษาควรทำ	4.50	.50	มากที่สุด
6	การออกกำลังกาย มีความเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน	4.72	.45	มากที่สุด
7	การอ่านหนังสือวรรณกรรม นิยาย การ์ตูน ทำให้จิตใจเบิกบาน	4.72	.45	มากที่สุด
8	การทำกิจกรรมนันทนาการประเภทอาสาสมัคร ทำให้เกิดประสบการณ์ใหม่ๆ	4.61	.49	มากที่สุด
9	การทำกิจกรรมในมหาวิทยาลัย ทำให้พบเพื่อนใหม่	4.71	.46	มากที่สุด
10	การทำกิจกรรมนันทนาการประเภทดนตรีและร้องเพลง ทำให้เสียการเรียน	4.60	.49	มากที่สุด
11	การดูภาพยนตร์ ละคร ทำให้จรรโลงใจ	4.60	.49	มากที่สุด
12	การทำกิจกรรมประเภทศิลปะหัตถกรรม เป็นสิ่งที่วัยรุ่นไม่ควรทำ	4.59	.51	มากที่สุด
13	การทำกิจกรรมนันทนาการนอกสถานที่ ทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ๆ	4.49	.53	มาก
14	กิจกรรมนันทนาการทำให้เกิดเครือข่ายทางสังคม	4.59	.51	มากที่สุด
15	กิจกรรมนันทนาการด้านการเดินร่ำ ทำให้เสียค่าใช้จ่ายจำนวนมาก	4.59	.51	มากที่สุด
16	กิจกรรมนันทนาการตามท้องถิ่น หรือประเพณีต่างๆ ไม่เหมาะสมกับนักศึกษา	4.28	.65	มาก



ตารางที่ 2 (ต่อ)

ที่	เจตคติเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมนันทนาการ	n = 103		ความหมาย
		$\bar{X}$	S.D.	
17	การทำกิจกรรมอาสาสมัครทำให้เสียเวลา	4.52	.50	มากที่สุด
18	การทำกิจกรรมได้วาทะที่ พูดสุนทรพจน์ เป็นเรื่องท้าทายความสามารถ	4.52	.50	มากที่สุด
19	การทำกิจกรรมในมหาวิทยาลัย ทำให้ได้พัฒนาตนเองในหลายๆ ด้าน	4.52	.50	มากที่สุด
20	กิจกรรมงานอดิเรก ทำให้เกิดความเพลิดเพลิน	4.31	.66	มาก
21	การทำกิจกรรมกลางแจ้ง หรือนอกเมือง ทำให้เสียเวลา	4.44	.64	มาก
22	การทำกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวทำให้เสียค่าใช้จ่ายโดยไม่จำเป็น	4.63	.48	มากที่สุด
23	การชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ทำให้เสียค่าใช้จ่ายโดยไม่จำเป็น	4.42	.68	มาก
24	การทำกิจกรรมด้านศิลปหัตถกรรม ทำให้สมาธิขึ้น	4.64	.48	มากที่สุด
25	การออกกำลังกายเป็นเรื่องที่ปฏิบัติยาก	4.72	.45	มากที่สุด
26	การทำกิจกรรมนันทนาการทำให้เสียเวลาเรียนลดลง	4.64	.48	มากที่สุด
27	การเล่นดนตรี การฟังดนตรี และร้องเพลง เป็นสิ่งที่ช่วยผ่อนคลาย	4.64	.48	มากที่สุด
28	กิจกรรมนันทนาการ ทำให้หนักศึกษาหรือวัยรุ่นก้าวร้าว	4.64	.48	มากที่สุด
29	การทำกิจกรรมนันทนาการในมหาวิทยาลัยทำให้คนอื่นเดือดร้อน	4.64	.48	มากที่สุด
30	การวิ่งเพื่อระดมทุนเพื่อโรงพยาบาล ทำให้เสียเวลา	4.64	.48	มากที่สุด
รวม		4.58	0.35	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า เจตคติเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมนันทนาการของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.58, S.D. = 0.35) เมื่อจำแนกรายข้อ ทั้งหมด 30 ข้อ อยู่ในระดับมาก จำนวน 5 ข้อ และระดับมากที่สุด จำนวน 25 ข้อ ทั้งนี้ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4 อันดับ ได้แก่ ข้อ 2) การอ่านหนังสือเป็นสิ่งที่นักศึกษาควรทำ ($\bar{X}$ = 4.72, S.D. = 0.45) ข้อ 6) การออกกำลังกาย เช่น วิ่งเหยาะๆ เล่นฟุตบอล เล่นฟิตเนส มีความเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน ($\bar{X}$ = 4.72, S.D. = 0.45) ข้อ 7) การอ่านหนังสือวรรณกรรม นิยาย การ์ตูน ทำให้จิตใจเบิกบาน ($\bar{X}$ = 4.72, S.D. = 0.45) และ 25) การออกกำลังกายเป็นเรื่องที่ปฏิบัติยาก ($\bar{X}$ = 4.72, S.D. = 0.45) สำหรับข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ข้อ 16) กิจกรรมนันทนาการตามท้องถื่น หรือประเพณีต่างๆ ไม่เหมาะสมกับนักศึกษาหรือวัยรุ่น ($\bar{X}$ = 4.28, S.D. = 0.65) โดยการจัดกิจกรรมนันทนาการสำหรับนักศึกษาในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา ทำให้นักศึกษาเกิดความสนใจและผ่อนคลายในการเรียนรู้ในชั้นเรียน และมีกิจกรรมนันทนาการที่หลากหลายนำไปสู่การพัฒนาทักษะและภาวะทางอารมณ์ของนักศึกษามากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Khamphliu (2018) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเจตคติและพฤติกรรมการปฏิบัติเกี่ยวกับนันทนาการของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีเจตคติต่อนันทนาการค่อนข้างดี นอกจากนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Nawakan (2018) ได้อธิบายเกี่ยวกับนันทนาการของบุคลากรในองค์กร ผลการศึกษาพบว่าบุคลากรในองค์กรมีเจตคติเกี่ยวกับนันทนาการในทิศทางที่ดี เนื่องจากบุคลากรในองค์กร จะมีความต้องการบุคลากรทางนันทนาการสูง เพราะการพัฒนาให้นักศึกษามีความสนใจในกิจกรรมนันทนาการและมีความเป็นผู้นำนันทนาการเพื่อร่วมการดำเนินกิจกรรมที่หลากหลายเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงคุณลักษณะผู้นำและผู้จัดกิจกรรมนันทนาการ เนื่องจากการจัดกิจกรรมต้องคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคลเพื่อสนองความต้องการและสนใจในลักษณะของกิจกรรมต่างๆ โดยสอดคล้องกับแนวคิดการจัดกิจกรรมนันทนาการที่คำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคลตามแนวคิดของ Sankhaburanurak & Sankhaburanurak (2015) ได้ศึกษา การจัดการเรียนการสอนที่เน้นความแตกต่างระหว่างบุคคลว่า ในบริบทของการจัดการศึกษา มีสิ่งที่สำคัญที่สุด คือการที่ผู้สอนต้องมีความสามารถในการจัดการเรียนการสอนเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เรียน และทำความเข้าใจในการความต้องการที่แตกต่างกันของผู้เรียน โดยมีการวิเคราะห์ผู้เรียนซึ่งจะนำไปสู่การจัดการเรียนรู้เป็นรายบุคคลหรือมีการจัดกลุ่มตามความสามารถ ความสนใจ และความพร้อมของผู้เรียน การสอนหรือทักษะ หรือจัดเนื้อหาให้มีความสอดคล้องกับผู้เรียนเฉพาะกลุ่ม จะเป็นการช่วยให้ผู้สอนสามารถวิเคราะห์ข้อมูลผู้เรียนเป็นรายบุคคล และจัดการเรียนการสอนที่ตอบสนองความแตกต่างระหว่างบุคคลที่มีประสิทธิภาพ และเป็นการช่วยเสริมสร้างพัฒนาการของผู้เรียนให้บรรลุ ตามเป้าหมายที่กำหนด แนวคิดทางการศึกษาแนวใหม่จึงเน้นในเรื่องการจัดการศึกษาโดยคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล ทั้งนี้การที่จะจัดกิจกรรมนันทนาการให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้นนั้น ต้องหาบุคคลที่มี



วิสัยทัศน์ในการเป็นผู้นำนันทนาการ ตลอดจนเข้าใจหรือมีความตระหนักในการจัดกิจกรรมนันทนาการที่ตอบสนองความแตกต่างระหว่างบุคคลได้เป็นอย่างดี

3. ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมปฏิบัติและเจตคติเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมนันทนาการของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา ดังตารางที่ 3

NPU JOURNAL



ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการปฏิบัติและเจตคติเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมนันทนาการของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา โดยภาพรวมและการจำแนกตามรายข้อตามความสัมพันธ์

พฤติกรรมการปฏิบัติ	เจตคติเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมนันทนาการ														
	Atu1	Atu2	Atu3	Atu4	Atu5	Atu6	Atu7	Atu8	Atu9	Atu10	Atu11	Atu12	Atu13	Atu14	Atu15
Beh1	.22*	.68**	.49**	.43**	.54**	.68**	.68**	.43**	.72**	.79**	.79**	.80**	.60**	.80**	.80**
Beh2	.78**	.28**	.12	.08	.09	.28**	.28**	.08	.30**	.10	.10	.12	.37**	.12	.12
Beh3	.56**	.04	.04	.18	.31**	.04	.04	.18	.03	.11	.11	.041	.25	.04	.06
Beh4	.63**	.47**	.26**	.29**	.15	.47**	.47**	.29**	.45**	.28**	.28**	.26**	.12	.26**	.26**
Beh5	.56**	.04	.04	.18	.31**	.04	.04	.18	.03	.11	.11	.04	.25**	.04	.04
Beh6	.15	.03	.10	.17	.15	.03	.03	.17	.00	.33	.33**	.34**	.20*	.34**	.34**
Beh7	.80**	.29**	.06	.10	.07	.29**	.29**	.10	.27**	.08	.08	.06	.32**	.06	.06
Beh8	.54**	.33**	.17	.10	.22*	.33**	.33**	.10	.37**	.47**	.47**	.49**	.60**	.49**	.49**
Beh9	.60**	.45**	.32**	.27**	.13	.45**	.45**	.28**	.48**	.30**	.30**	.32**	.18	.32**	.32**
Beh10	.51**	.12	.01	.09	.10	.12	.12	.09	.18	.37**	.37**	.41**	.60**	.41**	.41**
Beh11	.48**	.14	.01	.03	.07	.14	.14	.03	.13	.02	.02	.01	.08	.01	.01
Beh12	.32**	.47**	.26**	.16**	.32**	.47**	.47**	.16**	.52**	.64**	.64**	.67**	.81**	.67**	.67**
Beh13	.32**	.47**	.26**	.16	.32**	.47**	.47**	.16	.52**	.64**	.64**	.67**	.81**	.67**	.67**
Beh14	.31**	.72**	.59**	.49**	.31**	.72**	.72**	.49**	.78**	.55**	.55**	.59**	.41**	.59**	.59**
Beh15	.41**	.25**	.70**	.66**	.73**	.25**	.25**	.66**	.29**	.36**	.36**	.38**	.15	.38**	.38**
Beh16	.10	.58**	.41**	.32**	.51**	.58**	.58**	.32**	.64**	.79**	.79**	.82**	.60**	.82**	.82**
Beh17	.55**	.62**	.79**	.78**	.55**	.62**	.62**	.78**	.63**	.36**	.36**	.37**	.15	.37**	.37**
Beh18	.36**	.50**	.57**	.64**	.80**	.50**	.50**	.64**	.47**	.62**	.62**	.57**	.31**	.57**	.57**
Beh19	.80**	.50**	.57**	.64**	.36**	.50**	.50**	.64**	.47**	.1	.17	.14	.31**	.14	.14
Beh20	.80**	.02	.14	.20	.36**	.024	.024	.20*	.00	.1	.17	.14	.31**	.14	.14
ภาพรวม	.66**	.47**	.40**	.34**	.35*	.47**	.47**	.34**	.51**	.49**	.49**	.51**	.52**	.51**	.32**

Beh = พฤติกรรมการปฏิบัติ/Atu = เจตคติเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมนันทนาการ



ตารางที่ 3 (ต่อ)

พฤติกรรม การปฏิบัติ	เจตคติเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมนันทนาการ															ภาพรวม
	Atu16	Atu17	Atu18	Atu19	Atu20	Atu21	Atu22	Atu23	Atu24	Atu25	Atu26	Atu27	Atu28	Atu29	Atu30	
Beh1	.39**	.31**	.00	.31**	.18	.14	.20*	.32**	.16	.33**	.16	.16	.16	.16	.16	.61**
Beh2	.01	.41**	.41**	.41**	.05	.22*	.61**	.17	.59**	.77**	.59**	.59**	.59**	.59**	.59**	.46**
Beh3	.06	.23*	.23*	.23*	.03	.10	.38	.07	.31**	.44**	.31**	.31**	.31**	.31**	.31**	.14
Beh4	.09	.18	.18	.18	.06	.06	.32**	.03	.34**	.47**	.34**	.34**	.34**	.34**	.34**	.38**
Beh5	.06	.23*	.23*	.23*	.03	.10	.38**	.07	.31**	.44**	.31**	.31**	.31**	.31**	.31**	.14
Beh6	.28**	.22*	.24*	.22*	.31**	.09	.10	.40**	.13	.03	.13	.13	.13	.13	.13	.11
Beh7	.00	.39**	.39**	.39**	.04	.21*	.58**	.16	.60**	.78**	.60**	.60**	.60**	.60**	.60**	.45**
Beh8	.39**	.63**	.31**	.63**	.43**	.39**	.53**	.56**	.49**	.68**	.49**	.49**	.49**	.49**	.49**	.65**
Beh9	.08	.20*	.20*	.20*	.05	.08	.35**	.04	.32**	.45**	.32**	.32**	.32**	.32**	.32**	.40**
Beh10	.43**	.62**	.21*	.63**	.47**	.37**	.44**	.61**	.38**	.58**	.38**	.38**	.38**	.38**	.38**	.02
Beh11	.21*	.05	.05	.05	.19*	.09	.05	.11	.06	.14	.06	.06	.061	.06	.06	.53**
Beh12	.53**	.44**	.02	.44**	.26**	.20*	.29**	.44**	.24*	.47**	.24*	.24*	.24*	.24*	.24*	.58**
Beh13	.53**	.44**	.02	.44**	.26**	.20*	.29**	.44**	.24*	.47**	.24*	.24*	.24*	.24*	.24*	.41**
Beh14	.02	.00	.00	.00	.26**	.09	.17	.12	.11	.26**	.11	.11	.11	.11	.11	.23*
Beh15	.48**	.13	.18	.13	.27**	.24*	.23*	.03	.27**	.10	.27**	.27**	.27**	.27**	.27**	.48**
Beh16	.43**	.21*	.19*	.21*	.15	.04	.01	.30**	.04	.12	.04	.04	.04	.04	.04	.31**
Beh17	.11	.22*	.20	.22	.17	.29**	.00	.32**	.02	.14	.02	.02	.02	.02	.02	.37**
Beh18	.53**	.02	.02	.02	.25*	.16	.20*	.11	.11	.02	.17	.17	.17	.17	.17	.40**
Beh19	.19*	.02	.41**	.02	.08	.16	.25*	.20*	.27**	.50**	.27**	.27**	.27**	.27**	.27**	.42**
Beh20	.53**	.41**	.41**	.41**	.58**	.17	.25*	.43**	.27**	.50**	.27**	.27**	.27**	.27**	.27**	.54**
ภาพรวม	.31**	.20*	.31**	.18	.09	.31**	.24*	.27**	.51**	.27**	.27**	.27**	.27**	.27**	.27**	.54**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(Beh = พฤติกรรมการปฏิบัติ/Atu = เจตคติเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมนันทนาการ)



จากตารางที่ 3 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการปฏิบัติและเจตคติเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมนันทนาการ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา โดยรวมมีค่าความสัมพันธ์ .54** ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ทางบวกระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่าส่วนใหญ่ความสัมพันธ์รายข้อระหว่างพฤติกรรมการปฏิบัติและเจตคติเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมนันทนาการเป็นความสัมพันธ์ทางบวกระดับปานกลาง และอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงให้เห็นว่าเมื่อมีการจัดกิจกรรมนันทนาการ นักศึกษามีเจตคติที่ดีในการเข้าร่วมกิจกรรมและให้ความร่วมมืออย่างดี ตลอดจนหมั่นเรียนกันเป็นผู้นำนันทนาการ เพื่อนำไปพัฒนาสมาชิกองค์กรที่จะออกไปทำงานรับใช้สังคมในอนาคต โดยผลการศึกษาสอดคล้องกับ Khamphliu (2018) ที่ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเจตคติและพฤติกรรมการปฏิบัติเกี่ยวกับนันทนาการของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ โดยผลการศึกษาพบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสงขลาที่มีความสอดคล้องกับกรุงเทพที่มีเจตคติต่อนันทนาการค่อนข้างดี มีพฤติกรรมการปฏิบัติเกี่ยวกับนันทนาการมาก และมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการปฏิบัติเกี่ยวกับนันทนาการ มีค่าเท่ากับ .92 ทั้งนี้เจตคติมีผลต่อการพัฒนาพฤติกรรมการให้ความร่วมมือในการจัดกิจกรรมนันทนาการอย่างมาก เพราะจากผลการศึกษา เห็นได้ว่าเจตคติและพฤติกรรมของการจัดกิจกรรมหรือเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการมีความสัมพันธ์กันอย่างมาก เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการวิจัยของ Watson (1997) ได้ศึกษาผลกระทบของเจตคติและแรงจูงใจของการใช้เวลาว่างที่มีต่อการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการ การออกกำลังกายของนิสิตในมหาวิทยาลัย ผลการศึกษาพบว่า นิสิตส่วนใหญ่ใช้เวลาว่างวันละ 2-3 ชั่วโมง ในการดูโทรทัศน์หรือทำกิจกรรมที่ไม่เคลื่อนไหว ซึ่งสรุปว่านิสิตมีเวลาว่างแต่ไม่ใช้เวลาว่างในการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการ การออกกำลังกายเพราะขาดเจตคติที่ดี ขาดแรงจูงใจ ตลอดจนไม่เห็นความสำคัญของกิจกรรมนันทนาการ การออกกำลังกายเพื่อนันทนาการ ทั้งนี้การที่นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา ได้เข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการอย่างหลากหลายเพราะทุกคนมีเจตคติที่ดีต่อกิจกรรมและมีความเป็นผู้นำนันทนาการอย่างมาก

จากการอภิปรายข้างต้นสรุปได้ว่า งานวิจัย เรื่องการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการปฏิบัติและเจตคติเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมนันทนาการของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา ที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและวิเคราะห์จากการเก็บข้อมูลจากนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา มีการเก็บข้อมูลเชิงพฤติกรรมและเจตคติต่อการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้ให้นักศึกษาได้ตระหนักและเห็นคุณค่าต่อการพัฒนาสุขภาพทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และสังคมได้ดียิ่งขึ้น

สรุปผลการวิจัย

1. การวิจัย เรื่อง การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการปฏิบัติและเจตคติเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมนันทนาการของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา มีผลการวิจัย 1) ผลการศึกษาระดับพฤติกรรมการปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมนันทนาการของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด 2) ผลการศึกษาเจตคติเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมนันทนาการของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และ 3) ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการปฏิบัติและเจตคติเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมนันทนาการของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา มีความสัมพันธ์ทางบวก

2. จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการปฏิบัติและเจตคติเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมนันทนาการของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา ที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเป็นการจัดกิจกรรมนันทนาการที่หลากหลายเพื่อนำไปพัฒนาการจัดการเรียนรู้ผู้นำนันทนาการในอนาคต โดยมีการพัฒนาเครื่องมือที่ศึกษามีส่วนร่วมของนักศึกษาต่อการเข้าร่วมกิจกรรมในมหาวิทยาลัยหรือกิจกรรมนอกชั้นเรียนในชีวิตประจำวัน และเจตคติของนักศึกษาที่มีต่อการจัดกิจกรรมนันทนาการ และประโยชน์ที่ได้รับจากการจัดกิจกรรมพัฒนานักศึกษาสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา การประยุกต์ใช้ทักษะการบูรณาการเสริมสร้างความเป็นผู้นำในชีวิตและสังคม ทั้งนี้กิจกรรมนันทนาการ ที่ทางผู้วิจัยได้นำไปใช้กับนักศึกษาแล้วทำให้นักศึกษามีพฤติกรรมและเจตคติที่ดีขึ้นต่อการจัดกิจกรรมนันทนาการ และมีภาวะผู้นำ สามารถนำกิจกรรมนันทนาการไปใช้ปรับประยุกต์การทำงานในอนาคต

ประโยชน์ที่ได้รับการวิจัย

1. สถานศึกษาได้ผลจากการการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการปฏิบัติและเจตคติเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมนันทนาการของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลาเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาผู้นำนันทนาการ และสามารถปรับใช้กับรายวิชาอื่นที่ต้องการส่งเสริมพัฒนาการสร้างทักษะชีวิตได้

2. สถาบันอุดมศึกษาที่จัดการศึกษาทุกสาขาวิชา สามารถนำผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาปฏิบัติและเจตคติเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมนันทนาการของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลาที่ได้ไปพัฒนาการจัดการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาความเป็นผู้นำนันทนาการให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก
3. หน่วยงานอื่นๆ และหน่วยงานทางการศึกษาสามารถประยุกต์การจัดกิจกรรมนันทนาการเพื่อใช้กำหนดแนวทางขับเคลื่อนการจัดการความสุขและการดำเนินชีวิตในอนาคต

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. การนำแผนกิจกรรมการเรียนรู้ ไปใช้จัดกิจกรรมการเรียนรู้ ผู้สอนควรชี้แจงวัตถุประสงค์ และทำความเข้าใจในขั้นตอนของการเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้ เพื่อให้ผู้เรียนเตรียมความพร้อมก่อนทำกิจกรรมการเรียนรู้ และเกิดความเข้าใจตรงกันในการทำกิจกรรมการเรียนรู้
2. ในกรณีมีระยะเวลาจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่จำกัด ผู้สอนควรเพิ่มสื่อการสอนที่ส่งเสริมผู้นำนันทนาการ หรือเพิ่มตัวอย่างการออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่นันทนาการเว็บจากแหล่งเรียนรู้ต่างๆ เพื่อเป็นช่องทางการเรียนรู้ให้กับผู้เรียนได้ศึกษาค้นคว้า และเข้าถึงได้ง่ายขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการขยายขอบเขตการวิจัยไปยังกลุ่มเป้าหมายอื่น ซึ่งอาจมีลักษณะเฉพาะบางอย่าง การวิจัยในอนาคตควรขยายกลุ่มตัวอย่างไปยังมหาวิทยาลัยอื่นๆ หรือสถาบันการศึกษาในภูมิภาคอื่นๆ เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมและเจตคติต่อการจัดกิจกรรมนันทนาการระหว่างนักศึกษในแต่ละภูมิภาค วัฒนธรรม หรือประเภทสถาบัน
2. ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการนำวิธีการจัดการเรียนรู้แบบอื่นๆ ที่ส่งเสริมทักษะการเป็นผู้นำนันทนาการหรือมีภาวะผู้นำ เข้ามาปรับใช้ควบคู่ในกิจกรรมการเรียนรู้ เพื่อต่อยอดพัฒนาศักยภาพนักศึกษาเพิ่มขึ้น
3. ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่อาจส่งผลต่อเจตคติหรือพฤติกรรม เช่น อิทธิพลของการใช้เทคโนโลยี หรือปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม เป็นต้น นอกจากนี้ควรมีการนำเสนอรูปแบบกิจกรรมที่ตรงกับความต้องการของนักศึกษา หรือปรับปรุงโครงสร้างการจัดกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพที่สามารถอธิบายเชิงลึกลงในแง่ของทัศนคติหรือแรงจูงใจ และใช้วิธีการสัมภาษณ์หรือสังเกตพฤติกรรมเพื่อได้ข้อมูลเชิงลึกมากยิ่งขึ้น

ข้อจำกัดการวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นเครื่องมือที่มีการพัฒนาขึ้นมาใหม่ จำนวนข้อคำถามจากการนำนิยามปฏิบัติการของ 2 ตัวแปร อาจจะน้อยกว่าเครื่องมือที่มีความจำเพาะเจาะจงอื่นๆ ทั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการโดยนำข้อคำถามประยุกต์กับพฤติกรรมของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยให้ครอบคลุมมากที่สุด เพื่อได้นำผลการศึกษาไปพัฒนาได้ตรงเป้าหมายในอนาคต
2. ข้อคำถามบางข้อคำถามอาจไม่มีความชัดเจน เมื่อมีการนำมาแยกข้อความถามให้มากขึ้นอาจจะทำให้การศึกษาค้นคว้าความสัมพันธ์ไม่ชัดเจน ทำให้ผู้วิจัยมีการปรับข้อคำถามในการวิจัยให้มีความชัดเจนและเหมาะสมกับสภาพการณ์ยิ่งขึ้น
3. สำหรับการวิจัยครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างเมื่อเทียบกับจำนวนนักศึกษจริงในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา มีปริมาณน้อย ทั้งนี้ผู้วิจัยจึงแก้ปัญหาโดยการพัฒนาจัดกลุ่มตัวอย่างต่างสาขาและคณะที่เป็นตัวแทนการตอบคำถามเพื่อนำมาวิเคราะห์อ้างอิงกับประชากรโดยรวมได้

References

- Bloom, B. S. (1975). *Taxonomy of Education Objective Handbook*. New York: David McKay.
- Chongkrantong, S. (2016). *Recreation practices of undergraduate students majoring in Recreation Srinakharinwirot University*. Bangkok : Srinakharinwirot University.
- Department of Physical Education. (2020). *Concepts for the development of recreational activities*. Bangkok : Department of Physical Education.
- Domjan, M. (2016). *The achieving society*. Princeton, New Jersey : Van Nostrend.



- Herzberg, F. (1971). *The Motivation to work*. New York : John Wiley & Sons.
- Kanjanakit, S. (2019). *Recreation and tourism industry*. Bangkok : Publisher of Chulalongkorn University
- Khamphliu, J. (2018). *Relationship between attitude and behavior regarding recreation of students at Rajamangala University of Technology Krungthep*. Bangkok : Srinakharinwirot University.
- Maslow, A. H. (1970). *Motivation and personality* (2nd ed.). New York : Harper & Row.
- Ministry of Tourism and Sports. (2020). *Annual Develop personal*. Bangkok : Ministry of Tourism and Sports.
- Nawakan, A. (2018). *Recreation* (3rd ed). Bangkok : Srinakharinwirot University.
- Sankhaburanurak, A. & Sankhaburanurak, S. (2015) . *Curriculum management. In the 21st century: The classroom is as wide as the world*. Sakon Nakhon : Sakon Nakhon Rajabhat University.
- Sarak, P. (2013) . *Students' opinions on participating in student activities. King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang*. Bangkok : Srinakharinwirot University.
- Sisa-aad, B. (2022). *Basic Research*. Bangkok : Suriyasat.
- Somruedee C. (2017). *Quality of life in work. Work problems that affect the performance of employees of the Fuel Pipeline Transportation Company Limited*. Bangkok : Sripatum University.
- Student Affairs Division Rajamangala University of Technology. (2022). *Student Development, Fiscal Year 2023*. Songkhla : Tempe Printing.
- Sunthornroj, W. (2019). *Innovation for learning* (4th ed.). Maha Sarakham: Curriculum and Learning Department.
- Watson, J. (1997). The theory of human caring: Retrospective and prospective. *Nursing science quarterly*, 10(1),49-52.
- Worakam, P. (2018). *Preliminary research*. Bangkok : Taksila Printing.
- Wolman, B. (1973). *Dictionary of Behavioral Science*. Van Nostrand : Reingeld Company.

การตั้งชื่อพันธุ์ไม้มงคล : กลวิธีการสร้างคำ ความหมาย ทศนคติและความเชื่อ Naming of the Auspicious plants: Strategies of Word formation, Meanings, Attitudes and Beliefs

ปunchญา ศิวานิพัทธ์
Punchaya Shivaniphat

Article History
Receive: August 9, 2024
Revised: December 9, 2024
Accepted: December 9, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิธีการสร้างคำที่ใช้ในการตั้งชื่อพันธุ์ไม้มงคล การสร้างความหมายของชื่อพันธุ์ไม้มงคล ทศนคติและความเชื่อที่สะท้อนจากการตั้งชื่อพันธุ์ไม้มงคล งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยได้นำแนวคิดเรื่องชื่อและการตั้งชื่อ แนวคิดเรื่องการสร้างคำ แนวคิดว่าด้วยเรื่องความหมาย และแนวคิดเกี่ยวกับทศนคติและความเชื่อ มาใช้เป็นแนวทางในการศึกษา ข้อมูลที่นำมาใช้ศึกษาเป็นชื่อเรียกพันธุ์ไม้มงคล จำนวน 1,060 คำ โดยนำมาจากหนังสือและวารสารที่เกี่ยวกับพันธุ์ไม้มงคล และเว็บไซต์เกี่ยวกับพันธุ์ไม้มงคล ผลการวิจัยพบว่า 1) ด้านกลวิธีการตั้งชื่อพันธุ์ไม้มงคล พบว่า โครงสร้างคำของชื่อพันธุ์ไม้มงคลแบ่งเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ โครงสร้างแบบคำโดด แบบคำประสม และแบบวลีหรือประโยค ลักษณะเด่นในการใช้ภาษาตั้งชื่อพันธุ์ไม้มงคล ได้แก่ การซ้ำคำเพื่อย้ำความหมาย การเสริมคำเข้ากับคำหลัก การใช้คำภาษาพูดเพื่อแสดงความโดดเด่น การใช้คำวิเศษณ์เพื่อเพิ่มความหมายของคำ การใช้คำบาลีสันสกฤต การใช้คำบรรยายลักษณะต้นไม้ การตีความจากรูปลักษณะต้นไม้ การใช้คำพ้องเสียงเทียบกับคำที่เป็นมงคล และการใช้เลขมงคล 2) ด้านการสร้างความหมายของชื่อพันธุ์ไม้มงคล มี 3 ลักษณะ คือ การสร้างความหมายผ่านชื่อที่มีความหมายเป็นมงคล โดยคำที่มีความหมายเป็นสิริมงคลได้แก่ คำแสดงถึงความเจริญรุ่งเรือง โชคดี ร่ำรวย นับเป็นการสร้างความหมายให้แก่พันธุ์ไม้ให้กลายเป็นสิ่งมีคุณค่าและมีมูลค่ามากขึ้น การสร้างความหมายผ่านเรื่องเล่า ซึ่งการเล่าเรื่องเป็นวิธีการนำเสนอเหตุการณ์ที่เชื่อมโยงกันเพื่อบอกเล่าเรื่องราวที่ดีเกี่ยวกับต้นไม้ สามารถทำให้ชื่อพันธุ์ไม้มงคลที่มีความหมายเชิงลบกลายเป็นเชิงบวกได้ และการสร้างความหมายผ่านความเชื่อ โดยพันธุ์ไม้มงคลแต่ละชนิดจะมีความเชื่อที่สอดคล้องอยู่ด้วยเสมอ คือเชื่อว่าหากปลูกพันธุ์ไม้มงคลใดแล้วจะทำให้เกิดสิ่งดีต่าง ๆ ขึ้น และ 3) ด้านทศนคติและความเชื่อที่สะท้อนจากการตั้งชื่อพันธุ์ไม้มงคล ได้แก่ ด้านประเพณีวัฒนธรรม ด้านความเชื่อที่แสดงถึงความปรารถนาเกี่ยวกับความสุขสมหวังในชีวิตประจำวันของคนเรา และด้านการพาณิชย์ โดยมีการสร้างชื่อใหม่ที่เป็นมงคลและไพเราะมากขึ้นแทนชื่อเก่าเพื่อวัตถุประสงค์ทางการค้า

คำสำคัญ : การตั้งชื่อ ; การสร้างคำ ; การสร้างความหมาย ; ความเชื่อ ; ทศนคติ



ABSTRACT

This article aims to study word formation strategies for creating auspicious plant names, the meaning creation of the names of auspicious plant species, and the attitudes and beliefs reflected according to the naming of auspicious plant species. This research is qualitative research. The concepts of names and naming, word formation, meaning, and attitudes and beliefs were used as a guideline for study. The information used in the study consisted of 1,060 names of auspicious plant species, from books and journals related to auspicious plants as well as auspicious plant websites. The results found that 1. for the strategies used for naming auspicious plant species, it was found that the word structure of these names can be divided into three types: single words, compound words, and phrases or sentences. Key linguistic features in naming auspicious plant species include repeating words to reiterate their meaning, adding words to the main word, using colloquial terms to highlight uniqueness, using adjectives to enhance meaning, using Pali-Sanskrit words, describing the characteristics of the plant, interpreting from the plant's appearance, using homophones to compare with auspicious words, and incorporating auspicious numbers. 2. For the meaning creation conveyed by the names of auspicious plants, there were three main types, including creating meaning through names with auspicious meaning; for example, words that signify prosperity, good luck, and wealth enhance the value and significance of the plant species; creating meaning through storytelling, it is a way to present the situation that connects with each other to tell positive stories about the plants, which can transform names with negative connotations into positive ones; creating meaning through beliefs, which each auspicious plant species carries associated beliefs, such as the belief that planting a certain species will bring various good things. 3. For the attitudes and beliefs reflected in the naming of auspicious plant species, including traditions and culture, beliefs indicating desires for happiness and fulfillment in daily life, and commercial aspects, which the new names were created to replace old names for commercial purposes with more auspicious and melodious ones.

Keywords : Naming ; Word formation ; Meaning Creation ; Belief ; Attitude

บทนำ

แม้ว่าในปัจจุบันจะมีความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมากขึ้นเพียงใดก็ตาม แต่สังคมไทยก็ยังคงเป็นสังคมที่ยึดโยงกับคติความเชื่อดั้งเดิมหลายอย่าง โดยเฉพาะความเชื่อเกี่ยวกับความเป็นสิริมงคลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตประจำวัน เช่น การปลูกบ้านเรือนก็ต้องขึ้นอยู่กับการขุดดินที่เป็นมงคล หรือแม้กระทั่งการปลูกต้นไม้ในบ้านก็ยังกำหนดว่าชนิดใดควรปลูกหรือไม่ควรปลูก และแต่ละชนิดที่ควรปลูกนั้นควรปลูกไว้ทิศทางไหน ปลูกวันใดจึงจะดี เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีตำราปลูกต้นไม้ตามทิศที่กล่าวถึงรายละเอียดของต้นไม้ที่นำมาปลูก เช่น ทิศบูรพา (ทิศตะวันออกเฉียงใต้) ให้ปลูก “ไผ่สีสุก” ถือเป็นเคล็ดจากชื่อที่เรียกขานเอาว่าเป็นสิริมงคลแก่ผู้เป็นเจ้าของและครอบครัว คือ “สีสุก” (เทียบกับคำว่า สุข) เป็นมงคลนามเพื่อให้เกิดความสุขกายสบายใจนั่นเอง และให้ปลูก “กุ่ม” ที่นอกจากจะปลูกไว้เป็นอาหารและยารักษาโรคแล้วยังเชื่อว่าจะทำให้ครอบครัวมีฐานะ มีเงินเป็นกลุ่มเป็นก้อนดังชื่อของต้นไม้ ทิศหริ (ทิศตะวันตกเฉียงใต้) ให้ปลูก “ชัยพฤกษ์” ถือเป็นสัญลักษณ์แห่งพระพุทธศาสนา เป็นมงคลนามที่มีคุณค่าสูง นิยมใช้ในพิธีสำคัญ และให้ปลูก “ขนุน” เพราะเชื่อว่าหากปลูกในบ้านจะช่วยหนุนเนื่องบารมี มีเงินทอง มีคนเกื้อหนุนจนเจือ จากข้างต้นจะเห็นได้ว่า ต้นไม้มงคลที่นิยมให้ปลูกนั้นหลายชนิดมีความมงคลมาจากชื่อเรียกของต้นไม้เหล่านั้น เช่น ปลูกไผ่สีสุก เพราะจะได้มีความสุข คำว่า สุข (ในไผ่สีสุก) พ้องกับคำว่า “สุข” หรือให้ปลูก “ขนุน” เพราะมีเสียงพ้องกับคำว่า “หนุน” (หนุนเนื่อง, เกื้อหนุน) ทั้งนี้ ความเชื่อเหล่านี้ปัจจุบันก็ยังมีคงมีอยู่โดยทั่วไป

อย่างไรก็ตาม เกี่ยวกับเรื่องพันธุ์ไม้มงคลนี้ การจะกล่าวว่าต้นไม้ชนิดใดจะเป็นไม้มงคลนั้น นอกจากจะศึกษาได้จากตำราที่กล่าวถึงตามความเชื่อแต่โบราณแล้ว เรื่องของชื่อที่เรียกขานต้นไม้เหล่านั้น ก็นับว่าส่งผลต่อความเป็นมงคลด้วยเช่นกัน เพราะถึงแม้ว่าต้นไม้เหล่านั้นแต่เดิมจะไม่ได้ถูกจัดให้เป็นต้นไม้มงคล และมีชื่อเรียกที่ธรรมดา แต่เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงชื่อ

ขึ้นมาใหม่ ต้นไม้ชนิดนั้นก็สามารถกลายเป็นต้นไม้มงคลได้เช่นกัน เช่น ต้นทุกระจง ที่มีชื่อเรียกอีกชื่อว่า “แผ่บาร์มี” หรือ ต้นลั่นทม ซึ่งแต่เดิมเป็นต้นไม้ที่นิยมปลูกกันตามวัด ไม่นิยมปลูกตามบ้าน อีกทั้งคำว่า “ลั่นทม” ยังมีเสียงคล้ายกับ “ระทม” จึงทำให้รู้สึกไม่เป็นมงคล แต่ต่อมามีคนเปลี่ยนชื่อเสียใหม่เป็น “ลีลาวดี” ต้นไม้นี้ก็กลายเป็นต้นไม้ที่เอาไปปลูกในบ้านได้อย่างสบายใจ (Panmai, 2023) จึงอาจกล่าวได้ว่าชื่อที่ใช้เรียกขานมีผลต่อความเป็นมงคลหรือไม่เป็นมงคลของต้นไม้ได้ด้วยเช่นกัน

กระแสเรื่องการนิยมปลูกต้นไม้มงคลโดยเฉพาะในช่วงที่ผ่านมาที่เกิดสถานการณ์โควิด ตลาดต้นไม้ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างมาก เพราะคนส่วนมากทำงานที่บ้าน จึงมีเวลาได้ทำสวนหรือปลูกต้นไม้ โดยเฉพาะประเภทขนาดเล็กอย่างไม้ดอกไม้ประดับ เมื่อเราไปที่ร้านขายต้นไม้หรือค้นหาข้อมูลจากร้านขายต้นไม้ออนไลน์ จะพบต้นไม้มงคลที่มีชื่อเรียกแสดงถึงความโชคดี มีโชคลาภ ร่ำรวยเงินทอง ซึ่งบางชื่อเรียกก็เกิดจากพ่อค้าแม่ค้าที่เป็นคนตั้งชื่อขึ้นมาใหม่ ทำให้คนสนใจที่จะซื้อ กล่าวได้ว่าการตั้งชื่อต้นไม้ให้มีความหมายในเชิงบวกโดยเฉพาะความหมายที่แสดงถึงความเป็นมงคลในด้านต่างๆ เป็นการสร้างความหมายเพื่อเพิ่มคุณค่าในเชิงพาณิชย์ อีกทั้งยังสะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อและค่านิยมของคนในสังคมไทยได้เป็นอย่างดี

ความสัมพันธ์ของความหมายกับการตั้งชื่อเห็นได้ชัดมากในเรื่องคำวิสามานยนามหรือชื่อเฉพาะ เช่น ในสังคมไทยเรานิยมตั้งชื่อบุคคล สัตว์ สิ่งของ โดยเลือกเอาที่มีความหมายดี คำถึงแม้จะออกเสียงฟังดูไพเราะ แต่ถ้ามีความหมายพาดพิงไปในทางไม่ดีแล้วก็จะไม่นำมาตั้งเป็นชื่อ ในทำนองกลับกัน ชื่อที่มีความหมายดีเกินไป สูงเกินไปก็ไม่นิยมเอามาตั้งชื่อกันเพราะเห็นว่าเป็นเรื่องขมดัวตั่วตัวเจ้าของชื่อ การให้ความสำคัญกับชื่อซึ่งเน้นแนวความคิดว่า ความหมายก็คือการตั้งชื่อนี้ ทำให้การตั้งชื่อเกือบจะกลายเป็นศาสตร์อย่างหนึ่งไปแล้วในสังคมไทย ในปัจจุบันเกิดมีผู้เชี่ยวชาญวิธีการตั้งชื่อและเกิดความนิยมเปลี่ยนชื่อหนีเคราะห์ร้าย เป็นต้น (Rattanakul, 2001) จะเห็นได้ว่า สังคมไทยให้ความสำคัญกับเรื่องการตั้งชื่อที่แสดงถึงความเป็นมงคลค่อนข้างมาก ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่า การศึกษาเรื่องการตั้งชื่อพันธุ์ไม้มงคลเป็นเรื่องที่น่าสนใจที่จะศึกษา

จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับชื่อพันธุ์ไม้มงคลยังมีไม่มากที่พบได้แก่ งานวิจัยของ Kaiyanun (2004) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง การตั้งชื่อพันธุ์ไม้มงคลของไทย แต่เป็นการศึกษาพันธุ์ไม้มงคลบางประเภทเท่านั้น และเป็นการศึกษาที่ผ่านมาหลายปีแล้ว ซึ่งในปัจจุบันได้มีการตั้งชื่อขึ้นมาใหม่อีกเป็นจำนวนมาก ดังเหตุผลที่กล่าวมาแล้วว่า ตลาดต้นไม้มงคลได้รับความสนใจจากผู้ซื้อมากขึ้น ซึ่งชื่อเรียกนับเป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจและมีความหมายที่ตอบสนองความปรารถนาบางประการของผู้ซื้อ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษากลวิธีการตั้งชื่อพันธุ์ไม้มงคลโดยจะศึกษาในเรื่องการสร้างคำและความหมาย ซึ่งได้นำแนวคิดเรื่องชื่อและการตั้งชื่อ (Name & Naming) การสร้างคำ (Word formation) แนวคิดเรื่องการสร้างความหมาย และแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติและความเชื่อ มาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อให้ทราบถึงวิธีการสร้างหรือการประกอบคำเรียกชื่อพันธุ์ไม้มงคล นอกจากนี้ การศึกษาการสร้าง ความหมายที่สื่อผ่านการตั้งชื่อพันธุ์ไม้มงคลยังสะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของการตั้งชื่อกับทัศนคติและความเชื่อของคนในสังคมไทย อีกทั้งยังจะช่วยให้เข้าใจว่าพันธุ์ไม้มงคลถูกสร้างให้มีความหมายกลายเป็นสิ่งที่มีคุณค่าอย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากลวิธีการสร้างคำที่ใช้ในการตั้งชื่อพันธุ์ไม้มงคล
2. เพื่อศึกษาการสร้าง ความหมายของชื่อพันธุ์ไม้มงคล
3. เพื่อศึกษาทัศนคติและความเชื่อที่สะท้อนจากการตั้งชื่อพันธุ์ไม้มงคล

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทบทวนเอกสารตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สำหรับเป็นแนวทางในการศึกษาเรื่องกลวิธีการสร้างคำ การสร้างความหมาย ทัศนคติและความเชื่อ โดยได้แบ่งหัวข้อแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาดังต่อไปนี้

แนวคิดเรื่องชื่อและการตั้งชื่อ (Name and Naming)

การศึกษากการตั้งชื่อ มีทั้งการตั้งชื่อบุคคล ชื่อสถานที่ คำเรียกสี คำเรียกชื่อพืช หรือคำเรียกชื่อข้าว ซึ่งการศึกษากการตั้งชื่อสิ่งต่างๆ นี้ มีวิธีการศึกษาโดยการวิเคราะห์เรื่องการสร้างคำ โครงสร้างคำ ลักษณะและที่มาของภาษาที่ใช้ในการสร้างคำ รวมถึงศึกษาความหมายที่สะท้อนค่านิยม ความเชื่อ และวัฒนธรรม นอกจากนี้ การศึกษาเหล่านี้ ยังสะท้อนให้เห็นถึงวิถีที่กลุ่มผู้พูดภาษามองตัวเองและโลกแวดล้อมซึ่งก็คือสังคมวัฒนธรรมที่โยงไปถึงประสบการณ์ร่วม ความรู้สึก และระบบคิด และไม่เป็นสิ่งที่สมมติขึ้นโดยปราศจากเหตุผล หากเป็นเพื่อความต้องการที่จะเข้าใจและกระทำต่อโลกแวดล้อม (Singnoy,



2003) ดังนั้น การศึกษาเรื่องชื่อ นอกจากจะทำให้เข้าใจความหมายและที่มาของการตั้งชื่อแล้ว ยังอาจสะท้อนให้เห็นถึงความคิดของผู้ตั้งชื่อนั้นๆ อีกด้วย

นักคิดสมัยโบราณมีความเชื่อว่า ความหมาย (Meaning) ก็คือนามบัญญัติหรือการตั้งชื่อ คือเป็นการตั้งชื่อของสิ่งที่เห็นและมีอยู่แล้ว และความหมายก็คือสิ่งที่มันเป็นตัวตนอยู่แล้ว แนวคิดนี้เชื่อว่า คำในภาษาเป็นชื่อของสิ่งของที่มีอยู่ในโลก และในเรื่องการตั้งชื่อ จะมองว่าภาษาประกอบไปด้วยคำ คำแต่ละคำในภาษาก็เป็นชื่อของสรรพสิ่งต่างๆ ที่อยู่ในโลกในสังคมที่พูดภาษานั้น เช่น บ้านเป็นชื่อของที่อยู่อาศัย สุนัขเป็นชื่อสัตว์เลี้ยงที่อยู่ใต้ถุนบ้าน เป็นต้น กล่าวได้ว่า ภาษาก็คือผลรวมของชื่อต่างๆ ส่วนคนที่รู้ภาษาก็คือคนที่รู้จักชื่อของสรรพสิ่งต่างๆ ที่มีอยู่ในโลก และเมื่อได้ยินชื่อแล้วก็รู้ว่าชื่อนั้นบ่งบอกไปถึงสิ่งของอะไรที่มีอยู่ในโลก ความสัมพันธ์ของความหมายกับการตั้งชื่อเห็นได้ชัดมากในเรื่อง คำวิสามานยนามหรือชื่อเฉพาะ เช่น ในสังคมไทยเรานิยมตั้งชื่อบุคคล สัตว์ สิ่งของ โดยเลือกเอาที่มีความหมายดี คำถึงแม้จะออกเสียงฟังดูไพเราะ แต่ถ้ามีความหมายพาดพิงไปในทางไม่ดีแล้วก็จะไม่นำมาตั้งเป็นชื่อ การให้ความสำคัญกับชื่อซึ่งเน้นแนวความคิดว่า ความหมายก็คือการตั้งชื่อนี้ ทำให้การตั้งชื่อเกือบจะกลายเป็นศาสตร์อย่างหนึ่งไปแล้วในสังคมไทย (Rattanakul, 2001) นอกจากนี้ การตั้งชื่อยังเป็นการหมวดเรื่องราวให้เป็นถ้อยคำกลุ่มหนึ่ง เป็นการรวบรวมโน้ตค้นกว้างไกลตามหลักความคิดที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมความเชื่อและวัฒนธรรมการใช้ภาษา มักจะเป็นคำสั้นๆ หรือวลีที่เป็นที่ยอมรับหรือเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้ตั้งชื่อกับผู้อ่านพบชื่อนั้น (Phanit, 1996) จากแนวคิดดังกล่าวจะเห็นได้ว่า ในเรื่องของการตั้งชื่อ โดยเฉพาะการตั้งชื่อเฉพาะเป็นสิ่งที่สังคมไทย ในความสำคัญมาตั้งแต่ในอดีต จึงเกิดความเชื่อและค่านิยมเรื่องการตั้งชื่อที่เป็นมงคลไม่ว่าจะเป็นชื่อของคน สัตว์ สิ่งของ หรือต้นไม้ และยังให้ความสำคัญกับความหมายของชื่อที่แสดงถึงความเป็นมงคลอย่างมาก

อย่างไรก็ตาม การศึกษาเกี่ยวกับการตั้งชื่อพันธุ์ไม้ในไทยพบว่า มีเพียงงานวิจัยของ Kaiyanun (2004) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การตั้งชื่อพันธุ์ไม้มงคลของไทย งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตั้งชื่อพันธุ์ไม้มงคลในภาษาไทยในด้านลักษณะโครงสร้างของชื่อ ความหมาย และความเชื่อของการตั้งชื่อพันธุ์ไม้มงคล ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นชื่อพันธุ์ไม้มงคลประเภทว่าน และชื่อพันธุ์ไม้มงคลประเภทโป๊ยเซียน ผลการวิจัยพบว่าลักษณะโครงสร้างของชื่อพันธุ์ไม้มงคลมี 3 ลักษณะ คือ ลักษณะที่เป็นคำ ลักษณะที่เป็นวลีและกลุ่มคำ และลักษณะที่เป็นประโยค ในด้านความหมายของชื่อพบว่า มีทั้งชื่อที่มีความหมายมงคล และชื่อที่มีความหมายอื่นๆ แบ่งได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ ในส่วนของความเชื่อพบว่า ชื่อของพันธุ์ไม้มงคลสะท้อนให้เห็นความเชื่อของคนไทยในด้านต่างๆ ทั้งหมด 8 ด้าน นอกจากนี้ชื่อพันธุ์ไม้มงคลยังแสดงให้เห็นค่านิยมของคนไทยในการตั้งชื่อพันธุ์ที่นิยมตั้งให้มีความหมายมงคล ตั้งตามความเชื่อของพันธุ์ไม้ และตั้งตามลักษณะที่เกี่ยวข้องกับพันธุ์ไม้

แนวคิดเรื่องการสร้างคำ (Word Formation)

การสร้างคำเป็นปรากฏการณ์ธรรมชาติของภาษาที่เกิดขึ้น เพื่อให้มีคำมากพอกับความต้องการใช้ สำหรับการสร้างคำในภาษาไทยสามารถอธิบายได้โดยพิจารณาในแง่ที่คำต้องประกอบขึ้นจาก “หน่วยคำ” (Morphemes) เนื่องจากการสร้างคำใหม่ขึ้นใช้ในภาษานั้น การทับศัพท์เท่านั้นที่ได้ประกอบสร้างขึ้นมาจากหน่วยคำ ส่วนการสร้างคำใหม่ในลักษณะอื่นๆ ล้วนแต่ประกอบมาจากหน่วยคำทั้งสิ้น โดยที่ หน่วยคำ หมายถึง หน่วยที่เล็กที่สุดที่มีความหมายหรือหน้าที่ทางไวยากรณ์ และความหมายของหน่วยคำจะคงเดิมเสมอ ไม่ว่าหน่วยคำนั้นจะปรากฏอยู่ที่ใดในประโยค ทั้งนี้ การสร้างคำในภาษาไทยมีหลายวิธี โดยวิธีการสร้างคำ (Word Formation) ที่พบได้ในภาษาทั่วไปมี 2 วิธี คือ การประสมคำ และการประสานคำ (Changkhwanyuen, 2006) บางตำรากล่าวว่า มีระบบการสร้างคำใหม่ๆ ขึ้นใช้ในภาษาไทย ได้แก่ การซ้ำคำ การซ้อนคำ การประสมคำ การผสมคำ การแผลงคำ การบัญญัติศัพท์ และการยืมคำจากภาษาต่างประเทศ (Anchaleenukul, 2009) และกระบวนการสร้างคำในภาษาไทยที่พบบ่อยที่สุดมี 6 วิธี ได้แก่ 1) วิธีผันเสียงวรรณยุกต์ 2) วิธีการเสริมคำเข้ากับคำหลัก 3) โดยวิธีประสมคำ 4) โดยวิธีซ้ำคำ 5) โดยวิธีการลดคำ และ 6) การยืมคำ (Pankeankhat, 1998)

แนวคิดเรื่องการสร้างความหมาย

“ความหมาย” อาจแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะคือ ความหมายประจำรูปและความหมายในบริบท (Wongwiphanon, 2005) โดยความหมายประจำรูป คือ ความหมายที่เป็นคุณสมบัติประจำของคำหรือประโยค ไม่เกี่ยวข้องกับปัจจัยว่าผู้พูดหรือผู้ฟังเป็นใคร กำหนดความหมายของสิ่งที่กล่าวมาอย่างไร และความหมายในบริบท คือ ความหมายที่มีเจตนาของผู้พูด และความเข้าใจของผู้ฟังเข้าไปเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องด้วย ส่วน “การสร้างความหมาย” เป็นเรื่องของการสื่อสาร โดย Roland Barthes (Kanjanawiset, 2004) ได้แบ่งแนวทางในการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ระดับ ได้แก่ ระดับที่ 1 (First Order) เป็นการตีความหมายโดยอรรถหรือโดยตรง (Denotative Meaning) ที่เกี่ยวข้องกับลักษณะความเป็นจริงตามธรรมชาติ เกิดจากการตีความตามสามัญสำนึกและตามความหมายที่ปรากฏอย่างชัดเจนของสัญลักษณ์ (Sign) และระดับที่ 2 (Second Order) เป็นการ

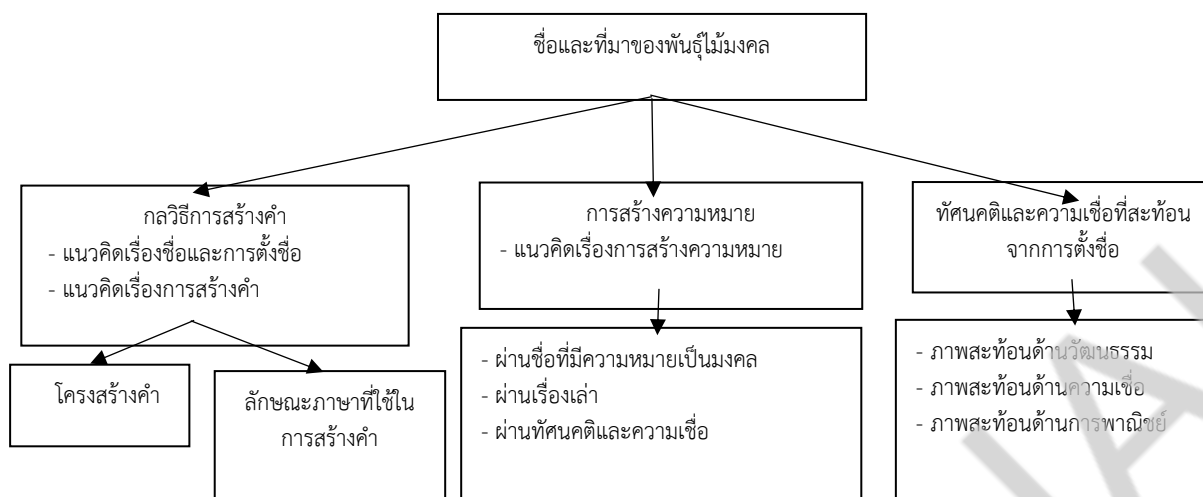
ถ่ายทอดแบบความหมายโดยนัย คือ Connotation ซึ่งเป็นการตีความหมายในระดับที่มีปัจจัยทางวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยไม่ได้เกิดจากตัวของสัญลักษณ์เอง เป็นการอธิบายถึงปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นเมื่อสัญลักษณ์กระทบกับความรู้สึกรหรืออารมณ์ของผู้ใช้ และคุณค่าทางวัฒนธรรมของเขา สัญลักษณ์ในขั้นนี้จะทำหน้าที่ 2 ประการ คือ ถ่ายทอดความหมายโดยนัยแฝง และถ่ายทอดความหมายในลักษณะมายาคติ (Myths) จากแนวคิดข้างต้น ผู้วิจัยได้นำรูปแบบการวิเคราะห์ความหมายโดยอรรถและความหมายโดยนัย มาใช้ในการตีความหมายสัญลักษณ์ของชื่อพันธุ์ไม้มงคลที่ถูกสร้างขึ้นมา ซึ่งความหมายดังกล่าวมีความสำคัญในแง่ของการรับรู้ การตีความของบุคคล เป็นการสะท้อนให้เห็นค่านิยมและความเชื่อของผู้คนในสังคมไทยที่มีต่อการสร้างความหมายผ่านชื่อพันธุ์ไม้มงคล

แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติและความเชื่อ (Attitudes and Beliefs)

ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใด ๆ อันได้จากประสบการณ์หรือการเรียนรู้และเป็นแนวโน้มที่จะแสดงออก ซึ่งพฤติกรรมในทางสนับสนุนหรือต่อต้านสิ่งนั้น (Chaisanit, 2003) โดยแบ่งเป็น 5 ประเภท ดังนี้ 1) ความเชื่อ (Beliefs) คือความโอนเอียงที่ทำให้ต้องยอมรับ เพราะเป็นข้อเท็จจริงและเป็นสิ่งที่มีการสนับสนุนโดยความเป็นจริงหรือข้อมูลอื่นๆ ที่มีน้ำหนักมาก ส่วนใหญ่ความเชื่อจะเป็นสิ่งที่มีเหตุผลที่ถาวร แต่อาจจะมีหรือไม่มีสำคัญก็ได้ 2) ความคิดเห็น (Opinions) คือความโน้มเอียงที่ไม่ได้อยู่บนพื้นฐานของความแน่นอน 3) ความรู้สึก (Feelings) คือความโน้มเอียงซึ่งมีพื้นฐานมาจากอารมณ์โดยธรรมชาติ 4) ความโอนเอียง (Inclination) คือรูปแบบบางส่วนของทัศนคติเมื่อผู้บริโภคมอยู่ในภาวะที่ตัดสินใจไม่ได้ และ 5) ความมีอคติ (Bias) คือความเชื่อทางจิตใจที่ทำให้เกิดอคติหรือความเสียหายในทางตรงข้ามกับข้อเท็จจริงอยู่ (Sereerat, 2001) ส่วนความเชื่อ เป็นธรรมชาติที่เกิดขึ้นกับมนุษย์ และถือว่าเป็นวัฒนธรรมของมนุษย์อย่างหนึ่ง กล่าวได้ว่า ความเชื่อคือที่มาของวัฒนธรรม เพราะความเชื่อเป็นแนวทางในการกำหนดวิถีชีวิตทำให้เกิดแนวปฏิบัติเกี่ยวกับจารีตประเพณี กฎเกณฑ์ กติกา ระบบระเบียบการปฏิบัติตน และแนวทางของกิจกรรมสังคมต่างๆ ในสังคม ซึ่งถูกสร้างขึ้นเพื่อสนองความต้องการหรือให้เกิดความสอดคล้องกับแนวทางแห่งความเชื่อจึงจะทำให้สมาชิกในสังคมยอมรับไปปฏิบัติ และการปฏิบัติจะต้องกระทำอย่างเคร่งครัดและทำด้วยจิตใจที่เลื่อมใสศรัทธาอย่างแท้จริง ขณะเดียวกัน มนุษย์ใช้ภาษาเป็นเครื่องมือในการสื่อความคิด ความต้องการ พฤติกรรม ความเชื่อ และขนบธรรมเนียมประเพณี ภาษาจึงเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม และประเพณีความเชื่อก็เป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดการใช้ภาษาของกลุ่มคนในสังคมด้วยเช่นกัน จะเห็นได้ว่าความเชื่อ เป็นส่วนหนึ่งของทัศนคติ ซึ่งทัศนคติ ก็คือความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด โดยอาศัยการเรียนรู้จากประสบการณ์ในอดีต ทั้งนี้ องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการสร้างหรือการเกิดทัศนคติ ได้แก่ วัฒนธรรม ครอบครัว กลุ่มเพื่อนหรือกลุ่มสังคม บุคลิกภาพ และการตลาดทางตรง ดังนั้น การยอมรับว่าพันธุ์ไม้เป็นสิ่งที่เป็ลสิริมงคลก็มาจากทัศนคติและความเชื่อของคนไทยที่ถูกหล่อหลอมจากสังคมวัฒนธรรม และตัวภาษาที่ใช้เรียกพันธุ์ไม้ก็เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดความเป็ลสิริมงคลเช่นเดียวกัน

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาเรื่องการตั้งชื่อพันธุ์ไม้มงคล : กลวิธีการสร้างคำ ความหมาย ทัศนคติและความเชื่อ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเรื่องชื่อและการตั้งชื่อ (Name and Naming) ตามแนวทางของ Rattanukul (2001) แนวคิดเรื่องการสร้างคำ (Word Formation) ตามหลักของ Changkhwanyuen (2006), Anchaleenukul (2009) ; Pankeankhat (1998) แนวคิดเรื่องการสร้างความหมาย ของRoland Barthes (Kanjawiset, 2004) และแนวคิดเรื่องทัศนคติและความเชื่อ มาใช้เป็นแนวทางในการศึกษา โดยมีกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ซึ่งได้จากการศึกษาเอกสาร (Documentary Research) จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Analytical Description) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

กลุ่มเป้าหมาย

คุณลักษณะของกลุ่มเป้าหมายในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่อไปนี้

1. หนังสือและวารสารที่เกี่ยวกับพันธุ์ไม้มงคล จำนวน 17 เล่ม คัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากเอกสารที่มีข้อมูลรายชื่อพันธุ์ไม้มงคลและข้อมูลความเชื่อเกี่ยวกับพันธุ์ไม้มงคล
2. เว็บไซต์เกี่ยวกับพันธุ์ไม้มงคล จำนวน 12 เว็บไซต์ โดยคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากเว็บไซต์ด้วยการสืบค้นใน www.google.co.th ที่มีข้อมูลเกี่ยวกับพันธุ์ไม้มงคลประเภทต่างๆ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้เครื่องมือที่ใช้ในการสังเคราะห์งานวิจัยตามแนวทางการวิเคราะห์เรื่องการสร้างคำของ Changkhwanyuen (2006) ; Anchaleenukul (2009) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์เรื่องการสร้างคำของชื่อพันธุ์ไม้มงคล นำแนวคิดเรื่องการสร้างความหมาย (Meaning) ของ Roland Barthes (Kanjawiset, 2004) มาศึกษาเรื่องการสร้าง ความหมายของชื่อพันธุ์ไม้มงคล และแนวคิดเรื่องทัศนคติและความเชื่อ มาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาเรื่องทัศนคติและความเชื่อที่สะท้อนจากชื่อพันธุ์ไม้มงคล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเรื่องชื่อและการตั้งชื่อ (Name and Naming) การสร้างคำ (Word formation) แนวคิดเรื่องการสร้างความหมาย (Meaning) และแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติและความเชื่อ (Attitudes and Beliefs)
2. เก็บรวบรวมข้อมูลอันได้แก่ ชื่อพันธุ์พันธุ์ไม้มงคลและความเชื่อเกี่ยวกับพันธุ์ไม้มงคล จากหนังสือและวารสารที่เกี่ยวกับพันธุ์ไม้มงคล จำนวน 17 เล่ม ที่ได้มาจากการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และจากเว็บไซต์เกี่ยวกับพันธุ์ไม้มงคล จำนวน 12 เว็บไซต์ โดยคัดเลือกเว็บไซต์จากการสืบค้นใน www.google.co.th ที่มีข้อมูลเกี่ยวกับพันธุ์ไม้มงคลประเภทต่างๆ

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์การตั้งชื่อพันธุ์ไม้มงคล โดยนำชื่อพันธุ์ไม้มงคลที่รวบรวมได้มาแยกเป็นหน่วยศัพท์ในระดับคำ จากนั้นจึงวิเคราะห์วิธีการสร้างคำโดยการศึกษาโครงสร้างและความหมายของคำ ซึ่งจะให้เห็นกลวิธีการสร้างชื่อเรียก และทราบความหมายของคำศัพท์แต่ละหน่วยที่ถูกนำมาประกอบเป็นชื่อเรียกแต่ละชื่อ จากนั้นจึงวิเคราะห์เกี่ยวกับลักษณะภาษาที่ใช้ในการสร้างคำเรียกพันธุ์ไม้มงคล

2. วิเคราะห์เรื่องการสร้างความหมายที่สื่อผ่านชื่อพันธุ์ไม้มงคลโดยใช้แนวคิดเรื่องการสร้างความหมาย

3. ศึกษาทัศนคติและความเชื่อที่สะท้อนจากการตั้งชื่อพันธุ์ไม้มงคลในด้านต่างๆ

ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การตั้งชื่อพันธุ์ไม้มงคล : กลวิธีการสร้างคำ ความหมาย ทัศนคติ และความเชื่อ” ได้เก็บรวบรวมข้อมูลเป็นชื่อเรียกพันธุ์ไม้มงคล จำนวน 1,060 ชื่อ จากจำนวนพันธุ์ไม้ทั้งสิ้น 355 ชนิด แบ่งออกเป็นกลุ่มโดยจำแนกตามลักษณะทางพฤกษศาสตร์ได้เป็น 7 กลุ่ม ได้แก่ ไม้ยืนต้น ไม้พุ่ม ไม้เถาหรือไม้เลื้อย ไม้รอเลื้อย ไม้ล้มลุก พันธุ์ไม้กลุ่มอื่นๆ และว่าน ส่วนที่มาของพันธุ์ไม้มงคล มีทั้งสิ้น 9 แหล่งที่มา ได้แก่ พันธุ์ไม้นามมงคล พันธุ์ไม้มงคลพระราชทานนามตามพระนามาภิไธยของพระบรมวงศ์ พันธุ์ไม้มงคลพระราชทานประจำจังหวัด พันธุ์ไม้มงคลสำหรับใช้ก่อสร้างอาคารบ้านเรือน พันธุ์ไม้มงคลปลูกตามทิศ พันธุ์ไม้มงคลสำหรับบูชาพระเสริมมงคล พันธุ์ไม้มงคลประจำวันเกิด พันธุ์ไม้มงคลประจำราศีเกิด และพันธุ์ไม้มงคลประเภทว่านมงคล ปรากฏผลการวิจัย ดังนี้

1. ด้านกลวิธีการสร้างคำที่ใช้ในการตั้งชื่อพันธุ์ไม้มงคล มี 2 ประเด็น ได้แก่ โครงสร้างคำของชื่อพันธุ์ไม้มงคล และลักษณะภาษาที่ใช้ในการสร้างคำเรียกชื่อพันธุ์ไม้มงคล

1.1 โครงสร้างคำของชื่อพันธุ์ไม้มงคล สามารถแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่

1.1.1 โครงสร้างแบบคำโดด หมายถึง ในคำเรียกชื่อพันธุ์ไม้มงคลจะมีองค์ประกอบหลักเพียงส่วนเดียว คือเป็นชื่อของต้นไม้เพียงคำเดียว ตัวอย่างเช่น กระบก, กระถิน, จัน, ทุเรียน, รัง, กล้วย ฯลฯ ชื่อพันธุ์ไม้มงคลที่เป็นคำโดดคิดเป็นร้อยละ 41.9 ของข้อมูลทั้งหมด

1.1.2 โครงสร้างแบบคำประสม หมายถึง ในคำเรียกชื่อพันธุ์ไม้มงคลจะมีวิธีการสร้างคำหรือประกอบคำโดยการประสมคำ (Compounding) ซึ่งประกอบด้วยคำ 2 ส่วน คือ “คำหลัก” เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “คำต้น” และส่วนขยาย เรียกว่า “คำเติม” ตัวอย่างเช่น กระถินบ้าน ประดู่ป่า กระดังงาไทย ลั่นทมแดง ตะเคียนหนู จันทน์ชะมด เป็นต้น ชื่อพันธุ์ไม้มงคลที่เป็นคำประสมคิดเป็นร้อยละ 51.9 ของข้อมูลทั้งหมด ซึ่งนับเป็นจำนวนมากที่สุด

1.1.3 โครงสร้างแบบวลีหรือประโยค โดยวลีหรือกลุ่มคำ เป็นการนำคำตั้งแต่สองคำขึ้นไปมาเรียงต่อกันทำให้เกิดความหมายเพิ่มขึ้น มีความหมายมาจากคำเดิมที่นำมารวมกันแต่ไม่สมบูรณ์เหมือนประโยค ตัวอย่างเช่น เงินไหลมา เศรษฐีเงินหนา ไชโยเก้านัน เสริมลาภ บุษบาพารวย กุมารแดงเรียกทรัพย์ ว่านผู้เฒ่าเฝ้าบ้าน เป็นต้น ชื่อพันธุ์ไม้มงคลที่เป็นวลีหรือประโยคคิดเป็นร้อยละ 6.2 ของข้อมูลทั้งหมด ซึ่งถือว่าน้อยที่สุด

1.2 ลักษณะภาษาที่ใช้ในการสร้างคำเรียกชื่อพันธุ์ไม้มงคล ลักษณะการใช้ภาษาของการตั้งชื่อพันธุ์ไม้มงคลถือได้ว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่ดึงดูดความสนใจและส่งผลต่อการตัดสินใจในการจัดซื้อจัดหาต้นไม้มาปลูก สามารถสรุปได้ดังนี้

1.2.1 การซ้ำคำเพื่อย้ำความหมาย เพื่อให้คำมีความหมายเด่นชัดขึ้น จึงมีการซ้ำคำในพยางค์ที่ 2 และพยางค์ที่ 4 เช่น ซ่อนเงินซ่อนทอง หยิบเงินหยิบทอง ถูเงินถูทอง เป็นต้น

1.2.2 การเสริมคำเข้ากับคำหลัก เช่น พฤษภ ภาฟพฤษภ กัลปพฤษภ ชัยพฤษภ ราชพฤษภ ซึ่งถูกนำมาประกอบเข้ากับคำหลักว่า “พฤษภ” หรือ รวยล้นฟ้า รวยโชค ซึ่งมีคำหลักคือคำว่า “รวย” เป็นต้น

1.2.3 การใช้คำภาษาพูดเพื่อแสดงความโดดเด่น เช่น โคตรรวย โคตรเศรษฐี มหาเฮง เฮงเฮงเฮง ลูกปัดมหาเฮง เป็นต้น ซึ่งคำภาษาพูดได้แก่คำว่า โคตร และคำว่า เฮง

1.2.4 การใช้คำวิเศษณ์หรือคำนามเพื่อเพิ่มความหมายของคำ เช่น ชื่อต้นไม้ที่มีคำว่า “มหา” หรือ “พญา” เช่น มหาเฮง มหาเศรษฐี กวักนางพญามหาเศรษฐี กวักนางพญาใหญ่ เป็นต้น เพื่อเป็นการเพิ่มน้ำหนักและความหมายของคำให้รู้สึกมีความยิ่งใหญ่ ซึ่งอาจมีผลต่อการสร้างความเชื่อและชื่นชมต้นไม้ได้



1.2.5 การใช้คำบาลีสันสกฤต กล่าวคือ โดยทั่วไปชื่อด้านไม้ของไทยจะเป็นชื่อท้องถิ่นที่เรียกง่าย ๆ แค่เพียง 1 หรือ 2 พยางค์ และมักเป็นคำไทยแท้ แต่ต่อมาได้มีการปรับเปลี่ยนชื่อให้เป็นภาษาบาลีสันสกฤตที่มีหลายพยางค์ เช่น สลิวดี แผลบารมี สัตบรรณ อินทรีชิต อินทนิล สารภี ลัดดาวัลย์ สุพรรณิการ์ เป็นต้น

1.2.6 การใช้คำบรรยายลักษณะของต้นไม้ เช่น ดอกบานดึก เป็นดอกไม้สีขาวที่บานตอนกลางคืน หรือ ดอกบานไม่รู้โรย เพราะลักษณะของดอกที่แม้จะเด็ดออกจากต้นมาหลายวันก็ไม่โรยราหรือเหี่ยวง่าย ๆ

1.2.7 การตีความจากรูปลักษณะของต้นไม้ เช่น สนฉัตร ที่มีใบรูปทรงเป็นชั้นๆ คล้ายฉัตร ต้นบันได เศรษฐี ซึ่งมีลักษณะใบคล้ายกับบันไดที่เป็นขั้นๆ หรือต้นเล็บครุฑ ที่ปลายใบของต้นมีลักษณะคล้ายกับเล็บของพญาครุฑ

1.2.8 การใช้คำพ้องเสียงเทียบกับคำที่เป็นมงคล เช่น ขนุน พ้องเสียงกับคำว่าอุดหนุน หรือเกื้อหนุน จนเจือจะทำให้ผู้ที่อยู่อาศัยได้รับการสนับสนุน มีคนคอยอุปการะอุดหนุนจนเจือ คอยให้ความช่วยเหลือ หรือต้นยอ พ้องเสียงกับคำว่ากรายกยอ สรรเสริญเยินยอ ถือเป็นเคล็ดว่าจะได้รับการสรรเสริญเยินยอหรือได้รับการยกยอปอขึ้นในสิ่งดีงาม

1.2.9 การใช้ตัวเลขที่เป็นเลขมงคล เช่น วาสนาเก้าชั้น หน้าวับใบโชคเก้าชั้น ซึ่งประกอบด้วยตัวเลข 9 อันถือเป็นเลขมงคล ที่มีเสียงพ้องกับคำว่า “ก้าว” ที่หมายถึง ความก้าวหน้า ก้าวไกล หรือก้าวไปข้างหน้า บ้างก็ว่า เลข 9 ยังหมายถึง การมีอายุยืนด้วย ตามความเชื่อของคนจีน เลข 9 ถือเป็นเลขมงคล เนื่องจากเป็นเลขที่มีค่ามากที่สุด ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ ของความยิ่งใหญ่ ความเป็นที่สุด หรือในคำเรียกชื่อด้านไม้ที่ประกอบด้วยคำว่า หมื่น เช่น หอมหมื่นลิ้น เขียวหมื่นปี โดยเลขหลักหมื่น ถือเป็นจำนวนมหาศาลสำหรับชาวจีนโบราณ และยังมีความหมายถึงความสมบูรณ์ มั่งคั่งและเพียบพร้อมไปตลอดกาล อีกด้วย

2. ด้านการสร้างความหมายของชื่อพันธุ์ไม้มงคล โดยที่ การสร้างความหมาย หมายถึง กระบวนการสร้างความหมายที่เป็นวิธีการสื่อสารกันระหว่างผู้ตั้งชื่อกับผู้รับรู้เกี่ยวกับชื่อ ซึ่งความหมายนั้นได้แก่ ความรู้ ความเชื่อ ที่สื่อผ่านชื่อที่มีความหมายมงคล ผ่านเรื่องเล่า และผ่านความเชื่อ ดังนี้

2.1 การสร้างความหมายผ่านชื่อที่มีความหมายเป็นมงคล

ชื่อพันธุ์ไม้มงคลที่ตั้งขึ้นเพื่อให้มีความหมายเป็นสิริมงคลถือเป็นลักษณะเด่นที่พบมากที่สุด โดยคำที่มีความหมายเป็นสิริมงคลสามารถแบ่งเป็นกลุ่มต่างๆ ได้แก่ คำที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรือง คำที่แสดงถึงความโชคดี คำที่แสดงถึงความร่ำรวย คำที่แสดงถึงการมีอำนาจบารมี คำที่แสดงถึงการมีความสุข และคำที่แสดงถึงการชนะ ทั้งนี้ การตั้งชื่อโดยใช้คำที่มีความหมายเป็นมงคลนี้ เป็นการสร้างความหมายให้แก่พันธุ์ไม้ให้กลายเป็นสิ่งมีคุณค่าและเพิ่มมูลค่าให้มากขึ้น อีกทั้งยังมีส่วนช่วยให้ผู้คนตัดสินใจเลือกหาพันธุ์ไม้นั้นๆ มาปลูกด้วยเช่นกัน เพราะเป็นเรื่องธรรมดาที่มนุษย์ย่อมสรรหาสิ่งที่ดีให้กับชีวิตตนเอง ทั้งยังเชื่อว่าความมงคลทั้งปวงจะนำพาชีวิตของตนไปสู่ความเจริญรุ่งเรืองและความสุขแก่ชีวิต

2.2 การสร้างความหมายผ่านเรื่องเล่า

เรื่องเล่าคือการประกอบสร้างเพื่อสื่อความหมายบางอย่าง (Prachakul, 2009) ซึ่งจากการศึกษาพบว่า มีการเล่าเรื่องหรือนำเสนอเหตุการณ์ที่เชื่อมโยงกันเพื่อให้เกิดการสื่อความหมายที่ดีเกี่ยวกับพันธุ์ไม้บางชนิด ตัวอย่างเช่น เรื่องเล่าเกี่ยวกับต้นสลิดาวดี ซึ่งแต่เดิมเรียกว่า ลั่นทม คนสมัยก่อนมักเข้าใจว่า ดอกลั่นทมเป็นดอกไม้อัปมงคล ไม่นิยมปลูกในบ้าน เพราะมีความเชื่อว่า ชื่อพ้องกับคำว่า ระทม เมื่อปลูกจะทำให้เกิดความทุกข์ระทม เศร้าหมอง จนกระทั่งได้มีการเปลี่ยนชื่อใหม่ว่า “สลิดาวดี” ซึ่งมีเรื่องเล่าว่า เป็นชื่อที่สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารีพระราชทานนามนี้ให้แก่กองบำรุงรักษาอุทยานสวนจิตรลดา ได้ยืนยันว่า สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ไม่ได้พระราชทานนาม “สลิดาวดี” แต่อย่างใด มีผู้กล่าวว่า ชื่อนี้เกิดจากการที่พ่อค้าแม่ค้าพันธุ์ไม้เป็นผู้ตั้งขึ้น แล้วมีเรื่องเล่าต่อๆ กันมาว่าเป็นไม้พระราชทานนาม ส่งผลให้มีผู้นิยมปลูกมากขึ้น ทั้งปลูกในบ้านและในที่สาธารณะเพื่อประดับตกแต่งสวน ทำให้ต้นสลิดาวดีกลายเป็นต้นไม้ที่ได้รับความนิยมและไม่ใช่อัปมงคลอีกต่อไป (Panmai, 2023) ทั้งนี้ หากตีความหมายโดยนัย (Connotation Meaning) ก็จะได้เห็นว่า การสร้างเรื่องเล่า เป็นกระบวนการสร้างความหมายที่มีปัจจัยทางสังคมวัฒนธรรม และคำนึงต่อคำว่า “พระราชทาน” เข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งสังคมไทยถือว่าเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์และมีความเป็นสิริมงคล จึงกล่าวได้ว่า เรื่องเล่าสามารถทำให้พันธุ์ไม้ที่แต่เดิมมีความหมายในเชิงลบกลายเป็นความหมายใหม่ในเชิงบวกได้

2.3 การสร้างความหมายผ่านความเชื่อ

เรื่องความเชื่อนับว่าเกี่ยวข้องกับพันธุ์ไม้มงคลเป็นประการสำคัญ โดยเชื่อว่าหากปลูกพันธุ์ไม้นั้นๆ นั้นๆ แล้ว จะได้รับสิ่งนั้นสิ่งนี้ หรือเกิดสิ่งต่างๆ ที่มีความหมายในทางที่ดีบางอย่างขึ้น ความเชื่อที่สื่อผ่านพันธุ์ไม้มงคล ที่พบในงานวิจัยนี้ ได้แก่ ความเชื่อเรื่องความมั่งคั่งร่ำรวย การมีโชคลาภ เงินทองไหลมาเทมา การประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน ชีวิตเจริญรุ่งเรือง ช่วยเสริมอำนาจบารมี ศักดิ์ศรี เกียรติยศชื่อเสียง การมีความน่าเกรงขาม การมีชัยชนะ ช่วยให้ชีวิตโชคดี

มีความสุขสมหวัง ทำให้เกิดแรงบันดาลใจตามปรารถนา ช่วยส่งเสริมให้มีสุขภาพดี อายุยืนยาว ป้องกันโรคภัยต่างๆ ช่วยป้องกันสิ่งชั่วร้าย ภูติผีปีศาจ เสนียดจัญไร ช่วยเสริมดวงด้านความรัก มีเสน่ห์ เมตตามหานิยม ช่วยให้คนในบ้านจิตใจผ่องใสเบิกบานชีวิตราบรื่นไร้อุปสรรค ช่วยส่งเสริมให้บ้านอยู่แล้วร่มเย็นเป็นสุข เจริญมั่นคง ส่งเสริมการได้รับการสรรเสริญเยินยอ การพูดเจรจา ส่งเสริมการค้าขาย ทำมาค้าขึ้น เสริมมงคลให้มีความมุ่งมั่น ตั้งใจจริง เอื้ออาทร ซื่อตรง กตัญญูรู้คุณ ส่งเสริมให้มีความเฉลียวฉลาด สติปัญญาเฉียบแหลม แก่คุณไสย ป้องกันคุณไสย กล่าวได้ว่า ความเชื่อนับเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการสร้างความหมายให้แก่พันธุ์ไม้มงคล เป็นการแสดงออกซึ่งปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมที่พบว่ามีมาอย่างต่อเนื่อง โดยมาอาศัย (Myth) นี้ก็คือ การสื่อความหมายด้วยคติความเชื่อทางวัฒนธรรมที่มีการถ่ายทอดสืบต่อกันมาจนเกิดเป็นความเชื่อที่คนส่วนใหญ่ในสังคมยอมรับ เป็นการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์เพื่อบอกว่ามันเป็นจริง (Kanjana-wiset, 2004) ซึ่งความเชื่อที่พบจากการศึกษาดังกล่าวข้างต้น ถือเป็นความเชื่อโดยทั่วไปที่คนส่วนใหญ่ในสังคมไทยยอมรับว่าเป็นสิ่งดีงามและต้องการให้เกิดขึ้นกับชีวิตของตน

3. ด้านทัศนคติและความเชื่อที่สะท้อนจากการตั้งชื่อพันธุ์ไม้มงคล ปรากฏใน 3 ด้านดังนี้

3.1 ด้านประเพณีวัฒนธรรม

การปลูกพันธุ์ไม้มงคลถือเป็นประเพณีวัฒนธรรมอย่างหนึ่งที่กระทำสืบต่อกันมา สอดคล้องไปตามความเชื่อและวิถีชีวิตของผู้คนในแต่ละพื้นที่ แต่ละยุคสมัย กลายเป็นชุดความเชื่อที่ผู้คนในสังคมไทยโดยทั่วไปยอมรับกัน สามารถกล่าวถึงได้ดังนี้

3.1.1 การใช้ไม้มงคลในการวางศิลาฤกษ์สำหรับก่อสร้างอาคาร ถือเป็นวัฒนธรรมที่กระทำสืบต่อกันมานับแต่โบราณกาล ในการเสริมสิริมงคลให้แก่เจ้าของบ้านและผู้อยู่อาศัยจนได้รับความนิยมแพร่หลายแม้กระทั่งในปัจจุบัน พันธุ์ไม้มงคลดังกล่าวนี้มีทั้งสิ้น 9 ชนิด ได้แก่ ไม้ราชพฤกษ์ ไม้ขนุน ไม้ชัยพฤกษ์ ไม้ทองหลาง ไม้ไผ่สีสุก ไม้ทรงบาดาล ไม้สัก ไม้พะยูน และไม้ก้ามกราม จะเห็นได้ว่าต้นไม้ที่กล่าวมาทั้งหมดเป็นไม้ยืนต้นที่มีความทนทานแข็งแรง เหมาะสำหรับการใช้เป็นเสาเข็มปักยึดตัวบ้านให้มั่นคง เพื่อให้บ้านที่สร้างขึ้นทนแดดทนฝน อาจเป็นกุศโลบายอย่างหนึ่งในการสอนลูกหลานสร้างบ้านของครอบครัว จึงสรุปได้ว่า การใช้มงคลในการปลูกสร้างบ้านเรือน เกิดจากความเชื่อที่อยู่บนพื้นฐานวิถีการใช้ชีวิตในความเป็นจริงของผู้คน และกระทำสืบต่อกันมาจนกลายเป็นประเพณีวัฒนธรรม

3.1.2 การปลูกต้นไม้ใหญ่หรือปลูกไม้ยืนต้นที่เป็นไม้มงคลบริเวณบ้าน โดยมีความประสงค์หลักคือทำให้บริเวณบ้านความสงบร่มรื่น และอยู่ในทิศทางที่เหมาะสม มีหลักการปลูกว่าต้นไม้ชนิดใดควรปลูกไว้ตำแหน่งใด ทิศทางใด ทั้งยังมีความเชื่อว่าจะแสดงถึงความอุดมสมบูรณ์ รวมถึงส่งผลต่อชีวิตความเป็นอยู่ของคนในบ้าน พันธุ์ไม้มงคลที่เป็นไม้ยืนต้นนี้มีทั้งที่เป็นไม้ที่ให้ผลสามารถรับประทานได้ หรือไม้ประดับที่ให้ร่มเงาและช่วยปรับภูมิทัศน์หน้าบ้านได้อย่างดี กล่าวได้ว่าการปลูกต้นไม้ใหญ่หรือไม้ยืนต้นที่เป็นมงคลถือเป็นวัฒนธรรมอย่างหนึ่งที่กระทำสืบต่อกันมา โดยปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในแต่ละยุคสมัยด้วย

3.1.3 ปลูกเพื่อเป็นอาหารและสมุนไพรรักษาโรค นับเป็นกุศโลบายอย่างหนึ่งของคนโบราณที่กระทำถ่ายทอดสืบต่อกันมา คือ มีความเชื่อว่าเมื่อจะปลูกต้นไม้ก็ควรปลูกต้นไม้ที่ให้ผลรับประทานได้ด้วย ดังจะเห็นได้จากตัวอย่างการปลูกไม้มงคลตามทิศตามความเชื่อโบราณ ที่มีทั้งจะเป็นไม้ใหญ่ที่ให้ร่มเงาได้และดอก ใบ ผล ก็สามารถรับประทานได้ ทั้งยังเป็นยาสมุนไพรประจำบ้านได้อีกด้วย

3.2 ด้านความเชื่อ

3.2.1 ความเชื่อเรื่องความเป็นสิริมงคลในชีวิต พบว่า มีการตั้งชื่อพันธุ์ไม้มงคลบนพื้นฐานความเชื่อเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ที่แสดงถึงความปรารถนาเกี่ยวกับความสุขสมหวังในชีวิตประจำวันของคนเรา โดยความเชื่อที่ปรากฏในชื่อมากที่สุด ได้แก่ ความเชื่อเกี่ยวกับการมีโชคกลาง รองลงมา ได้แก่ ความเชื่อเกี่ยวกับการเสริมความมั่งคั่ง ร่ำรวย และความเชื่อเรื่องอื่นๆ ได้แก่ ความเชื่อว่าจะช่วยให้ประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน ชีวิตจะรุ่งเรือง ความเชื่อเกี่ยวกับเสริมอำนาจบารมี ศักดิ์ศรี เกียรติยศชื่อเสียง ความเชื่อว่าจะช่วยให้ชีวิตมีความสุขสมหวัง ทำให้เกิดแรงบันดาลใจตามปรารถนา เชื่อว่าจะช่วยส่งเสริมให้มีสุขภาพดี อายุยืนยาว ป้องกันโรคภัยต่างๆ เชื่อว่าจะช่วยป้องกันสิ่งชั่วร้าย ภูติผีปีศาจ เสนียดจัญไร เชื่อว่าจะช่วยส่งเสริมเรื่องการค้าขาย ความเจริญรุ่งเรือง และเชื่อว่าจะช่วยเสริมดวงด้านความรัก เสน่ห์เมตตามหานิยม

3.2.2 ความเชื่อเรื่องการปลูกต้นไม้ตามทิศ เป็นการนำความรู้เกี่ยวกับทิศมงคลมาผูกกับความเชื่อเรื่องการปลูกต้นไม้ ก่อให้เกิดเป็นพันธุ์ไม้มงคลประจำทิศไว้คอยส่งเสริมดวงชะตาสร้างความเจริญรุ่งเรืองให้แก่ผู้ปลูก โดยมีรายละเอียดดังนี้ ทิศเหนือหรือทิศอุดร ปลูก ส้มป่อย ส้มซ่า มะเดื่ออุทุมพร ทิศใต้หรือทิศทักษิณ ปลูก มะม่วง มะพลับ ตะโกสวน ตะโกนา ทิศตะวันออกหรือทิศบูรพา ปลูก มะพร้าว กุ่มน้ำ กุ่มบก ชัยพฤกษ์ ทิศตะวันตกหรือทิศประจิม ปลูก มะยม มะขาม พุทรา



ทิศตะวันออกเฉียงเหนือหรือทิศอีสาน ปลูก มะตูม ทุเรียน ทิศตะวันออกเฉียงใต้หรือทิศอาคเนย์ ปลูก สารภี ยอป่า ยอบ้าน กระถิน ทิศตะวันตกเฉียงเหนือหรือทิศ ปลูก มะพูด มะนาว มะกรูด และทิศตะวันตกเฉียงใต้หรือทิศหริต ปลูก สะเดา ชัยพฤกษ์ ชุนุน (Sarikkabut, 2010)

3.2.3 ความเชื่อเรื่องไสยศาสตร์ มีผู้คนเชื่อว่าพันธุ์ไม้บางชนิดมีคุณสมบัติทางด้านไสยศาสตร์อีกด้วย โดยคำว่าไสยศาสตร์ หมายถึง ตำราทางไสย, วิชาทางไสย เป็นลัทธิอื่นเกี่ยวข้องกับเวทมนต์คาถา (The Royal Society, 2013) จากการศึกษาพบว่า มีพันธุ์ไม้มงคลที่เกี่ยวข้องกับไสยศาสตร์โดยเฉพาะพันธุ์ไม้ประเภทว่าน ได้แก่ ว่านกระชายแดง, ว่านกำบัง, ว่านแม่ยับหรือว่านทางช้าง เชื่อว่าหากปลูกว่านต่างๆ เหล่านี้จะช่วยป้องกันให้คนในบ้านไม่ถูกระทำจากคุณไสยมนต์ดำ หรือภูติผีปีศาจ

3.2.4 ความเชื่อเรื่องโหราศาสตร์ ตามตำราโบราณ Sarikkabut (2010) ได้กล่าวถึงโหราศาสตร์เกี่ยวกับการเกษตรกรรม เป็นเรื่องเกี่ยวกับการปลูกต้นไม้เพื่อความเป็นสิริมงคลเอาไว้ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการปลูกต้นไม้ตามทิศภายในบ้าน จะทำให้ไม้ดอกไม้ประดับหรือพืชพันธุ์ธัญญาหารเจริญเติบโตได้ดี นอกจากนี้ยังกล่าวถึงต้นไม้ที่ห้ามปลูกในบริเวณบ้านเพราะจะให้โทษมากกว่าให้คุณ และกล่าวถึงช่วงเวลาที่เหมาะสมในการปลูกไม้ชนิดต่างๆ เช่น ช่วงเช้าควรปลูกไม้เอาผล ช่วงสายควรปลูกไม้เอาลำต้น เป็นต้น

3.2.5 ความเชื่อเรื่องเมตตามหานิยม ความเชื่อเกี่ยวกับพันธุ์ไม้มงคลที่ให้คุณทางด้านเมตตามหานิยม นับว่ามีจำนวนมากที่สุด โดยเฉพาะพันธุ์ไม้จำพวกว่านต่าง ๆ มีทั้งปลูกไว้ประดับตามหน้าบ้านหรือใส่กระถางวางไว้หน้าร้านค้า หรืออาจนำหัวของว่านพอกติดตัว ไม้จำพวกว่านที่พบว่าให้คุณทางด้านเสน่ห์เมตตามหานิยม เช่น ว่านกระแจะจันทร์ ว่านไชยมงคล ว่านเต้านาโชค ว่านเทพรักษา เป็นต้น

3.2.6 ความเชื่อเรื่องคงกระพันชาตรี วิชาคงกระพันชาตรี สมัยโบราณเป็นวิชาที่ชาวไทยเล่าเรียนกันมาก เนื่องจากต้องมีหน้าที่เป็นทหารออกรบป้องกันราชอาณาจักร และการรบในสมัยโบราณเป็นการรบแบบประชิดตัว จึงจำเป็นต้องเล่าเรียนคาถาอาคมที่จะช่วยปกป้องตนเองให้ปลอดภัยจากคมหอกคมดาบ ปัจจุบันความเชื่อเช่นนี้ก็ยังมีปรากฏให้เห็นอยู่บ้าง จากการศึกษาพบว่ามีพันธุ์ไม้มงคลที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อเรื่องคงกระพันชาตรี โดยเฉพาะพันธุ์ไม้ประเภทว่าน เช่น ว่านกระชายดำ ว่านกระชายแดง ว่านกำบัง ว่านแร้งคอคำ เป็นต้น วิธีใช้ก็คือเคี้ยว รับประทาน หรือพอกติดตัว จะทำให้อยู่ยงคงกระพัน พันแทงไม่เข้า

3.2.7 ความเชื่อเรื่องเครื่องรางของขลัง ความเชื่อเรื่องเครื่องรางของขลัง นับเป็นความเชื่อที่มีมาแต่โบราณ กระทั่งปัจจุบันก็ยังปรากฏความเชื่อนี้อยู่ โดยเฉพาะที่เรียกกันว่า วัตถุมงคล เช่น พระเครื่อง ส่วนหนึ่งมีว่าน (ซึ่งเป็นพันธุ์ไม้มงคล) ผสมอยู่ ด้วยความเชื่อว่า พันธุ์ไม้ตระกูลว่านมีสรรพคุณทางยาและว่านให้ความเป็นสิริมงคล ช่วยป้องกันอันตรายและอยู่ยงคงกระพันได้ ทำให้มีการใช้ว่านเป็นส่วนผสมในการสร้างพระเนื้อดินและเนื้อผง นอกจากนี้ ก็อาจนำหัวว่านมาแกะสลักเป็นรูปต่างๆ เช่น เป็นรูปพระ รูปนางกวัก แล้วลงคาถาอาคม พกติดตัว หรือตั้งไว้หน้าร้านค้า บูชาเป็นเครื่องรางที่ให้แต่ความโชคดี ทำมาค้าขึ้น เป็นต้น

3.2.8 ความเชื่อเรื่องการลงเสาเอกด้วยไม้มงคล ก่อนการสร้างบ้านจะมีพิธีกรรมสำคัญตามความเชื่อโบราณ คือ การลงเสาเอก หรือเสาหลักของบ้านตามฤกษ์ดี เพื่อเสริมความเป็นสิริมงคลและขอขมาต่อเจ้าที่ รวมทั้งมีความเชื่อว่า จะช่วยให้การก่อสร้างบ้านเป็นไปอย่างราบรื่น ไม้มงคลลงเสาเอก 9 อย่าง ซึ่งมีลักษณะเป็นแท่งไม้สี่เหลี่ยมปลายแหลม ทำมาจากต้นไม้มงคล 9 ชนิด ได้แก่ ไม้ราชพฤกษ์ (อาคเนย์) ไม้ขนุน (เหนือ) ไม้ชัยพฤกษ์ (ตะวันออก) ไม้ทองหลาง (ศูนย์กลาง) ไม้ไผ่สีสุก (พายัพ) ไม้ทรงบาดาล (อีสาน) ไม้สัก (ทักษิณ) ไม้พะยุง (หริต) และไม้ก้นเกรา (ปัจฉิม) ใช้ในการทำพิธีวางศิลาฤกษ์ ตามงานมงคลต่างๆ ทั้งการสร้างบ้าน ลงเสาเอก สร้างศาลพระภูมิ สร้างโบสถ์ ฯลฯ โดยไม้จะลงอักขระ "อะ สัง วิ สุ โล ปุ สะ พุ ภา" ซึ่งถือเป็นหัวใจพระอิติปิโส พร้อมปิดทอง แล้วนำไปปักไว้ ณ บริเวณทำพิธีจากซ้ายไปขวาเพื่อเสริมสิริมงคล (Ministry of Culture, 2013)

3.3 ด้านการพาณิชย์

การตั้งชื่อพันธุ์ไม้ ขึ้นมาใหม่เพื่อจุดประสงค์ในการค้านี้ โดยมากจะตั้งชื่อใหม่ขึ้นมาแทนชื่อที่มีคำเรียกง่าย ๆ ตามลักษณะของพันธุ์ไม้นั้น ซึ่งชื่อที่ตั้งขึ้นใหม่นี้ มักมีความหมายเป็นสิริมงคล และมีความไพเราะขึ้นกว่าเดิม อย่างไรก็ตาม การตั้งชื่อใหม่ที่มีความหมายที่ดีขึ้นกว่าเดิมนี้ ก็มีส่วนช่วยดึงดูดให้ผู้คนอยากจัดซื้อจัดหามาปลูกมากขึ้น นับเป็นกลยุทธ์ทางการพาณิชย์อย่างหนึ่ง ตัวอย่างชื่อที่ใช้เพื่อการค้า เช่น สีสาวดี (ลั่นทม) แม่บารมี (หูกระจง) มั่งมี (เฉียงพรวานางแอ) ราชาวดี (ไค้หางหมา) ทองอุไร (ดอกสร้อยทอง) ราชาสีทอง (พลูทอง) เป็นต้น โดยมากเป็นโครงสร้างแบบคำประสม รองลงมาเป็นโครงสร้างแบบคำโดด และโครงสร้างแบบวลีหรือประโยค

สรุปผลการวิจัย

1. กลวิธีการสร้างคำที่ใช้ในการตั้งชื่อพันธุ์ไม้มงคล พบว่า ลักษณะโครงสร้างคำที่พบมากที่สุดเป็นโครงสร้างแบบคำประสม ซึ่งสอดคล้องกับข้อเท็จจริงที่ว่า การประสมคำนับเป็นวิธีการสร้างคำในภาษาไทยที่พบมากที่สุด โดยชื่อพันธุ์ไม้มงคลที่เป็นคำประสมนี้ประกอบด้วยคำ 2 ส่วน คือ “คำหลัก” และส่วนขยาย เรียกว่า “คำเติม” ส่วนที่พบมากรองลงมาได้แก่ โครงสร้างแบบคำโดด เนื่องจากพันธุ์ไม้มงคลจำนวนมากเป็นพันธุ์ไม้ของไทยที่มีมาแต่ดั้งเดิม ชื่อที่ตั้งจึงเป็นคำไทยแท้หรือคำภาษาถิ่น ที่มักเป็นคำพยางค์เดียวและเป็นคำโดด ส่วนโครงสร้างชื่อพันธุ์ไม้มงคลที่เป็นโครงสร้างแบบวลีหรือคำประสมพบจำนวนน้อย เนื่องจากการตั้งชื่อที่มีมาหลายยุคสมัยไม่ได้รับความนิยม เพราะคำหลายพยางค์อาจทำให้เรียกยากกว่าคำน้อยพยางค์ ส่วนเรื่องลักษณะภาษาที่ใช้ในการสร้างคำเรียกชื่อพันธุ์ไม้มงคล พบว่า มีการใช้คำซ้ำเพื่อย้ำความหมาย การเสริมคำเข้ากับคำหลัก การใช้คำภาษาพูดเพื่อแสดงความโดดเด่น การใช้คำวิเศษณ์เพื่อเพิ่มความหมายของคำ การใช้คำบาลีสันสกฤต การใช้คำบรรยายลักษณะต้นไม้ การตีความจากรูปลักษณะต้นไม้ การใช้คำพ้องเสียงเทียบกับคำที่เป็นมงคล และการใช้เลขมงคล

2. การสร้างความหมายของชื่อพันธุ์ไม้มงคล มี 3 ลักษณะ คือ การสร้างความหมายผ่านชื่อที่มีความหมายเป็นมงคล โดยคำที่มีความหมายเป็นสิริมงคล ได้แก่ คำที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรือง คำที่แสดงถึงความโชคดี คำที่แสดงถึงความร่ำรวย คำที่แสดงถึงการมีอำนาจบารมี คำที่แสดงถึงการมีความสุข และคำที่แสดงถึงการชนะ นับเป็นการสร้างความหมายให้แก่พันธุ์ไม้ให้กลายเป็นสิ่งมีคุณค่าและมีมูลค่ามากขึ้น การสร้างความหมายผ่านเรื่องเล่า ซึ่งการเล่าเรื่องเป็นวิธีการนำเสนอเหตุการณ์ที่เชื่อมโยงกันเพื่อบอกเล่าเรื่องราวที่ดีเกี่ยวกับต้นไม้ สามารถทำให้ชื่อพันธุ์ไม้มงคลที่มีความหมายเชิงลบกลายเป็นเชิงบวกได้ และการสร้างความหมายผ่านความเชื่อ โดยพันธุ์ไม้มงคลแต่ละชนิดจะมีความเชื่อที่สอดคล้องอยู่ด้วยเสมอ คือเชื่อว่าหากปลูกพันธุ์ไม้ชนิดใดแล้วจะทำให้เกิดสิ่งดีต่างๆ ขึ้น เช่น ความเชื่อเรื่องความมั่งคั่งร่ำรวย การมีโชคลาภ เงินทองไหลมาเทมา ความเชื่อเรื่องประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน ชีวิตเจริญรุ่งเรือง เป็นต้น

3. ทศนคติและความเชื่อที่สะท้อนจากการตั้งชื่อพันธุ์ไม้มงคล ปรากฏภาพสะท้อนใน 3 ด้านได้แก่ ด้านประเพณีวัฒนธรรม โดยพบในเรื่องการใช้ไม้มงคลในการวางศิลาฤกษ์สำหรับก่อสร้างอาคาร การปลูกต้นไม้ใหญ่หรือปลูกไม้ยืนต้นบริเวณบ้าน การปลูกเพื่อเป็นอาหารและสมุนไพรรักษาโรค ด้านความเชื่อที่แสดงถึงความปรารถนาเกี่ยวกับความสุขสมหวังในชีวิตประจำวันของคนเรา โดยความเชื่อที่ปรากฏในชื่อมากที่สุดได้แก่ ความเชื่อเกี่ยวกับการมีโชคลาภ รองลงมา ได้แก่ ความเชื่อเกี่ยวกับการเสริมความมั่งคั่ง ร่ำรวย นอกจากนี้ก็มีความเชื่อเรื่องการปลูกต้นไม้ตามทิศ ความเชื่อเรื่องไสยศาสตร์ ความเชื่อเรื่องโหราศาสตร์ ความเชื่อเรื่องเมตตามหานิยม ความเชื่อเรื่องคงกระพันชาตรี ความเชื่อเรื่องเครื่องรางของขลัง ความเชื่อเรื่องการลงเสาเอกด้วยไม้มงคล และด้านการพาณิชย์ โดยปรากฏว่า มีการตั้งชื่อพันธุ์ไม้ขึ้นมาใหม่แทนชื่อเดิมที่เป็นคำเรียกง่าย ๆ ตามลักษณะของพันธุ์ไม้นั้น ซึ่งชื่อที่ตั้งขึ้นใหม่นี้ มักมีความหมายเป็นสิริมงคล และมีความไพเราะขึ้นกว่าเดิม การตั้งชื่อใหม่ที่มีความหมายที่ดีขึ้นกว่าเดิมนี้ ก็มีส่วนช่วยดึงดูดให้ผู้คนอยากจัดซื้อจัดจำหน่ายปลูกมากขึ้น นับเป็นกลยุทธ์ทางการพาณิชย์ อย่างหนึ่ง

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบกลวิธีการสร้างคำที่ใช้ในการตั้งชื่อพันธุ์ไม้มงคล
2. เข้าใจถึงกระบวนการสร้างและสื่อความหมาย ได้แก่ ความรู้ ความเชื่อ ที่สื่อผ่านชื่อที่มีความหมายมงคลผ่านเรื่องเล่า และผ่านความเชื่อ
3. เป็นแนวทางในการศึกษาข้อมูลด้านภาษา ทศนคติ และความเชื่อที่สื่อผ่านการตั้งชื่อ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการศึกษาในเรื่องภาษา ทศนคติ และความเชื่อที่สื่อผ่านการตั้งชื่อสิ่งอื่นๆ เพื่อให้ได้ความรู้ที่ลึกซึ้งและเป็นประโยชน์ยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเกี่ยวกับชื่อและกลวิธีการตั้งชื่อประเภทอื่น เพื่อให้ได้องค์ความรู้ใหม่ในด้านอื่นๆ
2. ในการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องทศนคติและความเชื่อควรใช้วิธีการสัมภาษณ์หรือตอบแบบสอบถามควบคู่ไปด้วย



ข้อจำกัดการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร (Documentary Research) เพียงอย่างเดียว ในการศึกษาเรื่องทัศนคติจึงยังอาจไม่ได้ข้อมูลที่ลุ่มลึกและครอบคลุมเท่าที่ควร

References

- Anchaleenukul, S. (2009). *Word system in Thai*. Bangkok : Department of Thai Language Faculty of Arts Chulalongkorn University.
- Baanlaesuan. (2024). *Including "auspicious plants" that are popularly planted both inside and outside the home*. <https://www.baanlaesuan.com/tag>
- Borwornphatra, T. (2014). *Auspicious plants should be planted: Auspicious supplement, increase prestige for homeowners*. Bangkok : Insee Publishing.
- Changkhwanyuen, W. (2006). *Thai Norms Volume 2 : Word, Word formation and borrowing words*. Bangkok : Thai Language Institute.
- Chaisanit, D. (2003). *Market Research : Basic Market Research Methods*. Bangkok : Wang Aksorn.
- Department of National Parks, Wildlife and Flora. (2008). *Plants honoring the history of Thailand on the occasion of Auspicious occasion of His Majesty's 80th Birthday on 5 December 2007*.
- Digital agriculture database system. (2019). Plant information. Retrieved February 2024, from <https://data.addrun.org/plant/archives/>
- Faculty of Pharmacy, Mahidol University. (1992). *Herb of Siree Park*. Bangkok : Amarin Printing Group.
- Fine Arts Department, Ministry of Culture. (2019). *Auspicious flowers that are commonly used in worship of Buddha*. Retrieved February 2024, from https://plusprinting.ookplus.co.th/tenflower/?fbclid=IwAR14fw_89QcZd7bB4BD XsB9maamfaner UGByAVyZtVtk_2PCnj1d5jnr22Qw
- Forest nursery section Office of Reforestation Promotion, Royal Forest Department. (2015). *Auspicious wood given to the province*. Retrieved February 2024, from <https://www.forest.go.th/Nursery>
- Jekphoo, P. (2021). *A study of the rationale of the decision to buy trees online (Unpublished master's thesis)*. College of Management, Mahidol University.
- Jiramongkholkarn, U. (2019). *Beautiful plants with auspicious names*. Bangkok : Baanlaesuan.
- Kanjanasakul, S. (2010). *Roiphanpruksa: Rare plants*. Bangkok : Sedthasin.
- Kanjanawiset, Y. (2004). *Meaning creation process and the role of program discourse Prime Minister Thaksin talks to the people*. (Unpublished master's thesis), Chulalongkorn University. Bangkok, Thailand.
- Kaiyanun, W. (2004). *Auspicious naming plants in Thai* (Unpublished master's thesis), Chulalongkorn University, Bangkok, Thailand.
- Kaset today. (2023). *Plant information*. Retrieved February 2024, from <https://kaset.today>
- Kumsup, A. (2000). *Business ornamental plants*. Bangkok : Big Book Center.
- Methologies. (1957) Barthes, Roland. *Mythologies. Selected and translated from the French by Annette Lavers*. New York : The Noonday Press.
- Ministry of Culture. (2013). *Raising the main pillar*. Retrieved February 2024, from <http://m-culture.in.th/>
- Prachakul, N. (2009). "Semiotics and literature." *In Yok Aksorn, Revisiting Thoughts, Volume 1, about literature*. Bangkok : Offset Creation Co., Ltd.
- Office of Royal Initiative Projects and Special Affairs. (2022). *9 types of auspicious trees*. Retrieved February 2024, from <https://www.forest.go.th/orip>
- Pankeankhat, R. (1998). *Thai Linguistics*. Nakhornpathom : Institute of Language and Culture Research for Development Rural Mahidol University.



- Panmai. (2023). *Auspicious ornamental herb*. Retrieved February 2024, from <https://www.panmai.com/>
- Phanchon, T. (1996). *Trees and the Mystery of belief, beauty and meaning*. Bangkok : Thanakit.
- Phlaynoy, S. (2011). *Auspicious plants*. (4th ed). Bangkok : Phimkam.
- Phichan, P. (2003). *Planting auspicious plants will enhance the destiny of life*. Bangkok: Agrarian landscape.
- Phuma, R. (2016). *Encyclopedia of Domestic Plants (Short Version) Commemoration of Princess Maha Chakri Sirindhorn was 60 years old*. Bangkok : Office of the Flora Hall, Bureau of Research conserve forests and plant species, Department of National Parks, wildlife and plant species, Ministry of Natural Resources and the environment.
- Phurahong, W. (2005). Morphology and word compositions in Thai Unit 8. in *Teaching materials: Thai 3 Units 7 – 15*. Nonthaburee: Sukhothai Thammathirat University.
- Rattanakul, S. (2001). *Introduce to semantics*. Nakorn Pathom : Mahidol University.
- Royal Park Ratchaphruek. (2022). *Plants and beliefs*. Retrieved February 2024. <https://www.Royalparkrajapruek.org/Knowledge/view/301>
- Samitinan, T. (2014). *Plant Name of Thailand*. Bangkok: Office of the Flora Hall, Bureau of Research conserve forests and plant species, Department of National Parks, wildlife and plant species, Ministry of Natural Resources and the environment.
- Sarikkabut, T. (1990). *Invulnerability subjects*. Bangkok : Sermwit bannakarn.
- Sarikkabut, T. (2010). *Brahmachart Textbook*. Bangkok : Aumnuaysarn.
- Seedling nursery section, Bureau of Reforestation Promotion, Forest Department. (1997). *Royal auspicious plants*. Bangkok : Rajapruek Institute Foundation.
- Sereerat, S. (2001). *Consumer behavior*. Bangkok : A.R. Business Press.
- Setthaworakorn, W. (2017). *Plant auspicious plants according to birthday*. Bangkok : Khumkham.
- Singnoy A. (2003). *Language and Culture*. Pitsanulok: Linguistics, Department of Languages, Naresuan University.
- Sornlum, C. (2010). *Introduction to Linguistics*. Bangkok : Faculty of Liberal Arts Thammasat University.
- Suan Luang Foundation R.9 Funding Committee. (1988). *Plants in King Rama IX Park*. Bangkok : Dan-Suttha Printing.
- The Royal Society. (2013). *Dictionary, Royal Institute Edition, 2011*. Bangkok : the royal society.
- Thitiya. (n.d). *Plant auspicious trees for life destiny*. Bangkok : Central Library Publishing.
- TrueID. (2021). Collection of colored bonsai trees with auspicious names, plant them and bring luck, along with the auspicious time for planting. Retrieved February 2024, from <https://horoscope.trueid.net/detail/aoaWWpyVpJrM>
- Wongwiphanon, P. (2005). “Meaning Unit 13” in *Thai 3 Units 7–15*. Nonthaburee : Sukhothai Thammathirat University.



อุปสรรคสู่ความสำเร็จ : ปัญหาการสื่อสารภาษาไทยด้านการพูดและการฟัง ของนักศึกษาชาวจีนที่เรียนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ

Obstacles to Success: Problems in Thai Language Communication in Speaking and Listening of Chinese Students Studying Thai as a Foreign Language

สิรพัชญ์ หาญนอก¹ ทรงภพ ขุนมธุรส² อ้อมธจิต แป้นศรี³ และ จุฑารัตน์ เกตุปาน⁴
Siraphat Hannok,¹ Songphop Khunmathurot,² Omthajit Pansri³ and Jutarat Ketpan⁴

Article History

Receive: August 4, 2024

Revised: October 4, 2024

Accepted: October 8, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาการใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารด้านการพูดและการฟังของนักศึกษาชาวจีนที่เรียนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพที่สัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคล โดยกลุ่มเป้าหมายที่ให้สัมภาษณ์คือ อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญด้านการสอนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศอย่างต่อเนื่องรวมระยะเวลาไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 5 ท่าน และนักศึกษาชาวจีน สาขาวิชาภาษาไทยสำหรับชาวต่างประเทศ จำนวน 12 คน รวมทั้งสิ้น 17 คน เครื่องมือในการวิจัยคือแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง แล้วนำเสนอข้อมูลแบบพรรณนาวิเคราะห์ ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาการใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารด้านการพูดและการฟังของนักศึกษาชาวจีนที่เรียนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ เกิดจากความแตกต่างของระบบเสียงระหว่างภาษาไทยและภาษาจีน ด้านการฟังพบปัญหาในการแยกแยะเสียงพยัญชนะต้นและพยัญชนะท้าย เสียงสระสั้น-ยาว และเสียงวรรณยุกต์ในภาษาไทย ด้านการพูดพบปัญหาในการออกเสียงพยัญชนะต้นและพยัญชนะท้าย เสียงสระสั้น-ยาว รวมถึงการลำดับคำในประโยคของภาษาไทย ทำให้เกิดความผิดพลาดในการสื่อสาร และอุปสรรคในการจัดการเรียนการสอนภาษาไทยให้นักศึกษาชาวจีน พบว่านักศึกษาชาวจีนพึ่งพาโปรแกรมแปลภาษา ส่งผลให้ขาดทักษะการสื่อสารด้วยตนเอง ขาดการฝึกฝนทำให้ไม่คุ้นเคยกับโครงสร้างภาษาไทย และขาดความเข้าใจในวัฒนธรรม ส่งผลให้ใช้ภาษาไม่ถูกต้องเหมาะสมกับบริบทในการสื่อสาร

คำสำคัญ : ปัญหาการสื่อสารภาษาไทย ; การพูด ; การฟัง ; นักศึกษาชาวจีน ; ภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ

¹ นิสิตปริญญาเอก สาขาภาษาไทย คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม, Doctoral Student in Doctor of Education Program in Thai Language, Faculty of Education, Naresuan University

^{2,3} ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม, Assistant Professor, Faculty of Education, Naresuan University

⁴ รองศาสตราจารย์พิเศษ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม, Adjunct Associate Professor, Faculty of Education, Naresuan University

ABSTRACT

The objective of this research was to study the problems of using Thai language for communication in speaking and listening of Chinese students studying Thai as a foreign language. The qualitative research was used as a research methodology with in-depth individual interviews. The target group consisted of 5 teachers who were experts in teaching Thai as a foreign language with not less than 5 years of teaching experience and 12 Chinese students majoring in Thai language for foreigners, totaling 17 people. The research instrument was a semi-structured interview form, and the data were presented in descriptive analysis. The research results found that the problems of using Thai language for communication in speaking and listening of Chinese students studying Thai as a foreign language were caused by the differences in the sound systems between Thai and Chinese language. In terms of problems of Thai communication in listening, the problems in distinguishing initial and final consonants, short and long vowels, and tones in Thai language were found. In terms of problems of Thai communication in speaking, problems in pronouncing initial and final consonants, short and long vowels, and word order in Thai sentences result in errors in communication. In terms of obstacles in instructional management of Thai language to Chinese students, it was found that Chinese students rely on language translation programs, which result in a lack of self-communication skills; a lack of practicing was the cause of the unfamiliarity of Thai language; and a lack of understanding of culture, resulting in incorrect and inappropriate language use in the context of communication.

Keywords : Thai Language Communication Problems ; Speaking ; Listening ; Chinese Students ; Thai as a Foreign Language

บทนำ

ภาษาเป็นเครื่องมือในการสื่อสารของมนุษย์ที่อยู่ร่วมกันเป็นสังคม โดยมีข้อตกลงหลายประการร่วมกันก่อให้เกิดภาษา วัฒนธรรม ประเพณีที่ดำรงตามมา ประเทศไทยมีภาษาไทยเป็นภาษาประจำชาติไทยที่มีความสำคัญใช้เป็นภาษาราชการไว้ติดต่อสื่อสารกันภายในประเทศ ทั้งยังเป็นภาษาที่ใช้ในประเทศไทยเท่านั้น บ่งบอกถึงความเป็นวัฒนธรรมที่งดงามและสืบสานมาอย่างยาวนานถือเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่ยืนยันความเป็นเอกราชของประเทศไทย ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาภาษาไทยได้รับความสนใจในการเรียนมากยิ่งขึ้นสอดคล้องกับ Wiboolyasarin (2020) ที่กล่าวว่าในปี พ.ศ.2558 ที่ผ่านมามีคนไทยได้เข้าสู่วิชาการเป็นสมาคมนักวิชาการแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้หรืออาเซียน (ASEAN) ส่งผลให้ทุกภาคส่วนของประเทศต้องปรับตัวไปตามความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการศึกษา ผู้เรียนชาวต่างประเทศจำนวนไม่น้อยให้ความสนใจศึกษาภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศอีกภาษาหนึ่ง

จากการค้นคว้าข้อมูลการสอนภาษาไทยที่เปิดสอนในประเทศแถบเอเชียที่ยาวนานที่สุดคือ ประเทศเกาหลี ที่มหาวิทยาลัยฮันกุก ภาษาและกิจการต่างประเทศ เปิดสอนภาษาไทย ณ วิทยาเขตโซล มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2509 ต่อจากนั้นได้จัดตั้งภาควิชาภาษาไทยอีกแห่งหนึ่งที่วิทยาเขตยงอิน (Yong In) ในปี พ.ศ.2525 ด้วยภายหลังต่อมาภาควิชาภาษาไทยเปลี่ยนชื่อเป็นภาควิชาการล่ามและการแปลภาษาไทยในปี พ.ศ.2550 และวิทยาเขตยงอินเปลี่ยนชื่อเป็นวิทยาเขตโกลบอล (Global Campus) ในปี พ.ศ.2555 (Lee, 2020) จากนั้นจึงเกิดความแพร่หลายในการเปิดหลักสูตรการเรียนการสอนภาษาไทย เช่น มหาวิทยาลัยชนชาติยูนนาน มหาวิทยาลัยโพรทซ์และวิทยุยูนนาน โรงเรียนภาษาต่างประเทศคุณหมิง มหาวิทยาลัยคุณหมิง ฯลฯ ในสาธารณรัฐประชาชนจีน มหาวิทยาลัยสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ นครโฮจิมินห์ มหาวิทยาลัยภาษาต่างประเทศแห่งมหาวิทยาลัยแห่งชาติเวียดนาม มหาวิทยาลัยดานัง มหาวิทยาลัยฮานอย สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม มหาวิทยาลัยภาษาต่างประเทศย่างกุ้ง มหาวิทยาลัยภาษาต่างประเทศมณฑลเสฉวน สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา มหาวิทยาลัยพมเปญ มหาวิทยาลัยพระตะบอง ราชอาณาจักรกัมพูชา และมหาวิทยาลัยแห่งชาติสิงคโปร์ ประเทศสิงคโปร์ ทั้งนี้ยังมีประเทศในแถบประเทศออสเตรเลียที่เปิดทำการสอนคือ มหาวิทยาลัยแห่งชาติออสเตรเลีย เครือรัฐออสเตรเลีย แอปปูโรป ได้แก่ มหาวิทยาลัยโคเปนเฮเกน ราชอาณาจักรเดนมาร์ก โสแอส มหาวิทยาลัยลอนดอน มหาวิทยาลัยลีดส์ สหราชอาณาจักร ทวีปอเมริกา ได้แก่



มหาวิทยาลัยแคลิฟอร์เนียลอสแอนเจลิส มหาวิทยาลัยวิสคอนซินแมดิสัน มหาวิทยาลัยแอริโซนาสเตต มหาวิทยาลัยฮาวาย มาโนอาสหรัฐอเมริกา (Wiboolyasarin, 2020) มหาวิทยาลัยต่างประเทศที่เปิดสอนภาษาไทยนั้นได้รับความร่วมมือจาก คณาจารย์ผู้สอนภาษาไทยในประเทศไทยเดินทางไปเป็นอาจารย์แลกเปลี่ยนเพื่อสอนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ อาทิ มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนรินทร์ ในทางกลับกันก็มีอาจารย์ชาวต่างประเทศเดินทางมาเรียนภาษาไทยที่มหาวิทยาลัย ในประเทศไทย เพื่อนำความรู้ที่ได้กลับไปพัฒนาการเรียนการสอนภาษาไทยในประเทศของตน แต่ทว่า การเรียนภาษาไทย ในฐานะภาษาต่างประเทศให้ได้ผลดีและมีประสิทธิภาพเท่ากับเรียนกับเจ้าของภาษานั้นเห็นจะเป็นเรื่องที่เป็นไปได้ยาก สอดคล้องกับ Kasemchok (2021) ที่กล่าวในเชิงมายาคติว่าการเรียนภาษาจะต้องเรียนกับเจ้าของภาษาเท่านั้น เพราะผู้เรียน จะได้ฝึกทักษะการฟังการสนทนาได้ตอบ และการออกเสียงที่ถูกต้อง ด้วยเหตุที่ภาษาต่างประเทศที่เป็นภาษาที่สอง มีความแตกต่างกับภาษาแม่ ทำให้ภาษาแม่มีอิทธิพลต่อการเรียนภาษาต่างประเทศค่อนข้างมาก

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าต่างประเทศเริ่มมีความสนใจในการเรียนภาษาไทยเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะนักศึกษา จากสาธารณรัฐประชาชนจีนตามที่ Nukitrangsan & Chantrapaha (2021) ที่กล่าวว่าสำหรับประเทศไทย นักศึกษาจีน เป็นนักศึกษาต่างชาติที่มีจำนวนมากที่สุดและมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีสัดส่วนมากเกือบครึ่งหนึ่งของจำนวน นักศึกษาต่างชาติมีจำนวนรวมมากถึง 50,000 คน ด้วยเหตุนี้ทำให้ภาษาไทยเริ่มมีบทบาทความเป็นสื่อกลางในการสื่อสาร เมื่อเดินทางเข้ามายังประเทศไทย ทำให้ผู้คนเริ่มหันมาสนใจภาษาไทย ขณะเดียวกันกลุ่มเริ่มมีบทบาทในการเป็นผู้แปลภาษา เมื่อชาวต่างชาติสามารถรู้ภาษาไทยได้ก็จะทำให้การอาศัยอยู่ในประเทศได้มีความง่ายขึ้น ประเทศไทยเป็นอีกหนึ่งประเทศ ที่นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมมาท่องเที่ยว การเรียนการสอนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศเน้นไปที่ทักษะการใช้ภาษาไทย การสนทนา การสื่อสาร การใช้ภาษาในสังคมและวัฒนธรรมไทยจนถึงขั้นสูงสุดคือเข้าใจหลักไวยากรณ์ไทย สถาบันการศึกษา ระดับอุดมศึกษาในประเทศไทยที่เปิดสอนสาขาวิชาภาษาไทยสำหรับชาวต่างประเทศ ในระดับปริญญาตรี แผนการเรียน ส่วนใหญ่จะรับนักศึกษาชาวจีนมาศึกษาต่อในชั้นปีที่ 3 และ 4 กับคณาจารย์ภาษาไทยที่มีความเชี่ยวชาญ โดยนักศึกษาชาวจีน จะเรียนภาษาไทยพื้นฐานในชั้นปีที่ 1 และ 2 กับอาจารย์ชาวจีนที่มีความเชี่ยวชาญภาษาไทยมาก่อน เช่น ที่มหาวิทยาลัย ราชภัฏนครราชสีมา มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนรินทร์ จากการที่ผู้วิจัยมีโอกาสดำเนินการสอนนักศึกษาชาวจีนที่มาเรียน ภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศที่มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในประเทศไทย จากนั้นจึงให้นักศึกษาได้ทดสอบพื้นฐาน ความรู้ด้านภาษาไทย พบว่า ผลการศึกษาไม่เป็นที่น่าพอใจ นักศึกษาชาวจีนกลุ่มดังกล่าวมีปัญหาในการสื่อสารภาษาไทย อย่างชัดเจนหลายประการ เช่น การเลือกใช้คำในการพูด พบการเรียงลำดับคำในประโยคผิดตามโครงสร้างหลักไวยากรณ์ เป็นปัญหาที่ทำให้ผู้เรียนหันไปพึ่งพาเทคโนโลยีในการแปลภาษา ซึ่งจะทำให้การเรียนรู้ด้านการสื่อสารไม่ถูกต้องเท่าที่ควร

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัญหาการใช้ภาษาไทยในการสื่อสารด้านการพูดและการฟังของนักศึกษาชาวจีนที่เรียน ภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศที่เรียนอยู่ทั่วประเทศไทย เนื่องจากทักษะการพูดและการฟังเป็นพื้นฐานสำคัญ ในการสื่อสาร ซึ่งมักเป็นความท้าทายแรกที่สุดที่ผู้เรียนต้องเผชิญเมื่อต้องใช้ภาษาไทยในชีวิตประจำวันหรือในสถานการณ์จริง การพูดและการฟังเกี่ยวข้องกับการโต้ตอบแบบทันทีทันใด การออกเสียง การเข้าใจสำเนียงต่างๆ และโครงสร้างประโยค ในภาษาไทยที่มีความแตกต่างจากภาษาจีนอย่างมาก เพื่อเป็นแนวทางแก้ไขปัญหาที่เหมาะสมกับบริบทของผู้เรียน นำไปสู่การสร้างรูปแบบการจัดเรียนรู้เพื่อส่งเสริมทักษะการสื่อสารด้านการพูดและการฟังของนักศึกษาชาวจีนที่เรียนภาษาไทย ในฐานะภาษาต่างประเทศ ทำให้เกิดความเข้าใจและกล้าที่จะสื่อสาร สอดคล้องกับการพัฒนาผู้เรียนแห่งศตวรรษที่ 21 นำไปสู่การเป็นพลเมืองที่มีความสามารถในการใช้ภาษาไทยในการสื่อสารท่ามกลางบริบทสังคมและวัฒนธรรมไทยได้อย่างมี ประสิทธิภาพ สามารถนำความรู้ที่ได้กลับไปพัฒนาประเทศของตนได้อย่างเต็มความสามารถ

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัญหาการใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารด้านการพูดและการฟังของนักศึกษาชาวจีนที่เรียนภาษาไทยในฐานะ ภาษาต่างประเทศ

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

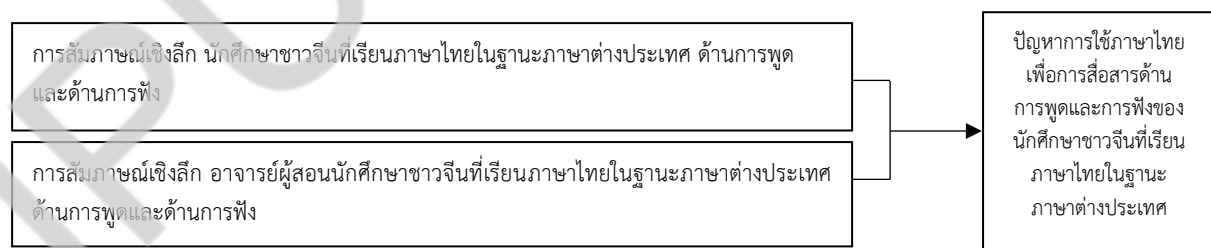
ปัญหาการสอนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ

ปัญหาของการสอนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศที่ Phonmani (2002) รวบรวมไว้มีเหตุผลมาจาก ปัญหาดังต่อไปนี้ 1) ปัญหาการขาดพื้นฐานในการเรียนภาษาของนักเรียน 2) ปัญหาผู้เรียนไม่สามารถจำคำศัพท์ได้ 3) ปัญหา

ผู้เรียนไม่ยอมพูด 4) ปัญหาผู้เรียนออกเสียงไม่ถูก 5) ผู้เรียนเรียงคำในโครงสร้างภาษาไทยไม่ถูก 6) ปัญหาความเข้าใจวัฒนธรรม ประเพณี 7) ผู้เรียนเบื่อการเรียน 8) ผู้เรียนมีข้อจำกัดของเวลาเรียน 9) การขาดตำราที่ใช้สอน และ 10) ผู้เรียนไม่เข้าสังคมซึ่งปัญหาที่กล่าวมาถึงแม้ว่าจะผ่านมาเกือบ 20 ปีแล้ว แต่ปัญหาในบางข้อก็ยังเป็นปัญหาที่ยังปรากฏในปัจจุบัน ทำให้การเรียนนั้นต้องใช้เวลาในการฝึกฝนพอสมควรจึงจะทำให้ผู้เรียนมีทักษะการสื่อสารที่ดีขึ้น และอีกปัญหาที่สำคัญคือ ความแตกต่างระหว่างภาษาไทยและภาษาจีนซึ่งเป็นภาษาคนละตระกูลกันจึงทำให้เกิดปัญหาในการเรียนตามที่ Wiboolyasarin (2020) กล่าวว่าภาษาแม่มีอิทธิพลต่อการเรียนการสอนภาษาต่างประเทศ สอดคล้องกับ Kongkaew (2021) ที่กล่าวว่าปัจจัย ที่ทำให้เกิดปัญหาการใช้ภาษาไทยของนักศึกษาชาวจีนเกิดจากความแตกต่างระหว่างภาษาแม่ของผู้เรียน และภาษาไทย การแทรกแซงจากภาษาแม่ การไม่เข้าใจบริบทการใช้ภาษาให้ถูกต้องตามวัฒนธรรมการใช้ภาษา และบริบทของการเรียนรู้ภาษา ซึ่งเป็นไปตามที่ Yaithong & Iamsam-ang (2021) ที่พบปัญหาการสอนภาษาไทยให้นักศึกษาชาวจีน คือ ข้อผิดพลาดทางไวยากรณ์ ได้แก่ การใช้คำไม่ถูกต้องตามบริบทและความหมายของประโยค การใช้คำเชื่อมไม่ถูกต้อง การใช้คำสื่อความหมายของประโยคหลักกับประโยคขยายที่ไม่เข้าคู่กัน ระดับคำที่ใช้ตลอดทั้งเรื่องไม่อยู่ในระดับเดียวกัน การเรียงประโยคไม่ถูกต้อง และคำที่ใช้ในประโยคสื่อความหมายไม่ชัดเจน รวมทั้งการแปลจากโปรแกรมแปลภาษาของกูเกิล ซึ่งประเด็นการใช้โปรแกรมแปลภาษาและ Noilublae (2020) พบว่าอุปสรรคในการสอนภาษาไทยให้นักศึกษาชาวจีน ในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 คือ บรรยากาศของการเรียนออนไลน์ไม่เอื้อให้เกิดการเรียนรู้แบบร่วมมือ ส่งผลให้เกิดความกดดันต่อผู้เรียน หากจะต้องตอบคำถามหรือแสดงความคิดเห็น ทำให้ผู้เรียนลดการมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบแสดงความคิดเห็น ทั้งกับผู้สอนและเพื่อนร่วมชั้นเรียนจะเห็นได้ว่าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบปัญหาการเรียนมีความคล้ายกัน ซึ่งต้องพัฒนารูปแบบหรือวิธีการสอน ที่สามารถแก้ไขปัญหานั้นที่กล่าวมาโดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎีและกระบวนการสอนที่มีประสิทธิภาพ เพื่อส่งเสริมการเรียนภาษาไทยให้กับนักศึกษาชาวจีนต่อไป

กรอบแนวคิดการวิจัย

การสอนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศเป็นเรื่องที่ท้าทายและซับซ้อน เนื่องจากมีปัญหหลายด้าน ที่ส่งผลกระทบต่อการเรียนรู้ของผู้เรียน ซึ่งปัญหาที่พบมีทั้งปัญหาภายในของผู้เรียนเองและปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมการเรียนการสอน ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดตามที่ Phonmani (2002) นำมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ปัญหาดังต่อไปนี้ 1) ปัญหาการขาดพื้นฐานในการเรียนภาษาไทยของผู้เรียน 2) ปัญหาผู้เรียนไม่สามารถจำคำศัพท์ได้ 3) ปัญหาผู้เรียนไม่ยอมพูด 4) ปัญหาผู้เรียนออกเสียงไม่ถูก 5) ผู้เรียนเรียงคำในโครงสร้างภาษาไทยไม่ถูก 6) ปัญหาความเข้าใจวัฒนธรรม ประเพณี 7) ผู้เรียนเบื่อการเรียน 8) ผู้เรียนมีข้อจำกัดของเวลาเรียน 9) การขาดตำราที่ใช้สอน และ 10) ผู้เรียนไม่เข้าสังคม จากนั้นประมวลผลการสัมภาษณ์เชิงลึกนักศึกษาชาวจีนที่เรียนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ ด้านการพูดและด้านการฟังจำนวน 12 คน และสัมภาษณ์เชิงลึก อาจารย์ผู้สอนนักศึกษาชาวจีนที่เรียนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ ด้านการพูดและด้านการฟังจำนวน 5 ท่าน นำมาวิเคราะห์ปัญหาการใช้ภาษาไทยด้านการฟังและการพูด ตามรูปแบบการวิจัย และพัฒนา (R&D) ซึ่งผลการศึกษาที่ได้จากการสัมภาษณ์ถือเป็นขั้นตอนของการวิจัย R1 เพื่อสำรวจปัญหาไปสู่อการพัฒนา รูปแบบการจัดการเรียนที่เหมาะสม R2 ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่ใช้วิธีสัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคล (In-depth Interview) ทำให้ผู้วิจัยได้พบปัญหาที่เกิดจากประสบการณ์และมุมมอง (Viewpoint) จากการปฏิบัติของผู้ให้สัมภาษณ์ ซึ่งมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้



กลุ่มเป้าหมาย

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกกลุ่มเป้าหมาย โดยพิจารณาจากคุณสมบัติของอาจารย์และนักศึกษา ดังนี้

1. ผู้เชี่ยวชาญด้านการสอนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศและมีประสบการณ์สอนอย่างต่อเนื่องรวมระยะเวลาไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 5 ท่าน
2. นักศึกษาชาวจีน สาขาวิชาภาษาไทยสำหรับชาวต่างประเทศในระดับอุดมศึกษา ชั้นปีที่ 3 จำนวน 12 คน ซึ่งมาจากหลากหลายสถาบันในประเทศไทย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) เกี่ยวกับปัญหาการใช้ภาษาไทยของนักศึกษาชาวจีน ที่ตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน พิจารณาตรวจค่าดัชนีความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity Index: CVI) ซึ่งค่าดัชนีที่ยอมรับได้คือ 0.8 ขึ้นไป (Davis, 1992) จากนั้นนำมาแก้ไขปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ดังนี้

1. แบบสัมภาษณ์ปัญหาการใช้ภาษาไทยของนักศึกษาชาวจีน สำหรับอาจารย์ผู้สอนภาษาไทยให้นักศึกษาชาวจีนเป็นแบบสัมภาษณ์ด้วยคำถามจำนวน 6 ข้อ มีค่าดัชนีความตรงเชิงเนื้อหา (CVI) เท่ากับ 0.83
2. แบบสัมภาษณ์ปัญหาการใช้ภาษาไทยของนักศึกษาชาวจีน สำหรับนักศึกษาชาวจีน เป็นแบบสัมภาษณ์ด้วยคำถามจำนวน 6 ข้อ มีค่าดัชนีความตรงเชิงเนื้อหา (CVI) เท่ากับ 0.83

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ โดยใช้แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัญหาการใช้ภาษาไทยของนักศึกษาชาวจีน ผู้วิจัยดำเนินการ ดังนี้

1. ผู้วิจัยนำหนังสือขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลให้กับผู้เชี่ยวชาญด้านการสอนภาษาไทยให้นักศึกษาชาวจีน พร้อมทั้งแจ้งวัตถุประสงค์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้และนัดหมายเวลาในการสัมภาษณ์ ตั้งแต่วันที่ 1-31 มีนาคม 2567
2. ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการสอนตามคุณสมบัติที่กำหนดและสัมภาษณ์นักศึกษาชาวจีน ดำเนินการตามเวลาที่นัดหมาย โดยผู้วิจัยจัดบันทึกและบันทึกเสียงไปพร้อม ดังนี้
 - 2.1 ในการดำเนินการสัมภาษณ์โดยผู้วิจัยแนะนำตนเองต่อผู้ให้สัมภาษณ์ พุดคุยเพื่อสร้างบรรยากาศให้คุ้นชิน จากนั้นแจ้งวัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์และใช้เวลาในการสัมภาษณ์ประมาณ 30 นาที พร้อมขออนุญาตบันทึกเทปการสัมภาษณ์
 - 2.2 ผู้วิจัยเริ่มต้นการสัมภาษณ์ตามประเด็นที่กำหนดทั้ง 6 ข้อ ในกรณีที่ผู้วิจัยไม่แน่ใจคำตอบหรือคำพูดบางส่วนของผู้ถูกสัมภาษณ์ที่มีต่อประเด็นการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะสะท้อนกลับสรุปคำพูดของผู้ถูกสัมภาษณ์อีกครั้งเพื่อก่อให้เกิดความชัดเจนในประเด็นนั้นๆ
 - 2.3 เมื่อผ่านระยะเวลาที่เหมาะสมและประเด็นที่ต้องการสัมภาษณ์ได้ดำเนินการสัมภาษณ์ครบทุกประเด็นแล้ว ผู้วิจัยจึงยุติการสัมภาษณ์ โดยสอบถามความคิดเห็นเพิ่มเติมนอกเหนือจากประเด็นที่สัมภาษณ์ไปแล้ว และขอบคุณผู้ให้สัมภาษณ์

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัญหาการใช้ภาษาไทยของนักศึกษาชาวจีน จากผู้เชี่ยวชาญด้านการสอนและนักศึกษาชาวจีน ตรวจสอบความครบถ้วนและความสมบูรณ์มาถอดเทป จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการถอดเทปมาสรุปประเด็นสำคัญ และวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และสร้างข้อสรุปเกี่ยวกับปัญหาการใช้ภาษาไทยของนักศึกษาชาวจีน และนำผลที่ได้เขียนในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ เพื่อนำไปสู่การสรุปผลและอภิปรายผล

ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์จากอาจารย์ที่สอนนักศึกษาชาวจีนและนักศึกษาชาวจีน โดยมีประเด็นเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันและปัญหาการใช้ภาษาไทยของนักศึกษาชาวจีนที่เรียนในสาขาวิชาภาษาไทยสำหรับชาวต่างประเทศ ที่เน้นปัญหาการสื่อสารภาษาไทยในด้านทักษะการพูดและการฟัง ผู้วิจัยได้ผลจากการวิจัยแบ่งประเด็น

ออกเป็น 3 ประเด็น ดังนี้ 1. ปัญหาการสื่อสารภาษาไทยด้านการพูด 2. ปัญหาการสื่อสารภาษาไทยด้านการฟัง และ 3.อุปสรรคในการจัดการเรียนการสอนภาษาไทยให้นักศึกษาชาวจีน ผลการวิจัยมี ดังนี้

1. ปัญหาการสื่อสารภาษาไทยด้านการพูด เป็นปัญหาต่อเนื่องที่เกิดจากการฟังคำที่ไม่มีหน่วยเสียงที่ปรากฏในภาษาจีนซึ่งเป็นภาษาแม่ ส่งผลให้การพูดทำให้ไม่สามารถออกเสียงที่มีความแตกต่างจากภาษาจีนได้ดีเท่าที่ควรจากการและสัมผัสกลุ่มตัวอย่างสามารถสรุปปัญหาการสื่อสารภาษาไทยด้านการพูดของนักศึกษาชาวจีน ดังนี้

1.1 การพูดคำที่มีเสียงพยัญชนะต้น /d/ /t/ และ /b/ /p/ เป็นที่แน่นอนแล้วว่าพยัญชนะต้นดังกล่าว เป็นปัญหาที่สำคัญของนักศึกษาชาวจีนทั้งการฟังและการพูด เนื่องจากเสียงพยัญชนะ /d/ และ /b/ ไม่ปรากฏในระบบเสียงภาษาจีน ทำให้เสียงพยัญชนะต้น /b/ ออกเสียงเป็น /p/ เสียงพยัญชนะต้น /d/ ออกเสียงเป็น /t/ ทั้งนี้การออกเสียงพยัญชนะบางตัวจะมีการกักลมหรือไม่กักลมแตกต่างกัน ทำให้นักศึกษาชาวจีนไม่เข้าใจตำแหน่งที่ถูกต้องของลิ้นและริมฝีปากขณะออกเสียงพยัญชนะต้นเหล่านี้ได้

1.2 การพูดคำที่มีเสียงพยัญชนะท้าย /-k/ /-p/ /-t/ /-m/ ปัญหานี้เกิดจากในเสียงพยัญชนะท้ายของภาษาจีนไม่มีเสียงที่ใกล้เคียงกับเสียงพยัญชนะท้ายของภาษาไทยที่กล่าวมา ส่งผลให้นักศึกษาชาวจีนไม่คุ้นเคยกับการออกเสียงพยัญชนะท้ายในภาษาไทยดังกล่าว ทำให้นักศึกษาจีนมักจะออกเสียงพยัญชนะท้ายตามแบบของภาษาจีน และยังมีความสับสนในการออกเสียง และสลับเสียงพยัญชนะท้าย /-m/ /-n/ /-ŋ/ โดยไม่ได้ตั้งใจ เนื่องจากการออกเสียงที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งปัญหานี้อาจทำให้ความหมายของคำเปลี่ยนไปหรือไม่ชัดเจน ผลที่ตามมาคือนักศึกษารู้สึกไม่มั่นใจในการออกเสียงพยัญชนะท้ายเหล่านี้ ทำให้ไม่กล้าที่จะพูดสื่อสารภาษาไทยออกไป สอดคล้องกับ Yinfei (2019) ที่กล่าวว่า การจัดการเรียนการสอนภาษาไทยในประเทศจีนส่วนมากจะละเลยทักษะการฟัง การพูด จึงทำให้นักศึกษาพัฒนาทักษะการพูดไม่เป็นดังหวังอีกทั้งการที่ไม่คุ้นเคยกับภาษาเวียดนามและภาษาพูดที่ใช้ในชีวิตปัจจุบัน ทำให้เกิดความล้มเหลวในการสื่อสารกับคนไทย รวมถึงการขาดความสามารถทางการอ่านและการใช้คำไม่ถูกบริบททำให้คนไทยไม่สามารถเข้าใจความหมายที่นักศึกษาต้องการจะสื่อ ความยากในการออกเสียงและการจดจำคำศัพท์โดยเฉพาะคำที่ไม่ใช่บ่อย ยิ่งทำให้นักศึกษาไม่กล้าเอ่ยปากพูดคุยภาษาไทยเพราะกลัวใช้คำผิดไวยากรณ์

1.3 การพูดคำที่ประสมด้วยสระเสียงสั้นและเสียงยาว เนื่องจากในภาษาจีนสระเสียงสั้นและสระเสียงยาว ไม่มีผลต่อความหมายเหมือนอย่างภาษาไทย ทำให้นักศึกษาชาวจีนมักจะออกเสียงสระตามแบบของภาษาจีน โดยมักจะออกเสียงสระเสียงยาวให้สั้นลง เช่น คำว่า /ba:n/ อาจออกเสียงเป็น /ban/ /me:/ อาจออกเสียงเป็น /me/ ในคำที่มีหลายพยางค์ นักศึกษาชาวจีน อาจมีปัญหาในการออกเสียงสระสั้นและยาวอย่างสม่ำเสมอ ทำให้คำที่พูดออกมาไม่ชัดเจนและสื่อความหมายผิดไป

1.4 การเรียงลำดับคำในประโยค ปัญหานี้เกิดจากการที่นักศึกษาชาวจีนแปลมาจากภาษาแม่ ทำให้เรียงลำดับคำผิดไป ทั้งนี้เป็นเพราะภาษาไทยและภาษาจีนมีโครงสร้างประโยคที่ต่างกัน ภาษาจีนเป็นภาษาแม่ของนักศึกษาชาวจีนทำให้คุ้นเคยมากที่สุด ส่งผลให้โครงสร้างประโยคภาษาจีน ยังคงมีอิทธิพลต่อการใช้ภาษาไทยในการสื่อสาร ทั้งยังพบปัญหาวางตำแหน่งคำเชื่อมติดที่ซึ่งส่งผลต่อการเรียงลำดับคำในประโยคสอดคล้องกับที่ Jaengsuk (2023) ที่เขียนบทสัมภาษณ์ของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกียรติ เทพช่วยสุข เกี่ยวกับเกิดความรู้ภาษาไทย ที่จะช่วยให้เข้าใจ และเรียนภาษาไทยได้ง่ายขึ้นว่าถึงแม้ภาษาไทยกับจีนจะพูดแบบ ประธาน กริยา กรรม เหมือนกัน แต่โครงสร้างนามวลีของภาษาจีนก็จะมีแตกต่างจากภาษาไทย ดังนั้น แทนที่จะพูดว่า “ฉันกินข้าวสองจาน” หากผู้พูดภาษาจีนพูดประโยคนี้ในภาษาไทยโดยยึดตามโครงสร้างนามวลีของภาษาจีน ก็อาจจะพูดผิดเป็น “ฉันกินสองจานข้าว” นอกจากนี้ยังพบว่านักศึกษาชาวจีนพยายามแปลคำต่อคำจากภาษาจีนเป็นภาษาไทย ซึ่งทำให้เกิดการเรียงลำดับคำผิด อันเนื่องมาจากไวยากรณ์และโครงสร้างประโยคที่ต่างกัน ทำให้ประโยคไม่สมบูรณ์หรือไม่ถูกต้อง ส่งผลให้ความหมายของประโยคเปลี่ยนไป สอดคล้องกับ Kongkaew (2021) ที่กล่าวถึงปัญหาด้านโครงสร้างประโยค การเรียงลำดับคำในโครงสร้างประโยค โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเรียงลำดับส่วนขยายในประโยคที่พบ ทั้งการเรียงลำดับคำในส่วนขยายภาคประธาน ภาคแสดงที่ไม่ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ การเรียงลำดับคำในประโยค อาจเนื่องมาจากอิทธิพลของภาษาแม่ของผู้เรียน รวมทั้งการขาดความรู้ความเข้าใจในโครงสร้างประโยคของภาษาไทยด้วย การออกเสียงไม่ชัดเจนของนักศึกษา อิทธิพลจากการแทรกแซงของภาษาแม่ของผู้เรียน ประสบการณ์การใช้ภาษาที่ยังไม่เพียงพอ และการขาดความระมัดระวังในการใช้ภาษาไทย

จากที่กล่าวมาจะพบปัญหาการสื่อสารภาษาไทยด้านการพูดในด้านต่างๆ พอสมควร ทั้งนี้ปัญหาที่พบไม่ใช่ปัญหาที่มีการเกิดขึ้นเมื่อไม่นานมานี้ แต่เป็นปัญหาที่เกิดขึ้นตั้งแต่แรกเริ่มของผู้เรียนชาวจีนซึ่งผลมาจากสัมผัสดังกล่าวสอดคล้องกับ Choophol (2021) ที่ศึกษาข้อบกพร่องเชิงวัจนปฏิบัติศาสตร์ในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม



ของชาวจีนที่พูดภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ พบว่าข้อบกพร่องที่มากที่สุดคือ ข้อบกพร่องด้านการใช้คำผิดความหมาย รองลงมาคือ ข้อบกพร่องด้านการสลับที่คำ ข้อบกพร่องด้านการออกเสียงพยัญชนะต้นผิด ข้อบกพร่องด้านการวางรูปประโยคผิด และข้อบกพร่องด้านการใช้สระผิด มีจำนวนเท่ากัน ข้อบกพร่องด้านการออกเสียงพยัญชนะท้ายผิด ข้อบกพร่องด้านการออกเสียงวรรณยุกต์ผิด และอันดับสุดท้ายมีจำนวนเท่ากันคือ ข้อบกพร่องด้านการใช้คำที่มีความหมายซ้ำกัน ข้อบกพร่องด้านการใช้คำสรรพนามไม่เหมาะสม และข้อบกพร่องด้านการใช้คำลักษณะนามผิด ข้อบกพร่องเหล่านี้จึงเป็นความท้าทายที่ผู้สอนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศต้องพบเจอและมีวิธีการที่จะทำให้ข้อบกพร่องนี้ลดน้อยลง ส่งผลให้ผู้เรียนสามารถสื่อสารภาษาไทยได้ดีขึ้น

2. ปัญหาการสื่อสารภาษาไทยด้านการฟัง พบปัญหาแตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความแตกต่างของผู้เรียนจากระบบการเรียนที่แตกต่างกันของแต่ละมหาวิทยาลัย กล่าวคือนักศึกษามีพื้นฐานการเรียนที่ไม่เหมือนกันคือบางแห่งให้เรียนภาษาไทยจากที่ประเทศจีนในชั้นปีที่ 1-2 แล้วจึงมาเรียนต่อที่ประเทศไทยในชั้นปีที่ 3-4 นักศึกษาเหล่านี้จะมีพื้นฐานการสื่อสารภาษาไทยที่ค่อนข้างดี และบางแห่งมีการเรียนภาษาไทยมาตั้งแต่ระดับชั้นมัธยมปลายและเข้าศึกษาต่อเนื่องในระดับมหาวิทยาลัยจึงทำให้นักศึกษากลุ่มนี้มีพื้นฐานการสื่อสารภาษาไทยที่ดีกว่ากลุ่มแรก จากการสังเกตและสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่างสามารถสรุปปัญหาการสื่อสารภาษาไทยด้านการฟัง ดังนี้

2.1 การฟังเสียงพยัญชนะต้น /d/ /t/ และ /b/ /p/ ปัญหานี้เกิดจากภาษาจีนและภาษาไทยมีระบบเสียงที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะเสียงพยัญชนะต้นบางเสียงที่ไม่มีในภาษาจีน เช่น เสียง /d/ และ /b/ ทำให้นักศึกษาจีนขาดความคุ้นเคยและยากที่จะแยกแยะเสียงพยัญชนะต้นสองเสียงนี้ ทั้งนี้ทั้งนั้นนักศึกษาชาวจีนมีความพยายามเทียบเสียงภาษาไทยกับเสียงในภาษาจีนที่ให้ใกล้เคียงที่สุด แต่เนื่องด้วยว่ามีข้อจำกัดจากการออกเสียงของเสียงในภาษาไทยที่มีความซับซ้อนกว่า เป็นที่แน่นอนว่าการสับสนระหว่างเสียงอาจทำให้เกิดความเข้าใจผิดในความหมายของคำ ซึ่งมีผลต่อการสื่อสารภาษาไทยของนักศึกษาชาวจีน

2.2 การฟังเสียงพยัญชนะท้าย /-k/ /-p/ และ /-t/ ปัญหานี้เกิดขึ้นจากลักษณะเดียวกันกับข้อที่ผ่านมาคือ ความแตกต่างของโครงสร้างทางเสียงของภาษาไทยและภาษาจีน โดยเฉพาะระบบเสียงพยัญชนะท้าย ภาษาจีนมีระบบเสียงพยัญชนะท้ายที่แตกต่างและจำกัดกว่าภาษาไทยคือไม่มีหน่วยเสียงพยัญชนะท้ายนี้ ทำให้นักศึกษาจีนขาดความคุ้นเคยกับเสียงพยัญชนะท้ายในภาษาไทย คือ /-k/ /-p/ และ /-t/ ส่งผลให้เกิดความสับสนและยากที่จะแยกแยะเสียงเหล่านี้ส่งผลให้การแยกความแตกต่างระหว่างคำที่มีพยัญชนะท้ายต่างกันยากขึ้น และทำให้การเข้าใจความหมายของคำไม่ถูกต้อง

2.3 การฟังเสียงสระ เสียงสั้น และเสียงยาว เป็นที่แน่นอนว่าปัญหาที่เกิดขึ้นนี้หนีไม่พ้นปัญหาหลักที่เกิดมาจากความแตกต่างของระบบเสียงสระระหว่างภาษาไทยและภาษาจีน โดยเฉพาะระบบเสียงสระ ภาษาจีนมีระบบเสียงสระที่แตกต่างจากภาษาไทยอย่างมาก กล่าวคือในภาษาไทย มีการแบ่งเสียงสระเป็นเสียงสั้นและเสียงยาว ซึ่งมีความสำคัญมากต่อความหมายของคำ แต่ในภาษาจีน ไม่มีการแบ่งเสียงสระที่ชัดเจนระหว่างเสียงสั้นและเสียงยาว ด้วยเหตุเช่นนี้จึงทำให้นักศึกษาชาวจีนไม่คุ้นเคยและสับสน ทำให้นักศึกษาจีนขาดความเข้าใจเกี่ยวกับความแตกต่างของเสียงสระเสียงสั้นและเสียงยาวในภาษาไทย ส่งผลให้เกิดความสับสนและยากที่จะแยกแยะ ซึ่งความสั้นยาวของเสียงสระในภาษาไทยสามารถเปลี่ยนความหมายของคำได้ การฟังและแยกความแตกต่างระหว่างเสียงสระสั้นและเสียงสระยาวอาจเป็นสิ่งที่ท้าทายของนักศึกษาชาวจีน

2.4 การฟังเสียงวรรณยุกต์เสียงตรี ปัญหาการฟังเสียงวรรณยุกต์โดยเฉพาะเสียงตรีเป็นอุปสรรคสำคัญสำหรับนักศึกษาชาวจีนที่เรียนภาษาไทย เนื่องจากระบบเสียงวรรณยุกต์ของทั้งสองภาษาแตกต่างกัน กล่าวคือภาษาจีนมีระบบเสียงวรรณยุกต์ที่แตกต่างจากภาษาไทยอย่างสิ้นเชิง ทั้งในแง่จำนวนเสียงวรรณยุกต์ และความหมายที่สื่อถึง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเสียงตรีในภาษาไทยมีความสูงกว่าเสียงวรรณยุกต์ทุกเสียงในภาษาจีน ส่งผลให้นักศึกษาจีนมีปัญหาในการรับรู้ความแตกต่างของระดับเสียงวรรณยุกต์ในภาษาไทย ซึ่งปัญหานี้อาจทำให้การฟังและการออกเสียงผิดพลาด และส่งผลต่อความหมายของคำที่พูดสื่อสารออกไปได้สอดคล้องกับสอดคล้องกับที่ Jaengsuk (2023) จากบทสัมภาษณ์เดิมในช่วงต้นว่า เสียงวรรณยุกต์ในภาษาไทยถือเป็นสิ่งที่ท้าทายผู้เรียนชาวต่างชาติมากที่สุดเลยทีเดียว ในบรรดาภาษาแม่ของผู้เรียนภาษาไทยเป็นภาษาต่างประเทศ มีเพียงไม่กี่ภาษาเท่านั้นที่จะมีเสียงวรรณยุกต์ใช้กัน เช่น ภาษาจีน เวียดนาม แต่ก็ไม่ควรจะตรงกันกับวรรณยุกต์ในภาษาไทย ลองให้ชาวต่างชาติพูดประโยค “ไม่ ไหม ไม่ ไหม” หากออกเสียงวรรณยุกต์ไม่ตรงคีย์ คนฟังก็อาจจะไม่เข้าใจความ หรืออาจจะรู้สึกว่าคุณพูดกำกวมๆ เหมือนกันซ้ำๆ 4 ครั้งก็ได้ วรรณยุกต์เป็นส่วนที่สำคัญมาก คำบางคำเมื่อเปลี่ยนเสียงวรรณยุกต์ ความหมายก็เปลี่ยนไปเลย”

จากผลการวิจัยพบว่าปัญหาการฟังที่กล่าวมาในช่วงต้นสอดคล้องกับ Wiboolyasarin (2020) กล่าวว่า ปัญหาการเรียนของนักศึกษาชาวจีนที่เรียนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ อาจเกิดความแตกต่างระหว่าง ภาษาต่างประเทศกับภาษาแม่ของตน การจัดการเรียนการสอนภาษาไทยแก่ผู้เรียนชาวไทยไม่เหมือนกับการจัดการเรียน การสอนภาษาไทยแก่ผู้เรียนชาวต่างประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่ได้รับภาษาอื่นมาก่อนแล้ว จึงอาจเกิดปัญหาภาษาแม่มีอิทธิพลต่อ การเรียนการสอนภาษาต่างประเทศ

3. อุปสรรคในการจัดการเรียนการสอนภาษาไทยให้นักศึกษาชาวจีน ปัจจุบันสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับผู้เรียน ภาษาคือโปรแกรมแปลภาษาต่างๆ ถือเป็นอีกตัวช่วยที่สำคัญสำหรับชาวต่างชาติในการสื่อสารภาษาไทย มีความสะดวก รวดเร็ว สามารถสื่อสารได้ทันที แต่ในความสะดวกรวดเร็วนั้นกลับเป็นอุปสรรคต่อการเรียนรู้ภาษา กล่าวคือ ถึงแม้ผู้เรียน จะสามารถสื่อสารได้แต่ผู้เรียนจะไม่เกิดทักษะที่สามารถสื่อสารด้วยตนเองได้ อีกทั้งโปรแกรมแปลต่างๆ ก็อาจมีข้อผิดพลาด เกิดขึ้นได้ โดยไม่สามารถจะแปลข้อความทุกอย่างได้ถูกต้องตามบริบทการสื่อสารที่ต้องการหรือความหมายที่ซ่อนอยู่ ส่งผลให้ ผู้เรียนขาดทักษะการใช้ภาษาในการสื่อสาร เนื่องจากผู้เรียนพึ่งพาโปรแกรมแปลภาษามากเกินไป ทำให้ขาดการฝึกฝนทักษะ การฟัง พูด ทั้งนี้ยังเกิดความผิดพลาดในการแปลผ่านโปรแกรมแปลภาษา โดยเฉพาะในประโยคที่ซับซ้อนหรือมีสำนวนเฉพาะ รวมไปถึงขาดการพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์ เนื่องจากผู้เรียนไม่ต้องคิดวิเคราะห์ภาษาเอง ทำให้ขาดการพัฒนาทักษะการคิด เชิงวิพากษ์

จากอุปสรรคที่กล่าวในช่วงต้นนำไปสู่ผลกระทบต่อการเรียนรู้การสื่อสารภาษาไทย ด้วยเหตุที่ผู้เรียน พึ่งพาโปรแกรมมากเกินไประบบไม่กล้าที่จะใช้ภาษาในการสื่อสารเอง เกิดการเรียนรู้ที่ไม่ต่อเนื่อง การแปลที่ผิดพลาดอาจทำให้ เกิดความสับสนและเข้าใจผิด ส่งผลให้ผู้เรียนขาดความมั่นใจในการใช้ภาษา ขาดพัฒนาการทางภาษาและขาดการฝึกฝน อย่างต่อเนื่องทำให้ทักษะทางภาษาไม่พัฒนาไปในระยะยาว การพึ่งพาโปรแกรมแปลภาษาส่งผลให้ผู้เรียนขาดความเข้าใจ ในโครงสร้างและไวยากรณ์ของภาษาไทย รวมถึงความหมายที่ซับซ้อนและวัฒนธรรมที่แฝงอยู่ในภาษา นอกจากนี้ยังทำให้ ผู้เรียนขาดทักษะในการสร้างประโยคและการสื่อสารที่เป็นธรรมชาติ ดังนั้นการเรียนรู้ภาษาด้วยวิธีการที่หลากหลาย เช่น การฝึกพูดคุยกับเจ้าของภาษา การอ่านหนังสือภาษาไทย และการเขียนเป็นประจำ จึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากสอดคล้องกับ Yaithong & Iamsam-ang (2021) ที่พบปัญหาในการเรียนของนักศึกษาชาวจีนคือการเรียงประโยคโดยการแปล จากโปรแกรมแปลภาษา เช่น ระบบแปลภาษาของกูเกิล ดังนั้นการฝึกทักษะการสื่อสารต้องมีความสมดุลระหว่างเทคโนโลยี และวิธีการเรียนรู้ที่เหมาะสม จะช่วยให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาไทยด้วยการฟังและการพูดได้อย่างเต็มที่ และมีประสิทธิภาพ

สรุปผลการวิจัย

ปัญหาการใช้ภาษาไทยในการสื่อสารด้านการพูดและการฟังของนักศึกษาชาวจีนที่เรียนภาษาไทยในฐานะ ภาษาต่างประเทศ ประการแรกคือปัญหาการสื่อสารภาษาไทยด้านการพูด ปัญหานี้มีผลมาจากปัญหาด้านการฟัง กล่าวคือ การพูดคำที่มีเสียงพยัญชนะ /d/ /t/ และ /b/ /p/ นักศึกษาจีนมีปัญหาในการออกเสียงพยัญชนะต้นเหล่านี้เนื่องจากไม่มี ในภาษาจีน ทำให้เสียงพยัญชนะต้น /b/ ถูกออกเสียงเป็น /p/ และ /d/ ออกเสียงเป็น /t/ ปัญหาต่อมาคือการพูดคำที่มีเสียง พยัญชนะท้าย /-k/ /-p/ และ /-t/ /-m/ นักศึกษาจีนขาดความคุ้นเคยกับเสียงพยัญชนะท้ายเหล่านี้ในภาษาไทย ทำให้เกิด การสับสนและมักออกเสียงตามแบบของภาษาจีน ส่งผลให้ความหมายของคำผิดพลาดและการสื่อสารไม่ชัดเจน ถัดมาเป็น ปัญหาเกี่ยวกับการพูดคำที่ประสมด้วยสระเสียงสั้นและเสียงยาว นักศึกษาจีนมักจะออกเสียงสระเสียงยาวให้สั้นลงและเสียงสั้น ให้ยาวขึ้น เนื่องจากในภาษาจีนสระเสียงสั้นและเสียงยาวไม่มีผลต่อความหมายเหมือนในภาษาไทย ทำให้การออกเสียง ไม่ชัดเจนและความหมายของคำเปลี่ยนไป ปัญหาสุดท้ายคือการพูดลำดับคำในประโยค นักศึกษาจีนมักแปลประโยค จากภาษาแม่ ทำให้ลำดับคำในประโยคภาษาไทยผิดพลาด การเลือกใช้คำไม่เหมาะสมกับบริบท และมีปัญหาการใช้คำเชื่อม ที่ไม่ถูกต้อง ทำให้ประโยคไม่สมบูรณ์หรือไม่ถูกต้อง ส่งผลให้ความหมายของประโยคเปลี่ยนไป

ประการต่อมาคือปัญหาการฟังเสียงพยัญชนะต้น /d/ /t/ และ /b/ /p/ ปัญหาเกิดจากความแตกต่าง ของระบบเสียง ระหว่างภาษาไทยและภาษาจีน นักศึกษาจีนมักสับสนและแยกแยะเสียงพยัญชนะต้นเหล่านี้ได้ยาก ซึ่งอาจนำไปสู่ความเข้าใจ ผิดในความหมายของคำ ประการต่อมาการฟังเสียงพยัญชนะท้าย /-k/ /-p/ และ /-t/ เนื่องจากภาษาจีนไม่มีเสียงพยัญชนะ ท้ายเหมือนภาษาไทย นักศึกษาจีนจึงขาดความคุ้นเคยและเกิดความสับสนในการแยกแยะเสียงพยัญชนะท้ายเหล่านี้ ส่งผลให้ การเข้าใจความหมายของคำผิดพลาด ถัดมาการฟังเสียงสระ เสียงสั้น และเสียงยาว ในภาษาไทยมีการแบ่งเสียงสระเป็นเสียง



สั้นและเสียงยาว ซึ่งมีความสำคัญต่อความหมายของคำ แต่ในภาษาจีนไม่มีการแบ่งเสียงสระเช่นนี้ทำให้นักศึกษาจีนสับสนและยากที่จะแยกแยะเสียงสั้นและเสียงยาวในภาษาไทย และสุดท้ายการฟังเสียงวรรณยุกต์เสียงตรี เสียงวรรณยุกต์ในภาษาไทยและภาษาจีนมีความแตกต่างกัน นักศึกษาจีนจึงมีปัญหาในการรับรู้และแยกแยะระดับเสียงที่ละเอียดอ่อนของเสียงวรรณยุกต์ โดยเฉพาะเสียงตรี ซึ่งอาจส่งผลต่อความหมายของคำที่พูดสื่อสารออกไป

ประการสุดท้ายคืออุปสรรคในการจัดการเรียนการสอนภาษาไทยให้นักศึกษาชาวจีน คือผู้เรียนพึ่งพาโปรแกรมแปลภาษา ทำให้ผู้เรียนขาดทักษะการสื่อสารด้วยตนเอง ไม่พัฒนาทักษะการฟัง พูด และการคิดวิเคราะห์ เกิดการแปลผิดพลาดในประโยคที่ซับซ้อนหรือมีสำนวนเฉพาะ ทำให้เกิดความสับสนและเข้าใจผิด ส่งผลให้ขาดการฝึกฝนทักษะการสื่อสาร เกิดจากการที่ผู้เรียนไม่กล้าใช้ภาษาในการสื่อสารเอง ขาดความเข้าใจในโครงสร้างและไวยากรณ์ของภาษาไทย รวมถึงวัฒนธรรมที่แฝงอยู่ในภาษา ถึงแม้โปรแกรมแปลภาษาจะมีประโยชน์ในบางสถานการณ์ แต่ไม่สามารถทดแทนการเรียนรู้และฝึกฝนทักษะการสื่อสารที่มีคุณภาพได้ การเรียนรู้ภาษาด้วยวิธีการที่หลากหลายที่ผู้เรียนพึงกระทำคือ การฝึกพูดคุยกับเจ้าของภาษา การอ่านหนังสือ และการเขียนเป็นประจำเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างมากในการพัฒนาทักษะทางภาษาให้มีประสิทธิภาพ

จากผลการวิจัยทำให้ผู้วิจัยทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้นกับนักศึกษาชาวจีนที่เรียนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ เพื่อนำไปพัฒนารูปแบบการสอนที่เหมาะสมในการแก้ปัญหาการสื่อสารด้านการพูดและการฟัง ทำให้นักศึกษาชาวจีนมีทักษะด้านการพูดและการฟังภาษาไทยมีการพัฒนาที่ดีขึ้น จากผลการวิจัยดังกล่าวมีความน่าสนใจในประเด็นที่ความทันสมัยของเทคโนโลยีกลับกลายมาเป็นอุปสรรคในการเรียนรู้ภาษาของนักศึกษาชาวจีน เนื่องจากนักศึกษาชาวจีนพึ่งพาเทคโนโลยีมากเกินไปทำให้การเรียนรู้ภาษาด้วยตนเองไม่มีความธรรมชาติเกิดการเรียนรู้ที่ผิดไป

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

งานวิจัยนี้มีประโยชน์ต่อการพัฒนาการจัดการเรียนรู้ของนักศึกษาชาวต่างประเทศ ตามกรอบสมรรถนะของสาขาวิชาที่กำหนดไว้ สามารถนำไปพัฒนานักศึกษาชาวต่างประเทศให้มีผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง มีทักษะในการสื่อสารภาษาไทย บูรณาการความรู้ทางภาษาไทยเพื่อเตรียมความพร้อมในการประกอบอาชีพได้อย่างดีและมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

ผลจากการวิจัยสามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาการจัดการเรียนรู้เกี่ยวกับทักษะการสื่อสารภาษาไทยด้านการฟังและการพูดให้กับนักศึกษาชาวจีนที่เรียนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ ให้มีความเข้าใจอันดีต่อการเรียนภาษาไทย สามารถใช้ภาษาไทยในการสื่อสารได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมกับบริบทของการสื่อสาร

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ศึกษาปัญหาการสื่อสารภาษาไทยด้านการอ่านและการเขียนของนักศึกษาชาวจีนที่เรียนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ

ข้อจำกัดการวิจัย

ปัญหาการสื่อสารภาษาไทยด้านการฟังและการพูดนั้น เกิดข้อจำกัดที่แตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับผู้เรียนที่ต้องการเรียนรู้ภาษาไทยเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ที่มีความจำเพาะของแต่ละบุคคล

References

- Choophol. K. (2021). Pragmatic Failure in Intercultural Communication of Chinese Speakers Who Have Thai as a Foreign Language. *Humanities and Social Sciences Journal, Ubon Ratchathani Rajabhat University*, 12(1),157-170.
- Davis, L. L. (1992). *Instrument review: Getting the most from a panel of experts. Applied Nursing Research*, 5(4),194-197. doi:[https://doi.org/10.1016/S0897-1897\(05\)80008-4](https://doi.org/10.1016/S0897-1897(05)80008-4)



- Jaengsu, P. (2023). *Invite foreign friends to learn Thai: Thai language knowledge tips to help understand and learn Thai language more easily*. Retrieved September 2024, from <https://www.chula.ac.th/highlight/119634/>
- Kasemchok, K. (2021). Nation Status Discrimination: Language Imperialism in English Teaching. *Education Journal Nakhon Sawan Rajabhat University*, 4(2),1-9.
- Kongkaew, W. (2021). Thai Language Usage Problems of Chinese Students Majoring in Thai Language, Yunnan Agricultural University, People's Republic of China. *Journal of Humanities and Social Sciences Bansomdejchaopraya Rajabhat University*, 15(2),147-170. doi:10.14456/bsru-husocj.2021.18
- Lee, B. D. (2020). Learning and Teaching in Hankuk University of Foreign Studies, Korea. *Journal Humanities and social sciences Chiang Mai Rajabhat University*, 2(2),3-19.
- Nukitrangsan, K. & Chantrapaha, K. (2021). A preliminary study on Chinese students in Thailand. Bangkok : National Research Council of Thailand (NRCT).
- Noilublao, P. (2020). Teaching Speaking of Thai Conversation in Daily Life for Chinese Students in New Normal. *Proceeding Report of Thai language and Culture Network (3th)*. 83-102. Faculty of Humanities, Ramkhamhaeng University.
- Phonmani, S. (2002). *Foundations of Teaching Thai As a Foreign Language*. Bangkok : Chulalongkorn University Book Center.
- Wiboolyasarin, W. (2020). *Teaching Thai as a Foreign Language: Concepts into Practice*. Bangkok : Faculty of Humanities and Social Sciences Suan Dusit University.
- Yinfei, C. (2019). *The learning situation of undergraduate Chinese Students majoring in thai language at universities in Yunnan Province, china (Unpublished master's thesis)*. Srinakharinwirot University, Bangkok, Thailand.
- Yaithong, P. & Iamsam-ang, A. (2021). *An Invesitgation of Thai Language Usage of Chinese Students, Department of Applied Thai, the Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon*. Bangkok : Rajamangala University of Technology Phra Nakhon.



สุนทรียะการจัดองค์ประกอบภาพในงานวิดีโอแนวตั้ง

Esthetic of Composition in Vertical Video

ณัฐวุฒิ สิงห์หนองสง
Nutthawut Singnongsuang

Article History

Receive: July 2, 2024

Revised: August 30, 2024

Accepted: September 3, 2024

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายลักษณะการจัดองค์ประกอบที่เหมาะสมสำหรับการใช้งานวิดีโอแนวตั้ง และเป็นแนวทางการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่านวิดีโอแนวตั้งที่กำลังได้รับความนิยมตอบสนองพฤติกรรมการรับชมสื่อแนวตั้งของผู้ใช้งานในปัจจุบัน การสื่อสารผ่านโทรศัพท์มือถือในรูปแบบสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต ซึ่งเปรียบเสมือนช่องทางการสื่อสาร (Channel) ได้เปลี่ยนลักษณะเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าแนวอนมาเป็นแนวตั้ง ดังนั้นภาพที่ใช้ในการสื่อสารผ่านสื่อจึงได้เปลี่ยนรูปลักษณะตามลักษณะของช่องทางการสื่อสาร โดยที่ องค์ประกอบของสร้างสรรค์ผลงานวิดีโอแนวตั้งที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ เช่น กฎของที่ว่าง กฎสามส่วน ฉากหน้า ความสมดุล มุมภาพ และขนาดของภาพ ซึ่งการวางบุคคลหรือวัตถุให้อยู่ตรงกลางของภาพเพื่อให้ผลงานภาพเคลื่อนไหวในแนวตั้งมีความสวยงามด้านศิลปะและนำไปใช้ประโยชน์ในด้านการสื่อสารต่อไป ข้อควรระวังในการถ่ายวิดีโอแนวตั้งคือการรักษาสมดุลของภาพ คือการเหลือพื้นที่ว่างของภาพ โดยเฉพาะด้านบนหรือด้านล่างของภาพไม่ควรเหลือพื้นที่ว่างมากเกินไป พื้นที่ของวิดีโอแนวตั้งจะมีพื้นที่ให้วางอักษรหรือกราฟิกประกอบน้อย ดังนั้นในกรณีต้องใช้อักษรหรือกราฟิกประกอบควรเหลือพื้นที่ในการวางโดยสามารถวางทับตัวบุคคลหรือวัตถุในภาพได้ซึ่งขนาดภาพที่เหมาะสมจะเป็นภาพระยะปานกลาง และภาพระยะไกล จุดเด่นขององค์ประกอบภาพวิดีโอแนวตั้งคือความลึกหรือทัศนมิติ (Perspective) ของภาพ

คำสำคัญ : วิดีโอแนวตั้ง ; การจัดองค์ประกอบภาพ ; สุนทรียะ ; ขนาดภาพ ; สมาร์ทโฟน

ABSTRACT

This academic article aims to describe the appropriate composition techniques for vertical video applications and to provide applicative guidelines for communication through vertical videos, which are popular in response to the current vertical viewing behavior of users. As communication through mobile devices such as smartphones and tablets has shifted from horizontal to vertical orientation, the visual content has also changed. The elements of vertical video creation that can be applied include the rule of negative space, the rule of thirds, foreground, balance, camera angle, and image size. Positioning subjects or objects in the center of the frame can enhance the artistic value of vertical motion graphics and improve communication effectiveness. In vertical video shooting, it is crucial to be careful of the balance by ensuring the empty space, especially at the top or bottom of the frame, should not be too excessive. Due to the limited space in vertical videos, placing text or graphics may require overlapping with subjects or objects in the frame. Medium and long shots are generally considered suitable for vertical videos. The distinguishing feature of vertical video composition is the depth or perspective of the image.

Keywords : Vertical Video ; Visual Composition ; Aesthetics ; Image Size ; Smartphones

บทนำ

ยุคการสื่อสารไร้พรมแดนในปัจจุบันเทคโนโลยีด้านการสื่อสารมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเทคโนโลยีของโทรศัพท์มือถือหรือสมาร์ตโฟนที่ถูกพัฒนาต่อเนื่องอย่างไร้ขีดจำกัด ทำให้ผู้ส่งสาร (Sender) สามารถทำกิจกรรมทุกอย่างผ่านสมาร์ตโฟนอาทิเช่น การทำธุรกรรมทางการเงิน ดูหนัง ฟังเพลง ทำงาน รับข้อมูลข่าวสาร ซื้อขายสินค้า ถ่ายภาพ บันทึกวิดีโอ ตัดต่อภาพเคลื่อนไหว เป็นต้น คุณลักษณะเด่นของสมาร์ตโฟนถูกออกแบบมาให้ใช้งานในแนวตั้ง ทำให้ผู้ใช้งานต่างคุ้นเคยกับการใช้งานในแนวตั้ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการถ่ายภาพเคลื่อนไหวก็บันทึกภาพในแนวตั้ง โดยที่สื่อสังคม (Social Media) หลายแพลตฟอร์มต่างออกแบบการใช้งานเพื่อตอบสนองผู้บริโภคที่รองรับใช้ภาพเคลื่อนไหวในแนวตั้งได้โดยไม่ต้องพลิกมือถือเป็นแนวนอน ซึ่งวิดีโอแนวตั้งกำลังได้รับความนิยมด้วยเนื้อหา ผู้ชมที่เข้าชมสื่อมักจะรับชมผ่านทางโทรศัพท์มือถือโดยใช้การรับชมในลักษณะแนวตั้งเป็นปกติ โดยที่ผู้ชมคิดว่าการตะแคงมือถือในแนวนอนเพื่อชมวิดีโอ นั้นติดขัดและยุ่งยาก พฤติกรรมการใช้เครื่องมือการสื่อสารในปัจจุบันได้ถูกเปลี่ยนไปตามเครื่องมือที่ใช้ ซึ่งเมื่อผู้ใช้งานสมาร์ตโฟนยอมรับการบันทึกภาพวิดีโอและรับชมภาพเคลื่อนไหวในรูปแบบแนวตั้งบนสมาร์ตโฟนในชีวิตประจำวันแล้วทำให้ผู้ผลิตและสร้างสรรค์สื่อต่างปรับตัวตามพฤติกรรมการรับชมภาพเคลื่อนไหวของผู้บริโภคหรือผู้รับสารที่เปลี่ยนไป เช่น การปรับตัวของเพชบุรีในการให้ผู้ใช้งานสามารถลงวิดีโอในอัตราส่วนภาพที่หลากหลายขึ้น นักวางแผนการตลาดใช้กลยุทธ์การโฆษณาแนวตั้งเพื่อให้ผู้ใช้งานสมาร์ตโฟนเห็นเต็มหน้าจอและออกแบบการจัดวางภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมไปถึงการทำวิดีโอรายงานข่าวเป็นแนวตั้งของสำนักข่าวออนไลน์ เพื่อตอบสนองพฤติกรรมการรับชมสื่อแนวตั้งของผู้ใช้งานโดยที่ผู้ใช้งานเองไม่จำเป็นต้องเสียเวลาพลิกหน้าจอสมาร์ตโฟนเป็นแนวนอนอีกต่อไป การปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอของผู้สร้างสรรค์สื่อเหล่านี้เองล้วนสร้างความเคยชินให้กับผู้ใช้งานในการรับชมวิดีโอแนวตั้ง โดยที่พวกเขาเองอาจจะไม่ได้ตระหนักมาก่อนว่าการถ่ายทำและการรับชมวิดีโอแนวตั้งนี้เองได้แทรกซึมเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันเป็นที่เรียบร้อยแล้ว (Chaowanich & Taiphapoon, 2024)

การสื่อสารผ่านสมาร์ตโฟนในปัจจุบันขนาดภาพได้ถูกเปลี่ยนไปตามเทคโนโลยีการสื่อสารจากวิดีโอแนวนอนเป็นวิดีโอแนวตั้งมากขึ้น ซึ่งการเป็นผู้สร้างสรรค์งานด้านการสื่อสารจำเป็นต้องทำความเข้าใจที่ต้องทำความเข้าใจของภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งควรตระหนักถึงประเด็นสำคัญของงาน “ภาพ” อันเป็นพื้นฐานแรกของการเล่าเรื่องก่อนจะนำเสนอความตื่นตาตื่นใจของเทคโนโลยี นวัตกรรม อันทันสมัยที่กำลังจะผสมผสานเข้าไปในงาน (Waitayasin, 2016) ภาพเคลื่อนไหวที่ปรากฏบนจอสี่เหลี่ยมผ่านสมาร์ตโฟนที่ถูกใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารนั้น เป็นสิ่งที่ถูกจัดวางเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการดำเนินเรื่องหรือการเล่าเรื่องราวที่ต้องการสื่อสารผ่าน “การจัดองค์ประกอบของภาพ (Composition)” ดังนั้นการให้ความสำคัญในการจัดองค์ประกอบของภาพ จึงเกี่ยวข้องกับการสื่อสารความหมาย การจัดวางวัตถุในภาพให้โดดเด่น โดยที่ในยุคก่อนลักษณะของการใช้ขนาดภาพเคลื่อนไหวในการสื่อสารผ่านสื่อจะเป็นขนาด 4:3 หรือ 16:9 ซึ่งจะเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าแนวนอน

แต่ในปัจจุบันอุปกรณ์การสื่อสารโดยเฉพาะโทรศัพท์มือถือในรูปแบบสมาร์ทโฟน และแท็บเล็ต ซึ่งเปรียบเสมือนช่องทางการสื่อสาร (Channel) ได้เปลี่ยนลักษณะเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าแนวนอนมาเป็นแนวตั้ง ดังนั้นภาพที่ใช้ในการสื่อสารผ่านสื่อจึงได้เปลี่ยนรูปลักษณะตามลักษณะของช่องทางการสื่อสาร โดยที่เราเรียกว่า ภาพวิดีโอแนวตั้ง

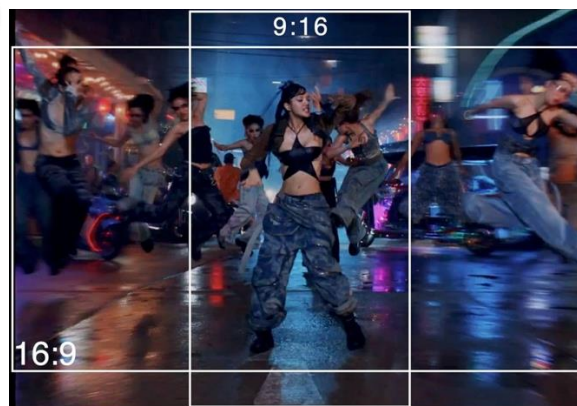
ช่องทางการสื่อสารได้เปลี่ยนไปจากในอดีตในวันที่โทรศัพท์ไม่ได้ถูกใช้เพียงเพื่อโทรหาใครสักคน งานวิจัยหลายชิ้นบ่งชี้ว่าคนเราเริ่มหันมาดูหนัง ฟังเพลง ดูละคร ดูซีรีส์ ทวีต ผ่านทางโทรศัพท์เกินกว่าร้อยละห้าสิบ เป็นการบ่งชี้ว่าพฤติกรรมบริโภคสื่อนั้นเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งส่งผลให้รูปแบบของเนื้อหาที่น่าสนใจต้องมีการเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย สิ่งหนึ่งที่เห็นได้ชัดคือการทดลองเล่าเรื่องผ่านภาพในแนวตั้ง (Vertical) ซึ่งเข้ากันได้ดีกับรูปทรงของโทรศัพท์มือถือที่มีด้านยาวยาวกว่าด้านกว้าง ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยให้การดูผ่านโทรศัพท์มือถือมีความสะดวกมากขึ้นเท่านั้น หากแต่ยังช่วยขยายขอบเขตของบริบทในการเล่าให้มีความสอดคล้อง เกี่ยวข้องกับโลกในยุคปัจจุบัน ทั้งการแชท วิดีโอคอล การไลฟ์ การโพสต์สตอรี่ เป็นต้น อีกทั้งยังช่วยสร้างความแปลกตา และอารมณ์ที่แปลกออกไปจากการดูอะไรแบบเดิมด้วย (Serisamran, 2023)

ความสำคัญของการเลือกอัตราส่วนกรอบภาพ (Aspect Ratio) ในงานวิดีโอ นั้นส่งผลต่อชิ้นงาน และตามเทคโนโลยีของสื่อซึ่งจะส่งผลต่อการรับสารของผู้รับสาร ดังจะเห็นได้จากมิวสิกวิดีโอของลิซ่าตัวใหม่ที่ชื่อ ร็อคสตาร์ ที่รับชมผ่านยูทูปจะมีขอบสีดำที่ด้านข้างของจอ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ตัวอย่างขนาดภาพที่ใช้ในงานมิวสิกวิดีโอของลิซ่า ขนาดภาพ 1.43:1
ที่มา : LLOUD Official (2024)

ในผลงานมิวสิกวิดีโอดังกล่าวอัตราส่วนกรอบภาพที่ใช้คือ 1.43:1 สัดส่วนที่เราเห็นในมิวสิกวิดีโอของลิซ่าตัวใหม่ที่ชื่อ ร็อคสตาร์ เป็นสัดส่วนเดียวกับหนังที่ฉายในระบบ IMAX คือ 1.43:1 ไม่ใช่สัดส่วน 16:9 ที่เราคุ้นเคยกันเวลาเปิดในยูทูป เวลาโพสจะเป็น FullHD หรือ 4K ซึ่งเป็นสัดส่วนเต็มจอเมื่อดูบน TV ในปัจจุบัน (16:9) ดังนั้นเวลาเราเปิดดูบน Youtube ที่กำหนดสัดส่วนแบบ 16:9 หรือ FullHD (4K) ทำให้เห็นขอบดำน่าจะนำเอาสัดส่วน 1.43:1 อันนี้ไปทำเป็นวิดีโอแนวตั้งเพื่อลงในช่องทางอื่นต่อไปได้ง่าย ดังภาพที่ 2 (Pigusso, 2024)



ภาพที่ 2 ตัวอย่างแสดงขนาดภาพที่ใช้ในงานมิวสิกวิดีโอของลิซ่า
ที่มา : Pigusso (2024)

จากภาพที่ 2 จะพบว่าการสร้างสรรค์ผลงานดังกล่าวใช้การถ่ายทำครั้งเดียวเพื่อใช้งานได้ทั้งวิดีโอแนวตั้งและวิดีโอแนวนอน โดยจะวางองค์ประกอบบุคคลสำคัญหรือตัวเอกของเรื่องไว้บริเวณตรงกลางของภาพ ในส่วนผลงานที่เป็นอัตราส่วนกรอบภาพที่เป็นวิดีโอแนวตั้ง 9:16 จะเห็นตัวนักแสดงตัวเอกเป็นหลัก และอัตราส่วนกรอบภาพที่เป็นวิดีโอแนวตั้ง 9:16 จะเห็นทั้งตัวเอกและนักแสดงประกอบด้านข้างด้วย

ในการนี้ การสร้างสรรค์ผลงานในปัจจุบันต้องคำนึงถึงการเลือกใช้อัตราส่วนกรอบภาพที่เหมาะสมกับสื่อหรือเครื่องมือของผู้รับสาร และภาพวิดีโอแนวตั้งที่ใช้ในการสื่อสารผ่านเครื่องมือสื่อสารในปัจจุบันจึงได้เปลี่ยนไปจากในอดีต ซึ่งสิ่งที่น่าสนใจที่ช่างภาพหรือนักการสื่อสารต้องทำความเข้าใจคือการจัดองค์ประกอบภาพ ในการจัดวางวัตถุที่เปลี่ยนไป โดยที่แนวทางในการจัดองค์ประกอบภาพในรูปแบบเดิมอาจจะไม่เหมาะสมกับการจัดองค์ประกอบภาพในรูปแบบวิดีโอแนวตั้ง ดังนั้นบทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายลักษณะการจัดองค์ประกอบที่เหมาะสมสำหรับการใช้งานวิดีโอแนวตั้ง

แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการทัศนวิดิโอแนวตั้ง

การสื่อสารในยุคปัจจุบันคนส่วนใหญ่ใช้สมาร์ทโฟนทั้งในการทำงาน เพื่อความบันเทิงส่วนตัว และรับข้อมูลข่าวสารในทุกช่วงเวลาของชีวิต ดังนั้นการสร้างงานด้านการสื่อสารในปัจจุบันผู้สร้างสรรค์ต้องทำความเข้าใจอัตราส่วนในการแสดงผลผ่านสื่อออนไลน์ ซึ่งแต่ละประเภทก็มีการแสดงผลที่แตกต่างกัน โดยที่แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียส่วนใหญ่ เช่น อินสตาแกรม ยูทูบ และ ดิกด็อก ต่างต้องใช้อัตราส่วนกรอบภาพที่แตกต่างกันสำหรับโพสต์แบบวิดีโอ แต่แทนที่จะสร้างวิดีโอใหม่สำหรับแต่ละแพลตฟอร์ม การปรับขนาดวิดีโอเดียวกันจะช่วยให้ผู้สร้างสรรค์ผลงานประหยัดเวลาและเงินได้อย่างมาก รวมถึงสามารถเพิ่มการเข้าถึงเนื้อหาในผลงานของเราได้เช่นกัน (Needle, 2021) อัตราส่วนกรอบภาพคือขนาดระหว่างความกว้างและความสูงของวิดีโอในหน่วยพิกเซล ซึ่งโดยพื้นฐานแล้วจะอธิบายรูปแบบของวิดีโอของคุณ เช่น วิดีโอยูทูบจะเป็นแบบจอกว้าง และเนื้อหาในสตอรี่บนอินสตาแกรมจะเป็นแบบแนวตั้ง อัตราส่วนกรอบภาพจะแสดงในรูปแบบของ "ความกว้าง: ความสูง" ตัวอย่างเช่น อัตราส่วนจอกว้างที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ 16:9 ซึ่งเหมาะสำหรับวิดีโอ ยูทูบ, วีมีโอ (Vimeo) และภาพหน้าปกของเฟซบุ๊ก (Passaris, 2023) โดยที่อัตราส่วนกรอบภาพ (Aspect Ratio) หมายถึง สัดส่วนความแตกต่างกันของด้านกว้าง และด้านยาวของงานวิดีโอโดยอัตราส่วนภาพที่ใช้กันเป็นระบบสากล มีดังต่อไปนี้

1. อัตราส่วนภาพแบบ 4:3 เป็นอัตราส่วนกรอบภาพสำหรับโทรทัศน์อนาล็อก วิดีโอเกมในยุคก่อนๆ ระบบกล้องวิดีโอรุ่นเก่า

2. อัตราส่วนภาพแบบ 3:2 เป็นอัตราส่วนกรอบภาพที่ใช้สำหรับระบบการเก็บภาพนิ่งของกล้องถ่ายรูป SLR ทั้งแบบฟิล์มและดิจิทัล

3. อัตราส่วนภาพแบบ 16:9 เป็นอัตราส่วนกรอบภาพสำหรับการแสดงผลที่เป็นมาตรฐานของโทรทัศน์ความละเอียดสูง (Full HD) คือเครื่องรับโทรทัศน์ในปัจจุบัน กล้องวิดีโอ กล้องบันทึกภาพนิ่ง DSLR และจอแสดงผลแบบ Widescreenของคอมพิวเตอร์ มีลักษณะเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้ามีพื้นที่ของภาพที่มากกว่าในแนวนอนได้รับความนิยมในการผลิตสื่อในปัจจุบัน

4. US Widescreen Cinema Standard 1.85:1 เป็นอัตราส่วนกรอบภาพที่ใช้ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศสหรัฐอเมริกา

5. Widescreen Cinema Standard 2.39:1 เป็นอัตราส่วนกรอบภาพที่ใช้ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์สากลทั่วโลกในปัจจุบัน

6. อัตราส่วนภาพแบบ 1.43:1 เป็นอัตราส่วนกรอบภาพของภาพยนตร์ที่ฉายในระบบ IMAX คือ 1.43:1

การสื่อสารผ่านวิดีโอแนวตั้งได้มีการพัฒนาปรับเปลี่ยนตามพฤติกรรมของผู้รับสารจากเครื่องมือการสื่อสารที่ใช้ในปัจจุบัน งานวิดีโอแนวตั้งนั้นเป็นวิวัฒนาการอีกขั้นหนึ่งของการถ่ายทอดเนื้อหา ยุคสมัยก่อนผู้คนดูหนังในโรงหนังเคยชินกับการดูหน้าจอแนวนอน แต่วันนี้เกี่ยวกับการดูหน้าจอแนวตั้งมากขึ้น โลกเปลี่ยนตามเทคโนโลยีเนื้อหาที่เปลี่ยนตามจึงไม่ได้มองว่าวิดีโอแนวตั้งจะเข้ามาทำลายสุนทรีย์ของการถ่ายวิดีโอแนวนอน เพราะมันทำลายไม่ได้ มันเป็นประสบการณ์การรับชมที่แตกต่างกัน วิดีโอแนวตั้งเปรียบเสมือนผู้เล่าเรื่องราวใหม่ที่ช่วยทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และสุนทรีย์เฉพาะตัว เพื่อให้ผู้สร้างสรรค์ได้ค้นหาความงามของมันต่อไปรวมถึงช่วยเติมเต็มสุนทรีย์ศาสตร์แห่งภาพเคลื่อนไหวเพื่อตอบสนองผู้บริโภคที่นับวันจะใช้เวลาอยู่กับหน้าจอมือถือมากขึ้นเรื่อยๆ ในอนาคต (Chaowanich, 2024) ซึ่งสัดส่วนของการแสดงผลส่งผลต่อการรับชม ผ่านหน้าจอสมาร์ทโฟน ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ตัวอย่างการรับชมสื่อวิดีโอแนวนอนผ่านสมาร์ทโฟน
ที่มา : TIGERNOY TV (2022)

การรับข้อมูลข่าวสารในรูปแบบภาพเคลื่อนไหวผ่านสมาร์ทโฟน ผู้รับสารจะได้รับชมภาพไม่เต็มจอเนื่องจากภาพเคลื่อนไหวอยู่ในรูปแบบของวิดีโอแนวนอนคือขนาด 16:9 แต่หน้าจอการแสดงผลของสมาร์ทโฟนเป็น 9:16 ซึ่งผู้สร้างสรรค์ผลงานจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนการทำงานตามพฤติกรรมของผู้รับสาร ซึ่งการแสดงผลในรูปแบบ 9:16 วัตถุในหรือภาพในหน้าจอแสดงผลจะแตกต่างจากวิดีโอแนวนอน ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 ตัวอย่างการรับชมสื่อวิดีโอแนวตั้งผ่านสมาร์ทโฟน
ที่มา : เจ้าของภาพ

สุนทรียะของวิดีโอแนวตั้ง

การรับชมสื่อวิดีโอแนวตั้งผ่านหน้าจอการแสดงผลของสมาร์ทโฟนอัตราส่วนของภาพ 9:16 จึงมีความเหมาะสมกับผู้รับสารผ่านสมาร์ทโฟนในปัจจุบันเพราะไม่ต้องพลิกหน้าจอเมื่อถือสามารถรับชมได้ทันที ดังนั้นผู้สร้างสรรค์ผลงานต้องทำความเข้าใจในเรื่องการจัดองค์ประกอบของภาพเพื่อให้สอดคล้องกับภาพที่จะนำไปใช้ในการสื่อสารต่อไป ควรคำนึงถึงปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลให้ภาพวิดีโอออกมาสมบูรณ์และสามารถสื่อสารกับผู้รับสารได้ ซึ่งถ้าช่างภาพไม่เข้าใจเรื่องการจัดองค์ประกอบของภาพแล้ว ผลงานที่ได้อาจจะไม่สามารถนำมาใช้สื่อสารกับผู้รับสารได้ดี หรือภาพขาดความสวยงามด้านศิลปะซึ่งการจัดองค์ประกอบภาพที่นำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงานวิดีโอแนวตั้ง ซึ่งภาพเคลื่อนไหวจะสามารถสื่อสารได้ดี

ทักษะสำคัญอย่างหนึ่งของการถ่ายวิดีโอคือการจัดองค์ประกอบภาพ ลักษณะขององค์ประกอบภาพมีผลอย่างมากต่อการรับรู้ถึงสิ่งที่ช่างภาพต้องการสื่อสารถึงผู้ชมหรือผู้รับสาร ภาพแบบเต็มเฟรมจะตอบสนองด้านอารมณ์ส่วนภาพที่เล่นกับมุมกล้องในการเล่าเรื่องจะดึงดูดให้ผู้ชมเหมือนเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของเหตุการณ์ Harrington (As cited in Srifa et al., 2020) การใช้ภาษาภาพในการสื่อความหมายของผู้กำกับ เนื่องจากพื้นที่แนวตั้งมีข้อจำกัดที่แตกต่างจากพื้นที่แนวนอน ดังนั้นการจัดวางบุคคลและวัตถุรวมถึงขนาดและระยะของภาพเป็นสิ่งที่ผู้สร้างสรรค์ต้องคำนึงถึงในการออกแบบงานภาพเพื่อการสื่อความหมายและการนำเสนอความงามเชิงสุนทรียะบนพื้นที่แนวตั้ง ทั้งการจัดวางบุคคล หรือวัตถุให้อยู่ตรงกลางของภาพและการเลือกใช้ภาพระยะปานกลางและระยะใกล้เป็นหลักเพื่อเน้นไปที่ตัวบุคคลหรือวัตถุมากกว่าการนำเสนอฉากหลังหรือเน้นความงามของสถานที่ด้วยภาพระยะไกลมากหรือระยะไกล (Chaowanich, 2024) ในการสื่อสารด้วยภาพ การเลือกใช้มุมภาพขึ้นอยู่กับความต้องการนำภาพไปใช้ประกอบการสื่อสาร (Thavaroj et al., 2023) ซึ่งการสร้างสรรค์สื่อในรูปแบบแนวตั้งการจัดวางองค์ประกอบภาพได้เปลี่ยนไปจากการบันทึกภาพวิดีโอในแนวนอน

แนวทางการสร้างสรรค์ผลงานวิดีโอแนวตั้ง

ผู้สร้างสรรค์จะต้องมีการจัดวางองค์ประกอบของภาพให้สอดคล้องกับองค์ประกอบศิลป์ กฎของที่ว่า เป็นกฎเกี่ยวกับความรู้สึกของพื้นที่ทางกายภาพในภาพถ่าย ดังนี้ 1) พื้นที่ว่างด้านหน้า (Nose Room) ระบุว่าวัตถุหลักควรมีพื้นที่ “Active” สำหรับเคลื่อนที่ไปยังทิศทางที่หันหน้า แต่สามารถเลือกไม่ทำตามกฎนี้เพื่อสร้างความรู้สึกของวัตถุถูกคุมขังหรือความคับแคบได้ (Richard, 2015) การสร้างสรรค์ผลงานวิดีโอในแนวตั้งนั้น ตัวช่วยที่จะทำให้ผู้สร้างสรรค์ทำงานได้ง่ายและสะดวกมากยิ่งขึ้นคือการเปิดตาราง (Grid) บนอุปกรณ์บันทึกภาพไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์ กล้องถ่ายภาพทุกประเภท โดยตารางนี้จะแบ่งออกเป็น 9 ช่อง เท่าๆ กัน ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 5 ตัวอย่างตาราง (Grid) บนอุปกรณ์บันทึกภาพ
ที่มา : เจ้าของภาพ

2) กฎสามส่วน (Rule of Thirds) เป็นองค์ประกอบพื้นฐานของการสร้างสรรค์ผลงานภาพถ่ายโดยที่การจัดองค์ประกอบภาพกฎสามส่วนถือเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่ช่างภาพควรนำมาใช้ในการสร้างสรรค์ผลงาน จอห์น โทมัส สมิธ จิตรกร, ช่างแกะสลักและนักโบราณวัตถุ เขียน “กฎ” มาตรฐานที่ใช้กันมาช้านานนี้ในปี ค.ศ.1979 กฎมีอยู่ว่ากรอบรูปจะถูกแบ่งเป็นสามส่วนทั้งแนวนอนและแนวตั้ง จุดสนใจจะถูกวางไว้บนเส้นของการแบ่งส่วน หรือบนจุดใดจุดหนึ่ง (Richard, 2015) องค์ประกอบพื้นฐานนี้เปรียบเสมือนไม้ตายของการจัดองค์ประกอบตำแหน่งที่เหมาะสมสำหรับจุดสนใจของภาพมีหลักเกณฑ์ที่นิยม โดยทั่วไปคือ “หลักของกฎสามส่วน (Rule of Thirds) กฎสามส่วนจะเป็นการแบ่งภาพโดยใช้เส้นแนวนอนสองเส้นและแนวตั้งสองเส้นตามภาพด้านล่าง (Bangthamai & Chiarawatcharamongkol, 2013) ดังนั้นเวลาที่เราจะวางองค์ประกอบสำคัญในฉากก็ให้วางไว้ตรงจุดตัดของเส้น จากแนวคิดดังกล่าวนำมาเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ผลงานวิดีโอแนวตั้ง ในตัวอย่างตารางที่ 1 แสดงการวางองค์ประกอบภาพในกรณีตัวแบบเป็นบุคคล ดังภาพที่ 6

ตารางที่ 1 ตัวอย่างการจัดองค์ประกอบภาพในงานวิดีโอแนวตั้ง

วิดีโอแนวตั้ง	การจัดองค์ประกอบภาพ
 ภาพที่ 6 ตัวอย่างการใช้ตารางในการจัดองค์ประกอบ ที่มา : Arts Dive Rector / Gle (2021)	จากภาพที่ 6 เทคนิคการจัดองค์ประกอบภาพโดยใช้ตารางเป็นตัวช่วยในการวางตัวแบบ โดยให้บุคคลอยู่ในสองส่วนของเส้นแนวตั้ง และพื้นที่ว่างสีดำด้านหลังอยู่หนึ่งส่วนของภาพ การวางองค์ประกอบลักษณะนี้จากแนวคิดของกฎสามส่วน และการเหลือพื้นที่ว่างด้านหน้าของตัวแบบก็จากแนวคิดเรื่องกฎของที่ว่าง คือวัตถุหลักควรมีพื้นที่ “Active” สำหรับเคลื่อนไหวไปยังทิศทางที่หันหน้า

จากตารางที่ 1 พบว่าการถ่ายวิดีโอแนวตั้งที่ตัวแบบที่เป็นบุคคลในกรณีงานสัมภาษณ์ควรเหลือพื้นที่ว่างของภาพเท่ากับหนึ่งส่วน และเห็นตัวบุคคลสองส่วนของภาพ โดยใช้ตารางเก้าช่องเข้ามาส่วนเป็นเกณฑ์จะเห็นได้จากหน้าบุคคลอยู่ในส่วนเส้นแบ่งสีขาวแนวตั้งสองส่วน และพื้นที่ว่างด้านหลังสีดำอยู่ในเส้นแบ่งสีขาวแนวตั้งหนึ่งส่วน ซึ่งความแตกต่างจากการจัดองค์ประกอบภาพในงานวิดีโอแนวนอนคือพื้นที่ด้านข้างน้อยลงผู้สร้างสรรค์ต้องใช้เส้นแนวตั้งในการแบ่งสัดส่วนของภาพ

3) การใช้ฉากหน้า (Foreground) การใช้ฉากหน้าสามารถนำมาปรับมาใช้ในการถ่ายวิดีโอเพื่อให้ภาพดูมีมิติมากขึ้น และดึงดูดความน่าสนใจของตัวแบบ ฉากหน้าหมายถึง สิ่งที่อยู่ใกล้มุมมองมากที่สุดโดยมากแล้วมักจะอยู่ที่พื้น มันอาจจะเป็นโซฟา โต๊ะ ทีวีลายของชายหาด ใบไม้ดอกไม้ หรือแม้กระทั่งเงาที่ทอดยาวลงสู่พื้น (Kaelong, 2019) และข้อควรระวังอย่างมากคือไม่ให้ฉากหน้าเด่นกว่าฉากหลังที่เรากำลังเล่าเรื่องราวของงานจริงๆ ฉากหน้าคือหัวใจสำคัญของการถ่ายภาพด้วยเลนส์มุมกว้าง มันเป็นพระเอกในการช่วยสร้างมิติให้กับภาพและช่วยให้ภาพดูไม่แบน สิ่งที่ช่วยในการสร้างฉากหน้าของภาพถ่ายอาทิเช่น พุ่มหญ้า ดอกไม้ หรือการใช้วัตถุจากธรรมชาติ ใบไม้ กิ่งไม้ เข้ามาเป็นฉากหน้าดังผลงานในตารางที่ 2 มีการใช้ดอกไม้เข้ามาเป็นฉากหน้า ดังภาพที่ 7

ตารางที่ 2 ตัวอย่างการจัดองค์ประกอบภาพในงานวิดีโอแนวตั้งโดยใช้ฉากหน้า

วิดีโอแนวตั้ง	การจัดองค์ประกอบภาพ
 ภาพที่ 7 ตัวอย่างการจัดองค์ประกอบโดยใช้ฉากหน้า ที่มา : Rooftop official (2023)	จากภาพที่ 7 เทคนิคการจัดองค์ประกอบภาพโดยใช้ฉากหน้า ช่วยสร้างมิติแสดงระยะของผลงาน ทำให้ผลงานมีความน่าสนใจ รวมถึงช่วยสร้างเรื่องราวที่ต้องการนำเสนอ

จากตารางที่ 2 พบว่า การใช้ฉากหน้าส่งผลต่อการสร้างมิติแสดงระยะของภาพ ทำให้ภาพมีความน่าสนใจ รวมถึงช่วยสร้างเรื่องราวของภาพ แต่ต้องระวังไม่ให้ฉากหน้าปิดบังผลงานหลักในการสื่อสาร

4) ความสมดุลของภาพ (Balance) การใช้แนวคิดเรื่องความสมดุลในการถ่ายวิดีโอเพื่อให้ผลงานมีความน่าสนใจ สมดุลแบบสมมาตร (Symmetrical Balance) หมายถึง การจัดองค์ประกอบภาพโดยการใช้หน้าหรือส่วนประกอบของภาพ มีความเท่าเทียมหรือใกล้เคียงกันทั้งสัดส่วน ขนาด น้ำหนัก ฯลฯ ทั้งด้านซ้ายและขวา การจัดภาพแนวสมมาตร คือการจัด ตัวแบบไว้ตรงกลางภาพแล้วให้ทั้งสองข้างของภาพมีความเท่ากันเหมือนกันทั้งสองฝั่ง โดยทั่วไปการจัดภาพอาจจะจัดในลักษณะ ของแนวนอน ซึ่งภาพในแนวตั้งอาจจะจัดภาพได้ยากกว่าเล็กน้อย และในบางภาพอาจจะไม่สมมาตรกันทีเดียว แต่องค์ประกอบของทั้งสองด้านที่ได้มีลักษณะที่คล้ายคลึงกันจนให้ความรู้สึกของเท่ากัน (Samarom, 2019) ดังนั้นการถ่าย วิดีโอในแนวตั้งผู้สร้างสรรค์ควรคำนึงถึงความสมดุลของภาพ กล่าวคือไม่เว้นที่ว่างมากเกินไปให้น้ำหนักซ้ายขวาของภาพเท่ากัน ดังเช่นตัวอย่างผลงานการสร้างสรรคในตารางที่ 3 และใช้บุคคลนั่งสองฝั่งของภาพส่งผลให้เกิดความสมดุลเท่า ดังภาพที่ 8

ตารางที่ 3 ตัวอย่างการจัดองค์ประกอบภาพในงานวิดีโอแนวตั้งโดยใช้ความสมดุล

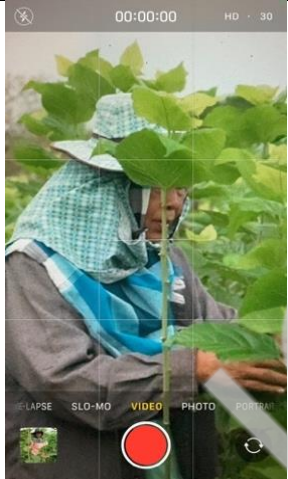
วิดีโอแนวตั้ง	การจัดองค์ประกอบภาพ
 ภาพที่ 8 ตัวอย่างการจัดองค์ประกอบโดยใช้ความสมดุล ที่มา : Rooftop_official (2023)	จากภาพที่ 8 ใช้การจัดองค์ประกอบภาพโดยใช้ความสมดุลเท่า น้ำหนักซ้ายขวาของภาพเท่ากันส่งผลทำให้รวมสายตาของผู้รับสารอยู่ตรงกลางของภาพ การจัดองค์ประกอบภาพโดยใช้ความสมดุลมีสองรูปแบบคือสมดุลเท่าดังตัวอย่างภาพที่ 8 และสมดุลไม่เท่า ซึ่งสามารถใช้ทั้งน้ำหนักของภาพ น้ำหนักของวัตถุ สี ขนาด เป็นต้น

จากตารางที่ 3 พบว่าการจัดองค์ประกอบภาพโดยใช้ความสมดุลมาประกอบสร้างในการสร้างสรรค์ผลงานสามารถใช้ความสมดุลได้ทั้งวัตถุ ขนาดภาพ น้ำหนักภาพ ความสมดุลจะส่งผลต่อผลงานให้ความรู้สึกถึงความเป็นระเบียบเรียบร้อย และแปลกตา

องค์ประกอบของภาพในงานวิดีโอ 5) มุมกล้อง การจัดวางมุมกล้องที่ดีจะทำให้ได้ผลงานที่สวยงามดึงดูดความสนใจของผู้รับสารที่ได้เห็นภาพเหล่านั้น ซึ่งมุมกล้องที่ใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานส่งผลต่อภาพที่ได้ ซึ่งมุมกล้อง หมายถึง ระดับองศาที่เล็งกล้องไปที่ตัวแบบ การเล็งกล้องในระดับแนวนอนไปทางตัวแบบเรียกว่า มุมระดับสายตาการเล็งกล้องโดยหันหน้ากล้องลงเรียกว่า มุมสูง และการเล็งกล้องโดยหันหน้ากล้องขึ้นเรียกว่า มุมต่ำ การเลือกมุมกล้องส่งผลต่อผลงานที่ได้ และภาพที่ได้จากมุมภาพที่แตกต่างส่งผลต่อความสวยของภาพ

มุมมองของภาพเป็นปัจจัยหนึ่งในการตัดสินใจว่าภาพนั้น ๆ สวย หรือไม่ การหามุมมองที่น่าสนใจหรือสามารถสื่อสารกับผู้รับชมได้ดีนั้น ถือเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของช่างภาพ ในการเลือกใช้มุมภาพขึ้นอยู่กับภาพที่ต้องการใช้ในการสื่อสาร และจินตนาการของช่างภาพที่อยากได้ภาพในมุมมองแบบใด (Bangthamai & Chiarawatcharamongkol, 2013) ในการสื่อสารผ่านวิดีโอแนวตั้งผู้สร้างสรรค์สามารถนำแนวคิดมุมภาพทั้งสามรูปแบบมาประกอบสร้างผลงานให้มีความงามเพื่อดึงดูดผู้รับสาร ดังตัวอย่างการใช้มุมกล้องในตารางที่ 4 และตัวอย่างการใช้ภาพมุมสูง มุมระดับสายตา และมุมต่ำ ดังภาพที่ 9-11

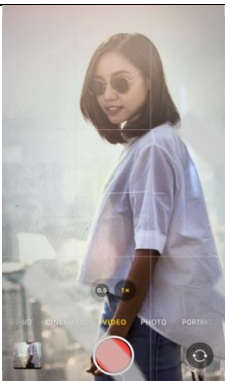
ตารางที่ 4 ตัวอย่างมุมมองในงานวิดีโอแนวตั้ง

วิดีโอแนวตั้ง	การจัดองค์ประกอบภาพ
 ภาพที่ 9 ตัวอย่างภาพมุมสูง ที่มา : Rooftop_official (2023)	จากภาพที่ 9 ภาพมุมสูงกล้องจะอยู่กว่าวัตถุและถ่ายกตกลงมาจะทำให้ได้ภาพมุมสูง ซึ่งการถ่ายภาพไกลจากมุมสูงทำให้เห็นภาพได้กว้างไกล และเห็นรายละเอียดด้านหลังของผลงาน ความหมายแฝงของภาพมุมสูงคือให้ความรู้สึกกดดัน หรือตกต่ำของวัตถุที่เรากำลังถ่ายภาพหรือตัวละคร
 ภาพที่ 10 ตัวอย่างภาพระดับสายตา ที่มา : เจ้าของภาพ	จากภาพที่ 10 มุมกล้องจะอยู่ในแนวระนาบเดียวกับวัตถุ ในการสื่อความหมายภาพปรากฏจะเป็นภาพให้ความรู้สึกธรรมดา ซึ่งเราสามารถสร้างความน่าสนใจให้กับภาพโดยการเลือกแอคชั่นที่เกิดในภาพได้
 ภาพที่ 11 ตัวอย่างภาพระดับสายตา ที่มา : เจ้าของภาพ	จากภาพที่ 11 มุมกล้องจะอยู่ต่ำกว่าวัตถุเป็นภาพที่แหงนดู สื่อความหมายหรือให้เกิดความรู้สึกว่าคนหรือวัตถุที่ถูกถ่ายมีความสำคัญมากกว่าปกติ น่าเคารพ นับถือ ยิ่งใหญ่ มีพลัง อำนาจ

จากตารางที่ 4 พบว่าการใช้มุกกล้องสำหรับถ่ายภาพเคลื่อนไหวส่งผลต่อการมองเห็นวัตถุในภาพขนาดของวัตถุในภาพเปลี่ยนแปลงไปจากการมองเห็นในระดับสายตาทำให้การสื่อความหมายในการสื่อสารทำได้ชัดเจนยิ่งขึ้น เช่นใช้ภาพมุมสูงส่งผลให้เห็นฉากหลังของพื้นที่มากยิ่งขึ้น

การสื่อสารด้วยภาพผ่านงานวิดีโอ 6) ขนาดภาพ (Shot Size) การเลือกใช้ขนาดภาพมีความสำคัญมากเพราะเป็น การใช้ภาพโน้มน้าวใจความสนใจของผู้ชมหรือผู้รับสารและเพื่อให้เกิดความหมายที่ต้องการสื่อสารกับผู้ชม ซึ่งต้องพิจารณา ใช้อุปกรณ์ประกอบหลายอย่างในการกำหนดขนาดภาพ โดยที่เป็นส่วนหนึ่งของการจัดองค์ประกอบภาพ ดังตัวอย่างในตารางที่ 5 และตัวอย่างผลงานการใช้ภาพกว้าง ภาพระยะปานกลาง ภาพระยะใกล้ ดังภาพที่ 12-14

ตารางที่ 5 ตัวอย่างขนาดภาพในการสื่อสารในงานวิดีโอแนวตั้ง

วิดีโอแนวตั้ง	การจัดองค์ประกอบภาพ
 ภาพที่ 12 ตัวอย่างภาพกว้าง Long Shot (LS) ที่มา : เจ้าของภาพ	จากภาพที่ 12 ภาพขนาดกว้าง การเลือกใช้ภาพขนาดกว้าง อาจใช้เพื่อแนะนำสถานที่ เปิดเรื่อง เน้นที่การเคลื่อนไหวของบุคคลในภาพ และบริบทโดยรวมของสถานที่
 ภาพที่ 13 ตัวอย่างภาพระยะปานกลาง Medium Shot (MS) ที่มา : เจ้าของภาพ	จากภาพที่ 13 ภาพระยะปานกลาง ถ้าถ่ายบุคคลนิยมถ่ายตั้งแต่ศีรษะถึงเอว ภาพจะเห็นสีหน้าหรือการแสดงของบุคคลในภาพมากขึ้น เป็นขนาดภาพที่ใช้มากที่สุดงานวิดีโอแนวตั้ง
 ภาพที่ 14 ตัวอย่างภาพระยะใกล้ Close Up (CU) ที่มา : เจ้าของภาพ	ภาพที่ 14 ภาพระยะใกล้ เป็นระยะภาพที่เน้นการแสดงอารมณ์ของบุคคลในงาน เช่น สีหน้า แววตา มือกำลังเขียนหนังสือ เป็นต้น ส่วนใหญ่เป็นภาพที่ใช้สื่อด้วยภาษากายมากกว่าการสื่อสารด้วยการพูด



จากตารางที่ 5 พบว่าขนาดของภาพที่แตกต่างกันส่งผลต่อวัตถุที่อยู่ในภาพ การใช้ขนาดภาพที่หลากหลายช่วยสื่อสารถึงอารมณ์หรือความหมายของผลงาน เช่น ต้องการสื่อสารให้เห็นความเสียใจควรใช้ภาพขนาดใหญ่เพื่อให้เห็นสีหน้าแวตาของนักแสดงเป็นต้น

บทสรุป

การสร้างสรรค์ผลงานในงานวิดีโอแนวตั้งมีสุนทรียะเฉพาะตัวด้วยพื้นที่ความยาวของภาพเป็น 9:16 โดยที่การจัดองค์ประกอบภาพเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้ผลงานภาพวิดีโอออกมาสมบูรณ์และสามารถสื่อสารกับผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพของสร้างสรรค์ผลงานวิดีโอแนวตั้งที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ อาทิเช่น กฎสามส่วน ฉากหน้า ความสมดุล รวมถึงมุมมองและขนาดของภาพ เพื่อให้ผลงานภาพเคลื่อนไหวในแนวตั้งมีความสวยงามและนำไปใช้ประโยชน์ในด้านการสื่อสาร ซึ่งพื้นที่ในงานวิดีโอแนวตั้งมีข้อจำกัดที่แตกต่างจากพื้นที่แนวนอนในเรื่องของพื้นที่ด้านข้างที่น้อย ดังนั้นการจัดวางบุคคลและวัตถุ รวมถึงขนาดและระยะของภาพเป็นสิ่งที่ผู้สร้างสรรค์ต้องคำนึงถึงในการออกแบบงานภาพเพื่อการสื่อความหมายและการนำเสนอความงามเชิงสุนทรียะบนพื้นที่แนวตั้ง การจัดวางบุคคลหรือวัตถุให้อยู่ตรงกลางของภาพและการเลือกใช้ภาพระยะปานกลางและระยะใกล้เป็นหลักเพื่อนำไปใช้กับบุคคลหรือวัตถุมากกว่าการนำเสนอฉากหลังหรือนำความงามของสถานที่ด้วยภาพระยะไกลมากเกินไป

การใช้ตารางเก้าช่องในเครื่องมือการถ่ายภาพวิดีโอแนวตั้งจะช่วยให้ผู้สร้างสรรค์สามารถจัดองค์ประกอบในการสื่อสารของภาพได้ง่ายขึ้นและสามารถรักษาความงามผ่านศิลปะการจัดองค์ประกอบภาพได้ ซึ่งการจัดวางมุมมองที่ดีจะทำให้ได้ภาพที่สวยงามดึงดูดความสนใจของผู้รับสารที่ได้เห็นภาพเหล่านั้น ซึ่งมุมมองที่ใช้ในการถ่ายภาพส่งผลต่อผลงานภาพที่ได้ แต่ก็มีข้อควรระวังในการถ่ายภาพวิดีโอแนวตั้งคือการรักษามุมของภาพ คือการเหลือพื้นที่ว่างของภาพโดยเฉพาะด้านบนหรือด้านล่างของงานไม่ควรเหลือพื้นที่ว่างมากเกินไป การวางอักษรบนงานวิดีโอแนวตั้ง ด้วยพื้นที่ขนาดด้านกว้างมีจำกัดกรณีใช้อักษรหรือกราฟฟิกประกอบสามารถวางทับตัวบุคคลหรือวัตถุในงานได้ซึ่งขนาดภาพที่เหมาะสมจะเป็นภาพระยะปานกลางและภาพระยะใกล้ ซึ่งถ้าเป็นการสัมภาษณ์บุคคลโดยควรมีการเหลือพื้นที่ในการวางอักษรแนะนำชื่อ ตำแหน่ง โดยวางแผนตั้งแต่ก่อนการถ่ายทำ

แนวทางในการใช้ประโยชน์การถ่ายภาพวิดีโอแนวตั้งพื้นที่ด้านบนและด้านล่างจะมีพื้นที่เพิ่มขึ้นผู้สร้างสรรค์สามารถใช้พื้นที่ดังกล่าวโดยนำวัตถุหรือสภาพแวดล้อมมาช่วยในการสร้างมิติด้านความลึกหรือทัศนมิติ (Perspective) ของภาพได้ และการสร้างสรรค์ผลงานวิดีโอแนวตั้งควรคำนึงถึงการสื่อความหมายของภาพ เช่น ภาพมุมสูง ให้ความรู้สึกกดดัน หรือตกต่ำของวัตถุที่เรา กำลังถ่ายหรือตัวละครจะทำให้ดูต่ำต้อยเป็นการโดนกดทับลงจากมุมมอง ภาพมุมระดับสายตา ภาพที่ปรากฏจะเป็นภาพให้ความรู้สึกธรรมดาหรือธรรมดาจากความคุ้นเคยในการมองที่พบเห็นบ่อย ภาพมุมต่ำ ให้ความรู้สึกรู้สึกว่าคนหรือวัตถุที่ถูกถ่ายมีความสำคัญมากกว่าปกติ น่าเคารพ น่าเชื่อถือ ยิ่งใหญ่ มีพลังอำนาจ นำมาประกอบสร้างมีพลังหรือความหมายแฝงในการสื่อสารด้วยภาษาภาพ

ข้อเสนอแนะ

1. ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับการเคลื่อนกล้องที่ใช้ในการสื่อสารผ่านวิดีโอแนวตั้งควรมีลักษณะอย่างไรที่จะเหมาะสมและมีประสิทธิภาพในการสื่อสารผ่านเทคโนโลยีในปัจจุบัน
2. ควรทำการศึกษาการสร้างสรรค์ผลงานวิดีโอที่ถ่ายครั้งเดียวแล้วนำมาครอบทำคลิปแนวตั้ง หรือแนวนอนได้ โดยยังคงต้ององค์ประกอบในการสื่อสารผลงานที่ดีทั้งสองแบบ

References

- Arts Dive Rector/Gle. (2021). *Documentary about the Phetchaburi Bremen sinking ship (full version, 26 minutes long)*. Retrieved July 2024, from <https://www.youtube.com/watch?v=zDrXXibjorM&t=37s>
- Bangthamai, E. & Chiarawatcharamongkol, W. (2013). *Composition (Photography)*. Nonthaburi : IDC
- Chaowanich, T. & Taiphapoon, T. (2024). The Forms and Narrative Techniques of Vertical Music Videos. *Siam Communication Review*, 23(1),84-102.
- Kaelong, P. (2019). *Photography 101*. Bangkok : SE-ED provision.



- LLOUD. (2024). *LISA - ROCKSTAR (Official Music Video)*. Retrieved July 2024, from <https://www.youtube.com/watch?v=hbcGx4MGUMg>
- Needle, F. (2021). *20 Creative Ways To Repurpose Content*. Retrieved July 2024, from <https://blog.hubspot.com/blog/tabid/6307/bid/27256/5-creative-ways-to-recycle-content.aspx#why-repurpose>
- Rooftop_official. (2023). *Rooftop-Ur My Favorite Notification (Official Mv)*. Retrieved July 2024, from <https://www.youtube.com/watch?v=8sUN-XhA3gY>
- Passaris, C. (2023). *How to change the weather in video time*. Retrieved July 2024, from <https://clipchamp.com/th/blog/change-aspect-ratio-video/>
- Pigusso, (2024). *A new trend that creators need to know about... Why? Lisa's new song MV When taken, there are black edges*. Retrieved July 2024, from <https://www.facebook.com/100045082839818/posts/1019580769554675/?rclid=ubUEIoU1AuEEuCQS>
- Richard, G. (2015). *Mastering Composition: The Definitive Guide for Photographers*. UK : Ammonite Press.
- Samarom, Y. (2019). *7 ways to compose a photo to have balance and a point that catches the eye*. Retrieved May 2024, from <https://www.photoschoolthailand.com/7-How to organize the composition of a picture/>
- Serisamran, T. (2019). *Let's look at good ideas from various MVs that tell stories vertically (Vertical Music Video)*. Retrieved May 2024, from <https://www.beartai.com/lifestyle/345571>
- Srifa, K., Srifa, D., Singnongsuang, N., & Kirdsuk, J. (2020). Virtual Reality Documentary Film Creation to Promote Undersea Tourism in Thailand, Case Study: Petchburi Bremen. *Siam Communication Review*, 19(2),192-203.
- Thavaroj, W., Singnongsuang, N., & Srifa, K. (2023). The Beauty of Photography for Communicating the Raw Banana Flour Product and the Light Weight Plant Pot Project: Mobilizing for Economics and Foundational Social After Covid by BCG Economics (U2T for BCG) Daen Sa-Nguan, Ranot District, Songkhla. *Siam Communication Review*, 22(1),242-256.
- TIGERNOY TV. (2022). *Converging art documentary Chatri Muang Phet drama episode 0 : Prelude to Chatri*. Retrieved May 2024, from <https://www.youtube.com/watch?v=g2H0TgGfxYo&t=1s>
- Waitayasin, P. (2016). Motion: The Heart of Creation, Communication and Narration for Films *The Journal of Social Communication Innovation*, 4(2),28-33.