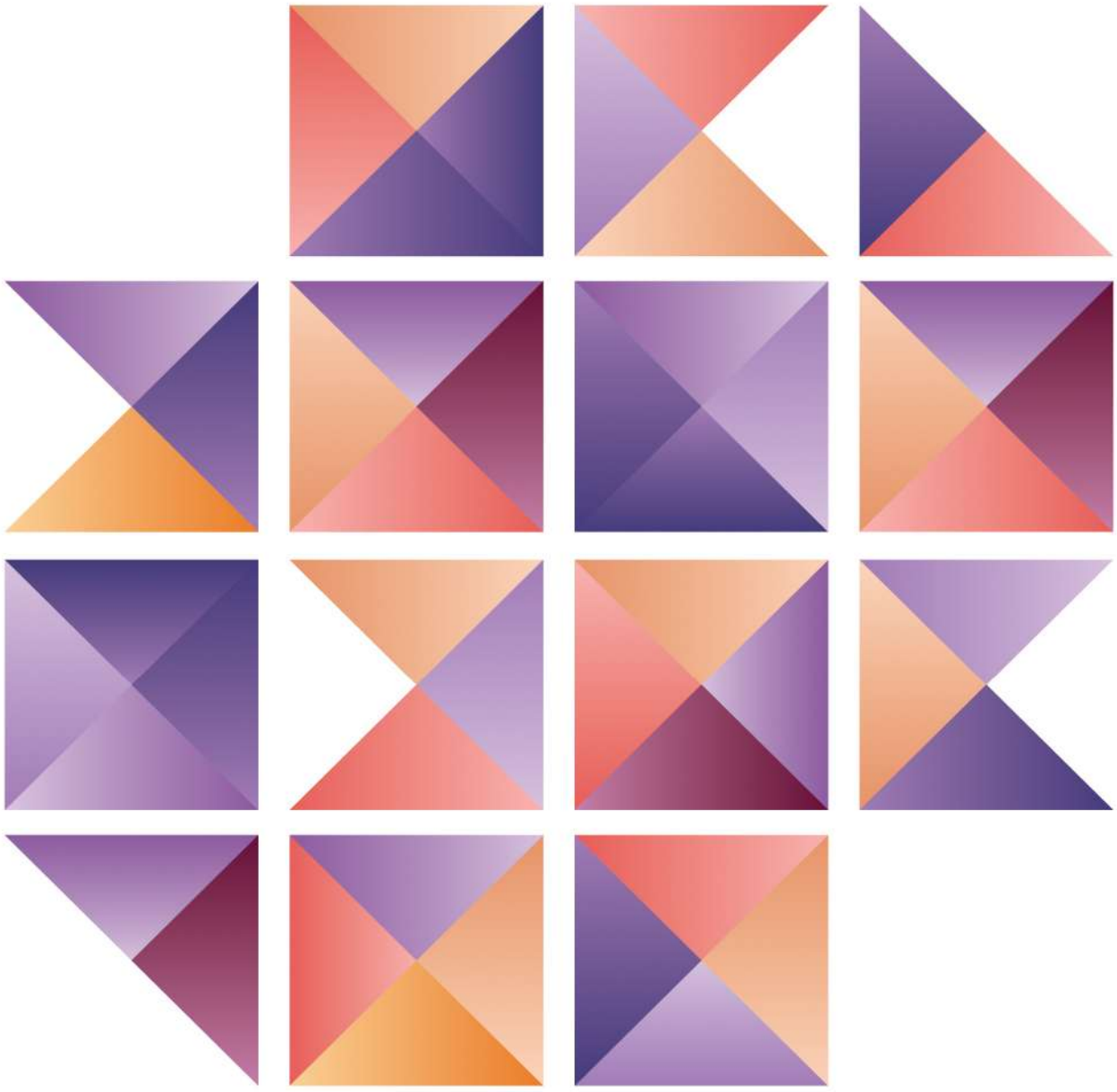
มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
RAJAPRUK UNIVERSITY



วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

ปีที่ 9 ฉบับที่ 3 กันยายน – ธันวาคม 2566

ISSN 2985-0355 (Online)

บทบรรณาธิการ

วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ฉบับนี้เป็นวารสารปีที่ 9 ฉบับที่ 3 (กันยายน - ธันวาคม 2566) มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแหล่งเผยแพร่และแลกเปลี่ยนความรู้ทางวิชาการระหว่างคณาจารย์ นิสิต/นักศึกษา นักวิจัย นักวิชาการและผู้สนใจทั่วไป บทความที่ได้รับการตีพิมพ์ในฉบับนี้ทุกบทความได้ผ่านการตรวจสอบและการประเมินคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิที่เชี่ยวชาญในสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์จำนวน 3 ท่านต่อบทความ ซึ่งถือเป็นมาตรฐานทางวิชาการที่กองบรรณาธิการให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง

เนื้อหาในวารสารฉบับนี้ประกอบด้วยบทความวิชาการจำนวน 1 บทความ บทความวิจัยจำนวน 30 บทความ ซึ่งล้วนเป็นบทความที่ให้ความรู้และเป็นประโยชน์แก่คณาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัย นิสิต/นักศึกษาและผู้สนใจทั่วไปทั้งในเชิงของการศึกษาค้นคว้า อ้างอิงรวมถึงนำไปใช้ในการต่อยอดงานวิจัยและพัฒนาทางวิชาการในศาสตร์ด้านบริหารธุรกิจ ด้านเศรษฐศาสตร์และการบัญชี ด้านศึกษาศาสตร์ ด้านรัฐประศาสนศาสตร์ ด้านการท่องเที่ยว และงานสร้างสรรค์ในงานวิชาการ

กองบรรณาธิการ ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้พิจารณาผลงานทางวิชาการเพื่อให้ทุก ๆ บทความมีคุณภาพตามมาตรฐานทางวิชาการ และขอขอบคุณผู้เขียนทุกท่านที่ได้ส่งบทความลงตีพิมพ์อย่างต่อเนื่อง และท้ายสุดขอขอบพระคุณผู้อ่านทุกท่านที่ให้การสนับสนุนและให้ความสนใจในการติดตามอ่านวารสารของมหาวิทยาลัย

สุดท้ายนี้กองบรรณาธิการขอเชิญชวนผู้สนใจทุกท่านร่วมส่งผลงานเพื่อตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ โดยสามารถศึกษาคำแนะนำในการเตรียมต้นฉบับเพื่อจัดส่งได้ที่เว็บไซต์ https://so03.tci-thaijo.org/index.php/rpu

อรุณี สำเภาทอง

บรรณาธิการ

บรรณาธิการ

อรุณี สำเภาทอง

กองบรรณาธิการวารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
ปีที่ 9 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม – สิงหาคม 2566)

เชาว์ โรจนแสง	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
นิรมล บางพระ	มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
พนารัตน์ ปานมณี	เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร
พินิจ ทิพย์มณี	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
สมจิตต์ สุพรรณทัสน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
สิริวรรณ ศรีพหล	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ฉัตยาพร เสมอใจ	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
พลสิทธิ์ ศรีศิริ	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
พานิช บัวสำอาง	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณากลั่นกรองบทความวารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ปีที่ 9 ฉบับที่ 3 (กันยายน – ธันวาคม 2566)

กรัณย์พัฒน์ อิ่มประเสริฐ	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
กันต์ฤทัย คลังพหล	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
กุลยา อุปพงษ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
โกสุม สายใจ	อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี
จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
เจษฎา ความคุ้นเคย	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
ฉัตยาพร เสมอใจ	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
ชเนตตี พุ่มพฤกษ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
ชุตินันท์ จันทรเสนานนท์	สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปราจีนบุรี เขต 1
ชุมพล รอดแจ่ม	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ดวงกมล ไตรวิจิตรคุณ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ดิฐารัตน์ ลีวรางกุล	โรงเรียนท่ามะกาปุญสิริวิทยา
ทวีศิลป์ กุลนภาดล	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ทัศนีย์ ดำเกิงศักดิ์	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
ทิวัตถ์ มณีโชติ	สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
ธัญปวีณ์ รัตน์พงศ์พร	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ธิปัตย์ โสตถิวรรณ์	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
นภาวรรณ เนตรประดิษฐ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
นฤมล สุ่นสวัสดิ์	มหาวิทยาลัยธนบุรี
นิติศักดิ์ ไพโรจน์	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
นิมิต ซุ้นสั้น	มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
นิษฐา หรุ่นเกษม	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ปณต นามะวิโรจน์	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
ปริวรรต สมนึก	มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
พงศ์ศรันย์ พลศรีเลิศ	เขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร
พรชัย ศักดิ์ศิริโสภณ	มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
พรพิมล สัมพัทธ์พงศ์	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
พัชรี จันทร์เพ็ง	มหาวิทยาลัยขอนแก่น

เพียงเดือน เกิดอำแพง	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
ไพรัช สู่แสนสุข	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ภัทราวดี มากมี	มหาวิทยาลัยบูรพา
เมษา นวลศรี	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
ยุทธนาท บุณยะชัย	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
วราพร เอราวรรณ์	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
วันทิกา หิรัญเทศ	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
วิภาวดี ทูปิยะ	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ศรินธร ไชยรัตน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
ศิริรัตน์ พ่วงแสงสุข	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
เศรษฐวิฐษ์ คงกะพันธ์	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
โศจิลักษณ์ กมลศักดาวิกุล	มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
สมถวิล วิจิตรวรรณา	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
สมรศรี คำตรง	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
สมศักดิ์ ตันตาศนี	มหาวิทยาลัยธนบุรี
สำเริง อ่อนสัมพันธุ์	มหาวิทยาลัยเมธารัถย์
สุทธินันทน์ พรหมสุวรรณ	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
สุนันทา สังขทัศน์	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
สุวิมล มธุรส	มหาวิทยาลัยเกริก
เสาวนี สิริสุขศิลป์	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
อธิวัฒน์ เจี่ยวิวรรธน์กุล	มหาวิทยาลัยมหิดล
อังคาร คะชาวังศรี	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
อัจศรา ประเสริฐสิน	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
อำภาศรี พ่อค้า	มหาวิทยาลัยราชภัฏกาฬสินธุ์
อุทัยทิพย์ เจี่ยวิวรรธน์กุล	มหาวิทยาลัยมหิดล

สารบัญ

บทความวิชาการ

- **การบูรณาการของนโยบายสนับสนุนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมยานยนต์ของรัฐ**
  : อุดมศักดิ์ หมวดฉิมแก้ว, วรเดช จันทรศร, ชาญ ธาระวาส และ เพ็ญศรี ฉิรินัง **1**

บทความวิจัย

- **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ของประชาชนไทย**
  : กรจิรา เขาเหม้น รุ่งศรีวรวัฒน์, ธัญปวีณ์ รัตน์พงศ์พร และ คณิต ไข่มุกด์ **17**
- **กระบวนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางาน โดยใช้หลักการประเมินเพื่อการเรียนรู้และชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพ**
  : ดิฐารัตน์ ลีวรางกุล **36**
- **ภาวะผู้นำในศตวรรษที่ 21 สำหรับผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี**
  : ณัฐฑิยา กาเจริญ และ ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ **52**
- **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร**
  : กฤษฎิ์ ด่านทรัพย์ศรี, จิระเสกข์ ตรีเมธสุนทร และ นันท์นภัส สว่างการ **70**
- **ปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนยางพาราของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**
  : วันชัย สารเลา และ สุมาลี สว่าง **84**
- **แนวทางการบริหารงานสภานักเรียนของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2**
  : สุริยันต์ ลาภเย็น และ ทิพย์พาพร มหาสินไพศาล **99**
- **การพัฒนากลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อส่งเสริมระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)**
  : สุริยะ จันทร์สนอง **116**
- **สมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ที่มีผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี**
  : พิธาน แสนภักดี และ นฤพล อ่อนวิมล **134**

- **ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและปัจจัยกลุ่มอ้างอิงที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ของกลุ่มผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19**
  : สรวรรณ กิตติอมรรัตน์ และ สุมาลี สว่าง **148**
- **การพัฒนาแบบฝึกทักษะสำหรับสถิติเชิงอนุมานของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยคริสเตียน**
  : รตินันท์ จินดา, วิไลวรรณ ทองใบอ่อน และ อภินันต์ อันทวีสิน **165**
- **อิทธิพลของคุณภาพการบริการและความพึงพอใจที่มีต่อความภักดีของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี**
  : ธนัชชนม์ แจ้งขำ และ ปัญจพร พลายเพ็ชร **183**
- **พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง**
  : ศรวัสย์ สมสวัสดิ์ และ สุพรรณรัตน์ มาศรัตน์ **198**
- **การศึกษาประสิทธิผลของนวัตกรรมเครือข่ายการเรียนรู้สู่การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเครือข่ายแม่บ้านเกษตรกร จังหวัดสมุทรสงคราม ให้มีขีดความสามารถตามศาสตร์พระราชา**
  : ชุมพล รอดแจ่ม และ บุญชาญ ผ่านสุวรรณ **215**
- **ความสำเร็จของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านเฟซบุ๊ก**
  : ศิริ ภู่พงษ์วัฒนา **230**
- **แนวทางการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี**
  : ญาติมา โกไสยสุวรรณ และ ชลาภรณ์ สุวรรณสัมฤทธิ์ **242**
- **การใช้ทฤษฎี 4 สร้าง (OBEC Model) ในการบริหารโรงเรียนวัดเวฬุวัน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 4 อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่**
  : วรวัฒน์ สิงหาด และ สังวาร วังแจ่ม **262**
- **การรับรู้และทัศนคติที่มีต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G ของประชาชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและนนทบุรี**
  : ปริยวิศว์ ชูเชิด **274**
- **การบริหารความปลอดภัยในโรงเรียน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน ในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร**
  : ศาศวัต ธนุนาจารย์ และ สมถวิล วิจิตรวรรณา **292**
- **พฤติกรรมการบริโภคเพื่อความยั่งยืนของกลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์และเจเนอเรชันวายในจังหวัดนนทบุรี**
  : กรัณย์พัฒน์ อิ่มประเสริฐ **311**

- **การจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำ**
  : ศศิกาญ พลายกุมพล, อธิธัช สิรวริศรา, ฐิติมา โห้ลำยอง และ อำนวย บุญรัตนไมตรี **324**
- **การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานระหว่างแนวคิดคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริงร่วมกับการเรียนรู้แบบออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความสามารถในการแก้ปัญหาและการให้เหตุผลทางคณิตศาสตร์ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5**
  : พิชญาภัค ทองม่วง และ จักรกฤษณ์ จันทะคุณ **339**
- **ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ BNK48 ของผู้บริโภคชาวไทย**
  : จิรัญญา อาชวพงศ์พาณิชย์ และ สุมาลี สว่าง **354**
- **ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพบริการของคีออสจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร**
  : ภพนิพิฐ สีดี และ บุญเลิศ วงศ์เจริญแสงสิริ **370**
- **เส้นทางอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ของนักศึกษา 3 จังหวัดชายแดนใต้**
  : มนัส สุทธิการ และ ธีรวีร์ วราธรไพบูลย์ **384**
- **ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการเรียนออนไลน์ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตชลบุรี**
  : ธันยธร เกิดเจริญพร, ยมลพร มิ่งขวัญ, วรัญญา คำอยู่, สุนันวดี น้อยพันธุ์ และ จารุพร ตั้งพัฒนกิจ **402**
- **การพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย**
  : รัฐธณา ปลิวศรีแก้ว, อชิระ อุตมาน และ ญาณินี ไพทยวัฒน์ **414**
- **รูปแบบและกระบวนประเมินวารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ให้เป็นไปตามมาตรฐาน**
  : สุวรี ปิ่นเจริญ และ พุทธประวีณ์ บุณยะวันตัง **430**
- **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน Grab ฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**
  : จักรภพ ศิริทัพ และ ณชญาภัส เคาท์เทน **444**
- **ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับประสิทธิภาพการทำงานของนักวิชาการพัสดุ สถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดมหาสารคาม**
  : เฉลิมชัย อุทการ **457**
- **แนวทางการพัฒนาการทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนล่าง ประเทศไทย**
  : แก้วตา ผิวพรรณ **474**

การบูรณาการของนโยบายสนับสนุนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในอุตสาหกรรมยานยนต์ของรัฐ

The Integration of Government Policies for Small and Medium Enterprises in the Automotive Industry

อุดมศักดิ์ หมวดฉิมแก้ว
นักศึกษาหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
E-mail: udomsak.mua@rmutr.ac.th
วรเดช จันทรศร
อาจารย์หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
E-mail: vchandarasorn@yahoo.com
ชาญ ธาระวาส
อาจารย์หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
E-mail: dr.charn94@gmail.com
เพ็ญศรี ฉิรินัง
อาจารย์หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
E-mail: pensri.chi@rmutr.ac.th
Udomsak Muadchimkaew
Student, Rajamangala University of Technology Rattanakosin
Voradej Chandarasorn
Lecturer, Doctor of Public Administration,
Rajamangala University of Technology Rattanakosin
Charn Tharawas
Lecturer, Doctor of public administration,
Rajamangala University of Technology Rattanakosin
Pensri Chirinang
Lecturer, Doctor of Public Administration,
Rajamangala University of Technology Rattanakosin

รับเข้า: *21 มกราคม 2565* **แก้ไข:** *2 กุมภาพันธ์ 2565* **ตอบรับ:** *19 กุมภาพันธ์ 2565*

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นการศึกษาปัญหาการเข้าถึงนโยบายการสนับสนุนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (เอสเอ็มอี) ในอุตสาหกรรมยานยนต์ของรัฐ มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอว่าทำไมนโยบายการสนับสนุนเอสเอ็มอีในอุตสาหกรรมยานยนต์ของรัฐจึงไม่ได้ผล และเสนอแนวทางการแก้ไขโดยบูรณาการการนำนโยบายของรัฐไปปฏิบัติที่เหมาะสมกับเอสเอ็มอีในอุตสาหกรรมยานยนต์ ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมหลักที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย ผลการศึกษาสันนิษฐานว่านโยบายการสนับสนุนเอสเอ็มอีในอุตสาหกรรมยานยนต์ของรัฐไม่ได้ผล เนื่องจากข้อจำกัดของหน่วยงานของรัฐที่ไม่สามารถนำนโยบายไปปฏิบัติได้ทั่วถึงแก่ผู้ประกอบการ และภาครัฐควรบูรณาการการทำงานร่วมกันโดยดำเนินการให้ครอบคลุมทุกมิติ และไม่ซ้ำซ้อน ส่งผลให้เอสเอ็มอีในอุตสาหกรรมยานยนต์สามารถเข้าถึงนโยบายของรัฐได้อย่างครบถ้วน สามารถแก้ปัญหาได้ทันต่อความต้องการ ทำให้เกิดการพัฒนาเปลี่ยนแปลงจนประสบความสำเร็จ กลายเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยต่อไปในอนาคต

คำสำคัญ: นโยบายสนับสนุนเอสเอ็มอีของรัฐ การบูรณาการของการนำนโยบายไปปฏิบัติ อุตสาหกรรมยานยนต์

Abstract

This article studied the problem of access to the government-supporting policy for small and medium enterprises (SME) in the automotive industry. The article present why the government supporting policy for SME does not achieve and provide solution guidelines for integrating government policy implementation that is suitable for SME in the automotive industry which is the main industry that is important to Thailand's economic system. The results of the study assumed that the government supporting policy for SME was not achieved because of the limitations of the government agencies that were unable to implement policies universally for entrepreneurs and the government agencies must integrate working together by taking action to cover all dimensions and not redundant. As a result, SME in the automotive industry can access government policies completely and can solve problems promptly. This caused the development to change until it was successful and became important in driving Thailand's economy in the future.

Keywords: government supporting policy for SME, integration of policy implementation, automotive industry

บทนำ

ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SME คือ ผู้ประกอบการกิจการผลิตสินค้าที่มีการจ้างงานไม่เกิน 200 คน หรือมีรายได้ต่อปีไม่เกิน 500 ล้านบาท และผู้ประกอบกิจการให้บริการ กิจการค้าส่ง หรือกิจการค้าปลีกที่มีการจ้างงานไม่เกิน 100 คน หรือมีรายได้ต่อปีไม่เกิน 300 ล้านบาท (กฎกระทรวงกำหนดลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2562, 2563: 1) ในปี พ.ศ. 2562 ประเทศไทยมีจำนวน SME ทั้งสิ้น 3,105,096 ราย คิดเป็นร้อยละ 99.5 ของผู้ประกอบการทั้งหมดในประเทศไทย โดยส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการส่วนบุคคลและอื่น ๆ ที่มีจำนวน 2,286,326 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 73.6 ของจำนวน SME ก่อให้เกิดการจ้างงานรวมทั้งสิ้น 12,060,369 คน คิดเป็นร้อยละ 69.5 ของจำนวนการจ้างงานทั้งหมด แต่การจ้างงานส่วนใหญ่จะอยู่ที่ผู้ประกอบการที่เป็นนิติบุคลที่มีการจ้างงานถึง 7,017,633 คน ส่งผลให้ SME สร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) สูงถึง 5.96 ล้านล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 35.3 ของ GDP ประเทศ (ฝ่ายติดตามและประเมินผลสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) 2564: 14) ซึ่งแสดงให้เห็นว่า SME มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อประเทศไทย

อุตสาหกรรมยานยนต์เป็นอุตสาหกรรมการผลิตหลักของประเทศไทย มีมูลค่าร้อยละ 5.8 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) โดยในปี พ.ศ. 2563 ประเทศไทยผลิตรถยนต์ได้ 1.4 ล้านคัน เป็นผู้ผลิตรถยนต์อันดับ 1 ของอาเซียน อันดับ 11 ของโลก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.84 ของทั้งโลกที่ 77.6 ล้านคัน (สมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย, 2564: 2) เป็นอุตสาหกรรมที่มีโครงสร้างเสมือนพีระมิด แบ่งออกเป็นหลายขั้นตามลำดับการสั่งซื้อ ส่งผลให้มีห่วงโซ่อุตสาหกรรมที่ยาว และมีผู้ประกอบการ และพนักงานที่เกี่ยวข้องจำนวนมาก ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 โครงสร้างอุตสาหกรรมยานยนต์ ประเทศไทย

ที่มา: สมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย (อ้างถึงใน กิริยา กุลการ, 2562: 28)

จากภาพที่ 1 จะเห็นได้ว่าผู้ผลิตชิ้นส่วนขนาดกลางและขนาดเล็ก (Tier 2&3) ซึ่งเป็น SME มีจำนวนผู้ประกอบการสูงสุดถึง 1,700 บริษัท มีการจ้างงานกว่า 340,000 คน ซึ่งจำนวนนี้ยังไม่รวมถึงกลุ่มอุตสาหกรรมสนับสนุน เช่น ผู้ผลิตและจัดหาวัตถุดิบต้นน้ำ ผู้ผลิตให้บริการด้านเครื่องจักร ผู้ให้บริการด้านการนำส่ง ขาย และบริการหลังการขายซึ่งส่วนใหญ่เป็น SME เช่นกัน ส่งผลให้ SME ในอุตสาหกรรมยานยนต์มีมูลค่าสูงถึง 130,000 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 6.9 ของมูลค่า SME ทั้งหมด (กิริยา กุลการ, 2562) จากการเก็บข้อมูลจาก SME ในอุตสาหกรรมยานยนต์ในเบื้องต้น พบว่าผู้ประกอบการมีความต้องการที่จะได้รับการสนับสนุนจากรัฐทั้งในเรื่องของเงินทุน เรื่องการพัฒนาบุคลากร การพัฒนาระบบบริหารจัดการ การสนับสนุนให้เกิดลูกค้ารายใหม่ หรือเรื่องการลดหย่อนภาษี อุปสรรคที่ผู้ประกอบการพบคือ การขอรับการสนับสนุนแต่ละเรื่องจากรัฐจะต้องติดต่อหน่วยงานราชการในแต่ละหน่วยที่แตกต่างกัน และมีขั้นตอนที่ค่อนข้างจะซับซ้อน มีเงื่อนไขค่อนข้างมาก ทำให้ยากต่อการเข้าถึง ไม่เกิดแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการเข้าร่วม

ในขั้นตอนการพิจารณาโครงการก็ใช้ระยะเวลานานไม่ทันต่อความต้องการของผู้ประกอบการ แต่ละหน่วยงานก็ต่างฝ่ายต่างทำงาน ไม่มีการประสานงานกันส่งผลให้ผู้ประกอบการเสียประโยชน์ ยกตัวอย่างเช่น ผู้ประกอบการต้องการที่จะลงทุนเครื่องจักรเพื่อขยายกำลังการผลิตไปผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไฟฟ้า ซึ่งได้ทำรายละเอียดโครงการผ่านสำนักงานส่งเสริมการลงทุน (BOI) และได้รับอนุมัติให้ได้รับการส่งเสริมการลงทุนแล้ว โดยระยะเวลาในการพิจารณาของ BOI ก็นานระดับหนึ่ง แต่เมื่อนำโครงการไปพิจารณาขอสินเชื่อจากธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (ธพว.) ปรากฏว่าธนาคารกลับไม่ได้สนใจรายละเอียดที่ BOI อนุมัติแต่ร้องขอเอกสารโครงการมาพิจารณาใหม่ทั้งหมด ซึ่งทำให้ต้องใช้เวลาในการพิจารณา ทำให้การลงทุนเกิดการล่าช้าออกไป ไม่ทันคู่แข่งที่ตัดสินใจลงทุนโดยใช้สินเชื่อจากทางอื่นที่ไม่ใช่กระบวนการของรัฐ ทำให้ผู้ประกอบการต้องเสียโอกาสที่จะได้ลูกค้าไป หรือการที่รัฐมุ่งสนใจแต่ผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะมาลงทุนในอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า จึงลดความสำคัญในการสนับสนุน SME ในอุตสาหกรรมยานยนต์เดิมในการลงทุนต่อยอดธุรกิจ เป็นต้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการนำนโยบายการสนับสนุนเอสเอ็มอีในอุตสาหกรรมยานยนต์ของรัฐนั้นไปปฏิบัตินั้นไม่ได้ผล ตามเหตุผลข้างต้น

ปัญหาข้างต้นมิได้เกิดกับ SME ในอุตสาหกรรมยานยนต์เท่านั้น แต่เกิดกับ SME ในอุตสาหกรรมอื่น ๆ ด้วย สังเกตได้จากผลดำเนินงานของหน่วยงานที่ดำเนินการสนับสนุน SME ของรัฐ เช่น ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ธพว.) มี SME ได้รับสินเชื่อในปี พ.ศ. 2563 เพียง 17,764 ราย คิดเป็นสัดส่วนเพียงร้อยละ 0.5 ของ SME ทั้งประเทศ (ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (ธพว.), 2564ก: 81) หรือผลดำเนินงานของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) ที่ส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการได้ 2,156 ราย (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม (กสอ.), 2564: 27) คิดเป็นสัดส่วนเพียงร้อยละ 0.07 ของ SME ทั้งประเทศ การที่จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการ

สนับสนุนจากรัฐมีสัดส่วนที่น้อยมาก แสดงให้เห็นว่าการนำนโยบายการสนับสนุนเอสเอ็มอีในภาพรวมของรัฐไปปฏิบัติไม่ได้ผลเช่นกัน

ผู้เขียนขอตั้งสมมติฐานถึงเหตุที่ทำให้นโยบายการสนับสนุนเอสเอ็มอีในอุตสาหกรรมยานยนต์ของรัฐไม่ได้ผล น่าจะมาจากการที่ผู้ประกอบการยื่นขอรับการสนับสนุนจากหน่วยงานข้างต้นค่อนข้างน้อย ขาดความสนใจในโครงการสนับสนุนของรัฐ หรือไม่ก็หน่วยงานรัฐมีข้อจำกัดในเรื่องงบประมาณและอื่น ๆ จึงอนุมัติการสนับสนุนแก่ผู้ประกอบการได้น้อย โดยมีนักวิจัยวิเคราะห์สาเหตุที่ผู้ประกอบการไม่สามารถเข้าถึงนโยบายของรัฐไว้บ้าง เช่น ศรีสุดา จงสิทธิผล และคณะ (2563) ได้วิจัยพบว่า สาเหตุที่ผู้ประกอบการ SME ไม่สามารถเข้าถึงการส่งเสริมของภาครัฐได้นั้นมาจากการประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึง และเป็นผู้ประกอบการที่ขาดคุณสมบัติ เช่น ด้านระบบการบริหารจัดการ การจัดตั้งกิจการที่มีรูปแบบไม่เป็นทางการ การปฏิบัติไม่ถูกต้องเกี่ยวกับการเสียภาษี ปัญหาการรักษาสภาพสิ่งแวดล้อม หรือการรักษาความปลอดภัยที่กำหนดตามกฎหมาย หรือ สุชาติ อำนาจวิภาวี (2559) ที่ได้ศึกษาการส่งเสริมและการสนับสนุนของรัฐต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และพบว่า นโยบายส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทยประสบปัญหาการดำเนินการที่ไม่สามารถบูรณาการร่วมกันได้อย่างมีเอกภาพ มีการทำงานซ้ำซ้อนกัน ไม่สามารถกระจายการขับเคลื่อนได้อย่างทั่วถึง ไม่มีการบูรณาการร่วมกัน ขาดศูนย์ให้คำปรึกษา ไม่ทราบข้อมูลเชิงประชากรของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้ประกอบการไม่ยอมเข้าระบบของรัฐ เงินช่วยเหลือไม่เพียงพอและทั่วถึง

หน่วยงานของรัฐเองมีการศึกษาถึงปัญหานี้ เช่น สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (สสว.) ที่วิเคราะห์ว่าการดำเนินนโยบายส่งเสริม SME พบปัญหาในการดำเนินงาน คือ การดำเนินงานขาดความต่อเนื่องในการพัฒนาและส่งเสริม รวมถึงได้งบประมาณจัดสรรที่ไม่เพียงพอ ขาดการบูรณาการฐานข้อมูล SME ระหว่างหน่วยงานภาครัฐที่เป็นฐานข้อมูลกลางส่งผลให้ไม่มีการส่งต่อเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงาน ซึ่งส่วนใหญ่เน้นการอบรมให้องค์ความรู้แก่ SME จึงไม่ส่งผลต่อการพัฒนาธุรกิจ และ SME ต้องการผู้เชี่ยวชาญ/ที่ปรึกษาในการให้คำปรึกษาแนะนำเชิงลึกที่สามารถนำไปใช้ได้จริง ขาดการจัดกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ความรู้ตามระดับศักยภาพและปัญหาที่แท้จริง ทำให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้น้อย และขาดการส่งเสริมการรวมกลุ่ม การสร้างเครือข่าย และการพัฒนาความเข้มแข็งในรูปแบบคลัสเตอร์เพื่อให้ SME มีอำนาจในการต่อรองในการแข่งขันยังมีอยู่น้อย (สสว., 2564: 6)

จากการที่ SME ในอุตสาหกรรมยานยนต์กำลังประสบปัญหาการเข้าถึงนโยบายสนับสนุนจากรัฐ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อประชาชนในประเทศเป็นจำนวนมาก ผู้เขียนจึงต้องการศึกษาข้อมูลเพื่อตอบคำถามที่ว่าทำไมนโยบายการสนับสนุน SME ในอุตสาหกรรมยานยนต์ของรัฐจึงไม่ได้ผล และนำเสนอแนวทางการแก้ไขโดยการบูรณาการการนำนโยบายของภาครัฐไปปฏิบัติที่มีความเหมาะสมกับ

อุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศไทยในอนาคต ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมหลักที่จะส่งผลต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศต่อไป

นโยบายสาธารณะ และการนำนโยบายไปปฏิบัติ

นโยบายสาธารณะ คือ กิจกรรมที่กระทำโดยรัฐบาลซึ่งครอบคลุมกิจกรรมทั้งหมดของรัฐบาล (Sharkansky Ira, 1970) ที่มีผลต่อความเป็นอยู่ของประชาชน (Koenig Louis W., 1986) โดยเลือกว่าจะดำเนินการหรือไม่ดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อปัญหาสังคม (Michael E. Kraft and Scott R. Furlong, 2004) ที่ต้องตัดสินใจจะกระทำในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับของสาธารณะ (Charles L. Cochran and Eloise F. Malone, 2005) เป็นการให้คำมั่นสัญญาแก่ประชาชน (Larry N. Gerston, 1997) ดังนั้นจึงต้องดำเนินการให้ครอบคลุมกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งหมดของรัฐบาล ทั้งกิจกรรมที่เป็นกิจวัตรและกิจกรรมที่เกิดขึ้นในบางโอกาส (Dye, Thomas R., 1984) ซึ่งรัฐบาลเป็นผู้มีอำนาจสูงสุดในการจัดสรรค่านิยมให้แก่สังคม (David Easton, 1953) หรือกำหนดเป็นแนวทางในการตอบสนองต่อปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อให้เกิดการแก้ไขปัญหา (Anderson, James E, 1994) อันเป็นกลไกหลักสำคัญในการดำเนินงานของรัฐบาลและหน่วยงานของรัฐทุกแห่ง ด้วยเหตุที่นโยบายเป็นกิจกรรมต่าง ๆ ที่รัฐจัดทำขึ้น หรือแผนงาน หรือโครงการหรือแนวทางการปฏิบัติที่รัฐบาลหรือหน่วยงานของรัฐได้กำหนดขึ้น (วรเดช จันทรศร, 2540)

การนำนโยบายไปปฏิบัติ คือ การศึกษาปฏิสัมพันธ์ ความเชื่อมโยง การพึ่งพา ตลอดจนความเป็นอิสระขององค์การและบุคคล (Berman, 1978 อ้างถึงใน วรเดช จันทรศร, 2559) ว่าองค์การที่รับผิดชอบสามารถนำและกระตุ้นให้ทรัพยากรทางการบริหาร ตลอดจนกลไกที่สำคัญทั้งมวลปฏิบัติงานให้บรรลุตามนโยบายที่ระบุไว้หรือไม่ แค่ไหน เพียงใด (Walter Williams, 1971 อ้างถึงใน วรเดช จันทรศร, 2559) โดยให้ความสนใจเกี่ยวกับความสามารถในการผลักดันในการทำงานของกลไกที่สำคัญทั้งมวล สามารถบรรลุผลลัพธ์ที่ได้ตั้งเป้าหมายเอาไว้ (Pressman and Wildavsky, 1973 อ้างถึงใน วรเดช จันทรศร, 2559) มีการเชื่อมโยงระหว่างการกำหนดนโยบาย และการประเมินนโยบาย ที่เป็นช่องว่างที่ไม่ได้รับความสนใจ (Hargrove, 1975 อ้างถึงใน วรเดช จันทรศร, 2559) โดยแบ่งกระบวนการออกเป็น 2 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนในระดับมหภาค และขั้นตอนในระดับจุลภาค ซึ่งสามารถวัดผลความสำเร็จของนโยบายได้จากเงื่อนไขใน 3 มิติ คือ มิติที่ 1 การมองผลของการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ แบ่งออกเป็น ระดับผลผลิต ระดับผลลัพธ์ และระดับผลลัพธ์สุดท้าย มิติที่ 2 ผลของความสำเร็จในการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ ที่ต้องไม่เกิดปัญหาหรือเกิดผลกระทบที่ไม่ดีต่อนโยบายหรือโครงการอื่น และมิติที่ 3 ผลรวมของการนำนโยบายไปปฏิบัติ ที่ต้องก่อให้เกิดการพัฒนาประเทศอย่างแท้จริง (วรเดช จันทรศร, 2559)

การนำนโยบายไปปฏิบัติมีทฤษฎีรองรับอยู่ 2 กลุ่ม ได้แก่ 1. ทฤษฎีนิรนัย และอุปนัยสำหรับการนำนโยบายไปปฏิบัติ (Deductive and Inductive Theory for Policy Implementation) และ 2. ทฤษฎี

การนำนโยบายไปปฏิบัติจากบนลงล่าง (Top-down Theories of Implementation) และการนำนโยบายไปปฏิบัติจากล่างขึ้นบน (Bottom-up Theories of Implementation) โดยทฤษฎีนิรนัย คือ การศึกษาปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ โดยการตั้งสมมติฐาน แล้วหาข้อมูลหรือเหตุผลอื่น ๆ มาสนับสนุน เพื่อให้เกิดการยอมรับในสมมติฐาน ซึ่งต้องนำตัวแบบของนักทฤษฎีที่ได้มีการพัฒนาขึ้นมาแล้วมาทำการศึกษาต่อ ส่วนทฤษฎีอุปนัยจะตรงข้ามกับนิรนัย ซึ่งศึกษาจากกรณีศึกษาที่มีนักทฤษฎีได้ทำการพิสูจน์ในเชิงประจักษ์ แล้วได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง โดยการนำผลที่ได้จากการศึกษามารวบรวมเป็นตัวแบบที่พัฒนาขึ้นมาใหม่ แล้วพิสูจน์เชิงประจักษ์อีกครั้งเพื่อแสดงให้เห็นว่าตัวแปรใดมีผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติ (วรเดช จันทรศร, 2559)

การนำนโยบายไปปฏิบัติให้ประสบความสำเร็จต้องประกอบไปด้วย การมีวัตถุประสงค์ของนโยบายที่ชัดเจน แน่นอน มีทฤษฎีที่เป็นพื้นฐานของนโยบาย เกิดการกระจายอำนาจให้หน่วยงานที่ปฏิบัติ โดยผู้นำหน่วยปฏิบัติต้องมีความสามารถ ได้รับการสนับสนุนจากประชาชน และรองรับความขัดแย้ง เปลี่ยนแปลงสภาพเศรษฐกิจและสังคม (Sabatier and Mazmanian, 1980 อ้างถึงใน วรเดช จันทรศร, 2559) ซึ่งสามารถวัดผลความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติได้จากสภาพแวดล้อมที่กระตุ้นผู้ปฏิบัติงานและกระตุ้นให้เกิดผลิตผล ทรัพยากร กระบวนการแปลงสภาพด้านโครงสร้าง และกระบวนการของรัฐที่แปลงความต้องการเป็นนโยบายสาธารณะ เป้าหมายของนโยบาย สมรรถนะในการตอบสนองสู่กลุ่มเป้าหมาย และผลสะท้อนกลับของนโยบาย (Van Meter and Van Horn, 1975 อ้างถึงใน วรเดช จันทรศร, 2559)

นโยบายสนับสนุน SME ของประเทศไทย

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนการสนับสนุนแก่ SME ในประเทศไทย เป็นผู้จัดทำแผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560-2564) ซึ่งมุ่งให้ SME ดำรงอยู่ได้และเติบโตอย่างแข็งแกร่ง ภายใต้การแข่งขันทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยมีความรู้ทักษะในการประกอบธุรกิจ มาตรฐานในการผลิตสินค้าและบริการ เกิดการเพิ่มมูลค่า สามารถแข่งขันในตลาดทั้งในและต่างประเทศได้ กลายเป็นพลังในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยวางนโยบายให้ดำเนินการภายใต้ 3 ยุทธศาสตร์ คือ ส่งเสริมและพัฒนารายประเด็น เสริมสร้างขีดความสามารถเฉพาะกลุ่ม และพัฒนากลไกเพื่อขับเคลื่อนอย่างเป็นระบบ ซึ่งมีกลยุทธ์การดำเนินงานที่น่าสนใจดังนี้ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2559) โดยในปี พ.ศ. 2563 สสว. ได้มีการดำเนินงานพัฒนา SME ทั้งหมด 255,449 ราย เกิดมูลค่าเศรษฐกิจรวม 11,662.47 ล้านบาท โดยมีรายละเอียดการดำเนินงาน (สสว., 2564: 5) ดังนี้

1. ยกระดับการบูรณาการ SME ของประเทศด้วย BIG Data โดยบูรณาการขับเคลื่อนการส่งเสริม SME เสนอมาตรการช่วยเหลือ SME ที่ได้รับผลกระทบจาก COVID-19 และผลักดันให้ SME

เข้าถึงการจัดซื้อภาครัฐ บูรณาการความร่วมมือระหว่างประเทศ โดยการสร้างเครือข่ายเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถต่อยอดธุรกิจด้านเทคโนโลยี ด้านพัฒนาสินค้าและบริการและด้านการร่วมทุนและการตลาด บูรณาการฐานข้อมูล BIG Data โดยจัดทำฐานข้อมูล SME Big data เพื่อให้มีข้อมูลโครงสร้าง จำนวนการจ้างงาน การส่งออกและนำเข้า การเงิน และการให้คำปรึกษา ส่งผลให้ผู้ประกอบการได้รับการพัฒนา 4,189 ราย

2. พัฒนากลไกการส่งเสริมให้เข้าถึง SME โดยการขึ้นทะเบียนข้อมูลที่ปรึกษา สร้างต้นแบบของ SME 4.0 ที่ปรับเปลี่ยนแนวทางเป็น Digital Transformation จัดทำเว็บไซต์ให้ความรู้แก่ SME นำเสนอองค์ความรู้ที่จำเป็นแก่ผู้ประกอบการ และเสนอข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมและโครงการของภาครัฐ และให้คำปรึกษาผ่านศูนย์ให้บริการ SME ครบวงจรซึ่งมีผู้บริการกว่า 200,000 ราย เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจกว่า 430 ล้านบาท

3. สร้างสังคมผู้ประกอบการให้เติบโตและก้าวสู่สากล โดยการพัฒนามาตรฐานสินค้าและบริการ ขยายโอกาสทางการตลาด พัฒนาธุรกิจสู่สมัยใหม่ ยกระดับมาตรฐาน เพิ่มประสิทธิภาพและผลิตภาพทำให้ SME ได้รับการพัฒนากว่า 50,000 ราย เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจกว่า 11,000 ล้านบาท

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม (กสอ.) ได้มีการกำหนดนโยบายส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของ SME โดยกำหนดเป็นพันธกิจในการส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาอุตสาหกรรม SME ให้มีขีดความสามารถที่สูงขึ้น และสร้างเครือข่ายความร่วมมือการส่งเสริม SME ทุกระดับดำเนินการโดยใช้ยุทธศาสตร์เพิ่มขีดความสามารถอุตสาหกรรมเป้าหมายตลอดโซ่อุปทานผ่าน 5 กลยุทธ์ ได้แก่ เพิ่มศักยภาพอุตสาหกรรมด้วยนวัตกรรมเทคโนโลยีดิจิทัลและความคิดสร้างสรรค์ สร้างและพัฒนาผู้ประกอบการและบุคลากรภาคอุตสาหกรรม พัฒนาและยกระดับอุตสาหกรรมชุมชน พัฒนาศักยภาพและการรวมกลุ่มอุตสาหกรรม และเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานภาคอุตสาหกรรม ซึ่งจะทำให้ SME มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น และต้นทุนด้านจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานลดลง (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2561) โดยในปี พ.ศ. 2563 ได้มีการดำเนินงานผ่านโครงการ “ปั้น ปรุง เปลี่ยน เอสเอ็มอี ให้ดีพร้อม” ซึ่งประกอบด้วย (กสอ., 2564)

1. การปั้น SME เกษตรอุตสาหกรรม ปั้น SME ให้มีความริเริ่มสร้างสรรค์ และปั้น SME ให้มีประสิทธิภาพผ่านการใช้เทคโนโลยีอัจฉริยะ ซึ่งทำเกิดการส่งเสริมรวม 1,500 ราย

2. การปรุง ระบบนิเวศในการสนับสนุน SME ด้วยการบูรณาการกับหน่วยงานภาครัฐ เอกชนและประชาชน เพื่อปรับปรุงมาตรฐานส่งเสริมอุตสาหกรรม โดยใช้เครือข่ายในโครงการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม ช่วยให้ SME ประสบความสำเร็จเพิ่มขึ้น 476 ราย

3. การเปลี่ยนวิธีการทำงานเพื่อพัฒนา SME ในทุกอุตสาหกรรม โดยปรับโครงสร้างภายในเปลี่ยนการให้บริการของศูนย์ปฏิรูปอุตสาหกรรม 4.0 ให้สะดวกรวดเร็ว ไม่ซ้ำซ้อน เน้นการให้บริการในรูปแบบดิจิทัลเซอร์วิส ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการส่งเสริมอุตสาหกรรมจำนวน 120 ราย

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ได้ออกมาตรการส่งเสริมการลงทุนสำหรับ SME โดยโครงการที่จะขอเข้ารับการสนับสนุนจะต้องเข้าข่ายประเภทกิจการตามบัญชีท้ายประกาศส่งเสริมการลงทุนที่ 2/2557 โดยมีประเภทโครงการที่น่าสนใจซึ่งอยู่ในกลุ่ม A2 ได้แก่ กิจการผลิตเครื่องจักร และ/หรือ อุปกรณ์อัตโนมัติ (Automation) ที่มีการออกแบบทางวิศวกรรม กิจการผลิตชิ้นส่วนยานพาหนะที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง ได้แก่ การผลิต Substrate สำหรับ Converter, ผลิต Electronic Fuel Injection System ผลิต Transmission สำหรับรถยนต์ ผลิต Electronic Control Unit (ECU) กิจการผลิตอุปกรณ์สำหรับรถยนต์ Hybrid, Electric Vehicle (EV) และ Plug-in Hybrid Electric Vehicle (PHEV) ได้แก่ แบตเตอรี่ มอเตอร์ ระบบปรับอากาศ และยางล้อสำหรับยานพาหนะ ซึ่งจะได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักร และได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นสัดส่วนร้อยละ 200 ของเงินลงทุน (ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน) โดยจะได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นเวลา 8 ปี และได้รับสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมเพื่อพัฒนาความสามารถทางการแข่งขัน เช่น หากลงทุนเพื่อการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี และนวัตกรรม ทั้งที่ดำเนินการเองหรือร่วมวิจัยกับองค์กรก็จะได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลร้อยละ 300 ของมูลค่าการลงทุน หรือหากลงทุนสร้างโรงงานเพิ่มเติมในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษก็จะได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลร้อยละ 200 ของมูลค่าการลงทุน (BOI, 2564ก)

โดย SME จะต้องเป็นไปตามเงื่อนไข คือ เป็น SME สัญชาติไทยที่ต้องการเพิ่มขีดความสามารถและเมื่อรวมกิจการทั้งหมดทั้งที่ได้รับการส่งเสริมและไม่ได้รับการส่งเสริมแล้ว ผู้ขอรับการส่งเสริมต้องมีสินทรัพย์ถาวรสุทธิหรือเงินลงทุนไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียนไม่เกิน 200 ล้านบาท มีเงินลงทุนขั้นต่ำของแต่ละโครงการไม่น้อยกว่า 500,000 บาท (ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน) มีอัตราส่วนหนี้สินต่อทุนไม่เกิน 4 ต่อ 1 ต้องมีการลงทุนใหม่ในเครื่องจักรหลักเป็นสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ50 ของมูลค่าเครื่องจักรที่ใช้ในโครงการ และเมื่อรวมกิจการทั้งหมดที่ได้รับการส่งเสริมและไม่ได้รับการส่งเสริมแล้ว ผู้ขอรับการส่งเสริมจะต้องมีรายได้ไม่เกิน 500 ล้านบาท ในช่วง 3 ปี นับแต่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริม (BOI, 2564ก)

ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (ธพว.) ได้ออกมาตรการสินเชื่อสำหรับ SME มากมายหลากหลายสินเชื่อ ไม่ว่าจะเป็นสินเชื่อรายเล็ก Extra Cash สินเชื่อสนับสนุน SME รายย่อย สินเชื่อ SME มีสุข สินเชื่อ SME ยิ้มได้ แต่สินเชื่อที่มีความเหมาะสมกับผู้ประกอบธุรกิจการผลิตในอุตสาหกรรมยานยนต์มากที่สุด ณ ตอนนี้คือ สินเชื่อ SME D เติมทุน ที่มุ่งให้ SME ลงทุนขยายปรับปรุงกิจการ รวมทั้งปรับเปลี่ยนธุรกิจ หรือเงินทุนหมุนเวียน มีวงเงินสินเชื่อที่ 5,000 ล้านบาท โดยผู้ขอสินเชื่อต้องเป็นบุคคลธรรมดาเมื่อรวมระยะเวลากู้แล้วไม่เกิน 70 ปี หรือเป็นนิติบุคคลที่มีจำนวนหุ้นซึ่งมีบุคคลสัญชาติไทยเป็น SME ตามนิยาม สสว. ไม่เป็น NPL ณ วันยื่นคำขอกู้ มีรายละเอียดสินเชื่อวงเงินสูงสุดไม่เกิน 15 ล้านบาทต่อราย มีอัตราดอกเบี้ยเริ่มต้น 4%

ต่อปี เป็นเงินกู้ยืมแบบมีระยะเวลา (Term Loan) สูงสุดไม่เกิน 10 ปี หรือเงินให้กู้ยืมระยะสั้น (P/N) โดยต้องขอกู้ภายใน 30 มิถุนายน 2565 โดยต้องมีที่ตั้งของกิจการเป็นหลักประกัน โดยต้องผ่อนชำระเงินต้นพร้อมดอกเบี้ยเป็นรายเดือน เดือนละเท่า ๆ กัน จนครบอายุสัญญา (ธพว., 2564ข)

สรุปได้ว่าประเทศไทยได้กำหนดนโยบายเพื่อสนับสนุน SME ตามหลักการของนโยบายสาธารณะ โดยการสร้างกิจกรรมเพื่อสนับสนุนประชาชนในกลุ่มใหญ่ ซึ่งก็คือแรงงานใน SME โดยมีการดำเนินการที่ครอบคลุมในหลายมิติ ซึ่งสอดคล้องกับ สุชาติ อำนาจวิภาวี (2563) ที่เห็นว่าประเทศไทยกำหนดนโยบายที่สำคัญที่ส่งเสริม SME ใน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการพัฒนานวัตกรรม ด้านการส่งเสริมด้านการตลาด และด้านการส่งเสริมด้านการลงทุน และหากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สามารถเข้าถึงนโยบายต่าง ๆ ของรัฐได้อย่างครบถ้วน ก็ย่อมเป็นการบริหารความเสี่ยงที่ประสบอยู่ในปัจจุบัน หรืออาจจะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการพัฒนา ปรับปรุงเปลี่ยนแปลง กลายเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จได้ในอนาคต แต่การนำนโยบายไปปฏิบัติของรัฐนั้นเป็นไปในรูปแบบทฤษฎีการนำนโยบายไปปฏิบัติจากบนลงล่าง (Top-down Theories of Implementation) คือ รัฐเป็นคนคิดและกระจายสู่ผู้ปฏิบัติ แต่เมื่อผู้ปฏิบัติมีหลายหน่วยงาน ก็ทำให้การนำนโยบายไปปฏิบัตินั้นไม่ประสบผลสำเร็จ สังเกตได้จากผลของการนำนโยบายไปปฏิบัติ ที่มีจำนวนผู้ประกอบการเข้าถึงนโยบายได้ค่อนข้างน้อยนั่นเอง

แนวทางการปรับปรุงเพื่อให้ผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมยานยนต์เข้าถึงนโยบายการสนับสนุนของรัฐ

SME ควรปรับปรุงการจัดการภายในองค์กร ปรับปรุงด้านระบบบัญชีและการเงิน ควรใช้สินเชื่อจากสถาบันการเงินเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในอนาคต โดยต้องรักษาวินัยทางด้านการเงิน ไม่นำเงินไปใช้ผิดวัตถุประสงค์ของการดำเนินธุรกิจ (สุรศักดิ์ อำนวยประวิทย์, 2559) ควรสร้างความแตกต่างทางการตลาด ดูแลด้านต้นทุน การให้ความรู้การทำงานให้กับพนักงาน และการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า ซึ่งจะส่งผลให้มีศักยภาพองค์การดีมีประสิทธิภาพ มีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ที่ลอกเลียนแบบได้ยาก (รุ่งอรุณ กระแสร์สินธุ์ และคณะ, 2559) เช่นเดียวกับ SME ในอุตสาหกรรมยานยนต์ควรเพิ่มพูนความรู้และศักยภาพพื้นฐานที่สำคัญของการผู้ประกอบการ ซึ่งส่งผลต่อการขับเคลื่อนเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขัน รวมถึงการมีความคิดสร้างสรรค์ การกล้าเผชิญความเสี่ยงและการเป็นผู้ที่มีความสามารถในการใช้ทรัพยากรที่สำคัญ (สุชาติ ปรักทยานนท์, 2556) ควรวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีในด้านต่าง ๆ เพื่อนำไปใช้กับรถยนต์ไฟฟ้า มีความต้องการร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถเฉพาะทางให้กับอุตสาหกรรมการผลิตยานยนต์ไฟฟ้า (พีรภพ จอมทอง และคณะ, 2561) ซึ่งสอดคล้องกับ ภัทรเวช ธาราเวชรักษ์ และคณะ (2559) ที่เห็นว่าผู้ประกอบการควรพัฒนาความสามารถเห็นโอกาส โดยทำ

ความเข้าใจ เรียนรู้ถึงนวัตกรรมและการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีของรถยนต์พลังงานไฟฟ้า ความสามารถเลือกโอกาส โดยเลือกโอกาสในอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่โดยเลือกกลุ่มยานยนต์ที่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล และความสามารถปรับตัว โดยให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ซึ่งต้องเตรียมแรงงานทักษะฝีมือเพื่อรองรับอุตสาหกรรมยานยนต์แห่งอนาคต เพิ่มผลผลิต และยกระดับความสามารถในการบริหาร ซึ่งจะช่วยเตรียมความพร้อมในการปรับตัวของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคต

รัฐควรพัฒนาปรับปรุงนโยบายในการให้การสนับสนุนและส่งเสริมธุรกิจ SME ในด้านความต่อเนื่องของการพัฒนา รวมทั้งขจัดความซ้ำซ้อนของกิจกรรม/โครงการของหน่วยงานสนับสนุน มุ่งเน้นการให้การสนับสนุนตรงเป้าหมาย ปัญหาและความต้องการของ SME แต่ละกลุ่ม (ศรีสุดา จงสิทธิผล และคณะ, 2563) และควรปรับเปลี่ยนขั้นตอนการวิเคราะห์สินเชื่อให้รวดเร็ว และร่วมมือกันเพื่อสนับสนุนเงินทุนให้กับ SME ได้ง่ายขึ้น และควรจัดอบรมหลักสูตรทางด้านการเงินและบัญชีให้แก่ SME เพื่อให้ผู้ประกอบการมีความรู้ในระบบการเงินและบัญชีที่ถูกต้อง ซึ่งจะทำให้ SME เข้าถึงแหล่งเงินทุนได้มากขึ้น และเพิ่มโอกาสให้สินเชื่อแก่ SME รายใหม่ ๆ ที่ยังไม่เคยได้รับสินเชื่อ (สุรศักดิ์ อำนวยประวิทย์, 2559) ซึ่งผู้ประกอบกิจการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทยที่ส่วนใหญ่เป็น SME มีจุดอ่อนในเรื่องของการขาดแคลนแรงงานฝีมือที่ความเชี่ยวชาญ ซึ่งมีความต้องการอย่างเร่งด่วน ไม่มีการส่งเสริมตราสินค้าอย่างต่อเนื่องทำให้ไม่เป็นที่รู้จักในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ และไม่มีงบประมาณในการขยายกำลังการผลิตไปยังตลาดใหม่ ส่วนอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจคือ การเข้ามาของบริษัทต่างชาติที่มีเทคโนโลยีทันสมัยซึ่งรัฐให้ความสนใจที่จะสนับสนุน ทำให้ไม่สามารถพัฒนาผู้ประกอบการชิ้นส่วนยานยนต์ขนาดย่อมได้อย่างเต็มที่ ซึ่งรัฐควรกำหนดนโยบายที่สร้างความเชื่อมั่นระหว่างลูกค้าประจำกับบริษัทผู้ผลิต กำหนดนโยบายในการเร่งรัดสนับสนุนให้เสริมตราสินค้าเพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือ เกิดการรวมตัวเป็นคลัสเตอร์เพื่อผลักดันการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนยานยนต์ของ SME ประเทศไทย (ภัทรเวช ธาราเวชรักษ์ และคณะ, 2559) มีมาตรการลดหย่อนภาษีหรือส่งเสริมการตลาด (พีรภพ จอมทอง และคณะ, 2561)

จากข้อมูลปัญหาของ SME ในอุตสาหกรรมยานยนต์ที่ผู้วิจัยเคยได้ศึกษา จะเห็นได้ว่ามีปัญหาที่ค่อนข้างหลากหลาย ซึ่งทุกปัญหาล้วนแก้ไขได้ด้วยการสนับสนุนจากรัฐ แต่เมื่อกระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัติไม่ประสบผลสำเร็จ ผู้ประกอบการก็ยังคงต้องเผชิญปัญหาตามข้อมูลข้างต้น การจะนำนโยบายไปปฏิบัติให้ประสบความสำเร็จได้นั้นจำเป็นต้องอาศัยการบูรณาร่วมกันของหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ โดยวรเดช จันทรศร (2559: 262) ได้ศึกษากรณีศึกษาของ Pressman and Wildavsky (1984) ได้ข้อสรุปปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ คือการหลีกเลี่ยงความซับซ้อน (complexity) ซึ่งจะต้องอาศัยความร่วมมือหรือประสานงานกับองค์กรต่าง ๆ ให้น้อยลง เพื่อให้เกิดการนำนโยบายไปปฏิบัติบนรากฐานของวิธีบรรลุนโยบายที่ธรรมดา (simple)

และนำกลยุทธ์เสมือนกลไกของตลาด (market-like strategies) มาช่วยขจัดความยุ่งยากในการบริหารนโยบาย แต่หากจำเป็นต้องเผชิญกับความซับซ้อนอยากหลีกเลี่ยงไม่ได้ ก็ควรหาทางประสานงานหรือแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการเชื่อมโยงให้มากที่สุด ซึ่งต้องวิเคราะห์โครงสร้างของการนำไปปฏิบัติ (implementation structure) ที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องในส่วนต่าง ๆ ของกระบวนการนโยบายสาธารณะ อันส่งผลต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติที่จะหาทางปรับเปลี่ยนวิธีในการบรรลุนโยบายให้ยืดหยุ่นเป็นไปตามสภาวะการณ์ ซึ่งทำให้การนำนโยบายไปปฏิบัติมีโอกาสประสบความสำเร็จเพิ่มสูงขึ้น

ผลการศึกษา

จากการศึกษาเบื้องต้น พบว่า ภาครัฐมีการกำหนดนโยบายที่เฉพาะเจาะจงไปที่อุตสาหกรรมยานยนต์ค่อนข้างน้อย ส่วนใหญ่ดำเนินนโยบายในรูปแบบที่เป็นกลางพัฒนาอุตสาหกรรมที่หลากหลาย ทำให้การพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศไทยอาจจะยังไม่สมบูรณ์ ไม่สามารถแก้ไขปัญหาให้แก่ SME ในอุตสาหกรรมยานยนต์ได้อย่างแท้จริง โดยสาเหตุที่ทำให้นโยบายการสนับสนุน SME ในอุตสาหกรรมยานยนต์ของรัฐไม่ได้ผล น่าจะมาจากการที่รัฐมีข้อจำกัดในเรื่องของงบประมาณ และบุคลากรส่งผลให้นำนโยบายไปปฏิบัติอย่างไม่ทั่วถึง ซึ่งเป็นข้อสรุปจากข้อมูลขั้นต้นที่ผู้เขียนได้ศึกษาจากข้อมูลของรัฐ จากตัวแทน SME ในอุตสาหกรรมยานยนต์ รวมถึงแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยในอดีต ซึ่งผู้วิจัยจะทำการวิจัยเชิงลึกจาก SME ในอุตสาหกรรมยานยนต์ทั้งหมดเพื่อยืนยันผลการศึกษาว่าทำไมนโยบายการสนับสนุน SME ในอุตสาหกรรมยานยนต์ของรัฐจึงไม่ได้ผลต่อไป

รัฐสามารถแก้ไขปัญหานโยบายการสนับสนุน SME ในอุตสาหกรรมยานยนต์ที่ไม่ได้ผล โดยบูรณาการการนำนโยบายของรัฐไปปฏิบัติ โดยการลดความซ้ำซ้อนของการทำงานแต่ละหน่วยงานลงดำเนินงานร่วมกันแก้ไขปัญหา ประสานงานในการทำงานร่วมกันด้วยการบูรณาการองค์ความรู้และทรัพยากรเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ตามเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ ซึ่งจะทำให้สามารถดำเนินนโยบายที่เฉพาะเจาะจงไปที่อุตสาหกรรมยานยนต์ได้ SME ก็สามารถเข้าถึงนโยบายสนับสนุนของรัฐได้โดยง่าย ทำให้เกิดความยืดหยุ่นในการดำเนินงาน ส่งผลให้ผู้รับนโยบายได้รับประโยชน์สูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับหลักการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติของ วรเดช จันทรศร (2559: 469) ที่ได้อภิปรายไว้ว่านโยบายควรมีความสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ได้รับการสนับสนุนและผลักดันให้ไปสู่ความสำเร็จ และจำเป็นต้องสอดคล้องกับนโยบายส่วนกลางและนโยบายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องด้วยจึงจะได้รับการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องและจริงจัง ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงนโยบายรัฐได้อย่างครบถ้วน ทั่วถึง สามารถแก้ปัญหาได้ทันต่อความต้องการ ทำให้เกิดการพัฒนาเปลี่ยนแปลงจนประสบความสำเร็จ กลายเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยต่อไปในอนาคต

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

ปัญหาของ SME ในอุตสาหกรรมยานยนต์นั้นเป็นปัญหาใหญ่ และส่งผลเป็นวงกว้างต่อประชาชน ในปัจจุบันรัฐอาจจะกำลังมองข้ามปัญหานี้อยู่ สังเกตได้จากนโยบายของรัฐในปัจจุบันที่กำลังมุ่งส่งเสริมไปที่อุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมแห่งอนาคต สนับสนุนให้เกิดการผลิตยานยนต์ไฟฟ้าในประเทศ หรือนำเข้ายานยนต์ไฟฟ้ามาจำหน่ายภายในประเทศ เพื่อเร่งให้ประชาชนได้ใช้ยานยนต์ไฟฟ้าภายในประเทศโดยเร็ว ซึ่งผู้ผลิตส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ที่เพิ่งเข้ามาดำเนินธุรกิจในประเทศ หรือก่อตั้งขึ้นมาใหม่เพื่อดำเนินธุรกิจ ส่งผลให้หน่วยงานรัฐที่ดำเนินนโยบายจะลดความสำคัญในการให้การสนับสนุน SME ในอุตสาหกรรมยานยนต์รายเดิมที่มีจำนวนมากลง ซึ่ง SME เหล่านี้เป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศในอดีต และมีแรงงานอยู่ระบบเป็นจำนวนมาก ดังนั้นนอกจากที่รัฐจะต้องบูรณาการนำนโยบายปัจจุบันไปปฏิบัติให้ประสบผลสำเร็จแล้ว รัฐควรจะปรับปรุงกระบวนการการออกนโยบายให้มีความเหมาะสมตามบริบทของสังคม เศรษฐกิจ และสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป โดยคำนึงถึงประโยชน์ของประชาชนในประเทศเป็นที่ตั้ง เช่น กรณีของนโยบายสนับสนุนยานยนต์ไฟฟ้า หากรัฐคำนึงถึงผู้ประกอบการรายเดิม ก็ควรกำหนดให้ผู้ประกอบการยานยนต์ไฟฟ้ารายใหม่ต้องสั่งซื้อวัตถุดิบหรือชิ้นส่วนจากผู้ผลิตรายเดิมในประเทศที่เป็น SME ที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ เป็นต้น การที่สะท้อนปัญหาและเสนอแนวทางการปรับปรุงแก่รัฐได้นั้นจำเป็นต้องอาศัยการวิจัยเชิงลึกจาก SME ในอุตสาหกรรมยานยนต์ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมาสนับสนุน และสามารถพัฒนาต่อยอดงานวิจัย ซึ่งสามารถนำองค์ความรู้จากบทความฉบับนี้ไปต่อยอดเพื่อทำการวิจัยเชิงลึกและพัฒนางานวิจัยต่อไปได้

เอกสารอ้างอิง

กฎกระทรวงกำหนดลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2562. (2563, 7 มกราคม). **ราชกิจจานุเบกษา.** เล่มที่ 137 ตอนที่ 1 ก, หน้า 1-3.

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม. (2561). **แผนยุทธศาสตร์กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พ.ศ.2562-2564**. ค้นเมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม 2564, จาก https://www.dip.go.th/uploadcontent/abhimuk/strategy_DIP_62_64.pdf

_____. (2564). **รายงานประจำปี พ.ศ. 2563**. ค้นเมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม 2564, จาก https://www.dip.go.th/uploadcontent/Ploypilin/Annual%20STI-63-Web.pdf

กิริยา กุลกลการ. (2562). **ผลกระทบของการเปลี่ยนไปใช้รถยนต์ไฟฟ้าต่อแรงงานในอุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์**. รายงานการวิจัย. กรุงเทพฯ: มูลนิธิฟรีดริค เอแบร์ท.

ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย. (2564ก). **รายงานประจำปี พ.ศ. 2563 ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย.** ค้นเมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม 2564, จาก https://www.smebank.co.th/about/annual-report

ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย. (2564ข). **สินเชื่อ SME D เติมทุน.** ค้นเมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม 2564, จาก https://www.smebank.co.th/loans/

ฝ่ายติดตามและประเมินผล สำนักงานส่งสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2564). **รายงานผลการดำเนินงานของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ .2563**. ค้นเมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม 2564, จาก https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-20210611112536.pdf

พีรภพ จอมทอง และคณะ. (2561). *การศึกษาความพร้อมของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยต่อการผลิตยานยนต์ไฟฟ้า: กรณีผู้ผลิตชิ้นส่วนระบบช่วงล่าง.* **วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี,** 26(8): 1446-1457.

ภัทรเวช ธาราเวชรักษ์ และคณะ. (2559). *การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันของผู้ประกอบการชิ้นส่วนยานยนต์ไทยภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน.* **วารสารวิศวกรรม มหาวิทยาลัยนเรศวร**, 12(1): 73-82.

รุ่งอรุณ กระแสร์สินธุ์ และคณะ. (2559). *ผลการดำเนินงานของธุรกิจและสมรรถนะของผู้ประกอบการกับขอบข่ายการแข่งขัน และศักยภาพองค์การ.* **วารสารเกษมบัณฑิต,** 17(1): 1-21.

วรเดช จันทรศร. (2559). **ทฤษฎีการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ.** กรุงเทพฯ: มูลนิธิตากสินเพื่อพัฒนาการศึกษา.

ศรีสุดา จงสิทธิผล และคณะ. (2563). *การประเมินนโยบายของภาครัฐในการส่งเสริมธุรกิจ SME ของประเทศไทย ศึกษาเปรียบเทียบแบ่งตามรายภูมิภาคและรายประเภท.* **วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี,** 17(1): 31-42.

สถาบันยานยนต์. (2563). **ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ของประเทศไทย.** ค้นเมื่อ 10 กุมภาพันธ์ 2565, จาก http://www.thaiauto.or.th/2012/backoffice/file_upload/research/2812563848231.pdf

สมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย. (2564). *สารจากนายกฯสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย.* **วารสารสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย,** 14(1): 2.

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, (2564ข). **ภาวะการส่งเสริมการลงทุน 2563**. ค้นเมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม 2564, จาก https://www.boi.go.th/upload/content/investmentpromotion2020.pdf

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน. (2564ก). **คู่มือการขอรับการส่งเสริมการลงทุน 2564.** ค้นเมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม 2564, จาก https://www.boi.go.th/upload/content/BOI_A_Guide_Web_Th.pdf

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2559). **แผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560-2564)**. ค้นเมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม 2564, จาก https://www.sme.go.th/upload/mod_download/แผนการส่งเสริม%20SME%20ฉบับที่%204%20(พ.ศ.%202560-2564).pdf

สุชาติ ปรักทยานนท์. (2556). *การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย.* **วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี,** 2(1), 102-110.

สุชาติ อำนาจวิภาวี. (2559). **การส่งเสริมและการสนับสนุนของรัฐต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.** การศึกษาอิสระ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชมงคลรัตนโกสินทร์.

สุชาติ อำนาจวิภาวี. (2563). *นโยบายของภาครัฐในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เกิดความยั่งยืน*. **วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ**, 8(3): 56-66.

สุรศักดิ์ อานวยประวิทย์. (2559). *กลยุทธ์การเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร.* **วารสารวิชาการคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี**, 11(1): 186-199.

เสาวณี จันทะพงษ์ และ ชฎาธาร โอษธีศ. (2563). **พลิกวิกฤตยานยนต์ไทยด้วยการยกระดับทักษะแรงงาน.** ค้นเมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม 2564, จาก https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/DocLib_/Article_15Sep2020.pdf

Anderson James E. (1994). **Public Policy – Making: Introduction**. 2nd ed. New York: Houghton Mifflin Company.

Charles L. Cochran and Eloise F. Malone. (2005). **Public Policy: Perspectives and Choices**. 3rd ed. Boulder: Lynne Rienner Publisher.

David Easton. (1953). **The Political System: An Inquiry into the State of Political Science.** New York: Knopf.

Dye Thomas R. (1984). **Understanding Public Policy**. 5th ed. New Jersey: Prentice–Hall.

Koenig Louis W. (1986). **An Introduction to Public Policy**. New Jersey: Prentice-Hall.

Larry N. Gerston. (1997). **Public Policy Making Process and Principle**. M.E. Sharpe.

Michael E. Kraft and Scott R. Furlong. (2004). **Public Policy Politics, Analysis, and Alternatives**. 4th ed. California: SAGE Publication.

Sharkansky Ira. (1970). **The Political Scientist and Policy Analysis: An Introduction.** in Policy Analysis in Political Science, ed. Chicago: Markham Publishing Company.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ของประชาชนไทย

Factors Influencing Thai People's Consumption of Organic Food Products Behavior

กรจิรา เขาเหม้น รุ่งศรีวรวัฒน์
นักศึกษา หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยรามคำแหง
E–mail: tunt1237@gmai.com
ธัญปวีณ์ รัตน์พงศ์พร
อาจารย์ประจำหลักสูตรและประธานกรรมการบริหารโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สำหรับนักบริหารรุ่นใหม่ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
E–mail: natha2517@gmail.com
คณิต ไข่มุกด์
อาจารย์ประจำหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยรามคำแหง
E–mail: kkanit4@gmail.com
Kornjira Khao-men Rungsriworawat
Student, Doctor of Program in Social Sciences
Ramkhamhaeng University
Tunpawee Ratpongporn
Lecturer, MBA Program for Young Executives, Faculty of Business Administration,
Ramkhamhaeng University
Kanit Khaimook
Lecturer, Doctor of Philosophy Program in Social Sciences,
Ramkhamhaeng University

รับเข้า: *18 มิถุนายน 2565* **แก้ไข:** *1 กรกฎาคม 2565* **ตอบรับ:** *2 สิงหาคม 2565*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษารูปแบบจำลองอิทธิพลของปัจจัยด้านความรู้เกี่ยวกับการเกษตรอินทรีย์ ปัจจัยด้านจิตวิทยา และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ของประชาชนไทย 2) ศึกษารูปแบบจำลองที่แสดงผลความเชื่อมโยง

ผลกระทบปฏิสัมพันธ์ของความตระหนักด้านความปลอดภัยในอาหาร และด้านการรับรู้คุณประโยชน์ของอาหารอินทรีย์ที่มีอิทธิพลกระทำระหว่างตัวแปรทำนาย ความรู้เกี่ยวกับการเกษตรอินทรีย์ ส่งผลกระทำต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ของประชาชนไทย กลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้า 1,100 รายทั่วประเทศ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน และการวิเคราะห์การถดถอยแบบลำดับขั้น

ผลการวิจัย พบว่า 1) แบบจำลองโครงสร้างของปัจจัยทั้งหมดมีอิทธิพลเชิงบวกโดยตรงอย่างมีนัยสำคัญต่อพฤติกรรมผู้บริโภค การยืนยันทางทฤษฎีที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมที่มีอยู่ในแบบจำลองได้รับการถ่วงน้ำหนักสำหรับอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อม สำหรับปฏิสัมพันธ์ของตัวแปรกลั่นกรองการค้นพบเชิงปริมาณสนับสนุนโมเดลแนวคิด 2) ตัวแปรตามแบบจำลองสามารถอธิบายพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ของผู้บริโภคได้ประมาณร้อยละ 67.8 (R^2=0.678)

คำสำคัญ: ความรู้เกี่ยวกับการเกษตรอินทรีย์ ปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด การรับรู้คุณประโยชน์ของอาหารอินทรีย์ ความตระหนักด้านความปลอดภัยในอาหาร

Abstract

The objectives of the research were to 1) investigate a model of the influence factors on knowledge about organic agriculture; psychological factors; social factors; and marketing mix factors on organic food consumption behaviors of Thai people, 2) investigate the model of linkage between the interaction effects of food safety awareness and the benefit perception of organic food products, influencing action between predictive variables affecting the consumption behaviors of organic food products of Thai people. This research was conducted using a quantitative research methodology. The data were collected from 1,100 customers around the country. The questionnaire was used as a tool to collect data. The descriptive statistical data consisted of percentages, confirmatory factor analysis and hierarchical regression.

The research results showed that: 1) the structural model of all factors had a significant direct positive influence on consumer behaviors. The theoretical corroboration obtained from the literature review contained in the model was weighted for both direct and moderating influences. As for the interaction of moderating variables, the quantitative

findings supported the conceptual model. 2) The statistical analysis results concluded that the variables according to the model can predict the consumers' consumption behaviors of organic food products by approximately 67.8 percent (R^2=0.678).

Keywords: knowledge about organic agriculture, psychological factors, marketing mix factors, benefit perception of organic food products, food safety awareness

บทนำ

แนวโน้มผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ในประเทศไทยส่วนใหญ่จะเป็นแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ที่เห็นได้จากการแพร่ระบาดใหญ่ของโรคโควิด-19 ได้เร่งการเติบโตด้านอาหารหลายอย่างในประเทศไทย โดยเฉพาะเรื่องที่เกี่ยวกับสุขภาพและความยั่งยืน การเลือกซื้ออาหารที่ปลอดภัยปราศจากสารเคมีที่เป็นพิษต่อร่างกาย มีการประยุกต์ใช้ธรรมชาติให้เกิดประโยชน์สูงสุด ลดการใช้ปัจจัยการผลิตภายนอก และหลีกเลี่ยงการใช้สารเคมีสังเคราะห์ ซึ่งเป็นวิธีการที่ไม่เป็นอันตรายต่อผู้ผลิตและผู้บริโภค ความตื่นตัวของกระแสโลกในเรื่องอาหารปลอดภัยส่งผลให้ผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ได้รับความนิยมมากขึ้นอย่างต่อเนื่องตามกระแสความตื่นตัวด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งความตระหนักถึงอันตรายต่อสุขภาพจากการบริโภคอาหารที่ไม่สะอาดหรือปนเปื้อนเชื้อโรคและสารพิษทำให้ผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญกับการบริโภคอาหารที่ปลอดภัยและมีประโยชน์ จึงให้ความสนใจแหล่งที่มาของอาหาร สินค้าเกษตรอินทรีย์ อาหารเสริม และผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์จะได้รับประโยชน์จากกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้นของผู้บริโภคชาวไทย ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ Economic Intelligence Center (EIC) ธนาคารไทยพาณิชย์ ประเมินว่า ประเทศไทยยอดขายอาหารอินทรีย์เติบโต 7% ต่อปีในช่วงเวลาเดียวกัน เทียบกับ 5% สำหรับอาหารทั่วไป ทว่าการทำเกษตรอินทรีย์ยังคงเป็นอุตสาหกรรมเฉพาะกลุ่มเล็ก ๆ ในประเทศไทย พื้นที่เกษตรกรรมของประเทศมีเพียง 0.3% ที่ได้รับการรับรองว่าเป็นเกษตรอินทรีย์ เทียบกับทั่วโลกเป็นเพียงแค่ 1% เท่านั้น เกษตรกรไทยน้อยกว่า 0.2% ประกอบอาชีพเกษตรอินทรีย์ ที่น่าสังเกตคือ 58% ของผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ที่ขายในร้านค้าปลีกในประเทศไทยเป็นสินค้าที่นำเข้าจากต่างประเทศ (EICArticle, 2017)

จากสภาพภาวการณ์ในบริบทปัจจุบันของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ ผู้วิจัยจึงนำเสนอแบบจำลองที่ศึกษาอิทธิพลของความรู้เกี่ยวกับการเกษตรอินทรีย์ ปัจจัยด้านจิตวิทยา และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ของประชาชนไทย รวมทั้งศึกษาผลกระทบปฏิสัมพันธ์ของความตระหนักด้านความปลอดภัยในอาหารและด้านการรับรู้คุณประโยชน์ของอาหารอินทรีย์ต่ออิทธิพลของความรู้เกี่ยวกับการเกษตรอินทรีย์ต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ของประชาชนไทย ซึ่งการศึกษานี้จะสามารถเพิ่ม

จำนวนของผลการศึกษาวิจัยก่อนหน้านี้ในบริบทพฤติกรรมผู้บริโภคในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ นับเป็นคุณูปการอย่างยิ่งที่จะเป็นจุดเริ่มต้นและเติมเต็มช่องว่าง พร้อมทั้งสนับสนุนทฤษฎีของตัวแปรแต่ละตัวที่นำมาศึกษานี้จึงเกิดองค์ความรู้ใหม่

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

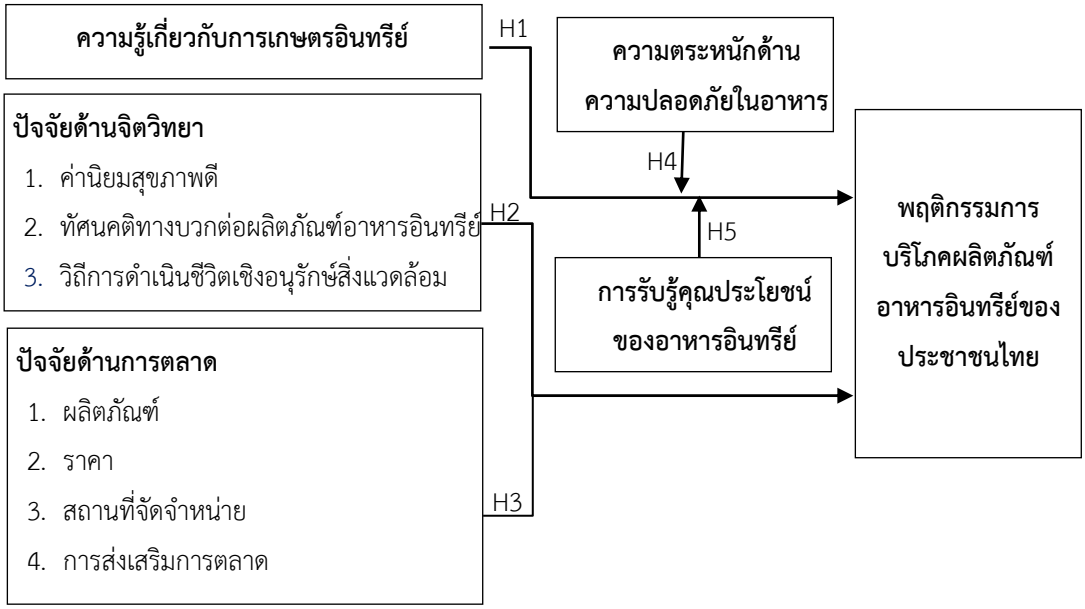
1. เพื่อศึกษารูปแบบจำลองอิทธิพลของปัจจัยด้านความรู้เกี่ยวกับการเกษตรอินทรีย์ ปัจจัยด้านจิตวิทยา และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ของประชาชนไทย
2. เพื่อศึกษารูปแบบจำลองที่แสดงผลความเชื่อมโยงผลกระทบปฏิสัมพันธ์ของความตระหนักด้านความปลอดภัยในอาหาร และด้านการรับรู้คุณประโยชน์ของอาหารอินทรีย์ที่มีอิทธิพลกระทำระหว่างตัวแปรทำนาย ความรู้เกี่ยวกับการเกษตรอินทรีย์ที่ส่งผลกระทำต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ของประชาชนไทย

สมมติฐานการวิจัย

1. ความรู้เกี่ยวกับการเกษตรอินทร์ของผู้บริโภคมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ของประชาชนไทย
2. ปัจจัยด้านจิตวิทยามีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ของประชาชนไทย
3. ปัจจัยด้านการตลาดมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ของประชาชนไทย
4. ระดับของความเชื่อมโยงโดยตรงระหว่างความรู้เกี่ยวกับการเกษตรอินทรีย์ และพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ของประชาชนไทย จะสูงขึ้นสำหรับผู้บริโภคที่มีการรับรู้คุณประโยชน์ของอาหารอินทรีย์สูงกว่า และต่ำกว่าสำหรับผู้บริโภคที่มีการรับรู้คุณประโยชน์ของอาหารอินทรีย์ต่ำ
5. ระดับของความเชื่อมโยงโดยตรงระหว่างความรู้เกี่ยวกับการเกษตรอินทรีย์ และพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ จะสูงขึ้นสำหรับผู้บริโภคที่มีความตระหนักด้านความปลอดภัยในอาหารสูงกว่า และต่ำกว่าสำหรับผู้บริโภคที่มีความตระหนักด้านความปลอดภัยในอาหารต่ำ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยนี้ได้พัฒนาแบบจำลองพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ของ ประชาชนไทย ซึ่งได้ดำเนินการบูรณาการทฤษฎีในมติความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมโดยเฉพาะสำหรับการบริโภคที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมหรืออาหารอินทรีย์เพื่อสุขภาพ นำมาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยดังแสดงภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ของประชาชนไทย

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง การวิเคราะห์ด้วยเทคนิควิธีถดถอยเชิงพหุจะต้องมีจำนวนตัวอย่างอย่างน้อย 15 ตัวอย่างต่อ 1 ตัวแปร หรือ 20 ตัวอย่างต่อ 1 ตัวแปร (Hair et al., 1995) ตามกรอบแนวความคิดในการวิจัยนี้มีจำนวนตัวแปรอิสระ 10 ตัว มีตัวแปรปรับ 2 ตัว และตัวแปรตาม 1 ตัว เมื่อกำหนดเป็นสมการแบบจำลองจะมีจำนวนตัวแปรที่เกิดจากจำนวนตัวแปรอิสระ ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เก็บเพื่อครอบคลุมพื้นที่ประชากรทั้งประเทศไทยเท่ากับ 1,100 ตัวอย่าง ซึ่งมีความจำนวนมากเพียงพอที่เกณฑ์ยอมรับ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) เก็บข้อมูลจากจำนวนประชาชนตามเขตพื้นที่กำหนดตามสัดส่วนจำนวนประชาชนในเขตจังหวัด จากประชาชนไทยที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไปทั่วประเทศ ซึ่งเป็นผู้มีวุฒิภาวะและสามารถตัดสินใจเลือกบริโภคสินค้าได้ด้วยตนเอง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การออกแบบสอบถามและมาตรวัดตัวแปรโดยใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ท (Likert Scale) มีทางเลือก 5 ระดับ ถูกสร้างขึ้นโดยการบูรณาการเนื้อหาและความหมายของแบบสอบถามได้ถูกปรับประยุกต์จากมาตรวัดที่ได้จากการวินิจฉัยและสังเคราะห์จากการรวบรวมและทบทวนวรรณกรรมที่ความเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กันของแต่ละตัวแปรที่ปรากฏในโครงสร้างกรอบแนวความคิดวิจัยนี้ ซึ่งแบบสอบถามในการวิจัยเป็นการวัดความรู้เกี่ยวกับการเกษตรอินทรีย์ โดยตั้งข้อคำถามให้ครอบคลุมประเด็นที่สำคัญ มีจำนวน 10 ข้อ ดัดแปลงจาก Aertsens et al. (2009); Mørkbak et al. (2010); Dimitri and Dettmann (2012) สำหรับการวัดตัวแปรด้านจิตวิทยา เป็นมาตรวัดระดับความคิดเห็นหรือความรู้สึกที่เกี่ยวกับ 3 ปัจจัยย่อย ประกอบด้วย ค่านิยมสุขภาพดี ทัศนคติทางบวกต่อผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ และวิถีการดำเนินชีวิตเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยตั้งข้อคำถามให้ครอบคลุมประเด็นที่สำคัญ มีจำนวน 30 ข้อ คำถามดัดแปลงจาก Aertsens et al. (2011) ลำดับถัดมามาตรวัดเกี่ยวกับตัวแปรด้านการตลาด ประกอบด้วย 4 ปัจจัยย่อย ซึ่งวัดเกี่ยวกับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ข้อคำถามต่าง ๆ มีจำนวน 31 ข้อ ที่ใช้วัดตัวแปรเหล่านี้มาจากการทบทวนวรรณกรรม ดัดแปลงจาก Tung et al. (2012); Olsen (2012); H. Klöckner et al. (2013) ต่อมาสำหรับตัวแปรคั่นกลางคือ การวัดเกี่ยวกับความตระหนักด้านความปลอดภัยในอาหาร เป็นระดับความคิดเห็นหรือความรู้สึกของผู้บริโภคต่อปัญหาด้านความไม่ปลอดภัยในอาหารของประเทศไทย และแนวทางการปฏิบัติเพื่อความปลอดภัยโดยตั้งข้อคำถามให้ครอบคลุมประเด็นที่สำคัญ มีจำนวน 5 ข้อ ที่ดัดแปลงจาก Aertsens et al. (2009); Dimitri and Dettmann (2012) การรับรู้คุณประโยชน์ของอาหารอินทรีย์ โดยตั้งข้อคำถามให้ครอบคลุมประเด็นที่สำคัญ มีจำนวน 10 ข้อ ดัดแปลงจาก Aertsens et al. (2009); Dimitri and Dettmann (2012) และสุดท้ายตัวแปรตามเป็นการวัดตัวแปรด้านพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ ข้อคำถามชี้วัดตัวแปรนี้ ครอบคลุมประเด็นที่สำคัญ มีจำนวน 10 ข้อ ดัดแปลงจาก Díaz et al. (2012); Tung et al. (2012)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ทำการเก็บข้อมูลในแต่ละพื้นที่ตามจำนวนตัวอย่างที่คำนวณได้ โดยแจกแบบสอบถามจำนวน 1,100 ชุด กระจายการเก็บข้อมูลในพื้นที่ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) เก็บข้อมูลจากจำนวนประชาชนตามเขตพื้นที่กำหนด ตามสัดส่วนจำนวนประชาชนในเขตจังหวัดที่ถูกสุ่มเลือกตามแผนการสุ่มตัวอย่าง แบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดจำนวน 1,000 ชุด สัดส่วนจำนวนแบบสอบถามที่สมบูรณ์ต่ออัตราตอบกลับคิดเป็นร้อยละ 90.90 ซึ่งมีจำนวนมากเพียงพอกับการวิเคราะห์ทางสถิติ การคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้เกณฑ์สัดส่วนจำนวนประชากรในงานวิจัยนี้มีจังหวัดที่ถูกเลือกมาเป็นพื้นที่เก็บข้อมูลทั้งหมด 14 จังหวัด ประกอบด้วย กรุงเทพมหานคร นครปฐม นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ สมุทรสาคร เชียงใหม่ พิจิตร

ประจวบคีรีขันธ์ พระนครศรีอยุธยา นครพนม นครราชสีมา สุราษฎร์ธานี และสงขลา ซึ่งมีจำนวนประชากรรวมทั้งหมดเท่ากับ 18,859,445 คน ในการคำนวณหาขนาดตัวอย่างของแต่ละจังหวัด กระทำโดยนำจำนวนประชากรในจังหวัดนั้นหารด้วยจำนวนรวมของประชากรในพื้นที่เก็บข้อมูลทั้งหมด คูณด้วยจำนวนกลุ่มตัวอย่างรวม แล้วปรับค่าตัวเลขจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวนเต็ม โดยมีจำนวนตัวอย่างในพื้นที่เก็บข้อมูลรวม 1,100 ราย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

มีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ของตัวแปรแฝงแต่ละตัวแปรของแบบจำลอง การวิเคราะห์การถดถอยแบบลำดับขั้น (Hierarchical Regression) การตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) และตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างโดยการทำการตรวจสอบความตรงเชิงลู่เข้า (Convergent Validity) ของการวิจัยนี้

1. การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟา

ในการทดสอบความเชื่อมั่นและความสอดคล้องภายในของแบบสอบถามด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของมาตรวัดตัวแปรอยู่ระหว่าง 0.789-0.941 ทุกตัวมีค่าสูงเกิน 0.60 ซึ่งถือว่าเป็นค่าที่ยอมรับได้ (Nunnally, 1978) นอกจากนี้ค่าอำนาจจำแนกรายข้อของแต่ละข้อคำถาม (Item-Total Correlation) สูงกว่า 0.30 (Field, 2005) ผู้วิจัยได้ทดสอบตัวแปรด้วยตัวบ่งชี้ที่ได้มาจากการวิเคราะห์ปัจจัยผลการทดสอบความเชื่อมั่นของตัวแปร

2. การตรวจสอบสหสัมพันธ์ของตัวแปร (Correlation Matrix)

ในการตรวจสอบสหสัมพันธ์ของสองตัวแปร เมื่อพิจารณาว่ามีตัวแปรอิสระและตัวแปรปรับคู่ใดเกิดปัญหาการมีค่าความสัมพันธ์กันเองสูง (Multicollinearity) ผลการตรวจสอบค่าสหสัมพันธ์ (Correlation) ระหว่างตัวแปร ตัวเลขค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรแต่ละคู่ มีค่าสหสัมพันธ์สูงสุด (Upper Bound) คือ 0.627 ส่วนค่าต่ำสุด (Lower Bound) อยู่ที่ -0.297 ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า ตัวแปรแต่ละตัวมีความสัมพันธ์กันต่ำ คือ มีความแตกต่างกัน ไม่ซ้ำซ้อนกัน (Anderson, 1987) โดยพิจารณาถ้าค่าสหสัมพันธ์มีค่าเข้าใกล้ศูนย์ แสดงว่าค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวแปรมีความสัมพันธ์กันน้อย (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2548)

3. การตรวจสอบการกระจายตัวของข้อมูลแบบปกติ

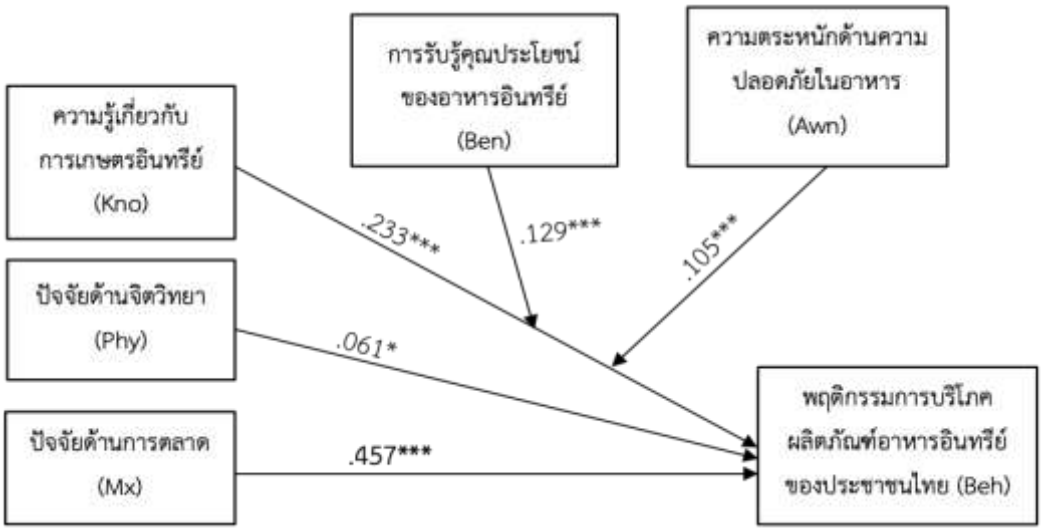
ค่าสถิติทดสอบการกระจายแบบปกติของข้อมูลค่าเฉลี่ย (Mean-Centering) ของค่า Skewness พบว่า อยู่ในช่วงไม่เกินบวกลบ 3 จึงสามารถสรุปได้ว่าตัวแปรที่นำมาใช้ในการประมวลผลมีลักษณะกระจายตัวแบบปกติ และในการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน

4. องค์ประกอบการขยายความแปรปรวน (Variance Inflation Factor: VIF)

ในเงื่อนไขมีปฏิสัมพันธ์ในแบบจำลองการถดถอยแบบลำดับชั้น (The Hierarchical Regression Models) ค่าความทนทานมีค่าต่ำที่สุดเท่ากับ 0.387 และสูงสุดเท่ากับ 0.893 ซึ่งค่าต่ำสุดสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำ คือ Tolerance $\geq$ 0.1 (Foxall and Yani-de-Soriano, 2005) ส่วนค่า VIF มีค่าต่ำที่สุดเท่ากับ 1.120 และสูงสุดเท่ากับ 2.582 ซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์ 10 แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรแต่ละตัวไม่ได้ซ้ำซ้อนกับตัวแปรอื่น ๆ ดังนั้น ข้อมูลจึงไม่มีปัญหาความเป็นเส้นตรงร่วม

ผลการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยที่นำเสนอ ได้รับการทดสอบโดยใช้ Moderated Multiple Regression (MMR) ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของการวิเคราะห์การถดถอยแบบลำดับชั้น (Hierarchical Regression Analysis) ผลการการทดสอบสมมติฐานทั้งหมด 5 สมมติฐาน โดยใช้แบบจำลอง ดังแสดงภาพที่ 2 และอธิบายดังต่อจากนี้



* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (t-value ≥1.96, t-value≤2.576) ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (2.576<t-value<3.30) *** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 (t-value ≥3.30)

ภาพที่ 2 ผลวิเคราะห์ที่เกิดขึ้นจากตัวแปรปรับ (Moderating Variable) มีปฏิสัมพันธ์ต่อการเชื่อมโยงโดยตรงของแบบจำลองพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ของประชาชนไทย

ผลการตรวจสอบความเชื่อมโยงโดยตรงระหว่างกลุ่มตัวแปรอิสระกับหนึ่งตัวแปรตาม ขณะนั้นก็มีผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากตัวแปรปรับ (Moderating Variable) มีปฏิสัมพันธ์ต่อการเชื่อมโยงโดยตรง เทคนิคทางสถิติที่เหมาะกับการทดสอบสมมติฐานนำเสนอสถิติเชิงอนุมาน ใช้การวิเคราะห์การถดถอยคั่นกลางแบบช่วงชั้น (Mediated Hierarchical Regression Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงกำกับแบบช่วงชั้น (Mediated Hierarchical Regression Analysis) กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่

ระดับ .05 (Cohen, 1983) ที่ใช้ในการวิเคราะห์ดังผลแสดงในตารางที่ 1 ผลลัพธ์การถดถอยแบบลำดับชั้นทำนายพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์

ตารางที่ 1 ผลลัพธ์การถดถอยแบบลำดับชั้นทำนายพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์

มิติหรือตัวแปร	แบบจำลองที่ 1		แบบจำลองที่ 2	
	b	t-value	b	t-value
ผลกระทบหลัก (Main Effects)				
ความรู้เกี่ยวกับการเกษตรอินทรีย์ (Kno)	0.233***	11.744		
ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psy)	0.061*	2.067		
ปัจจัยด้านการตลาด (Mx)	0.457***	14.908		
ผลกระทบปฏิสัมพันธ์ Interactional Effects				
MKnoMAwnI			0.105***	3.575
MKnoMBenI			0.129***	4.242
R^2	0.638		0.678	
R^2 change	0.638		0.678	
F change	291.327***		148.427***	
Degrees of freedom	999		999	
Durbin-Watson	1.615		1.753	

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (t-value ≥1.96, t-value≤2.576) ** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (2.576<t-value<3.30) *** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 (t-value ≥3.30)

แบบจำลองที่ 1 สำหรับการทดสอบสมมติฐาน H1 ถึง H3

ในการทดสอบครั้งแรกในลำดับชั้น (Test in The Hierarchy) จะพิจารณาถึงผลกระทบโดยตรง (Direct Effects) ของทำนาย (ความรู้เกี่ยวกับการเกษตรอินทรีย์ (Kno) ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psy) ปัจจัยด้านการตลาด (Mx) มีปฏิสัมพันธ์ในแบบจำลองการถดถอยแบบลำดับชั้น (The Hierarchical Regression Models) ในพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ (Beh) ดังค่าประมาณพารามิเตอร์สำหรับแบบจำลองที่เหมาะสม (Best Fit Model) แสดงไว้ในตารางที่ 1 แบบจำลองที่ 1, R^2=0.638, R^2change=0.638, F change=291.327, p≤.001 df=999; p≤.001 ตามแบบจำลองนี้ ที่ระดับนัยสำคัญ .001 ความแปรปรวนในพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ 63.80

เปอร์เซ็นต์ โดยอธิบายความรู้เกี่ยวกับการเกษตรอินทรีย์ (Kno) ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psy) ปัจจัยด้านการตลาด (Mx)

แบบจำลองที่ 2 สำหรับการทดสอบสมมติฐาน H4 ถึง H5

การวิเคราะห์ถัดมาในระดับชั้นการทดสอบพิจารณาถึงผลกระทบปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ของตัวทำนายเป็นการอธิบายความรู้เกี่ยวกับการเกษตรอินทรีย์ (Kno) และตัวแปรปรับควบคุม ประกอบด้วย ความตระหนักด้านความปลอดภัยในอาหาร (MAwn) และการรับรู้คุณประโยชน์ของอาหารอินทรีย์ (MBen) ต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ (Beh) ซึ่งแบบจำลองโมเดล 2 จะพบว่า ค่าประมาณพารามิเตอร์สำหรับแบบจำลองที่เหมาะสม (Best Fit Model) แสดงไว้ในตารางที่ 1 (แบบจำลองที่ 1, R^2=0.678, R^2change=0.678, F change=148.427, p≤.001 df=999; p≤.001) ตามแบบจำลองนี้ ที่ระดับนัยสำคัญ .001 ความแปรปรวนในพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ 67.80 เปอร์เซ็นต์ ระบุถึงกระบวนการปฏิสัมพันธ์ในการกำหนดพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ (Beh)

สรุปได้ว่า จากผลการวิเคราะห์ทางสถิติของแบบจำลอง สามารถบ่งชี้สมมติฐานที่ได้รับการสนับสนุนทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า มีความสอดคล้องสนับสนุนสมมติฐานที่ว่า ความรู้เกี่ยวกับการเกษตรอินทรีย์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ของประชาชนไทย มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.233 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 (b=0.233, t=11.744, p≤.001)

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า มีความสอดคล้องสนับสนุนสมมติฐานที่ว่า ปัจจัยด้านจิตวิทยามีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ของประชาชนไทย ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.061 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (b=0.061, t=2.067, p<.05)

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่า มีความสอดคล้องสนับสนุนสมมติฐานที่ว่า ปัจจัยด้านการตลาดมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ของประชาชนไทย มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.457 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 (b=0.457, t=14.908, p<.001)

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4 ชี้ให้เห็นว่า มีความสอดคล้องสนับสนุนจุดแข็งของความเชื่อมโยงโดยตรงระหว่างความรู้เกี่ยวกับการเกษตรอินทรีย์และพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ของประชาชนไทย จะมีระดับความเชื่อมโยงสูงขึ้นสำหรับผู้บริโภคที่มีการรับรู้คุณประโยชน์ของอาหารอินทรีย์สูง และระดับความเชื่อมโยงต่ำสำหรับผู้บริโภคที่มีการรับรู้คุณประโยชน์ของอาหารอินทรีย์ต่ำ มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.129 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 (b=0.129, t=4.242, p≤.001)

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 5 ชี้ให้เห็นว่า มีความสอดคล้องสนับสนุนจุดแข็งของความเชื่อมโยงโดยตรงระหว่างความรู้เกี่ยวกับการเกษตรอินทรีย์และพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ของประชาชนไทย จะมีระดับความเชื่อมโยงสูงขึ้นสำหรับผู้บริโภคที่มีความตระหนักด้านความปลอดภัยในอาหารสูง และระดับความเชื่อมโยงต่ำสำหรับผู้บริโภคที่มีความตระหนักด้านความปลอดภัยในอาหารต่ำ มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.105 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 แบบจำลองที่ 2, b=0.105, t=3.575, p≤.001)

อภิปรายผล

ผลลัพธ์ที่ได้บรรลุวัตถุประสงค์การวิจัยให้การสนับสนุนอย่างแข็งแกร่งสำหรับเส้นทางปัจจัยการสร้างพฤติกรรมการบริโภคผ่านคุณลักษณะผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์อย่างมีนัยสำคัญ โดยได้เน้นย้ำถึงความสำคัญของข้อค้นพบที่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย ดังผลการวิเคราะห์การถดถอยของอิทธิพลของความรู้เกี่ยวกับการเกษตรอินทรีย์ โดยกลุ่มตัวอย่างมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเกษตรอินทรีย์เป็นอย่างดี สามารถแยกแยะได้ว่าผักอนามัยไม่จัดเป็นผักอินทรีย์ นอกจากนี้ผู้บริโภคยังทราบว่าการผลิตอาหารแปรรูปที่มีการใช้สารเคมีเติมแต่งสี กลิ่น รส มีส่วนผสมของดินประสิว หรือสารกันบูดไม่จัดเป็นผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ เนื้อสัตว์ที่ผลิตตามวงจรคุณภาพซึ่งมีการใช้ยาปฏิชีวนะและฮอร์โมนเร่งการเจริญเติบโตไม่จัดเป็นเนื้อสัตว์อินทรีย์ การผลิตสัตว์อินทรีย์ต้องไม่ใช้สารเคมีใด ๆ รวมทั้งต้องปล่อยให้สัตว์เติบโตตามธรรมชาติ และมีการคำนึงถึงสวัสดิภาพของสัตว์ และเข้าใจอย่างถูกต้องว่าการรับรองอาหารอินทรีย์เริ่มตรวจสอบตั้งแต่ขั้นตอนการเตรียมดิน การเพาะปลูก การเก็บเกี่ยว จนถึงการแปรรูป การบรรจุ และการจัดจำหน่าย สามารถเปรียบเทียบอาหารอินทรีย์และอาหารทั่วไปว่ามีการใช้ปัจจัยการผลิตมีความแตกต่างกัน ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะนำไปสู่พฤติกรรมการซื้ออาหารอินทรีย์ ผลวิจัยที่ค้นพบมีความสอดคล้องและสนับสนุนวรรณกรรมที่ผ่านมา เช่น จากการศึกษา Miles and Frewer (2001) ได้แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคจำนวนมากมีความกังวลเกี่ยวกับความเป็นไปได้ของเหตุการณ์ต่าง ๆ เช่น การเข้ามาของสารกำจัดศัตรูพืชตกค้างในอาหารและผลกระทบระยะยาวต่อสุขภาพ พบว่า ผู้บริโภคที่แสดงความกังวลเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพและความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมเต็มใจที่จะซื้อผลิตผลอาหารอินทรีย์และจ่ายราคาที่สูงขึ้น (Gil et al., 2000) ความกังวลเรื่องสารกำจัดศัตรูพืช (Pesticide Concerns) ตกค้างหรือข้อกังวลด้านความปลอดภัยอื่น ๆ ทั้งด้านสิ่งแวดล้อมหรือสุขภาพส่วนบุคคลถือเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจซื้ออาหารอินทรีย์ (Swanson and Lewis, 1993) เทคนิคการทำฟาร์มสมัยใหม่โดยทั่วไป รวมถึงการใช้สารเคมีเพื่อเร่งกระบวนการเจริญเติบโต และเพื่อให้ได้ผลผลิตสูง ในการรับประทาน Brom (2000) ใช้คำว่า “ความกังวลของผู้บริโภค” เพื่ออธิบายความกลัวของผู้บริโภคเกี่ยวกับความปลอดภัยของอาหาร และสารกำจัดศัตรูพืชตกค้าง ภายใต้ระบบการผลิตอาหารที่ทันสมัยความเสี่ยงจากสารกำจัด

ศัตรูพืชที่รับรู้นั้นสัมพันธ์กับความไว้วางใจของผู้บริโภคและการซื้ออาหารอินทรีย์ (Saba and Messina, 2003) ความกลัวสารกำจัดศัตรูพืชอาจทำให้ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์เพื่อลดการบริโภคอาหารซึ่งถือว่าไม่ปลอดภัย

ผลการวิจัยที่ชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยด้านจิตวิทยามีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ ในมิติของค่านิยมสุขภาพดี เป็นความรู้สึกที่เกี่ยวกับค่านิยมด้านสุขภาพต่อการปฏิบัติในการเลือกบริโภคอาหาร ในมิติด้านทัศนคติทางบวกต่อผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์เป็นความรู้สึกที่ผู้บริโภคมีต่อผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ว่า เป็นอาหารที่ดีต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม สุดท้ายมิติด้านวิถีการดำเนินชีวิตเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ผู้บริโภคมีความต้องการผลิตภัณฑ์อาหารที่ผลิตขึ้นโดยไม่แสวงหาประโยชน์จากสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เป้าหมายของเกษตรอินทรีย์ คือ การปกป้องสิ่งแวดล้อม รักษาความอุดมสมบูรณ์ของดิน และเพื่อรักษาคุณสมบัติทางธรรมชาติของอาหาร ผลผลิตอินทรีย์จึงถูกมองว่าเป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าอาหารที่ปลูกแบบทั่วไป การเลือกอาหารอินทรีย์ดูเหมือนจะเป็นการตัดสินใจที่มีเหตุผล นี่คือเหตุผลที่ผู้บริโภคมองว่าอาหารที่ติดฉลากว่าเป็นอาหารอินทรีย์เพื่อสุขภาพที่ดีกว่าอาหารทั่วไป (Magnusson et al., 2001; Torjusen et al., 2001) ปัจจุบันมีจำนวนการศึกษาที่เพิ่มขึ้นเผยให้เห็นว่าความกังวลของผู้บริโภคต่อสุขภาพเป็นแรงจูงใจในการเลือกอาหารอินทรีย์ที่มีการระบุมากขึ้น ดังที่ Schwartz (1973) กล่าวว่า เมื่อผู้บริโภคที่ไม่มีบรรทัดฐานส่วนบุคคลที่ชัดเจนสำหรับการกระทำที่เฉพาะเจาะจง พวกเขาสามารถตกผลึกบรรทัดฐานตามค่านิยมทั่วไป (General Values) อีกหนึ่งแนวคิด ทัศนคติทางบวกต่อผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ คือ ความคิด ความรู้สึกภายในจิตใจของบุคคลที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ จากการศึกษาผลงานวิจัย พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดและความเชื่อว่า อาหารอินทรีย์ดีต่อสุขภาพ มีคุณภาพสูง และมีรสชาติดีกว่าอาหารทั่วไป อีกทั้งการทำเกษตรแบบอินทรีย์ยังส่งผลกระทบทางบวกต่อสภาพแวดล้อมอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ Aertsens et al. (2011) พบว่า ผู้บริโภคเชื่อว่าอาหารอินทรีย์มีคุณภาพสูงและรสชาติดีกว่าอาหารทั่วไป การบริโภคผักอินทรีย์มีผลดีต่อสุขภาพของตนเองและสภาพแวดล้อม เช่นเดียวกับ Chakrabarti (2010) ที่พบว่า แรงจูงใจด้านสุขภาพเป็นตัวแปรที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดในการเลือกบริโภคอาหารอินทรีย์ นอกจากนี้ Paul and Rana (2012) พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมต่ออาหารอินทรีย์สูงกว่าอาหารทั่วไป ขณะที่การศึกษาของ Olsen et al. (2012) พบว่า ค่านิยมในการดำรงชีวิตเชิงอนุรักษ์และความต้องการสนับสนุนการคุ้มครองสิ่งแวดล้อมนำไปสู่ระบบความเชื่อที่มีอิทธิพลต่อการซื้อไวน์อินทรีย์ สอดคล้องกับ C. A. Klöckner and Ohms (2009) ที่กล่าวว่า บรรทัดฐานทางนิเวศวิทยาของบุคคล (Personal Ecological Norms) เป็นบรรทัดฐานส่วนบุคคลอันแข็งแกร่งที่มีอิทธิพลต่อการใช้ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์และการซื้อนมอินทรีย์ เช่นเดียวกับ Aertsens et al. (2011) ที่พบว่า ผู้ที่เป็นสมาชิกกลุ่มนิเวศวิทยาจะบริโภคอาหารอินทรีย์บ่อยขึ้น และมีงานวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อหรือบริโภคอาหารอินทรีย์จำนวนมากที่

กล่าวถึงแรงจูงใจด้านสิ่งแวดล้อม โดยผู้บริโภคมีความเต็มใจที่จะจ่ายเงินเพิ่มขึ้นเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ ทั้งนี้แรงจูงใจดังกล่าวได้รับอิทธิพลมาจากการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ที่ว่า เป็นผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยต่อสุขภาพของผู้บริโภคมากกว่าผลิตภัณฑ์อาหารทั่วไป และกระบวนการผลิตอาหารอินทรีย์มีความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

อีกหนึ่งผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยด้านการตลาดมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญและในเชิงบวกกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ ในมิติด้านผลิตภัณฑ์ คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ที่จำหน่ายในตลาดมีให้เลือกซื้อได้หลากหลายชนิด ปริมาณของผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์แต่ละชนิดมีจำหน่ายมีมากเพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภค อาหารอินทรีย์ที่จำหน่ายมีลักษณะหีบห่อที่เหมาะสมตรงตามความต้องการ อาหารอินทรีย์มีความสดสะอาด มีการคัดคุณภาพและแบ่งเกรดอาหารอินทรีย์อย่างเหมาะสม อาหารอินทรีย์ที่จำหน่ายส่วนใหญ่มีตรารับรองคุณภาพทำให้มั่นใจในเรื่องคุณภาพและความปลอดภัย ขณะที่มิติด้านราคา ความเต็มใจที่จะจ่ายซึ่งผู้บริโภคมีความตั้งใจที่จะจ่ายเพิ่มขึ้นและเกิดพฤติกรรมการซื้อตามมา ด้วยความรู้สึกของผู้บริโภคต่อความสมเหตุสมผลของระดับราคาผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์เปรียบเทียบกับระดับราคาผลิตภัณฑ์อาหารทั่วไป ถัดมามิติด้านสถานที่จำหน่าย การเข้าถึงอาหารอินทรีย์ส่งผลต่อโอกาสในการซื้ออาหารอินทรีย์ การพิจารณาว่าการเข้าถึงอาหารอินทรีย์มีผลต่อโอกาสในการซื้ออาหารอินทรีย์ของผู้บริโภค ความสะดวกในการแสวงหาสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ ผู้บริโภคสนใจที่จะซื้ออาหารอินทรีย์ที่วางจำหน่ายตามตลาดนัด ตลาดสด ซูเปอร์มาร์เก็ต ซื้อผ่านระบบออนไลน์ และสนใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์โดยตรงจากฟาร์ม พร้อมทั้งสนใจสมัครเป็นสมาชิกร้านค้าที่จำหน่ายอาหารอินทรีย์ ในมิติด้านการส่งเสริมการตลาด กิจกรรมด้านการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ในลักษณะต่าง ๆ เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขาย ได้ก่อให้เกิดผลลัพธ์อย่างครอบคลุมผลวิจัยที่ค้นพบนี้ สอดคล้องและสนับสนุนวรรณกรรมที่ผ่านมา ดังนั้น อินเทอร์เน็ตจึงเป็นหนึ่งในแหล่งข้อมูลหลักในการค้นหาอาหาร (Bernal Jurado et al., 2019) ผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ เว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์เป็นสาธารณะทำหน้าที่เป็นแพลตฟอร์มหลักในการให้ข้อมูลในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและอาหารอินทรีย์ (Tariq et al., 2019) บริษัทและผู้ผลิตผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ ใช้แพลตฟอร์มเหล่านี้เพื่อสร้างและแบ่งปันข้อมูล เครือข่ายเหล่านี้ช่วยให้องค์กรและผู้ผลิตสร้างและทำให้มูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์มีเสถียรภาพ และเพิ่มการบริโภคและความภักดีของผู้บริโภค (Chen et al., 2017; Tariq et al., 2019) ถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญของ 4 Ps ของส่วนประสมการตลาดอาหารอินทรีย์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ส่วนด้านผลกระทบปฏิสัมพันธ์ของแบบจำลองที่แสดงผลความเชื่อมโยงของความตระหนักด้านความปลอดภัยในอาหาร และการรับรู้คุณประโยชน์ของอาหารอินทรีย์ที่มีอิทธิพลกระทำระหว่างความรู้เกี่ยวกับการเกษตรอินทรีย์ที่ส่งผลกระทำต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ของ

ประชาชนไทย โดยผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า มีความสอดคล้องและสนับสนุนวรรณกรรมที่ผ่านมา เช่น ความกังวลเรื่องสุขภาพที่เกิดจากการใช้สารกำจัดศัตรูพืช สิ่งมีชีวิตดัดแปลงพันธุกรรม และองค์ประกอบทางเคมีอื่น ๆ ได้ส่งเสริมการสร้างและการบริโภคอาหารอินทรีย์ทั่วโลก (Hughner et al. 2007) สำหรับผู้บริโภคชาวไทยได้แสดงความกังวลเกี่ยวกับสุขภาพและคุณภาพอาหารเพิ่มขึ้น ดังการศึกษาของ Roitner-Schobesberger et al. (2008) เสนอแนะว่าผู้บริโภคชาวไทยไม่พึงปรารถนาอย่างยิ่งต่อสารกำจัดศัตรูพืชตกค้างที่พบในอาหาร ปัจจุบันในประเทศไทยมีการใช้สารเคมีทางการเกษตรกันอย่างแพร่หลาย และเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นในประเทศอื่น ๆ ทั้งในยุโรปและเอเชียก็เช่นเดียวกัน (Aungudornpukdee, 2019) ด้วยความตระหนักในปัญหาเกี่ยวกับพิษภัยจากสารเคมีกำจัดศัตรูพืชและโรคจากผลิตภัณฑ์อาหารสดที่เพิ่มขึ้น รัฐบาลไทยได้ปรับปรุงแนวทางด้านความปลอดภัยของอาหาร (Srithamma et al., 2005) ความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นสำหรับผลิตภัณฑ์คุณภาพสูง และความต้องการด้านความปลอดภัยของอาหาร ทำให้อาหารอินทรีย์เป็นตัวเลือกที่น่าสนใจ มีการศึกษาเกี่ยวกับผู้บริโภคอาหารอินทรีย์เป็นจำนวนมากในหลายประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุโรปและประเทศตะวันตกอื่น ๆ (Batte et al., 2007; Essoussi and Zahaf, 2008) ผลวิจัยที่ค้นพบนี้ สอดคล้องและสนับสนุนวรรณกรรมที่ผ่านมา เช่น การบริโภคอาหารอินทรีย์ ช่วยเพิ่มสุขภาพและความแข็งแรงของแต่ละบุคคล ประโยชน์ที่ได้รับในขั้นต้นส่งผลต่อการบริโภคอาหารอินทรีย์ เป็นการเพิ่มอัตราการบริโภคและยอดขายอาหารอินทรีย์ของผู้ค้าปลีกเพิ่มขึ้นโดยอัตโนมัติ (Wang et al., 2019) ประโยชน์ที่ได้รับในแง่ของการขายเป็นสื่อกลางในความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการรับรองอาหารอินทรีย์ ขณะที่ Rana and Paul (2017) พิสูจน์ได้ว่า การรับรองอาหารอินทรีย์ช่วยสร้างประโยชน์ต่าง ๆ ที่ส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างการรับรองอาหารอินทรีย์กับผลกระทบต่อความสำคัญของอาหารอินทรีย์ช่วยให้เข้าใจถึงประโยชน์มากมาย เช่น ประโยชน์ด้านสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ (Srinieng and Thapa, 2018) การบริโภคอาหารอินทรีย์ช่วยลดโรคต่าง ๆ เช่น โรคอ้วน โรคซึมเศร้า โรคหลอดเลือดหัวใจ เป็นต้น ซึ่งพิสูจน์ได้ว่าการบริโภคอาหารอินทรีย์ช่วยลดปัญหาสุขภาพที่ไม่พึงประสงค์ได้ การบริโภคอาหารที่ไม่ดีต่อสุขภาพและอาหารขยะส่งผลต่อความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมในทางลบ การผลิตอาหารจานด่วนเพิ่มการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ส่งผลเสียต่อความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม (Milner et al., 2015)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการศึกษาที่ค้นพบหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการผลิต การจัดจำหน่าย และการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น

การใช้กลยุทธ์ด้านการสื่อสารเป็นกลยุทธ์สำคัญซึ่งทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ควรเร่งดำเนินการโดยสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ ที่หลากหลาย เพื่อสร้างให้ประชาชนได้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเกษตรอินทรีย์ สร้างให้เกิดความตระหนักด้านความปลอดภัยในอาหาร รวมทั้งสร้างให้มีการรับรู้ถึงคุณประโยชน์ของการผลิตและการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ว่า มีผลดีต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อมมากกว่าการบริโภคอาหารทั่วไป ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมให้ผู้บริโภคเพิ่มทัศคติในทางบวกต่อผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ นอกจากนี้การส่งเสริมให้ประชาชนมีค่านิยมสุขภาพดี มีความชื่นชอบในการมีวิถีการดำเนินชีวิตในเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จะเป็นกระแสผลักดันให้ผู้บริโภคเรียกร้องหาผลิตอาหารอินทรีย์กันมากยิ่งขึ้นซึ่งจะเป็นแรงดึงดูดให้ผู้ผลิตหันมาผลิตอาหารอินทรีย์เพิ่มขึ้น เป็นการส่งเสริมให้ประชาชนทั่วไปสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ได้อย่างทั่วถึง ในที่สุดอาหารอินทรีย์จะกลายเป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่มาแทนที่ผลิตภัณฑ์อาหารทั่วไปในท้องตลาด ซึ่งเป็นวิธีการประสานกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดแบบดึง (Pull Strategy) และการส่งเสริมการตลาดแบบผลัก (Push Strategy) ได้อย่างเหมาะสม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการส่งเสริมการตลาดอาหารอินทรีย์ รวมทั้งการส่งเสริมสนับสนุนการเกษตรอินทรีย์ ที่จัดโดยหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ในระดับนโยบาย

2. ควรมีการวิจัยกลวิธีการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติเพื่อให้ได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการเผยแพร่องค์ความรู้ และส่งเสริมให้เกิดกระแสขับเคลื่อนค่านิยมสุขภาพดี วิถีอินทรีย์ วิถีไทย นำไปสู่การแบ่งส่วนตลาด โดยใช้วิธีการแบ่งกลุ่มตลาดตามลักษณะของผู้บริโภค ซึ่งแต่ละบุคคลจะมีความคล้ายมีความแตกต่างกันในการทำการตลาดแบบ Segmentation จะเป็นการจัดกลุ่มผู้บริโภคเข้าด้วยกัน การกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางตลาดให้มีความชัดเจน

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2548). **การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

Aertsens, J., Mondelaers, K., Verbeke, W., Buysse, J., & Van Huylenbroeck, G. (2011). *The influence of subjective and objective knowledge on attitude, motivations and consumption of organic food.* **British food journal,** 113(11): 1353-1378. doi:10.1108/00070701111179988

Aertsens, J., Verbeke, W., Mondelaers, K., & Van Huylenbroeck, G. (2009). *Personal determinants of organic food consumption: a review.* **British Food Journal,** 111(10): 1140-1167. doi:10.1108/00070700910992961

Anderson, J. C. (1987). *An approach for confirmatory measurement and structural equation modeling of organizational properties.* **Management science,** 33(4): 525-541.

Aungudornpukdee, P. (2019). *Pesticide use and environmental contamination a study in Khao Koh District, Phetchabun Province, Thailand.* **Journal of Health Research,** 33(2): 173-182. https://doi.org/10.1108/JHR-12-2018-0174

Batte, M. T., Hooker, N. H., Haab, T. C., & Beaverson, J. (2007). *Putting their money where their mouths are: Consumer willingness to pay for multi-ingredient, processed organic food products.* **Food policy,** 32(2): 145-159.

Bernal Jurado, E., Fernández Uclés, D., Mozas Moral, A., & Medina Viruel, M. J. (2019). *Agri-food companies in the social media: a comparison of organic and non-organic firms.* **Economic research-Ekonomska istraživanja,** 32(1): 321-334.

Brom, F. W. (2000). *Food, consumer concerns, and trust: food ethics for a globalizing market.* **Journal of Agricultural and Environmental Ethics,** 12(2): 127-139.

Chakrabarti, S. (2010). *Factors influencing organic food purchase in India–expert survey insights.* **British Food Journal,** 122(8): 902-915. doi:10.1108/00070701011067497

Chen, A., Lu, Y., & Gupta, S. (2017). *Enhancing the decision quality through learning from the social commerce components.* **Journal of Global Information Management (JGIM):** 25(1): 66-91.

Cohen, A. (1983). *Comparing regression coefficients across subsamples: A study of the statistical test.* **Sociological Methods & Research,** 12(1): 77-94.

Díaz, F. J. M., Pleite, F. M. C., Paz, J. M. M., & García, P. G. (2012). *Consumer knowledge, consumption, and willingness to pay for organic tomatoes.* **British food journal,** 114(3): 318-334. doi:10.1108/00070701211213447

Dimitri, C., & Dettmann, R. L. (2012). *Organic food consumers: what do we really know about them?* **British food journal,** 114(8): 1157-1183. doi:10.1108/00070701211252101

EICArticle. (2017). **Thailand's production of organic foods has healthy growth potential Economic Intelligence Center (EIC).** Retrieved on December 7th, 2021, from https://www.scbeic.com/th/detail/product/3360

Essoussi, L. H., & Zahaf, M. (2008). *Decision making process of community organic food consumers: an exploratory study.* **Journal of consumer marketing,** 25(2):95-104DOI:10.1108/07363760810858837Authors:

Field, A. (2005). **Discovering statistics using SPSS.** 2nd ed. London: SAGE Publications Ltd.

Foxall, G. R., & Yani-de-Soriano, M. M. (2005). *Situational influences on consumers' attitudes and behavior.* **Journal of Business research,** 58(4): 518-525.

Gil, J. M., Gracia, A., & Sanchez, M. (2000). *Market segmentation and willingness to pay for organic products in Spain.* **The International Food and Agribusiness Management Review,** 3(2): 207-226.

Hair Jr Joseph, F., Anderson Rolph, E., Tatham Ronald, L., & Clark William, C. (1995). **Multivariate data analysis. I**n: Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Hughner, R. S., McDonagh, P., Prothero, A., Shultz, C. J., & Stanton, J. (2007). *Who are organic food consumers? A compilation and review of why people purchase organic food.* **Journal of Consumer Behaviour: An International Research Review,** *6*(2-3): 94-110.

Klöckner, C. A., & Ohms, S. (2009). *The importance of personal norms for purchasing organic milk.* **British Food Journal,** 111(11): 1173-1187. doi:10.1108/00070700911001013

Klöckner, H., Langen, N., & Hartmann, M. (2013). *COO labeling as a tool for pepper differentiation in Germany: Insights into the taste perception of organic food shoppers.* **British food journal,** 115: 1149-1168. doi:10.1108/BFJ-07-2011-0175

Magnusson, M. K., Arvola, A., Hursti, U. K. K., Åberg, L., & Sjödén, P. O. (2001). *Attitudes towards organic foods among Swedish consumers.* **British Food Journal.**

Miles, S., & Frewer, L. J. (2001). *Investigating specific concerns about different food hazards.* **Food Quality and Preference,** 12(1): 47-61.

Milner, J., Green, R., Dangour, A. D., Haines, A., Chalabi, Z., Spadaro, J., Wilkinson, P. (2015). *Health effects of adopting low greenhouse gas emission diets in the UK.* **BMJ open,** 5(4): e007364.

Mørkbak, M. R., Christensen, T., & Gyrd-Hansen, D. (2010). *Consumer preferences for safety characteristics in pork.* **British food journal,** 112(7): 775-791. doi:10.1108/00070701011058299

Nunnally, J. C. (1978). *An overview of psychological measurement.* **Clinical diagnosis of mental disorders,** 97-146.

Olsen, J., Thach, L., & Hemphill, L. (2012). *The impact of environmental protection and hedonistic values on organic wine purchases in the US.* **International Journal of Wine Business Research,** 24(1): 47-67. doi:10.1108/17511061211213783

Paul, J., & Rana, J. (2012). *Consumer behavior and purchase intention for organic food.* **Journal of consumer marketing,** 29(6): 412-422. doi:10.1108/07363761211259223

Rana, J., & Paul, J. (2017). *Consumer behavior and purchase intention for organic food: A review and research agenda*. **Journal of Retailing and Consumer Services,** 38: 157-165.

Roitner-Schobesberger, B., Darnhofer, I., Somsook, S., & Vogl, C. R. (2008). *Consumer perceptions of organic foods in Bangkok, Thailand.* **Food policy,** 33(2): 112-121.

Saba, A., & Messina, F. (2003). *Attitudes towards organic foods and risk/benefit perception associated with pesticides.* **Food Quality and Preference,** 14(8): 637-645.

Schwartz, S. H. (1973). *Normative explanations of helping behavior: A critique, proposal, and empirical test.* **Journal of Experimental Social Psychology,** 9(4), 349–364.

Srinieng, S., & Thapa, G. B. (2018). *Consumers' perception of environmental and health benefits, and consumption of organic vegetables in Bangkok.* **Agricultural and Food Economics,** 6(1): 1-17.

Srithamma, S., Vithayarungruangsri, J., & Posayanonda, T. (2005). *Food safety programme: a key component for health promotion.* **Acessed January,** 21, 2010.

Swanson, R. B., & Lewis, C. E. (1993). *Alaskan direct-market consumers: perception of organic produce.* **Home Economics Research Journal,** *22*(2): 138-155.

Tariq, A., Wang, C., Tanveer, Y., Akram, U., & Akram, Z. (2019). *Organic food consumerism through social commerce in China.* **Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics,** 31(1): 202-222.

Torjusen, H., Lieblein, G., Wandel, M., & Francis, C. A. (2001). *Food system orientation and quality perception among consumers and producers of organic food in Hedmark County, Norway.* **Food Quality and Preference,** 12(3): 207-216.

Tung, S. J., Shih, C. C., Wei, S., & Chen, Y. H. (2012). *Attitudinal inconsistency toward organic food in relation to purchasing intention and behavior: An illustration of Taiwan consumers.* **British Food Journal,** 114(7): 997-1015. doi:10.1108/00070701211241581

Wang, X., Pacho, F., Liu, J., & Kajungiro, R. (2019). *Factors influencing organic food purchase intention in developing countries and the moderating role of knowledge.* **Sustainability,** 11(1): 209.

กระบวนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางาน โดยใช้หลักการประเมินเพื่อการเรียนรู้และชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพ

Enhancement Process of Performance Agreement Abilities by Using Principles of Assessment for Learning and Professional Learning Community

ดิฐารัตน์ ลีวรางกุล
รองผู้อำนวยการโรงเรียนท่ามะกาวิทยาคม
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากาญจนบุรี
E-mail: ditharat@gmail.com
Ditharat Leevarangkul
Deputy Director, Thamakawitthayakom School,
The Secondary Educational Service Area Office Kanchanaburi

รับเข้า: *5 กันยายน 2565* **แก้ไข:** *20 กันยายน 2565* **ตอบรับ:** *23 กันยายน 2565*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สังเคราะห์หลักการของกระบวนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางาน 2) สังเคราะห์กระบวนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางานโดยใช้หลักการประเมินเพื่อการเรียนรู้และชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพ กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัย คือ 1) เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประเมินเพื่อการเรียนรู้และชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพ ที่พิมพ์เผยแพร่ระหว่างปี พ.ศ.2545-พ.ศ.2564 และ 2) ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารการศึกษา ด้านการประเมินเพื่อการเรียนรู้และชุมชนแห่งการเรียนรู้ จำนวน 7 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ 1) แบบบันทึกการสังเคราะห์หลักการของกระบวนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางาน 2) แบบประเมินความเหมาะสมของกระบวนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงาน ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิเคราะห์เนื้อหา ในด้านหลักการของชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพและหลักการประเมินเพื่อการเรียนรู้เพื่อนำมาสังเคราะห์เป็นหลักการของกระบวนการ และพิจารณาความเหมาะสมของกระบวนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางาน ด้วยค่ามัธยฐานและพิสัยระหว่างควอไทล์

ผลการวิจัย พบว่า 1) หลักการของกระบวนการ ประกอบด้วย 5 หลักการ ได้แก่ 1. เปิดโอกาสให้ครูกำหนดเป้าหมายเพื่อพัฒนาผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียน 2. เปิดโอกาสให้ครูฝึกฝนทักษะการสังเกต

และวิเคราะห์การเรียนรู้ 3. ส่งเสริมให้ครูได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ 4. สนับสนุนให้ครูได้ประเมินตนเองและประเมินโดยเพื่อน 5. เปิดโอกาสให้ครูเป็นผู้นำทางความคิดและตัดสินใจทางวิชาการ นำสู่ขั้นตอนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงาน 5 ขั้นตอน ดังนี้ 1. การสร้างกลุ่มพัฒนาตนเอง 2. การตั้งเป้าหมายการปฏิบัติงาน 3. การวางแผนการปฏิบัติงาน 4. การปฏิบัติตามแผน 5. การประเมินผลการปฏิบัติ 2) ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่า กระบวนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางานโดยใช้หลักการประเมินเพื่อการเรียนรู้และชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยความสำเร็จในการดำเนินการตามกระบวนการ คือ ผู้บริหารที่ตระหนักถึงความสำคัญของการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางาน มีส่วนร่วมและสนับสนุนตลอดการดำเนินกระบวนการ

คำสำคัญ: ข้อตกลงในการพัฒนางาน การประเมินเพื่อการเรียนรู้ ชุมชนแห่งการเรียนรู้

Abstract

The objectives of this study were to 1) synthesize the principles of the enhancement process of performance agreement abilities, and 2) synthesize the enhancement process of performance agreement abilities by using principles of assessment for learning and the professional learning community. The target groups used in the study were: 1) documents and research related to assessment for learning and the professional learning community that were published during the years 2002–2021, and 2) seven experts in education administration and assessment for learning and the professional learning community. The instruments used to collect information were: 1) a record form of the synthesis of the principles of the enhancement process of performance agreement abilities, and 2) an appropriateness evaluation form of the enhancement process of performance agreement abilities. The data was analyzed by content analysis. In terms of principles of the professional learning community and assessment for learning, process principles were synthesized to consider the appropriateness of the enhancement process of performance agreement abilities with median and interquartile range.

The findings of this study were as follows: 1) The principles of the process consisted of five principles: 1. provide opportunities for teachers to set goals to improve learners' learning outcomes; 2. provide opportunities for teachers to practice observation and

analysis skills; 3. encourage teachers to exchange knowledge; 4. encourage teachers to self-assess and peer assess; and 5. provide opportunities for teachers to be thought leaders and make academic decisions. This led to the process of enhancing operational capability in 5 steps, as follows: 1. self-development creation community 2. performance goal setting 3. performance planning 4. performance implementation, and 5. performance appraisal. 2) The experts had a consistent opinion that the enhancement process of performance agreement abilities by using principles of assessment for learning and professional learning communities was appropriate at the highest level. The success of the process is that the administrator should be aware of the importance of a performance agreement for developing and participating in work and should support it throughout the process.

Keywords: performance agreement, assessment for learning, professional learning community

บทนำ

ข้อตกลงในการพัฒนางาน (Performance Agreement: PA) เป็นข้อตกลงที่ข้าราชการครูได้เสนอต่อผู้อำนวยการสถานศึกษา เพื่อแสดงเจตจำนงว่าภายในรอบการประเมินจะพัฒนาผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียน เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ ทักษะ คุณลักษณะประจำวิชา คุณลักษณะอันพึงประสงค์ และสมรรถนะที่สำคัญตามหลักสูตรให้สูงขึ้น โดยสะท้อนให้เห็นถึงระดับการปฏิบัติที่คาดหวังของตำแหน่งและวิทยฐานะที่ดำรงอยู่ และสอดคล้องกับเป้าหมายและบริบทสถานศึกษา นโยบายของส่วนราชการและกระทรวงศึกษาธิการ ข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาที่ดำรงตำแหน่งครูทุกคน ต้องจัดทำข้อตกลงในการพัฒนางานตามแบบที่ ก.ค.ศ. กำหนด ทุกปีงบประมาณ เสนอต่อผู้อำนวยการสถานศึกษาเพื่อพิจารณาให้ความเห็นชอบ

ข้อตกลงในการพัฒนางานถือเป็นเรื่องใหม่สำหรับทุกคน จากการติดตามข้อมูลความเคลื่อนไหวในเพจ Facebook หรือสื่อสังคมต่าง ๆ หรือจากการสอบถามแบบไม่เป็นทางการ พบปัญหาว่า ครูไม่สามารถเขียนข้อตกลงในการพัฒนางานด้วยตนเองโดยลำพังได้ ไม่ประสบความสำเร็จ ท้อแท้ในการดำเนินการเพื่อขอมีวิทยฐานะหรือเลื่อนวิทยฐานะตามหลักเกณฑ์วิธีการฯ ดังกล่าว ผู้วิจัยวิเคราะห์สาเหตุสำคัญสรุปได้ 4 ประการ ได้แก่ 1) ขาดความรู้และความเข้าใจในการเขียนข้อตกลงในการพัฒนางาน ไม่สามารถระบุงานที่สอดคล้องตามมาตรฐานตำแหน่งและวิทยฐานะของตนเองได้ ไม่สามารถระบุผลลัพธ์และตัวชี้วัดให้ชัดเจน เหมาะสม และสอดคล้องกันได้ 2) ขาดความมั่นใจในการเขียนข้อตกลงใน

การพัฒนางานด้วยตนเอง เนื่องจากไม่มีตัวอย่างที่แน่นอน ครูทุกคนเพิ่งเริ่มเขียนเป็นปีแรก ไม่มีรู้จะเขียนอย่างไร จึงมีความกังวลว่าจะเขียนไม่ครบตัวชี้วัดและทำผิดไปจากรูปแบบที่ควรจะเป็น 3) ขาดทักษะในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางาน เนื่องจากไม่เคยปฏิบัติ จึงไม่สามารถวิเคราะห์การปฏิบัติงานตามภาระงาน ผลลัพธ์ และตัวชี้วัดได้ มองว่าทุกอย่างเป็นภาระการทำงานเอกสารไม่ได้เชื่อมโยงข้อตกลงในการพัฒนางานสู่การปฏิบัติงานในชีวิตจริง และ 4) ขาดผู้ให้คำปรึกษาที่มีความรู้ความสามารถที่ช่วยแนะแนวทางการเขียนข้อตกลงในการพัฒนางาน แนะนำการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางาน และแนะเทคนิคในการนำเสนอผลการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางาน ได้แต่เพียงศึกษาข้อมูลจากคู่มือการดำเนินการตามหลักเกณฑ์และวิธีการประเมินวิทยฐานะของข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาที่ทาง ก.ค.ศ. เผยแพร่เท่านั้น

ข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา จึงต้องการความช่วยเหลือในการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางาน (PA) เพื่อให้สามารถกำหนดภาระงาน ผลลัพธ์ และตัวชี้วัดได้ชัดเจน เหมาะสม และสอดคล้องกัน อันจะนำไปสู่การพัฒนาผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียนโดยไม่เป็นภาระงานเพิ่มเติมของครู แต่อย่างไรก็ตามกลับพบว่า รูปแบบการฝึกอบรมหรือการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อให้เขียนข้อตกลงในการพัฒนางาน ไม่สอดคล้องกับลักษณะการปฏิบัติงานของครู เนื่องจากเน้นการให้ความรู้ในเนื้อหาที่เกี่ยวกับหลักการเขียนข้อตกลงเชิงวิชาการตามที่คู่มือกำหนดไว้แล้ว ทำให้ครูเขียนข้อตกลงในการพัฒนางานได้แต่ก็ไม่สามารถปฏิบัติงานตามข้อตกลงได้อยู่ดี อีกทั้งครูส่วนใหญ่ต้องทิ้งชั้นเรียนเพื่อเข้ารับการฝึกอบรมที่หน่วยงานอื่นจัดขึ้น และเมื่อกลับมาโรงเรียนก็ไม่สามารถนำข้อมูล ความรู้ ในการฝึกอบรมมาใช้ในการพัฒนางานได้ (พัชนี กุลฑานันท์ และคณะ, 2554)

ชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพจึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่ช่วยสนับสนุนและลดปัญหาที่เกิดขึ้น เพราะเป็นการรวมกลุ่มกันของผู้ที่มีความรู้ความสนใจในเรื่องเดียวกัน จนเกิดเป็นชุมชนที่สามารถแลกเปลี่ยน แบ่งปัน และเรียนรู้ไปร่วมกัน เพื่อปรับปรุงและเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ ทักษะ รวมทั้งเจตคติส่งผลให้เกิดการลดช่องว่างระหว่างความรู้และการปฏิบัติ และสร้างการปฏิบัติงานให้เป็นระบบ ที่สามารถนำไปประยุกต์และปรับใช้ให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ต่าง ๆ (Dufour et al., 2008; Hord et al., 2010) ส่วนการประเมินเพื่อการเรียนรู้ (Assessment for Learning) เป็นกระบวนการของการแสวงหาและตีความหลักฐานเพื่อนำมาใช้ในการตัดสินใจสำหรับการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นและเลือกวิธีการเรียนรู้ที่ดีที่สุด โดยมุ่งเน้นให้บรรลุเป้าหมายการเรียนรู้ในชั้นเรียน (Assessment Reform Group, 2002) การประเมินเพื่อการเรียนรู้จึงมิใช่เพียงการตรวจสอบผลการเรียนรู้ของผู้เรียนแต่เป็นการประเมินที่ควบคู่ไปกับการเรียนรู้ จึงเหมาะสมในการนำมาผสานกับหลักการของชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพ เพื่อช่วยให้สมาชิกในชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพสามารถสร้างการเรียนรู้และประเมินการเรียนรู้ของตนเองได้ ผ่านการตั้งคำถามเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ และสะท้อนความคิดเพื่อ

ปรับปรุงการเรียนรู้ การประเมินเพื่อการเรียนรู้จึงเติมเต็มการดำเนินงานชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพ และช่วยแก้ไขที่รากหรือต้นตอของปัญหาในการทำข้อตกลงในการพัฒนางาน

การพัฒนาความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางานเป็นสิ่งสำคัญในการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับวิชาชีพครู เพื่อให้ครูได้พัฒนาตนเองให้มีศักยภาพสูงขึ้นและทำให้กระบวนการพัฒนาเกิดขึ้นจากกระบวนการจัดการเรียนรู้และการจัดการชั้นเรียน ชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพและการประเมินเพื่อการเรียนรู้เป็นหลักการที่สามารถนำมาใช้ร่วมกันเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการทำข้อตกลงในการพัฒนางานของครูได้ โดยเน้นการรวมกลุ่มครูให้ทำงานร่วมกันบนพื้นฐานของความร่วมมือรวมพลัง ลดความโดดเดี่ยว เกิดการแบ่งปันความรู้ ความคิด และเจตคติ ไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ พร้อมทั้งช่วยเติมเต็มวิธีการเรียนรู้ของครู ทำให้ครูมีเครื่องมือในการพัฒนาการเรียนรู้ของตนเองรวมถึงการประเมินตนเองและผู้เรียนไปพร้อมกับการเรียนรู้ เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการปรับปรุงการจัดการเรียนรู้ทั้งของตนเองและผู้เรียน ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจพัฒนากระบวนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางาน (PA) โดยใช้หลักการประเมินเพื่อการเรียนรู้และชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพ อันจะนำมาซึ่งผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียนที่มีคุณภาพและความก้าวหน้าในวิชาชีพของครูต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อสังเคราะห์หลักการของกระบวนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางาน
2. เพื่อสังเคราะห์กระบวนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางานโดยใช้หลักการประเมินเพื่อการเรียนรู้และชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพ

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการวิจัย 2 ขั้นตอน โดยมีรายละเอียดการดำเนินงานแต่ละขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 สังเคราะห์หลักการของกระบวนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางาน

1.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประเมินเพื่อการเรียนรู้ และ ชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพที่พิมพ์เผยแพร่ระหว่างปี พ.ศ.2545-2564 (ค.ศ. 2002-2021)

1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบบันทึกการสังเคราะห์หลักการของกระบวนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางานโดยใช้หลักการประเมินเพื่อการเรียนรู้และชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพ

1.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1) อ่านเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและบันทึกข้อมูลลงในแบบบันทึกการสังเคราะห์หลักการของกระบวนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางาน

2) สังเคราะห์หลักการของกระบวนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางานโดยใช้หลักการประเมินเพื่อการเรียนรู้และชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพ

3) กำหนดขั้นตอนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางานโดยใช้หลักการประเมินเพื่อการเรียนรู้และชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพ

1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ในด้านหลักการของชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพและหลักการประเมินเพื่อการเรียนรู้ เพื่อนำมาสังเคราะห์เป็นหลักการของกระบวนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางาน

ขั้นตอนที่ 2 พัฒนากระบวนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางานโดยใช้หลักการประเมินเพื่อการเรียนรู้และชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพ

2.1 สร้างกระบวนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางานโดยใช้หลักการประเมินเพื่อการเรียนรู้และชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพ

ผู้วิจัยนำผลการสังเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพและการประเมินเพื่อการเรียนรู้มาเป็นแนวทางในการสร้างกระบวนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางานโดยใช้หลักการประเมินเพื่อการเรียนรู้และชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพ

2.2 ตรวจสอบความเหมาะสมในการนำกระบวนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางานโดยใช้หลักการประเมินเพื่อการเรียนรู้และชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพไปใช้

ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินความเหมาะสมของกระบวนการฯ พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะสำหรับผู้วิจัยนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงกระบวนการฯ

2.2.1 กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารการศึกษา ด้านการประเมินเพื่อการเรียนรู้และชุมชนแห่งการเรียนรู้ จำนวน 7 คน

2.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบประเมินความเหมาะสมของกระบวนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางาน โดยนำองค์ประกอบของกระบวนการฯ มากำหนดเป็นข้อคำถามในการประเมิน โดยแบบประเมินมีลักษณะเป็นมาตรประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 12 ข้อ ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามโดยการนำเสนอผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาและให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ผลการ

ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยการวิเคราะห์ค่าดัชนี IOC ของแบบสอบถาม รวมเฉลี่ยเท่ากับ 0.937 และผู้วิจัยได้คัดเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC สูงกว่า 0.50 โดยมีค่าอยู่ระหว่าง 0.60–1.00

2.2.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ ผู้วิจัยติดต่อผู้เชี่ยวชาญก่อนนำกระบวนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางานโดยใช้หลักการประเมินเพื่อการเรียนรู้และชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพพร้อมกับแบบประเมินและจดหมายเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญไปให้ด้วยตนเอง แล้วให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินความเหมาะสมด้วยแบบประเมิน

2.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล พิจารณาความเหมาะสมของกระบวนการฯ ด้วยค่าสถิติบรรยาย ได้แก่ ค่ามัธยฐานและพิสัยระหว่างควอไทล์

สำหรับเกณฑ์การพิจารณาค่ามัธยฐาน มีดังนี้

ค่ามัธยฐาน 4.51–5.00 หมายถึง มีความเหมาะสมต่อการนำไปใช้มากที่สุด

ค่ามัธยฐาน 3.51–4.50 หมายถึง มีความเหมาะสมต่อการนำไปใช้มาก

ค่ามัธยฐาน 2.51–3.50 หมายถึง มีความเหมาะสมต่อการนำไปใช้ปานกลาง

ค่ามัธยฐาน 1.51–2.50 หมายถึง มีความเหมาะสมต่อการนำไปใช้น้อย

ค่ามัธยฐาน 1.00–1.50 หมายถึง มีความเหมาะสมต่อการนำไปใช้น้อยที่สุด

ค่ามัธยฐานที่กำหนดเป็นเกณฑ์การยอมรับในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญต้องมีความเห็นกระบวนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางานโดยใช้หลักการประเมินเพื่อการเรียนรู้และชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพ (ฉบับร่าง) มีความเหมาะสมต่อการนำไปใช้มาก คือ 3.51 ขึ้นไป

สำหรับเกณฑ์การพิจารณาค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquatile Range) มีดังนี้

ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ สูงกว่า 3.00 หมายถึง มีความเห็นไม่สอดคล้องกัน

ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ 2.00–2.99 หมายถึง มีความเห็นสอดคล้องกันต่ำ

ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ 1.01–1.99 หมายถึง มีความเห็นสอดคล้องกันปานกลาง

ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ 0.51–1.00 หมายถึง มีความเห็นสอดคล้องกันสูง

ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ต่ำกว่า 0.50 หมายถึง มีความเห็นสอดคล้องกันสูงมาก

ค่าความสอดคล้องที่กำหนดเป็นเกณฑ์ยอมรับในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้เชี่ยวชาญต้องมีความเห็นสอดคล้องกันในระดับสูงขึ้นไป โดยมีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ไม่เกิน 1.00

2.3 ปรับปรุงกระบวนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางานโดยใช้หลักการประเมินเพื่อการเรียนรู้และชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพ

ผู้วิจัยนำผลการประเมินกระบวนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางานโดยใช้หลักการประเมินเพื่อการเรียนรู้และชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพ และข้อแนะนำ

ของผู้เชี่ยวชาญมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงกระบวนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางานโดยใช้หลักการประเมินเพื่อการเรียนรู้และชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพ

ผลการวิจัย

1. ผลการสังเคราะห์หลักการของกระบวนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางาน

หลักการของชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพ

1. มีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมายร่วมกันรับผิดชอบในการทำงานของตนเอง
2. ให้ความสำคัญกับผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียน ดำเนินการพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียนอย่างต่อเนื่อง
3. ลงมือปฏิบัติด้วยวิธีการสืบสอบร่วมกัน นำความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับมาแลกเปลี่ยนเรียนรู้กัน
4. ร่วมมือร่วมใจในการทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบพัฒนางานวิชาชีพเพื่อพัฒนาผลการเรียนรู้
5. ผู้บริหารเปิดโอกาสให้ผู้สอนได้เป็นผู้นำทางความคิดและการตัดสินใจทางวิชาการ

หลักการของการประเมินเพื่อการเรียนรู้

1. การประเมินเป็นส่วนหนึ่งของการจัดกิจกรรมการเรียนรู้
2. เน้นไปที่วิธีการให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้จากการวางแผนของทั้งครูและผู้เรียนมากกว่าสิ่งที่ได้เรียนรู้
3. การประเมินเป็นศูนย์กลางการเรียนการสอนในชั้นเรียน
4. ครูได้รับการพัฒนาทักษะทางวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง
5. ครูตระหนักถึงผลที่เกิดจากการแสดงความคิดเห็น
6. สร้างแรงจูงใจ และเสนอทางเลือกให้ผู้เรียนสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปกำหนดทิศทางของตนเองได้
7. ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการประเมินตนเองและประเมินเพื่อนร่วมชั้นเรียน
8. ผู้เรียนได้รับข้อมูลย้อนกลับในการวางแผนการเรียนรู้
9. ผู้เรียนได้สะท้อนและบริหารจัดการตนเอง
10. เพิ่มโอกาสในการเรียนรู้ของผู้เรียนทุกคน

→

หลักการกระบวนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางาน

1. เปิดโอกาสให้ครูกำหนดเป้าหมายเพื่อพัฒนาผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียนวางแผนการพัฒนาการจัดการเรียนรู้ วิธีการเรียนรู้และประเมินผลร่วมกัน
2. เปิดโอกาสให้ครูได้ฝึกฝนทักษะการสังเกตการเรียนรู้วิเคราะห์ผู้เรียนจากในชั้นเรียน นำไปสู่การลงมือปฏิบัติเพื่อปรับปรุงการจัดการเรียนรู้
3. ส่งเสริมให้ครูได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ แสดงความคิดเห็นสะท้อนความคิด พร้อมทั้งให้ข้อมูลย้อนกลับเพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดอ่อนในการจัดการเรียนรู้
4. สนับสนุนให้ครูได้ประเมินตนเองและประเมินโดยเพื่อน เพื่อให้สามารถพัฒนาวิธีการจัดการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์และเพิ่มโอกาสในการเรียนรู้ด้วยตนเอง
5. เปิดโอกาสให้ครูได้เป็นผู้นำทางความคิดและการตัดสินใจทางวิชาการ สนับสนุนให้เกิดความร่วมมือร่วมใจเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในการทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบในทุกขั้นตอน

ภาพที่ 1 ผลการสังเคราะห์หลักการของกระบวนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางาน

2. ผลการพัฒนากระบวนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางานโดยใช้หลักการประเมินเพื่อการเรียนรู้และชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพ

2.1 ผลการสร้างกระบวนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางานโดยใช้หลักการประเมินเพื่อการเรียนรู้และชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพ

กระบวนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางานโดยใช้หลักการประเมินเพื่อการเรียนรู้และชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพ มี 7 องค์ประกอบ ได้แก่ หลักการ วัตถุประสงค์ เนื้อหา กลยุทธ์ ขั้นตอน ระยะเวลา และการประเมินผล ดังนี้

2.1.1 หลักการ 5 หลักการ ดังนี้ 1) เปิดโอกาสให้ครูกำหนดเป้าหมายเพื่อพัฒนาผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียน วางแผนการพัฒนาการจัดการเรียนรู้ วิธีการเรียนรู้และประเมินผลร่วมกัน 2) เปิดโอกาสให้ครูได้ฝึกฝนทักษะการสังเกตการเรียนรู้ วิเคราะห์ผู้เรียนจากในชั้นเรียนนำไปสู่การลงมือปฏิบัติเพื่อปรับปรุงการจัดการเรียนรู้ 3) ส่งเสริมให้ครูได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ แสดงความคิดเห็น สะท้อนความคิด พร้อมทั้งให้ข้อมูลย้อนกลับเพื่อค้นหาจุดแข็งและจุดอ่อนในการจัดการเรียนรู้ 4) สนับสนุนให้ครูได้ประเมินตนเองและประเมินโดยเพื่อน เพื่อให้สามารถพัฒนาวิธีการจัดการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์และเพิ่มโอกาสในการเรียนรู้ด้วยตนเอง 5) เปิดโอกาสให้ครูได้เป็นผู้นำทางความคิดและการตัดสินใจทางวิชาการ สนับสนุนให้เกิดความร่วมมือร่วมใจเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในการทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบในทุกขั้นตอน

2.1.2 วัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนาความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางาน

2.1.3 เนื้อหา ได้แก่ 1) ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางาน (PA) และ 2) ทักษะที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางาน (PA)

2.1.4 กลยุทธ์ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ประกอบด้วย 1) กลยุทธ์ที่ใช้ในการดำเนินการกลุ่ม ได้แก่ กลยุทธ์เชื่อมโยงการเรียนรู้ และกลยุทธ์ชื่นชมทุกก้าวของการเรียนรู้ 2) กลยุทธ์ที่ใช้ในการดำเนินการรายบุคคล ได้แก่ กลยุทธ์เพื่อนช่วยเพื่อน กลยุทธ์ตั้งคำถามชวนคิด และกลยุทธ์ให้ตัวอย่าง

2.1.5 ขั้นตอนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางาน แบ่งเป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การสร้างกลุ่มพัฒนาตนเอง 2) การตั้งเป้าหมายการปฏิบัติงาน 3) การวางแผนการปฏิบัติงาน 4) การปฏิบัติตามแผน และ 5) การประเมินผลการปฏิบัติ

2.1.6 ระยะเวลาในการดำเนินการตามกระบวนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางาน โดยใช้หลักการประเมินเพื่อการเรียนรู้และชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพ ประมาณ 72–81 ชั่วโมง ยืดหยุ่นตามสภาพการปฏิบัติงาน ณ ช่วงเวลานั้น

2.1.7 การประเมินกระบวนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางาน โดยใช้หลักการประเมินเพื่อการเรียนรู้และชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพ ใช้การประเมิน 2 ลักษณะ ได้แก่ การประเมินประสิทธิผล และการประเมินประสิทธิภาพ

2.2 ผลการตรวจสอบความเหมาะสมในการนำกระบวนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางานไปใช้

ตารางที่ 1 ผลการตรวจสอบความเหมาะสมในการนำกระบวนการ ฯ ไปใช้

รายการประเมิน	Mdn.	ความหมาย	IR	ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ
1. หลักการของกระบวนการมีความชัดเจน สามารถเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางานได้	5.00	เหมาะสมต่อการนำไปใช้มากที่สุด	0.00	มีความคิดเห็นสอดคล้องกันสูงมาก
2. วัตถุประสงค์ของกระบวนการมีความชัดเจนและครอบคลุมในการสามารถเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางานได้	5.00	เหมาะสมต่อการนำไปใช้มากที่สุด	0.00	มีความคิดเห็นสอดคล้องกันสูงมาก
3. เนื้อหาของกระบวนการ มีความครอบคลุมและครบถ้วนสำหรับเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางาน	5.00	เหมาะสมต่อการนำไปใช้มากที่สุด	0.00	มีความคิดเห็นสอดคล้องกันสูงมาก
4. ขั้นตอนของกระบวนการมีความชัดเจน สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง	5.00	เหมาะสมต่อการนำไปใช้มากที่สุด	0.00	มีความคิดเห็นสอดคล้องกันสูงมาก
5. ระยะเวลาในการดำเนินการ มีความเหมาะสมและเพียงพอ	5.00	เหมาะสมต่อการนำไปใช้มากที่สุด	0.00	มีความคิดเห็นสอดคล้องกันสูงมาก
6. การประเมินผลกระบวนการ มีความชัดเจนสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของกระบวนการ	5.00	เหมาะสมต่อการนำไปใช้มากที่สุด	0.00	มีความคิดเห็นสอดคล้องกันสูงมาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่า กระบวนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางานโดยใช้หลักการประเมินเพื่อการเรียนรู้

และชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ดังนี้ 1) เพิ่มเติมองค์ประกอบของกระบวนการฯ โดยให้มีบทบาทของผู้เกี่ยวข้อง 2) วัตถุประสงค์ให้เพิ่มเติมประเด็นการพัฒนาผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียน 3) เนื้อหาควรเขียนรายละเอียดให้ชัดเจน โดยแยกเป็นด้านความรู้และด้านทักษะ 4) เนื้อหาที่ใส่ต้องปรากฏในเครื่องมือที่ใช้ในการประเมินความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางานด้วย 5) ระยะเวลาในการดำเนินการให้เหมาะสมกับกิจกรรม และนำเสนอในรูปแบบตาราง Timeline 6) การประเมินความสามารถในการปฏิบัติงานตามตามข้อตกลงในการพัฒนางานควรมีเครื่องมือที่ครบถ้วนประเมินได้ครบทุกตัวชี้วัด และใส่ไว้ในภาคผนวกของเล่มคู่มือการใช้กระบวนการฯ ส่วนการประเมิน ผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียนให้ครูผู้ร่วมวิจัยเป็นผู้ประเมินและส่งผลตามเกณฑ์ที่ผู้วิจัยกำหนด

2.3 ผลการปรับปรุงกระบวนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางานโดยใช้หลักการประเมินเพื่อการเรียนรู้และชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพ

กระบวนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางาน โดยใช้หลักการประเมินเพื่อการเรียนรู้และชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพ ประกอบด้วย 8 องค์ประกอบ ได้แก่ หลักการ วัตถุประสงค์ เนื้อหา กลยุทธ์ ขั้นตอน บทบาทของผู้ที่เกี่ยวข้อง ระยะเวลา และการประเมินผล ซึ่งมีรายละเอียดโดยสรุปดังนี้

2.3.1 หลักการ 5 หลักการ ดังนี้ 1) การเปิดโอกาสให้ครูกำหนดเป้าหมายเพื่อพัฒนาผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียน วางแผนการพัฒนาการจัดการเรียนรู้ วิธีการเรียนรู้ และวิธีการประเมินผลร่วมกัน 2) การเปิดโอกาสให้ครูได้ฝึกฝนทักษะการสังเกตการเรียนรู้ วิเคราะห์ และตีความหลักการเรียนรู้ของผู้เรียนจากในชั้นเรียน อันนำไปสู่การลงมือปฏิบัติและตัดสินใจร่วมกันเพื่อปรับปรุงการจัดการเรียนรู้ 3) การส่งเสริมให้ครูได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ แสดงความคิดเห็นอย่างสร้างสรรค์ สะท้อนความคิดทางบวก พร้อมทั้งให้ข้อมูลย้อนกลับเพื่อค้นหาจุดแข็งและจุดอ่อนในการจัดการเรียนรู้ 4) การสนับสนุนให้ครูได้ประเมินตนเองและประเมินโดยเพื่อน เพื่อให้สามารถพัฒนาวิธีการจัดการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์และเพิ่มโอกาสในการเรียนรู้ด้วยตนเอง และ 5) การเปิดโอกาสให้ครูได้เป็นผู้นำทางความคิดและการตัดสินใจทางวิชาการ สนับสนุนให้เกิดความร่วมมือร่วมใจเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในการทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบในทุกขั้นตอน

2.3.2 วัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อพัฒนาความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางานของครู 2) เพื่อพัฒนาผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียนตามข้อตกลงในการพัฒนางานของครู

2.3.3 เนื้อหา ได้แก่ 1) ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางาน (PA) และ 2) ทักษะที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางาน (PA)

2.3.4 กลยุทธ์ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ประกอบด้วย 1) กลยุทธ์ที่ใช้ในการดำเนินการกลุ่ม ได้แก่ กลยุทธ์เชื่อมโยงการเรียนรู้ และกลยุทธ์ชื่นชมทุกก้าวของการเรียนรู้ 2) กลยุทธ์ที่ใช้ในการดำเนินการรายบุคคล ได้แก่ กลยุทธ์เพื่อนช่วยเพื่อน กลยุทธ์ตั้งคำถามชวนคิด และกลยุทธ์ให้ตัวอย่าง

2.3.5 ขั้นตอนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางาน แบ่งเป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 การสร้างกลุ่มพัฒนาตนเอง (S: Self-development Creation Community) ขั้นตอนที่ 2 การตั้งเป้าหมายการปฏิบัติงาน (P_1: Performance Goal Setting) ขั้นตอนที่ 3 การวางแผนการปฏิบัติงาน (P_2: Performance Planning) ขั้นตอนที่ 4 การปฏิบัติตามแผน (P_3: Performance Implementing) และขั้นตอนที่ 5 การประเมินผลการปฏิบัติ (P_4: Performance Appraisal)

2.3.6 บทบาทของผู้ที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย บทบาทหน้าที่ของครูผู้ร่วมวิจัย บทบาทหน้าที่ของผู้ควบคุมกระบวนการฯ (ผู้วิจัย) บทบาทหน้าที่ของผู้บริหารโรงเรียน และบทบาทหน้าที่ของผู้เชี่ยวชาญ

2.3.7 ระยะเวลาในการดำเนินการตามกระบวนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางาน โดยใช้หลักการประเมินเพื่อการเรียนรู้และชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพ ดำเนินการใน 1 ภาคเรียน ประมาณ 16 สัปดาห์ ยืดหยุ่นตามสภาพการปฏิบัติงาน ณ ช่วงเวลานั้น

2.3.8 การประเมินกระบวนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางาน โดยใช้หลักการประเมินเพื่อการเรียนรู้และชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพ ใช้การประเมิน 2 ลักษณะ ได้แก่ การประเมินประสิทธิผล และการประเมินประสิทธิภาพ

อภิปรายผล

กระบวนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางานโดยใช้หลักการประเมินเพื่อการเรียนรู้และชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพถูกสร้างและพัฒนาขึ้นอย่างเป็นระบบโดยผสานและบูรณาการหลักการประเมินเพื่อการเรียนรู้ที่เน้นการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการเรียนรู้ของครูแต่ละคน ให้สามารถรับรู้จุดแข็ง จุดอ่อนของตนเอง และแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้ด้วยตนเอง ร่วมกับหลักการของชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพ ที่เน้นการส่งเสริมให้ครูมีเป้าหมายการเรียนรู้ร่วมกันที่ชัดเจน เกิดความสัมพันธ์ที่ดีในการทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบในทุกขั้นตอนอย่างถ้อยทีถ้อยอาศัย และการเปิดใจยอมรับซึ่งกันและกัน ทำให้ครูเกิดความรู้สึกไม่โดดเดี่ยว มีเพื่อนคอยให้การสนับสนุนและมีที่ปรึกษาคอยช่วยเหลืออยู่เสมอ โดยในแต่ละขั้นตอนของการพัฒนากระบวนการฯ มีความสัมพันธ์กัน โดยใช้หลักการประเมินเพื่อการเรียนรู้และชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพ ตั้งอยู่บนหลักการสำคัญ 5 ข้อ หลักการที่ 1 การเปิดโอกาสให้ครูกำหนดเป้าหมายเพื่อพัฒนา

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียนวางแผนการพัฒนาการจัดการเรียนรู้ วิธีการเรียนรู้ และวิธีการประเมินผลร่วมกัน ซึ่งเป็นไปตามองค์ประกอบที่สำคัญในการพัฒนาวิชาชีพครูที่มีประสิทธิภาพของ Darling–Hammond, Hyler and Gardner (2017) ที่อธิบายว่า การพัฒนาทางวิชาชีพต้องใช้เวลาและคุณภาพในการดำเนินงาน เพื่อสร้างผลลัพธ์ของการเปลี่ยนแปลง การสร้างโอกาสให้ครูกำหนดเป้าหมายเพื่อพัฒนาผู้เรียน ให้ครูมีส่วนร่วมในการเรียนรู้หรือการปฏิบัติแม้เพียงเล็กน้อยก็มีโอกาสเปลี่ยนวิธีการสอนและการเรียนรู้ของผู้เรียนได้ หลักการที่ 2 การเปิดโอกาสให้ครูได้ฝึกฝนทักษะการสังเกตการเรียนรู้ วิเคราะห์ และตีความหลักการเรียนรู้ของผู้เรียนจากในชั้นเรียน อันนำไปสู่การลงมือปฏิบัติและตัดสินใจร่วมกันเพื่อปรับปรุงการจัดการเรียนรู้ ซึ่งเป็นไปตามหลักการพัฒนาวิชาชีพครูอย่างต่อเนื่องของ Moore (2018) ที่อธิบายว่า การพัฒนาวิชาชีพครูต้องช่วยให้ครูได้ลงมือปฏิบัติ ฝึกฝนทักษะ วิเคราะห์ สังเคราะห์ สะท้อนความคิด ถามคำถาม ประชุมทีม เพื่ออภิปรายผลกระทบและตัดสินใจร่วมกันเพื่อปรับปรุงการจัดการเรียนรู้ หลักการที่ 3 การส่งเสริมให้ครูได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ แสดงความคิดเห็นอย่างสร้างสรรค์ สะท้อนความคิดทางบวก พร้อมทั้งให้ข้อมูลย้อนกลับเพื่อค้นหาจุดแข็งและจุดอ่อนในการจัดการเรียนรู้ ซึ่งเป็นไปตามองค์ประกอบที่สำคัญในการพัฒนาวิชาชีพครูที่มีประสิทธิภาพของ Darling–Hammond, Hyler and Gardner (2017) ที่อธิบายว่า การให้ข้อมูลย้อนกลับและการสะท้อนความคิด เป็นเครื่องมือที่ทรงพลังที่มีประสิทธิภาพ นิยมใช้ในระหว่างการให้การฝึกปฏิบัติ และการให้คำปรึกษา เพื่อให้ครูคิดทบทวนวิธีปฏิบัติและการทำงานร่วมกันของครู นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงมุมมอง สร้างการเรียนรู้ และวิธีการทำงานใหม่ ๆ ซึ่งการให้ข้อมูลย้อนกลับและการสะท้อนความคิดควรเป็นไปในเชิงบวกและเชิงสร้างสรรค์ หลักการที่ 4 การสนับสนุนให้ครูได้ประเมินตนเองและประเมินโดยเพื่อน เพื่อให้สามารถพัฒนาวิธีการจัดการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์และเพิ่มโอกาสในการเรียนรู้ด้วยตนเอง ซึ่งเป็นไปตามหลักการพัฒนาวิชาชีพครูอย่างต่อเนื่องของ Moore (2018) ที่อธิบายว่า ครูควรมีเวลาร่วมกันในการประเมินตนเองและประเมินโดยเพื่อน ใช้เวลาพิจารณาหาสาเหตุและพยายามปรับปรุงการสอนด้วยการสะท้อนความคิดร่วมกัน การชี้แนะและการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน รวมทั้งสะท้อนความสำเร็จ สิ่งที่ได้เรียนรู้จากการทำผิดพลาดและเห็นการเติบโตซึ่งเป็นประสบการณ์ที่สร้างแรงบันดาลใจในการจัดการเรียนรู้ครั้งต่อไป และหลักการที่ 5 การเปิดโอกาสให้ครูได้เป็นผู้นำทางความคิดและการตัดสินใจทางวิชาการ สนับสนุนให้เกิดความร่วมมือร่วมใจเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในการทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบในทุกขั้นตอน ซึ่งเป็นไปตามรูปแบบการพัฒนาวิชาชีพครูของสำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา (2555) และ Kennedy (2005) ที่อธิบายว่า การเปิดโอกาสให้ครูได้เป็นผู้นำทางความคิดและการตัดสินใจทางวิชาการเป็นการสนับสนุนให้ครูเข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาหรือปรับปรุงเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ซึ่งทำให้ครูได้มีโอกาสศึกษาหาความรู้และพัฒนาทักษะเพิ่มเติม สร้างโอกาสในการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม

แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ตลอดจนมีการตัดสินใจร่วม ทำให้เกิดความรู้สึกการมีส่วนร่วมเป็นเจ้าของการเรียนรู้และพร้อมที่จะนำไปปฏิบัติให้บรรลุตามเป้าหมาย

กระบวนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางาน (S4P Steps) ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 การสร้างกลุ่มพัฒนาตนเอง (S: Self-development Creation Community) ขั้นตอนที่ 2 การตั้งเป้าหมายการปฏิบัติงาน (P_1: Performance Goal Setting) ขั้นตอนที่ 3 การวางแผนการปฏิบัติงาน (P_2: Performance Planning) ขั้นตอนที่ 4 การปฏิบัติตามแผน (P_3: Performance Implementing) และ ขั้นตอนที่ 5 การประเมินผลการปฏิบัติ (P_4: Performance Appraisal) ผู้วิจัยสังเคราะห์ขั้นตอนของกระบวนการตามหลักการกระบวนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางานโดยใช้หลักการประเมินเพื่อการเรียนรู้และชุมชนแห่งการเรียนรู้เชิงวิชาชีพ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ เรวณี ชัยเชาวรัตน์ (2558) ที่นำเสนอกระบวนการเสริมสร้างความสามารถในการออกแบบการเรียนการสอนของนักศึกษาปฏิบัติการวิชาชีพครูตามแนวคิดชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพบนพื้นฐานของการแก้ไขปัญหาในการออกแบบการเรียนการสอนของนักศึกษา ผ่านการรวมตัวเป็นสมาชิกชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพของนักศึกษา ครูพี่เลี้ยง และอาจารย์นิเทศก์ โดยการดำเนินการมี 3 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่ 1 การเตรียมความพร้อมและสนับสนุนให้เกิดโครงสร้างการดำเนินการเสริมสร้างความสามารถในการออกแบบการเรียนการสอนของนักศึกษาปฏิบัติการวิชาชีพครู ขั้นตอนที่ 2 การดำเนินการเสริมสร้างความสามารถในการออกแบบการเรียนการสอนของนักศึกษาปฏิบัติการวิชาชีพครูผ่านวงจรแก้ปัญหา ประกอบด้วย 2 ระยะ มี 5 ขั้นตอนย่อย ได้แก่ ระยะที่ 1 ระยะระบุปัญหา ประกอบด้วย 2 ขั้นตอนย่อย คือ 1) สร้างชุมชน และ 2) ค้นพบปัญหา และระยะที่ 2 ระยะวงจรแก้ปัญหา ประกอบด้วย 3 ขั้นตอนย่อย คือ 1) ริเริ่มพัฒนาตน 2) ฝึกฝนออกแบบการเรียนการสอน และ 3) ดำเนินการจัดการเรียนการสอน และขั้นตอนที่ 3 การสร้างกลไกการขับเคลื่อนการเสริมสร้างความสามารถในการออกแบบการเรียนการสอนของนักศึกษาปฏิบัติการวิชาชีพครู เพื่อให้สามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องในระยะยาว เช่นเดียวกันกับผลการวิจัยของ เกรียง ฐิติจำเริญพร (2560) พัฒนากระบวนการนำครูใหม่เข้าสู่วิชาชีพ กระบวนการมี 3 ขั้นตอน หลัก ได้แก่ ขั้นที่ 1 การสร้างทีมงานและตั้งเป้าหมายร่วมกัน ขั้นที่ 2 การเรียนรู้การออกแบบการเรียนการสอนในชั้นเรียน และขั้นที่ 3 การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวิชาชีพในการออกแบบการเรียนการสอนและการปฏิบัติการสอน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ผู้บริหารโรงเรียนเป็นบุคคลสำคัญในการดำเนินการกระบวนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางานโดยใช้หลักการประเมินเพื่อการเรียนรู้และชุมชนแห่ง

การเรียนรู้ ผู้บริหารควรตระหนักถึงความสำคัญของการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางาน มีส่วนร่วมและสนับสนุนตลอดการดำเนินกระบวนการ

2. ก่อนนำกระบวนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางานโดยใช้หลักการประเมินเพื่อการเรียนรู้และชุมชนแห่งการเรียนรู้ไปใช้ ผู้จัดกระบวนการฯ (อาจเป็นผู้บริหารโรงเรียนหรือครูที่รับผิดชอบ) ต้องศึกษากระบวนการฯ บริบทของโรงเรียน และลักษณะการทำงานของครูให้เข้าใจ ปรับเปลี่ยนการปฏิบัติให้เหมาะสมกับเวลาในการดำเนินการของโรงเรียน

3. การดำเนินกระบวนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางานโดยใช้หลักการประเมินเพื่อการเรียนรู้และชุมชนแห่งการเรียนรู้ แต่ละขั้นตอนจำเป็นต้องพัฒนาความรู้ ความสามารถ และทักษะของครู อาจใช้เวลามากควรมีการวางแผนร่วมกันเพื่อกำหนดเวลาการดำเนินงานของแต่ละขั้นตอนให้สอดคล้องตามปฏิทินการดำเนินงานและรอบการประเมินการปฏิบัติงานตามข้อตกลงของโรงเรียน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาขั้นตอนการนำกระบวนการเสริมสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานตามข้อตกลงในการพัฒนางานโดยใช้หลักการประเมินเพื่อการเรียนรู้และชุมชนแห่งการเรียนรู้สู่การปฏิบัติจริงเพื่อพัฒนากระบวนการให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

เกรียง ฐิติจำเริญพร. (2560). **การพัฒนากระบวนการนำครูใหม่เข้าสู่วิชาชีพ โดยใช้แนวคิดการพัฒนาบทเรียนร่วมกันเป็นฐานร่วมกับการเป็นพี่เลี้ยง เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการออกแบบการเรียนการสอน.** วิทยานิพนธ์ ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พัชนี กุลฑานันท์, พิสิฐ เมธาภัทร, ไพโรจน์ สถิรยากร และ มนต์ชัย เทียนทอง. (2554). *การพัฒนารูปแบบการฝึกอบรมครูแบบผสมผสานในการทำวิจัยในชั้นเรียน.* **วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม,** 5(2): 97–115.

เรวณี ชัยเชาวรัตน์. (2558). **กระบวนการเสริมสร้างความสามารถในการออกแบบการเรียนการสอนของนักศึกษาปฏิบัติการวิชาชีพครูตามแนวคิดชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ.** วิทยานิพนธ์ ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2555). **ระบบโรงเรียนคุณภาพระดับโลกขึ้นมาสู่ความเป็นโรงเรียนคุณภาพชั้นนำได้อย่างไร.** พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: พริกหวานกราฟฟิค.

Assessment Reform Group. (2002). **Assessment for Learning: 10 principles research based principles to guide classroom practice.** Retrieved on August, 19th,

2022, from https://www.hkeaa.edu.hk/doclibrary/sba/hkdse/eng_dvd/doc/Afl_principles.pdf.

Darling–Hammond, Hyler, and Gardner. (2017). **Effective teacher professional development.** Retrieved on August, 19th, 2022, from https://learningpolicyinstitute.org/sites/default/files/product-files/Effective_Teacher_Professional_Development_REPORT.pdf.

Dufour, R. and et al. (2008). **Revisiting professional learning communities at work: New insights for improving schools.** Bloomington: Solution Tree.

Hord, S. and et al. (2010). **Guiding professional learning communities: Inspiration, challenge, surprise, and meaning.** California: Corwin Press.

Kennedy, A. (2005). *Models of continuing professional development: a framework for analysis.* **Journal of In-service Education,** 30(2): 235–250.

Moore, D. (2018). **8 Steps to effective professional development.** Retrieved on August, 19th, 2022, from https://artsintegration.com/2018/06/01/8-steps-effective-professional-development.

ภาวะผู้นำในศตวรรษที่ 21 สำหรับผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี

Leadership in the 21st Century for School Administrators Under the Secondary Educational Service Area Office Nonthaburi

ณัฐฑิยา กาเจริญ
นิสิต หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
E-mail: 64109630051@rpu.ac.th
ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์
อาจารย์ประจำหลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
E-mail: lapetc@rpu.ac.th
Natthiya Gacharoen
Student, Master of Education in Educational Administration, Rajapruk University
Laddawan Petchroj
Lecturer, Master of Education in Educational Administration, Rajapruk University

รับเข้า: *21 เมษายน 2566* **แก้ไข:** *5 พฤษภาคม 2566* **ตอบรับ:** *9 พฤษภาคม 2566*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาภาวะผู้นำในศตวรรษที่ 21 สำหรับผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี ตามความคิดเห็นของครู และ 2) เปรียบเทียบภาวะผู้นำในศตวรรษที่ 21 สำหรับผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี ตามความคิดเห็นของครู จำแนกตามข้อมูลทั่วไป กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี จำนวน 323 คน โดยใช้การสุ่มแบบแบ่งชั้นตามขนาดโรงเรียน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามมีค่าความตรงเชิงเนื้อหา (IOC) อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 ค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.86 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และทดสอบความแตกต่างรายคู่แบบ LSD

ผลการวิจัย พบว่า 1) ภาวะผู้นำในศตวรรษที่ 21 สำหรับผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรีตามความคิดเห็นของครู มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมและรายด้านในอยู่ระดับมาก เรียงลำดับเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด คือ ด้านการเรียนรู้ ด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ ด้านการสร้างเครือข่ายชุมชน ด้านการกล้าตัดสินใจ ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี ด้านความร่วมมือ ด้านการมีคุณธรรม

จริยธรรม ด้านการคิดสร้างสรรค์ ด้านการวางแผน ด้านการคิดวิเคราะห์ ด้านวิสัยทัศน์ และด้านการสื่อสาร ตามลำดับ 2) ผลการเปรียบเทียบภาวะผู้นำในศตวรรษที่ 21 สำหรับผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี ตามความคิดเห็นของครู เมื่อจำแนกตามข้อมูลทั่วไป พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำ ศตวรรษที่ 21 ผู้บริหารสถานศึกษา

Abstract

The objectives of this research were to 1) study leadership in the 21st century for school administrators under the Secondary Educational Service Area Office Nonthaburi, and 2) compare leadership in the 21st century for school administrators under the Secondary Educational Service Area Office Nonthaburi, classified by general information of teachers. The sample was 323 teachers, using stratified random sampling by school sizes. The research tool was a questionnaire that has content validity with an IOC value of 0.67-1.00, and a reliability value of 0.86. Statistics used in data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, One-way ANOVA, and LSD.

The results of the research were as follows: 1) Leadership in the 21st century for school administrators under the Secondary Educational Service Area Office Nonthaburi, according to the teachers' opinions, was at a high level in all aspects. The highest mean was the aspect of cognition, followed by human relations, community networking, decision-making, innovation and technology, cooperation, moral and ethical, creativity, planning, analytical, vision, and communication, respectively, and 2) the comparison of leadership in the 21st century for school administrators under the Secondary Educational Service Area Office Nonthaburi according to teachers' opinions classified by gender, education level, age, work experience, and school size found different with statistically significant at the .01 and .05 levels.

Keywords: leadership, The 21st Century, school administrators

บทนำ

โลกศตวรรษที่ 21 เป็นโลกที่สังคมไร้พรมแดน มีการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลกระทบต่อองค์กรและพลเมืองโลกอย่างรวดเร็วในทุก ๆ ด้าน สังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเนื่องจากการใช้เทคโนโลยีเพื่อเชื่อมโยงข้อมูลต่าง ๆ ในทุกภาคส่วนของโลกเข้าด้วยกัน (วิโรจน์ สารรัตนะ, 2556)

จากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวการศึกษาจึงต้องมีการออกแบบเพื่อเพิ่มความสามารถของมนุษย์ และเป้าประสงค์หลักของการจัดการศึกษาและกลไกการขับเคลื่อนที่ชัดเจน เพื่อให้การศึกษามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประเทศเป็นกลไกหลักในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ส่งเสริม ปลูกฝังความคิด ความรู้ ทัศนคติ และทักษะแก่ประชาชนในสังคม เพื่อนำไปสู่การพัฒนาประเทศในระยะยาวการกำหนดแนวทางการจัดการศึกษาไทยในศตวรรษที่ 21 (สำนักเลขาธิการสภาการศึกษา, 2557) ดังนั้น ผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 ควรมีคุณลักษณะโดดเด่นเหมาะสมกับสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย

ผู้บริหารสถานศึกษาต้องมีความรู้เชิงทฤษฎี มีทักษะในการทำงาน เข้าใจบทบาทหน้าที่ มีคุณธรรม จรรยาบรรณวิชาชีพ และมีประสบการณ์ในการบริหารการศึกษา ยืดหยุ่นทันต่อการเปลี่ยนแปลง และนำการเปลี่ยนแปลง เพื่อนำพาสถานศึกษาให้ประสบผลสำเร็จและทันสมัยเหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงของโลก (ชัยยนต์ เพาพาน, 2559) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการบริหารจัดการศึกษาทุกระดับ พัฒนากำลังคนให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดงานและการพัฒนาประเทศ และสร้างการมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาของทุกภาคส่วนในสังคมผ่านการสร้างความรู้ ความเข้าใจ การรับรู้ การยอมรับ และพร้อมที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานของผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนเพื่อให้การดำเนินงานบรรลุผลตามเป้าหมาย (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2560)

ภาวะผู้นำเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ในการจูงใจบุคคลอื่นหรือสมาชิกในองค์กรให้กระทำตาม โดยผู้นำต้องมีบุคลิกภาพ กระบวนการ ความสามารถ และทักษะหลายอย่างที่สามารถบังคับบัญชาผู้อื่นได้โดยอาศัยอำนาจหน้าที่จากตำแหน่งและบารมีที่ได้จากของตัวเองเป็นเครื่องมือและสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้ใต้บังคับบัญชาให้มีความเชื่อถือหรือยอมรับในตัวผู้นำได้เพื่อนำกลุ่มให้ไปสู่จุดมุ่งหมาย ผู้นำมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการบริหารองค์กร เพราะผู้นำเป็นหลักสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ การมีภาวะผู้นำของผู้บริหารในสถานศึกษาต้องมีสมรรถนะ ความรู้ความสามารถ คุณธรรม จริยธรรม ตลอดทั้งจรรยาบรรณวิชาชีพที่ดี จึงนำไปสู่การบริหารสถานศึกษาที่ดีเพื่อให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยมีความสอดคล้องกับสังคมโลกไร้พรมแดนในศตวรรษที่ 21 (กุลนิดา ค้าคุ้ม, 2563) ดังนั้นภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการบริหารการจัดการสถานศึกษา ซึ่งผู้บริหารต้องผลักดันนโยบายการศึกษาให้ทันต่อเหตุการณ์ที่เปลี่ยนแปลงของโลก ด้วยการเตรียมความพร้อมในการพัฒนาสถานศึกษาทุกด้าน เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสามารถปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป ผู้บริหารสถานศึกษาควรตระหนักให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการสถานศึกษาและมีภาวะผู้นำในศตวรรษที่ 21 กล่าวคือ ผู้นำควรมีทักษะในการบริหาร การแก้ไขปัญหาต่าง ๆ สร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ดีให้ผู้ร่วมงานให้ความร่วมมือในการดำเนินงาน ทักษะการใช้เทคโนโลยีในการพัฒนางานและพัฒนา

องค์กร ปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง มีความคิดสร้างสรรค์ ตลอดจนผู้นำต้องมีการเรียนรู้และพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลาอย่างต่อเนื่องให้ทันเหตุการณ์ เพื่อนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จตามภารกิจของสถานศึกษา และการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 โดยเน้นเป้าหมายที่นักเรียน มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันระหว่างสถานศึกษา ส่งเสริมทักษะพื้นฐาน ความจริง หลักการ คำถาม การแก้ไขปัญหา เตรียมความพร้อมให้กับนักเรียนมีทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 (วิโรจน์ สารรัตนะ, 2556)

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี เป็นหน่วยงานสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ มีหน้าที่บริหารจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานระดับมัธยมศึกษาให้มีคุณภาพและได้มาตรฐาน ทั้งนี้จากผลการดำเนินงานของแผนพัฒนาการศึกษาขั้นพื้นฐานระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2563-2565) พบว่า มีปัญหาคือ โดยภาพรวมผู้บริหารสถานศึกษายังมีการบริหารแบบเดิม ซึ่งควรได้รับการพัฒนาและส่งเสริมในด้านการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมใหม่ รวมถึงการพัฒนาภาวะผู้นำที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 เช่น ด้านการสื่อสาร ด้านดิจิทัล การใช้เทคโนโลยีให้คุ้มค่าต่อการจัดการเรียนรู้ เป็นต้น (สำนักงานพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี, 2564)

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาภาวะผู้นำในศตวรรษที่ 21 สำหรับผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี ตามความคิดเห็นของครู เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปส่งเสริมภาวะผู้นำในศตวรรษที่ 21 สำหรับผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี เพื่อให้มีภาวะผู้นำในการบริหารสถานศึกษาให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ภาวะผู้นำในศตวรรษที่ 21 มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการวางแผน กำหนดนโยบาย ในการขับเคลื่อนองค์กรให้มีการพัฒนาเพราะผู้นำมีส่วนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้ในทุกด้าน การมีวิจารณญาณในการแก้ไขปัญหารวมไปถึงการสร้างวัฒนธรรมให้แก่องค์กร ความสัมพันธ์ภายในองค์กรการเกิดแรงจูงใจให้สมาชิกในองค์กรนั้นมีความตั้งใจในการดำเนินงานให้ได้ตามเป้าหมาย วัตถุประสงค์ที่วางไว้

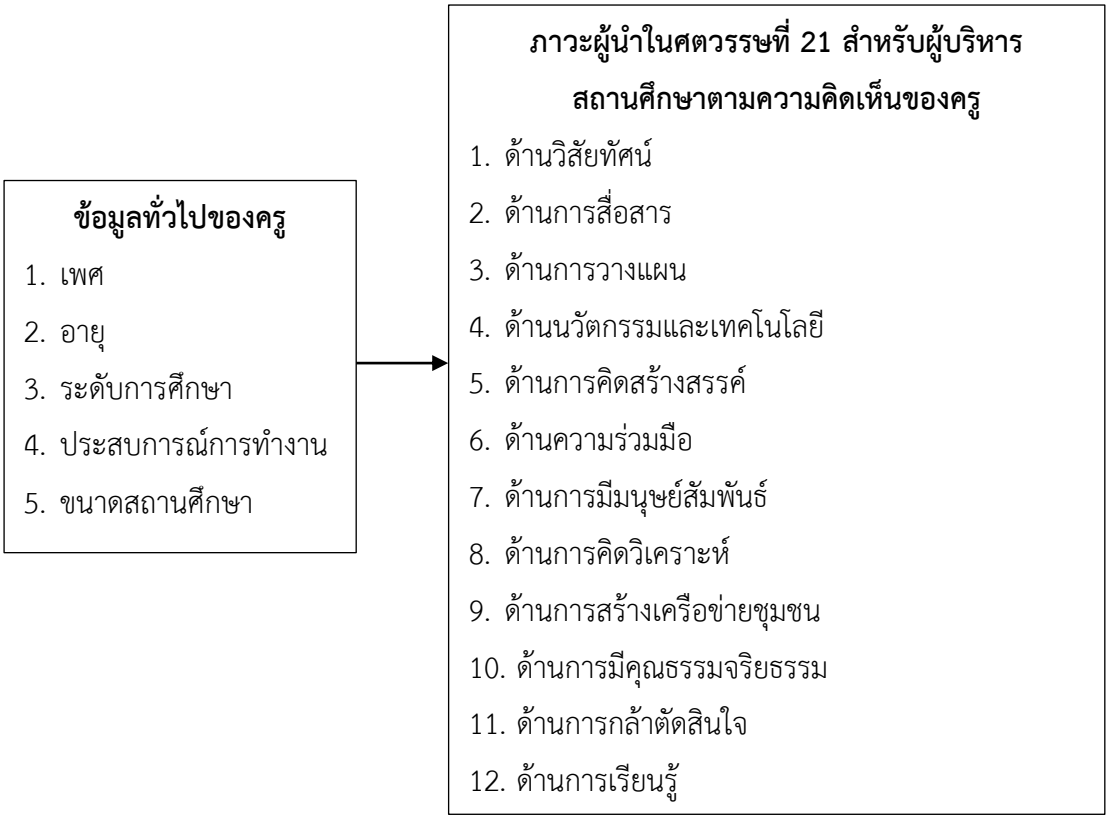
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาภาวะผู้นำในศตวรรษที่ 21 สำหรับผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี ตามความคิดเห็นของครู
2. เพื่อเปรียบเทียบภาวะผู้นำในศตวรรษที่ 21 สำหรับผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี ตามความคิดเห็นของครู จำแนกตามข้อมูลทั่วไป

สมมติฐานการวิจัย

ครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี ที่มีข้อมูลทั่วไปต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาวะผู้นำในศตวรรษที่ 21 สำหรับผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรีแตกต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี จำนวน 2,029 คน จากสถานศึกษาทั้งหมด 18 โรงเรียน ประกอบด้วยโรงเรียนขนาดใหญ่พิเศษ 8 โรงเรียน มีประชากร 1,289 คน โรงเรียนขนาดใหญ่ 5 โรงเรียน ประชากร 509 คน และโรงเรียนขนาดกลางและเล็ก 5 โรงเรียน ประชากร 231 คน (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี ณ วันที่ 8 มกราคม 2565)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี จำนวน 323 คน จากสถานศึกษาทั้งหมด 12 โรงเรียน ได้มาโดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามตารางของ Krejcie & Morgan (1970 อ้างถึงใน ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และ อัจฉรา ชำนิประศาสน์, 2562) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) ตามขนาดสถานศึกษา คือ ขนาดใหญ่พิเศษ ขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก จำนวน 18 โรงเรียน ได้จำนวนโรงเรียนกลุ่มตัวอย่างและจำนวนกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย โรงเรียนขนาดใหญ่พิเศษ 5 โรงเรียน จำนวน 205 คนโรงเรียนขนาดใหญ่ 4 โรงเรียน จำนวน 81 คน และโรงเรียนขนาดกลางและเล็ก 3 โรงเรียน จำนวน 37 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (rating scale) 5 ระดับ โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อายุ ประสบการณ์ทำงาน และขนาดสถานศึกษา จำนวน 5 ข้อ ลักษณะของข้อคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับภาวะผู้นำในศตวรรษที่ 21 สำหรับผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี ตามความคิดเห็นของครู ซึ่งประกอบด้วยข้อคำถาม 12 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านวิสัยทัศน์ 2. ด้านการสื่อสาร 3. ด้านการวางแผน 4. ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี 5. ด้านการคิดสร้างสรรค์ 6. ด้านความร่วมมือ 7. ด้านการมีมนุษย์สัมพันธ์ 8. ด้านการคิดวิเคราะห์ 9. ด้านการสร้างเครือข่ายชุมชน 10. ด้านการมีคุณธรรมจริยธรรม 11. ด้านการกล้าตัดสินใจ 12. ด้านการเรียนรู้ จำนวน 65 ข้อ ลักษณะของข้อคำถามเป็นแบบมาตราอัตราส่วน (Likert Scale)

การหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การหาคุณภาพของแบบสอบถาม ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (The Index of Item-Objective Congruence: IOC) ได้ค่าความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.67-1.00 จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริงกับครูโรงเรียนนวมินทราชินูทิศ หอวัง นนทบุรี จำนวน 30 คน และวิเคราะห์ค่าความเที่ยง (Reliability) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเที่ยงทั้งฉบับเท่ากับ 0.86

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแจกแจงความถี่ (frequency) และร้อยละ (percentage)

2. การวิเคราะห์เกี่ยวกับภาวะผู้นำในศตวรรษที่ 21 สำหรับผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี ตามความคิดเห็นของครู โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean: $\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD)

3. การเปรียบเทียบภาวะผู้นำในศตวรรษที่ 21 สำหรับผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี ตามความคิดเห็นของครู จำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา ด้วยการทดสอบที แบบอิสระต่อกัน (Independent t-test) จำแนกตามอายุ ประสบการณ์ทำงาน และขนาดสถานศึกษา ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างจึงนำมาทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วย Least Significant Difference (LSD)

ผลการวิจัย

1. ภาวะผู้นำในศตวรรษที่ 21 สำหรับผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี ตามความคิดเห็นของครู แสดงผลดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาวะผู้นำในศตวรรษที่ 21 สำหรับผู้บริหารสถานศึกษา ตามความคิดเห็นของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี

ข้อที่	ภาวะผู้นำในศตวรรษที่ 21	$\overline{X}$	SD	ระดับ	อันดับ
1.	ด้านวิสัยทัศน์	4.21	0.36	มาก	11
2.	ด้านการสื่อสาร	4.19	0.35	มาก	12
3.	ด้านการวางแผน	4.25	0.39	มาก	9
4.	ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี	4.29	0.33	มาก	5
5.	ด้านการคิดสร้างสรรค์	4.25	0.36	มาก	8
6.	ด้านความร่วมมือ	4.29	0.38	มาก	6
7.	ด้านการมีมนุษยสัมพันธ์	4.33	0.37	มาก	2
8.	ด้านการคิดวิเคราะห์	4.24	0.40	มาก	10
9.	ด้านการสร้างเครือข่ายชุมชน	4.33	0.37	มาก	2
10.	ด้านการมีคุณธรรม จริยธรรม	4.26	0.37	มาก	7
11.	ด้านการกล้าตัดสินใจ	4.30	0.37	มาก	4
12.	ด้านการเรียนรู้	4.36	0.34	มาก	1
	ภาพรวม	**4.28**	**0.17**	**มาก**	

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อภาวะผู้นำในศตวรรษที่ 21 สำหรับผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$=4.28, SD=0.17) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการเรียนรู้ ($\overline{X}$=4.36, SD=0.34) รองลงมา คือ ด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ ด้านการสร้างเครือข่ายชุมชน ด้านการกล้าตัดสินใจ ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี ด้านความร่วมมือ ด้านการมีคุณธรรม จริยธรรม ด้านการคิดสร้างสรรค์ ด้านการวางแผน ด้านการคิดวิเคราะห์ ด้านวิสัยทัศน์ และด้านการสื่อสาร ตามลำดับ โดยภาวะผู้นำในศตวรรษที่ 21 สำหรับผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.19 ถึง 4.36 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.35 ถึง 0.40

2. ผลการเปรียบเทียบภาวะผู้นำในศตวรรษที่ 21 สำหรับผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี ตามความคิดเห็นของครู จำแนกตามข้อมูลทั่วไป แสดงผลดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบภาวะผู้นำในศตวรรษที่ 21 สำหรับผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี ตามความคิดเห็นของครู จำแนกตามข้อมูลทั่วไป

ภาวะผู้นำในศตวรรษที่ 21	ข้อมูลทั่วไป				
	เพศ	ระดับการศึกษา	อายุ	ประสบการณ์ทำงาน	ขนาดสถานศึกษา
1. ด้านวิสัยทัศน์	.90	.00**	.00**	.00**	.00**
2. ด้านการสื่อสาร	.04*	.60	.00**	.00**	.00**
3. ด้านการวางแผน	.00**	.73	.03*	.03*	.00**
4. ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี	.01**	.50	.00**	.00**	.00**
5. ด้านการคิดสร้างสรรค์	.00**	.00**	.00**	.00**	.00**
6. ด้านความร่วมมือ	.68	.35	.03*	.00**	.03*
7. ด้านการมีมนุษยสัมพันธ์	.00**	.00**	.00**	.00**	.03*
8. ด้านการคิดวิเคราะห์	.00**	.01**	.00**	.00**	.00**
9. ด้านการสร้างเครือข่ายชุมชน	.02*	.00**	.00**	.00**	.00**
10. ด้านการมีคุณธรรมจริยธรรม	.34	.15	.00**	.00**	.00**

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบภาวะผู้นำในศตวรรษที่ 21 สำหรับผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงาน เขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี ตามความคิดเห็นของครู จำแนกตามข้อมูลทั่วไป (ต่อ)

ภาวะผู้นำในศตวรรษที่ 21	ข้อมูลทั่วไป				
	เพศ	ระดับการศึกษา	อายุ	ประสบการณ์ทำงาน	ขนาดสถานศึกษา
11. ด้านการกล้าตัดสินใจ	.00**	.06	.00**	.00**	.00**
12. ด้านการเรียนรู้	.00**	.00**	.00**	.00**	.00**
ภาพรวม	**.00****	**.00****	**.00****	**.00****	**.00****

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบภาวะผู้นำในศตวรรษที่ 21 สำหรับผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงาน เขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี ตามความคิดเห็นของครู พบดังนี้

จำแนกตามเพศ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 คือ ด้านการวางแผน ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี ด้านการคิดสร้างสรรค์ ด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ ด้านการคิดวิเคราะห์ ด้านการกล้าตัดสินใจ และด้านการเรียนรู้ ส่วนที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ ด้านการสื่อสาร และด้านการสร้างเครือข่ายชุมชน

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 คือ ด้านวิสัยทัศน์ ด้านการคิดสร้างสรรค์ ด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ ด้านการคิดวิเคราะห์ ด้านการสร้างเครือข่ายชุมชน และด้านการเรียนรู้

จำแนกตามอายุ พบว่า แตกต่างกันทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทุกด้าน ยกเว้นด้านการวางแผน และด้านความร่วมมือ โดยครูที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี โดยให้ค่าเฉลี่ยสูงกว่าทุกกลุ่มในด้านการสื่อสาร ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี ด้านการคิดสร้างสรรค์ และด้านการคิดวิเคราะห์ เมื่อ

จำแนกตามประสบการณ์ทำงาน พบว่าครูที่มีประสบการณ์ทำงานต่างกันมีความคิดเห็นต่อภาวะผู้นำในศตวรรษที่ 21 แตกต่างกันทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือครูที่มีประสบการณ์น้อยกว่า 5 ปี โดยให้ค่าเฉลี่ยสูงกว่าทุกกลุ่มในด้านการสื่อสาร ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี

จำแนกตามขนาดสถานศึกษา พบว่า แตกต่างกันทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยให้ค่าเฉลี่ยสูงกว่าทุกกลุ่มในด้านวิสัยทัศน์ และด้านการสร้างเครือข่ายชุมชน

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย พบว่า ภาวะผู้นำในศตวรรษที่ 21 สำหรับผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี ตามความคิดเห็นของครู มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของภาวะผู้นำในศตวรรษที่ 21 อยู่ในระดับมาก คือ ด้านการเรียนรู้ รองลงมา คือ ด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ ด้านการสร้างเครือข่ายชุมชน ด้านการกล้าตัดสินใจ ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี ด้านความร่วมมือ ด้านการมีคุณธรรม จริยธรรม ด้านการคิดสร้างสรรค์ ด้านการวางแผน ด้านการคิดวิเคราะห์ ด้านวิสัยทัศน์ และด้านการสื่อสาร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษาเป็นสิ่งสำคัญในการบริหารสถานศึกษาให้มีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ผู้บริหารสถานศึกษาคือส่วนสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์กับบุคลากรภายในและภายนอกโรงเรียน ให้ความเป็นกันเอง และปรับตัวเข้ากับผู้อื่นในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม รับฟังความคิดเห็นและเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้ใช้ความสามารถของตนอย่างเต็มศักยภาพในศตวรรษที่ 21 เน้นรูปแบบการเรียนรู้ที่หลากหลาย ทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์และผ่านเครือข่ายเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัย เช่น Line, website, YouTube, Kahoot, Facebook เป็นต้น โดยเน้นการคิดสร้างสรรค์ คิดวิเคราะห์ รวมถึงการสร้างเครือข่ายชุมชน เครือข่ายผู้ปกครอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรสวรรค์ บุญณกรณ์ชัย (2561) ศึกษาภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 โรงเรียนทวีธาภิเศก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 1 พบว่า ความคิดเห็นของครูที่มีต่อภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 โรงเรียนทวีธาภิเศก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 1 โดยรวมอยู่ในระดับมาก ประกอบด้วย ด้านความร่วมมือ ด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้านวิสัยทัศน์ และด้านการสื่อสาร ตามลำดับ

จากผลการวิจัยที่พบว่า ค่าเฉลี่ยของภาวะผู้นำในศตวรรษที่ 21 สำหรับผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงาน เขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี ตามความคิดเห็นของครู ผู้วิจัยอภิปรายดังนี้

1. ด้านการเรียนรู้ ในภาพรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ใช้กลยุทธ์ในการจัดการเรียนการสอน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะในศตวรรษที่ 21 มีการเปลี่ยนแปลงในด้านการจัดการเรียนการสอน ทั้งในรูปแบบการจัดการเรียนการสอน สื่อการสอน แหล่งเรียนรู้ ผู้บริหารจึงควรมีการส่งเสริมให้ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ ปณิธิ เจริญรักษ์ (2563) ศึกษาเรื่อง แนวทางพัฒนาทักษะการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ของครู โดยผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 11 สุราษฎร์ธานี พบว่า บทบาทของผู้บริหารสถานศึกษาโดยรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านการเป็นผู้นำวิชาการ ด้านการติดตามและประเมินผล ด้านการพัฒนาครูและบุคลากร และด้านการเป็นผู้อำนวยความสะดวก

2. ด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ ในภาพรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการส่งเสริมให้บุคลากรมีปฏิสัมพันธ์ที่ติดต่อกันรู้จักการปรับตัวเข้าหากัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะในการ

ทำงานกับผู้อื่น สิ่งที่สำคัญ คือ การมีมนุษยสัมพันธ์ในการสร้างความเชื่อมโยงของแต่ละบุคคลซึ่งสอดคล้องกับ Dubrin (2007) ที่กล่าวว่าภาวะผู้นำในศตวรรษที่ 21 ประกอบด้วย 3 ทักษะ ดังนี้ 1. ทักษะทางมนุษยสัมพันธ์ ถ้าผู้นำหรือผู้บริหารเข้าใจถึงรากเหง้าของปัญหาก็จะสามารถแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิผล โดยผู้นำต้องพยายามเท่าที่จำเป็นในการทำงานให้บรรลุเป้าหมาย ยังรวมถึงการใช้เครือข่าย การเข้าควบคุม ความรับผิดชอบ และผลลัพธ์บนความสัมพันธ์เกี่ยวกับคนเป็นส่วนใหญ่จะต้องมีการลดความเครียดไปที่สัมพันธ์กับบุคคลอื่น 2. ทักษะการคิดวิเคราะห์ 3. ทักษะด้านการเมือง

3. ด้านการสร้างเครือข่ายชุมชน ในภาพรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีส่งเสริมให้มีการพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะในโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงการจัดการศึกษาให้กับผู้เรียนในปัจจุบันจึงต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายภาคส่วน เพื่อให้เกิดการบูรณาการในการจัดการ และก่อให้เกิดประสิทธิภาพต่อการดำเนินงาน ซึ่งสอดคล้องกับ Regind (2016) ซึ่งศึกษาทักษะภาวะผู้นำในศตวรรษที่ 21 ของครูใหญ่โรงเรียนระดับมัธยมศึกษาในประเทศเคนยา ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ทักษะภาวะผู้นำของครูระดับมัธยมศึกษาที่จำเป็นต้องมี ได้แก่ การทำงานเป็นทีม การจูงใจครู บุคลากร และนักเรียน การประสานงานกับชุมชน การสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีสำหรับครู บุคลากร และนักเรียน

4. ด้านการกล้าตัดสินใจ ในภาพรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ กล้ายอมรับความเสี่ยง และพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะในการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้เกิดความเสี่ยงในด้านต่าง ๆ ผู้บริหารจึงต้องมีความพร้อมในการเปลี่ยนแปลงและความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ ศิรประภา อัคราภิชาต (2565) ซึ่งศึกษาเรื่องคุณลักษณะภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 ผลการวิจัย พบว่า ภาวะผู้นำเป็นกระบวนการของผู้บริหารสถานศึกษาที่มีอิทธิพลต่อผู้ใต้บังคับบัญชาก่อให้เกิดกิจกรรมหรือการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของสถานศึกษาที่วางไว้ โดยเฉพาะในศตรวรรษที่ 21 โดยใช้การสนับสนุน ชักชวน กระตุ้น จูงใจให้บุคลากรปฏิบัติตามด้วยความเต็มใจ และยินดีที่จะให้ความร่วมมือเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติงาน และการบริหารการจัดการศึกษาในสถานศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

5. ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี ในภาพรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สามารถนำเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีอยู่ในปัจจุบันมาใช้อย่างมีจริยธรรม โดยไม่คุกคามหรือละเมิดสิทธิผู้อื่น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเทคโนโลยีมีหลากหลาย บางครั้งอาจจริงหรือเท็จส่งผลต่อคุณธรรมจริยธรรมของสังคมได้ และละเมิดสิทธิของผู้อื่น ดังนั้นจึงต้องพึงระวังตามกฎหมายพระราชบัญญัติข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 (PDPA หรือ Personal Data Protection Act) ซึ่งสอดคล้องกับ จีระศักดิ์ ชุมภู (2564) ซึ่งศึกษาเรื่อง การศึกษาภาวะผู้นำเชิงเทคโนโลยีของผู้บริหารโรงเรียนในกลุ่ม สหวิทยาเขตสุดถิ่นไทย จังหวัดเชียงราย ผลการวิจัย พบว่า การศึกษาภาวะผู้นำเชิงเทคโนโลยีของผู้บริหารโรงเรียนใน

กลุ่มสหวิทยาเขตสุดถิ่นไทย จังหวัดเชียงราย ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการมีจริยธรรมและตรวจสอบได้ รองลงมา คือ ด้านการบริหารความเสี่ยง และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการคิดสร้างสรรค์

6. ด้านความร่วมมือ ในภาพรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เปิดโอกาสให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการตรวจสอบ ติดตาม ผลการดำเนินงานในสถานศึกษา ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการดำเนินงานในสถานศึกษาต้องอาศัยความร่วมมือจากบุคคลหลายฝ่าย เช่น เจ้าหน้าที่คอมพิวเตอร์ ห้องปฏิบัติการ เจ้าหน้าที่ฝ่ายต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับ วรปรัชญ์ หลวงโย และคณะ (2564) ที่ศึกษาเรื่อง ภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 ผลการวิจัย พบว่า องค์ประกอบภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 มีจำนวน 5 องค์ประกอบ คือ 1) องค์ประกอบด้านเทคโนโลยีและการสื่อสาร 2) องค์ประกอบด้านวิสัยทัศน์ 3) องค์ประกอบด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ 4) องค์ประกอบด้านทักษะความร่วมมือ และ 5) องค์ประกอบด้านคุณธรรมจริยธรรม

7. ด้านการมีคุณธรรม จริยธรรม ในภาพรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีจิตอาสาและเสียสละเพื่อส่วนรวมได้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะในศตวรรษที่ 21 ที่มีการเปลี่ยนแปลงในด้านเทคโนโลยี การพัฒนาสื่อต่าง ๆ อย่างรวดเร็วแบบก้าวกระโดดส่งผลต่อการเรียนรู้ การสร้างคุณธรรม จริยธรรมในจิตใจจึงเป็นสิ่งที่สำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับ Hoyle et al. (2005) ที่กล่าวว่า ผู้นำสถานศึกษาจะต้องเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรม ส่งเสริมความเป็นประชาธิปไตย มีความเข้าใจในความหลากหลายของวัฒนธรรม และบริหารองค์กรตามหลักธรรมภิบาล

8. ด้านการคิดสร้างสรรค์ ในภาพรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สามารถแก้ปัญหาด้วยวิธีการใหม่ ๆ อยู่เสมอ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะในศตวรรษที่ 21 มีสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ เพิ่มมากขึ้นและมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้ผู้บริหารต้องพัฒนาเทคนิควิธีการบริหารรูปแบบใหม่ ๆ ตลอดเวลา ซึ่งสอดคล้องกับ ฐนพร จันทร์มั่น ธีรวุธ ธาดาตันติโชค และ ณัฐวรรณ พุ่มดียิ่ง (2564) ซึ่งศึกษาเรื่อง ทักษะภาวะผู้นำในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษาส่งผลต่อการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนสังกัดพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา จังหวัดสุพรรณบุรี ผลการวิจัย พบว่า ทักษะภาวะผู้นำในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษาโดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ประกอบด้วย ทักษะความร่วมมือ ทักษะความคิดสร้างสรรค์ ทักษะวิสัยทัศน์ และทักษะการสื่อสาร ตามลำดับ

9. ด้านการวางแผน ในภาพรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การวางแผนออกแบบหลักสูตรโดยยึดหลักสูตรแกนกลางเป็นสำคัญ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะในศตวรรษที่ 21 มีการปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็ว จึงต้องมีการคาดการณ์ล่วงหน้าด้านต่าง ๆ โดยพิจารณาสภาพการเปลี่ยนแปลงด้านนโยบายการศึกษา ด้านเทคโนโลยีอย่างรอบด้านซึ่งสอดคล้องกับ นภัสวรรณ อาจกูล (2562) ที่ทำการวิจัยเรื่อง การวิจัยกับการพัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา

ทัศนคติในเรื่องของการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ผลการวิจัย พบว่า การทำวิจัยทำให้มีการพัฒนาทักษะหลายด้าน ด้านแรก คือ ด้านการเรียนรู้ที่มีการวางแผนก่อนการทำงานในการเผชิญและเรียนรู้การแก้ปัญหา การคิดวิเคราะห์ คิดอย่างรอบคอบโดยใช้วิจารณญาณเป็นอย่างดีที่มีระบบระเบียบและการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ

10.ด้านการคิดวิเคราะห์ ในภาพรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีทักษะในการวิเคราะห์ สังเคราะห์ ควบคู่ไปกับการแก้ปัญหาที่มีเหตุผล ทั้งนี้อาจเป็นเพราะในศตวรรษที่ 21 มีการเปลี่ยนแปลงในหลาย ๆ ด้าน ผู้บริหารจึงต้องมีการคิดวิเคราะห์เพื่อให้ก้าวทันโลกแห่งการเปลี่ยนแปลงและแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างหลากหลายรูปแบบ ซึ่งสอดคล้องกับ มลฤดี สวนดี (2563) ซึ่งศึกษาเรื่อง ทักษะของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจันทบุรี เขต 1 พบว่า ทักษะของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 โดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ประกอบด้วย ทักษะด้านการบริหารจัดการองค์กร ทักษะความคิดวิเคราะห์ ทักษะการใช้เทคโนโลยีและดิจิทัล

11.ด้านวิสัยทัศน์ ในภาพรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีกระบวนการดำเนินงานที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของสถานศึกษา ทั้งนี้อาจเป็นเพราะวิสัยทัศน์ของสถานศึกษาเป็นส่วนที่สำคัญในการดำเนินงานของสถานศึกษา และเป็นส่วนในการขับเคลื่อนสถานศึกษาเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับ นิภาพร รอดไพบูลย์ (2565) ที่ศึกษาเรื่อง ทักษะการบริหารในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสระแก้ว ผลการวิจัย พบว่า ทักษะการบริหารในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสระแก้ว โดยรวมและรายด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ ด้านมนุษยสัมพันธ์ ด้านวิสัยทัศน์และการคิดวิเคราะห์ และด้านการคิดสร้างสรรค์

12. ด้านการสื่อสาร ในภาพรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สามารถเลือกวิธีการสื่อสารที่หลากหลายเหมาะสมกับบุคคลในสถานศึกษา และผู้ที่ต้องการสื่อสารหรือเกี่ยวข้องได้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการสื่อสารเป็นคุณสมบัติที่สำคัญของผู้บริหารในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ภายในสถานศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับ ไกรศร เจียมทอง (2561) ที่ศึกษาเรื่อง ทักษะของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 32 ผลการวิจัย พบว่า ทักษะการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ หมายถึง ผู้บริหารสามารถสื่อสารได้อย่างชัดเจน น่าเชื่อถือ เข้าใจง่าย ทั้งการพูด การเขียน สามารถสรุปประเด็นได้ชัดเจน ถูกต้อง รัดกุม สามารถเจรจาต่อรอง นำเสนอความคิดได้ทั้งระหว่างบุคคลระดับกลุ่ม และในที่สาธารณะ สื่อสารได้ทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาอาเซียนอื่น ๆ รวมทั้งสามารถเผยแพร่และประชาสัมพันธ์

กิจกรรมของสถานศึกษาไปสู่ชุมชนและองค์กรภายนอกด้วยวิธีและช่องทางที่หลากหลายโดยอาศัยเทคโนโลยีในการสื่อสาร

ผลการเปรียบเทียบ พบว่า ภาวะผู้นำในศตวรรษที่ 21 สำหรับผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี ตามความคิดเห็นของครู เมื่อจำแนกตามเพศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 คือ ด้านการวางแผน ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี ด้านการคิดสร้างสรรค์ ด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ ด้านการคิดวิเคราะห์ ด้านการกล้าตัดสินใจ และด้านการเรียนรู้ ส่วนที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ ด้านการสื่อสาร และด้านการสร้างเครือข่ายชุมชน ส่วนด้านที่ไม่ต่างกัน คือ ด้านวิสัยทัศน์ ด้านความร่วมมือ ด้านการมีคุณธรรมจริยธรรม ส่วนใหญ่เพศชายให้ค่าเฉลี่ยสูงกว่าเพศหญิงยกเว้นด้านการวางแผน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะครูเพศชายรับผิดชอบด้านคอมพิวเตอร์ ห้องปฏิบัติการ ระบบ Wi-Fi มากกว่าครูผู้หญิง และจัดครูผู้ชายอยู่เวรและดูแลอุปกรณ์เทคโนโลยีมากกว่าครูผู้หญิง สอดคล้องกับ จักรพันธ์ ไชยยิ่งกฤษศิริ (2553) ที่ศึกษาเรื่อง ภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาตามความคิดเห็นของข้าราชการครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาอุบลราชธานี เขต 3 ผลการวิจัย พบว่า ภาวะผู้ภาวะผู้นำกับการปฏิบัติงานของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุบลราชธานี เขต 3 ในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำกับการปฏิบัติงานของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุบลราชธานี เขต 3 พบว่า ผู้บริหารควรเป็นผู้นำที่มีลักษณะของการเป็นผู้ที่มีสติปัญญาอันเฉลียวฉลาด มีความรอบรู้ ตลอดจนเป็นผู้นำที่มีไหวพริบดีในการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ และกล้าที่จะเปลี่ยนแปลงความคิดแบบเดิม ๆ เพื่อการพัฒนาสถานศึกษาที่มีคุณภาพ ด้านวิสัยทัศน์ พบว่า ผู้บริหารควรมีทักษะในการสร้างวิสัยทัศน์ในการพัฒนาคุณภาพของสถานศึกษา โดยสามารถวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและบริบทของสถานศึกษาได้อย่างสร้างสรรค์และเป็นนักแก้ปัญหาได้ดี และผู้บริหารควรเปิดโอกาสและยอมรับความคิดเห็นของบุคลากรในการสร้างสรรค์ผลงานใหม่ ๆ

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 คือ ด้านวิสัยทัศน์ ด้านการคิดสร้างสรรค์ ด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ ด้านการคิดวิเคราะห์ ด้านการสร้างเครือข่ายชุมชน และด้านการเรียนรู้ ส่วนใหญ่ระดับการศึกษาปริญญาตรีให้ค่าเฉลี่ยสูงกว่าระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ยกเว้นด้านวิสัยทัศน์ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ที่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาโทต้องเน้นการวางแผน การคิดสร้างสรรค์ การวิเคราะห์ในเชิงกรอบแนวคิดและตัวเลขในการจัดทำวิทยานิพนธ์และการศึกษาอิสระจึงให้ความสำคัญในด้านนี้มากกว่าครูที่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า แตกต่างกันทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทุกด้านยกเว้นด้านการวางแผน และด้านความร่วมมือ โดยครูที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี โดยให้ค่าเฉลี่ยสูงกว่าทุกกลุ่มในด้านการสื่อสาร ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี ด้านการคิดสร้างสรรค์ และด้านการคิด

วิเคราะห์ เมื่อจำแนกตามประสบการณ์ทำงาน พบว่า ครูที่มีประสบการณ์ทำงานต่างกันมีความคิดเห็นต่อภาวะผู้นำในศตวรรษที่ 21 แตกต่างกันทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ ครูที่มีประสบการณ์น้อยกว่า 5 ปี โดยให้ค่าเฉลี่ยสูงกว่าทุกกลุ่มในด้านการสื่อสาร ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี เมื่อจำแนกตามขนาดสถานศึกษา พบว่าแตกต่างกันทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยให้ค่าเฉลี่ยสูงกว่าทุกกลุ่มในด้านวิสัยทัศน์ และด้านการสร้างเครือข่ายชุมชน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริหารโดยส่วนใหญ่มอบหมายงานให้กับกลุ่มครูที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปีในด้านการดูแลจัดการระบบเทคโนโลยี เนื่องจากความถนัดในด้านการใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี ในกลุ่มรุ่น Gen Y และ Gen Z เป็นกลุ่มคนที่มีความคิดอิสระ กระตือรือร้น มีความคิดสร้างสรรค์ เชี่ยวชาญเทคโนโลยี สอดคล้องกับ สุวัฒน์ จุลสุวรรณ์ (2563) ที่ศึกษาเรื่อง การศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา ตามความคิดเห็นของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า จำแนกตามเพศ อายุ ประสบการณ์ทำงาน และระดับ การศึกษาโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ด้านการสื่อสาร โดยพบว่าค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีศิลปะในการสื่อสารข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างชัดเจนครบถ้วนและเหมาะสม เนื่องจากเป็นความคิดเห็นของครู ผู้บริหารจึงควรพัฒนาในด้านศิลปะการสื่อสาร โดยเฉพาะการสื่อสารผ่านเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น Line, website, Facebook เป็นต้น จะต้องเน้นการอธิบายที่กระจ่างและเข้าใจตรงกันให้มากที่สุด เพื่อให้การสื่อสารเกิดประสิทธิภาพ

2. ด้านวิสัยทัศน์ โดยพบว่าค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ สามารถดำเนินงานไปตามทิศทางเดียวกันกับวิสัยทัศน์ของสถานศึกษา เนื่องจากเป็นความคิดเห็นของครู ดังนั้นผู้บริหารจึงควรให้ครูเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายเพื่อให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของสถานศึกษา

3. ด้านการคิดวิเคราะห์ โดยพบว่าค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ สามารถวิเคราะห์ปัจจัยและผลกระทบที่เกี่ยวข้อง เพื่อวางแผนและพัฒนาการศึกษา เนื่องจากเป็นความคิดเห็นของครู ผู้บริหารจึงควรดำเนินการในการศึกษาข้อมูลต่าง ๆ อย่างรอบด้านเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านต่าง ๆ ในสถานศึกษา

4. ด้านการวางแผน โดยพบว่าค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การวางแผนออกแบบหลักสูตรความถนัดและความสนใจของผู้เรียน ผู้บริหารจึงควรมีการวางแผนการดำเนินงานร่วมกับครู เพื่อให้การดำเนินงานเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารของผู้บริหารสถานศึกษา โดยการใช้สื่อโซเชียลและแอปพลิชัน

2. ควรวิจัยเกี่ยวกับการเสริมสร้างวิสัยทัศน์ในการบริหาร สำหรับผู้บริหารสถานศึกษาที่สอดคล้องกับบริบทสถานศึกษาและนโยบายของเขตพื้นที่การศึกษา

3. ควรวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาทักษะการบริหารในศตวรรษที่ 21

4. ควรวิจัยเกี่ยวกับการศึกษาภาวะผู้นำทางเทคโนโลยีในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

กุลนิดา ค้าคุ้ม. (2563). **ภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21.** วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

ไกรศร เจียมทอง. (2561). **ทักษะของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 32.** วิทยานิพนธ์ ครุศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

จักรพันธ์ ไชยยิ่งกฤษศิริ. (2553). **ภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษา ตามความคิดเห็นของข้าราชการครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาอุบลราชธานี เขต 3**. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.

จีระศักดิ์ ชมภู. (2564). **การศึกษาภาวะผู้นำเชิงเทคโนโลยีของผู้บริหารโรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตสุดถิ่นไทย จังหวัดเชียงราย.** วิทยานิพนธ์ การศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพะเยา

ชัยยนต์ เพาพาน. (2559). **ผู้บริหารสถานศึกษายุคใหม่ในศตวรรษที่ 21.** กาฬสินธุ์: มหาวิทยาลัยราชภัฏกาฬสินธุ์.

ฐนพร จันทร์มั่น ธีรวุธ ธาดาตันติโชค และ ณัฐวรรณ พุ่มดียิ่ง. (2564). *ทักษะภาวะผู้นำในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษาส่งผลต่อการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนมัธยมศึกษาของรัฐจังหวัดสุพรรณบุรี.* **วารสารสิรินธรปริทรรศน์,** 22(2): 205–218.

นภัสวรรณ อาจกูล. (2562). **การวิจัยกับการพัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21.** การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษย์ศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2 วันที่ 19 มกราคม 2562.

นิภาพร รอดไพบูลย์. (2563). **ทักษะการบริหารในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา มัธยมศึกษาสระแก้ว.** วิทยานิพนธ์ การศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.

ปณิธิ เจริญรักษ์. (2563). **แนวทางพัฒนาทักษะการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ของครู โดยผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 11 สุราษฎร์ธานี.** วิทยานิพนธ์ ครุศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.

มลฤดี สวนดี. (2563). **ทักษะของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจันทบุรี เขต 1.** วิทยานิพนธ์ ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.

ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และ อัจฉรา ชำนิประศาสน์. (2562). **สถิติสำหรับการวิจัยและเทคนิคการใช้ SPSS.** กรุงเทพฯ: เจริญดีมั่นคงการพิมพ์.

วรปรัชญ์ หลวงโย สันติ บูรณะชาติ โสภา อำนวยรัตน์ และ น้ำฝน กันมา. (2564). *กลยุทธ์การพัฒนาภาวะผู้นาของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21.* **วารสารวิชาการและวิจัยสังคมศาสตร์**, 16(2): 59-72.

วิโรจน์ สารรัตนะ. (2556). **กระบวนทัศน์ใหม่ทางการศึกษา กรณีทัศนะต่อการศึกษาศตวรรษที่ 21**. กรุงเทพฯ: ทิพยวิสุทธิ์.

ศรสวรรค์ บุญณกรณ์ชัย. (2561). **ภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 โรงเรียนทวีธาภิเศก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 1**. วิทยานิพนธ์ ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกริก.

ศิรประภา อัคราภิชาต. (2565). **คุณลักษณะภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21.** วิทยานิพนธ์ ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี. (2565). **ข้อมูลเกี่ยวกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี**. ค้นเมื่อวันที่ 8 มกราคม 2565, จาก https://spm nonthaburi.go.th/main/

_____. (2564). **แผนพัฒนาการศึกษาขั้นพื้นฐาน ระยะ 3 ปี (พ.ศ.2563-2565).** นนทบุรี: สำนักงานพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี.

สำนักเลขาธิการสภาการศึกษา. (2557). **การศึกษาไทยในโลกศตวรรษที่ 21.** กรุงเทพฯ: สำนักเลขาธิการสภาการศึกษา.

_____. (2560). **แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560–2579.** กรุงเทพฯ: สำนักเลขาธิการสภาการศึกษา.

สุวัฒน์ จุลสุวรรณ์. (2563). **การศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา ตามความคิดเห็นของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.** วิทยานิพนธ์ ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

Dubrin, A. J. (2007). **Principles of Leadership.** South-Western: Cengage Learning.

Hoyle, J. R., English, F. W., & Steffe, B. E. (2005). **Skill for successful 21st-century school leaders.** Maryland: Lanham.

Regind, T. (2016). **Technology leadership: Aspiring administrators' perceptions of their leadership preparation program.** Doctoral dissertation. Kennesaw State University.

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

Marketing Mix Factors Influencing Purchase Decision Process of Clothes through Online Marketing Channels in Bangkok

กฤษฎิ์ ด่านทรัพย์ศรี
นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
E-mail: krit.darnsubsri@gmail.com
จิระเสกข์ ตรีเมธสุนทร
อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
E-mail: jirasek1@hotmail.com
นันท์นภัส สว่างการ
อาจารย์ประจำคณะโลจิสติกส์และเทคโนโลยีการบิน มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
E-mail: saipin_2010@hotmail.com
Krit Darnsubsri
Student, Master of Business Administration, Southeast Bangkok University
Jirasek Trimetsoontorn
Lecturer, Master of Business Administration, Southeast Bangkok University
Nannaphat Sawangkan
Lecturer, Faculty of Logistics and Aviation Technology,
Southeast Bangkok University

รับเข้า: *7 มิถุนายน 2565* **แก้ไข:** *4 กรกฎาคม 2565* **ตอบรับ:** *6 กรกฎาคม 2565*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร 2) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ของผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานคร 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ของผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานคร 4) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ของผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จาก 50 เขต จำนวน 385 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือ

ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์แบบเพียร์สัน และวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบมีขั้นตอน

ผลการวิจัย พบว่า 1) การตัดสินใจซื้อผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ ในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจเสื้อผ้าอยู่ในระดับมาก 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ ในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีผลต่อการตัดสินใจสูงที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์มากที่สุด รองลงมาคือด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคาตามลำดับ 3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าของผู้บริโภคผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ 4) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X_3) ด้านราคา (X_2) ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) และด้านส่งเสริมการตลาด (X_4) สามารถร่วมกันพยากรณ์ต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ของผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 86.90

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาด การตัดสินใจซื้อ ช่องทางการตลาดออนไลน์

Abstract

The purposes of this research were to 1) study the consumers' purchase decision process of clothes through online marketing channels in Bangkok, 2) study the marketing mix factors affecting the consumers' purchase decision process of clothes through online marketing channels in Bangkok, 3) study the relationship between marketing mix factor and purchase decision process of clothes through online marketing channels in Bangkok, and 4) study the marketing mix factors influencing purchase decision process of clothes through online marketing channels in Bangkok. The sample consisted of 385 consumers from 50 districts in Bangkok using the multi-stage sampling method. The data collecting tool was the questionnaire. The analytic statistics included frequency, percentage, mean, standard deviation, Pearson Product Moment Correlation Coefficient, and Stepwise Multiple Regression Analysis.

The research results found that: 1) the purchase decision process of clothes through online marketing channels overall was at a high level. 2) The marketing mix factors

affecting the purchase decision process of clothes through online marketing channels overall at a high level. The highest aspect that affected the purchase decision process of clothes through online marketing channels was the product aspect, followed by distribution channels, marketing promotion, and price, respectively. 3) Marketing mix factors overall have a positive correlation with the decision process of clothes through online marketing channels in Bangkok, with statistically significant at level .01. 4) The marketing mix factors in the channel (X_3), price (X_2), product (X_1), and promotion channel (X_4), can 86.90% cooperatively predict the purchase decision process of clothes through online marketing channels in Bangkok.

Keywords: marketing mix, decision process, online marketing channels

บทนำ

ความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีในปัจจุบันเป็นเหตุให้การค้ามีความแตกต่างไปจากอดีต โดยมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการทำธุรกิจการค้าที่เรียกว่า พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) ซึ่งเป็นการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลาง กำลังเป็นที่นิยมอย่างกว้างขวาง ผู้ประกอบการในประเทศไทยได้เห็นถึงประโยชน์ของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นจำนวนมากดังที่เห็นได้ว่ามีร้านค้าออนไลน์เกิดขึ้นใหม่ อาทิ ร้านเสื้อผ้าออนไลน์ กระเป๋าออนไลน์ รองเท้าออนไลน์ เป็นต้น ซึ่งเสื้อผ้าเป็นของที่ทุกคนจะต้องสวมใส่ทุกวันและต้องมีการซื้อใหม่อยู่เสมอ อีกทั้งยังบ่งบอกถึงลักษณะบุคลิกภาพของผู้ที่สวมใส่ ความชอบในการแต่งตัว จึงทำให้ตลาดเสื้อผ้ามีการแข่งขันที่สูง เพราะต้องมีการพัฒนาตัวรูปแบบของเสื้อผ้าให้ทันตามยุคสมัยอย่างเสมอ จากรายงานการวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคทั่วโลกปี ค.ศ. 2016 ของ PayPal พบว่า มูลค่าของตลาด E-commerce เติบโตขึ้นทุก ๆ ปี จากปี ค.ศ. 2015 มีมูลค่า 273,165 ล้านบาท ปี ค.ศ. 2016 มีมูลค่า 325,614 ล้านบาท เติบโตขึ้นร้อยละ 19 ปี ค.ศ. 2017 มีมูลค่า 376,753 ล้านบาท เติบโตขึ้นร้อยละ 16 ปี ค.ศ. 2018 มีมูลค่า 426,655 ล้านบาท เติบโตขึ้นร้อยละ 13 อีกทั้งจากการสำรวจข้อมูลภายในประเทศไทยพบว่า E–commerce หมวดสินค้าที่เป็นกระแสได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้บริโภคเป็นจำนวนมากจัดอยู่ในหมวดหมู่ร้านค้าออนไลน์ประเภท การขายเสื้อผ้าออนไลน์ (สมหวัง เหลืองไพบูลย์ศรี, 2560)

จากแนวโน้มทางด้านเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของช่องทางการตลาดออนไลน์ที่เพิ่มมากขึ้น การทำธุรกิจโดยใช้ช่องทางออฟไลน์เพียงช่องทางเดียวจึงไม่ใช่รูปแบบที่ดีที่สุดอีกต่อไป ผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจเหล่านี้เริ่มตระหนักถึงความสำคัญในการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับ Digital Marketing และนำมาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับธุรกิจของตัวเอง เพื่อสร้างโอกาสในการขายในยุคที่

ผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่เปลี่ยนไป นอกจากนี้ การปรับตัวสู่ดิจิทัลยังส่งผลให้เกิดการพัฒนารูปแบบการสื่อสารทางการตลาด การสร้างคุณค่าเฉพาะตัวของธุรกิจ ให้สามารถเติบโตได้อย่างมั่นคงและสามารถแข่งขันกับคู่แข่งในตลาด ทั้งรายย่อยและรายใหญ่ได้อีกด้วย (ณัฐวีร์ ตันติสัจจธรรม, 2560) นอกเหนือจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี พฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันก็เปลี่ยนแปลงไป เช่น การซื้อบนช่องทางออนไลน์แทนการไปห้างสรรพสินค้า หรือตลาดสด การสั่งอาหารผ่านบริการเดลิเวอรี่ เป็นต้น ส่วนหนึ่งเป็นเพราะผู้บริโภคในปัจจุบันสามารถเข้าถึง และมีการใช้งานอินเทอร์เน็ตมากขึ้น สอดคล้องกับผลการสำรวจของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2562) ซึ่งพบว่าในทศวรรษที่ผ่านมา คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดกว่าร้อยละ 150 ส่งผลให้ปัจจุบันไทยมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 47.5 ล้านคน หรือราวร้อยละ 70 ของจำนวนประชาชนทั้งหมด โดยคนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยวันละ 10 ชั่วโมง 22 นาที เพิ่มขึ้น 17 นาทีจากปี พ.ศ. 2561

จากงานวิจัยที่ได้ค้นพบในเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อออนไลน์เป็นสินค้าและบริการทั่ว ๆ ไป เช่น การสั่งซื้ออาหารออนไลน์ การเรียกใช้บริการแท็กซี่ออนไลน์ เป็นต้น ซึ่งงานวิจัยที่เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ยังมีน้อย ซึ่งเมื่อพิจารณาจากพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์กลับพบว่า เป็นสินค้าในกลุ่มที่ได้รับความนิยมในการค้นหาและเปรียบเทียบราคามากที่สุดถึงร้อยละ 14.77 (ธนาวัฒน์ มาลาบุปผา, 2561) และยังเป็นกลุ่มสินค้าที่ผู้บริโภคมีความนิยมในการซื้อผ่านทางออนไลน์สูงถึงร้อยละ 24.1 (พิมพ์ชนก วอนขอพร, 2563) จึงมีความน่าสนใจในการวิจัยเพิ่มเติมเพื่อพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด โดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายในกรุงเทพมหานคร ซึ่งในส่วนของพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีจำนวนประชากรมากที่สุดในประเทศ 5,666,264 คน (ประกาศสำนักทะเบียนกลางฯ, 2563) ประกอบทั้งสิ้น 50 เขต จึงเป็นพื้นที่เป้าหมายของผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีประชากรมากที่สุดและมีกำลังซื้อมากที่สุดจึงเป็นพื้นที่ของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของธุรกิจจำหน่ายเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการจะศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ของผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ของผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานคร

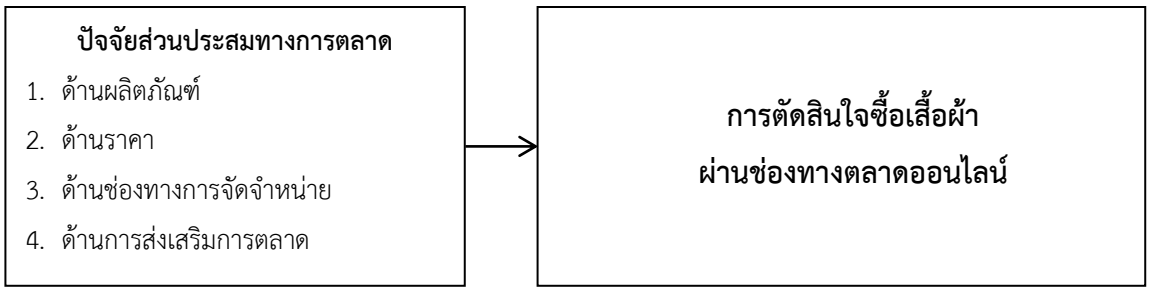
4. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ของผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีปัจจัยอย่างน้อย 1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำนวน 5,666,264 คนจาก 50 เขต (ประกาศสำนักทะเบียนกลางฯ, 2563)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จาก 50 เขต จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 385 คน โดยการกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามตารางของ Krejcie and Morgan (พรรณี ลีกิจวัฒนะ, 2558) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) (พรรณี ลีกิจวัฒนะ, 2558)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ ตอนที่ 2 เป็น

แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร 4 ด้านประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตรประมาณค่า (Rating Scale) และตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตรประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ซึ่งก่อนที่จะดำเนินเก็บข้อมูลจริงได้มีการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (The Index of Item-Objective Congruence: IOC) ระหว่างเนื้อหากับแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษา แล้วคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ระหว่าง 0.67-1.00 แล้วปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับผู้บริโภคที่เคยมีประสบการณ์ซื้อหรือเคยซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถามให้กับผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำนวน 385 ฉบับ พร้อมรอรับแบบสอบถามกลับคืนด้วยตนเองและตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืน โดยได้รับกลับคืนจำนวน 385 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100.00

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานโดยหาค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบมีขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมและจำแนกแต่ละด้าน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	n=385		ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจ
	$\bar{x}$	SD	
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.21	0.55	มาก
2. ด้านราคา	4.12	0.66	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.14	0.61	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.13	0.66	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	**4.15**	**0.58**	**มาก**

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ทั้งในภาพรวมและรายด้าน มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีผลต่อการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ

2. การตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า โดยเรียงจากข้อที่มีระดับกระบวนการตัดสินใจสูงสุดไปหาน้อยที่สุด ได้ดังนี้ 1) การรวบรวมข้อมูลจากการสืบค้นเกี่ยวกับร้านค้าและเสื้อผ้าที่จำหน่ายผ่านช่องทางตลาดออนไลน์เพื่อช่วยในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้า มีระดับการตัดสินใจมากที่สุด 2) การวิเคราะห์ พิจารณาเปรียบเทียบข้อมูลของร้านค้าและเสื้อผ้าที่จำหน่ายผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ เพื่อใช้ในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้า 3) การสืบค้นข้อมูลของร้านค้าและเสื้อผ้าที่จำหน่ายผ่านช่องทางตลาดออนไลน์เพื่อช่วยในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้า 4) การนำพฤติกรรมหลังการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์จากร้านค้าออนไลน์ที่เคยผ่านมา เพื่อใช้เป็นการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์อยู่เสมอ 5) การตัดสินใจเลือกทางเลือกที่มีความพึงพอใจต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์จากร้านค้าออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร 5) การตรวจสอบข้อมูลร้านค้าและเสื้อผ้าที่จำหน่ายผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ เพื่อช่วยในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้า 6) การนำข้อมูลของร้านค้าและเสื้อผ้าที่จำหน่ายผ่านช่องทางตลาดออนไลน์มาวิเคราะห์เปรียบเทียบ และพัฒนาเป็นทางเลือกต่าง ๆ เพื่อใช้ในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้า

3. ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้งในภาพรวมและรายด้านทุกด้าน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ของผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อในภาพรวมมากที่สุด รองลงมา คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดสามารถ แสดงได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	**การตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร**			**ระดับความสัมพันธ์**
	n	R	p	
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	**385**	**0.93**	**0.00***	**สูงมาก**
1. ด้านผลิตภัณฑ์	385	0.86	0.00*	สูง
2. ด้านราคา	385	0.86	0.00*	สูง
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	385	0.89	0.00*	สูง
4. ด้านส่งเสริมการตลาด	385	0.85	0.00*	สูง

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สมมติฐานข้อที่ 2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีปัจจัยอย่างน้อย 1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X_3) ด้านราคา (X_2) ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) และด้านส่งเสริมการตลาด (X_4) สามารถร่วมกันพยากรณ์ต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครได้ร้อยละ 86.90 ซึ่งเสนอในรูปแบบสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

สมการพยากรณ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในรูปคะแนนดิบ มีดังนี้

$$\hat{Y} = 0.240 + 0.368X_3 + 0.195X_2 + 0.252X_1 + 0.134X_4$$

สมการพยากรณ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร รูปคะแนนมาตรฐาน มีดังนี้

$$\hat{Z}y = 0.383(ZX_3) + 0.222(ZX_2) + 0.237(ZX_1) + 0.151(ZX_4)$$

แสดงได้ดังตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ของผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรที่ศึกษา	b	SE_b	β	t	Sig.
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (x_3)	0.368	0.041	0.383	9.064	0.000*
ด้านราคา (x_2)	0.195	0.034	0.222	5.664	0.000*
ด้านผลิตภัณฑ์ (x_1)	0.252	0.041	0.237	6.216	0.000*
ด้านการส่งเสริมการตลาด (x_4)	0.134	0.035	0.151	3.807	0.000*
a = 0.240	R = 0.933	R^2 = 0.871	Adjusted R^2 = 0.869		
F = 640.121*	SE_{est} = 0.212				

อภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การอภิปรายผลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมและรายด้านทุกด้านมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสินค้าออนไลน์มีคุณภาพที่ดีเหมาะสมกับราคา มีป้ายแสดงราคาของสินค้ามีคำอธิบายที่ชัดเจน สามารถติดต่อสอบถามกับเจ้าของร้านได้อย่างสะดวก หากเกิดปัญหาเจ้าของร้านสามารถจัดการแก้ไขปัญหาได้ และมีการส่งเสริมการขายโดยมีสิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก เช่น ส่วนลดสำหรับสมาชิก ค่าจัดส่งฟรี สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เปรมกมล หงษ์ยนต์ (2561) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอพพลิเคชั่นออนไลน์ (ลาซาด้า) ของผู้บริโภคยุคดิจิทัลในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมทุกด้าน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอพพลิเคชั่นออนไลน์ (ลาซาด้า) ของผู้บริโภคยุคดิจิทัลในกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับมาก

2. การอภิปรายผลการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัย พบว่า การตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริโภคมีการรวบรวมข้อมูลจากการสืบค้นเกี่ยวกับร้านค้าและเสื้อผ้าที่จำหน่ายผ่านช่องทางตลาดออนไลน์เพื่อช่วยในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้า สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อโดย ประวิทย์ พุ่มพา (2562) กล่าวว่า เมื่อผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหาหรือรับรู้ความต้องการแล้ว ก็จะต้องการแสวงหาข้อมูลข่าวสารหรือวิธีการในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น การหาข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งที่ตนเองพึงประสงค์อาจหาได้ทั้งจากอินเทอร์เน็ต พนักงานขาย การสอบถามบุคคล ฯลฯ เพื่อนำข้อมูลนั้นมาประเมินเปรียบเปทียบก่อนตัดสินใจซื้อต่อไป และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เปรมกมล หงษ์ยนต์ (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอพพลิเคชั่นออนไลน์ (ลาซาด้า) ของผู้บริโภคยุคดิจิทัลในกรุงเทพมหานคร พบว่าการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชั่นออนไลน์ (ลาซาด้า) ของผู้บริโภคยุคดิจิทัลในกรุงเทพมหานครในภาพรวมทุกด้าน อยู่ในระดับมาก

3. การอภิปรายผลตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ของผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เนื่องจากส่วนประสมทางการตลาด เป็นเครื่องมือที่ธุรกิจใช้ในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดเพื่อเข้าถึงและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้น ไม่ว่าจะเป็นในตลาดแบบดั้งเดิมหรือการตลาดออนไลน์ ก็จำเป็นที่จะต้องใช้เครื่องมือส่วนประสมทางการตลาด จึงยังคงเป็นปัจจัยที่สามารถก่อผลกระทบต่อผู้บริโภคได้ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุมิตรา เชตรี และคณะ (2562) ซึ่งทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก วิทยาเขตบางนา โดยผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการติดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก วิทยาเขตบางนา

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีปัจจัยอย่างน้อย 1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ปัจจัยมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยสามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X_3) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะร้านค้าออนไลน์สามารถเข้าถึงได้ง่าย ทั้งติดต่อกับเจ้าของร้านได้สะดวก และมีการสืบค้นข้อมูลในร้านค้าออนไลน์ได้อย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับแนวคิดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดย ลัสดา ยาวิละ (2563) ซึ่งกล่าวถึงความสำคัญของช่องทางการจัดจำหน่าย จากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปซึ่งเน้นในเรื่องความสะดวกสบาย เลือกซื้อสินค้าได้ง่าย ดังนั้นหากสามารถทำให้เลือกซื้อสินค้าได้โดยสะดวกและมีบริการที่ประทับใจจะทำให้ธุรกิจนั้นสามารถขายได้ และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ชุติมา คล้ายสังข์ (2564) ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ด้านราคา (X_2) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะร้านค้าออนไลน์มีการแจ้งราคาสินค้ามีคำอธิบายที่ชัดเจน และมีค่าจัดส่งที่เหมาะสม ทำให้ผู้บริโภคสามารถเปรียบเทียบคุณค่าได้ สอดคล้องกับแนวคิดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา โดยลัสดา ยาวิละ (2563) ซึ่งกล่าวว่า ราคาหมายถึงจำนวนเงินที่มีมูลค่าเท่ากับผลิตภัณฑ์และบริการที่ผู้บริโภคเต็มใจจ่ายเพื่อให้ได้รับผลิตภัณฑ์และบริการนั้น โดยราคาจะสัมพันธ์กับคุณค่าของผลิตภัณฑ์ นักการตลาดต้องปรับเปลี่ยนราคาให้เหมาะสมกับสภาวะการและกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข็งขัน สร้างภาพลักษณ์ หรือดึงดูดใจให้ซื้อสินค้าเร็วขึ้น และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของชุติมา คล้ายสังข์ (2564) ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสินค้ามีความหลากหลายและมีคุณภาพตามที่ลูกค้าต้องการสามารถตอบสนองต่อความต้องการและสร้างความพึงพอใจได้ สอดคล้องกับแนวคิดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดย ลัสดา ยาวิละ (2563) ซึ่งกล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ คือ สิ่งที่สามารถนำเสนอต่อผู้บริโภค เพื่อให้เกิดความสนใจและต้องการเป็นเจ้าของ ซึ่งสามารถตอบสนองต่อความต้องการหรือความจำเป็นได้ ทำให้เกิดความพึงพอใจและเกิดการตัดสินใจซื้อ และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เปรม กมล หงษ์ยนต์ (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอพพลิเคชั่นออนไลน์ (ลาซาด้า) ของผู้บริโภคยุคดิจิทัลในกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอพพลิเคชั่นออนไลน์ (ลาซาด้า) ของผู้บริโภคยุคดิจิทัลในกรุงเทพมหานคร

ด้านการส่งเสริมการตลาด (X_4) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะร้านค้าที่จำหน่ายผ่านตลาดออนไลน์ มีสิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก เช่น ส่วนลดสำหรับสมาชิก ค่าจัดส่งฟรี และมีบริการหลังการขายที่ดี ทำให้สามารถดึงดูดใจผู้บริโภคให้ตัดสินใจซื้อได้ สอดคล้องกับแนวคิดปัจจัยส่วนประสมการสื่อสารการตลาดบริการ โดย พณิตสุภา ธรรมประมวล (2563) ซึ่งกล่าวถึงความสำคัญของการสื่อการการตลาดบริการ ประการหนึ่งคือ เป็นการโน้มน้าวใจและชักจูงใจให้เกิดการตัดสินใจซื้อ เป็นเครื่องมือที่นักการตลาดใช้เพื่อสร้างอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงความเชื่อ ทัศนคติ ความรู้สึก และพฤติกรรมของผู้บริโภคเป้าหมายให้เกิดการยอมรับและซื้อในที่สุดและสอดคล้องกับผลงานวิจัยของเปรมกมล หงษ์ยนต์ (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอพพลิเคชั่นออนไลน์ (ลาซาด้า) ของผู้บริโภคยุคดิจิทัลในกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอพพลิเคชั่นออนไลน์ (ลาซาด้า) ของผู้บริโภคยุคดิจิทัลในกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงขอเสนอข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ เพื่อพัฒนาการตลาดสินค้าเสื้อผ้าผ่านช่องทางออนไลน์ โดยผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นปัจจัยสำคัญเนื่องจากผลการวิจัยพบว่าเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจซื้อสูงกว่าปัจจัยด้านอื่น ๆ อย่างไรก็ตาม ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกด้านมีความสัมพันธ์เชิงบวก และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค จึงขอเสนอแนะแนวทางการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในแต่ละด้านดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ สินค้าที่นำเสนอขายควรมีบรรจุภัณฑ์ จำนวน ตราสินค้า และคุณสมบัติตรงกับความต้องการของลูกค้า และที่สำคัญสินค้าที่จำหน่ายต้องมีคุณภาพ

2. ด้านราคา ต้องมีการระบุราคาสินค้าให้ชัดเจน ราคาต้องมีความเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าจัดส่งที่เหมาะสม และราคาต้องอยู่ในราคามาตรฐานเมื่อเทียบกับในตลาด

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ร้านค้าควรมีช่องทางการชำระเงิน ช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย เพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ลูกค้า และต้องมีความพร้อมในด้านการจัดส่งให้ถูกต้องครอบคลุมทุกพื้นที่ และต้องจัดส่งให้ตรงต่อเวลา

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ร้านค้าควรมีบริการหลังการขาย มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์และมีสิทธิพิเศษให้แก่สมาชิก หรือจัดกิจกรรมคืนกำไรให้แก่ลูกค้า

5. ด้านการตัดสินใจ ร้านค้าควรมีข้อมูล รายละเอียดของร้านค้าและสินค้าที่ชัดเจน เพื่อให้ลูกค้าสามารถวิเคราะห์หรือนำไปใช้เปรียบเทียบข้อมูลของร้านค้าและสินค้า เพื่อใช้ในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้า

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาเจาะลึกเกี่ยวกับปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาด เพื่อขยายความรู้ความเข้าใจ ทราบถึงข้อมูลด้านความรู้สึกและทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางตลาดออนไลน์

เอกสารอ้างอิง

ชุติมา คล้ายสังข์. (2564). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร.* **วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิตย์,** 15(1): 37-69.

ณัฐวีร์ ตันติสัจจธรรม. (2560). **ปรับกลยุทธ์ธุรกิจให้ปังในยุคดิจิตัล สำหรับ SMEs.** ค้นเมื่อวันที่ 8 กรกฎาคม 2563, จาก https://stepstraining.co/strategy/transform-to-digital-strategy-for-smes

ธนาวัฒน์ มาลาบุปผา. (2561). **ไพรซ์ซ่า เผยเทรนด์ร้อนปี 2018 พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์เชื่อการรีวิว.** ค้นเมื่อวันที่ 8 กรกฎาคม 2563, จาก https://www.smethailandclub.com/startup-digitalmarketing/2669.html

ประกาศสำนักทะเบียนกลาง เรื่อง จำนวนราษฎรราชอาณาจักร ตามหลักฐานทะเบียนราษฎร์ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562. (2563, 30 มกราคม). **ราชกิจจานุเบกษา.** เล่ม 137 ตอนพิเศษ 24 ง, หน้า 17-19.

ประวิทย์ พุ่มพา. (2562). **พฤติกรรมผู้บริโภคสมัยใหม่.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: จรัลสนิทวงศ์การพิมพ์.

เปรมกมล หงส์ยนต์. (2561). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอพพลิเคชั่นออนไลน์ (ลาซาด้า) ของผู้บริโภคยุคดิจิทัลในกรุงเทพมหานคร.** การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสยาม.

พณิตสุภา ธรรมประมวล. (2563). **การตลาดบริการ.** กรุงเทพฯ: พี.เอ.ลีฟวิ่ง.

พรรณี ลีกิจวัฒนะ. (2558). **วิธีการวิจัยทางการศึกษา.** พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: มินเซอวิส ซัพพลาย.

พิมพ์ชนก วอนขอพร. (2563). **โพลล์สนค.เผย คนไทยนิยมซื้อของออนไลน์ผ่านลาซาด้า ช็อปปี้มากสุด**. ค้นเมื่อวันที่ 8 กรกฎาคม 2563, จาก https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/896254

ลัสดา ยาวิละ. (2563). **การจัดการการตลาด.** พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.

สมหวัง เหลืองไพบูลย์ศรี. (2560). **กระเป๋าหนักจริง! คนไทยช้อปออนไลน์ข้ามประเทศผ่านมือถือเป็นอันดับ 2 ในเอเชียแปซิฟิก.** ค้นเมื่อวันที่ 8 กรกฎาคม 2563, จาก https://brandinside.asia/thai-shop-cross-border-no2-in-apac/

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2562). **ETDA เผย ปี 62 คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 10 ชั่วโมง 22 นาที Gen Y ครองแชมป์ 5 ปีซ้อน.** ค้นเมื่อวันที่ 8 กรกฎาคม 2563, จาก https://www.etda.or.th/content/thailand-internet-user-behavior-2019-press-release.html

สุมิตรา เชตรี และคณะ. (2562). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก วิทยาเขตบางนา.* **วารสารวิชาการเซาธ์อีสท์บางกอก,** 5(2): 49-62.

Cronbach, Lee J. (1970). **Essential of Psychological Testing.** 3rd ed. New York: Harper & Row.

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนยางพาราของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

Marketing Mix Factors and Reference Group Factors Influencing the Buying Decision of Latex Mattress Consumers in the Bangkok Metropolitan Region

วันชัย สารเลา
นิสิต หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต
E-mail: mojikome@gmail.com
สุมาลี สว่าง
อาจารย์ สาขาการตลาดดิจิทัลและนวัตกรรมค้าปลีก คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต
E-mail: sumalee.sa@rsu.ac.th
Wanchai Sarnlao
Student, Master of Business Administration Program,
Faculty of Business Administration, Rangsit University
Sumalee Sawang
Lecturer, Department of Digital Marketing and Innovation Retailing,
Faculty of Business Administration, Rangsit University

รับเข้า: *24 พฤษภาคม 2565* **แก้ไข:** *7 มิถุนายน 2565* **ตอบรับ:** *12 กรกฎาคม 2565*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความแตกต่างกันของปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนยางพาราของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 2) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนยางพาราของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 3) ศึกษาปัจจัยกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการซื้อที่นอนยางพาราของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยเก็บแบบสอบถามจากลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบปกติ

ผลการวิจัย พบว่า 1) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนยางพาราของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนยางพาราของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และ 3) ปัจจัยกลุ่มอ้างอิงทุกด้าน ได้แก่ ด้านสมาชิกในครอบครัว ด้านกลุ่มเพื่อน ด้านกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ต และด้านกลุ่มผู้มีอิทธิพลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนยางพาราของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนบุคคล ส่วนประสมการตลาด กลุ่มอ้างอิง การตัดสินใจซื้อ ที่นอนยางพารา

Abstract

The objectives of this research were to 1) study the differentiation of demographic characteristic factors such as gender, age, status, educational level, occupation, and average monthly income that influence the buying decisions of latex mattresses by consumers in the Bangkok Metropolitan Region. 2) Study marketing mix factors such as product, price, place, and promotion that influence the buying decisions of consumers in the Bangkok Metropolitan Region. 3) Study reference group factors that influence the buying decisions of consumers in the Bangkok Metropolitan Region. This method of research used questionnaires with 400 respondents. The statistical analysis were frequency, percentage, mean, and standard deviation, t-test, One-way ANOVA, and Multiple Linear Regression Analysis.

The research results found that: 1) differences in demographic characteristic factors such as gender, age, status, educational level, occupation, and average monthly income affect the buying decisions of latex mattress consumers in the Bangkok Metropolitan Region. 2) The marketing mix factors, which are promotion, influence the buying decisions of consumers in the Bangkok Metropolitan Region. 3) All of the reference group factors; family, friends, internet users, and influencers affect the buying decisions of consumers in the Bangkok Metropolitan Region. at the .05 statistically significant level.

Keywords: demographic characteristic factors, marketing mix factors, reference group, decision to purchase, latex mattress

บทนำ

แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของโลกนั้นเป็นไปอย่างรวดเร็วในทุกมิติ ยิ่งในช่วงปีที่ผ่านมาปัญหาสุขภาพเป็นปัญหาสำคัญที่เกิดจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสที่ก่อให้เกิดโรคโควิด-19 ไปทั่วโลก จึงเป็นอัตราเร่งที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของมนุษย์ เช่น การใช้วิถีชีวิตแบบใหม่ การให้ความสำคัญและสนใจในการดูแลสุขภาพเชิงป้องกันมากขึ้น ใส่ใจในการดูแลสุขภาพร่างกายให้แข็งแรงและการมีสุขภาพใจที่ดี ปัจจุบันประเทศไทยมีปัญหาเรื่องสุขภาพในทุกเพศทุกวัย โดยเฉพาะปัญหาเรื่องการนอนไม่หลับที่มีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้น อย่างต่อเนื่อง จากผลสำรวจของกรมสุขภาพจิต พบว่า มีคนไทยจำนวน 30-40% ที่นอนหลับไม่เพียงพอ และมีจำนวน 10% ที่มีปัญหาการนอนไม่หลับเรื้อรัง ซึ่งปัญหานี้ส่งผลให้กระบวนการคิดวิเคราะห์และประสิทธิภาพของการทำงานลดลงถึง 3 เท่า อีกทั้งยังมีแนวโน้มที่ทำให้น้ำหนักตัวเพิ่มขึ้นได้ง่าย ระบบภูมิคุ้มกันของร่างกายลดลง เสี่ยงต่อการเป็นโรคมะเร็ง โรคเบาหวาน โรคอัลไซเมอร์ รวมถึงโรคซึมเศร้าได้ เพราะมนุษย์เราใช้เวลาในการนอนมากถึง 1 ใน 3 ของชีวิต จึงควรให้ความสำคัญกับเรื่องของการนอน และนักกายภาพบำบัดแนะนำวิธีการเลือกที่นอนพร้อมปรับท่าทางการนอนให้ถูกต้องตามหลักสรีรศาสตร์ ทั้งนี้ จากสถิติของศูนย์ดูแลสุขภาพแบบองค์รวม W9 Wellness Center ช่วงก่อนเกิดโควิด-19 พบผู้มีปัญหา “สุขภาพ” ที่มาใช้บริการศูนย์ฯ ด้วย 6 ปัญหาสุขภาพ ได้แก่ 1) ปัญหานอนไม่หลับและมีความเครียด 19.34% 2) ปัญหาผิวและริ้วรอย 19.34% 3) ปัญหาน้ำหนักตัว 18.4% 4) การเสริมภูมิคุ้มกัน 15.57% 5) ปัญหาฮอร์โมน 14.62% 6) ความกังวลเกี่ยวกับมะเร็ง 12.73% (ศูนย์ดูแลสุขภาพแบบองค์รวม W9 Wellness Center, 2563)

ที่นอนมีผลต่อการนอนหลับและสุขภาพมากกว่าที่คิด หลายคนไม่ได้จัดห้องนอนให้เหมาะสมกับการนอน ทั้งในเรื่องของแสง อุณหภูมิ หรือแม้แต่ที่นอน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องที่นอนนั้นส่งผลต่อการนอนอย่างมาก ซึ่งข้อมูลจากมูลนิธิ National Sleep พบว่า ร้อยละ 92 ของผู้คนบอกว่าที่นอนที่ทำให้หลับสบายเป็นสิ่งสำคัญในการนอนหลับที่ดี ส่วนใหญ่เวลาจะซื้อที่นอนอาจจะพิจารณาข้อดีข้อเสียของที่นอนนั้นไม่กี่ขั้นตอน สุดท้ายอาจต้องจ่ายเงินหลักหมื่นซื้อที่นอนที่ไม่ค่อยมีคุณภาพเพียงเพื่อเชื่อในคำเชิญชวนให้ซื้อของผู้ขาย ทั้งนี้การพิจารณาการซื้อที่นอนยางพาราแท้ให้มากขึ้นสามารถช่วยให้การนอนหลับและสุขภาพดีขึ้นได้ด้วย แต่ที่นอนที่ไม่มีคุณภาพหรือที่นอนที่เก่าเกินไป อาจเป็นสาเหตุของอาการปวดคอหรืออาการปวดหลังส่วนล่างได้ (National Sleep Foundation, 2015)

อุตสาหกรรมการผลิตและจำหน่ายที่นอนยางพาราของประเทศไทยในปัจจุบันมีการแข่งขันกันอย่างดุเดือดและรุนแรง ทำให้ธุรกิจที่นอนและเครื่องนอนในประเทศไทยจัดได้ว่ามีการแข่งขันทางการตลาดที่สูงมาก เนื่องจากผู้บริโภคหันมาใส่ใจเรื่องสุขภาพและร่างกายมากกว่าที่เคยเป็นมา ท่ามกลางไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตของคนเมืองที่เปลี่ยนไป มีการเร่งรีบขึ้น มีกิจกรรมมากขึ้น เข้านอนดึกขึ้น แต่ต้องตื่นเช้าขึ้น ซึ่งส่งผลต่อคุณภาพของการนอนเป็นอย่างมาก ทำให้ผู้บริโภคมองหาสินค้าประเภทที่นอนที่สามารถตอบโจทย์ได้ตรงจุดตามความต้องการ และสรรหาสิ่งที่ดีที่สุดมาเติมเต็มเพื่อ

ชีวิตที่มีคุณภาพที่ดีขึ้น ทั้งนี้ในการแข่งขันเพื่อแย่งชิงยอดขายและส่วนแบ่งการตลาดที่นอนยางพารา ผู้ประกอบการต่างก็คิดหาแนวทางและกลยุทธ์ด้านการตลาดมาใช้ในการวางแผนการตลาดเพื่อให้ตอบโจทย์ผู้บริโภค โดยใช้กลยุทธ์ด้านราคา การส่งเสริมการตลาด ตลอดจนให้ผู้ที่มีชื่อเสียงโด่งดัง มาเป็นพรีเซ็นเตอร์สินค้า สร้างการรับรู้ การบอกต่อหรือได้รับการแนะนำจากคนรู้จักหรือใกล้ชิด ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยกลุ่มอ้างอิงที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคโดยตรงมาใช้ในการวางแผนการขายและสร้างผลกำไร อีกทั้งยังใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้อย่างสูงสุด

ทั้งนี้ จากปัญหาดังกล่าว ทั้งในด้านสุขภาพและด้านการแข่งขันของตลาดธุรกิจที่นอนยางพาราในประเทศไทย ทำให้ตลาดที่นอนยางพาราในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลขยายตัวเพิ่มขึ้นตามไปด้วย มีการแข่งขันอย่างดุเดือดและรุนแรงในธุรกิจตลาดที่นอนยางพาราสูงมากขึ้น ด้วยเหตุผลนี้จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยด้านกลุ่มอ้างอิง ซึ่งผลการวิจัยจะช่วยให้ทราบถึงความต้องการเลือกซื้อที่นอนยางพาราของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวมถึงเป็นแนวทางในการปรับปรุงและวางแผนการตลาดของผู้ประกอบการ เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม และมีประสิทธิภาพสูงสุด ตลอดจนเป็นแนวทางในการวางแผนด้านกลยุทธ์ทางการตลาดที่นอนยางพาราและธุรกิจที่เกี่ยวข้องให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น รวมถึงเป็นประโยชน์และเป็นแนวทางสำหรับผู้ที่สนใจในธุรกิจที่นอนยางพาราต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนยางพาราของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนยางพาราของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
3. เพื่อศึกษาปัจจัยกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนยางพาราของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

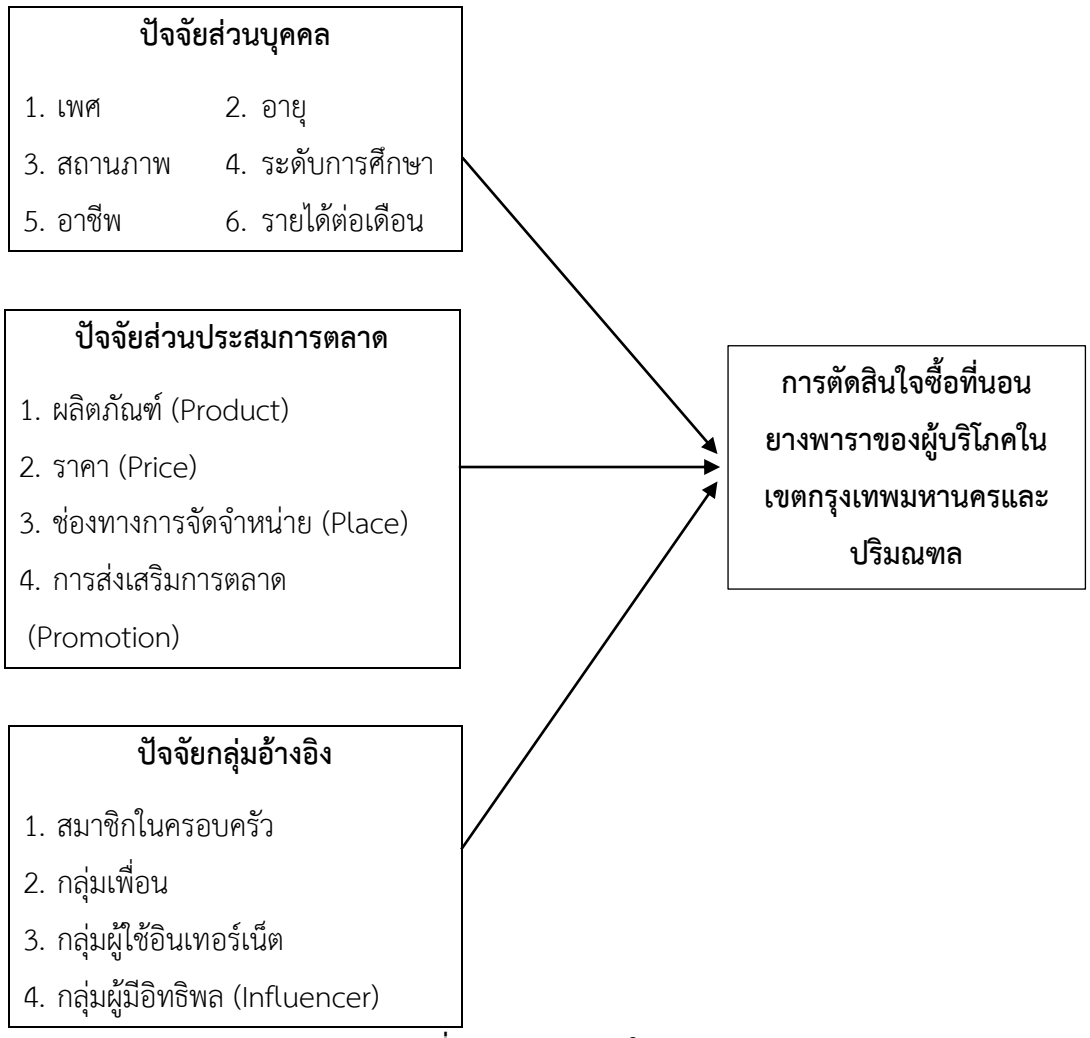
สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนยางพาราของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนยางพาราของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3. กลุ่มอ้างอิง ได้แก่ สมาชิกในครอบครัว กลุ่มเพื่อน กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ต กลุ่มผู้มีอิทธิพล (Influencer) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนยางพาราของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่เคยซื้อที่นอนยางพาราหรือผู้ที่กำลังจะตัดสินใจซื้อที่นอนยางพารา และเป็นประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้ที่เคยซื้อที่นอนยางพารา หรือ ผู้ที่กำลังจะตัดสินใจซื้อที่นอนยางพารา และเป็นประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้สูตรของคอแครนคำนวณกลุ่มตัวอย่าง ในกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร (Cochran, 1977) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น โดยอาศัยหลักการแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามและให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ในการทำวิจัย โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม รูปแบบคำถามเป็นแบบมีเลือกตอบ โดยมีตัวเลือกตั้งแต่ 3 ตัวเลือกขึ้นไป ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนยางพาราของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งมีรูปแบบคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยจำนวนคำถามแต่ละข้อมีระดับความสำคัญ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนยางพาราของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประกอบด้วย สมาชิกในครอบครัว กลุ่มเพื่อน กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ต และกลุ่มผู้มีอิทธิพล (Influencer) ซึ่งมีรูปแบบคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยจำนวนคำถามแต่ละข้อมีระดับความสำคัญ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อที่นอนยางพาราของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งมีรูปแบบคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยจำนวนคำถามแต่ละข้อมีระดับความสำคัญ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยขอคำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษา

2. จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการแก้ไขและปรับปรุงแบบสอบถามตามรายละเอียดที่อาจารย์ที่ปรึกษาได้แนะนำ เพื่อให้แบบสอบถามสมบูรณ์และถูกต้องตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดงานวิจัย

3. ทดสอบเครื่องมือโดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) โดยนำไปทดลองใช้กับกลุ่มประชากรที่เป็นผู้ที่เคยซื้อที่นอนยางพารา หรือ ผู้ที่กำลังจะตัดสินใจซื้อที่นอนยางพารา จำนวน 30 คน

4. นำแบบสอบถามที่พิจารณาปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อเป็นการตรวจสอบความสมบูรณ์ของเนื้อหาที่ใช้ในแบบสอบถามและนำผลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยใช้สูตรทดสอบความน่าเชื่อถือของคอนบราค (Cronbach' Alpha) หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ผ่านโปรแกรมสำเร็จรูป โดยเกณฑ์ที่ยอมรับได้ต้องมีค่ามากกว่า 0.70 (กัลยา วานิชย์บัญชา และฐิตา วานิชย์บัญชา, 2558) และความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามนี้เท่ากับ 0.892 ดังนั้นแบบสอบถามนี้จึงมีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปศึกษากับกลุ่มตัวอย่างจริงได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบไปด้วย

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยเก็บรวบรวมจากแบบสอบถามประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากงานหนังสือและวิจัยวิชาการ และเว็บไซต์ โดยได้ศึกษาในหัวข้อเรื่อง แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ทำวิจัย ตลอดจนผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษาครั้งนี้ด้วย

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การตรวจสอบข้อมูล ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามโดยมีการขอความร่วมมือให้ตอบทุกข้อในแบบสอบถาม และมีคำถามคัดกรองก่อนตอบแบบสอบถาม เพื่อให้แบบสอบถามที่ได้มาสมบูรณ์ที่สุด

2. การลงรหัส นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบข้อมูลเรียบร้อยแล้ว มาลงรหัสที่กำหนดไว้

3. นำแบบสอบถามที่ลงรหัสเรียบร้อยแล้ว ไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ จากนั้นทำการแปลผล และสรุปผลการวิจัยต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1. การแจกแจงความถี่ของข้อมูล (Frequency Distribution)

2. การหาค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายข้อมูลที่เป็นลักษณะส่วนบุคคล

3. การหาค่าเฉลี่ย (Mean) ของข้อมูล

4. การหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลางและวัดการกระจายของข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) หรือเรียกว่าสถิติภาคสรุปอ้างอิงเป็นสถิติในการหาความสัมพันธ์ของข้อมูล และทดสอบสมมติฐานการวิจัยในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบไปด้วย

1. สถิติทดสอบที (t-test) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มปัจจัยประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน 2 กลุ่ม

2. การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) สำหรับการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ซึ่งในกรณี ที่พบว่าตัวแปรที่ทำการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงจะนำไปทดสอบคู่วิกฤติ LSD (Least Significant Difference) เพื่อหาความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. การทดสอบการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) ใช้สำหรับการทดสอบสมมติฐาน กรณีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนยางพาราของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยการทดสอบ Multiple Linear Regression เป็นการวิเคราะห์การถดถอยโดยใช้วิธีการทางสถิติที่ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Independent Variables) และตัวแปรตาม (Dependent Variables) ในกรณีที่มีตัวแปรอิสระมีมากกว่าหนึ่งตัวแปร โดยมีตัวแปรตามที่ทำการศึกษาเพียงหนึ่งตัวแปร เพื่อศึกษาว่ามีตัวแปรอิสระตัวใดที่สามารถร่วมกันทำนายหรืออธิบายการผันแปรของตัวแปรตามได้ โดยจะสามารถเขียนความสัมพันธ์ในรูปแบบของสมการเพื่อการสรุปผลการวิจัย ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิจัย

1. ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนยางพาราของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ตารางที่ 1 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนยางพาราของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ตัวแปรอิสระ	การตัดสินใจซื้อที่นอนยางพาราของผู้บริโภค	
	Sig.	ผลการทดสอบสมมติฐาน
เพศ	.002*	ยอมรับ
อายุ	.008*	ยอมรับ
สถานภาพ	.000*	ยอมรับ
ระดับการศึกษา	.000*	ยอมรับ
อาชีพ	.006*	ยอมรับ
รายได้ต่อเดือน	.000*	ยอมรับ

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตารางที่ 1 สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลในส่วนของ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันระหว่างกลุ่มของผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนยางพาราของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนยางพาราของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ตารางที่ 2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนยางพาราของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	การตัดสินใจซื้อที่นอนยางพาราของผู้บริโภค	
	Sig.	ผลการทดสอบสมมติฐาน
ด้านผลิตภัณฑ์	.700	ปฏิเสธ
ด้านราคา	.717	ปฏิเสธ
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.586	ปฏิเสธ
ด้านการส่งเสริมการตลาด	.002*	ยอมรับ

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .05

จากตารางที่ 2 สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนยางพาราของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลอย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนยางพาราของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3. ปัจจัยกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนยางพาราของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ตารางที่ 3 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยกลุ่มอ้างอิง ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนยางพาราของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ปัจจัยกลุ่มอ้างอิง	การตัดสินใจซื้อที่นอนยางพาราของผู้บริโภค	
	Sig.	ผลการทดสอบสมมติฐาน
ด้านสมาชิกในครอบครัว	.000*	ยอมรับ
ด้านกลุ่มเพื่อน	.032*	ยอมรับ
ด้านกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ต	.000*	ยอมรับ
ด้านกลุ่มผู้มีอิทธิพล (Influencer)	.001*	ยอมรับ

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .05

จากตารางที่ 3 สรุปได้ว่า ปัจจัยกลุ่มอ้างอิง ได้แก่ ด้านสมาชิกในครอบครัว ด้านกลุ่มเพื่อน ด้านกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ต และด้านกลุ่มผู้มีอิทธิพล (Influencer) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนยางพาราของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

จากการศึกษาและทดสอบสมมติฐานการวิจัย เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนยางพาราของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

สมมติฐานข้อ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนยางพาราของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน ซึ่งผลจากการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนยางพาราของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนมากเป็นเพศหญิง ร้อยละ 74.25 มีอายุ 31–40 ปี ร้อยละ 37.75 มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 56.5 มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 68.25 ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 56.75 และมีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001–30,000 บาท ร้อยละ 59.25 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ซึ่งอาจเป็นเพราะว่าปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่แตกต่างกันจึงมีลักษณะความต้องการที่แตกต่างกัน โดยมีการคำนึงถึง

ความเหมาะสม ความคุ้มค่าและให้ความสำคัญต่อคุณภาพของสินค้าที่แตกต่างกัน การสนใจข้อมูลของสินค้าที่แตกต่างกัน และนอกจากนี้จากผลการทดสอบสถิติ One-way ANOVA ของทุกด้าน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลในด้านต่าง ๆ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิทยา เลิศพนาสิน (2564) ที่ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P’s) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอพพลิเคชั่น AliExpress ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัย พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศ ด้านระดับการศึกษา และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอพพลิเคชั่น AliExpress ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร แตกต่างต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ มนต์ธิดา มาโพธิ์ (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “กระบวนการตัดสินใจซื้อหมอนที่นอนยางพาราแท้ 100% แบรนด์ TNF ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัย พบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุ ระดับการศึกษา รายได้ที่ต่างกันทำให้กระบวนการซื้อหมอนที่นอนยางพาราแท้ 100% แบรนด์ TNF โดยรวมต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และนอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธินิดา เฉยแสง และ พัชร์หทัย จารุทวีผอนุกูล (2564) ที่ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการซื้อและส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางแมค (M.A.C) ของผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางแมค (M.A.C) ของผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนยางพาราของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่า มีเฉพาะด้านการส่งเสริมการตลาดเท่านั้น ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนยางพาราของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่นอนยางพารามีการแข่งขันสูง ดังนั้นในแต่ละแบรนด์จึงพยายามที่จะกระตุ้นผู้บริโภคด้วยการจัดการสื่อสารการตลาดโดยให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการขาย และจัดให้มีส่วนลดหรือของแถม ตลอดจนการจัดให้มีการโฆษณาผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อออนไลน์ และมีพนักงานคอยแนะนำบริการต่าง ๆ เพื่อทำให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้และเกิดการตัดสินใจเลือกซื้อที่นอนยางพาราได้เร็วขึ้น และเนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ได้มีการรับรู้ว่าแบรนด์ที่นอนยางพาราในแต่ละแบรนด์มีคุณภาพไม่แตกต่างกัน เพราะแต่ละแบรนด์จะใช้วัตถุดิบยางพาราที่ได้มาตรฐานและมีคุณภาพใกล้เคียงกัน มาจากแหล่งผลิตเดียวกัน มีการจัดแสดงสินค้าหรือหน้าตาผลิตภัณฑ์คล้าย ๆ กัน ช่องทางหรือสถานที่จัดจำหน่ายอยู่ในละแวกเดียวกัน และราคาแต่ละแบรนด์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นมัสการ มรรคสุนทร (2560) ที่ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเรือนอเนกประสงค์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มี

อิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเรือนอเนกประสงค์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัฐศาสตร์ ผดุงพันธุ์ (2563) ที่ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านกลุ่ม GenY ในกรุงเทพฯและปริมณฑล” ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านกลุ่ม GenY ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อ 3 ปัจจัยกลุ่มอ้างอิง ที่ประกอบด้วย ด้านสมาชิกในครอบครัว ด้านกลุ่มเพื่อน ด้านกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ต และด้านกลุ่มผู้มีอิทธิพล (Influencer) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนยางพาราของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่า ปัจจัยกลุ่มอ้างอิงทุกด้านมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนยางพาราของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และโดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยกลุ่มอ้างอิงด้านกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด รองลงมา คือ ด้านสมาชิกในครอบครัว และกลุ่มเพื่อน ลำดับที่น้อยที่สุด คือ ด้านกลุ่มผู้มีอิทธิพล (Influencer) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยรัตน์ สวัสดิ์ และ พัชร์หทัย จารุทวีผลนุกูล (2562) ที่ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยกลุ่มอ้างอิงและส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องวงจรปิดสำหรับติดตั้งอาคารของผู้บริโภคในเขตจังหวัดปทุมธานี” ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยกลุ่มอ้างอิง ได้แก่ ตัวเอง สมาชิกในครอบครัว กลุ่มผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต และผู้เชี่ยวชาญหรือผู้มีความรู้ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องวงจรปิดสำหรับติดตั้งอาคารของผู้บริโภคในเขตจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ เชษฐ์สินี เขียวขำ และ ลีลา เตี้ยงสูงเนิน (2560) ที่ศึกษาเรื่อง “กลุ่มอ้างอิงของผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเวชสำอางของผู้บริโภคในกลุ่ม Generation Y ในเขตหลักสี่กรุงเทพมหานคร” พบว่า กลุ่มอ้างอิงด้านกลุ่มเพื่อน กลุ่มครอบครัว และด้านกลุ่มเพื่อนร่วมงานมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อเวชสำอางของผู้บริโภคในกลุ่ม Generation Y ในเขตหลักสี่กรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และนอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปัณฑารีย์ แก้วปานกัน (2557) ที่ศึกษาเรื่อง “กลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อขั้นตอนก่อนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากสมุนไพร ของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า กลุ่มผู้ทรงอิทธิพลด้านกลุ่มผู้มีชื่อเสียง และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีอิทธิพลต่อขั้นตอนก่อนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากสมุนไพร ของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะปัจจัยส่วนบุคคล ผลจากการวิจัยปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนยางพาราของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลในด้านต่าง ๆ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มี

อิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนยางพาราของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเรื่องการสื่อสารหรือออกแบบส่วนประสมการตลาด จำเป็นต้องคำนึงถึงความต้องการที่แตกต่างกันของเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ซึ่งมีความต้องการที่ต่างกันอาจจะมีการพิจารณาถึงความคุ้มค่าและความเหมาะสมที่แตกต่างกัน และนำเสนอสิ่งที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายสูงสุด

2. ข้อเสนอแนะปัจจัยส่วนประสมการตลาด ผลจากการทดสอบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนยางพาราของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด เพียงด้านเดียวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนยางพาราของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น ในเรื่องการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการธุรกิจที่นอนยางพาราจะต้องให้ความสำคัญกับเรื่องโปรโมชั่นหรือเรื่องการส่งเสริมการตลาด โดยพยายามเลือกใช้หรือออกแบบกลยุทธ์การสื่อสารที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยการให้ความสำคัญกับส่วนลดหรือของแถมเป็นอันดับต้น ๆ เนื่องจากการแข่งขันในธุรกิจที่นอนยางพารา เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญในเรื่องส่วนลดหรือของแถมเป็นอันดับมากที่สุด ในขณะเดียวกันต้องจัดให้มีการอบรมพนักงาน ให้สามารถแนะนำสินค้าหรือบริการกับลูกค้าได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้กับตราสินค้า และนอกจากนี้ผู้ประกอบการควรมีการโฆษณาเพื่อที่จะสื่อสารให้กับกลุ่มเป้าหมาย โดยในปัจจุบันอาจจะเน้นโฆษณาทางด้านออนไลน์ เพื่อให้ผู้บริโภคได้เกิดการรับรู้และตัดสินใจซื้อ ตลอดจนเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างสูงสุด

3. ข้อเสนอแนะปัจจัยกลุ่มอ้างอิง ผลจากการทดสอบปัจจัยกลุ่มอ้างอิงทุกกลุ่ม ซึ่งประกอบด้วย สมาชิกในครอบครัว กลุ่มเพื่อน กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ต และกลุ่มผู้มีอิทธิพล (Influencer) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนยางพาราของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะผู้ประกอบการดังนี้ 1) ด้านกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เนื่องจากกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนยางพาราของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมากที่สุด ซึ่งจากผลวิจัยพบว่า ผู้บริโภคเลือกซื้อเนื่องจากเห็นบทความในโซเชียลมีเดีย เป็นปัจจัยที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการควรเน้นให้มีการสื่อสารทางการตลาดโดยการสร้างการรับรู้ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย ช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ 2) ด้านสมาชิกในครอบครัว เนื่องจากสมาชิกในครอบครัวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนยางพาราของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเป็นอันดับที่สอง ซึ่งจากผลวิจัยพบว่า ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อที่นอนยางพาราเนื่องจากสมาชิกในครอบครัวชื่นชอบและมั่นใจ เป็นปัจจัยที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพสูง เพื่อให้เกิดความไว้วางใจในผลิตภัณฑ์ จนทำให้เกิดการแนะนำและบอกต่อจากสมาชิกในครอบครัว เนื่องจากสมาชิกในครอบครัวเป็นผู้ที่มีอิทธิพลและมีความใกล้ชิดและ

ไว้วางใจกันเป็นอย่างมาก ดังนั้นความคิดเห็นของสมาชิกในครอบครัวจึงมีอิทธิพลและส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกับสมาชิกคนอื่น ๆ ในครอบครัว และนอกจากนี้ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในด้านการส่งเสริมการตลาดด้านการให้ส่วนลดและของแถม เช่น หากสมาชิกในครอบครัวเคยใช้สินค้าแล้วทำการแนะนำจะได้รับส่วนลดและของแถม หรือมอบคูปองรางวัลพิเศษสำหรับผู้ที่แนะนำให้สมาชิกในครอบครัวซื้อสินค้า 3) ด้านกลุ่มเพื่อน เนื่องจากกลุ่มเพื่อนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนยางพาราของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเป็นอันดับที่สาม ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อที่นอนยางพาราเนื่องจากเพื่อนชื่นชอบและมั่นใจ เป็นปัจจัยที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด รองลงมา คือ การที่เพื่อนเคยใช้มาก่อนแล้วแนะนำบอกต่อ เนื่องจากกลุ่มเพื่อนถือเป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่มีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนยางพาราเป็นอย่างมาก เป็นผู้ที่มีความใกล้ชิดและมีความไว้วางใจต่อกัน มีความสัมพันธ์ที่ดีและทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกันเสมอ และชื่นชอบในสิ่งที่คล้าย ๆ กัน ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการสื่อสารทางการตลาดในด้านการส่งเสริมการขาย โดยจัดให้มีการให้ส่วนลดสำหรับผู้ที่แนะนำ ชักชวน และบอกต่อเพื่อนมาซื้อสินค้า ซึ่งจะสามารถเพิ่มการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ตลอดจนเพิ่มโอกาสทางการขายได้มากขึ้น 4) ด้านกลุ่มผู้มีอิทธิพล (Influencer) ผลการวิจัยพบว่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่นอนยางพาราของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลแต่อยู่ในลำดับที่ต่ำที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการก็อาจจะพิจารณาเลือกกลุ่มผู้มีอิทธิพลเป็นเครื่องมือในการสื่อสารการตลาด แต่ก็จะต้องพิจารณาให้มีความเหมาะสม คุ้มค่า และสอดคล้องกับภาพลักษณ์ของแบรนด์เพื่อให้เกิดประโยชน์มีประสิทธิภาพสูงสุด

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรทำการวิจัยเรื่องส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อผู้บริโภคที่มี Generation ต่าง ๆ เพราะปัจจุบันกลุ่มผู้บริโภคใน Generation ใหม่ ๆ จะมีการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างออกไป จะช่วยให้ทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการ ซึ่งจะสามารถนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางในการออกแบบกลยุทธ์และวางแผนการสื่อสารการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสมเพื่อพัฒนาธุรกิจต่อไป

2. ในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรมีการทำวิจัยในเชิงคุณภาพเพิ่มเติม เพื่อให้ได้ข้อมูลเฉพาะเจาะจงและได้ข้อมูลเชิงลึกที่เป็นประโยชน์ และสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปเป็นแนวทางในการพัฒนาสินค้าและบริการ ตลอดจนเป็นแนวทางในการออกแบบกลยุทธ์และหาแนวทางใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา และ ฐิตา วานิชย์บัญชา. (2558). **การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล**. กรุงเทพฯ: สามลดา.

เชษฐ์สินี เขียวขำ และ ลีลา เตี้ยงสูงเนิน. (2560). *กลุ่มอ้างอิงของผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเวชสำอางของผู้บริโภคในกลุ่ม Generation Y ในเขตหลักสี่กรุงเทพมหานคร*. **วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์**, 5(3): 153-161.

ธินิดา เฉยแสง และ พัชร์หทัย จารุทวีผอนุกูล. (2564). *พฤติกรรมการซื้อและส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางแมค (M.A.C) ของผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร.* **วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์,** 7(2): 179-193.

นมัสการ มรรคสุนทร. (2560). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเรือนอเนกประสงค์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ปัณฑารีย์ แก้วปานกัน. (2557). **กลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อขั้นตอนก่อนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากสมุนไพรของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ปิยรัตน์ สวัสดิ์ และ พัชร์หทัย จารุทวีผลนุกูล. (2562). **ปัจจัยกลุ่มอ้างอิงและส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องวงจรปิดสำหรับติดตั้งอาคารของผู้บริโภคในเขตจังหวัดปทุมธานี**. รายงานการประชุมวิชาการระดับชาติ เครือข่ายประชาชื่น ครั้งที่ 4 ณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี.

มนต์ธิดา มาโพธิ์. (2562). **กระบวนการตัดสินใจซื้อหมอนที่นอนยางพาราแท้ 100% แบรนด์ TNF ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

วิทยา เลิศพนาสิน. (2564). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอพพลิเคชั่น AliExpress ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสยาม.

ศูนย์ดูแลสุขภาพแบบองค์รวม W9 Wellness Center. (2563). **ครบรอบ 1 ปี เผย 6 ปัญหาสุขภาพยอดฮิตของคนไทย.** ค้นเมื่อวันที่ 8 เมษายน 2564, จาก https://w9wellness.com/1st-anniversary-w9-wellness-center.

อัฐศาสตร์ ผดุงพันธุ์ และ รชฏ ขำบุญ. (2563). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านกลุ่ม GenY ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล.* **วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์,** 9(2).

Cochran, W. G. (1977). **Sampling techniques.** 3rd ed. John Wiley & Sons.

National Sleep Foundation. (2015). **Sleep time duration recommendations: methodology and results summary**. Retrieved on 10th April, 2022, Retrieved from https://doi.org/10.1016 /j.sleh.2014.12.010.

แนวทางการบริหารงานสภานักเรียนของโรงเรียน ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2

Guidelines for Student Council Administration of Schools under the Bangkok Secondary Education Service Area Office 2

สุริยันต์ ลาภเย็น
นักศึกษา สาขาวิชาภาวะผู้นำการบริหารและการจัดการการศึกษา
คณะการจัดการการศึกษาเชิงสร้างสรรค์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
E-mail: suriyanlapyan@gmail.com
ทิพย์พาพร มหาสินไพศาล
อาจารย์ประจำสาขาวิชาภาวะผู้นำการบริหารและการจัดการการศึกษา
คณะการจัดการการศึกษาเชิงสร้างสรรค์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
E-mail: tippapornmah@pim.ac.th
Suriyan Lapyen
Study, Program in Educational Management and Administration Leadership, School of Creative Educational Management, Panyapiwat Institute of Management
Tippaporn Mahasinpaisan
Lecturer, Program in Educational Management and Administration Leadership, School of Creative Educational Management, Panyapiwat Institute of Management

รับเข้า: *11 มิถุนายน 2565* **แก้ไข:** *29 มิถุนายน 2565* **ตอบรับ:** *12 กรฎาคม 2565*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพพึงประสงค์ ความต้องการจำเป็นและเสนอแนวทางของการบริหารงานสภานักเรียนของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 เลือกกลุ่มตัวอย่างการวิจัยเชิงปริมาณแบบเจาะจง จากคณะกรรมการสภานักเรียน จำนวน 156 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการวิจัย การวิจัยเชิงคุณภาพเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากผู้ที่มีประสบการณ์ในงานสภานักเรียน จำนวน 12 คน โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก และวิเคราะห์ผลการวิจัยโดยใช้ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดัชนีการจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น ($PNI_{modified}$) และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย พบว่า สภาพปัจจุบัน สภาพพึงประสงค์ ความต้องการจำเป็นของการบริหารงานสภานักเรียน เรียงลำดับ ได้ดังนี้ 1) การสร้างเครือข่ายสภานักเรียนและการมีส่วนร่วม 2) การบูรณาการกิจกรรมสภานักเรียนเข้ากับกลุ่มสาระการเรียนรู้ 3) การกำหนดรูปแบบและประชุมสภานักเรียน 4) การเสนอโครงการหรือกิจกรรมของสภานักเรียน 5) การประเมินผลกิจกรรมสภานักเรียน 6) การกำหนดโครงสร้างสภานักเรียน 7) การกำหนดที่มาของสภานักเรียน และแนวทางการบริหารงานสภานักเรียนของโรงเรียน ด้านการกำหนดที่มาของสภานักเรียน การกำหนดโครงสร้างสภานักเรียน การกำหนดรูปแบบและประชุมสภานักเรียน โรงเรียนควรจัดทำธรรมนูญหรือระเบียบโรงเรียนว่าด้วยเรื่องสภานักเรียนและออกคำสั่งแต่งตั้งอย่างชัดเจน และด้านการสร้างเครือข่ายสภานักเรียนและการมีส่วนร่วมการบูรณาการกิจกรรมสภานักเรียนเข้ากับกลุ่มสาระการเรียนรู้ การเสนอโครงการหรือกิจกรรมของสภานักเรียน การประเมินผลกิจกรรมสภานักเรียน โรงเรียนควรกำหนดนโยบายและจัดทำแผนปฏิบัติการของสถานศึกษาในการดำเนินงาน กำกับ ติดตามและกำหนดให้สภานักเรียนสรุปรายงานผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ

คำสำคัญ: แนวทางการบริหารงาน สภานักเรียนของโรงเรียน ความต้องการจำเป็น

Abstract

The objectives of this research were to study 1) the current situation, the desirable situation of student council administration 2) the priority needs of student council administration. 3) provides guidelines for student council management for schools in the secondary educational service area office Bangkok 2. The samples of quantitative research consisted of 156 students, random from the Student Council Committee of 156 people using the questionnaire as a research tool. The samples for qualitative research selected specific samples from 12 students who have experience in student council administration. The tool was an in-depth interview. The research results were analyzed using mean, standard deviation, Essential Needs Priority Index ($PNI_{modified}$), and content analysis.

The research results found that: The current situation, the desirable situation of student council administration and the priority needs ($PNI_{modified}$) can be arranged as follows: 1) student council networking and participation 2) integration of student council activities into learning subject groups 3) formulation and student council meeting 4) proposal of student council projects or activities 5) assessment of student council activities 6) student

council structure 7) determination of the origin of the student council and the development of guidelines for student council administration of schools under the Secondary Educational Service Area Office Bangkok 2 regarding the determination of student council origin, the determination of the student council structure, and the determination of the form and student council meeting. The school administrators should provide school charter or regulations of student council administration and give clear instructions. In terms of building a student council network and participation, integration of student council activities into the learning department, the proposal of student council projects or activities, and the student council activity assessment. The school administrators should formulate policies and create an action plan for the school to operate, supervise, monitor, and require the student council to continually summarize their performance reports.

Keywords: management guidelines, school student council, priority needs

บทนำ

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน จึงกำหนดแนวทางในการพัฒนากิจกรรม “สภานักเรียน” หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “คณะกรรมการนักเรียน” (student council) เป็นหนึ่งในกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่สามารถพัฒนาพฤติกรรมและคุณลักษณะประชาธิปไตยให้กับนักเรียน เพื่อฝึกให้นักเรียนได้รู้จักการบริหารงานตามระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุขตามระบบการปกครองของประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2562) โดยสำนักพัฒนากิจกรรมนักเรียน ซึ่งมีบทบาทหน้าที่และรับผิดชอบ สนับสนุน ส่งเสริมการจัดกิจกรรมสภานักเรียนในระดับเขตพื้นที่การศึกษาและสถานศึกษาได้ตระหนักและเห็นคุณค่าของการให้นักเรียนได้เรียนรู้และเกิดประสบการณ์ตรง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบูรณาการกิจกรรมสภานักเรียนร่วมกับการจัดการเรียนรู้ในการดำเนินงานสภานักเรียนโดยขับเคลื่อนให้สถานศึกษาได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่องและสอดคล้องกับนโยบายที่สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานกำหนด (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2558) จากการที่นายกรัฐมนตรี พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ได้กล่าวถึงสภานักเรียนในรายการคืนความสุขให้คนในชาติ เมื่อเสาร์ที่ 24 เมษายน 2559 ว่า *“ตัวอย่างที่เห็นตอนนี้ก็คือ การสร้างพลังประชารัฐจากพลังเยาวชนผ่านกลไกสภานักเรียน ซึ่งกระทรวงศึกษาธิการทำอยู่และมีประโยชน์มีความก้าวหน้า สิ่งนี้จะแก้ปัญหาอย่างยั่งยืนในอนาคต”* (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2559) ในการนี้สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานได้ให้สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา

ดำเนินการให้กิจกรรมสภานักเรียน เป็นกิจกรรมหนึ่งในจุดเน้นของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาและให้ปฏิบัติตามมาตรการในการดำเนินงานกิจกรรมสภานักเรียน เพื่อส่งเสริมการดำเนินงานกิจกรรมสภานักเรียน ที่สอดคล้องกับแนวคิดค่านิยม 12 ประการของคนไทยและนโยบายของรัฐบาลให้เป็นรูปธรรมชัดเจน มีประสิทธิภาพและยั่งยืน ในการดำเนินงานกิจกรรมสภานักเรียนดังกล่าวนั้น ผู้วิจัยในฐานะครูที่ปรึกษาคณะกรรมการสภานักเรียนสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 ซึ่งได้รับการแต่งตั้งให้ปฏิบัติหน้าที่ตั้งแต่ปีการศึกษา 2558 จนถึงปัจจุบันได้รวบรวมผลการดำเนินงานจากรายงานผลการดำเนินการโครงการค่ายทักษะชีวิต สภานักเรียนของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 ประจำปีการศึกษา 2558–2563 ได้ดังนี้ ประการที่ 1 การกำหนดระดับชั้นเรียนของประธานนักเรียนของทั้ง 52 โรงเรียนมีความแตกต่างกัน กล่าวคือ ประธานนักเรียนมีทั้งนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 และชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ประการที่ 2 วาระการดำรงตำแหน่งของประธานนักเรียนในโรงเรียนทั้ง 52 โรงเรียนแตกต่างกัน ได้แก่ 1) อยู่ในวาระตลอดปีการศึกษาที่เรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 2) เข้าวาระดำรงตำแหน่งในภาคเรียนที่ 2 ของชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 และหมดวาระดำรงตำแหน่งภาคเรียนที่ 1 ของชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จากข้อมูลข้างต้นส่งผลให้การเลือกตั้งประธานนักเรียนของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 เกิดข้อจำกัดในเรื่องของระดับชั้นเรียนของนักเรียน ซึ่งเกี่ยวข้องกับระยะเวลาที่นักเรียนต้องดำรงตำแหน่งในวาระที่ต้องคำนึงถึงช่วงเวลาในการศึกษาต่อของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ประการที่ 3 จากการดำเนินการอบรมพัฒนาความรู้ ความเข้าใจในกระบวนการดำเนินงานของคณะกรรมการสภานักเรียนนั้น พบว่าความรู้ความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับการดำเนินงานสภานักเรียนของประธานนักเรียนของแต่ละโรงเรียนแตกต่างกัน เช่น ที่มาของสภานักเรียน กระบวนการในการแต่งตั้ง ธรรมนูญหรือระเบียบโรงเรียนว่าด้วยสภานักเรียน การประชุม การดำเนินโครงการต่าง ๆ นอกจากนี้ สำนักพัฒนากิจกรรมนักเรียน สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ได้ส่งเสริมให้มีการแข่งขันสภานักเรียนในงานศิลปหัตถกรรมนักเรียนในทุก ๆ ปี รวมถึงการประกวดโรงเรียนต้นแบบสภานักเรียนโดยโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 เข้าร่วมกิจกรรมจากสถิติตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560–2562 พบว่า แม้จะมีการส่งเสริมให้มีการดำเนินกิจกรรมสภานักเรียนในทุกโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา กรุงเทพมหานคร เขต 2 จำนวน 52 โรงเรียนตามมาตรการและแนวทางของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานแล้วนั้น การเข้าร่วมกิจกรรมที่เป็นการส่งเสริมศักยภาพสภานักเรียนทั้ง 2 รายการอยู่ในระดับน้อยเมื่อเทียบกับจำนวนโรงเรียนทั้งหมด

จากมาตรการในการดำเนินงานกิจกรรมสภานักเรียนดังกล่าวนั้น สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 รวมถึงสภาพการดำเนินงานที่กล่าวถึงความรู้ความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับการดำเนินงานสภานักเรียนของประธานนักเรียนของแต่ละโรงเรียนแตกต่างกัน ที่ได้นำเสนอข้างต้นนั้น การบริหารงานสภานักเรียนเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารสถานศึกษาที่จะส่งเสริมนักเรียนให้

เป็นพลเมืองดีตามระบอบประชาธิปไตย มีความเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี ฝึกทักษะการทำงานร่วมกัน และช่วยให้เกิดความสัมพันธ์กันดีระหว่างนักเรียนกับครู นักเรียนกับโรงเรียน ตลอดจนโรงเรียนกับชุมชน ทั้งยังจะช่วยยกระดับการดำเนินงานสภานักเรียนให้ประโยชน์กับการศึกษามากที่สุด โดยอาศัยการที่ผู้เรียนเกิดการพัฒนาด้านความรู้ความสามารถทักษะทัศนคติค่านิยมคุณธรรมจริยธรรม โดยผ่านวิธีการของการวางแผน (Planning) การนำแผนไปปฏิบัติ (Implementation) การจัดองค์กร (Organizing) การนำองค์กร (Leading) การควบคุม (Controlling) และการประเมินผล (Evaluation) การทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางการศึกษา ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพพึงประสงค์ ความต้องการจำเป็นและเสนอแนวทางการบริหารงานสภานักเรียนของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดแนวทางสำหรับการบริหารงานสภานักเรียนอย่างเป็นรูปธรรมต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและสภาพพึงประสงค์การบริหารงานสภานักเรียน ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2
2. เพื่อศึกษาความต้องการจำเป็นของการบริหารงานสภานักเรียนของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา กรุงเทพมหานคร เขต 2
3. เพื่อเสนอแนวทางการบริหารงานสภานักเรียนของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา กรุงเทพมหานคร เขต 2

วิธีการวิจัย

ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

1. การวิจัยเชิงปริมาณ

1.1 ประชากร ได้แก่ คณะกรรมการสภานักเรียน (ประธาน รองประธาน เลขานุการ เหรัญญิกและคณะกรรมการ) ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 ทั้งสิ้น 52 โรงเรียน จำนวน 260 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ได้แก่ ประธาน เลขานุการ คณะกรรมการสภานักเรียน จาก 52 โรงเรียน โรงเรียนละ 3 คน รวม 156 คน เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันและสภาพพึงประสงค์ของการบริหารงานสภานักเรียน

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ

2.1 ประชากร ได้แก่ ผู้บริหารโรงเรียน 52 คน ครูหัวหน้างานสภานักเรียน 52 คน และประธานคณะกรรมการสภานักเรียนที่มีประสบการณ์ ในการทำงานมาแล้ว อย่างน้อย 1 วาระ จำนวน 52 คน

2.2 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล ใช้กำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ได้แก่ ผู้บริหาร ครูหัวหน้างานสภานักเรียนและคณะกรรมการสภานักเรียน จำนวน 12 คน โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลดังนี้

2.2.1 ผู้บริหารโรงเรียน คือ ผู้อำนวยการหรือรองผู้อำนวยการที่รับผิดชอบงานสภานักเรียน ที่มีประสบการณ์บริหารโรงเรียนไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 4 คน

2.2.2 ครูหัวหน้างานสภานักเรียน มีประสบการณ์ในการรับผิดชอบงานสภานักเรียนไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 4 คน

2.2.3 อดีตประธานคณะกรรมการสภานักเรียนที่มีประสบการณ์ ในการทำงานมาแล้ว อย่างน้อย 1 วาระ จำนวน 4 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสอบถามสภาพปัจจุบันและสภาพพึงประสงค์ในการบริหารงานสภานักเรียนของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา กรุงเทพมหานคร เขต 2

2. แบบสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับแนวทางการบริหารงานสภานักเรียนของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา กรุงเทพมหานคร เขต 2

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยดำเนินการสร้าง แบบสอบถามสภาพปัจจุบันและสภาพพึงประสงค์ในการบริหารงานสภานักเรียนของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา กรุงเทพมหานคร เขต 2 ดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานสภานักเรียน โดยศึกษา ค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วิทยานิพนธ์ วารสารทางวิชาการ และฐานข้อมูลในเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ตามรายละเอียดที่ปรากฏอยู่ในเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลสำหรับเป็นแนวทางในการศึกษา

2. ค้นคว้า ศึกษาเกี่ยวกับการสร้างแบบสอบถาม และร่างแบบสอบถามให้ครอบคลุมเนื้อหาและตัวแปรที่ต้องการศึกษา

3. นำแบสอบถามเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถามและความถูกต้องในการใช้ภาษา ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว เสนอผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อพิจารณาตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ภาษาที่ใช้ ความครอบคลุมในเนื้อหา และความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ซึ่งเกณฑ์ที่ใช้วัดค่าดัชนี คือ IOC (The Index of Item-Objective Congruence) โดยข้อคำถามที่ค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ถือว่าข้อคำถามนั้นผ่านเกณฑ์ โดยแบบสอบถามนี้มีค่า IOC ระหว่าง 0.67-1.00

5. นำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิและนำเสนอแบบสอบถามต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมและพิจารณาความเห็นชอบในการจัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เพื่อนำไปเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการสร้าง แบบสัมภาษณ์เพื่อประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของแนวทางการบริหารงานสภานักเรียนของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 แบ่งออกเป็น 2 ตอน มีกระบวนการสร้างเครื่องมือ ดังนี้

1. นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามมายกร่างแนวทางการบริหารงานสภานักเรียนของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา กรุงเทพมหานคร เขต 2
2. สร้างแบบสัมภาษณ์และรายการข้อคำถามตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย
3. ตรวจสอบความถูกต้องของแบบสัมภาษณ์และเสนออาจารย์ที่ปรึกษาและปรับปรุงแก้ไข
4. ปรับปรุงข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์ให้เหมาะสมตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา
5. นำแบบสัมภาษณ์ไปใช้ในการเก็บข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ดำเนินการดังนี้ นำแบบสอบถามสภาพปัจจุบันและสภาพพึงประสงค์ในการบริหารงานสภานักเรียนของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา กรุงเทพมหานคร เขต 2 ให้กับกลุ่มตัวอย่างแล้วนำแบบสอบถามที่ได้รับกลับมาตรวจสอบความสมบูรณ์ ครบถ้วนของแบบสอบถาม จากนั้นทำการลงรหัสเพื่อนำไปประเมินผล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยการการสัมภาษณ์เชิงลึกตามประเด็นที่กำหนดไว้ถอดข้อความและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยวิธีการหาค่า ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (Standard Deviation: SD) วิเคราะห์หาดัชนีการจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นโดยใช้สูตรการคำนวณดัชนี $PNI_{modified}$ วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) โดยมีเกณฑ์การแปลความหมาย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีสภาพปัจจุบัน/สภาพที่พึงประสงค์ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีสภาพปัจจุบัน/สภาพที่พึงประสงค์ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีสภาพปัจจุบัน/สภาพที่พึงประสงค์ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีสภาพปัจจุบัน/สภาพที่พึงประสงค์ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีสภาพปัจจุบัน/สภาพที่พึงประสงค์ในระดับน้อยที่สุด

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis)

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพพึงประสงค์และความต้องการจำเป็นของการบริหารงานสภานักเรียนของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 เรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สภาพปัจจุบัน สภาพพึงประสงค์และความต้องการจำเป็นของการบริหารงานสภานักเรียนของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 เรียงลำดับจากมากไปน้อย

ลำดับ	การบริหารงานสภานักเรียน	สภาพปัจจุบัน		สภาพพึงประสงค์		$PNI_{modified}$
		$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	
1	การสร้างเครือข่ายสภานักเรียนและการมีส่วนร่วม	2.92	0.77	4.66	0.65	0.599
3	การกำหนดรูปแบบและประชุมสภานักเรียน	3.18	0.71	4.73	0.58	0.560
4	การเสนอโครงการหรือกิจกรรมของสภานักเรียน	3.22	0.77	4.69	0.60	0.489
5	การประเมินผลกิจกรรมสภานักเรียน	3.34	0.78	4.70	0.57	0.456
6	การกำหนดโครงสร้างสภานักเรียน	3.41	0.69	4.56	0.64	0.405
7	การกำหนดที่มาของสภานักเรียน	3.54	0.69	4.67	0.57	0.340

จากตารางที่ 1 พบว่า สภาพปัจจุบัน สภาพพึงประสงค์และความต้องการจำเป็นของการบริหารงานสภานักเรียนของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร

เขต 2 เรียงตามลำดับตามความต้องการจำเป็นจากมากไปน้อย ดังนี้ 1) การสร้างเครือข่ายสภานักเรียนและการมีส่วนร่วม ($PNI_{modified}$=0.599) โดยสภาพปัจจุบันอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$=2.92, SD=0.77) และสภาพพึงประสงค์อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$=4.66, SD=0.65) 2) การบูรณาการกิจกรรมสภานักเรียนเข้ากับกลุ่มสาระการเรียนรู้ ($PNI_{Modified}$=0.560) โดยสภาพปัจจุบันอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$=2.92, SD=0.78) และสภาพพึงประสงค์อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$=4.55, SD=0.69) 3) การกำหนดรูปแบบและประชุมสภานักเรียน ($PNI_{Modified}$=0.489) โดยสภาพปัจจุบันอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$=3.18, SD =0.71) และสภาพพึงประสงค์อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$=4.73, SD=0.58) 4) การเสนอโครงการหรือกิจกรรมของสภานักเรียน ($PNI_{Modified}$=0.456) สภาพปัจจุบันอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$=3.22, SD=0.77) และสภาพพึงประสงค์อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$=4.69, SD=0.60) 5) การประเมินผลกิจกรรมสภานักเรียน ($PNI_{Modified}$=0.405) สภาพปัจจุบันอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$=3.34, SD=0.78) และสภาพพึงประสงค์อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$=4.70, SD=0.57) 6) การกำหนดโครงสร้างสภานักเรียน ($PNI_{Modified}$=0.340) สภาพปัจจุบันอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$=3.41, SD=0.69) และสภาพพึงประสงค์อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$=4.56, SD=0.64) 7) การกำหนดที่มาของสภานักเรียน ($PNI_{Modified}$=0.320) สภาพปัจจุบันอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$=3.54, SD=0.69) และสภาพพึงประสงค์อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$=4.67, SD=0.57)

2. แนวทางการบริหารงานสภานักเรียนของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา กรุงเทพมหานคร เขต 2 มีแนวทางสำคัญตามองค์ประกอบของการดำเนินงานสภานักเรียน ดังนี้

2.1 การกำหนดที่มาของสภานักเรียน โดย 1) แต่งตั้งครูผู้รับผิดชอบงานสภานักเรียน เพื่อวางแผนศึกษาหลักการวิธีการ ขั้นตอนการจัดตั้งและดำเนินการสภานักเรียน 2) จัดทำธรรมนูญหรือระเบียบโรงเรียนว่าด้วยเรื่องสภานักเรียน เพื่อกำหนดองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานสภานักเรียนทั้งหมด รวมทั้งกำหนดวิธีการได้มาของสภานักเรียน เช่น การเลือกตั้ง การสรรหา การแต่งตั้ง เป็นต้น 3) ดำเนินการเพื่อให้ได้มาซึ่งสภานักเรียน ธรรมนูญหรือระเบียบโรงเรียนว่าด้วยเรื่องสภานักเรียน เช่น การเลือกตั้ง การสรรหา การแต่งตั้ง เป็นต้น 4) จัดทำคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการสภานักเรียน

2.2 การกำหนดโครงสร้างสภานักเรียน โดย 1) กำหนดโครงสร้างสภานักเรียนให้เป็นไปตามโครงสร้างการบริหารงานโรงเรียน ตามลำดับ ดังนี้ ผู้อำนวยการโรงเรียน รองผู้อำนวยการกลุ่มบริหารงานที่รับผิดชอบ หัวหน้างานหรือครูที่ปรึกษา 2) กำหนดโครงสร้างของสภานักเรียน จำนวนคณะกรรมการ บทบาทหน้าที่ของสภานักเรียนตามที่ระบุไว้ในธรรมนูญหรือระเบียบโรงเรียนว่าด้วยเรื่องสภานักเรียน 3) จัดทำคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการที่ปรึกษา คณะกรรมการสภานักเรียนให้ชัดเจนหลังจากผ่านกระบวนการเลือกตั้งและมีการจัดแบ่งมอบหมายงานตามโครงสร้างแล้ว 4) ประธาน

คณะกรรมการสภานักเรียน ควรเป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 และมีคณะกรรมการนักเรียนที่ปรึกษา เป็นระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6

2.3 การกำหนดรูปแบบและประชุมสภานักเรียน โดย 1) กำหนดรูปแบบและระเบียบวิธีการประชุมสภานักเรียนให้เป็นไปตามสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ ไว้ในธรรมนูญหรือระเบียบโรงเรียนว่าด้วยเรื่องสภานักเรียนอย่างชัดเจน 2) กำหนดการประชุมสามัญประจำปีและรายงานการประชุมอย่างน้อยปีการศึกษาละ 1 ครั้ง ภาคเรียนละ 1 ครั้ง 3) กำหนดให้มีการประชุมประจำเดือนและรายงานการประชุมอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง

2.4 การสร้างเครือข่ายสภานักเรียนและการมีส่วนร่วม โดย 1) สนับสนุน ส่งเสริมการทำกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ โดยสื่อสารกับสภานักเรียนผ่านครูที่ปรึกษา 2) กำหนดให้สภานักเรียนมอบหมายงาน แบ่งหน้าที่ในการดำเนินงานหรือทำกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ โดยออกคำสั่งแต่งตั้งอย่างชัดเจน 3) กำหนดให้สภานักเรียนประเมินสรุปรายงานผลการดำเนินงานเสนอต่อครูที่ปรึกษาและผู้บริหารทุกกิจกรรม

2.5 การบูรณาการกิจกรรมสภานักเรียนเข้ากับกลุ่มสาระการ เรียนรู้ โดย 1) กำหนดนโยบายและจัดทำแผนปฏิบัติการของสถานศึกษาในการดำเนินงาน การจัดการเรียนรู้บูรณาการสาระการเรียนรู้ของสภานักเรียน 2) สนับสนุน ส่งเสริมให้สภานักเรียนได้ร่วมกิจกรรมการเรียนโดยการบูรณาการสภานักเรียนกับกลุ่มสาระการเรียนรู้ต่าง ๆ ผ่านกิจกรรมเสริมหลักสูตรของทุกกลุ่มสาระ 3) กำกับติดตามและกำหนดให้สภานักเรียนประเมินผลการจัดการเรียนรู้บูรณาการสาระการเรียนรู้ของสภานักเรียน สะท้อนผลการจัดกิจกรรมร่วมกัน และปรับปรุง พัฒนาให้มีประสิทธิภาพอยู่เสมอ

2.6 การเสนอโครงการหรือกิจกรรมของสภานักเรียน โดย 1) สนับสนุน ส่งเสริมให้สภานักเรียนโดยครูที่ปรึกษาควบคุมดูแล ให้เกิดการจัดทำโครงการขึ้นโดยมีการวิเคราะห์ปัญหาสาเหตุของการจัดทำโครงการ กำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย วิธีการดำเนินการนำเสนอขออนุมัติโครงการต่อผู้อำนวยการอย่างเป็นขั้นตอน 2) กำหนดให้สภานักเรียนมอบหมายงาน แบ่งหน้าที่ในการดำเนินงาน ประสานงานการจัดทำโครงการ โดยออกคำสั่งแต่งตั้งอย่างชัดเจน 3) กำหนดให้สภานักเรียนสรุปรายงานผลการดำเนินโครงการทุกกิจกรรมเสนอครูที่ปรึกษาและผู้บริหารตามลำดับ

2.7 การประเมินผลกิจกรรมสภานักเรียน โดย 1) สนับสนุน ส่งเสริม กำกับติดตามให้สภานักเรียนดำเนินการประเมิลและการรายงานผลการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมในทุกกิจกรรมเพื่อเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ วางแผนจัดกิจกรรมในครั้งต่อไป 2) กำหนดให้สภานักเรียนมอบหมายหน้าที่ผู้รับผิดชอบการประเมินผลกิจกรรมสภานักเรียนโดยออกคำสั่งแต่งตั้งอย่างชัดเจน

อภิปรายผล

1. ผลการจัดลำดับความต้องการจำเป็นของการบริหารงานสภานักเรียนของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา กรุงเทพมหานคร เขต 2 พบว่า ความต้องการจำเป็นของการบริหารงานสภานักเรียน เรียงลำดับ 3 อันดับแรกได้ดังนี้

1.1) การสร้างเครือข่ายสภานักเรียนและการมีส่วนร่วม เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าค่าดัชนีความต้องการจำเป็นของกระบวนการบริหารงานสภานักเรียน ด้านการสร้างเครือข่ายสภานักเรียนและการมีส่วนร่วม เรียงตามลำดับมากไปน้อย ดังนี้ 1) การวางแผนให้สภานักเรียนมีส่วนร่วมในการจัดทำโครงการร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของกระบวนการบริหารโดยเริ่มต้นจากการวางแผน (Planning) เป็นการวางเค้าโครงกิจกรรมซึ่งเป็นการเตรียมการก่อนลง มือปฏิบัติ เพื่อให้การดำเนินการสามารถบรรลุเป้าหมายที่วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพ (Luther H. Gulick and Lyndall Urwick, 1973) 2) การสนับสนุน ส่งเสริมให้สภานักเรียนมีส่วนร่วมในการจัดทำโครงการ ร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ กล่าวคือกระบวนการนำแผนไปปฏิบัติ (Implementation) คือ การดำเนินงานตามแผนที่กำหนดไว้ให้บรรลุผลตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ โดย Newby, Stepich, Lehman and Russell (2000) ได้กล่าวถึง การนำแผนไปปฏิบัติ (Implementation) ว่า เป็นองค์ประกอบที่แสดงถึงกรรมวิธีในการตัดสินใจเลือกแผนงานและโครงการไปปฏิบัติให้เกิดผลสำเร็จตามจุดหมาย (Ends) ที่กำหนดไว้ส่วนของขั้นตอนนี้จะต้องอาศัยกลยุทธ์หลายอย่าง ทั้งกลยุทธ์ภายในและภายนอกองค์การ 3) การกำหนดให้สภานักเรียนมอบหมายงานแบ่งหน้าที่ในการดำเนินโครงการร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ อย่างชัดเจน กล่าวคือการจัดองค์กร (Organizing) หมายถึง การกำหนดหน้าที่ ภาระงานที่รับผิดชอบ โดยการระบุผู้รับผิดชอบตัดสินใจและบังคับบัญชา โดย Luther H. Gulick and Lyndall Urwick (1973) กล่าวถึง การจัดองค์การ (Organizing) ว่าเป็นการกำหนดโครงสร้างขององค์การ โดยพิจารณาให้เหมาะสมกับงาน เช่น การแบ่งงาน (Division of Work) เป็นกรม กอง หรือแผนกโดยอาศัยปริมาณงานคุณภาพงานหรือจัดตามลักษณะเฉพาะของงาน (Specialization) 4) การกำหนดให้สภานักเรียนประเมินสรุปรายงานผลการดำเนินงานเสนอต่อครูที่ปรึกษาและผู้บริหารทุกกิจกรรม กล่าวคือการประเมินผล (Evaluation) หมายถึง ตรวจสอบการควบคุมและการวัดผลการปฏิบัติตามแผน เพื่อปรับปรุงให้บรรลุตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ การประเมินเป็นการตรวจสอบว่าการปฏิบัติงานเป็นไปตามวิธีการทำงานมาตรฐานหรือไม่ การตรวจสอบว่าค่าที่วัดได้ อยู่ในเกณฑ์มาตรฐานหรือไม่และการตรวจสอบว่า ได้ตามเป้าหมายที่วางไว้หรือไม่ 5) การออกคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการสภานักเรียนในการดำเนินกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ อย่างชัดเจน กล่าวคือ การควบคุม (Controlling) หมายถึง การกำกับกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้แน่ใจว่าได้ดำเนินไปตามแผน มีสิ่งที่ผิดพลาดต้องแก้ไขน้อยที่สุด เป็นกระบวนการวางระเบียบกฎเกณฑ์เพื่อให้การปฏิบัติงานขององค์การบรรลุผลตามจุดหมายที่กำหนดไว้ มุ่งให้เกิดความมั่นใจว่าสมาชิกในองค์การได้ประพฤติปฏิบัติไปในทิศทางที่จะทำให้บรรจุผลตามมาตรฐานการทำงานที่กำหนดไว้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งขององค์การ การเสริมสร้างพฤติกรรมที่พึงประสงค์และพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของสมาชิกในองค์กร (ศรุดา ชัยสุวรรณ, 2563) 6) การ

สนับสนุน ส่งเสริมการทำกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ โดยสื่อสารผ่านครูที่ปรึกษาอย่างสม่ำเสมอ กล่าวคือการนำองค์กร (Leading) หมายถึง การจูงใจผู้ใต้บังคับบัญชา การกำกับดูแลผู้อื่น การเลือกอกช่องทางสื่อสารที่มีประสิทธิผลสูงสุด เป็นสภาวะที่ผู้นำใช้ความพยายามที่จะให้มีอิทธิพลต่อผู้อื่นเพื่อให้การปฏิบัติงานบรรลุจุดหมายขององค์การไห้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล การที่ผู้นำจะเป็นผู้นำที่มีศักยภาพลังกล่าวไห้พึงทำความเข้าใจทฤษฎีการจูงใจ (Motivation) ภาวะผู้นำ (Leadership) การติดต่อสื่อสาร (Communication) และการบริหารกลุ่ม (Group) เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสม จากผลการวิจัยเห็นว่าด้านการสร้างเครือข่ายสภานักเรียนและการมีส่วนร่วมนั่นเป็นกระบวนการสำคัญในการดำเนินงานสภานักเรียนที่จะส่งเสริมให้การดำเนินงานสภานักเรียนประสบความสำเร็จ โดยที่นักเรียนได้มีโอกาสได้ลงมือปฏิบัติกิจกรรม โครงการต่าง ๆ ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับ วีระศักดิ์ วงศ์นาแค (2563) ที่สภาพปัจจุบันการบริหารกิจกรรมสภานักเรียนในโรงเรียนสังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2 พบว่าเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมาก ไปหาน้อย 3 ลำดับ ได้แก่ กิจกรรมพัฒนาทักษะการประชุม ($\overline{X}$=3.08, SD=0.95) กิจกรรมการสร้างเครือข่ายหรือการมีส่วนร่วม ($\overline{X}$=2.94, SD=0.97) และกิจกรรมพัฒนาทักษะผู้นำ ($\overline{X}$=2.93, SD=0.97) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ The National Association of Student Councils (2014) ได้กำหนดหน้าที่ของสภานักเรียนไว้ว่า มีหน้าที่ในการส่งเสริมสวัสดิภาพทั่วไปของนักเรียน พัฒนาทัศนคติและการปฏิบัติตนเป็นพลเมืองดี มีส่วนร่วมในการปรับปรุงแผนของโรงเรียน สนับสนุนความสัมพันธ์ระหว่างนักเรียนและคณาจารย์ จัดเตรียมเวทีสำหรับการแสดงออกของนักเรียน ให้ความช่วยเหลือโปรแกรมของโรงเรียน ส่งเสริมทัศนคติที่ดีของนักเรียนและ รัชดา ธราภาค (2564) ที่ได้กล่าวถึงการมีสาวนร่วมว่าปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมให้การดำเนินงานของกิจกรรมสภานักเรียนให้ประสบความสำเร็จ คือ ความร่วมมือกันระหว่างฝ่ายบริหาร คณะครู นักเรียน และผู้ปกครอง ที่ช่วยกันสนับสนุนกิจกรรมของสภานักเรียน โดยฝ่ายบริหารทำหน้าที่ดูแลเกี่ยวกับการหางบประมาณสนับสนุน คณะครูมีบทบาทหน้าที่ในการให้คำแนะนำปรึกษาและดูแล นักเรียนที่ปฏิบัติหน้าที่สภานักเรียน นักเรียนเป็นผู้ดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมนักเรียนทั้งหมด ส่วนผู้ปกครองมีส่วนร่วมในการสนับสนุนการทำกิจกรรมของนักเรียน การจัดกิจกรรมทั้งภายในและภายนอกโรงเรียนถูกกำหนด รวมไว้ในแผนปฏิบัติงานประจำปีของโรงเรียนพร้อมกับการจัดสรรงบประมาณเพื่อใช้ในการดำเนินกิจกรรม โดยสภานักเรียนจะต้องสรุปผลการดำเนินงานเพื่อรายงานกับทางโรงเรียนหลังจากเสร็จสิ้นกิจกรรม และใช้ข้อมูลจากการสรุปสำหรับการพัฒนางานของสภานักเรียนต่อไปและหลักปฏิบัติเพื่อสร้างความเป็นพลเมืองผ่านการเรียนการสอนในโรงเรียนตามแนวทางของประเทศญี่ปุ่น (Everyday Practice of Citizenship Education) ไม่เพียงแต่การมุ่งเน้นสิ่งที่จะเลือกเข้ามาสอนในโรงเรียนแต่ยังมุ่งส่งเสริมให้นักเรียนมีพื้นที่เพื่อทำกิจกรรมเสริมสร้างความเป็นพลเมืองในชุมชนของตนเองด้วย (เลิศพร อุดมพงษ์, 2562)

1.2) การบูรณาการกิจกรรมสภานักเรียนเข้ากับกลุ่มสาระการเรียนรู้ เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ค่าดัชนีความต้องการจำเป็นของด้านการบูรณาการกิจกรรมสภานักเรียนเข้ากับกลุ่มสาระการ

เรียนรู้เรียงตามลำดับมากไปน้อย ดังนี้ 1) การส่งเสริม สนับสนุนจัดบรรยากาศ และแหล่งเรียนรู้ให้เอื้อต่อการจัดการเรียนรู้บูรณาการสาระการเรียนรู้ของสภานักเรียน กล่าวคือการนำองค์กร (Leading) หมายถึง การจูงใจผู้ใต้บังคับบัญชา การกำกับดูแลผู้อื่น การเลือกอกช่องทางสื่อสารที่มีประสิทธิผลสูงสุด 2) การนิเทศ กำกับ ติดตาม จัดการเรียนรู้บูรณาการสาระการเรียนรู้ของสภานักเรียน กล่าวคือ การควบคุม (Controlling) หมายถึง การกำกับกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้แน่ใจว่าได้ดำเนินไปตามแผน มีสิ่งที่ผิดพลาดต้องแก้ไขน้อยที่สุด 3) การมอบหมายครูผู้สอนกลุ่มสาระการเรียนรู้ต่าง ๆ จัดการเรียนรู้บูรณาการสาระการเรียนรู้ของสภานักเรียนและการประเมินผลการจัดการเรียนรู้บูรณาการสาระการเรียนรู้ของสภานักเรียน สะท้อนผลการจัดกิจกรรมร่วมกัน และปรับปรุง พัฒนาให้มีประสิทธิภาพอยู่เสมอ กล่าวคือ การจัดองค์กร (Organizing) หมายถึง การกำหนดหน้าที่ ภาระงานที่รับผิดชอบ โดยการระบุผู้รับผิดชอบตัดสินใจและบังคับบัญชา 4) การกำหนดนโยบายและจัดทำแผนปฏิบัติการของสถานศึกษาในการดำเนินงาน การจัดการเรียนรู้บูรณาการสาระการเรียนรู้ของสภานักเรียน 5) การสนับสนุน ส่งเสริมให้สภานักเรียนได้ร่วมกิจกรรมการเรียนโดยการบูรณาการสภานักเรียนกับกลุ่มสาระการเรียนรู้ต่าง ๆ กล่าวคือการนำแผนไปปฏิบัติ (Implementation) คือ การดำเนินงานตามแผนที่กำหนดไว้ให้บรรลุผลตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ จากผลการวิจัยเห็นว่า การบูรณาการการบูรณาการกิจกรรมสภานักเรียนเข้ากับกลุ่มสาระการเรียนรู้ เป็นการส่งเสริมให้กิจกรรมสภานักเรียนได้เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในหลักสูตรและเป็นการส่งเสริมการดำเนินกิจกรรมสภานักเรียนนั้นได้ใช้องค์ความรู้ในทุก ๆ กลุ่มสาระการเรียนรู้โดยการบูรณาการสามารถดำเนินการได้ทั้งในหลักสูตรและจัดเป็นกิจกรรมเสริมหลักสูตร ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับกับ วีระศักดิ์ วงศ์นาแค (2563) ที่ศึกษาสภาพที่พึงประสงค์การบริหารการจัดกิจกรรมสภานักเรียนในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับ ได้แก่ กิจกรรมการสร้างจิตอาสาหรือสำนึกสาธารณะ ($\overline{X}$=2.81, SD=1.04) กิจกรรมเสนอแนะ ($\overline{X}$=2.73, SD=1.09) และการบูรณาการกิจกรรมสภานักเรียนเข้ากับกลุ่มสาระการเรียนรู้ ($\overline{X}$=2.88, SD=1.12) นอกจากนี้สำนักพัฒนากิจกรรมนักเรียน สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (2558) ได้เสนอแนวปฏิบัติสำหรับการบูรณาการกิจกรรมสภานักเรียนเข้ากับกลุ่มสาระไว้ดังนี้ 1) กำหนดเป็นนโยบายและจัดทำแผนปฏิบัติการของสถานศึกษาในการดำเนินงาน การจัดการเรียนรู้บูรณาการสาระการเรียนรู้ของสภานักเรียน 2) สร้างความเข้าใจร่วมกันทั้งโรงเรียน รวมถึงผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยการประชุม อบรม จัดค่าย และประชาสัมพันธ์ในด้านต่าง ๆ 3) ศึกษาบริบทของสถานศึกษาทุกด้านที่จำเป็นต้องใช้ในการสนับสนุนการจัดการเรียนรู้บูรณาการสาระการเรียนรู้ของสภานักเรียน 3) จัดทำสารสนเทศเกี่ยวกับสภาพและบริบทของสถานศึกษาให้สมบูรณ์ในปัจจุบัน และข้อมูลพร้อมที่จะนำไปใช้ในการพัฒนาผู้เรียน 4) สนับสนุนงบประมาณ เครื่องมือ อุปกรณ์ สื่อ วัสดุ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ 5) สร้างความร่วมมือและใช้ประโยชน์จากแหล่งเรียนรู้ภายนอกโรงเรียนตามบริบทและสภาพของโรงเรียน 6) จัดซื้อ จัดหา และซ่อมแซมสิ่งต่าง ๆ ที่จะใช้ในการสนับสนุนการจัดการเรียนรู้บูรณาการสาระการเรียนรู้ของสภานักเรียนให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้อยู่เสมอ 7) ส่งเสริม สนับสนุนให้ครูแต่ละระดับชั้น

จัดการเรียนรู้บูรณาการสาระการเรียนรู้ของสภานักเรียน 8) จัดตารางเรียนที่เอื้อต่อการจัดการเรียนรู้บูรณาการสาระการเรียนรู้ของสภานักเรียน 9) จัดบรรยากาศ และแหล่งเรียนรู้ให้เอื้อต่อการจัดการเรียนรู้บูรณาการสาระการเรียนรู้ของสภานักเรียน 10) ส่งเสริมให้ครูใช้วิธีการวัดและประเมินผลตามสภาพจริง และใช้วิธีที่หลากหลาย 11) นิเทศ กำกับ ติดตาม และประเมินผลการจัดการเรียนรู้บูรณาการสาระการเรียนรู้ของสภานักเรียน สะท้อนผลการจัดกิจกรรมร่วมกัน ปรับปรุง และพัฒนาให้มีประสิทธิภาพอยู่เสมอ

1.3) การกำหนดรูปแบบและประชุมสภานักเรียน เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าค่าดัชนีความต้องการจำเป็นของกระบวนการบริหารงานสภานักเรียน ด้านการกำหนดรูปแบบและประชุมสภานักเรียน เรียงตามลำดับมากไปน้อย ดังนี้ 1) การวางแผน กำหนดรูปแบบการประชุมและระเบียบในการประชุมสภานักเรียนอย่างชัดเจน กล่าวการวางแผน (Planning) เป็นการวางเค้าโครงกิจกรรมซึ่งเป็นการเตรียมการก่อนลง มือปฏิบัติ เพื่อให้การดำเนินการสามารถบรรลุเป้าหมายที่วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพ (Luther H. Gulick and Lyndall Urwick, 1973) 2) การกำหนดให้สภานักเรียนดำเนินการประชุมตามกำหนดการ รูปแบบ ระเบียบการประชุมที่กำหนดไว้ กล่าวคือกระบวนการนำแผนไปปฏิบัติ (Implementation) คือ การดำเนินงานตามแผนที่กำหนดไว้ให้บรรลุผลตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ โดย Newby, Stepich, Lehman, and Russell (2000) ได้กล่าวถึงการนำแผนไปปฏิบัติ (Implementation) ว่า เป็นองค์ประกอบที่แสดงถึงกรรมวิธีในการตัดสินใจเลือกแผนงานและโครงการไปปฏิบัติให้เกิดผลสำเร็จตามจุดหมาย (Ends) ที่กำหนดไว้ส่วนของขั้นตอนนี้จะต้องอาศัยกลยุทธ์หลายอย่าง ทั้งกลยุทธ์ภายในและภายนอกองค์การ 3) การกำหนดให้สภานักเรียนประเมินรูปแบบการประชุมสภานักเรียนตามขั้นตอน ก่อนประชุม ระหว่างประชุมและหลังประชุม กล่าวคือ การประเมินผล (Evaluation) หมายถึง ตรวจสอบการควบคุมและการวัดผลการปฏิบัติตามแผน เพื่อปรับปรุงให้บรรลุตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ 4) ผู้บริหารหรือครูที่ปรึกษาเข้าร่วมรับฟังการประชุมของสภานักเรียนอย่างสม่ำเสมอ กล่าวคือการนำองค์กร (Leading) เป็นการจูงใจผู้ใต้บังคับบัญชาการกำกับดูแลผู้อื่น การเลือกช่องทางสื่อสารที่มีประสิทธิผลสูงสุด เป็นสภาวะที่ผู้นำใช้ความพยายามที่จะให้มีอิทธิพลต่อผู้อื่นเพื่อให้การปฏิบัติงานบรรลุจุดหมายขององค์การไห้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล การที่ผู้นำจะเป็นผู้นำที่มีศักยภาพลังกล่าวไห้พึงทำความเข้าใจทฤษฎีการจูงใจ (Motivation) ภาวะผู้นำ (Leadership) การติดต่อสื่อสาร (Communication) และการบริหารกลุ่ม (Group) เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสม 5) การกำหนดให้สภานักเรียนจัดทำระเบียบวาระการประชุมและบันทึกและรายงานการประชุมทุกครั้งเป็นการกำกับกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้แน่ใจว่าได้ดำเนินไปตามแผน มีสิ่งที่ผิดพลาดต้องแก้ไขน้อยที่สุด เป็นกระบวนการวางระเบียบกฎเกณฑ์เพื่อให้การปฏิบัติงานขององค์การบรรลุผลตามจุดหมายที่กำหนดไว้มุ่งให้เกิดความมั่นใจว่าสมาชิกในองค์การได้ประพฤติปฏิบัติไปในทิศทางที่จะทำให้บรรจุผลตามมาตรฐานการทำงานที่กำหนดไว้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งขององค์การ การเสริมสร้างพฤติกรรมที่พึงประสงค์และพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของสมาชิกในองค์กร (ศรุดา ชัยสุวรรณ, 2563) และ 6) ผู้บริหารหรือครูที่ปรึกษาชี้แจงให้สภานักเรียนทราบบทบาท

หน้าที่ในการประชุมได้อย่างชัดเจน การกำหนดหน้าที่ ภาระงานที่รับผิดชอบ โดยการระบุผู้รับผิดชอบตัดสินใจและบังคับบัญชา โดย Luther H. Gulick and Lyndall Urwick (1973) กล่าวถึง การจัดองค์การ (Organizing) ว่าเป็นการกำหนดโครงสร้างขององค์การ โดยพิจารณาให้เหมาะสมกับงาน เช่น การแบ่งงาน (Division of Work) เป็นกรม กอง หรือแผนกโดยอาศัยปริมาณงานคุณภาพงานหรือจัดตามลักษณะเฉพาะของงาน (Specialization) จากผลการวิจัยเห็นว่า การประชุมเป็นกิจกรรมที่ทำให้สมาชิกในสภานักเรียนเกิดความเข้าใจที่ตรงกัน เป็นการรวบรวมความคิดเห็นรวมถึงวิธีการแก้ปัญหาต่าง ๆ จากสมาชิกอย่างทั่วถึง สมาชิกผู้ร่วมประชุมต้องรู้บทบาทหน้าที่ของตน ทั้งผู้ทำหน้าที่ประธานต้องสามารถใช้ทักษะและเทคนิคในการนำและควบคุมการประชุม สนับสนุนให้ผู้เข้าประชุมมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นมีการเสนอความคิดที่ทำให้เกิดการยอมรับและเป็นประโยชน์ต่อโรงเรียน ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับผลการศึกษาของกับ วีระศักดิ์ วงศ์นาแค (2563) ที่ศึกษาสภาพปัจจุบันการบริหารกิจกรรมสภานักเรียนในโรงเรียนสังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2 โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมาก ไปหาน้อย 3 ลำดับ ได้แก่ กิจกรรมพัฒนาทักษะการประชุม ($\overline{X}$=3.08, SD=0.95) กิจกรรมการสร้าง เครือข่ายหรือการมีส่วนร่วม ($\overline{X}$=2.94, SD=0.97) และกิจกรรมพัฒนาทักษะผู้นำ ($\overline{X}$=2.93, SD=0.97) และ Charles, K (2015) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของสภานักเรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษาของรัฐใน KIRINYAGA EAST SUB-COUNTY ในประเทศเคนยา พบว่า สภานักเรียนและควรมีการฝึกอบรม มีการประชุมวางแผนและมีโครงสร้างที่ดี ควรมีการพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมผู้นำสภานักเรียนและนำไปใช้ในโรงเรียนเพื่อให้พวกเขาแก้ไขความขัดแย้งปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างง่ายดายสะดวกสบายและมีประสิทธิภาพ ควรมีการฝึกอบรมทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการได้รับการเสนอเป็นประจำเพื่อแต่งตั้งที่ปรึกษาของนักเรียนให้เป็นผู้นำ และ Alviento, S. (2018) ที่ได้ศึกษาประสิทธิผลของการปฏิบัติงานของรัฐบาลนักเรียนของวิทยาลัยรัฐนอร์ทลูซอนในประเทศฟิลิปปินส์ พบว่า รัฐบาลนักเรียนมีบทบาทในวิทยาลัยในการทำให้นักเรียนตระหนักถึงสิทธิทางการเมืองของตนเอง ต้องมีกำหนดการจัดการประชุม สัมมนาฝึกอบรมความเป็นผู้นำอยู่เป็นประจำเพื่อให้นักเรียนโดยเฉพาะผู้นำนักเรียนสามารถเรียนรู้วิธีการได้อย่างเพียงพอที่จะเป็นผู้นำที่มีประสิทธิผลมากขึ้น ครูที่ปรึกษาควรมีบทบาทเป็นผู้อำนวยความสะดวกฝ่ายบริหารหรือองค์กรนักศึกษาอื่น ๆ เมื่อถึงคราวจำเป็นที่จะต้องให้การส่งเสริมและสนับสนุน

2) แนวทางการบริหารงานสภานักเรียนของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา กรุงเทพมหานคร เขต 2 มีแนวทางสำคัญสอดคล้องกับขอบข่ายการปฏิบัติกิจกรรมสภานักเรียนที่ผู้บริหารและครูจำต้องดำเนินการจัดให้สภานักเรียนของสำนักพัฒนากิจกรรมนักเรียน สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (2558) ที่ได้เสนอไว้ว่าการจัดกิจกรรมที่มุ่งให้นักเรียนได้มีส่วนร่วมในการคิด การพูด การวางแผน เป็นการเปิดโอกาสให้นักเรียนได้แสดงออก ในบทบาทต่าง ๆ เช่น เป็นประธาน เป็นสมาชิก เป็นผู้นำ หรือผู้ตามที่ดีย่อมส่งผลให้นักเรียน มีความรู้ความคิด มีความเข้าใจและการได้เผชิญประสบการณ์ตรงจากการปฏิบัติจริง จะช่วยให้นักเรียนสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพพึงประสงค์และจัดลำดับความต้องการจำเป็นของการบริหารงานสภานักเรียนของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา กรุงเทพมหานคร เขต 2 นั่น ผู้ที่เกี่ยวข้องในการกำหนดนโยบาย ผู้บริหารโรงเรียน ครูที่ปรึกษาควรวางแผนดำเนินงาน รวมทั้งการปฏิบัติงานสภานักเรียน ดำเนินการตามกระบวนการบริหารงานสภานักเรียนในแต่ละด้าน ดังนี้

1. ด้านการกำหนดที่มาของสภานักเรียน การกำหนดโครงสร้างสภานักเรียน การกำหนดรูปแบบและประชุมสภานักเรียน โรงเรียนควรจัดทำธรรมนูญหรือระเบียบโรงเรียนว่าด้วยเรื่องสภานักเรียนและออกคำสั่งแต่งตั้งครูที่ปรึกษาและคณะกรรมการสภานักเรียนอย่างชัดเจนพร้อมกับการดำเนินการการกำหนดที่มาของสภานักเรียน การกำหนดโครงสร้างสภานักเรียน การกำหนดรูปแบบและประชุมสภานักเรียนตามธรรมนูญหรือระเบียบที่กำหนดไว้

2. ด้านการสร้างเครือข่ายสภานักเรียนและการมีส่วนร่วมการบูรณาการกิจกรรมสภานักเรียนเข้ากับกลุ่มสาระการเรียนรู้ การเสนอโครงการหรือกิจกรรมของสภานักเรียน การประเมินผลกิจกรรมสภานักเรียน โรงเรียนควรกำหนดนโยบายและจัดทำแผนปฏิบัติการของสถานศึกษาในการดำเนินงาน กำกับ ติดตามและกำหนดให้สภานักเรียนสรุปรายงานผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพพึงประสงค์และความต้องการจำเป็นเพื่อเสนอแนวทางการบริหารงานสภานักเรียนของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา กรุงเทพมหานคร เขต 2 ควรมีการศึกษาผลการใช้แนวทางการบริหารงานสภานักเรียนเพื่อเป็นข้อมูล สารสนเทศให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องในการกำหนดนโยบาย วางแผนดำเนินงาน รวมทั้งการปฏิบัติงานของสภานักเรียนให้เกิดประสิทธิภาพต่อไป

เอกสารอ้างอิง

รัชดา ธราภาค. (2564). **สภานักเรียนระบบการศึกษากับวัฒนธรรมการมีส่วนร่วม.** นนทบุรี: ภาพพิมพ์.

เลิศพร อุดมพงษ์. (2562). **การศึกษาเพื่อสร้างความเป็นพลเมือง (Civic/Citizenship Education) ในการส่งเสริมบทบาทของภาคพลเมืองในการเมืองระบบตัวแทน: แนวทางที่ยั่งยืนผ่านประสบการณ์จากต่างประเทศ.** กรุงเทพฯ: สถาบันพระปกเกล้า.

เลิศพร อุดมพงษ์. (2562). *สภานักเรียนกับบทบาทการเสริมสร้างประชาธิปไตยในโรงเรียน.* **สังคมศาสตร์นิติรัฐศาสตร์,** 2(2): 39-75.

วีระศักดิ์ วงศ์นาแค และ สุธรรม ธรรมทัศนานนท์. (2563). *แนวทางการบริหารกิจกรรมสภานักเรียนในโรงเรียนสังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2.* **มหาจุฬานาครทรรศน์,** 7(8): 283-295.

ศรุดา ชัยสุวรรณ. (2563). **เอกสารประกอบการสอนรายวิชาการบริหารและการจัดการศึกษาแนวใหม่**. คณะการจัดการการศึกษาเชิงสร้างสรรค์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์.

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2558). **คู่มือแนวทางการปฏิบัติงานกิจกรรมสภานักเรียน.** กรุงเทพฯ: สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ.

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2559).**การดำเนินงานกิจกรรมสภานักเรียนในระดับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาและในระดับสถานศึกษา.** สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ที่ศธ 04188/ว308. ลงวันที่18 พฤษภาคม 2559.

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2562). **คู่มือการการคัดเลือกโรงเรียนต้นแบบสภานักเรียนสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน.** กรุงเทพฯ: สำนักงานพัฒนากิจกรรมนักเรียน.

Alviento, S. (2018). *Effectiveness of The Performance of The Student Government of North Luzon Philippines State College.* **Research in Pedagogy**, 8(1): 1-16.

Charles, K. (2015). **Factors Influencing Effectiveness of Student Councils in Public Secondary Schools in Kiriyaga East Sub-County, Kenya**. Degree of Master. University of Nairobi.

Griebler, U. and Nowak, P. (2012). *Student councils: a tool for health promoting schools. Characteristics and effects.* **Health Education,** 1122): 105-132.

Gulick, L. and Lyndall, U. (1973). **The Science of Administration**. New York.

Newby, T.J., Stepich, D.A., Lehman J.D. and Russell J.D. (2000). **Educational Technology for Teaching and Learning.** Upper Saddle River, NJ: Prentice-hall.

The National Association of Student Councils. (2014). **Student Council Handbook** 2014 ed. The United States of America: The National Association of Secondary School Principal.

การพัฒนากลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อส่งเสริมระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

A Development of School Administration Strategy for Promoting the Student Care and Support System in the Spread of the Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) Situation

สุริยะ จันทร์สนอง
ผู้อำนวยการโรงเรียนท่ามะกาวิทยาคม สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากาญจนบุรี
E-mail: chansanong@gmail.com
Suriya Chansanong
School Director Thamakawitthayakom School
The Secondary Educational Service Area Office Kanchanaburi

รับเข้า: *6 กรกฎาคม 2565* **แก้ไข:** *22 กรกฎาคม 2565* **ตอบรับ:** *27 กรกฎาคม 2565*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความต้องการจำเป็นในการบริหารสถานศึกษาเพื่อส่งเสริมระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 2) พัฒนากลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อส่งเสริมระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ รองผู้อำนวยการโรงเรียนท่ามะกาวิทยาคม 4 คน ครูโรงเรียนท่ามะกาวิทยาคม 103 คน รวม 107 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์เนื้อหา และประเมินความต้องการจำเป็นโดยใช้ค่าดัชนี $PNI_{modified}$ จัดทำกลยุทธ์โดยใช้เทคนิค SWOT Analysis นำผลการวิเคราะห์มาจัดทำร่างกลยุทธ์และตรวจสอบกลยุทธ์โดยการจัดประชุมสนทนากลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิด้านการบริหารการศึกษา ระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนและการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 จำนวน 12 คน

ผลการวิจัย พบว่า 1) ความต้องการจำเป็นในการบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน ด้านการริเริ่ม คือ การซักถาม พูดคุย และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและความต้องการของการคัดกรองนักเรียน ด้านการวางแผน คือ การกำหนดนโยบาย แผนงาน โครงการเกี่ยวกับการคัดกรองนักเรียน ด้านการดำเนินการ คือ การช่วยเหลือด้านงบประมาณด้านการประเมินผล คือ การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือร่วมประชุมประเมินผลการปฏิบัติงานตามแผนที่วางไว้เกี่ยวกับการพัฒนาและส่งเสริมนักเรียน 2) กลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนใน

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ และ 20 วิธีการ ได้แก่ 1. กลยุทธ์เชิงรุก พัฒนาระบบการบริหารจัดการระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน ประกอบด้วย 7 วิธีการ 2. กลยุทธ์เชิงรับ ส่งเสริมการสอนสนุก เรียนรู้อย่างมีความสุขและปลอดภัย ประกอบด้วย 5 วิธีการ 3. กลยุทธ์ขยายโอกาส พัฒนาการมีส่วนร่วมและภาคีเครือข่ายอย่างกัลยาณมิตร ประกอบด้วย 4 วิธีการ และ 4. กลยุทธ์ปรับโครงสร้างการทำงาน พัฒนาระบบเทคโนโลยีเพื่อการบริหารจัดการระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน ประกอบด้วย 4 วิธีการ

คำสำคัญ: กลยุทธ์การบริหารสถานศึกษา ระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

Abstract

The objectives of this study were to 1) study the needs assessment of school administration for promoting the student care and support system in the spread of the Coronavirus disease 2019 (COVID-19) situation, and 2) develop the school administration strategy for promoting the student care and support system in the spread of the Coronavirus disease 2019 (COVID-19) situation. The samples consisted of 4 deputy school directors and 103 teachers, totaling 107 people. The instruments used to collect information were a five-point rating scale questionnaire. The data was analyzed using average, standard deviation, and content analysis, and evaluated the needs using the $PNI_{modified}$ index value. The strategies were made by using SWOT Analysis techniques and then taking the analysis results to make a draft strategy and examining a strategy through focus group discussion with 12 experts in educational administration, student care and support system and outbreak of coronavirus disease 2019 (covid-19).

The finding of this study was as follows: 1) The need for school administration to develop student care and support system: the initiative was to ask, talk, and exchange opinions on the problems and needs of student screening, the planning was to set policies, plans, and projects related to student screening, the operation was the budget aid, and the evaluation was to exchange opinions or attend the performance assessment meeting as planned regarding the development and promotion of students. 2) The school administration strategy for promoting the student care and support system in the spread of the Coronavirus disease 2019

(COVID-19) situation included 4 strategies and 20 methods: the first strategy was to develop a management system for student care and support system, which included 7 methods, the second strategy was to promote fun teaching and learning in a safe and happy way, which included 5 methods, the third strategy was to develop participation and network partnerships such as Kalayanamitta, which included 4 methods, and the fourth strategy was to develop a technology system for the management of the student care and support system, which included 4 methods.

Keywords: school administration strategy, student care and support system, Coronavirus disease 2019 (COVID-19)

บทนำ

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ มาตรการ และจุดเน้นในการพัฒนาการดำเนินงานระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียน โดยคำนึงถึงสิทธิของนักเรียนให้ได้รับโอกาสทางการศึกษาด้วยรูปแบบที่เหมาะสม พัฒนาบุคลากรของสถานศึกษาให้มีความรู้ความสามารถในการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน ซึ่งระบบการดูแลช่วยเหลือมีขั้นตอนสำคัญ 5 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การรู้จักนักเรียนเป็นรายบุคคล 2) การคัดกรอง 3) การส่งเสริมและพัฒนา 4) การป้องกันและแก้ไขปัญหา และ 5) การส่งต่อ มีครูประจำชั้นหรือครูที่ปรึกษาเป็นบุคลากรหลักในการดำเนินงาน โดยการมีส่วนร่วมของบุคลากรและเครือข่ายที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกสถานศึกษา อาทิ คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน ผู้ปกครอง ชุมชน ผู้บริหาร ครูทุกคน ฯลฯ นโยบายสำคัญในปี พ.ศ. 2564 การดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนเป็นปีแห่งการรัก เข้าใจ ห่วงใย ปลอดภัย และให้โอกาส โดยให้สถานศึกษาในสังกัดทุกแห่งจัดให้มีระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียน และดำเนินการอย่างจริงจัง ต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดความยั่งยืน นักเรียนทุกคนจะต้องได้รับการดูแล ช่วยเหลือ พิทักษ์ปกป้อง คุ้มครองอย่างรอบด้านด้วยกระบวนการที่ถูกต้อง เหมาะสมและทันการณ์ ได้รับการพัฒนาในทุกมิติ เพื่อให้เป็นคนดี มีความสุข และปลอดภัยในสภาพสังคมปัจจุบัน (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2564)

การจัดการศึกษาของประเทศไทยได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 โดยมีการหยุดการเรียนการสอนทั้งในลักษณะที่หยุดทั่วประเทศและหยุดเฉพาะบางพื้นที่ สำหรับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษากาญจนบุรีได้ประกาศให้สถานศึกษาในสังกัดและในกำกับปิดเรียนด้วยเหตุพิเศษ โดยการปิดหรือเปิดเรียนให้สถานศึกษาบริหารงานให้สอดคล้องกับประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินสืบเนื่องจากการระบาดของโรคโควิด-19 และกำหนดนโยบายการบริหารงานสถานศึกษาในช่วงโควิด-19 สรุปดังนี้ 1)

รูปแบบการจัดการเรียนการสอนออกแบบให้สอดคล้องกับความปลอดภัยของพื้นที่ โดยมีการเรียนรู้แบบ Onsite ในพื้นที่ที่มีความปลอดภัยสามารถไปโรงเรียนได้ ขณะที่พื้นที่ที่ไม่ปลอดภัยจะมีการเรียนรู้หลักผ่านทางการ On-Air และมีการเรียนรู้เสริมผ่านระบบ Online และ 2) ลดการประเมินและงดกิจกรรมต่าง ๆ ที่ไม่จำเป็น โดยเน้นเรียนเฉพาะวิชาในกลุ่มสาระการการเรียนรู้หลัก เมื่อศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นของนักเรียนโรงเรียนท่ามะกาวิทยาคม ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 โดยการสอบถามเชิงลึก พบว่า นักเรียนประสบกับปัญหาด้านการเรียน ปัญหาครอบครัว สุขภาพ เศรษฐกิจ สังคม พฤติกรรมไม่เหมาะสม และปัญหาด้านความปลอดภัย ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงที่ส่งผลให้นักเรียนประพฤติตนไม่เหมาะสม ประกอบด้วย ปัจจัยจากสภาพครอบครัว โรงเรียน เพื่อน ชุมชน และสังคม รวมทั้งปัจจัยที่เกิดจากตัวนักเรียนเอง สะท้อนให้เห็นถึงปัญหาของการบริหารงานของโรงเรียน ความร่วมมือระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครองและชุมชน การที่จะให้เด็กเยาวชน ผู้ปกครองและชุมชน เข้ามามีส่วนร่วมจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะให้ทุกคนมีความรู้ ความเข้าใจและตระหนักถึงบทบาท ภาระหน้าที่ของทุกคนในการดำเนินการดังกล่าว

การแก้ไขปัญหาและกำจัดปัจจัยเสี่ยงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นข้างต้นของนักเรียนจำเป็นต้องอาศัยระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (2564) ได้กำหนดแนวทางการพัฒนาและขับเคลื่อนระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียน ซึ่งเมื่อพิจารณารายละเอียดแล้ว พบว่า แนวทางการพัฒนาและขับเคลื่อนระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียนมีขั้นตอนของการกำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานแต่ทางสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานมอบหมายการดำเนินงานให้กับสถานศึกษาเป็นผู้รับผิดชอบเองโดยตรง เมื่อผู้วิจัยได้ทบวนกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาแล้ว พบว่า กลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเดิมยังไม่สะท้อนถึงการบริหารสถานศึกษาเพื่อส่งเสริมระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 วิธีการดำเนินการในแต่ละกลยุทธ์ยังขาดการนำระบบกิจกรรมทางด้านสาธารณสุขมาบูรณาการกับทักษะการเรียนรู้ทักษะชีวิต และการคุ้มครองผู้เรียน พร้อมทั้งยังไม่มีการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยในการดำเนินงานให้เหมาะสมตามสถานการณ์ปัจจุบัน ผู้วิจัยในฐานะที่เป็นผู้อำนวยการโรงเรียนได้รับทราบปัญหาของนักเรียนและตระหนักถึงความสำคัญของระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนที่มีส่วนช่วยในการพัฒนานักเรียน ให้มีทักษะชีวิตที่ดี ได้รับการส่งเสริมพัฒนาเต็มตามศักยภาพ จึงสนใจที่จะพัฒนากลยุทธ์ในการบริหารสถานศึกษาเพื่อส่งเสริมระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งจะช่วยแก้ปัญหาของนักเรียนในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และพัฒนาระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนให้มีความสมบูรณ์และเข้มแข็งยิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการจำเป็นในการบริหารสถานศึกษาเพื่อส่งเสริมระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

2. เพื่อพัฒนากลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อส่งเสริมระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) โดยดำเนินการวิจัย 2 ขั้นตอน โดยมีรายละเอียดการดำเนินงานแต่ละขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ในการบริหารสถานศึกษาเพื่อส่งเสริมระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน

1.1 ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ รองผู้อำนวยการสถานศึกษาและครู โรงเรียนท่ามะกาวิทยาคม จังหวัดกาญจนบุรี ปีการศึกษา 2564 จำนวน 107 คน

1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ในการบริหารสถานศึกษาเพื่อส่งเสริมระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ประกอบด้วย

ระดับ 5 หมายถึง สภาพการดำเนินการปัจจุบันมากที่สุด / สภาพที่พึงประสงค์มากที่สุด
ระดับ 4 หมายถึง สภาพการดำเนินการปัจจุบันมาก / สภาพที่พึงประสงค์มาก
ระดับ 3 หมายถึง สภาพการดำเนินการปัจจุบันปานกลาง / สภาพที่พึงประสงค์ปานกลาง
ระดับ 2 หมายถึง สภาพการดำเนินการปัจจุบันน้อย / สภาพที่พึงประสงค์น้อย
ระดับ 1 หมายถึง สภาพการดำเนินการปัจจุบันน้อยที่สุด / สภาพที่พึงประสงค์น้อยที่สุด

1.3 ขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถามสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ในการบริหารสถานศึกษาเพื่อส่งเสริมระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน

1) จัดทำแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

2) ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามโดยการนำเสนอผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาและให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ผลการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา โดยการวิเคราะห์ค่าดัชนี IOC ของแบบสอบถาม รวมเฉลี่ยเท่ากับ 0.937 และผู้วิจัยได้คัดเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC สูงกว่า 0.50 โดยมีค่าอยู่ระหว่าง 0.60–1.00

3) นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิไปทดลองกับบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน ณ โรงเรียนนิวิษฐ์ราษฎร์อุปถัมภ์ จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย เพื่อตรวจสอบความชัดเจน ความเข้าใจ และความครอบคลุมของ

แบบสอบถาม รวมทั้งขอข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เมื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ได้ค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.995 ซึ่งมีค่าความเที่ยงอยู่ในระดับที่เหมาะสม ไม่น้อยกว่า 0.70

4) ผู้วิจัยทำการปรับปรุง แก้ไข พัฒนาแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์ ก่อนที่จะได้มีการนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจริง

1.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถามในการประชุมประจำเดือนของโรงเรียน และขอให้ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านส่งแบบสอบถามกลับที่ผู้วิจัย

1.5 การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามในส่วนที่เป็นมาตราส่วนประมาณค่า โดยการหาค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การประเมินความต้องการจำเป็นวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าดัชนี $PNI_{modified}$ ซึ่งมีสูตรในการคำนวณ (สุวิมล ว่องวาณิช, 2550) ดังนี้

$$PNI_{modified}=\frac{I-D}{D}$$

โดย I (Importance) หมายถึง ระดับความคาดหวังที่ต้องการให้เกิดหรือสภาพที่พึงประสงค์

D (Degree of Success) หมายถึง ระดับสภาพที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

การจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นในการเรียงค่าดัชนี $PNI_{modified}$ จากมากไปหาน้อย โดยตั้งเกณฑ์การประเมินไว้ว่า ความต้องการจำเป็นที่มีค่าดัชนี $PNI_{modified}$ เท่ากับ หรือมากกว่าค่าเฉลี่ย $PNI_{modified}$ ของแต่ละด้าน ถือได้ว่ามีความต้องการจำเป็นต้องพัฒนา ส่วนการจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นใช้การเรียงดัชนีจากมากไปหาน้อย ดัชนีที่มีค่ามากแปลว่า มีความต้องการจำเป็นสูงที่ต้องได้รับการพัฒนามากกว่าดัชนีที่มีค่าน้อย

ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนากลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อส่งเสริมระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

2.1 การกำหนดกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อส่งเสริมระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

ผู้วิจัยใช้ผลการวิจัย ในขั้นตอนที่ 1 มาศึกษาและสรุปเพื่อออกแบบกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อส่งเสริมระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยมีแนวทางในการดำเนินการกำหนดกลยุทธ์ ดังต่อไปนี้

การวิเคราะห์ SWOT Analysis นำข้อมูลที่ได้เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายในที่เป็นจุดแข็งและจุดอ่อน สภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นโอกาสและอุปสรรค มาจัดทำ SWOT Matrix เพื่อกำหนดกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อส่งเสริมระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยมีเทคนิคการวิเคราะห์ SWOT Analysis และการจัดทำ SWOT Matrix ดังนี้

1. จับคู่จุดแข็ง-โอกาส (SO) โดยกลยุทธ์ คือ การใช้จุดแข็งที่ได้รับโอกาสมากที่สุด

2. จับคู่จุดแข็ง-อุปสรรค (ST) โดยกลยุทธ์ คือ การใช้จุดแข็งเพื่อหลีกเลี่ยงภาวะควบคุม/ภาวะที่เป็นอุปสรรค

3. จับคู่จุดอ่อน-โอกาส (WO) โดยกลยุทธ์ คือ การลดจุดอ่อนเพิ่มโอกาส

4. จับคู่จุดอ่อน-อุปสรรค (WT) โดยกลยุทธ์ คือ การลดจุดอ่อนและหลีกเลี่ยงภาวะคุกคาม/ภาวะที่เป็นอุปสรรค

5. จากกลยุทธ์ทั้งหมดในแต่ละช่อง SO, ST, WO, WT ผู้วิจัยนำไปพัฒนาเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญที่จะเกิดผลต่อการบริหารสถานศึกษาเพื่อส่งเสริมระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และกำหนดเป็นกลยุทธ์ต่อไป

2.2 การตรวจสอบความเป็นไปได้ก่อนนำกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อส่งเสริมระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ไปใช้

โดยการสนทนากลุ่ม (focus group) ผู้ทรงคุณวุฒิ ณ ห้องเกียรติยศ ชั้น 2 อาคาร 2 (อาคารแก้วกัลยา) โรงเรียนท่ามะกาวิทยาคม

2.2.1 กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิที่ผู้วิจัยเลือกแบบเจาะจง โดยเป็นโดยด้านการบริหารการศึกษา ระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน และการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 จำนวน 12 คน

2.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แนวทางการสนทนากลุ่มเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการใช้กลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อส่งเสริมระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และแบบบันทึกการสนทนากลุ่ม

2.2.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ ผู้วิจัยชี้แจงและทำความเข้าใจเกี่ยวกับรายละเอียดของกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อส่งเสริมระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 จากนั้นถามประเด็นคำถามตามแนวทางการสนทนากลุ่มเพื่ออภิปรายความเป็นไปได้ในการใช้กลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อส่งเสริมระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

2.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์เนื้อหาจากแบบบันทึกการสนทนากลุ่มของผู้ทรงคุณวุฒิที่ร่วมกันอภิปรายความเป็นไปได้ในการใช้กลยุทธ์การบริหารสถานศึกษา เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อส่งเสริมระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาความต้องการจำเป็น โดยศึกษาจากวิเคราะห์สภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ในการบริหารสถานศึกษา

ผลการพิจารณาความต้องการจำเป็นในการบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน พบว่า

1. ความต้องการจำเป็นด้านการริเริ่ม 3 อันดับแรก คือ การซักถาม พูดคุย และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและความต้องการของการคัดกรองนักเรียน ($PNI_{modified}$=0.1855) การตัดสินใจในการจัดลำดับความสำคัญของการคัดกรองนักเรียน ($PNI_{modified}$=0.1826) และการวิเคราะห์ปัญหาและสาเหตุของปัญหาของการรู้จักนักเรียนเป็นรายบุคคล ($PNI_{modified}$=0.1784)

2. ความต้องการจำเป็นด้านการวางแผน 3 อันดับแรก คือ การกำหนดนโยบาย แผนงาน โครงการ เกี่ยวกับการคัดกรองนักเรียน ($PNI_{modified}$=0.2056) การวางแผนและนำเสนอรายละเอียดกิจกรรมเกี่ยวกับการคัดกรองนักเรียน ($PNI_{modified}$=0.2023) และการวางแผนและนำเสนอรายละเอียดกิจกรรมเกี่ยวกับการส่งต่อนักเรียน ($PNI_{modified}$=0.1889)

3. ความต้องการจำเป็นด้านการดำเนินการ 3 อันดับแรก คือ การช่วยเหลือด้านทุนทรัพย์/งบประมาณ หรือขอความช่วยเหลือจากองค์กรภายนอกเกี่ยวกับการรู้จักนักเรียนเป็นรายบุคคล ($PNI_{modified}$=0.2236) การประชาสัมพันธ์และกระตุ้นกิจกรรมเกี่ยวกับการคัดกรองนักเรียน ($PNI_{modified}$=0.2147) และการช่วยเหลือด้านทุนทรัพย์/งบประมาณ หรือขอความช่วยเหลือจากองค์กรภายนอกเกี่ยวกับการคัดกรองนักเรียน ($PNI_{modified}$=0.2111)

4.ความต้องการจำเป็นด้านการประเมินผล 3 อันดับแรก คือ การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือร่วมประชุมประเมินผลการปฏิบัติงานตามแผนฯ ที่วางไว้เกี่ยวกับการพัฒนาและส่งเสริมนักเรียน ($PNI_{modified}$=0.2179) การกำกับ ดูแล ติดตามและรายงานปัญหา อุปสรรคการทำงานเกี่ยวกับการป้องกันและแก้ไขปัญหานักเรียน ($PNI_{modified}$=0.2175) และการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือร่วมประชุมประเมินผลการปฏิบัติงานตามแผนฯ ที่วางไว้เกี่ยวกับการส่งต่อนักเรียน ($PNI_{modified}$=0.2099)

ผู้วิจัยใช้คำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอย่างอิสระ จากนั้นจึงนำมาวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อจำแนกเป็นจุดแข็ง (S) จุดอ่อน (W) โอกาส (O) และอุปสรรค (T)

ตารางที่ 1 จุดแข็ง (S) จุดอ่อน (W) โอกาส (O) และอุปสรรค (T) ของโรงเรียนท่ามะกาวิทยาคม

จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)	โอกาส (O)	อุปสรรค (T)
1) โรงเรียนมีนโยบายชัดเจนในการส่งเสริมสนับสนุนนักเรียน 2) โรงเรียนมีการจัดการเรียนการสอนที่เน้นนักเรียนเป็นสำคัญ ให้ความสำคัญต่อการจัดการศึกษาอย่างดี 3) ผู้บริหาร ครู และบุคลากรของโรงเรียนตระหนัก เห็นคุณค่าและความสำคัญของงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน	1) ครูมีภาระงานการจัดการเรียนการสอนและงานอื่น ๆ ส่งผลให้ไม่สามารถดูแลนักเรียนได้อย่างละเอียดและทั่วถึง 2) โรงเรียนขาดการประสานงานผู้ปกครองและชุมชนเข้ามาร่วมประชุมปรึกษาหารือร่วมคิดวิเคราะห์ปัญหาร่วมกัน เพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหาของนักเรียนหรือโรงเรียน	1) กระทรวงศึกษาธิการมีนโยบายที่ชัดเจนในการส่งเสริมงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน 2) ชุมชนมีความยินดีในการช่วยเหลือและสนับสนุนการจัดการศึกษา	สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลให้ผู้ปกครองได้รับผลกระทบทางเศรษฐกิจ ทำให้ผู้ปกครองสนใจในเรื่องการหาเงินมาดูแลครอบครัว ส่งผลให้ขาดการละเลยเอาใจใส่นักเรียน

2. ผลการพัฒนากลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อส่งเสริมระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

2.1 ผลการกำหนดกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อส่งเสริมระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

ผู้วิจัย รองผู้อำนวยการสถานศึกษา และครูผู้รับผิดชอบงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน ได้วิเคราะห์ SWOT Matrix เพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์ ดังนี้

ตารางที่ 2 กลยุทธ์ SO กลยุทธ์ (ST) กลยุทธ์ (WO) และกลยุทธ์ (WT)

กลยุทธ์ (SO)	กลยุทธ์ (ST)	กลยุทธ์ (WO)	กลยุทธ์ (WT)
1. ส่งเสริมกิจกรรมการสร้างความร่วมมือระหว่างสถานศึกษากับชุมชน 2. วางแผนการทำงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนอย่างเป็นระบบ 3. สร้างบรรยากาศแห่งการเรียนรู้ในสถานศึกษา ส่งเสริมการจัดการเรียนรู้ที่บูรณาการทักษะชีวิต วัดประเมินผลตามสภาพจริง 4. ส่งเสริมการระดมทรัพยากรทางการศึกษาจากชุมชน เช่น ทุนการศึกษา	1.จัดตั้งคณะกรรมการในการดำเนินงานโดยชุมชนเป็นคณะทำงานร่วมกันกับสถานศึกษา 2. กำหนดนโยบายการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนให้ชัดเจน 3. จัดอบรมและให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีในทางที่ดีและใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด 4. สนับสนุนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนเพื่อนำมาปรับปรุงในการทำงานครั้งต่อไป	1. พัฒนาและอบรมเสริมสร้างความรู้ในงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน 2. พัฒนาการใช้ระบบงานสารสนเทศในสถานศึกษาให้เกิดประโยชน์สูงสุด 3. แต่งตั้งผู้รับผิดชอบงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนอย่างชัดเจน 4. พัฒนาการใช้เทคโนโลยีและงานระบบสารสนเทศให้เกิดประโยชน์สูงสุด 5. ส่งเสริมให้ผู้ปกครองเข้ามามีส่วนร่วมในการประเมินผลการปฏิบัติงาน	1. สร้างและพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือจากทุกภาคส่วน 2. พัฒนาระบบสารสนเทศของสถานศึกษาให้มีความทันสมัยใช้เชื่อมโยงกับการทำงานได้ 3. พัฒนาและปรับปรุงการบริหารงานสถานศึกษาให้เอื้อต่อการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน 4. สนับสนุนกิจกรรมการแสวงหาความรู้ร่วมกัน พัฒนาครูให้มีความรู้ความสามารถในงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน

2.2 ผลการตรวจสอบความเป็นไปได้ก่อนนำกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อส่งเสริมระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ไปใช้

1) ชื่อกลยุทธ์ยังไม่ดึงดูดใจและกลยุทธ์ไม่สะท้อนถึงการบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน ผู้สนทนากลุ่มเสนอแนะให้ปรับชื่อกลยุทธ์ทั้ง 4 กลยุทธ์ พร้อมทั้งสอดแทรกการบริหารสถานศึกษาในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

2) วิธีการในแต่ละกลยุทธ์มีความชัดเจนในการปฏิบัติ แต่ยังไม่เหมาะสมตามกลยุทธ์ ขอให้ผู้วิจัยจัดวิธีการในแต่ละกลยุทธ์ใหม่ให้สอดคล้องชื่อกลยุทธ์ทั้ง 4 กลยุทธ์ โดยเพิ่มวิธีการที่คณะผู้สนทนากลุ่มเสนอแนะ อีก 4 ประเด็น ดังนี้ (1) วิเคราะห์สภาพปัญหา บริบทของสถานศึกษา และ

ชุมชน (2) วิเคราะห์ วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย และแผนพัฒนาคุณภาพของโรงเรียนท่ามะกา วิทยาคม ที่ส่งเสริมระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน (3) นำระบบกิจกรรมทางด้านสาธารณสุขในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 มาบูรณาการ ทักษะการเรียนรู้ ทักษะชีวิต และการคุ้มครองผู้เรียน และ (4) การใช้โปรแกรม mental health check-in ในการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

จากผลการกำหนดกลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อส่งเสริมระบบดูแลช่วยเหลือในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และผลการสนทนากลุ่มสามารสรุปเป็นวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ กลยุทธ์และวิธีการบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ดังนี้

2.2.1 วิสัยทัศน์ของระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน

“สร้างโอกาสสอนสนุก สุขเรียนอย่างปลอดภัย ด้วยระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน”

2.2.2 พันธกิจของระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน

1) พัฒนาระบบบริหารจัดการและวัฒนธรรมการทำงานตามระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนของครูและบุคลากรทางการศึกษา

2) ส่งเสริมรูปแบบการจัดการเรียนรู้ที่หลากหลายที่เอื้อต่อการเรียนรู้สอดคล้องกับศักยภาพของผู้เรียน

3) บูรณาการการดำเนินงานระบบดูแลช่วยนักเรียน ระบบการเรียนรู้และระบบกิจกรรมของโรงเรียนแบบองค์รวมให้สอดคล้องกับวิถี New Normal

4) ส่งเสริมสนับสนุนการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายในการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนอย่างรอบด้าน

5) พัฒนา จัดหาเทคโนโลยีเพื่อการบริหารจัดการ การเรียนรู้ การสื่อสารการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน

2.2.3 เป้าประสงค์ของระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน

1) โรงเรียนมีแนวทาง/รูปแบบการบริหารจัดการระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนอย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับบริบทของโรงเรียนและชุมชน

2) ครูและบุคลากรมีวัฒนธรรมการทำงานเป็นทีมและมีทักษะการดำเนินงานตามระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน

3) ครูมีทักษะออกแบบการจัดการเรียนรู้ที่เอื้อต่อการเรียนรู้และสอดคล้องกับความรู้ความสามารถความต้องการของนักเรียนและการดำเนินงานระบบดูแลนักเรียนเสริมสร้างทักษะชีวิต

4) ภาคีเครือข่ายมีส่วนร่วมสนับสนุนการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนอย่างต่อเนื่อง

5) โรงเรียนมีเทคโนโลยีเพื่อการบริหารจัดการ การเรียนรู้ การสื่อสารการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนอย่างเพียงพอและมีประสิทธิภาพ

ตารางที่ 3 กลยุทธ์และวิธีการบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

กลยุทธ์	วิธีการ
กลยุทธ์ที่ 1 (กลยุทธ์เชิงรุก) พัฒนาระบบการบริหารจัดการระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน	**ขั้นชง** 1. วิเคราะห์สภาพปัญหา บริบทของสถานศึกษา และชุมชน (SO2) 2. วิเคราะห์ วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย และแผนพัฒนาคุณภาพที่ส่งเสริมระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน (SO2 และคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ) 3. กำหนดนโยบายดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนให้ชัดเจน (ST2) 4. กำหนดโครงสร้างการบริหาร วางแผนการดำเนินงาน กำหนดผู้รับผิดชอบงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนอย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม (WO3) 5. ส่งเสริมพัฒนาครูเกี่ยวกับระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน สร้างวัฒนธรรมการทำงานตามระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนอย่างเป็นระบบ (WO1) 6. พัฒนาแนวทางการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน (WT1) 7. พัฒนาแนวทางการยกย่อง เชิดชูเกียรติและให้กำลังใจครู บุคลากรทางการศึกษาและผู้เกี่ยวข้อง (WT4)
กลยุทธ์ที่ 2 (กลยุทธ์เชิงรับ) ส่งเสริมการสอน สนุก เรียนรู้อย่างมีความสุขและปลอดภัย	**ขั้นใช้** 1. ใช้รูปแบบการการจัดการเรียนรู้ที่หลากหลายและจัดสภาพบรรยากาศให้เอื้อต่อการเรียนรู้สอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (SO3) 2. พัฒนาแนวปฏิบัติในการวัดและประเมินผล ให้สอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (SO3) 3. ส่งเสริมสนับสนุนการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนอย่างเป็นขั้นตอน โดยใช้รูปแบบออนไลน์หรือรูปแบบอื่นอย่างเหมาะสม (WT3) 4. จัดกิจกรรมส่งเสริมทักษะชีวิต แบบ New Normal และการส่งเสริมสุขภาพในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (SO4 และคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ)

ตารางที่ 3 กลยุทธ์และวิธีการบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ต่อ)

กลยุทธ์	วิธีการ
	5. ใช้โปรแกรม mental health check-in ในการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (SO4 และคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ)
กลยุทธ์ที่ 3 (กลยุทธ์ขยายโอกาส) พัฒนาการมีส่วนร่วมและภาคีเครือข่ายอย่างกัลยาณมิตร	**ขั้นเชื่อม** 1. ส่งเสริมและพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือจากทุกภาคส่วนเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนอย่างต่อเนื่อง (WT1) 2. ส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมการสร้างความร่วมมือระหว่างสถานศึกษากับผู้ปกครองในการดูแลช่วยเหลือนักเรียนอย่างเป็นระบบ (WT5) 3. ส่งเสริมการระดมทรัพยากรทางการศึกษาจากเครือข่าย **บวร** และหน่วยงานสาธารณสุข ในการดำเนินงานสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (SO1) 4. สนับสนุนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และสร้างองค์ความรู้ในการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน โดยใช้กระบวนการ PLC (ST4)
กลยุทธ์ที่ 4 (กลยุทธ์ปรับโครงสร้างการทำงาน) พัฒนาระบบเทคโนโลยีเพื่อการบริหารจัดการระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน	**ขั้นแชร์** 1. พัฒนาระบบเทคโนโลยีเพื่อจัดทำข้อมูลสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนอย่างเป็นระบบ (ST3) 2. พัฒนาระบบการใช้เทคโนโลยีเพื่อการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน (WO2, WO4) 3. พัฒนาระบบการใช้เทคโนโลยีเพื่อส่งเสริมระบบการนิเทศระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนในสถานศึกษา (WO2, WO4) 4. พัฒนาระบบการใช้เทคโนโลยีเพื่อสื่อสาร เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์การดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน (WT2)

อภิปรายผล

1. ผลการศึกษาและวิเคราะห์สภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ในการบริหารสถานศึกษา

ผลการพิจารณาความต้องการจำเป็นในการบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน พบว่า ความต้องการจำเป็นด้านการริเริ่มเป็นเรื่องของการดำเนินการคัดกรอง

นักเรียนและการรู้จักนักเรียนเป็นรายบุคคล สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาและขับเคลื่อนระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียน ของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (2564) ที่อธิบายว่า สถานศึกษาทุกแห่งต้องดำเนินการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถและดำเนินงานระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียนอย่างเป็นระบบและต่อเนื่องในขั้นตอนสำคัญ 5 ขั้นตอน ได้แก่ การรู้จักนักเรียนเป็นรายบุคคล การคัดกรอง การส่งเสริมและพัฒนา การป้องกันและแก้ไขปัญหา การส่งต่อ ความจำเป็นด้านการวางแผนเกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบาย แผนงาน โครงการ เกี่ยวกับการคัดกรองและส่งต่อ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุวรรณา แสงสุริฉาย (2556) ที่พบว่า ระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียนแบบออนไลน์ที่พัฒนาขึ้นต้องมีการกำหนดนโยบาย แผนงาน โครงการ เกี่ยวกับการรู้จักนักเรียนเป็นรายบุคคล การคัดกรอง การส่งเสริมและพัฒนา การป้องกันและแก้ไขปัญหา การส่งต่อ ที่ชัดเจน พร้อมนำสู่การปฏิบัติ ความจำเป็นด้านการดำเนินงาน เป็นเรื่องที่เกี่ยวกับองค์กรภายนอกโรงเรียนในการช่วยเหลือการดำเนินการรู้จักนักเรียนเป็นรายบุคคลและการคัดกรองนักเรียน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สดชื่น ดวงคำน้อย (2554) ที่พบว่า องค์กรภายนอกและชุมชนควรร่วมมือกันในการสนับสนุนการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนของโรงเรียน ทั้งในเรื่องของงบประมาณ การสะท้อนความคิดเห็น หรืออื่น ๆ ความจำเป็นด้านการประเมินผล เป็นเรื่องของการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือร่วมประเมินผลการปฏิบัติงานตามแผน สอดคล้องตามแนวทางการพัฒนาและขับเคลื่อนระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียนของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (2564) ที่อธิบายว่า การดำเนินระบบดูแลช่วยเหลือของสถานศึกษาทุกแห่งต้องมีการนำผลการประเมินไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

2. ผลการพัฒนากลยุทธ์การบริหารสถานศึกษาเพื่อส่งเสริมระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

กลยุทธ์ของการบริหารสถานศึกษาเพื่อส่งเสริมระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ 20 วิธีการ

กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาระบบการบริหารจัดการระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน (ขั้นชง) โดยวิธีการที่ 1 วิเคราะห์สภาพปัญหา บริบทของสถานศึกษา และชุมชน และ วิธีการที่ 2 วิเคราะห์ วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย และแผนพัฒนาคุณภาพที่ส่งเสริมระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ วรกาญจน์ สุขสดเขียว (2561) ที่พบว่า กระบวนการพัฒนาการบริหารระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนในขั้นการวางแผนควรมีการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันปัญหา โดยวิธี SWOT Analysis เพื่อสรุปประเด็นและวิธีการพัฒนา จากนั้นกำหนดการนำผล SWOT Analysis เพื่อเป็นกรอบการปฏิบัติงานตามหน้าที่ วิธีการที่ 3 กำหนดนโยบายการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนให้ชัดเจน และวิธีการที่ 4 กำหนดโครงสร้างการบริหาร วางแผนการดำเนินงาน กำหนดผู้รับผิดชอบงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนอย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ณัฐนียา ห้องกระจก

(2562) ที่อธิบายแนวทางการบริหารจัดการระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนตามวงจรคุณภาพของสถานศึกษาว่า ในขั้นตอนการวางแผนผู้บริหารต้องประชุมปรึกษาหารือเพื่อกำหนดโครงสร้างบุคลากร แต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน กำหนดการจัดทำปฏิทินการปฏิบัติงาน และวางแผนการจัดเก็บข้อมูลนักเรียน วิธีการที่ 5 การส่งเสริมพัฒนาครูเกี่ยวกับระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนและสร้างวัฒนธรรมการทำงานตามระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนอย่างเป็นระบบ วิธีการที่ 6 พัฒนาแนวทาง/รูปแบบเกี่ยวกับการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน และวิธีการที่ 7 พัฒนาแนวทางการยกย่อง เชิดชูเกียรติ และให้กำลังใจครู บุคลากรทางการศึกษาและผู้เกี่ยวข้อง สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สดชื่น ดวงคำน้อย (2554) ที่พบว่า การส่งเสริมพัฒนาครูให้มีความรู้ความเข้าใจ สามารถดำเนินการตามระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนได้เป็นอย่างดี และปฏิบัติได้ตามขั้นตอนของระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนสามารถป้องกันและแก้ไขปัญหาให้กับนักเรียนภายในโรงเรียนได้อย่างทั่วถึง ครูเข้าใจในบทบาทผู้ดูแลช่วยเหลือนักเรียนซึ่งส่งผลช่วยเสริมสร้างคุณภาพที่ดีให้แก่นักเรียน ทั้งด้านร่างกายจิตใจ สติปัญญา ความสามารถ มีคุณธรรม จริยธรรม และมีคุณลักษณะอันพึงประสงค์

กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมการสอนสนุก สุขเรียนรู้อย่างมีความสุขและปลอดภัย (ขั้นใช้) วิธีการที่ 1 ใช้รูปแบบการการจัดการเรียนรู้ที่หลากหลายและจัดสภาพบรรยากาศให้เอื้อต่อการเรียนรู้สอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 วิธีการที่ 2 พัฒนาแนวปฏิบัติในการวัดและประเมินผล ให้สอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และวิธีการที่ 3 ส่งเสริมสนับสนุนการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนอย่างเป็นขั้นตอน โดยใช้รูปแบบออนไลน์หรือรูปแบบอื่นอย่างเหมาะสม สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุวรรณา แสงสุริฉาย (2556) ที่พบว่า การใช้ระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนแบบออนไลน์ ส่งผลต่อการพิทักษ์ คุ้มครอง และดูแลอย่างทั่วถึง การส่งเสริมให้เกิดภูมิคุ้มกันในการดำรงชีวิตและปรับตัว การมีส่วนร่วมในการพัฒนาตนเองและสังคม และการพัฒนาอย่างรอบด้าน วิธีการที่ 4 บูรณาการจัดกิจกรรมส่งเสริมทักษะชีวิต แบบ New Normal และการส่งเสริมสุขภาพ ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และวิธีการที่ 5 ใช้โปรแกรม mental health check-in ในการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 สอดคล้องกับการออกแบบการศึกษาในชีวิตวิถีใหม่: ผลกระทบจากการแพร่ระบาด COVID-19 ของ เทื้อน ทองแก้ว (2563) และ Schwenger (2018) ที่อธิบายว่า นวัตกรรมทางการเรียนที่เหมาะสมที่สุดในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 คือ การเรียนแบบผสมผสานเป็นวิธีสอนในระบบผสมผสานในหลายลักษณะตามแนวคิดและประสบการณ์ของผู้สอนและความสามารถของผู้เรียน เช่น การใช้ระบบการสอนออนไลน์ผสมผสานกับสาระการเรียนรู้ในลักษณะอื่น ๆ เช่น ผสมผสานกับวิธีการของ Web-Based Technology ผสมผสานกับ

วิธีการสอนหลาย ๆ วิธี ผสมผสานกับเทคโนโลยีทางการสอนกับการสอนในชั้นเรียนปกติ และการใช้เทคโนโลยีทางการสอนกับการปฏิบัติงานจริง

กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาการมีส่วนร่วมและภาคีเครือข่ายอย่างกัลยาณมิตร (ขั้นเชื่อม) วิธีการที่ 1 ส่งเสริมและพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือจากทุกภาคส่วนเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนอย่างต่อเนื่อง วิธีการที่ 2 ส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมการสร้างความร่วมมือระหว่างสถานศึกษากับผู้ปกครองในการดูแลช่วยเหลือนักเรียนอย่างเป็นระบบ และวิธีการที่ 3 ส่งเสริมการระดมทรัพยากรทางการศึกษาจากเครือข่ายบวร และหน่วยงานสาธารณสุข ในการดำเนินงานสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 สอดคล้องกับโครงการระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียนของโรงเรียนวัชรวิทยา ที่มีการใช้นวัตกรรมในการดำเนินงานโดยการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายเพื่อดูแลช่วยเหลือนักเรียน โดยแบ่งออกเป็น 4 เครือข่าย ประกอบด้วย เครือข่ายผู้ปกครอง ปรองดองเพื่อนนักเรียน เพียรพบคุณครู เปิดประตูสู่ชุมชน มีการพัฒนาเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง โดยผู้เกี่ยวข้องร่วมคิดวางแผน และลงมือปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ วิธีการที่ 4 สนับสนุนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และสร้างองค์ความรู้ในการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน โดยใช้กระบวนการ PLC สอดคล้องกับหลักการพัฒนาครูของสำนักพัฒนาครูและบุคลากรการศึกษาขั้นพื้นฐานที่เสนอว่า การขับเคลื่อนทั้งระบบโรงเรียนต้องสร้างความเป็น PLC ที่สอดคล้องกับธรรมชาติทางวิชาชีพตามบริบทแต่ละสถานศึกษา เสริมสร้างบรรยากาศการทำงานให้เกิดการเรียนรู้ผ่านกระบวนการพัฒนาวิชาชีพโดยมีเป้าหมายร่วมกัน คือ นักเรียนทุกคนสามารถพัฒนาตนเองตามศักยภาพและอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข

กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนาระบบเทคโนโลยีเพื่อการบริหารจัดการระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน (ขั้นแชร์) วิธีการที่ 1 พัฒนาระบบเทคโนโลยีเพื่อจัดทำข้อมูลสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนอย่างเป็นระบบ วิธีการที่ 2 พัฒนาระบบการใช้เทคโนโลยีเพื่อการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน วิธีการที่ 3 พัฒนาระบบการใช้เทคโนโลยีเพื่อส่งเสริมระบบการนิเทศระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนในสถานศึกษา และวิธีการที่ 4 พัฒนาระบบการใช้เทคโนโลยีเพื่อสื่อสาร เผยแพร่ประชาสัมพันธ์การดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ จักรพงษ์ ตระการไทย (2564) ที่ดำเนินการวิจัยการดำเนินการงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนในสถานศึกษายุคดิจิทัล พบว่า สถานศึกษาในยุคดิจิทัลจำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการบริหารงานของสถานศึกษาโดยเฉพาะอย่างยิ่ง การบริหารงานของระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน ต้องมีระบบการจัดการฐานข้อมูลของสถานศึกษาเพื่อการตัดสินใจของผู้บริหารสถานศึกษา จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาใช้ในการบริหารและการจัดการความรู้เพื่อการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยีเป็นโอกาสที่ช่วยส่งเสริมสนับสนุนการดำเนินการระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนทุกด้าน จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมประสิทธิภาพการทำงานของระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนได้ดียิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

กลยุทธ์และวิธีการบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่พัฒนาขึ้น พัฒนาจากการวิเคราะห์ความต้องการจำเป็นในการบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน จุดแข็ง (S) จุดอ่อน (W) โอกาส (O) และอุปสรรค (T) ของโรงเรียนท่ามะกาวิทยาคมเพียงโรงเรียนเดียวเท่านั้น การนำกลยุทธ์และวิธีการบริหารสถานศึกษาไปใช้ควรปรับให้เหมาะสมตามบริบทของโรงเรียน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำเสนอกลยุทธ์และวิธีการบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เท่านั้น ในการวิจัยต่อไป ควรศึกษาขั้นตอนการนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติว่าการนำกลยุทธ์และวิธีการบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เมื่อนำไปสู่การปฏิบัติแล้วเป็นอย่างไร ควรมีการปรับปรุงหรือแก้ไขกลยุทธ์อย่างไร เพื่อให้กลยุทธ์มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

จักรพงษ์ ตระการไทย. (2564). *การดำเนินการงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนในสถานศึกษายุคดิจิทัล.* **วารสารบริหารการศึกษาบัวบัณฑิต,** 21(1): 57-65.

ณัฐนียา ห้องกระจก. (2562). **แนวทางการบริหารจัดการระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนตามวงจรคุณภาพ PDCA ของสถานศึกษาในสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.** วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

เทื้อน ทองแก้ว. (2563). *การออกแบบการศึกษาในชีวิตวิถีใหม่: ผลกระทบจากการแพร่ระบาด COVID-19.* **คุรุสภาวิทยาจารย์,** 1(2): 1-10.

วรกาญจน์ สุขสดเขียว. (2561). *การบริหารระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนเพื่อการพัฒนาคุณธรรมจริยธรรมนักเรียน.* **Veridian E-Journal,** 11(3): 35-54.

สดชื่น ดวงคำน้อย. (2554). *การพัฒนาครูในการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน โรงเรียนโพนงามพิทยานุกูล จังหวัดมหาสารคาม.* **วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น,** 5(21): 145-150.

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2564). **คู่มือการคัดเลือกสถานศึกษาและสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเพื่อรับรางวัลระบบการดุแลช่วยเหลือนักเรียน ประจำปี 2564.** กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ.

สุวรรณา แสงสุริฉาย. (2556). *การพัฒนาระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียนแบบออนไลน์ในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน.* **Veridian E-Journal,** 6 (1): 373-384.

สุวิมล ว่องวาณิช. (2550). **การประเมินความต้องการจำเป็น.** กรุงเทพฯ: ธรรมดาเพลส.

Schwenger. B. (2018). **Creating blended learning experiences requires more than digital skills.** Retrieved on August 16th, 2020.From fle:///C:/Users/SDU/Downloads/46SOTEL%20Symposium_%20Brief%20Presentation-266-1-10-20191218%20(1).pdf

สมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ที่มีผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชี ในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี

Modern Accounting Competencies on Practice Success of Bookkeepers in Suphan Buri Province

พิธาน แสนภักดี
อาจารย์ประจำสาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
E-mail: pitan1990@gmail.com
นฤพล อ่อนวิมล
อาจารย์ประจำสาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
E-mail: naruphon.o@rmutsb.ac.th
Pitan Sanpakdee
Lecturer, Accounting, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi
Naruphon Onwimon
Lecturer, Accounting, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

รับเข้า: *2 กรกฎาคม 2565* **แก้ไข:** *16 กรกฎาคม 2565* **ตอบรับ:** *19 กรกฎาคม 2565*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่และความสำเร็จในการปฏิบัติงาน 2) ศึกษาสมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ทำบัญชีในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรีที่ขึ้นทะเบียนผู้ทำบัญชีจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า จำนวน 208 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่ผ่านการรับรองจริยธรรมในมนุษย์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า 1) สมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$=4.29) โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านจริยธรรมในวิชาชีพ ($\bar{x}$=4.30) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการควบคุมภายใน และด้านการจัดทำและการนำเสนอข้อมูลทางการบัญชีเพื่อใช้ในการตัดสินใจ ($\bar{x}$=4.27) และความสำเร็จในการปฏิบัติงานโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$=4.35) โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน ($\bar{x}$=4.37) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านความพึงพอใจของผู้ใช้ข้อมูล ($\bar{x}$=4.33) 2) สมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ ได้แก่ ด้านการจัดทำและการนำเสนอข้อมูลทางการบัญชีเพื่อใช้ในการตัดสินใจ ด้านความรู้และทักษะด้านบัญชี ด้านจริยธรรม

ในวิชาชีพ มีผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี ร้อยละ 45.80 (R^2=0.458) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยตัวแปรที่สำคัญมากที่สุด คือ ด้านจริยธรรมในวิชาชีพ (β=0.255) รองลงมา คือ ด้านการจัดทำและการนำเสนอข้อมูลทางการบัญชีเพื่อใช้ในการตัดสินใจ (β=0.242) และด้านความรู้และทักษะด้านบัญชี (β=0.204) ตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านการวางแผนและควบคุมการเงิน (β=0.085) และด้านการควบคุมภายใน (β=0.039) ไม่มีผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี

คำสำคัญ: สมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ ความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ผู้ทำบัญชี

Abstract

The objectives of this research were to 1) study the level of opinion on modern accounting competence and operational success and 2) study modern accounting competencies that affect the success of bookkeepers in the area of Suphan Buri Province. The sample group consisted of 208 accountants in the area of Suphan Buri province registered accountants from the Department of Business Development. Data were collected using a questionnaire that was certified in human ethics. Statistics used in data analysis include the average, standard deviation, multiple correlation analysis, and multiple regression analysis.

The research results showed that: 1) overall modern accounting competency was at the highest level ($\bar{x}$=4.29), where the aspect with the highest mean was professional ethics ($\bar{x}$=4.30) and the aspect with the least mean was internal control and the preparation and presentation of accounting information for decision-making ($\bar{x}$=4.27) and overall work success was at the highest level ($\bar{x}$=4.35), with the aspect with the highest mean being the operational process ($\bar{x}$=4.37) and the aspect with the least mean being the satisfaction aspect. User satisfaction ($\bar{x}$=4.33) 2) Modern accounting competencies, including the preparation and presentation of accounting information for decision-making, knowledge and skills in accounting professional ethics it affected the success of the bookkeepers in the area of Suphan Buri Province by 45.80 percent (R^2=0.458) with statistically significant at the .05 level. The most important variables were professional ethics (β=0.255), followed by the preparation and presentation of accounting information for decision-making (β=0.242), and accounting knowledge and skills (β=0.204), respectively. Factors in financial

planning and control (β=0.085) and internal control (β=0.039) did not affect the success of the bookkeepers in Suphan Buri province.

Keywords: modern accounting competence, work success, bookkeeper

บทนำ

เนื่องจากสมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่เป็นส่วนหนึ่งของสมรรถนะในการปฏิบัติงานและนำมาใช้ในการปฏิบัติงานให้มากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ทำบัญชีได้ทราบว่าสมรรถนะในการทำงานทางการบัญชีใดบ้างที่ผู้ทำบัญชีจำเป็นต้องมี รวมทั้งเพื่อให้ผู้ทำบัญชีได้เห็นถึงความสำคัญ และนำมาปรับใช้ในการปฏิบัติงานเพื่อให้เกิดผลการปฏิบัติงานที่ดีเป็นที่พอใจขององค์กร ทั้งนี้จะส่งผลให้องค์กรเห็นถึงศักยภาพของผู้ทำบัญชี ซึ่งเป็นประโยชน์ที่เพิ่มพูนของผู้ทำบัญชีและทำให้ประสบความสำเร็จที่สูงขึ้นได้ในวิชาชีพของตนเองต่อไปในอนาคต โดยในปัจจุบันโลก มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอย่างรวดเร็วเมื่อเปรียบเทียบกับอดีตที่ผ่านมามีการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของการแข่งขันกันทั่วโลกทั้งในด้านการค้าและการลงทุน ประกอบกับความเจริญก้าวหน้าในระบบการสื่อสารโทรคมนาคม คอมพิวเตอร์ และระบบสารสนเทศยังช่วยให้การติดต่อธุรกิจทั่วโลกสะดวกและมีความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ส่งผลกระทบต่อสภาพการแข่งขันทำให้ต้องมีการปรับเปลี่ยนนโยบายการบริหาร กฎหมายต่าง ๆ ทางธุรกิจให้มีความสอดคล้องกับสภาพการณ์ ดังนั้นวิชาชีพบัญชีจึงเป็นวิชาชีพที่สำคัญอีกวิชาชีพหนึ่งที่มีส่วนในการพัฒนาธุรกิจ ของประเทศในด้านต่าง ๆ เช่น การจัดทำรายงานเพื่อให้ข้อมูลแก่บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องในธุรกิจ เช่น ลูกค้า ผู้ลงทุน รัฐบาลและผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้ได้รับข้อมูลที่มีคุณภาพ เพื่อให้สามารถคาดการณ์แนวโน้มของธุรกิจในอนาคตจากการเปลี่ยนแปลงได้ (ณัฏฐ์มณ ศรีสุข และ กนกศักดิ์ สุขวัฒนาสินิทธิ์, 2560)

ประเทศไทยมีการแข่งขันด้านเศรษฐกิจ ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจของทุกองค์กรต้องมีการจัดทำบัญชีตามกฎหมายที่กำหนด ผู้ทำบัญชีมีหน้าที่ในการทำรายงานตามมาตรฐานการบัญชีที่สภาวิชาชีพกำหนดไว้ ดังนั้นผู้ทำบัญชีจำเป็นต้องมีการพัฒนาความรู้และความสามารถด้านวิชาชีพบัญชีให้มีความเชี่ยวชาญ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการผลักดันธุรกิจให้มีรายงานทางการเงินที่มีคุณภาพ ทำให้ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์การดำเนินงานที่วางไว้ ผู้ทำบัญชีจึงต้องมีการพัฒนาคุณลักษณะใหม่ที่จะส่งผลดีต่อการปฏิบัติงานขององค์กร และพัฒนาตนเองให้มีสมรรถนะทางการบัญชี เพื่อให้การปฏิบัติงานก้าวทันความเปลี่ยนแปลงของโลกยุคปัจจุบัน ดังนั้นผู้ทำบัญชีควรฝึกฝนและพัฒนาตนเองให้มีสมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับสภาวะในปัจจุบัน และนำไปปฏิบัติเพื่อให้เกิดผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์กร ซึ่งมีความจำเป็นในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีให้เกิดความสำเร็จได้เป็นอย่างดีนอกจากต้องพัฒนาตนเองให้มีสมรรถนะ

ทางการบัญชีแล้ว ยังต้องมีความสามารถในการทำงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จลุล่วง เพิ่มพูนความรู้ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายคุณภาพมาตรฐานตามที่วางไว้ และสร้างความพึงพอใจให้แก่องค์กร ถือเป็นความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นผลลัพธ์ที่ได้จากการปฏิบัติงานที่เป็นไปตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดความสำเร็จในการทำงาน ผู้ทำบัญชีควรให้ความสำคัญในการพัฒนาตนเองอยู่เสมอ (ประภาพร วีระสอน, 2559)

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิจัย สมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ที่มีผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะทดสอบว่า สมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่มีผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีหรือไม่อย่างไร โดยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ทำบัญชีในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยจะสามารถที่จะนำไปใช้เป็นข้อมูลสำหรับผู้ทำบัญชีในการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายมีความน่าเชื่อถือ และทันเวลาที่กำหนดอีกทั้งยังเป็นข้อมูลให้กับฝ่ายบริหาร และองค์กรเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาและปรับปรุงการทำงานของผู้ทำบัญชีให้สามารถปฏิบัติตามสมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่

วัตถุประสงค์การวิจัย

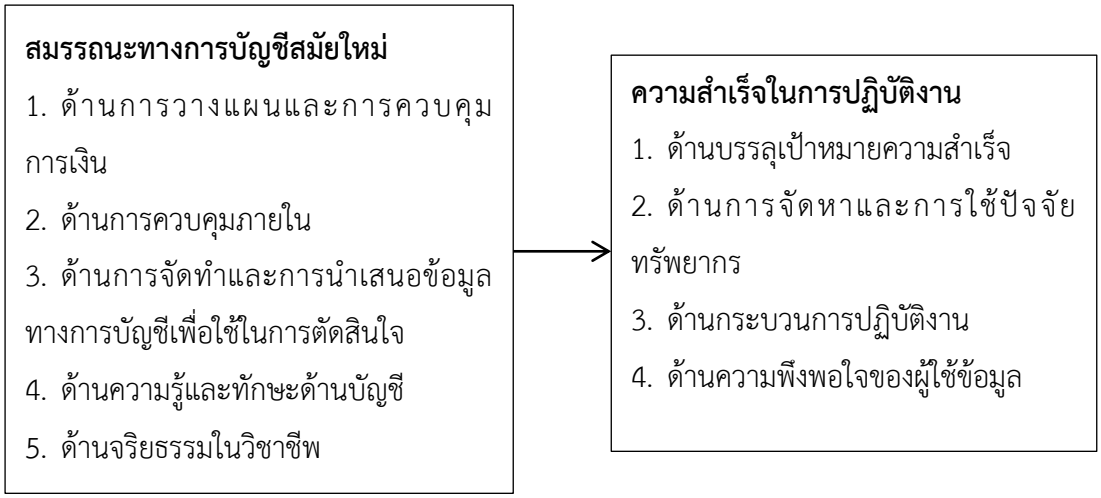
1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่และความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี
2. เพื่อศึกษาสมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี

สมมติฐานการวิจัย

1. สมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ด้านการวางแผนและการควบคุมการเงินส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงาน
2. สมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ด้านการควบคุมภายในส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงาน
3. สมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ด้านการจัดทำและการนำเสนอข้อมูล ทางการบัญชีเพื่อใช้ในการตัดสินใจที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงาน
4. สมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ด้านความรู้และทักษะด้านบัญชีส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงาน
5. สมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ด้านจริยธรรมในวิชาชีพส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงาน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

การวิจัยเพื่อศึกษาเรื่อง สมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ที่มีผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Qualitative research) เพื่อให้ได้ข้อมูลในประเด็นผู้วิจัย จึงดำเนินการศึกษาดำเนินการตามลำดับขั้นตอนดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ทำบัญชีในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรีที่ขึ้นทะเบียนผู้ทำบัญชีจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า จำนวน 431 คน (กองกำกับบัญชีธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2564)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ทำบัญชีในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรีที่ขึ้นทะเบียนผู้ทำบัญชีจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า จำนวน 208 คน ได้จากการสุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (วิชิต อู่อ้น, 2554)

การพิทักษ์สิทธิ์กลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยนี้ได้ผ่านการรับรองการยกเว้นพิจารณาจริยธรรมโครงการวิจัยตามแนวทางหลักจริยธรรมในคนที่เป็นมาตรฐานสากล จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ เมื่อผ่านการรับรองแล้ว จึงดำเนินการรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเก็บข้อมูลเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่ยินยอมเข้าร่วมวิจัยจะเสนอการวิจัยในภาพรวม และทำลายข้อมูลภายหลังจากผลการวิจัยมีการเผยแพร่ตีพิมพ์แล้ว

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ที่มีผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามแล้วนำมากำหนดโครงร่างแบบสอบถามตามประเด็น โดยพิจารณาเนื้อหาให้ครอบคลุมกับกรอบแนวคิด และวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 การสอบถามข้อมูลทั่วไปของนักบัญชีในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการด้านคุณลักษณะของบุคคล จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ ระดับอายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงานด้านบัญชี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รูปแบบธุรกิจของผู้ทำบัญชี โดยเป็นคำถามให้เลือกตอบแบบคำตอบเดียว

ส่วนที่ 2 การสอบถามข้อมูลด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการวางแผนและการควบคุมการเงิน 2) ด้านการควบคุมภายใน 3) ด้านการจัดทำและการนำเสนอข้อมูลทางการบัญชีเพื่อใช้ในการตัดสินใจ 4) ด้านความรู้และทักษะด้านบัญชี และ 5) ด้านจริยธรรมในวิชาชีพ โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 การสอบถามข้อมูลด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จในการปฏิบัติงาน 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านบรรลุเป้าหมายความสำเร็จ 2) ด้านการจัดหาและการใช้ปัจจัยทรัพยากร 3) ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน และ 4) ด้านความพึงพอใจของผู้ใช้ข้อมูล โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

นำแบบสอบถามเสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน นำผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ หาดัชนีความสอดคล้อง และเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนี IOC ไม่น้อยกว่า 0.60 ถือว่าข้อคำถามนั้นนำไปใช้ได้ ผลการทดสอบความเที่ยงตรงของข้อคำถาม พบว่า ข้อคำถามมีค่าดัชนี IOC อยู่ระหว่าง 0.67-1.00ค่า IOC รวมอยู่ที่ 0.79 หมายความว่า ข้อคำถามดังกล่าวตรงหรือสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย และทำการปรับปรุงแบบสอบถามต่อข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

หาค่าความเชื่อมั่นตามวิธีของครอนบาค ด้วยการนำแบบสอบถามที่ได้ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดสอบ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โดยไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 30 ตัวอย่างก่อนนำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจริงโดยการคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่า ตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไปถือว่าข้อคำถามมีความเชื่อมั่น (วิชิต อู่อ้น, 2554) ผลการตรวจสอบความเชื่อมั่นของข้อคำถาม พบว่า ข้อคำถามมีค่าความเชื่อมั่นเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดและสามารถนำไปใช้ในการศึกษา โดยมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.92

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างพร้อมกับตรวจสอบเอกสารให้มีความเรียบร้อย

2. แจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ทำบัญชีในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรีที่ขึ้นทะเบียนผู้ทำบัญชีจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ซึ่งทำการแจกแบบสอบถามผ่านเครือข่ายผู้ทำบัญชีโดยมีผู้ช่วยนักวิจัยลงพื้นที่ในการแจกแบบสอบถาม

3. ดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับและตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วนของคำตอบในแบบสอบถามแต่ละฉบับและนำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับไปทำการบันทึกในโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาเรื่อง สมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ที่มีผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามด้วยวิธีการทางสถิติและประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปโดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงบรรยาย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ร้อยล ะ(Percentage) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD)

2. สถิติที่ใช้ทดสอบคุณลักษณะตัวแปรคือการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity Test) โดยใช้ Variance Inflation Factors (VIFs)

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ที่มีผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี

$$TWS = \beta_0 + \beta_1 FC + \beta_2 \mathrm{IC} + \beta_3 \mathrm{PD} + \beta_4 \mathrm{AK} + \beta_5 \mathrm{PE} + \epsilon$$

โดยที่

TWS แทน ความสำเร็จในการปฏิบัติงานโดยรวม

$\beta_1 FC$ แทน สมรรนะทางการบัญชีสมัยใหม่ ด้านการวางแผนและการควบคุมการเงิน

$\beta_2 \mathrm{IC}$ แทน สมรรนะทางการบัญชีสมัยใหม่ ด้านการควบคุมภายใน

$\beta_3 PD$ แทน สมรรนะทางการบัญชีสมัยใหม่ ด้านการจัดทำและการนำเสนอข้อมูลทางการบัญชีเพื่อใช้ในการตัดสินใจ

$\beta_4 \mathrm{AK}$ แทน สมรรนะทางการบัญชีสมัยใหม่ ด้านความรู้และทักษะด้านบัญชี

$\beta_5 \mathrm{PE}$ แทน สมรรนะทางการบัญชีสมัยใหม่ ด้านจริยธรรมในวิชาชีพ

ϵ แทน ความคลาดเคลื่อน

ผลการวิจัย

1. การศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่และความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี ดังตารางที่ 1 และตารางที่ 2

ตารางที่ 1 สมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่โดยรวมและเป็นรายด้านของผู้ทำบัญชีในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี (n=208)

สมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่	$\bar{x}$	**SD**	**แปลผล**	**ลำดับที่**
ด้านการวางแผนและการควบคุมการเงิน	4.28	0.37	มากที่สุด	3
ด้านการควบคุมภายใน	4.27	0.39	มากที่สุด	5
ด้านการจัดทำและการนำเสนอข้อมูลทางการบัญชีเพื่อใช้ในการตัดสินใจ	4.27	0.43	มากที่สุด	4
ด้านความรู้และทักษะด้านบัญชี	4.32	0.38	มากที่สุด	1
ด้านจริยธรรมในวิชาชีพ	4.30	0.40	มากที่สุด	2
รวม	**4.29**	**0.32**	**มากที่สุด**	

จากตารางที่ 1 พบว่า ในภาพรวมผู้ทำบัญชีในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรีมีสมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$=4.29, SD=0.32) โดยมีสมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่รายด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านความรู้และทักษะด้านบัญชี ($\bar{x}$=4.32, SD=0.38) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการควบคุมภายในและด้านการจัดทำและการนำเสนอข้อมูลทางการบัญชีเพื่อใช้ในการตัดสินใจ ($\bar{x}$=4.27, SD=0.43)

ตารางที่ 2 ความสำเร็จในการปฏิบัติงานโดยรวมและเป็นรายด้านของผู้ทำบัญชีในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี (n=208)

ความสำเร็จในการปฏิบัติงาน	$\bar{x}$	**SD**	**แปลผล**	**ลำดับที่**
ด้านบรรลุเป้าหมายความสำเร็จ	4.35	0.37	มากที่สุด	2
ด้านการจัดหาและการใช้ปัจจัยทรัพยากร	4.34	0.39	มากที่สุด	3
ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน	4.37	0.36	มากที่สุด	1
ด้านความพึงพอใจของผู้ใช้ข้อมูล	4.33	0.38	มากที่สุด	4
รวม	**4.35**	**0.31**	**มากที่สุด**	

จากตารางที่ 2 พบว่า ในภาพรวมผู้ทำบัญชีในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี มีความสำเร็จในการปฏิบัติงานโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$=4.35, SD=0.31) โดยมีความสำเร็จในการปฏิบัติงานรายด้าน

ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือด้านกระบวนการปฏิบัติงาน ($\bar{x}$=4.37, SD=0.36) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านความพึงพอใจของผู้ใช้ข้อมูล ($\bar{x}$=4.33, SD=0.38)

2. การศึกษาสมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี ดังตารางที่ 3 และตารางที่ 4

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของสมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี

	TWS	FC	IC	PF	AK	PE	VIF
TWS		.498**	.489**	.582**	.552**	.564**	
FC			.667**	.618**	.520**	.517**	2.141
IC				.600**	.582**	.509**	2.196
PF					.595**	.509**	2.127
AK						.537**	1.875
PE							1.696

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 3 พบว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.489-0.667 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และตัวแปรอิสระแต่ละด้าน มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจจะทำให้เกิดปัญหาความเป็นเส้นตรงร่วมอย่างมาก (Multicollinearity) ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบด้วยค่า VIF พบว่า ค่า VIF อยู่ระหว่าง 1.696-2.196 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระทุกตัวที่ใช้ในการศึกษานี้ ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างกันและเป็นอิสระต่อกันหรือไม่มีความซับซ้อนในการวัดค่า (Black, 2006)

ตารางที่ 4 สมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ที่มีผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี

ตัวแปร	B	Std. Error	Beta	t	p-value
ด้านการวางแผนและการควบคุมการเงิน (FC)	.071	.063	.085	1.123	.263
ด้านการควบคุมภายใน (IC)	.031	.061	.039	.505	.614
ด้านการจัดทำและการนำเสนอข้อมูลทางการบัญชีเพื่อใช้ในการตัดสินใจ (PD)	.173	.054	.242	3.199	.002*

ตารางที่ 4 สมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ที่มีผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี (ต่อ)

ตัวแปร	B	Std. Error	Beta	t	p-value
ด้านความรู้และทักษะด้านบัญชี (AK)	.165	.057	.204	2.883	.004*
ด้านจริยธรรมในวิชาชีพ (PE)	.195	.052	.255	3.776	.000*
ค่าคงที่	1.629	.219		7.440	.000
R=.677[a] R Square=.458 Adjusted R Square=.445 Std. Error=.22983					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากข้อมูลในตารางที่ 4 พบว่า สมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ ได้แก่ ด้านการจัดทำและ การนำเสนอข้อมูลทางการบัญชีเพื่อใช้ในการตัดสินใจ ด้านความรู้และทักษะด้านบัญชี ด้านจริยธรรมในวิชาชีพ มีผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี ได้ร้อยละ 45.80 (R^2=0.458) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยตัวแปรที่สำคัญมากที่สุด คือ ด้านจริยธรรมในวิชาชีพ (Beta=0.255) รองลงมา คือ ด้านการจัดทำและการนำเสนอข้อมูล ทางการบัญชีเพื่อใช้ในการตัดสินใจ(Beta=0.242) และด้านความรู้และทักษะด้านบัญชี (Beta=0.204) ตามลำดับ แสดงให้ทราบว่าการมีสมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ซึ่งประกอบด้วย ด้านจริยธรรมในวิชาชีพ ด้านการจัดทำและการนำเสนอข้อมูลทางการบัญชีเพื่อใช้ในการตัดสินใจ และด้านความรู้และทักษะด้านบัญชีที่เพิ่มขึ้นจะมีผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรีเพิ่มมากขึ้นด้วย

ส่วนสมรรถนะด้านการวางแผนและควบคุมการเงิน (Beta=0.085) และด้านการควบคุมภายใน (Beta=0.039) ไม่มีผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี

ตารางที่ 5 สรุปผลการวิเคราะห์สมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐานการวิจัย	ผลการวิเคราะห์
สมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ด้านการวางแผนและการควบคุมการเงินส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงาน	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ด้านการควบคุมภายในส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงาน	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ด้านการจัดทำและการนำเสนอข้อมูลทางการบัญชีเพื่อใช้ในการตัดสินใจส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงาน	ยอมรับสมมติฐาน
สมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ด้านความรู้และทักษะด้านบัญชีส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงาน	ยอมรับสมมติฐาน
สมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ด้านจริยธรรมในวิชาชีพส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงาน	ยอมรับสมมติฐาน

จากตารางที่ 4 และตารางที่ 5 สรุปผลการศึกษาสมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี สามารถอธิบายได้ว่า

สมรรถนะด้านการวางแผนและควบคุมการเงิน และด้านการควบคุมภายในไม่มีผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี

สมรรถนะด้านการจัดทำและการนำเสนอข้อมูลทางการบัญชีเพื่อใช้ในการตัดสินใจด้านความรู้และทักษะด้านบัญชี และด้านจริยธรรมในวิชาชีพมีผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยสมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ที่มีผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. ผลการวิจัยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหมโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านจริยธรรมในวิชาชีพ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการควบคุมภายใน และด้านการจัดทำและการนำเสนอข้อมูลทางการบัญชี เพื่อใช้ในการตัดสินใจ โดยในทุกด้านมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และความสำเร็จในการปฏิบัติงานโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือด้านกระบวนการปฏิบัติงาน และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านความพึงพอใจของผู้ใช้ข้อมูล โดยในทุกด้านมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐฐาพรณ์ บาลี และคณะ (2564) ได้วิจัยสมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ที่มีผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัย พบว่า สมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ของผู้จัดการบัญชีของสำนักงานบัญชีในจังหวัดนนทบุรีโดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านจริยธรรมในวิชาชีพ ด้านการจัดทำและนำเสนอข้อมูลทางบัญชีเพื่อใช้สำหรับการตัดสินใจ ด้านความรู้และทักษะทางบัญชี ด้านการวางแผนและควบคุมการเงิน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และความสำเร็จในการทำงานของผู้จัดการบัญชีของสำนักงานบัญชีในจังหวัดนนทบุรีโดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านมาตรฐานและความเชื่อถือได้ ด้านความทันเวลาของผลลัพธ์ ด้านความพึงพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องและด้านการบรรลุเป้าหมาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน

2. ผลการวิจัยสมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ที่มีผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า สมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ที่เพิ่มขึ้นจะมีผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรีเพิ่มมากขึ้นด้วย ร้อยละ 45.80 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ประกอบด้วย

สมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ด้านการวางแผนและการควบคุมการเงินไม่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงาน อาจเนื่องมาจากผู้บริหารไม่ให้ความสำคัญในด้านการวางแผนและการควบคุมการเงิน แม้ผู้ทำบัญชีจะมีความสามารถและศักยภาพสูงเพียงใดก็จะไม่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐฐาพรณ์ บาลี และคณะ (2564) ได้วิจัยสมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ที่มีผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัยพบว่า ด้านการวางแผนและควบคุมการเงิน เมื่อทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคุณ พบว่า สมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่แตกต่างกัน มีความสำเร็จในการทำงานโดยรวมไม่แตกต่างกันส่งผลให้ปัจจัยด้านการวางแผนและการควบคุมการเงินไม่มีผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

สมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ด้านการควบคุมภายในไม่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงาน เนื่องจากพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรีไม่ได้อยู่ในเขตพื้นที่อุตสากรรมของประเทศ ทำให้บริษัทห้างร้าน หรือหน่วยงานต่าง ๆ มีขนาดไม่ใหญ่ ทำให้ไม่มีความซับซ้อน ดังนั้นสมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ด้านการควบคุมภายในจึงไม่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานในบริษทของพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐฐาพรณ์ บาลี และคณะ (2564) ได้วิจัยสมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ที่มีผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชี ในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัย พบว่า สมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ด้านการควบคุมภายในส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานโดยรวม

สมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ด้านการจัดทำและการนำเสนอข้อมูลทางการบัญชีเพื่อใช้ในการตัดสินใจส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงาน เนื่องจากข้อมูลทางการบัญชีเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่ผู้บริหารและผู้ใช้ข้อมูลทางการบัญชีนำไปใช้ในการตัดสินใจกิจกรรมทางธุรกิจขององค์กร หากผู้ทำบัญชีมีการฝึกฝนตนเองในด้านการทำและนำเสนอข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจอยู่เสมอยิ่งจะส่งผลให้ประสิทธิภาพในการทำงานของผู้ทำบัญชีมีความสำเร็จในการปฏิบัติงานมากยิ่งขึ้น การทำบัญชีต้องมีความถูกต้อง ครบถ้วน ชัดเจน ทันเวลา เพื่อให้ผู้ใช้ข้อมูลนั้นนำไปวางแผนวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจและให้คำแนะนำสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญช่วง ศรีธรราษฎร์ (2561) ได้วิจัยผลกระทบของสมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ที่มีต่อความสำเร็จในการทำงานของนักบัญชีบริษัทในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือเมื่อเปิดเสรีทางเศรษฐกิจ ผลการวิจัยพบว่า สมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ด้านการจัดทำและนำเสนอข้อมูลทางการบัญชี มีผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการทำงานโดยรวม

สมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ด้านความรู้และทักษะด้านบัญชีส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ซึ่งวิชาชีพบัญชีเป็นวิชาชีพเฉพาะที่นักบัญชีทุกคนจะต้องมีความรู้และทักษะบัญชีที่เหมาะสม

และต้องหมั่นพัฒนาความรู้และทักษะทางบัญชีที่ให้เป็นไปตามมาตรฐานการบัญชีและหลักการบัญชีที่รับรองโดยทั่วไป ที่เปลี่ยนแปลงตามสภาวะและสถานการณ์ในปัจจุบัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประภากร วีระสอน (2559) ได้วิจัยความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาศักยภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชีกับความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาศักยภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชี ด้านความรู้ในวิชาชีพและด้านทักษะทางวิชาชีพมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการปฏิบัติงาน

สมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ด้านจริยธรรมในวิชาชีพส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงาน โดยจริยธรรมในวิชาชีพเป็นสิ่งสำคัญที่นักบัญชีทุกคนต้องถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด ซึ่งผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่ายิ่งผู้ทำบัญชีมีจริยธรรมในวิชาชีพจะส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฏฐ์รมณ ศรีสุข และ กนกศักดิ์ สุขวัฒนาสินิทธิ์ (2560) ได้วิจัยสมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ที่มีผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในพื้นที่จังหวัดนนทบุรีและกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า สมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ในมิติด้านจริยธรรมในวิชาชีพมีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานโดยรวม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. ผู้ทำบัญชี ควรมีการพัฒนาสมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องในทุก ๆ ด้าน ประกอบด้วย ด้านการจัดทำและการนำเสนอข้อมูลทางการบัญชีเพื่อใช้ในการตัดสินใจ ด้านความรู้และทักษะด้านบัญชี และด้านจริยธรรมในวิชาชีพ เพื่อให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล เกิดประโยชน์สูงสุดแก่หน่วยงานและองค์กร

2. ผู้ทำบัญชี ควรมุ่งเน้นการพัฒนาสมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ด้านการจัดทำและการนำเสนอข้อมูลทางการบัญชีเพื่อใช้ในการตัดสินใจอย่างเป็นมืออาชีพซึ่งถือว่ามีความสำคัญต่อกิจการเป็นอย่างยิ่ง โดยผู้ใช้ข้อมูลนั้นจะนำไปวางแผนวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจ

3. ผู้ทำบัญชี ควรมุ่งเน้นการพัฒนาสมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ด้านความรู้และทักษะด้านบัญชี ให้เป็นไปตามมาตรฐานการบัญชีและสามารถปรับตัวทันตามภาวะเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบัน

4. ผู้ทำบัญชี ควรมุ่งเน้นการพัฒนาสมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ด้านจริยธรรมในวิชาชีพโดยจริยธรรมในวิชาชีพเป็นสิ่งสำคัญที่นักบัญชีทุกคนต้องถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัยโดยใช้กรอบแนวความคิดเดียวกันนี้กับผู้ทำบัญชีในเขตอื่น ๆเพิ่มเติมเพื่อนำมาเปรียบเทียบกับงานวิจัยนี้

2. ควรทำการศึกษาปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่อาจส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงาน เช่น คุณภาพการทำงาน ผลการปฏิบัติงาน เพื่อนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ในการทำบัญชีให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2564). **ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ทำบัญชี.** ค้นเมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2564, จาก https://www.dbd.go.th/news_view.php?nid=1

ณัฏฐ์รมณ ศรีสุข และ กนกศักดิ์ สุขวัฒนาสินิทธิ์. (2560). **สมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ที่มีต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในพื้นที่จังหวัดนนทบุรีและกรุงเทพมหานคร.** ในรายงานการประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 7 (น.950-960). นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.

ณัฐฐาพรณ์ บาลี ฉัตรพล มณีกูล และ ปณิตา ราชแพทยาคม (2564). *สมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ที่มีผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี.* **วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น,** (7)1: 1-16.

บุญช่วง ศรีธรราษฎร์. (2561). *ผลกระทบของสมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ที่มีต่อความสำเร็จในการทำงานของนักบัญชีบริษัทในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือเมื่อเปิดเสรีทางเศรษฐกิจ.* **วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ,** (5)1: 67-69.

ประภากร วีระสอน. (2559). **ความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาศักยภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชีกับความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1.** วิทยานิพนธ์ ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

วิชิต อู่อ้น. (2554). **การวิจัยและสืบค้นข้อมูลทางธุรกิจ.** กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

Black, K. (2006). **Business Statistics for Contemporary Decision Making.** 4th ed. USA: John Wiley & Sons.

ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและปัจจัยกลุ่มอ้างอิงที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ของกลุ่มผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19

Integrated Marketing Communication Factors and Reference Group Affecting the Buying Decision of Wall's Ice Cream of Consumers During COVID-19 Pandemic

สรวรรณ กิตติอมรรัตน์
นิสิต หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต
E-mail: sorawan.kittiamornrat@gmail.com
สุมาลี สว่าง
อาจารย์ประจำสาขาการตลาดดิจิทัลและนวัตกรรมค้าปลีก คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต
E-mail: sumalee.sa@rsu.ac.th
Sorawan Kittiamornrat
Student, Master of Business Administration Program, Faculty of Business Administration, Rangsit University
Sumalee Sawang
Lecturer, Department of Digital Marketing and Innovation Retailing, Faculty of Business Administration, Rangsit University

รับเข้า: *13 มิถุนายน 2565* **แก้ไข:** *1 กรกฎาคม 2565* **ตอบรับ:** *16 กรกฎาคม 2565*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ของกลุ่มผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 2) ศึกษาปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ของกลุ่มผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 และ 3) ศึกษาปัจจัยกลุ่มอ้างอิงที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ของกลุ่มผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ในประเทศไทย จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบปกติ

ผลการวิจัย พบว่า 1) ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ของกลุ่มผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ไม่แตกต่างกัน 2) ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ด้านการโฆษณา ด้านการตลาดทางตรง และด้านการขายโดยบุคคลส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ของกลุ่มผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 3) ปัจจัยกลุ่มอ้างอิง ได้แก่ กลุ่มสมาชิกในครอบครัว กลุ่มเพื่อน กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตและกลุ่มผู้ทรงอิทธิพลส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ของกลุ่มผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ปัจจัยกลุ่มอ้างอิง การตัดสินใจ แบรนด์ไอศกรีมวอลล์ สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19

Abstract

The objectives of this were to 1) study the differences in demographic characteristic factors affecting buying decisions at Wall's ice cream during the COVID-19 pandemic, 2) study the factors of integrated marketing communication that affect buying decisions at Wall's ice cream during the COVID-19 pandemic, and 3) study the factors of the reference group that affect buying decisions at Wall's ice cream during the COVID-19 pandemic. The questionnaire was used as a tool to collect 400 samples. The research sample was selected from consumers who used to eat Wall's ice cream in Thailand. Descriptive statistics included frequency, percentage, mean, and standard deviation; independent sample t-test, One-way ANOVA, and Multiple Regression Analysis.

The research results showed that: 1) the differences in demographic characteristic factors affect the buying decision of Wall's ice cream during the COVID-19 epidemic situation. 2) Integrated marketing communication factors, advertising, marketing, and sales by individuals to give confidence to service users. There was an effect on the decision to buy ice cream brands. 3) The factors of the reference group were family, friends, Internet users, and influencers. There was an effect on the buying decision of Wall's ice cream during the COVID-19 epidemic situation with a statistically significant level of .05.

Keywords: integrated marketing communication factors, reference group factors, decision making, Wall's ice cream brand, COVID-19 epidemic situation

บทนำ

การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (โควิด-19) ที่ทำให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจเกือบทั้งหมดต้องหยุดชะงักลง ซึ่งเป็นไปตามมาตรการป้องกันและควบคุมการแพร่ระบาดของแต่ละประเทศ สำหรับประเทศไทย มาตรการล็อกดาวน์ที่เข้มข้นของรัฐบาลในช่วงไม่กี่เดือนที่ผ่านมา ได้สร้างความเสียหาย กับกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ สำหรับผลกระทบภาคอุตสาหกรรมหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 นั้นเริ่มส่งผลตั้งแต่เดือนมีนาคม 2563 เป็นต้นมา เนื่องจากหลายประเทศเริ่มมีการล็อกดาวน์ประเทศส่งผลให้การนำเข้าวัตถุดิบ เพื่อนำมาใช้ในการผลิตต้องหยุดชะงัก รวมถึงการส่งออกที่ชะลอตัวเกิดจากข้อจำกัดให้ไม่สามารถนำเข้าและส่งออกได้ (ศิระประภา เอื้อวิวัฒน์สกุล, 2563)

จากปัญหาดังกล่าวหลายสถาบันคาดว่า โควิด-19 จะสร้างมูลค่าความเสียหายทางเศรษฐกิจสูง ผลกระทบครั้งนี้ในด้านการค้าโลก รายงานของ UNCTAD (2020) ชี้ว่าดัชนีภาคการผลิตของจีนเดือนกุมภาพันธ์ 2563 ลดลงต่ำสุดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 และประเมินว่าจะสร้างความเสียหายต่อการส่งออก 50,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกามีผลกระทบมากสุดใน EU (15,600 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา) ขณะที่ไทยติดอยู่ที่อันดับ 11 สิ่งสำคัญที่เราน่าจะได้เห็นจากเหตุการณ์นี้คือ การพัฒนาด้านสาธารณสุขและการยกระดับความร่วมมือการทางแพทย์ทั่วโลกจะมีความสำคัญมากขึ้น การเปิดรับ Social Norms ใหม่ ๆ ที่เป็นผลพวงจากการใช้ Social Distancing (เสาวณี จันทะพงษ์ และ ทศพล ต้องหุ้ย, 2563)

สถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ยังส่งผลให้อุตสาหกรรมไอศกรีมและขนมแช่แข็งหยุดชะงักในปี พ.ศ. 2563 เนื่องจากห่วงโซ่อุปทานหยุดชะงัก ซึ่งเกิดจากข้อจำกัดทางการค้าและการบริโภคที่ลดลง ปัจจุบันตลาดไอศกรีม Modern Grocery Retailers มูลค่ารวมตลาดอยู่ที่ 8,178 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2564 เติบโตขึ้นกว่าปี พ.ศ. 2563 อย่างเห็นได้ชัดเจน เป็นเทรนด์การเติบโตที่น่าสนใจ ซึ่งส่วนแบ่งทางการตลาดกลุ่มตลาดไอศกรีมที่ได้ทำการสำรวจช่วงเดือนมิถุนายน 2564 พบว่า บริษัท Unilever มีส่วนแบ่งทางการตลาดสินค้ากลุ่มไอศกรีมอันดับที่ 1 ที่ 48.1% บริษัท Nestlé มีส่วนแบ่งทางการตลาดสินค้ากลุ่มไอศกรีมอันดับที่ 2 ที่ 21.6% และอันดับที่ 3 บริษัท Chomthana มีส่วนแบ่งทางการตลาดกลุ่มสินค้าไอศกรีมที่ 8.7%

จากข้อมูลดังกล่าวที่ข้างต้นเป็นผลทำให้ทางบริษัท Unilever (แบรนด์ไอศกรีมวอลล์) มีการปรับแผนกลยุทธ์และปรับการสื่อสารการตลาดเพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงผลิตภัณฑ์ ยิ่งทำให้การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ IMC มีบทบาทและมีความสำคัญมากขึ้นในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด โดยเริ่มต้นที่ลูกค้าไม่ใช่ผลิตภัณฑ์ ในปัจจุบันกระแสการทำการตลาดผ่านโซเชียล ถือเป็นส่วนช่วยให้ผู้ประกอบการทำการตลาดให้เข้าถึงผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น ยิ่งในสถานการณ์โควิด-19 นั้น จะเห็นได้ว่าหลากหลายแบรนด์เริ่มปรับกลยุทธ์ในการทำโฆษณาเป็นการทำตลาดผ่านโซเชียลมีเดียมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ผู้บริโภคยุคใหม่ก็ยังนิยมที่จะซื้อสินค้าตามกลุ่มอ้างอิง ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่รู้จักใกล้ชิดหรือผู้ที่มีอิทธิพล เช่น กลุ่มสมาชิกในครอบครัว กลุ่มเพื่อน กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ต กลุ่มผู้ทรงอิทธิพล เป็นอีกหนึ่งในเครื่องมือในการทำการตลาดเพื่อให้แบรนด์สินค้าเป็นที่รู้จักและเติบโตมากยิ่งขึ้นภายใต้การแข่งขันในสภาวะที่ตลาดมีการแข่งขันที่รุนแรงเช่นนี้

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยเล็งเห็นว่าแบรนด์ไอศกรีมวอลล์มีส่วนแบ่งทางการตลาดที่มากที่สุดโดยเป็นผู้นำตลาดอย่างต่อเนื่อง มีการทำสินค้าภายใต้แบรนด์วอลล์ที่หลากหลายประเภทสินค้าในกลุ่มไอศกรีมและประสบความสำเร็จ ทางแบรนด์ยังให้ความสำคัญของกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ และกลุ่มอ้างอิงที่ส่งผลต่อการซื้อของผู้บริโภค ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและปัจจัยกลุ่มอ้างอิงที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ของกลุ่มผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ทั้งนี้เพื่อจะนำไปเป็นข้อมูลพื้นฐานให้แก่ผู้ที่สนใจในอุตสาหกรรมแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ และเพื่อที่จะได้นำข้อมูลไปพัฒนากลยุทธ์การตลาดของแบรนด์ไอศกรีมวอลล์

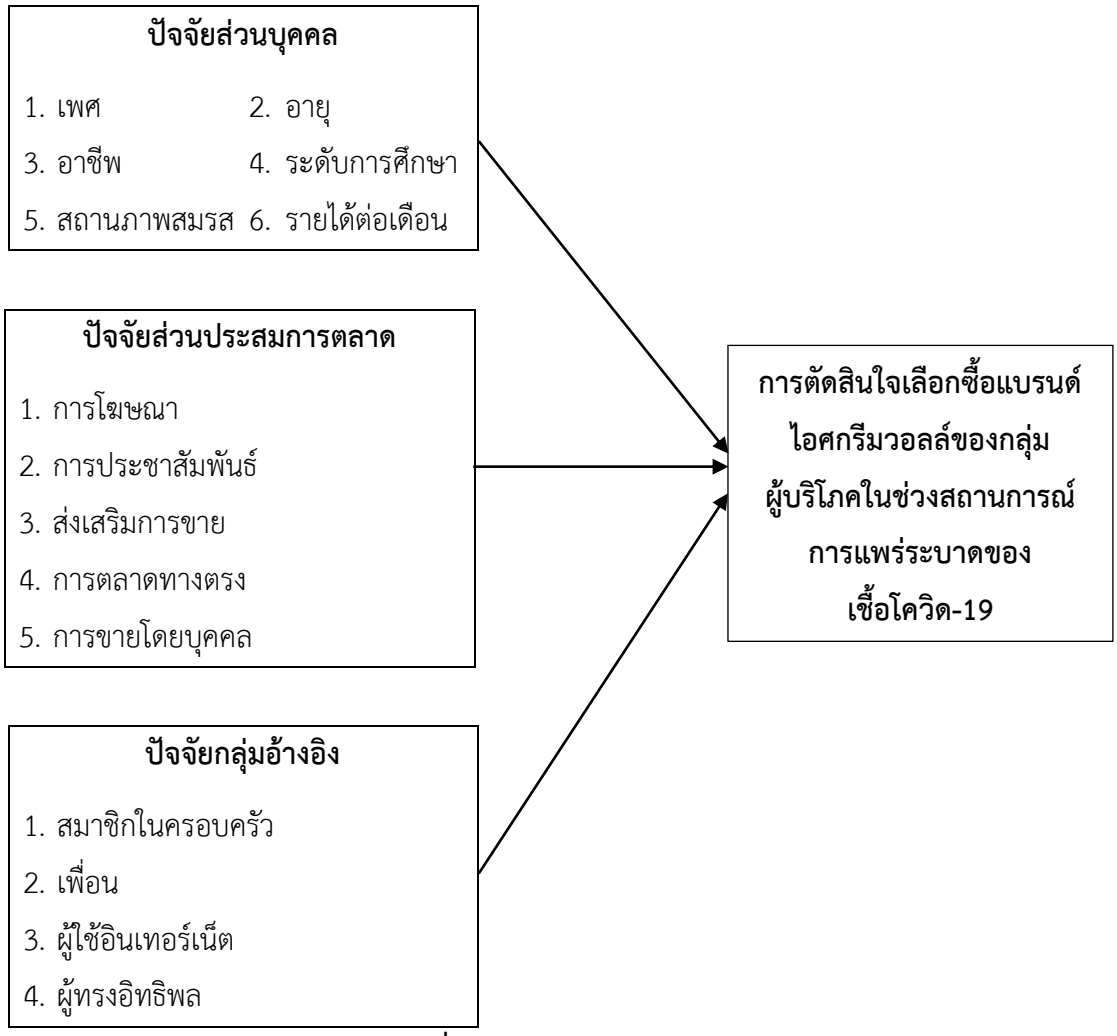
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ของกลุ่มผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19
2. เพื่อศึกษาปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ของกลุ่มผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19
3. เพื่อศึกษาปัจจัยกลุ่มอ้างอิงที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ของกลุ่มผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ของกลุ่มผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19
2. ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการด้านการโฆษณา ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านส่งเสริมการขาย ด้านการตลาดทางตรง ด้านการขายโดยบุคคลส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ของกลุ่มผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19
3. กลุ่มอ้างอิง ได้แก่ สมาชิกในครอบครัว เพื่อน ผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ผู้ทรงอิทธิพลส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ของกลุ่มผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

การศึกษาปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและปัจจัยกลุ่มอ้างอิงที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ของกลุ่มผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีวิจัยแบบสำรวจ และเก็บข้อมูลแบบสอบถามเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดวิธีวิจัยการดำเนินการวิจัยตามหัวข้อดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ที่เคยรับประทานแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ในประเทศไทย ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามสูตรไม่ทราบจำนวนประชากรของ Cochran (1977) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ระดับ .05 ในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้ทำวิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวนอย่างน้อย 400 คน เพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มที่ผู้วิจัยเลือกเพื่อความเหมาะสมในการวิจัย ในที่นี้เลือกเฉพาะผู้ที่เคยรับประทานแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ในประเทศไทย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) มาเป็นเครื่องมือในการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็นจำนวน 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 เป็นชุดคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะแบบเลือกตอบ (Multiple Choices) โดยมีตัวเลือกตั้งแต่ 3 ตัวเลือกขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ของกลุ่มผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ประกอบด้วย 5 ด้าน เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งระดับความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ โดยจำนวนคำถามแต่ละข้อมีระดับความสำคัญ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ปัจจัยกลุ่มอ้างอิงที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ของกลุ่มผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ประกอบด้วย 4 ด้าน เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งระดับความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ โดยจำนวนคำถามแต่ละข้อมีระดับความสำคัญ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 การตัดสินใจเลือกซื้อแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ของกลุ่มผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 จำนวน 4 ข้อ เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งระดับความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ โดยจำนวนคำถามแต่ละข้อมีระดับความสำคัญ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ส่วนที่ 5 เป็นแบบสอบถามลักษณะปลายเปิด (Open-Ended Response Question) โดยให้แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอื่น ๆ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่อง กำหนดกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย กำหนดนิยาม และใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากนั้นปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นและผ่านการทดสอบจากผู้เชี่ยวชาญ และทำการปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถาม เพื่อหาคุณภาพเครื่องมือโดยนำผลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงตรงของ Cronbach's alpha ซึ่งค่าที่ได้นั้นจะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถามโดยมีค่าตั้งแต่ 0 ถึง 1 หากค่าที่ได้ใกล้เคียงกับ 1 มาก แสดงว่าแบบสอบถามนั้นมีความน่าเชื่อถือมาก ทั้งนี้จะใช้ค่าสัมประสิทธิ์ที่มีค่ามากกว่า 0.70 ซึ่งจะถือว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นในระดับที่เหมาะสม (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2552)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น และสอบถามกับผู้ที่เคยรับประทานแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ในประเทศไทย ซึ่งการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยโดยใช้วิธีเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) การแจกแบบสอบถามผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามจากโซเชียลมีเดียจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ที่เคยรับประทานแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ในประเทศไทย เมื่อผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามครบตามจำนวนพร้อมตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของแบบสอบถาม และรวบรวมแบบสอบถามมาดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. นำแบบสอบถาม มาตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบ แบบสอบถามทุกฉบับควรตอบคำถามในทุก ๆ ข้อให้สมบูรณ์และครบถ้วน

2. แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วนแล้ว นำข้อมูลมาแปลงรหัส และเข้ารหัส เพื่อนำมาทำการประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติแล้วผลที่ได้จะนำมาวิเคราะห์และนำเสนอผลการศึกษาต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ใช้จำนวนและร้อยละ

1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนที่ 2 ซึ่งเป็นการสร้างมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนที่ 3 ซึ่งเป็นการสร้างมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. สถิติทดสอบเชิงอนุมาน (Inference Statistics)

2.1 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม (t-test)

2.2 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่มขึ้นไป โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ถ้าการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะต้องทำการเปรียบเทียบในลักษณะรายคู่ (Multiple Comparison) โดยจะใช้วิธีการทดสอบตามวิธีของเชฟเฟ่ (Sheffé's Method) เป็นลำดับต่อไป

2.3 สถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบปกติ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ของกลุ่มบริโภคในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ของกลุ่มผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนบุคคล	**การตัดสินใจเลือกซื้อแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ของกลุ่มผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19**		
	สถิติที่ใช้ศึกษา	**Sig.**	**ผลการทดสอบสมมติฐาน**
เพศ	t-test	0.30	ปฏิเสธ
อายุ	One-way ANOVA	0.22	ปฏิเสธ
อาชีพ	One-way ANOVA	0.25	ปฏิเสธ
ระดับการศึกษา	One-way ANOVA	0.14	ปฏิเสธ
สถานภาพสมรส	One-way ANOVA	0.54	ปฏิเสธ
ระดับรายได้ต่อเดือน	One-way ANOVA	0.12	ปฏิเสธ

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส และระดับรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ของกลุ่มผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19

2. ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ของกลุ่มผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19

ตารางที่ 2 ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ของกลุ่มผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19

ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	**การตัดสินใจเลือกซื้อแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ของกลุ่มผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19**	
	สถิติที่ใช้ศึกษา	**Sig.**
การโฆษณา	Multiple Regression Analysis	0.00*
การประชาสัมพันธ์	Multiple Regression Analysis	0.06
ส่งเสริมการขาย	Multiple Regression Analysis	0.06
การตลาดทางตรง	Multiple Regression Analysis	0.01*
การขายโดยบุคคล	Multiple Regression Analysis	0.00*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 สรุปได้ว่าปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ด้านการโฆษณา ด้านการตลาดทาง และด้านการขายโดยบุคคลให้ความเชื่อมั่นต่อผู้ใช้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ของกลุ่มผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในขณะที่ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านส่งเสริมการขายไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ของกลุ่มผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19

3. ปัจจัยกลุ่มอ้างอิงส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ของกลุ่มผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19

ตารางที่ 3 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยกลุ่มอ้างอิงส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ของกลุ่มผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19

ปัจจัยกลุ่มอ้างอิง	**การตัดสินใจเลือกซื้อแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ของกลุ่มผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19**	
	สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล	**Sig.**
สมาชิกในครอบครัว	Multiple Regression Analysis	0.00*
เพื่อน	Multiple Regression Analysis	0.01*
ผู้ใช้อินเทอร์เน็ต	Multiple Regression Analysis	0.00*
ผู้ทรงอิทธิพล	Multiple Regression Analysis	0.00*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยกลุ่มอ้างอิง กลุ่มสมาชิกในครอบครัว กลุ่มเพื่อน กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตและกลุ่มผู้ทรงอิทธิพลให้ความเชื่อมั่นต่อผู้ใช้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ของกลุ่มผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ของกลุ่มผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ที่แตกต่างกัน จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ของกลุ่มผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ไม่แตกต่างกัน

ทั้งนี้เนื่องจากแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ เป็นสินค้าประเภทสะดวกซื้อที่สามาถตอบสนองกลุ่มเป้าหมายได้ทั้งทุกเพศ ทุกวัย ทุกอาชีพ และทุกระดับการศึกษา ความต้องการบริโภคไอศกรีมก็ไม่ได้มีความแตกต่างกัน เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถเลือกซื้อได้ง่าย โดยไม่ต้องคิดมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิรประภา นพชัยยา (2558) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟจากร้านคาเฟ่อเมซอนในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟจากร้านคาเฟ่ อเมซอน ในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

2. ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ของกลุ่มผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่า มีปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ของกลุ่มผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการโฆษณา ด้านการตลาดทางตรง และด้านการขายโดยบุคคลส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ของกลุ่มผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสามารถอภิปรายผลในแต่ละปัจจัย ดังนี้

1. ด้านการโฆษณา ผลการวิจัย พบว่า การโฆษณาเป็นปัจจัยที่มีการตัดสินใจเลือกซื้อแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ของกลุ่มผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 มากที่สุด (Beta=0.25) เนื่องจากโฆษณามีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสารและกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจเลือกใช้บริการ การโฆษณานั้นจะช่วยกระจายข้อมูลข่าวสารออกไปยังกลุ่มเป้าหมายทั้งผู้ที่เคยซื้อสินค้าไปจนถึงผู้ที่ยังไม่เคยซื้อสินค้า ซึ่งปัจจุบันการโฆษณายังมีหลากหลายรูปแบบทั้งแบบออฟไลน์ และแบบออนไลน์ ซึ่งผลวิจัยดังกล่าว สอดคล้องกับงานวิจัยของ บาลิน นิลพันธุ์ (2562) ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารการตลาด

เชิงบูรณาการที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มในร้านกาแฟสดของผู้บริโภคจังหวัดนครปฐม” พบว่า การสื่อสารการตลาดด้านการโฆษณามีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มกาแฟสดประเภทกาแฟร้อน และกาแฟสดประเภทเอสเปสโซ่ของผู้บริโภคจังหวัดนครปฐม และยังสอดคล้องกับงานวิจัย นภชา สัญญาลักษณ์ (2562) ศึกษาเรื่อง “แนวทางการพัฒนาการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการเพื่อสร้างความภักดีตรากาแฟสำเร็จรูปในภูมิภาคตะวันตก” ผลการวิจัย พบว่า ด้านการโฆษณามีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้เครื่องมือสื่อสารของประชากรในภูมิภาคตะวันตก

2. ด้านการตลาดทางตรงส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ของกลุ่มผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ในระดับมากรองลงมาจากการขายโดยบุคคล (Beta=0.14) ซึ่งปัจจุบันในสถานการณ์โควิด-19 ทำให้การทำการตลาดทางตรงเป็นที่นิยมมาก เพราะสามารถสื่อสารข้อมูลจากแบรนด์สู่ผู้บริโภคได้ตรงจุด รวดเร็วที่สุด และเสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด ซึ่งผลวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ กุลธิดา ก้าวสัมพันธ์ (2560) ศึกษาเรื่อง “การส่งเสริมการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” ซึ่งผลวิจัย พบว่า การตลาดทางตรงส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และงานวิจัยดังกล่าวยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ บาลิน นิลพันธุ์ (2562) ที่ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มในร้านกาแฟสดของผู้บริโภคจังหวัดนครปฐม” ผลการวิจัย พบว่า การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการด้านการตลาดทางตรงมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มกาแฟสดประเภทกาแฟลาเต้และกาแฟอเมริกาโน่ของผู้บริโภคจังหวัดนครปฐม

3. ด้านการขายโดยบุคคลส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ของกลุ่มผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ในระดับมากรองลงมาจากการโฆษณา (Beta=0.17) แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการบริการของพนักงานขาย การที่พนักงานมีการบริการที่ดี ใส่ใจผู้บริโภค จะทำให้เกิดความประทับใจแก่ผู้ใช้บริการ หรือพนักงานขายมีการแนะนำสินค้าที่ได้รับความนิยม และจัดเรียงสินค้าให้ง่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อ พนักงานขายมีการช่วยเหลือด้านสินค้าและบริการอย่างเป็นมิตร และพนักงานขายมีการแนะนำสินค้ารสชาติใหม่ๆ ยังส่งผลในการตัดสินใจของผู้บริโภคเช่นเดียวกัน ซึ่งผลวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฤทธิรุตม์ คงเมือง (2557) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟในเวลากลางคืนในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ปัจจัยด้านการบริการของพนักงานและความสะอาดภายในร้านส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในเวลากลางคืนในเขตกรุงเทพมหานคร ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริภัสราภรณ์ แจ่มจันทร์ (2556) ซึ่งทำการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการซื้อคุณค่าตราสินค้าเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อความภักดีในตราสินค้าเครื่องดื่มช็อกโกแลต ตราไมโลของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร” ผลการศึกษา พบว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

ด้านการขายโดยใช้พนักงานขายมีผลต่อความภักดีในตราสินค้าเครื่องดื่มช็อกโกแลต ตราไมโลของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

3. ปัจจัยกลุ่มอ้างอิงส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ของกลุ่มผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่า มีปัจจัยกลุ่มอ้างอิงส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ของกลุ่มผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 จำนวน 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มสมาชิกในครอบครัว กลุ่มเพื่อน กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตและกลุ่มผู้ทรงอิทธิพลส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ของกลุ่มผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสามารถอภิปรายผลในแต่ละปัจจัย ดังนี้

1. กลุ่มสมาชิกในครอบครัว แสดงให้เห็นว่า การเลือกทานไอศกรีมของผู้บริโภคมีผลมาจากครอบครัว เนื่องมาจากการที่มีสินค้าไอศกรีมแบบ Take Home สามารถซื้อกลับมาทานที่บ้านได้ในขนาดที่ใหญ่และประหยัดกว่า และในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้ครอบครัวส่วนใหญ่ทำงาน Work form Home จึงทำให้มีการซื้อไอศกรีมเก็บไว้เพื่อรับประทานเล่น ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในการทานไอศกรีมว่า เลือกซื้อเนื่องจากคนในครอบครัวเคยรับประทานแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ ซึ่งผลวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ พงษ์จิรัฐ จึงนิธิเกียรติ และ ธรรมวิมล สุขเสริม (2560) ศึกษาเรื่อง “การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมุกดาหาร” ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มอ้างอิง ด้านครอบครัวมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัดมุกดาหาร และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ เสรี เปล่งปลั่ง (2558) ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิต กลุ่มอิทธิพลของผู้บริโภคสินค้าออร์แกนิค” ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มผู้มีชื่อเสียง และกลุ่มสมาชิกในครอบครัวส่งผลต่อการคล้อยตามให้ผู้บริโภคสินค้าซื้อสินค้าออร์แกนิค

2. กลุ่มเพื่อน แสดงให้เห็นว่า การเลือกรับประทานไอศกรีมของผู้บริโภคในปัจจุบันมักรับประทานตามเพื่อน ซึ่งพฤติกรรมแบบนี้อาจทำให้ผู้บริโภคมีความรู้สึกถึงความสนุกสนาน และผ่อนคลาย และเมื่อพิจารณาจากข้อคำถาม ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในการรับประทานไอศกรีมว่า ผู้บริโภคเลือกซื้อเนื่องจากเพื่อนแนะนำไอศกรีมให้รับประทาน บอกว่ามีรสชาติ อร่อย ราคาถูก และเลือกซื้อเนื่องจากเพื่อนชอบพาไปเลือกซื้อไอศกรีมวอลล์ เป็นต้น ซึ่งผลวิจัยดังกล่าว สอดคล้องกับงานวิจัยของ Khalid et al. (2013) ที่ทำการวิจัยเรื่อง “การสื่อสารแบบปากต่อปาก: ผู้สนับสนุนที่มีประสิทธิภาพเพื่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในตลาดการดูแลสุขภาพ” ผลการวิจัย พบว่า การบอกต่อข้อมูลจากเพื่อนมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพเพื่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในตลาดการดูแลสุขภาพ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ บงกช รัตนปรีดากุล (2554) ซึ่งทำการวิจัยเรื่อง “อิทธิพลของทัศนคติและบรรทัดฐานกลุ่มอ้างอิงที่มีพฤติกรรมการซื้อสินค้า และ

บริการออนไลน์ของผู้บริโภควัยทำงานตอนต้น” ผลการวิจัย พบว่า บรรทัดฐานกลุ่มอ้างอิงด้านเพื่อนร่วมงานมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้า และบริการออนไลน์ของผู้บริโภควัยทำงานตอนต้น

3. กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ต แสดงให้เห็นว่า ในปัจจุบันผู้บริโภคให้ความสนใจกับข้อมูลข่าวสาร บนโลกอินเทอร์เน็ตเป็นอย่างมาก จากการวิวัฒนาการเทคโนโลยีการสื่อสาร ทำให้อินเทอร์เน็ตเข้ามามีอิทธิพลมากขึ้นและเกิดเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ ที่ผู้คนแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันอย่างทั่วถึง รวมถึงการใช้แอปพลิเคชันต่าง ๆ ที่จะช่วยให้ง่ายต่อการค้นหาข้อมูลและติดต่อสื่อสารกัน เนื่องจากพบเห็นรีวิวรสชาติของไอศกรีมวอลล์ จากผู้ใช้อินเทอร์เน็ต มากที่สุด แสดงให้เห็นว่าเครือข่ายสังคมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลเป็นอย่างมากในการการตัดสินเลือกใช้บริการ ซึ่งผลวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ Gupta et al. (2009) ศึกษาเรื่อง “อิทธิพลของเพื่อนบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อการซื้อสินค้าและบริการ” ผลการวิจัย พบว่า เพื่อนบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ต มีอิทธิพลต่อกลุ่มใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ระดับปานกลางถึงระดับมาก และงานวิจัยดังกล่าว ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริญญา ลิมโพธิ์ทอง (2557) ศึกษาเรื่อง “สื่อโฆษณาออนไลน์ผลิตภัณฑ์กาแฟควบคุมน้ำหนักกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค” ผลการศึกษา พบว่า พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กาแฟควบคุมน้ำหนัก

4. กลุ่มผู้ทรงอิทธิพล แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคปัจจุบันไม่เพียงแต่ให้ความสนใจกับข้อมูลของสินค้าที่ได้รับมาเท่านั้น แต่ยังให้ความสนใจจากข้อมูล หรือความคิดเห็นของผู้ทรงอิทธิพล ซึ่งเป็นกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลในสังคม อาทิเช่น นักร้อง นักแสดง ผู้มีชื่อเสียง รวมถึงผู้เชี่ยวชาญ เพื่อเป็นข้อมูลช่วยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการอีกด้วย ผู้ทรงอิทธิพล เช่น ดารา นักร้อง หรือผู้มีชื่อเสียง รีวิวไอศกรีมบอกว่า มีรสชาติ อร่อย ราคาถูกมากที่สุด แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคพบข้อมูลข่าวสารที่ผู้ทรงอิทธิพลนำเสนอออกไปเพื่อให้สาธารณชนรับรู้ สามารถส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ หรือเกิดพฤติกรรมคล้อยตาม และเกิดเป็นตัดสินใจเลือกใช้บริการเนื่องจากข้อมูลที่ได้รับจากผู้ทรงอิทธิพลซึ่งผลวิจัยดังกล่าวได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิมา อุดมศิลป์ (2557) ศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดโดยใช้ผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์ในธุรกิจร้านอาหาร” ซึ่งผลวิจัย พบว่า ทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อข้อมูลรีวิวร้านอาหาร มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมในการทำตามที่บล็อกเกอร์นำเสนอ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปัณฑารีย์ แก้วปานกัน (2557) ซึ่งทำการศึกษาเรื่อง “กลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อขั้นตอนก่อนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากสมุนไพร ของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า กลุ่มผู้ทรงอิทธิพลด้านกลุ่มผู้มีชื่อเสียง และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีอิทธิพลต่อขั้นตอนก่อนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากสมุนไพรของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ของกลุ่มผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ไม่แตกต่างกัน ผู้ประกอบการสามารถเลือกกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลายในวงกว้าง ทุกเพศ ทุกวัย อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพสมรส และเนื่องจากไอศกรีมเป็นสินค้าประเภท Convenience Goods กล่าวคือ เป็นสินค้าที่เป็นของกินของใช้ประจำวันที่ราคาไม่แพง ใช้เป็นประจำ และเคยชินกับยี่ห้อราคาไม่แพงมากทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่ซื้อไอศกรีมอาจมีอายุ อาชีพ ระดับการศึกษา สถานภาพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน สามารถเข้าถึงไอศกรีมได้ ผู้ประกอบกิจการเกี่ยวกับธุรกิจไอศกรีมควรพัฒนารสชาติสินค้าให้มีความหลากหลายเพื่อให้สินค้าสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ทุกกลุ่มเป้าหมาย

2. ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบรูณาการ

ด้านการโฆษณาส่งผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด ควรให้ความสำคัญและมุ่งเน้นในการทำการสื่อสารไปที่ด้านการโฆษณาเป็นหลัก โดยผู้ประกอบการสามารถทำโฆษณา ณ จุดขายง่าย ๆ เพื่อเชิญชวนซื้อสินค้าผ่านรูปภาพที่ดูอร่อยและความสดชื่นของไอศกรีม เนื่องจากเมืองไทยเป็นเมืองร้อน การโฆษณา ณ จุดขายที่ภาพแสดงออกมาถึงความสดใสสดชื่นก็จะเป็นการจูงใจผู้บริโภคได้ง่ายขึ้น และผู้ประกอบการควรทำโฆษณาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ควบคู่ไปด้วย ยกตัวอย่างเช่น ทำการโฆษณาผ่านเพจ Facebook หรือช่องทางใหม่ที่เป็นกระแสในช่วงนี้อย่างTiktok และสื่อโฆษณาที่ขาดไม่ได้เลย คือ โทรทัศน์ ซึ่งจะส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถรับข่าวสารดังกล่าวได้อย่างรวดเร็ว เพื่อให้แบรนด์ไอศกรีมได้กลายเป็นที่รู้จัก

ด้านการตลาดทางตรง มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ ผู้ประกอบการสามารถอาศัยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีมาใช้เป็นเครื่องมือในการทำสื่อสารโดยตรงไปยังผู้บริโภค ยกตัวอย่างเช่น การใช้ LINE Official Account, SMS หรือเว็บไซต์ เพื่อส่งโปรโมชันหรือสิทธิประโยชน์ให้สำหรับลูกค้าที่เคยมาใช้บริการและลงทะเบียนไว้ และเนื่องจากช่องทางดังกล่าวมีค่าใช้จ่ายไม่สูง ซึ่งจะสามารถช่วยลดค่าใช้จ่ายในการนำเสนอสินค้าได้ ผู้ประกอบการควรใช้การตลาดทางตรงทำการสื่อสารกับผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง

ด้านการขายโดยบุคคล โดยที่พนักงานขายจะเป็นผู้ส่งมอบบริการให้แก่ลูกค้า และพนักงานขายจะเป็นผู้ที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าโดยการเอาใส่ใจลูกค้า และให้คำแนะนำกับลูกค้าได้เป็นอย่างดี พนักงานมีการแนะนำสินค้าที่มีการจัดรายการส่งเสริมการขาย มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบควรให้ความสำคัญในการใช้เครื่องมือด้านการขายโดยบุคคล มาเป็นเครื่องมือในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รับความพึงพอใจ นอกเหนือจากนี้ พนักงานขายมีการช่วยเหลือด้านสินค้าและบริการอย่างเป็นมิตร และการแนะนำสินค้ารสชาติ

ใหม่ๆของพนักงานยังมีความสำคัญ ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงต้องมีการฝึกสอนและอบรมพนักงานให้ได้คุณภาพเพื่อส่งมอบประสบการณ์ที่ดีในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในสินค้าและบริการตลอดจนก่อให้เกิดเป็นความประทับใจและกลับมาใช้บริการซ้ำ

3. ปัจจัยกลุ่มอ้างอิง

กลุ่มสมาชิกในครอบครัว ควรสื่อสารโดยเน้นในเรื่องของบรรยากาศในการรับประทานไอศกรีม หรือการสื่อสารในวัตถุประสงค์ของการสร้างความสุขให้กันในระหว่างบริโภคไอศกรีม เพื่อสร้างให้ผู้บริโภคมีประสบการณ์ในการรับประทานไอศกรีมที่ดี และต่อมาอาจจะนำกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการมาใช้เป็นเครื่องมือควบคู่ไปกับการทำกิจกรรมทางการตลาดด้านกลุ่มสมาชิกในครอบครัวยกตัวอย่างเช่น การจัดกิจกรรมวันครอบครัว ลดราคาค้าสินค้าสำหรับลูกค้าที่มาพร้อมกับครอบครัว หรือให้สิทธิพิเศษสำหรับลูกค้าที่เคยซื้อสินค้าและพากลุ่มสมาชิกในครอบครัวมาซื้อสินค้าอีกในครั้งถัดไป

กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ผู้บริโภคเลือกซื้อเนื่องจากพบเห็นรีวิวรสชาติของไอศกรีมวอลล์จากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตโดยผู้ประกอบการสามารถอาศัยกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นผู้ช่วยให้เกิดข้อมูลข่าวสารของทางแบรนด์ เช่น การให้ผู้บริโภคที่เคยซื้อสินค้าทำการลงรูปสินค้าบนอินเทอร์เน็ต หรือผู้ประกอบการอาจเน้นไปที่กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นบล็อกเกอร์ เนื่องจากผู้ที่เป็นบล็อกเกอร์ จะมียอดผู้ติดตามที่คอยรับข่าวสารจากบล็อกเกอร์นั้น ๆ อยู่แล้วจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจตลอดจนติดตามและซื้อสินค้าในที่สุด

กลุ่มผู้ทรงอิทธิพล อาจทำการเลือกผู้ทรงอิทธิพลต่อสาธารณชน เช่น เชิญดารามาใช้บริการซื้อสินค้าและรีวิว ซึ่งการที่กลุ่มผู้ทรงอิทธิพลที่กลุ่มเป้าหมายชื่นชอบในตัวผลิตภัณฑ์ จะทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดพฤติกรรมเลียนแบบ และเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ นอกเหนือจากนี้ ผู้ประกอบการสามารถทำการสื่อสารข้อมูลของผู้ทรงอิทธิพลเหล่านี้ ช่วยเสริมไปกับการทำการตลาดผ่านกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตได้ ซึ่งจะช่วยทำให้แบรนด์ไอศกรีมกลายเป็นที่รู้จักต่อกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว

กลุ่มเพื่อน ผลวิจัย พบว่า ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้าเนื่องจากกลุ่มเพื่อนเคยรับประทาน และแนะนำไอศกรีมให้ทาน บอกว่า มีรสชาติ อร่อย ราคาถูก ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจไอศกรีมจึงควรใช้กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการมาใช้เป็นเครื่องมือควบคู่ไปกับการทำกิจกรรมทางการตลาดด้านเพื่อน ยกตัวอย่างเช่น การจัดกิจกรรมวันเพื่อน เพื่อนแนะนำเพื่อน Word of Mouth การถ่ายรูปพร้อมกับเพื่อนและแชร์ในกลุ่มสังคมออนไลน์ หรือให้สิทธิพิเศษสำหรับลูกค้าที่เคยซื้อสินค้าและพากลุ่มเพื่อนมาซื้อสินค้าอีกในครั้งถัดไป เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมในส่วนปัจจัยอื่น ๆ ที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแบรนด์ไอศกรีมวอลล์ให้หลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจทางวิชาการ

2. งานวิจัยนี้อาจจะเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย เนื่องจากสถานการณ์ที่ผู้ทำวิจัยเลือกเก็บเป็นเพียงสถานการณ์หนึ่งของการเปลี่ยนแปลงทางด้านการระบาดของเชื้อโควิด-19 ดังนั้นควรทำวิจัยซ้ำเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน

3. ควรมีการทำวิจัยเชิงคุณภาพเพิ่มเติม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้พัฒนาสินค้าและบริการ รวมไปถึงกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. ควรศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ หรือ เลือกซื้อสินค้า เนื่องจากพฤติกรรมการใช้บริการหรือเลือกซื้อสินค้า จะช่วยให้ทราบถึงสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการ ซึ่งจะสามารถนำข้อมูลมาใช้เป็นแนวทางในการทำกิจกรรมทางการตลาดเพื่อพัฒนาธุรกิจได้ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2552). **สถิติสำหรับงานวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กุลธิดา ก้าวสัมพันธ์. (2560). **การส่งเสริมการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่.** สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.

นภชา สัญญาลักษณ์. (2562). **แนวทางการพัฒนาการสื่อสารการตลาดเชิงบรูณาการเพื่อสร้างความภักดีตรากาแฟสำเร็จรูปในภูมิภาคตะวันตก.** สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.

บงกช รัตนปรีดากุล. (2554). **อิทธิพลของทัศนคติและบรรทัดฐานกลุ่มอ้างอิงที่มีพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ของผู้บริโภควัยทำงานตอนต้น**. วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตร์และสารสนเทศมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

บาลิน นิลพันธุ์. (2562). **การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มในร้านกาแฟสดของผู้บริโภคจังหวัดนครปฐม.** สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.

ปัณฑารีย์ แก้วปานกัน. (2557). **กลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อขั้นตอนก่อนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากสมุนไพร ของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พงษ์จิรัฐ จึงนิธิเกียรติ และ ธรรมวิมล สุขเสริม. (2560). **การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมุกดาหาร**. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.

ฤทธิรุตม์ คงเมือง. (2557). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟในเวลากลางคืนในเขตกรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศศิมา อุดมศิลป์. (2557). **กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดโดยใช้ผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์ในธุรกิจร้านอาหาร**. วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิรประภา นพชัยยา. (2558). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟจากร้านคาเฟ่อเมซอนในสถานีบริการน้ำมัน ปตท.ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศิระประภา เอื้อวิวัฒน์สกุล. (2563). **ผลกระทบและทิศทางของภาคอุตสาหกรรมหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19.** ค้นเมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธุ์ 2565, จาก https://www.oie.go.th/assets/portals/1/fileups/2/files/ArticlesAnalysis/Direction_industry_after_COVID-19.pdf.

ศิริภัสราภรณ์ แจ่มจันทร์. (2556). **พฤติกรรมการซื้อคุณค่าตราสินค้าเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อความภักดีในตราสินค้าเครื่องดื่มช็อกโกแลต ตราไมโลของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร.** สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.

สิริญญา ลิมโพธิ์ ทอง. (2557). **สื่อโฆษณาออนไลน์ผลิตภัณฑ์กาแฟควบคุมน้ำหนักกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.** วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

เสรี เปล่งปลั่ง . (2558). **รูปแบบการดำเนินชีวิต กลุ่มอิทธิพลของผู้บริโภคสินค้าออร์แกนิค**. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.

เสาวณี จันทะพงษ์ และ ทศพล ต้องหุ้ย. (2563). **ผลกระทบวิกฤต COVID-19 กับเศรษฐกิจโลก: This Time is Different.** ค้นเมื่อวันที่ 2 มกราคม 2564, จาก https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_18Mar2020.aspx.

Cochran, W. G. (19 77). **Sampling techniques**. 3rd ed. John Wiley & Sons.

Gupta, S., Han, S., & Iyengar. (2009). **Do friends influence purchases in a social network.** Retrieved on January 2nd 2021, from https://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/09-123_0218aa20-e683-49b2-a886-837c09b552d5.pdf.

Khalid S., Ahmed, A. M., & Ahmad, Z. (2013). *Word-of-Mouth Communications: A Powerful contributor to Consumers Decision-making in Healthcare Market.* **International Journal of Business and Management Invention,** 2(5), 50-59.

UNCTAD. (2020). **Global trade impact of the coronavirus (COVID-19) epidemic.** Retrieved on 12th February 2021, form https://unctad.org/en/Publications Library/ditcinf2020d1.pdf.

การพัฒนาแบบฝึกทักษะสำหรับสถิติเชิงอนุมานของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยคริสเตียน

The Development of Supplementary Exercises for Inferential Statistics of Undergraduates Students in Christian University

รตินันท์ จินดา
อาจารย์ประจำสำนักศึกษาทั่วไป มหาวิทยาลัยคริสเตียน
E-mail: ratinanaoy@gmail.com
วิไลวรรณ ทองใบอ่อน
อาจารย์ประจำสำนักศึกษาทั่วไป มหาวิทยาลัยคริสเตียน
E-mail: wthongbaion@gmail.com
อภินันต์ อันทวีสิน
อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาวิชาการบริหารการศึกษา และคณบดีคณะสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยคริสเตียน
E-mail: apinunu@christian.ac.th
Ratinan Chinda
Lecturer, General Education Office,Christian University of Thailand
Wilaiwan Thongbaion
Lecturer, General Education Office, Christian University of Thailand
Apinun Untaweesin
Lecturer, Educational Administration Program and Dean of Multidisciplinary College, Christian University of Thailand

รับเข้า: *15 กรกฎาคม 2565* **แก้ไข:** *5 สิงหาคม 2565* **ตอบรับ:** *30 สิงหาคม 2565*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาก่อนเรียนและหลังเรียนด้วยแบบฝึกทักษะสำหรับสถิติเชิงอนุมาน และ 2) ศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการเรียนด้วยแบบฝึกทักษะสำหรับสถิติเชิงอนุมาน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบฝึกทักษะสำหรับสถิติเชิงอนุมาน แบบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง สถิติเชิงอนุมาน ก่อนเรียนและหลังเรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะทั้งหมด 2 ชุดคู่ขนานกัน แบบสอบถามความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อแบบฝึกทักษะสำหรับสถิติเชิงอนุมาน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ซึ่งเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่ลงทะเบียน

เรียนรายวิชา TSTA3102 หลักสถิติ โดยการเลือกตัวอย่างตามความสะดวก วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิตินอนพาราเมตริก Wilcoxon matched pairs signed rank test ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า 1) ผู้เรียนมีคะแนนจากการทำแบบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนด้วยแบบฝึกทักษะอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Z=-4.79, p=0.00) ที่ระดับ .05 และ 2) ผู้เรียนมีความพึงพอใจต่อการเรียนด้วยแบบฝึกทักษะสำหรับสถิติเชิงอนุมานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: แบบฝึกทักษะ สถิติเชิงอนุมาน วิชาหลักสถิติ

Abstract

The purposes of this research were to 1) study the learning achievement of the students before and after the study with the Supplementary Exercises for Inferential Statistics, and 2) study the students' satisfaction toward learning by using the Supplementary Exercises for Inferential Statistics. The instruments for the research were the Supplementary Exercises for Inferential Statistics, the 2 parallel sets of Learning Achievement Test before and after learning by using the Supplementary Exercises for Inferential Statistics, and the Student Satisfaction Questionnaire on the Supplementary Exercises for Inferential Statistics. Data were collected from a sample of 30 first-year students who enrolled in the TSTA3102 Principle of Statistics course by using convenience sampling. The scores of the 2 parallel sets of Learning Achievement Test before and after learning by using the Supplementary Exercises for Inferential Statistics were analyzed by using the nonparametric Wilcoxon matched-pairs signed rank test and the data from the Student Satisfaction Questionnaire on the Supplementary Exercises for Inferential Statistics were analyzed by using mean and standard deviation.

The research results found that: 1) the learners' scores from taking the learning achievement test after learning by using the Supplementary Exercises for Inferential Statistics were significantly higher than before (z=-4.79, p=0.00) at the level of .05, and 2) the learners' satisfaction on the Supplementary Exercises for Inferential Statistics overall was at a high level.

Keywords: supplementary exercises, inferential statistics, principle of statistics

บทนำ

สถิติเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการทำงานวิจัย เช่น ใช้ในการบรรยายลักษณะของข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำมาแปลผลและสรุปผลการวิจัย โดยเฉพาะในการวิจัยเชิงปริมาณ เพราะข้อมูลที่รวบรวมมาจากการทำงานวิจัยมีตัวเลขเป็นจำนวนมาก การจัดระเบียบตัวเลขนั้น ๆ ด้วยสถิติจะช่วยให้ผู้อ่านงานวิจัยเกิดความเข้าใจได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งการทำงานวิจัยเป็นการศึกษาเพื่อแก้ปัญหาข้อสงสัยด้วยกระบวนการวิทยาศาสตร์ ข้อมูลที่รวบรวมมาได้เมื่อนำมาผ่านกระบวนการทางสถิติ ก็จะทำให้นักวิจัยมีข้อมูลที่น่าเชื่อถือประกอบการตัดสินใจได้ (สมพงษ์ พันธุรัตน์, ม.ป.ป.)

สถิติจำแนกออกเป็น 2 ประเภทด้วยกัน ได้แก่ 1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) คือ การอธิบายลักษณะของข้อมูล เฉพาะข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาเท่านั้น ไม่สามารถนำผลไปใช้ในการอธิบายลักษณะของข้อมูลนอกเหนือจากนั้นได้ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย มัธยฐาน ฐานนิยม ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความแปรปรวน เป็นต้น และ 2) สถิติเชิงอนุมาน คือ สถิติที่เกี่ยวกับการนำข้อมูลเพียงบางส่วนของประชากรไปวิเคราะห์ แล้วนำผลที่ได้นี้ไปอธิบายหรือสรุปผลเกี่ยวกับลักษณะของประชากรทั้งหมด การสรุปดังกล่าวมาจากการประยุกต์ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น ทำให้ผลที่ได้มีความน่าเชื่อถือ สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การประมาณค่าทางสถิติ การทดสอบสมมุติฐานทางสถิติ การวิเคราะห์การถดถอยและสหสัมพันธ์ เป็นต้น (สมพงษ์ พันธุรัตน์, ม.ป.ป.)

สถิติทั้ง 2 ประเภทข้างต้น จะเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาคำตอบประเด็นต่าง ๆ ในการศึกษาวิจัยโดยเฉพาะ นักศึกษาในระดับมหาวิทยาลัยจะต้องทำวิทยานิพนธ์ ปริญญานิพนธ์ หรือสารนิพนธ์ เพื่อศึกษาลักษณะบางอย่างของประชากรที่สนใจ หากนักศึกษาต้องเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดของประชากรนั้น ๆ ซึ่งมีจำนวนมาก เพื่อมาหาค่าบางอย่างของประชากรทั้งหมด จะทำให้เสียเวลาและค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างมาก หรืออาจจะไม่สามารถทำได้ นักศึกษาจึงมีความจำเป็นต้องเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งที่สนใจจะศึกษาจากตัวอย่างเพียงบางส่วน โดยเลือกจากประชากรที่สนใจจะศึกษา และใช้ผลที่ได้จากข้อมูลของตัวอย่างนั้นเพื่อเป็นตัวแทนของผลที่ต้องการจากประชากรทั้งหมด และเพื่อให้ผลการวิจัยที่ได้น่าเชื่อถือ นักศึกษาจึงต้องใช้ความรู้เกี่ยวกับสถิติเชิงอนุมานร่วมกับสถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ผลและสรุปผลของการวิจัย (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2560) ซึ่งสถิติเชิงอนุมานที่นักศึกษาควรจะมีความรู้ความเข้าใจเป็นอย่างดีคือเรื่องการทดสอบสมมติฐาน เพราะเป็นเรื่องที่ใช้บ่อยในการทำงานวิจัย การเรียนเกี่ยวกับสถิติเชิงอนุมานของนักศึกษาระดับปริญญาตรีเป็นส่วนหนึ่งในรายวิชาหลักสถิติ ซึ่งเป็นพื้นฐานที่สำคัญสำหรับนักศึกษาในการเรียนวิชาอื่น ๆ และในการทำงานวิจัยของนักศึกษาด้วย

ผู้วิจัยศึกษาผลการเรียนของนักศึกษา 11 คน ที่เรียนรายวิชา TSTA3102 หลักสถิติ ในภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2562 ของมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดนครปฐม พบว่า มีนักศึกษาที่มีผลการเรียน C จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 27.27 มีนักศึกษาที่มีผลการเรียน D+ จำนวน 2 คน คิด

เป็นร้อยละ 18.18 มีนักศึกษาที่มีผลการเรียน D จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 36.36 และมีนักศึกษาที่มีผลการเรียน F จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 18.18 ซึ่งจะเห็นได้ว่านักศึกษามีผลการศึกษาอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ผู้วิจัยจึงสัมภาษณ์อาจารย์ผู้สอนเกี่ยวกับปัญหาในการเรียนรายวิชาหลักสถิติ พบว่า วิชานี้มีเนื้อหาที่ต้องเรียนมากในเวลาที่จำกัด ทำให้นักศึกษาบางคนไม่สามารถเข้าใจบทเรียนได้ทันในชั่วโมงเรียน เนื้อหาในแต่ละบทมีความต่อเนื่องกันเป็นลำดับ เมื่อนักศึกษาเรียนโดยที่ไม่เข้าใจตั้งแต่บทแรก ๆ ก็จะส่งผลให้เรียนบทต่อ ๆ มาไม่เข้าใจด้วย ซึ่งทำให้นักศึกษาไม่มีความมั่นใจในการทำโจทย์ ไม่รู้ว่าโจทย์แบบนี้ต้องหาคำตอบอย่างไร ต้องใช้สูตรใด หรือสถิติแบบใดในการแก้ปัญหา ไม่รู้ว่าข้อมูลที่โจทย์ให้มาคือค่าของตัวแปรใดในสูตร และสูตรที่ใช้ก็มีมากด้วยเช่นกัน ซึ่งข้อมูลดังกล่าวสอดคล้องกับข้อมูลจากการสนทนากลุ่มอาจารย์ที่สอนรายวิชา สต 301 ในรายงานการวิจัยเรื่อง สภาพปัญหาการจัดการเรียนการสอน รายวิชา สต 301 หลักสถิติ ของ รุ่งกานต์ ใจวงค์ยะ (2557) ที่ว่า ปัญหาที่เป็นอุปสรรคในการจัดการเรียนการสอน คือ นักศึกษามีความรู้พื้นฐานด้านการคำนวณน้อย เวลาที่ใช้ทำการสอนจำกัดเนื้อหาในรายวิชามาก นักศึกษามีจำนวนมากทำให้การดูแลเอาใจใส่ทำได้ไม่ทั่วถึง ปัญหาดังกล่าวส่งผลให้นักศึกษาที่ผ่านการเรียนรายวิชานี้มาอย่างไม่เข้าใจ มีปัญหาในการนำความรู้ที่ได้จากการเรียนวิชานี้ไปใช้ในการทำงานวิจัยของตน

มากกว่านั้น ผู้วิจัยได้นำผลการสอบกลางภาคและปลายภาค รายวิชาหลักสถิติ ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2562 ของนักศึกษาทั้ง 11 คน มาวิเคราะห์เป็นคะแนนเฉลี่ยที่นักศึกษาทำได้คิดเป็นร้อยละจากคะแนนเต็มในแต่ละเรื่องจำแนกตามเนื้อหา พบว่า นักศึกษาทำข้อสอบเรื่องตัวแปรสุ่ม การแจกแจงความน่าจะเป็นของตัวแปรสุ่ม และการแจกแจงความน่าจะเป็นของกลุ่มตัวอย่าง ได้คะแนนเฉลี่ยร้อยละ 39.71 เรื่องการประมาณค่า และการทดสอบสมมติฐานทางสถิติ ได้คะแนนเฉลี่ยร้อยละ 28.27 เรื่องการวิเคราะห์ความแปรปรวน ได้คะแนนเฉลี่ยร้อยละ 48.84 เรื่องการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นและสหสัมพันธ์ ได้คะแนนเฉลี่ยร้อยละ 25.68 และเรื่องการวิเคราะห์การตัดสินใจ ได้คะแนนเฉลี่ยร้อยละ 58.97 เมื่อผู้วิจัยวิเคราะห์ผลดังกล่าว พบว่านักศึกษาทำคะแนนเฉลี่ยได้น้อยในเรื่องการประมาณค่า การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ และ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นและสหสัมพันธ์ ซึ่งเนื้อหาเกี่ยวกับการประมาณค่าและการทดสอบสมมติฐานทางสถิติเป็นพื้นฐานของการเรียนเรื่องการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นและสหสัมพันธ์

จากปัญหาในการเรียนดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำงานวิจัยเพื่อปรับปรุงการเรียนการสอนเกี่ยวกับสถิติเชิงอนุมาน โดยเฉพาะเรื่องการทดสอบสมมติฐานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นเพื่อช่วยลดปัญหาในการนำไปใช้ในการทำงานวิจัยของนักศึกษาดังกล่าว ซึ่งจากการพิจารณาประเด็นปัญหาจากการสัมภาษณ์อาจารย์ผู้สอนวิชาหลักสถิติ ทำให้ผู้วิจัยคิดว่าน่าจะปรับปรุงการเรียนการสอนด้วยการสร้างเครื่องมือที่ช่วยให้นักศึกษาได้ฝึกหัดทำโจทย์ในหลาย ๆ รูปแบบ โดยเน้นสร้างโจทย์ที่ตรงกับจุดที่เป็นปัญหาของนักศึกษา และเป็นเครื่องมือที่นักศึกษาสามารถฝึกหัดทำนอกเวลาเรียนได้ หรือฝึกหัด

ทำซ้ำเมื่อลืมได้ ผู้วิจัยจึงเลือกที่จะทำงานวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาแบบฝึกทักษะ เพราะว่าแบบฝึกทักษะทำให้ผู้เรียนสามารถฝึกฝนด้วยตนเองอย่างสนุกสนานจนเกิดความเข้าใจในบทเรียน ทั้งยังสะดวกในการทบทวนบทเรียนด้วยตนเอง ทำให้เกิดความคงทนของความรู้ และทำให้ผู้เรียนสามารถตรวจสอบความก้าวหน้าได้ด้วยตนเอง ส่วนด้านผู้สอนนั้น แบบฝึกทักษะทำให้ผู้สอนเห็นถึงการพัฒนาทักษะแต่ละด้านของผู้เรียน รวมถึงเห็นข้อบกพร่องของผู้เรียนด้วย ทำให้ผู้สอนสามารถพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียนได้ตรงจุด นอกจากนั้นแบบฝึกทักษะยังช่วยลดความแตกต่างในการให้ความรู้กับผู้เรียน ทั้งยังไม่มีค่าใช้จ่ายและประหยัดเวลาในการเรียนอีกด้วย (นงเยาว์ ทองกำเนิด, 2558; อนุรักษ์ เร่งรัด, 2557) นอกจากนี้ ผู้เรียนจะเกิดการเรียนรู้จากการฝึกหัดทำโจทย์ในแบบฝึกทักษะ ซึ่งมีเฉลยให้ตรวจคำตอบด้วยตนเองไปเรื่อย ๆ จนกว่าจะมีความเข้าใจและมีทักษะในการทำโจทย์นั้น ๆ ผู้เรียนจะเรียนรู้ได้ดี เพราะผู้เรียนสามารถเลือกเวลาในการฝึกหัดทำโจทย์ในแบบฝึกทักษะเมื่อตนเองพร้อมได้ แบบฝึกทักษะมีโจทย์มากมายให้ผู้เรียนได้ใช้ความรู้ในการฝึกหัดทำซ้ำ ๆ บ่อย ๆ ทำให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจที่มั่นคง คงทน ยาวนาน ไม่ลืมได้ง่าย ๆ และเมื่อผู้เรียนฝึกหัดทำโจทย์จนมีความเข้าใจและเชี่ยวชาญแล้ว ผู้เรียนก็จะเกิดความภาคภูมิใจในตนเอง ทำให้มีกำลังใจที่จะเรียนรู้ต่อไปได้ ตามกฎการเรียนรู้ของธอร์นไดค์ (Hergenhahn and Olsen, 1993)

มากไปกว่านั้นยังมีงานวิจัยที่สนับสนุนการใช้แบบฝึกทักษะเป็นเครื่องมือในการจัดการเรียนการสอนวิชาทางคณิตศาสตร์ เช่น งานวิจัยของ สมพล พวงสั้น (2559) เรื่องการพัฒนาแบบฝึกทักษะร่วมกับโปรแกรมจีโอจีบร้าสำหรับการหาปริพันธ์ ที่พบว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่อง การหาปริพันธ์ หลังเรียนด้วยแบบฝึกทักษะร่วมกับชุดคำสั่งสำเร็จรูปของโปรแกรมจีโอจีบร้าสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และการวิจัยของ วชิราภรณ์ ชำนิ (2555) เรื่อง ผลของการใช้แบบฝึกที่มีต่อความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ เรื่องโจทย์สมการเชิงเส้นตัวแปรเดียว ที่พบว่าความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ของนักเรียนหลังได้รับการสอนโดยใช้แบบฝึก เรื่อง โจทย์สมการเชิงเส้นตัวแปรเดียว สูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 60 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เป็นต้น

ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการพัฒนาแบบฝึกทักษะสำหรับสถิติเชิงอนุมานเพื่อศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาก่อนเรียนและหลังเรียนด้วยแบบฝึกทักษะสำหรับสถิติเชิงอนุมาน และศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการเรียนด้วยแบบฝึกทักษะสำหรับสถิติเชิงอนุมาน เพื่อนำไปใช้ปรับปรุงการจัดการเรียนการสอนรายวิชา TSTA3102 หลักสถิติ ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาก่อนเรียนและหลังเรียนด้วยแบบฝึกทักษะสำหรับสถิติเชิงอนุมาน

2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการเรียนด้วยแบบฝึกทักษะสำหรับสถิติเชิงอนุมาน

สมมติฐานการวิจัย

ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาหลังเรียนด้วยแบบฝึกทักษะสำหรับสถิติเชิงอนุมานสูงกว่าก่อนเรียน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการพัฒนาแบบฝึกทักษะสำหรับสถิติเชิงอนุมาน จากการสังเคราะห์แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปได้ดังนี้

แบบฝึกทักษะจะเกิดผลกับผู้เรียนตามกฎการเรียนรู้ของธอร์นไดค์ (Hergenhahn and Olsen, 1993) ดังนี้คือ จากกฎแห่งการใช้ จะได้ว่า ผู้เรียนจะเกิดการเรียนรู้จากการฝึกหัดทำโจทย์ในแบบฝึกทักษะ ซึ่งมีเฉลยให้ตรวจคำตอบด้วยตนเองไปเรื่อย ๆ จนกว่าจะมีความเข้าใจและมีทักษะในการทำโจทย์นั้น ๆ จากกฎแห่งความพร้อม จะได้ว่า ผู้เรียนจะเรียนรู้ได้ดี เพราะผู้เรียนสามารถเลือกเวลาในการฝึกหัดทำโจทย์ในแบบฝึกทักษะเมื่อตนเองพร้อมได้ จากกฎแห่งการฝึกหัด จะได้ว่า แบบฝึกทักษะมีโจทย์มากมายให้ผู้เรียนจะได้ฝึกหัดทำซ้ำ ๆ บ่อย ๆ ทำให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจที่มั่นคง คงทน ยาวนาน ไม่ลืมได้ง่าย ๆ และจากกฎแห่งผลที่พึงพอใจ จะได้ว่า เมื่อผู้เรียนฝึกหัดทำโจทย์จนมีความเข้าใจและเชี่ยวชาญแล้ว ผู้เรียนก็จะเกิดความภาคภูมิใจในตนเอง ทำให้มีกำลังใจที่จะเรียนรู้ต่อไปได้

ดังนั้นเพื่อให้เกิดผลดังกล่าว การสร้างแบบฝึกทักษะจึงใช้หลักการคือ ให้ยึดผู้เรียนเป็นสำคัญ มีการวิเคราะห์ปัญหาของผู้เรียน กำหนดจุดประสงค์การเรียนรู้เชิงพฤติกรรม และวิธีการประเมินผล โดยมีความชัดเจนว่าต้องการให้ผู้เรียนได้ฝึกหัดเพื่อพัฒนาอะไรและใช้วิธีอะไรในการประเมินผลและมีเกณฑ์การวัดผลอย่างไร แล้วจึงจัดทำเนื้อหาให้ตรงตามจุดประสงค์ที่ตั้งไว้ วางแผนวิธีการสอน เลือกสื่อที่จะใช้ทำแบบฝึกทักษะเพื่อให้แบบฝึกมีความหลากหลาย ไม่ซ้ำซ้อนและน่าสนใจ มีความท้าทายไม่ยากไม่ง่ายจนเกินไป โดยทำเป็นกิจกรรมสั้น ๆ เรียงลำดับเนื้อหาจากง่ายไปหายากตามหลักจิตวิทยา และทำรูปแบบให้เหมาะสมกับวัยของผู้เรียน

การวัดผลในการใช้แบบฝึกทักษะ ผู้วิจัยจะวัดจากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนโดยใช้แบบทดสอบเป็นเครื่องมือในการวัดผล โดยผู้วิจัยพิจารณาตามเนื้อหาของแบบฝึกทักษะสำหรับสถิติเชิงอนุมานแล้วคิดว่าควรจะวัดผลพฤติกรรมตามจุดมุ่งหมายทางการศึกษาของ Bloom (1956) เฉพาะด้านพุทธิพิสัย 3 อย่าง คือ ความจำ ความเข้าใจ และการนำไปใช้

นอกจากนั้นผู้วิจัยยังวัดผลในการใช้แบบฝึกทักษะจากระดับความพึงพอใจของนักศึกษาด้วย โดยใช้ทฤษฎีลำดับขั้นของความต้องการพื้นฐานของ Maslow (1970) ร่วมกับกฎการเรียนรู้ของธอร์นไดค์ (Hergenhahn and Olsen, 1993) ที่ว่าบุคคลจะมีความพึงพอใจเมื่อได้รับการสนองความต้องการพื้นฐาน ผู้เรียนจึงจะเกิดความพึงพอใจหลังการเรียนด้วยแบบฝึกทักษะถ้าผู้เรียนรู้สึกว่าการใช้แบบฝึกทักษะทำให้ผู้เรียนประสบความสำเร็จในการเรียนได้ เนื่องจากแบบฝึกทักษะทำให้ผู้เรียนเข้าใจบทเรียนได้ดีขึ้น มีความรู้ความชำนาญมากขึ้นจากการฝึกทักษะ จนกลายเป็นความสำเร็จ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสามารถสร้างกรอบแนวความคิดการวิจัยจากการสรุปได้ดังแสดงในภาพที่ 1 ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

งานวิจัยเรื่องการพัฒนาแบบฝึกทักษะสำหรับสถิติเชิงอนุมานของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยคริสเตียน เป็นการวิจัยกึ่งทดลอง (Quasi–Experimental Research Design) โดยดำเนินการทดลองตามแบบแผนการวิจัยแบบศึกษากลุ่มเดียววัดสองครั้งก่อนและหลังการทดลอง (One-Group Pretest-Posttest Design) ซึ่งมีรูปแบบการวิจัยดังนี้

T_1 X T_2

โดยที่ T_1 หมายถึง การทดสอบก่อนการเรียน
X หมายถึง การเรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะ
T_2 หมายถึง การทดสอบหลังการเรียน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษาชั้นปีที่ 1 ของมหาวิทยาลัยคริสเตียน ที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชา TSTA3102 หลักสถิติ ในภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2564 จำนวน 124 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษาชั้นปีที่ 1 ของมหาวิทยาลัยคริสเตียน ที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชา TSTA3102 หลักสถิติ ในภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2564 จากการเลือกแบบตามความสะดวก โดยใช้นักศึกษาที่อยู่กลุ่มเรียนเดียวกันที่สอนโดยอาจารย์ผู้สอนคนเดียวกัน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลเฉพาะนักศึกษาที่ยินยอมเข้าร่วมการวิจัยได้ทั้งหมดจำนวน 30 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาแบบฝึกทักษะสำหรับสถิติเชิงอนุมานของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยคริสเตียน มีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยดังต่อไปนี้

1. แบบฝึกทักษะสำหรับสถิติเชิงอนุมาน
2. แบบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง สถิติเชิงอนุมาน ก่อนเรียนและหลังเรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะ ทั้งหมด 2 ชุดคู่ขนานกัน ซึ่งเป็นแบบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่สามารถใช้แทนกันได้ เพราะวัดเนื้อหาและจุดประสงค์เดียวกัน มีความยากเท่ากัน ความแปรปรวนเท่ากัน
3. แบบสอบถามความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อแบบฝึกทักษะสำหรับสถิติเชิงอนุมาน

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การสร้างแบบฝึกทักษะสำหรับสถิติเชิงอนุมาน

ผู้วิจัยได้สร้างแบบฝึกทักษะสำหรับสถิติเชิงอนุมาน โดยดำเนินการพัฒนาแบบฝึกทักษะตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1.1 ศึกษาเนื้อหาในรายวิชา TSTA3102 หลักสถิติ ที่เกี่ยวข้องกับสถิติเชิงอนุมาน เพื่อกำหนดขอบเขตของเนื้อหาที่จะใช้ในการทำแบบฝึกทักษะสำหรับสถิติเชิงอนุมาน ได้ขอบเขตของเนื้อหาที่จะใช้ดังหัวข้อต่อไปนี้

1) การแจกแจงความน่าจะเป็นของตัวแปรสุ่มแบบต่อเนื่อง
2) การแจกแจงค่าตัวอย่าง
3) การทดสอบสมมติฐาน

โดยมีเนื้อหาทั้งการคำนวณทางสถิติ และการใช้โปรแกรมทางสถิติ

1.2 ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบบฝึกทักษะ เพื่อเป็นแนวทางในการจัดทำแบบฝึกทักษะสำหรับสถิติเชิงอนุมาน

1.3 สร้างแบบฝึกทักษะสำหรับสถิติเชิงอนุมาน จำนวน 25 ชุด

1.4 นำแบบฝึกทักษะสำหรับสถิติเชิงอนุมานที่สร้างขึ้นเสนอผู้ทรงคุณวุฒิทั้งหมด 3 ท่าน เพื่อพิจารณาตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างแบบฝึกแต่ละชุดกับวัตถุประสงค์ในการเรียนรู้ด้วยแบบฝึกทักษะ และลงความคิดเห็นพร้อมให้ข้อเสนอแนะ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

คะแนน +1 สำหรับแบบฝึกทักษะชุดที่แน่ใจว่ามีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการเรียนรู้
คะแนน 0 สำหรับแบบฝึกทักษะชุดที่ไม่แน่ใจว่ามีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการเรียนรู้
คะแนน -1 สำหรับแบบฝึกทักษะชุดที่แน่ใจว่าไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการเรียนรู้

โดยนำผลการพิจารณามาตรวจสอบเพื่อคัดเลือกชุดแบบฝึกทักษะโดยใช้เกณฑ์การพิจารณาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างแบบฝึกแต่ละชุดกับวัตถุประสงค์ในการเรียนรู้ IOC (The Index of Item-Objective Congruence) โดยเลือกแบบฝึกชุดที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.5

ขึ้นไป (ปราณี หลำเบ็ญสะ, 2561) ซึ่งแบบฝึกทักษะทุกชุดผ่านเกณฑ์หมด และมีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.67–1.00

1.5 ปรับปรุงแบบฝึกทักษะตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ และคัดเลือกแบบฝึกทักษะชุดที่เหมาะสมไว้อีกครั้งหนึ่งจำนวน 19 ชุด โดยพิจารณาจากความเหมาะสมของระยะเวลาที่จะใช้ในการสอนเนื้อหารายวิชา และระยะเวลาที่จะให้นักศึกษาทำแบบฝึกทักษะ

1.6 นำแบบฝึกทักษะสำหรับสถิติเชิงอนุมานที่ได้ ไปทดลองใช้กับนักศึกษาจำนวน 16 คน ที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อหาค่าประสิทธิภาพของแบบฝึกทักษะให้ได้ตามเกณฑ์ 75/75 (ชัยยงค์ พรหมวงศ์, 2556) ผลปรากฏว่าได้ค่าประสิทธิภาพเป็น 80.74/75.48

1.7 นำแบบฝึกทักษะที่มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

2. การสร้างแบบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง สถิติเชิงอนุมาน ก่อนเรียนและหลังเรียน โดยใช้แบบฝึกทักษะ ทั้งหมด 2 ชุดคู่ขนานกัน

ผู้วิจัยได้สร้างแบบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง สถิติเชิงอนุมาน ก่อนเรียนและหลังเรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะ ดังต่อไปนี้

2.1 ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เพื่อเป็นแนวทางในการจัดทำ

2.2 สร้างแบบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง สถิติเชิงอนุมาน ก่อนเรียนและหลังเรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะ รวม 2 ชุด แบบคู่ขนานกัน โดยแต่ละชุดประกอบด้วยข้อสอบแบบปรนัยจำนวน 46 ข้อ

2.3 นำแบบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง สถิติเชิงอนุมาน ก่อนเรียนและหลังเรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะ ที่สร้างขึ้นทั้ง 2 ชุด เสนอผู้ทรงคุณวุฒิทั้งหมด 3 ท่าน เพื่อพิจารณาตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์ในการเรียนรู้ด้วยแบบฝึกทักษะ และลงความคิดเห็นพร้อมให้ข้อเสนอแนะ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนเช่นเดียวกันกับข้อ 1.4 แล้วจึงนำผลการพิจารณามาตรวจสอบเพื่อคัดเลือกข้อคำถาม โดยเลือกคำถามข้อที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป (ปราณี หลำเบ็ญสะ, 2561) ซึ่งปรากฏว่ามีข้อคำถามที่คัดออกเพราะไม่ผ่านเกณฑ์ทั้งหมด 2 ข้อ ส่วนข้อคำถามที่ผ่านเกณฑ์มีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.67–1.00

2.4 ปรับปรุงแบบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง สถิติเชิงอนุมาน ก่อนเรียนและหลังเรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะ ทั้ง 2 ชุด ตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ คัดเลือกข้อคำถามที่เหมาะสมไว้ทั้งหมด 39 ข้อ โดยพิจารณาคัดข้อคำถามออก เฉพาะข้อที่มีความสอดคล้องกับแบบฝึกทักษะสำหรับสถิติเชิงอนุมานชุดที่คัดออก พร้อมสร้างตารางวิเคราะห์แบบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ทั้ง 2 ชุด (Test Blueprint) พบว่ามีการวัดความรู้ความจำ 10 คะแนน วัดความเข้าใจ 10 คะแนน และวัดการนำไปใช้ 19 คะแนน

2.5 นำแบบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง สถิติเชิงอนุมาน ก่อนเรียนและหลังเรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะ ทั้ง 2 ชุด ไปทดลองใช้กับนักศึกษาจำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบทั้งฉบับโดยใช้วิธีหาค่าความเชื่อมั่นของ Kuder-Richardson สูตร KR-20 ดังนี้

$$r_{tt} = \frac{K}{K-1}\left[1 - \frac{\sum pq}{S^2}\right]$$

โดย r_{tt} แทน ค่าความเชื่อมั่นของคูเดอร์-ริชาร์ดสัน

K แทน จำนวนข้อคำถาม

p แทน สัดส่วนของผู้ตอบถูกในข้อหนึ่ง ๆ

q แทน สัดส่วนของผู้ตอบผิดในข้อหนึ่ง ๆ

S^2 แทน ค่าความแปรปรวน

ค่าความเชื่อมั่นของคูเดอร์-ริชาร์ดสันของแบบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่องสถิติเชิงอนุมานก่อนเรียนและหลังเรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะที่คำนวณได้มีค่าเป็น 0.91 และ 0.93 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับที่เหมาะสม ไม่น้อยกว่า 0.70 (ยุทธ ไกยวรรณ์, 2562)

2.6 นำแบบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง สถิติเชิงอนุมาน ก่อนเรียนและหลังเรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะ ทั้ง 2 ชุด ไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

3. การสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อแบบฝึกทักษะสำหรับสถิติเชิงอนุมาน

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อแบบฝึกทักษะสำหรับสถิติเชิงอนุมาน โดยดำเนินการพัฒนาแบบสอบถามตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

3.1 ศึกษาแนวคิด และทฤษฎี ที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ การสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจ เพื่อนำมาใช้เป็นหลักในการสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจ

3.2 สร้างแบบสอบถามความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อแบบฝึกทักษะสำหรับสถิติเชิงอนุมาน โดยให้ครอบคลุมทั้ง ด้านการเรียนรู้ด้วยแบบฝึกทักษะ ด้านลักษณะของแบบฝึกทักษะ และด้านประโยชน์ของแบบฝึกทักษะ ทั้งหมด 14 ข้อ โดยใช้วิธีประเมินความพึงพอใจแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ ของลิเคิร์ท (Likert) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้ (ปิยฉัตร ศรีสุราช, 2561)

พึงพอใจมากที่สุด	ให้คะแนน	5	คะแนน
พึงพอใจมาก	ให้คะแนน	4	คะแนน
พึงพอใจปานกลาง	ให้คะแนน	3	คะแนน
พึงพอใจน้อย	ให้คะแนน	2	คะแนน
พึงพอใจน้อยที่สุด	ให้คะแนน	1	คะแนน

3.3 นำแบบสอบถามความพึงพอใจที่ร่างขึ้นเสนอผู้ทรงคุณวุฒิทั้งหมด 3 ท่าน เพื่อพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ด้านการเรียนรู้ด้วยแบบฝึกทักษะ ด้านลักษณะของแบบฝึกทักษะ และ ด้านประโยชน์ของแบบฝึกทักษะ และลงความคิดเห็นโดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

คะแนน +1 สำหรับข้อที่แน่ใจว่ามีความสอดคล้องกับด้านที่จะประเมิน

คะแนน 0 สำหรับข้อที่ไม่แน่ใจว่ามีความสอดคล้องกับด้านที่จะประเมิน

คะแนน -1 สำหรับข้อที่แน่ใจว่าไม่มีความสอดคล้องกับด้านที่จะประเมิน

โดยนำผลการพิจารณามาตรวจสอบเพื่อคัดเลือกข้อคำถามโดยใช้เกณฑ์การพิจารณาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับด้านที่จะประเมิน IOC (The Index of Item-Objective Congruence) โดยเลือกใช้คำถามข้อที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป (ปราณี หลำเบ็ญสะ, 2561) ซึ่งข้อคำถามทุกข้อผ่านเกณฑ์หมด และมีดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.67–1.00

3.4 ปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ และตัดข้อคำถามออกไป 1 ข้อ ตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ เนื่องจากความคล้ายคลึงกันของข้อคำถาม จึงเหลือข้อคำถามที่เหมาะสมทั้งหมด 13 ข้อ

3.5 นำแบบสอบถามความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อแบบฝึกทักษะสำหรับสถิติเชิงอนุมานไปทดลองใช้กับนักศึกษาจำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ได้ผลค่าความเชื่อมั่นเป็น 0.93 ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับที่เหมาะสม ไม่น้อยกว่า 0.70 (ยุทธ ไกยวรรณ์, 2562)

3.6 นำแบบสอบถามความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อแบบฝึกทักษะสำหรับสถิติเชิงอนุมาน จำนวน 13 ข้อ ไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการทดลองและการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษารายวิชา TSTA3102 หลักสถิติ ในภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2564 โดยผู้วิจัยจัดการเรียนการสอนตามแผนการสอนของรายวิชาตามปกติโดยใช้แบบฝึกทักษะดังนี้

สัปดาห์ที่ 1 ผู้สอนสอนเรื่องตัวแปรสุ่มตามแผนปกติ

สัปดาห์ที่ 2 ผู้สอนสอนเรื่องการแจกแจงความน่าจะเป็นแบบไม่ต่อเนื่อง เมื่อสอนเสร็จผู้สอนให้นักศึกษาทำแบบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องสถิติเชิงอนุมาน (ก่อนเรียน) โดยใช้แบบฝึกทักษะเป็นเวลา 2 ชั่วโมง

สัปดาห์ที่ 3 ผู้สอนสอนเรื่องการแจกแจงความน่าจะเป็นแบบต่อเนื่อง เมื่อสอนเสร็จ ผู้สอนมอบหมายโจทย์ในแบบฝึกทักษะชุดที่ 1 ถึง 4 ให้นักศึกษาทำเป็นการบ้าน ส่งสัปดาห์ที่ 4

สัปดาห์ที่ 4 ผู้สอนและนักศึกษาตรวจแบบฝึกทักษะชุดที่ 1 ถึง 4 และอภิปรายร่วมกันก่อน แล้วผู้สอนจึงสอนเรื่องการแจกแจงความน่าจะเป็นของกลุ่มตัวอย่าง และมอบหมายโจทย์ในแบบฝึกทักษะชุดที่ 5 ถึง 9 ให้นักศึกษาทำเป็นการบ้าน ส่งสัปดาห์ที่ 5

สัปดาห์ที่ 5 ผู้สอนและนักศึกษาตรวจแบบฝึกทักษะชุดที่ 5 ถึง 9 และอภิปรายร่วมกันก่อน แล้วผู้สอนจึงสอนเรื่องการประมาณค่าตามแผนปกติ

สัปดาห์ที่ 6 ผู้สอนสอนเรื่องการประมาณค่าตามแผนปกติต่อ

สัปดาห์ที่ 7 ผู้สอนสอนเรื่องการทดสอบสมมติฐาน เมื่อสอนเสร็จ ผู้สอนมอบหมายโจทย์ในแบบฝึกทักษะชุดที่ 10 ถึง 19 ให้นักศึกษาทำเป็นการบ้าน ส่งสัปดาห์ที่ 10

สัปดาห์ที่ 8 ผู้สอนสอนเรื่องการวิเคราะห์ความแปรปรวนตามแผนปกติ

สัปดาห์ที่ 9 สัปดาห์สอบกลางภาค

สัปดาห์ที่ 10 ผู้สอนและนักศึกษาตรวจแบบฝึกทักษะชุดที่ 10 ถึง 19 และอภิปรายร่วมกันก่อน แล้วผู้สอนจึงสอนเรื่องการวิเคราะห์ความแปรปรวนต่อ

สัปดาห์ที่ 11 ผู้สอนสอนเรื่องการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นอย่างง่ายและสหสัมพันธ์อย่างง่าย เมื่อสอนเสร็จผู้สอนให้นักศึกษาทำแบบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องสถิติเชิงอนุมาน (หลังเรียน) โดยใช้แบบฝึกทักษะ เป็นเวลา 2 ชั่วโมง และให้นักศึกษาทำแบบสอบถามความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อแบบฝึกทักษะสำหรับสถิติเชิงอนุมานมาส่งในสัปดาห์ถัดไป

สัปดาห์ที่เหลือของภาคการศึกษา ผู้สอนจัดการเรียนการสอนตามแผนปกติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. ทดสอบความแตกต่างของคะแนนการทำแบบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ก่อนเรียนและหลังเรียนด้วยแบบฝึกทักษะสำหรับสถิติเชิงอนุมาน โดยใช้วิธีการสถิตินอนพาราเมตริก Wilcoxon matched pairs signed rank test (ยุทธ ไกยวรรณ์, 2562; ปรียารัตน์ นาคสุวรรณ์, 2554) เนื่องจากการแจกแจงของข้อมูลคะแนนก่อนเรียนและหลังเรียนไม่เป็นการแจกแจงปรกติ

2. วิเคราะห์ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการเรียนรู้ด้วยแบบฝึกทักษะเรื่อง สถิติเชิงอนุมาน โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) โดยกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายของความพึงพอใจจากคะแนนเฉลี่ยที่ได้มาจากการนำคะแนนการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมาหาค่าเฉลี่ย ตามเกณฑ์ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2553)

คะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
4.51–5.00	พึงพอใจมากที่สุด
3.51–4.50	พึงพอใจมาก

2.51–3.50	พึงพอใจปานกลาง
1.51–2.50	พึงพอใจน้อย
1.00–1.50	พึงพอใจน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

1. ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษา ก่อนเรียนและหลังเรียนด้วยแบบฝึกทักษะสำหรับสถิติเชิงอนุมาน

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิตินอนพาราเมตริก Wilcoxon matched pairs signed rank test (ยุทธ ไกยวรรณ์, 2562; ปรียารัตน์ นาคสุวรรณ์, 2554) เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษา ก่อนเรียนและหลังเรียนด้วยแบบฝึกทักษะสำหรับสถิติเชิงอนุมาน แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษา ก่อนเรียนและหลังเรียนด้วยแบบฝึกทักษะสำหรับสถิติเชิงอนุมาน

	จำนวน (คน)	**คะแนนเต็ม**	$\bar{x}$	**SD**	**Z (Wilcoxon)**	**p value**
ก่อนเรียนด้วยแบบฝึกทักษะ	30	39	8.77	3.21	-4.79	0.00
หลังเรียนด้วยแบบฝึกทักษะ	30	39	24.00	7.99		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้เรียนจำนวน 30 คน มีค่าคะแนนเฉลี่ยจากการทำแบบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนด้วยแบบฝึกทักษะ เท่ากับ 8.77 คะแนน และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 3.21 คะแนน และผู้เรียนมีค่าคะแนนเฉลี่ยจากการทำแบบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนด้วยแบบฝึกทักษะ เท่ากับ 24.00 คะแนน และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 7.99 คะแนน โดยผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนและหลังเรียนด้วยแบบฝึกทักษะสำหรับสถิติเชิงอนุมาน พบว่า ผู้เรียนมีคะแนนจากการทำแบบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนด้วยแบบฝึกทักษะอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

2. ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการเรียนด้วยแบบฝึกทักษะสำหรับสถิติเชิงอนุมาน

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการเรียนรู้ด้วยแบบฝึกทักษะเรื่อง สถิติเชิงอนุมาน โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติพื้นฐานได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงดังในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการเรียนด้วยแบบฝึกทักษะสำหรับสถิติเชิงอนุมาน

รายการประเมินความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{x}$	SD	แปลผล
ด้านการเรียนรู้ด้วยแบบฝึกทักษะ			
1. นักศึกษาชอบการเรียนรู้ด้วยแบบฝึกทักษะ	4.43	0.57	มาก
2. แบบฝึกทักษะทำให้นักศึกษามีเจตคติที่ดีต่อการเรียน เรื่องสถิติเชิงอนุมาน	4.30	0.70	มาก
3. แบบฝึกทักษะช่วยให้นักศึกษามีความสนใจในการเรียนมากขึ้น	4.43	0.77	มาก
รวมด้านการเรียนรู้ด้วยแบบฝึกทักษะ	**4.39**	**0.68**	**มาก**
ด้านลักษณะของแบบฝึกทักษะ			
4. แบบฝึกทักษะมีการชี้แจงวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน ทำให้นักศึกษาเข้าใจถึงจุดมุ่งหมายในการเรียน	4.43	0.66	มาก
5. แบบฝึกทักษะมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์	4.47	0.57	มาก
6. แบบฝึกทักษะมีความหลากหลาย ที่ช่วยกระตุ้นนักศึกษาให้เกิดความสนใจได้	4.37	0.67	มาก
7. โจทย์ในแบบฝึกทักษะไม่ยากและไม่ง่ายเกินไป เหมาะสมกับการเรียนในระดับอุดมศึกษา	4.20	0.81	มาก
8. เนื้อหาในแบบฝึกทักษะมีการเรียงลำดับอย่างเหมาะสมจากง่ายไปยาก	4.33	0.66	มาก
รวมด้านลักษณะของแบบฝึกทักษะ	**4.34**	**0.67**	**มาก**
ด้านประโยชน์ของแบบฝึกทักษะ			
9. แบบฝึกทักษะทำให้การเรียนรู้ไม่ยุ่งยากและซับซ้อน	4.13	0.78	มาก
10. แบบฝึกทักษะทำให้นักศึกษาเกิดการเรียนรู้ได้ในเวลาที่เหมาะสม	4.20	0.61	มาก
11. แบบฝึกทักษะทำให้นักศึกษาสามารถเรียนรู้ได้ตลอดเวลา	4.33	0.66	มาก
12. การเรียนรู้ด้วยแบบฝึกทักษะทำให้นักศึกษาเข้าใจบทเรียนได้ง่ายขึ้น	4.47	0.51	มาก
13. ความรู้ที่ได้จากการทำแบบฝึกทักษะทำให้สามารถนำไปใช้ได้จริง	4.17	0.65	มาก
รวมด้านประโยชน์ของแบบฝึกทักษะ	**4.26**	**0.65**	**มาก**
รวม	**4.32**	**0.67**	**มาก**

จากตารางที่ 2 พบว่าภาพรวมของระดับความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการเรียนด้วยแบบฝึกทักษะสำหรับสถิติเชิงอนุมาน มีค่าระดับคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$=4.32, SD=0.67) เมื่อจำแนกตามด้านที่ทำการประเมิน พบว่า ระดับความพึงพอใจด้านการเรียนรู้ด้วยแบบฝึกทักษะมีค่าระดับคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$=4.39, SD=0.68) โดยรายการที่มีค่าระดับความพึงพอใจมากที่สุดมี 2 รายการ คือ รายการที่ 1 นักศึกษาชอบการเรียนรู้ด้วยแบบฝึกทักษะ ($\bar{x}$=4.43, SD=0.57) และรายการที่ 3 แบบฝึกทักษะช่วยให้นักศึกษามีความสนใจในการเรียนมากขึ้น ($\bar{x}$=4.43, SD=0.77) ส่วนระดับความพึงพอใจด้านลักษณะของแบบฝึกทักษะมีค่าระดับคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 อยู่ในระดับมากและมี

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.67 โดยรายการที่มีค่าระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ รายการที่ 5 แบบฝึกทักษะมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ($\bar{x}$=4.47, SD=0.57) ส่วนระดับความพึงพอใจด้านประโยชน์ของแบบฝึกทักษะมีค่าระดับคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 อยู่ในระดับมากและมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.65 โดยรายการที่มีค่าระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือรายการที่ 12 การเรียนรู้ด้วยแบบฝึกทักษะทำให้นักศึกษาเข้าใจบทเรียนได้ง่ายขึ้น ($\bar{x}$=4.47, SD=0.51)

อภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่องการพัฒนาแบบฝึกทักษะสำหรับสถิติเชิงอนุมานของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยคริสเตียน ผลการวิจัยพบว่านักศึกษามีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนด้วยแบบฝึกทักษะสำหรับสถิติเชิงอนุมานสูงกว่าก่อนเรียน ซึ่งอาจเนื่องมาจากแบบฝึกทักษะที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ทำให้นักศึกษาสามารถฝึกหัดทำและสามารถทบทวนซ้ำจนเกิดความเข้าใจในบทเรียนได้ด้วยตนเองนอกเวลาเรียน จึงทำให้นักศึกษาเกิดความเข้าใจที่คงทน นอกจากนั้นแบบฝึกทักษะยังช่วยให้นักศึกษาที่มีความแตกต่างกันสามารถเรียนรู้ด้วยแบบฝึกทักษะตามศักยภาพของตนเองได้ ทำให้นักศึกษาเข้าใจบทเรียนได้ดีขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ วชิราภรณ์ ชำนิ (2555) เรื่อง ผลของการใช้แบบฝึกที่มีต่อความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ เรื่องโจทย์สมการเชิงเส้นตัวแปรเดียว โดยผลการวิจัยพบว่าความสามารถในการแก้ปัญหาของนักศึกษาหลังได้รับการสอนโดยใช้แบบฝึกสูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 60 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชฎาพร ภูกองชัย (2561) เรื่อง การพัฒนาแบบฝึกทักษะคณิตศาสตร์ เรื่อง อัตราส่วนและร้อยละสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ซึ่งมีผลการวิจัยคือ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่องอัตราส่วนและร้อยละ ก่อนเรียนและหลังเรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะคณิตศาสตร์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยหลังใช้แบบฝึกทักษะคณิตศาสตร์มีคะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเฉลี่ยสูงกว่าก่อนใช้แบบฝึกทักษะคณิตศาสตร์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อนุรักษ์ เร่งรัด (2557) เรื่องการพัฒนาแบบฝึกทักษะ วิชาคณิตศาสตร์ เรื่องการประยุกต์ 1 โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐาน เพื่อส่งเสริมความสามารถในการแก้ปัญหา สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ซึ่งจากการวิจัย พบว่า นักเรียนมีความสามารถในการแก้ปัญหาหลังการใช้แบบฝึกทักษะสูงกว่าก่อนการใช้แบบฝึกทักษะ

ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการเรียนด้วยแบบฝึกทักษะสำหรับสถิติเชิงอนุมาน พบว่าภาพรวมของระดับความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการเรียนด้วยแบบฝึกทักษะสำหรับสถิติเชิงอนุมาน มีค่าระดับคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 อยู่ในระดับมาก และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.67 เมื่อจำแนกตามด้านที่ทำการประเมินพบว่า ระดับความพึงพอใจด้านการเรียนรู้ด้วยแบบฝึกทักษะมีค่าระดับคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 อยู่ในระดับมากและมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.68 โดยระดับความพึงพอใจที่มีค่ามากที่สุด คือ นักศึกษาชอบการเรียนรู้ด้วยแบบฝึกทักษะ และแบบฝึกทักษะช่วยให้

นักศึกษามีความสนใจในการเรียนมากขึ้น ซึ่งอาจเนื่องมาจากผู้เรียนเกิดการเรียนรู้จากการฝึกหัดทำโจทย์ในแบบฝึกทักษะ ซึ่งผู้เรียนสามารถเลือกเวลาในการฝึกหัดทำโจทย์และสามารถตรวจคำตอบได้ด้วยตนเอง เมื่อผู้เรียนฝึกหัดทำซ้ำบ่อย ๆ ผู้เรียนจะมีความเข้าใจและมีทักษะในการทำโจทย์มากขึ้น เมื่อผู้เรียนฝึกหัดทำโจทย์จนมีความชำนาญแล้ว ผู้เรียนก็จะมีความภาคภูมิใจในตนเอง ทำให้มีความสนใจที่จะเรียนรู้มากขึ้น ส่วนระดับความพึงพอใจด้านลักษณะของแบบฝึกทักษะมีค่าระดับคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 อยู่ในระดับมากและมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.67 โดยระดับความพึงพอใจที่มีค่ามากที่สุด คือ แบบฝึกทักษะมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เนื่องมาจากผู้วิจัยเน้นทำแบบฝึกทักษะให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และเนื้อหาของบทเรียนที่ได้เรียนมาแล้ว เพื่อที่นักศึกษาจะได้แก้โจทย์ปัญหาได้ตรงจุด และสามารถประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ ส่วนระดับความพึงพอใจด้านประโยชน์ของแบบฝึกทักษะมีค่าระดับคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 อยู่ในระดับมาก และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.65 โดยระดับความพึงพอใจที่มีค่ามากที่สุด คือ การเรียนรู้ด้วยแบบฝึกทักษะทำให้นักศึกษาเข้าใจบทเรียนได้ง่ายขึ้น ซึ่งอาจเนื่องมาจากแบบฝึกทักษะถูกสร้างขึ้นโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยมีความชัดเจนว่าเมื่อผู้เรียนใช้แบบฝึกทักษะแล้วผู้เรียนจะได้พัฒนาอะไร แล้วสร้างแบบฝึกทักษะให้มีความท้าทาย แต่ไม่ยากไม่ง่ายจนเกินไป จึงทำให้ผู้เรียนเข้าใจบทเรียนได้ง่ายขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ อนุรักษ์ เร่งรัด (2557) เรื่องการพัฒนาแบบฝึกทักษะ วิชาคณิตศาสตร์ เรื่องการประยุกต์ 1 โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐาน เพื่อส่งเสริมความสามารถในการแก้ปัญหา สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ซึ่งจากการวิจัยพบว่าความคิดเห็นของนักเรียนที่มีต่อแบบฝึกทักษะโดยภาพรวมอยู่ในระดับดี และนักเรียนมีความคิดเห็นว่าการทำแบบฝึกทักษะทำให้สามารถแก้โจทย์ปัญหาได้มากขึ้น เรียนเข้าใจง่าย เป็นต้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชฎาพร ภูกองชัย (2561) เรื่อง การพัฒนาแบบฝึกทักษะคณิตศาสตร์ เรื่อง อัตราส่วนและร้อยละสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ซึ่งมีผลการวิจัยคือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2/1 มีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนโดยใช้แบบฝึกทักษะคณิตศาสตร์ เรื่อง อัตราส่วนและร้อยละโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผู้สอนควรวางแผนการใช้โจทย์แต่ละชุดในแบบฝึกทักษะกับการสอนของตนให้ดีว่า โจทย์ในแบบฝึกทักษะชุดนั้นควรจะใช้เมื่อสอนจบเรื่องใด เพื่อที่ผู้เรียนจะได้เรียนรู้ผ่านการทำแบบฝึกทักษะในช่วงเวลาที่เหมาะสม และหลังจากเฉลยคำตอบของแบบฝึกทักษะแต่ละชุดแก่ผู้เรียน ถ้าผู้สอนมีเวลาในการอธิบายให้ผู้เรียน จะทำให้ผู้เรียนเข้าใจในบทเรียนได้ดียิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการวิจัยเพื่อศึกษาเปรียบเทียบระหว่างการสอนโดยใช้แบบฝึกทักษะกับการสอนด้วยเครื่องมือประเภทอื่น ๆ หรือการสอนด้วยวิธีการสอนแบบอื่น ๆ

2. เนื่องจากแบบฝึกทักษะเรื่องสถิติอนุมานที่สร้างขึ้นเป็นแบบฝึกทักษะที่ต้องตอบคำถามโดยวิธีเลือกตอบ จึงอาจทำการวิจัยเกี่ยวกับการใช้แบบฝึกทักษะที่มีการประยุกต์ใช้กับแอปพลิเคชัน Kahoot หรือแอปพลิเคชันอื่น ๆ ในการพัฒนาการจัดการเรียนการสอน

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2560). **หลักสถิติ**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชฎาพร ภูกองชัย. (2561). *การพัฒนาแบบฝึกทักษะคณิตศาสตร์ เรื่อง อัตราส่วนและร้อยละสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2.* **วารสารโครงงานวิทยาการคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ**, 4(2): 93-101.

ชัยยงค์ พรหมวงศ์. (2556). *การทดสอบประสิทธิภาพสื่อหรือชุดการสอน*. **วารสารศิลปากรศึกษาศาสตร์วิจัย,** 5(1): 5-20.

นงเยาว์ ทองกำเนิด. (2558). **การพัฒนาแบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความภาษาไทยสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 อำเภอเขาชะเมา จังหวัดระยอง**. วิทยานิพนธ์ การศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.

บุญชม ศรีสะอาด. (2553). **วิจัยเบื้องต้น.** พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: สุวิริยาสาส์น.

ปราณี หลำเบ็ญสะ. (2561). **การวัดและประเมินผลการศึกษา.** กรุงเทพ: สหมิตรพัฒนาการพิมพ์ (1992).

ปรียารัตน์ นาคสุวรรณ์. (2554). **สถิติศาสตร์ไม่อิงพารามิเตอร์.** ชลบุรี: ภาควิชาคณิตศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

ปิยฉัตร ศรีสุราช. (2561). **การพัฒนาแบบฝึกทักษะการอ่านจับใจความภาษาไทยสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนชุมชนบ้านเขาสมิง จังหวัดตราด**. วิทยานิพนธ์ ครุศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.

ยุทธ ไกยวรรณ์. (2562). **หลักสถิติวิจัยและการใช้โปรแกรม.** กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

รุ่งกานต์ ใจวงค์ยะ. (2557). **สภาพปัญหาการจัดการเรียนการสอน รายวิชา สต 301 หลักสถิติ.** รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

วชิราภรณ์ ชำนิ. (2555). **ผลของการใช้แบบฝึกที่มีต่อความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์เรื่องโจทย์สมการเชิงเส้นตัวแปรเดียว ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1.** สารนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

สมพงษ์ พันธุรัตน์. (ม.ป.ป.). **สถิติที่ใช้ในการวิจัย**. ค้นเมื่อวันที่ 8 มิถุนายน 2565, จาก https://home.kku.ac.th/sompo_pu/spweb/research/703.ppt.

สมพล พวงสั้น. (2559). *การพัฒนาแบบฝึกทักษะร่วมกับโปรแกรมจีโอจีบร้าสำหรับการหาปริพันธ์*. **วารสาร Veridian E-Journal สาขาวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี**, 3(2): 16-26.

อนุรักษ์ เร่งรัด. (2557). **การพัฒนาแบบฝึกทักษะ วิชาคณิตศาสตร์ เรื่องการประยุกต์ 1 โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐาน เพื่อส่งเสริมความสามารถในการแก้ปัญหา สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1.** วิทยานิพนธ์ ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.

Bloom, B.S. (1956). **Taxonomy of Educational Objectives, Handbook I: The Cognitive Domain.** New York: David McKay Co Inc.

Hergenhahn, B.R. & Olsen, M.H. (1993). **An introduction to theories of learning.** 4th ed. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.

Maslow, Abraham Harold. (1970). **Motivation and Personality**. New York: Harper and Row.

อิทธิพลของคุณภาพการบริการและความพึงพอใจที่มีต่อความภักดีของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี

The Impact of Service Quality and Customer Satisfaction toward Loyalty Si Prachan Agricultural Cooperative Limited, Suphanburi Province

ธนัชชนม์ แจ้งขำ
อาจารย์ประจำสาขาวิชาการเงินและเศรษฐศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
E-mail: jiravadeejan19@gmail.com
ปัญจพร พลายเพ็ชร
นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
E-mail: panahaporn-st@rmutsb.ac.th
Thanatchon Jangkhum
Lecturer, Finance and Economics, Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi
Panchaporn Plaipet
Student, Bachelor of Business Administration (Management), Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

รับเข้า: *11 กรกฎาคม 2565* **แก้ไข:** *27 กรกฎาคม 2565* **ตอบรับ:** *9 สิงหาคม 2565*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการและความพึงพอใจต่อการบริการของสมาชิก 2) ปัจจัยคุณภาพการบริการและความพึงพอใจที่มีผลต่อความภักดีของสมาชิกในสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการสหกรณ์การเกษตร จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม ที่มีการทดสอบเบื้องต้นและมีค่าเฉลี่ยของดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 0.78 และค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.89 โดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

ผลการวิจัย พบว่า 1) คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของสมาชิกอยู่ในระดับมากที่สุด 2) ปัจจัยคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความภักดีของสมาชิก คือ ปัจจัยด้านการตอบสนองต่อผู้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจต่อสมาชิก และปัจจัยความพึงพอใจของสมาชิกที่มีผลต่อความภักดีของสมาชิก คือ สมาชิกพึงพอใจเมื่อสหกรณ์มีเจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างเพียงพอ สม่ำเสมอ ยึดประโยชน์ของสาธารณชนเป็นหลักและมีการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ ผลการปฏิบัติงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน อยู่สม่ำเสมอ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ ความภักดี

Abstract

This study aimed to study 1) the level of service quality and customer satisfaction. 2) service quality and customer satisfaction toward loyalty of Si Prachan Agricultural Cooperative Limited, Suphanburi Province. The sample was Si Prachan Agricultural Cooperative User. The instrument used was a questionnaire consisting of 400 people collected by accidental sampling. The average of the Item-Objective Congruence Index (IOC) was 0.78, and the reliability index was 0.89. The statistics used for data analysis were percentage, mean, standard deviation, and Stepwise Multiple Regression.

The findings were disclosed as follows: 1) Service quality and customer satisfaction of the members were at the highest level, and 2) Service quality factors that affect member loyalty were responsiveness factors to service providers. In terms of providing confidence to members, the member satisfaction factor that affected member loyalty was that members were satisfied when the cooperative had adequate and consistent service staff, based on public benefits as the main focus, and improved service quality. Performance To increase work efficiency regularly, with statistical significance at .05.

Keywords: service quality, satisfaction, loyalty

บทนำ

สหกรณ์การเกษตรจัดตั้งขึ้นสำหรับผู้ที่ประกอบอาชีพทางการเกษตร โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้สมาชิกดำเนินกิจการร่วมกันและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เพื่อแก้ไขความเดือดร้อนในการประกอบอาชีพของสมาชิกและช่วยยกฐานะความเป็นอยู่ของสมาชิกให้ดีขึ้น เป็นองค์การธุรกิจหนึ่งที่มีบทบาททางเศรษฐกิจเกือบทุกด้าน ตั้งแต่การผลิต การจำหน่าย และการบริโภค หากกระบวนการทาง

สหกรณ์มีประสิทธิภาพ จะเป็นเครื่องมือสำคัญของรัฐในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากสหกรณ์มีบทบาทในการกระจายรายได้ไปสู่ประชาชนอย่างยุติธรรม ช่วยตัดพ่อค้าคนกลาง และนายทุนออกไป การประกอบอาชีพของเกษตรกร มักประสบปัญหาสำคัญ เช่น การขาดแคลนเงินทุนในการประกอบอาชีพ ขาดแคลนที่ดินทำกิน ปัญหาการขาดความรู้เกี่ยวกับการผลิตสมัยใหม่ที่ ขาดปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็น เช่น ระบบชลประทาน การคมนาคมขนส่ง รวมถึงปัญหาการตลาด ถูกเอารัดเอาเปรียบในเรื่องการชั่ง ตวง วัด และไม่มีที่เก็บรักษาผลผลิต เป็นต้น จากปัญหาเศรษฐกิจข้างต้น ทำให้มีคุณภาพชีวิตและฐานะความเป็นอยู่ของเกษตรกรต่ำกว่าที่ควรจะเป็น (Cooperative Promotion Department, 2020)

การพัฒนาคุณภาพการบริการเป็นส่วนที่สำคัญที่จะช่วยให้องค์กรเติบโตก้าวหน้า สร้างภาพลักษณ์ที่ดี หากคุณภาพในการให้บริการไม่เป็นที่พึงพอใจ การบริการไม่สอดคล้องกับความต้องการจะทำให้สะท้อนไปยังคุณภาพการบริหารจัดการสหกรณ์ การพัฒนางานในองค์กร ผู้รับบริการจะทำหน้าที่ที่เป็นทั้งผู้ประเมินและผู้เสนอแนะความเห็นในการปรับปรุงบริการ ซึ่งคุณภาพการให้บริการนี้เป็นเรื่องที่มีผลกระทบในการดำเนินธุรกิจ เป็นปัจจัยสำคัญหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า (Anderson and Zeithaml, 1984) โดย Szwarc (2005) ตั้งข้อสังเกตว่าคุณภาพการบริการนั้นช่วยเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งมีผลต่อความภักดีของลูกค้าและนำไปสู่ผลกำไรขององค์กรที่เพิ่มขึ้น ซึ่งแนวคิดเกี่ยวกับความภักดีของลูกค้ามีรากฐานมาหลายปี และมีความสำคัญมากขึ้นในช่วงระหว่างการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในภาคการเงินการธนาคาร ความภักดีของลูกค้าเป็นส่วนสำคัญในการศึกษาวิจัยในการบริการ (Gremler, 1995) ประเด็นสำคัญสำหรับความสำเร็จอย่างต่อเนื่องขององค์กรคือศักยภาพในการรักษาลูกค้าปัจจุบันและทำให้ลูกค้าภักดีต่อแบรนด์ (Dekimpe, et al. 1997) Han and Ryu (2009) กล่าวว่า สภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ลูกค้าสัมผัสได้และราคาที่รับรู้เป็นองค์ประกอบสำคัญที่กำหนดระดับความพึงพอใจของลูกค้า และมีบทบาทในการเพิ่มความภักดีของลูกค้า โดยเน้นที่ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า

สหกรณ์การเกษตร คือ สหกรณ์ที่ผู้ประกอบอาชีพด้านการเกษตรร่วมกันจัดตั้งขึ้นด้วยความสมัครใจ เพื่อแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนในการประกอบอาชีพ เช่น การขาดแคลนเงินทุน เครื่องมือการเกษตร ตลอดจนการขายผลผลิตให้ได้ราคาดี โดยยึดหลักการช่วยเหลือตนเอง และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน (วิมลรัตน์ นวลดี, 2559) เป็นอีกหนึ่งแนวทางในการช่วยแก้ปัญหาความยากจนได้อย่างแท้จริง อย่างไรก็ตาม กลับพบว่าการเติบโตของสหกรณ์ไทยมีแนวโน้มลดลง พิจารณาจากข้อมูลจำนวนสหกรณ์ในปี พ.ศ. 2563 สำหรับสหกรณ์ในภาคการเกษตรและสหกรณ์นอกภาคการเกษตรมีการเติบโตจำนวน 3,002 สหกรณ์ ลดลงจากปี พ.ศ. 2562 ลดลงจำนวน 59 แห่ง หรือลดลงร้อยละ 1.93 (กรมตรวจบัญชีสหกรณ์, 2563) และสหกรณ์ยังคงต้องพึ่งพาการสนับสนุนจากรัฐ และการดำเนินงานของหลายสหกรณ์ขาดอุดมการณ์สหกรณ์ (Cooperative Ideology) ประเด็นที่มีความน่าสนใจในการจัดการใน ปัจจุบัน คือ การดำเนินงานของสหกรณ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตามประสิทธิภาพการดำเนินงานต้องอาศัยการให้บริการควบคู่กับการดำเนินธุรกิจไปด้วย ปัจจัยที่สำคัญ

และจำเป็นอย่างยิ่งที่จะทำให้การดำเนินธุรกิจอยู่รอดได้ก็คือในเรื่องของคุณภาพการให้บริการคือการสร้างความประทับใจของการบริการที่เป็นเลิศให้กับลูกค้า รวมถึงองค์กรจำเป็นต้องมีการสร้างความพึงพอใจ สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า

สหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ถือเป็นสหกรณ์ประเภทสหกรณ์การเกษตร ดำเนินธุรกิจในแบบอเนกประสงค์ คือ ดำเนินธุรกิจแบบครบวงจรมีการให้สินเชื่อ รับฝากเงิน จัดหาสินค้ามาจำหน่าย รวบรวมผลผลิตจากสมาชิกเพื่อจำหน่ายสู่ตลาดกลาง ข้าวเปลือกของสหกรณ์ รวมถึงธุรกิจสถานีจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงมีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมให้สมาชิกออมและกู้เงินได้เมื่อมีความจำเป็นแก้ไขปัญหาของตนเองรวมถึงการจัดรูปแบบเพื่อช่วยเหลือสมาชิกจากการดำเนินการให้บริการของสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด ที่ผ่านมายังพบกับปัญหาทางการบริการเพราะสมาชิก ประกอบสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรน่า (COVID-19) ที่ส่งผลกระทบต่อการบริการเนื่องจากการบริการเกิดความไม่สะดวกเพราะมีมาตรการป้องกันเกิดขึ้น จึงทำให้สมาชิกต้องรอใช้บริการเป็นเวลานาน อาจสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่สมาชิก

ดังนั้นการศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของสมาชิกที่ส่งผลต่อความภักดี มีความสำคัญต่อสหกรณ์การเกษตรสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด หลายประการ โดยเฉพาะในด้านความสามารถในการทำกำไรให้เพิ่มขึ้นที่จะส่งผลต่อความมั่นคงและฐานะทางการเงินของสหกรณ์การเกษตร เป็นตัวกำหนดทิศทางและแผนการดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรในการจัดสรรเงินทุนเพื่อขับเคลื่อนธุรกิจของสหกรณ์การเกษตรให้สามารถช่วยเหลือ สนับสนุนสมาชิก และเพื่อตอบสนองนโยบายของรัฐในบทบาทการกระจายรายได้ไปสู่ประชาชนอย่างยุติธรรม ช่วยให้การสนับสนุนเงินทุนในการประกอบอาชีพทางการเกษตรกร ซึ่งเป็นอาชีพหลักของประเทศ และช่วยยกระดับรายได้รวมถึงคุณภาพชีวิตให้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

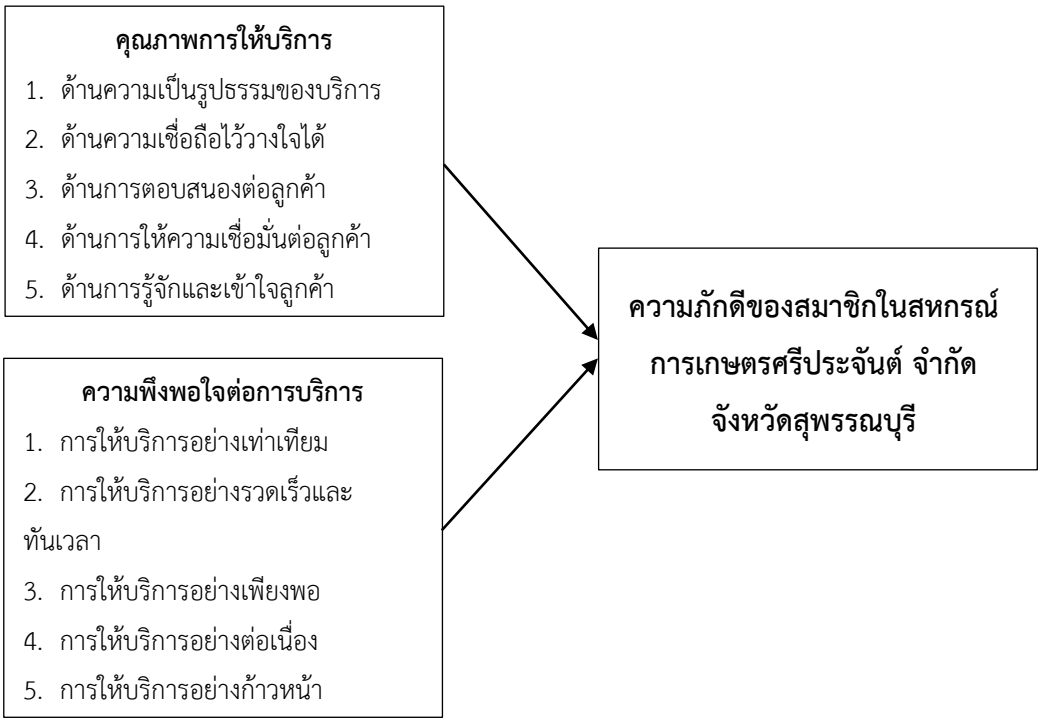
1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการและความพึงพอใจต่อการบริการของสมาชิก สหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการและความพึงพอใจที่มีผลต่อความภักดีของสมาชิกในสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้ามีผลต่อความภักดีของสมาชิกในสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี

2. ความพึงพอใจด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียม ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วและทันเวลา ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้ามีผลต่อความภักดีของสมาชิกในสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

ประชากรและตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

สมาชิกผู้ใช้บริการสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี ข้อมูล ณ เดือนกรกฎาคม 2564 จำนวน 2,664 คน โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากการใช้สูตรคำนวณของ Yamane ที่ค่าความคลาดเคลื่อน ±5% (U-on, 2011) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 348 คน เพื่อความครบถ้วนในการเก็บข้อมูล และเพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนผิดพลาด จึงกำหนดตัวอย่างที่เป็นตัวแทนประชากร จำนวนทั้งสิ้น 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามซึ่งพัฒนาจากการทบทวนวรรณกรรม ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่สอดคล้องตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น และสร้างแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ 1) เพศ 2) อายุ 3) ระดับการศึกษา 4) ระดับรายได้ และ 5) อาชีพ ซึ่งมีลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) เลือกเพียง 1 คำตอบ จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ คำถามอยู่ในระดับมาตรการวัดอันตรภาค (Interval Scale) จำนวน 24 ข้อ ได้แก่ 1) คำถามด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการจำนวน 5 ข้อ 2) คำถามด้านความเชื่อถือไว้วางใจจำนวน 6 ข้อ 3) คำถามด้านการตอบสนองต่อผู้บริการจำนวน 5 ข้อ 4) คำถามด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการจำนวน 4 ข้อ และ 5) คำถามด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการจำนวน 4 ข้อ ข้อ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ มีค่าเฉลี่ยของดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 0.78 และค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.87

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจการบริการ คำถามอยู่ในระดับมาตรการวัดอันตรภาค (Interval Scale) จำนวน 5 ข้อ โดยเป็นแบบสอบถาม ลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ มีค่าเฉลี่ยของดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 0.78 และค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.89

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความภักดี คือ การกลับมาใช้บริการสหกรณ์ซ้ำ คำถามอยู่ในระดับมาตรการวัดอันตรภาค (Interval Scale) จำนวน 4 ข้อ ลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ มีค่าเฉลี่ยของดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 0.78 และค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.88

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม

การตรวจสอบแบบสอบถามว่ามีความสอดคล้องกับงานวิจัยรวมทั้งความชัดเจนของภาษาถ้อยคำและทำการทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาและหาดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (The Index of Item-Objective Congruence: IOC) ได้ค่า IOC เฉลี่ยรายข้อระหว่าง 0.67-1.00 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.50 แสดงว่าข้อคำถามในแบบสอบถามมีความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย รวมทั้งทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามไปทดลองเก็บข้อมูลจำนวน 30 ราย ในเบื้องต้นก่อนการทดสอบจริงไปทำการตรวจหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคเท่ากับ 0.89 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 ถือว่าข้อคำถามมีความเชื่อมั่นสูง (Vanichbuncha, 2016) สามารถนำไปใช้ในการศึกษาได้อย่างเหมาะสม

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD)

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) คือ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Regression Analysis)

ผลการวิจัย

1. ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการและความพึงพอใจต่อการบริการของสมาชิก สหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี

ตารางที่ 1 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ และความพึงพอใจของสมาชิก สหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี

ระดับความคิดเห็น	$\bar{x}$	SD	การแปลผล
คุณภาพการบริการ			
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	4.78	0.18	มากที่สุด
2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	4.80	0.17	มากที่สุด
3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	4.76	0.20	มากที่สุด
4. ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	4.81	0.19	มากที่สุด
5. ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า	4.84	0.22	มากที่สุด
ภาพรวม	**4.84**	**0.22**	**มากที่สุด**
ความพึงพอใจต่อการบริการ			
6. การให้บริการอย่างเท่าเทียม	4.87	0.33	มากที่สุด
7. การให้บริการอย่างรวดเร็วและทันเวลา	4.82	0.39	มากที่สุด
8. การให้บริการอย่างเพียงพอ	4.80	0.40	มากที่สุด
9. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง	4.96	0.21	มากที่สุด
10. การให้บริการอย่างก้าวหน้า	4.67	0.47	มากที่สุด
ภาพรวม	**4.82**	**0.19**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า สหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$=4.84, SD=0.22) รองลงมา คือ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ($\bar{x}$=4.81, SD=0.19) ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ($\bar{x}$=4.80, SD=0.17) ด้าน0ความเป็นรูปธรรมของบริการ ($\bar{x}$=4.78, SD=0.18) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ($\bar{x}$=4.76, SD=0.22) ตามลำดับ

ในส่วนของความพึงพอใจต่อการบริการของสมาชิก พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$=4.82, SD=0.19) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอที่ผู้ใช้บริการพึงพอใจมากที่สุด คือ มีความพึงพอใจในการให้บริการอย่างต่อเนื่อง โดยสหกรณ์มีการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณชนเป็นหลักไม่ใช่ยึดตามความพอใจของสหกรณ์ อยู่ในระดับมากที่สุด

($\bar{x}$=4.96, SD=0.21) รองลงมา คือ มีความพึงพอใจในการให้บริการอย่างเท่าเทียม คือ เจ้าหน้าที่สหกรณ์ให้บริการทุกคนอย่างเท่าเทียมกันโดยไม่เลือกปฏิบัติ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$=4.87, SD=0.33) ตามลำดับ

2. ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของสมาชิกในสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณสมบัติของข้อมูลให้สอดคล้องกับข้อกำหนดในการใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Regression Analysis) นั่นคือ ตัวแปรอิสระจะต้องมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามเป็นเส้นตรง (Linearity) และไม่เกิดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกันเอง (Multicollinearity) คือ การที่ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันสูงมากเกินไปจะเกิดปัญหาทำให้ผลการวิเคราะห์มีความคลาดเคลื่อนสูง โดยพิจารณาค่า VIF (Variance Inflation Factors) สำหรับตัวแปรอิสระแต่ละตัว พบว่า ค่า VIF มีค่าสูงสุดเท่ากับ 1.354 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานคือ ค่า VIF≤10 และค่า Tolerance มีค่าเท่ากับ 0.863-0.997 เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานต้องมีค่าอยู่ระหว่าง 0-1 (Vanichbuncha, 2016)แสดงว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวไม่ได้รับอิทธิพลจากตัวแปรอิสระอื่น ๆ

จากการตรวจสอบคุณสมบัติของข้อมูลพบว่าเป็นไปตามข้อกำหนดของการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Regression Analysis) ผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์ปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของสมาชิกในสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี และทดสอบสมมติฐานโดยสามารถสรุปได้ดังนี้

ตัวแปรที่ได้รับการคัดเลือกเข้าสมการ คือ ด้านการตอบสนองต่อผู้บริการ และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า โดยมีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.090 (R^2=0.090) และมีประสิทธิภาพในการทำนายที่ปรับแล้วเท่ากับ 0.086 (Adjusted R^2=0.086) โดยสามารถแสดงได้เป็นสมการวิเคราะห์การถดถอย ดังนี้

$$Y=2.727 + 0.231 (X_3)+ 0.203 (X_4)$$

จากสมการด้านการตอบสนองต่อผู้บริการ (X_3) มีความสัมพันธ์เชิงบวก (Beta=0.231) หมายความว่า ปัจจัยด้านการตอบสนองต่อผู้บริการส่งผลต่อความภักดีของสมาชิกในสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี สูงขึ้น

ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (X_4) มีความสัมพันธ์เชิงบวก (Beta=0.203) หมายความว่า ปัจจัยด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าส่งผลต่อความภักดีของสมาชิกในสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี สูงขึ้น

สรุปได้ว่า ผลการวิจัยยอมรับสมมติฐานโดยพบว่าการตอบสนองต่อผู้บริการ และการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ส่งผลต่อความภักดีของสมาชิกในสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ปรากฏผลดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี

Model	Unstandardized Coefficients		Std. Coef.	t	Sig	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2.727	.333		8.199*	.000		
การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (X_3)	.231	.049	.225	4.701*	.000	.863	1.354
การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (X_4)	.203	.052	.188	3.913*	.000	.997	1.003
R^2					Adjusted R^2		
.090					.086		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยความพึงพอใจของสมาชิกที่ส่งผลต่อความภักดีของสมาชิกในสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณสมบัติของข้อมูลให้สอดคล้องกับข้อกำหนดในการใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Regression Analysis) นั่นคือ ตัวแปรอิสระจะต้องมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามเป็นเส้นตรง (Linearity) และไม่เกิดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกันเอง (Multicollinearity) คือ การที่ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันสูงมากเกินไปจะเกิดปัญหาทำให้ผลการวิเคราะห์มีความคลาดเคลื่อนสูง โดยพิจารณาค่า VIF (Variance Inflation Factors) สำหรับตัวแปรอิสระแต่ละตัว พบว่า ค่า VIF มีค่าสูงสุดเท่ากับ 1.207 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานคือ ค่า VIF≤10 และค่า Tolerance มีค่าเท่ากับ 0.829-0.986 เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานต้องมีค่าอยู่ระหว่าง 0-1 (Vanichbuncha, 2016) แสดงว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวไม่ได้รับอิทธิพลจากตัวแปรอิสระอื่น ๆ

จากการตรวจสอบคุณสมบัติของข้อมูลพบว่าเป็นไปตามข้อกำหนดของการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Regression Analysis) ผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์ปัจจัยความพึงพอใจของสมาชิกที่ส่งผลต่อความภักดีของสมาชิกในสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี และทดสอบสมมติฐานโดยสามารถสรุปได้ดังนี้

ตัวแปรที่ได้รับการคัดเลือกเข้าสมการ คือ ความพึงพอใจการให้บริการอย่างเพียงพอ ความพึงพอใจการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และความพึงพอใจการให้บริการอย่างก้าวหน้า โดยมีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0. 145 (R^2=0. 145) และมีประสิทธิภาพในการทำนายที่ปรับแล้วเท่ากับ 0. 139 (Adjusted R^2=0. 139) โดยสามารถแสดงได้เป็นสมการวิเคราะห์การถดถอย ดังนี้

$$Y=3.038 + 0.074\ (Z_3) + 0.196\ (Z_4) + 0.093\ (Z_4)$$

จากสมการความพึงพอใจการให้บริการอย่างเพียงพอ (Z_3) มีความสัมพันธ์เชิงบวก (Beta=0.074) หมายความว่า ปัจจัยความพึงพอใจการให้บริการอย่างเพียงพอส่งผลต่อความภักดีของสมาชิกในสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี สูงขึ้น

จากสมการความพึงพอใจการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Z_4) มีความสัมพันธ์เชิงบวก (Beta=0.196) หมายความว่า ปัจจัยความพึงพอใจการให้บริการอย่างต่อเนื่องส่งผลต่อความภักดีของสมาชิกในสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี สูงขึ้น

จากสมการความพึงพอใจการให้บริการอย่างก้าวหน้า (Z_5) มีความสัมพันธ์เชิงบวก (Beta=0.093) หมายความว่า ปัจจัยความพึงพอใจการให้บริการอย่างก้าวหน้าส่งผลต่อความภักดีของสมาชิกในสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี สูงขึ้น

สรุปได้ว่า ผลการวิจัยยอมรับสมมติฐานโดยพบว่า ความพึงพอใจการให้บริการอย่างเพียงพอ ความพึงพอใจการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และความพึงพอใจการให้บริการอย่างก้าวหน้า ส่งผลต่อความภักดีของสมาชิกในสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ปรากฏผลดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยความพึงพอใจของสมาชิกที่ส่งผลต่อความภักดีของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี

Model	Unstandardized Coefficients		Std. Coef.	t	Sig	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	3.038	.243		12.517*	.000		
การให้บริการอย่างเพียงพอ (Z_3)	.074	.026	.145	2.846*	.005	.829	1.192
การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Z_4)	.196	.044	.207	4.431*	.000	.986	1.014
การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Z_5)	.093	.022	.216	4.254*	.000	.839	1.207
R^2					Adjusted R^2		
.145					.139		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

1. อิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ปัจจัยคุณภาพบริการ ได้แก่ การตอบสนองต่อผู้บริการ และการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าส่งผลเชิงบวกต่อความภักดีของสมาชิกในสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี สามารถอภิปรายผลแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านการตอบสนองต่อผู้บริการ พบว่า สมาชิกผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับการตอบสนองต่อผู้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ยิ่งพนักงานแสดงออกถึงความตั้งใจในการบริการ และพนักงานมีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการ โดยผู้ใช้บริการรับรู้และสัมผัสได้ถึงคุณภาพการให้บริการของพนักงาน ส่งผลให้ผู้ใช้บริการกลับมาใช้บริการสหกรณ์การเกษตรอีก เนื่องจากคุณภาพการบริการช่วยเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า และนำไปสู่ความภักดี ยิ่งเจ้าหน้าที่มีคุณภาพการบริการมากเท่าใด ก็จะยิ่งสร้างความภักดีของสมาชิกผู้ใช้บริการมากเท่านั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ อิสริยาภรณ์ อัศเวศน์ และ ระบิล พ้นภัย (2565) ได้ศึกษาเรื่อง ทัศนคติและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีในตราสินค้าวิดีโอสตรีมมิ่งของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า คุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนองส่งผลทางบวกต่อความภักดีในตราสินค้าวีดีโอสตรีมมิ่งของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าผู้บริโภคที่ใช้บริการวีดีโอสตรีมมิ่งที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร เมื่อมีการใช้บริการวีดีโอสตรีมมิ่งแล้วระบบมีการตอบสนองอย่างทันท่วงทีระบบมีความเสถียรหรือเจ้าหน้าที่มีการช่วยเหลือตามความต้องการของตัวผู้บริโภคได้รวดเร็วก็จะทำให้ผู้บริโภคอยากที่จะใช้บริการวีดีโอสตรีมมิ่งนั้นต่อไปโดยไม่สนใจสตรีมมิ่งของผู้ให้บริการอื่นส่งผลทำให้เกิดสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความภักดีในตราสินค้า และสอดคล้องกับ Cossío-Silva et al. (2016) ได้ศึกษาการสร้างมูลค่าร่วมกันและความภักดีของลูกค้า พบว่า ความภักดีของลูกค้าเป็นที่มาของความได้เปรียบในการแข่งขันและเป็นสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนที่สำคัญสำหรับองค์กร และในสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันทางธุรกิจ นอกเหนือจากการบริการที่มีคุณภาพเป็นการวัดความพึงพอใจของลูกค้าที่สำคัญและจะนำไปสู่การความภักดีแล้วนั้นการวัดผลการปฏิบัติงานขององค์กรอย่างต่อเนื่องยังเป็นประเด็นสำคัญของความภักดีของสถาบันการเงินด้วย

ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า พบว่า สมาชิกผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากผู้ใช้บริการจะมีความเชื่อมั่นเมื่อพนักงานมีความสุภาพ ให้การบริการแก่สมาชิกอย่างเสมอภาคเท่าเทียม ปราศจากความเหลื่อมล้ำ และเมื่อพนักงานที่ให้บริการสามารถตัดสินใจได้ ขณะที่เกิดปัญหาขึ้นระหว่างการปฏิบัติงาน ทำให้ผู้รับบริการได้การแก้ปัญหาตรงตามความต้องการ รวดเร็ว ทันเวลา สร้างความเชื่อมั่นให้กับสมาชิกผู้ใช้บริการ และต้องการกลับมาใช้บริการซ้ำเพราะเชื่อมั่นว่าพนักงานหรือสหกรณ์การเกษตรสามารถช่วยแก้ปัญหาให้ได้โดยไม่ต้องไปใช้บริการจากที่อื่น ซึ่งคุณภาพการบริการโดยการสร้างความเชื่อมั่นต่อลูกค้าเป็นอีกหนึ่งปัจจัยก่อให้เกิดความภักดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ อิสริยาภรณ์ อัศเวศน์ และ ระบิล พ้นภัย (2565) ได้ศึกษาเรื่อง ทัศนคติและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีในตราสินค้าวิดีโอสตรีมมิ่งของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า คุณภาพการบริการ ด้านการรับประกันหรือการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าส่งผลทางบวกต่อความภักดีในตราสินค้าวีดีโอสตรีมมิ่งของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าผู้บริโภคที่ใช้บริการวีดีโอสตรีมมิ่งจะรับรู้ได้ว่า การใช้บริการวีดีโอสตรีมมิ่งนั้นบริษัทวีดีโอสตรีมมิ่งจะมีการรับการรับประกันได้ว่าจะปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคในทุกด้าน และหากเกิดปัญหาในการใช้งานจะมีเจ้าหน้าที่ที่เชี่ยวชาญมีความสามารถตรงตามมาตรฐานคอยให้การช่วยเหลือทำให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจที่จะใช้งานได้อย่างไม่ต้องกังวล ส่งผลให้ผู้บริโภคเลือกที่จะใช้บริการและเกิด

ความภักดีในตราสินค้านั้นต่อไป และ Kracklauer and Mills et al. (2004) เชื่อมั่นว่าความภักดีของลูกค้าควรถูกมองว่าเป็นการผสมผสานระหว่างความพึงพอใจของลูกค้าและความเชื่อใจ ความไว้วางใจของลูกค้า โดยความไว้วางใจและความภักดีมีความสัมพันธ์เชิงบวก คือ เมื่อความไว้วางใจของลูกค้าที่มีต่อองค์กรเพิ่มขึ้นก็จะสะท้อนให้เห็นในความจงรักภักดีที่เพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย

2. อิทธิพลของปัจจัยด้านความพึงพอใจของสมาชิก ได้แก่ ความพึงพอใจการให้บริการอย่างเพียงพอ ความพึงพอใจการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และความพึงพอใจการให้บริการอย่างก้าวหน้า ส่งผลเชิงบวกต่อความภักดีของสมาชิกในสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี สามารถอภิปรายผลแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ พบว่า สมาชิกผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจกับการให้บริการอย่างเพียงพออยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีความพึงพอใจเมื่อสหกรณ์มีเจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างเพียงพอ สามารถรองรับจำนวนผู้มาใช้บริการในการติดต่อรับบริการผู้ใช้บริการไม่ต้องรอนาน ลดระยะเวลาการดำเนินการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งทิพย์ นิลพัท (2561) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจที่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการโรงพยาบาลเปาโลรังสิต พบว่า ปัจจัยด้านความพึงพอใจทั้ง 4 ด้าน ทั้งด้านความพอเพียงของบริการที่มีอยู่ด้านการเข้าถึงแหล่งบริการ ด้านความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ และด้านความสามารถของลูกค้าที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ มีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการของผู้รับบริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ทุกด้าน ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า เมื่อเกิดภาวะเจ็บป่วยทางด้านสุขภาพ ผู้รับบริการต้องการเข้าถึงแหล่งบริการโดยเร็วที่สุดเพื่อให้ได้รับการรักษาอย่างทันท่วงที ดังนั้นไม่ว่าจะเป็นความสะดวกในการเดินทางเพื่อเข้าถึงแหล่งบริการเป็นไปได้ง่าย มีป้ายบอกทางที่ชัดเจน เพื่อเป็นการสื่อสารที่ผู้รับบริการสามารถไปยังแผนกที่ให้บริการต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วชัดเจน ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจในความรวดเร็วของการเข้าถึงแหล่งบริการได้ง่าย และ Segoro and Limakrisna (2020) ให้คำจำกัดความความพึงพอใจว่าเป็นทัศนคติ การประเมินและอารมณ์การตอบสนองที่แสดงโดยผู้บริโภคหลังกระบวนการซื้อ เป็นเครื่องบ่งชี้ถึงการพอใจกับสินค้าหรือบริการ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านเวลา มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ ส่วนมากมีความคิดเห็นในเชิง “พึงพอใจมาก” ในด้านความรวดเร็วในการให้บริการ

ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง พบว่า สมาชิกผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจกับการให้บริการอย่างต่อเนื่องอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีความพึงพอใจเมื่อสหกรณ์มีบริการอย่างสม่ำเสมอโดยยึดประโยชน์ของสาธารณชนเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดตามความพอใจของสหกรณ์ โดยหากสหกรณ์มีการวางนโยบายเพื่อประโยชน์ของสมาชิกมากกว่าการแสวงหาผลกำไรจากสมาชิกจะส่งผลให้สมาชิกเกิดความพึงพอใจสูงขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนะดา วีระพันธ์ (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านเก่า อำเภอพานทอง จังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้รับบริการมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของ อบต.บ้านเก่า อำเภอพานทอง จังหวัดชลบุรี ในด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง อยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

มีความรับผิดชอบและมุ่งมั่นในการปฏิบัติงาน รองลงมา คือ มีการประชาสัมพันธ์การให้บริการด้านต่าง ๆ และระดับต่ำสุด คือ เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความถูกต้องและแม่นยำ ในขณะที่ Mithas, Krishnan and Fornell (2006) กล่าวว่า การสร้าง ความพึงพอใจของลูกค้าจะมาจากปรับแต่งข้อเสนอนโยบายของบริษัทหรือองค์กรให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า ข้อมูลลูกค้าสามารถใช้เป็นแพลตฟอร์มโดยระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) สำหรับการสื่อสาร สร้างความภักดี การบริการลูกค้า และความพึงพอใจ การปลูกฝังความไว้วางใจ และการรักษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับลูกค้า

ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า พบว่า สมาชิกผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจกับการให้บริการอย่างก้าวหน้าอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีความพึงพอใจเมื่อสหกรณ์มีการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการผลการปฏิบัติงานและเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ โดยหากสหกรณ์มีการพัฒนารูปแบบ เครื่องมืออุปกรณ์ เทคโนโลยีในการให้บริการจะทำให้เกิดการพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้ก้าวหน้าขึ้น ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกสบาย ความพึงพอใจเพิ่มขึ้น สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสหกรณ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนะดา วีระพันธ์ (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านเก่า อำเภอพานทอง จังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้รับบริการมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของ อบต. บ้านเก่า อำเภอพานทอง จังหวัดชลบุรี ในด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า อยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากมีการจัดเตรียมตู้เพื่อรับความคิดเห็น/ร้องเรียน/ร้องทุกข์ รองลงมา คือ มีการใช้ทรัพยากรของหน่วยงานอย่างคุ้มค่าและระดับต่ำสุด คือ มีการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการตลอดเวลา และสอดคล้องกับ Rizwan et al. (2014) กล่าวว่า คุณภาพการบริการ ความไว้วางใจ และชื่อเสียง เป็นตัวทำนายที่สำคัญของความภักดีของลูกค้า ผลการวิจัยบ่งชี้ว่าความไว้วางใจในระดับที่น้อยกว่าคุณภาพการบริการ เป็นปัจจัยสำคัญต่อความภักดีของลูกค้าในฐานะชื่อเสียง ภาพลักษณ์ ผลลัพธ์ที่ได้อธิบายว่าคุณภาพการบริการเป็นเงื่อนไขพื้นฐานแต่ไม่เพียงพอสำหรับความภักดีของลูกค้าที่จะเกิดขึ้นจริงและมีอยู่จริง ดังนั้นนอกจาก คุณภาพการบริการ และความไว้วางใจ จำเป็นต้องพัฒนาองค์กรในด้านต่าง ๆ ให้ก้าวหน้าโดยเฉพาะอย่างยิ่งในการกำหนดทางกลยุทธ์เพื่อพัฒนาความภักดีของลูกค้า

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. จากผลการวิจัยด้านปัจจัยคุณภาพการให้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการจะให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านการตอบสนองต่อลูกค้าและการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า เพราะฉะนั้นสหกรณ์ต้องมีกระบวนการเตรียมความพร้อมให้กับเจ้าหน้าที่ในการแก้ปัญหาให้กับผู้ใช้บริการ เพราะจะช่วยตอบสนองความต้องการและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้บริการ โดยเฉพาะในส่วนของการแสดงออกถึงความตั้งใจในการบริการของพนักงานรวมไปถึงความสุภาพในการให้บริการแก่สมาชิกอย่างเสมอภาค เท่าเทียมกันทุกคน เพราะจะนำไปสู่การภักดีของสมาชิกที่มีต่อสหกรณ์การเกษตรได้

2. จากผลการวิจัยด้านปัจจัยความพึงพอใจของสมาชิก พบว่า ความพึงพอใจการให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง การให้บริการอย่างก้าวหน้า ทั้ง 3 ด้านส่งผลต่อการความภักดีของสมาชิกผู้ใช้บริการ ดังนั้นการให้บริการสหกรณ์จะต้องให้ความสำคัญในส่วนพนักงานผู้ให้บริการ เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการสัมผัสโดยตรงในการติดต่อทำธุรกรรมกับสหกรณ์การเกษตร และสหกรณ์การเกษตรควรเน้นในเรื่องการให้บริการของพนักงานที่จะต้องจัดสรรให้เพียงพอสำหรับให้บริการสมาชิกที่มารับบริการ รวมทั้งมีการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณชนหรือสมาชิกเป็นหลักไม่ใช่เป็นการยึดตามความพอใจของสหกรณ์เอง และสหกรณ์การเกษตรควรมีการปรับปรุงการให้บริการ คุณภาพผลการปฏิบัติงานของพนักงาน และนำผลการปฏิบัติที่ยังไม่เกิดความพึงพอใจมาพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรดำเนินการศึกษาความแตกแต่งด้านพื้นที่ และปัจจัยด้านอื่น ๆ เช่น ปัจจัยด้านความไว้วางใจของสมาชิก ปัจจัยด้านผลตอบแทน เพื่อทราบถึงนโยบายด้านคุณภาพการบริการ อีกทั้งสามารถเปรียบเทียบมาตรฐานการบริการ และหาข้อแตกต่างเป็นการประเมินกลยุทธ์ที่มีได้นำมาใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

2. ควรศึกษาการวิจัยเกี่ยวกับการเปรียบเทียบหรือศึกษาทางด้านความสัมพันธ์ เช่น การเปรียบเทียบความพึงพอใจการใช้บริการของผู้ใช้บริการสหกรณ์ของแต่ละภูมิภาคในประเทศไทยที่ส่งผลต่อความภักดีในการกลับมาใช้บริการซ้ำ หรือศึกษาทางด้านความสัมพันธ์สหสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอกับความภักดีเพื่อใช้เปรียบเทียบถึงวิธีการสร้างความภักดีในการกลับมาใช้บริการซ้ำเพิ่มขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กรมตรวจบัญชีสหกรณ์. (2563). **สารสนเทศน่ารู้ทางการเงินของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร ปี พ.ศ. 2563.** ค้นเมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม 2565, จาก https://data.go.th/dataset/resource/ /download/-2563.pdf.

ชนะดา วีระพันธ์. (2555). **ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านเก่า อำเภอพานทอง จังหวัดชลบุรี.** การค้นคว้าอิสระ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.

รุ่งทิพย์ นิลพัท. (2561). **คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจที่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการโรงพยาบาลเปาโลรังสิต**. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

วิมลรัตน์ นวลดี. (2559). **คุณภาพการให้บริการของสหกรณ์การเกษตรพร้าว จำกัด อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่**. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

อิสริยาภรณ์ อัศเวศน์ และ ระบิล พ้นภัย. (2565). *ทัศนคติและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีในตราสินค้าวิดีโอสตรีมมิ่งของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. **วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์**, 24(1): 1-10.

Anderson, C.R. & Zeithaml, C.P., (1984). *Stage of the product life cycle, business strategy and business performance*. **Academy of Management Journal**, 27(1): 5-24.

Cooperative Promotion Department. (2020). **Government Action Plan of the Ministry of Agriculture and Cooperatives 3-year term (2020-2022)**. Retrieved on 21st July 2021, from https://www.naewna.com/local/.

Cossío-Silva, F.J. et al. (2016). *Value co-creation and customer loyalty*. **Journal of Business Research**, 69(5): 1621-1625.

Dekimpe, M. G. et al. (1997). *Decline and variability in brand loyalty*. **International Journal of Research in Marketing**, 14(5): 405-420.

Gremler, D. D. (1995). **The effect of satisfaction, switching costs, and interpersonalbonds on service loyalty**, Arizona State University.

Han, H.S. & Ryu, K. (2009). *The role of the physical environment, price perception, and customer satisfaction in determining customer loyalty in the family restaurant industry*. **Journal of Hospitality & Tourism Research**, 33(4): 487- 510.

Kracklauer, A. H. & D. Q. Mills, et al. (2004). **Customer management as the origin of collaborative customer relationship management**. Collaborative Customer Relationship Management, 3-6.

Mithas, S., Krishnan, M.S. & Fornell, C. (2006). *Why Do Customer Relationship Management Applications Affect Customer Satisfaction?.* **Journal of Marketing,** 69: 201–209.

Rizwan, A. et al. (2014). *Factors Influencing Customer Loyalty of Banking Industry: Empirical Evidence from Pakistan*. **International Journal of Learning & Development,** 4(2): 9-26.

Segoro, W., & Limakrisna, N. (2020). *Model of Customer Satisfaction and Loyality.* **Utopía Y Praxis Latinoamericana**, 25(1): 166-175.

Szwarc, P. (2005). **Researching Customer Satisfaction and Loyalty: How to Find Out what People Really Think**. London: Kogan Page.

U-on, V. (2011). **Business Research and Discovery**. Bangkok: Sripatum University Press.

Vanichbuncha, K. (2016). **Statistical Analysis: Statistics for Management and Research**. 16th ed. Bangkok: Chulalongkorn University Printing House.

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง

Online Social Media Usage Behavior among Students Majoring in Modern Business Management, Lampang Inter-Tech College

ศรวัสย์ สมสวัสดิ์
อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยี
วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง
E-mail: sorrawat.somsawat@gmail.com
สุพรรณรัตน์ มาศรัตน์
อาจารย์ประจำสาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยี
วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง
E-mail: supannarat@lit.ac.th
หัสยา วงค์วัน
อาจารย์ประจำหมวดศึกษาทั่วไป วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง
E-mail: xbonus3@gmail.com
Sorrawat Somsawat
Lecturer, Department of Modern Business Management, Faculty of Business Administration and Technology, Lampang Inter-Tech College
Supannarat Masarat
Lecturer, Department of Accounting, Faculty of Business Administration and Technology, Lampang Inter-Tech College
Hussaya Wongwan
Lecturer, Division of General Education, Lampang Inter-Tech College

รับเข้า: *1 มิถุนายน 2565* **แก้ไข:** *26 มิถุนายน 2565* **ตอบรับ:** *12 กรกฎาคม 2565*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาลักษณะการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ 2)ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาชั้นปีที่ 1-4 สาขาวิชาการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยี วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง ที่ลงทะเบียนเรียนในภาคเรียนที่ 1/2565 จำนวน 100 คน เก็บ

ข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการการวิจัย พบว่า 1) ลักษณะการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา พบว่า การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ที่ที่นิยมใช้และใช้งานบ่อยที่สุด คือ สื่อเฟซบุ๊ก ในแต่ละวันมีการใช้งานเฉลี่ยมากกว่า 3-4 ชั่วโมง ใช้งานในช่วงเวลาก่อนนอน เวลา 18.00-24.00 น. โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อฟังเพลง/ดูคลิป/ดูภาพยนตร์ และสถานที่ใช้งานจากที่บ้าน/ที่พัก 2) พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา พบว่า การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์จำแนกตามพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ ทั้ง 3 ด้าน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.06 ด้านที่มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด คือ ด้านการติดต่อสื่อสาร มีค่าเฉลี่ย 4.08 อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ด้านความบันเทิง มีค่าเฉลี่ย 4.07 อยู่ในระดับมาก และด้านวิชาการและสื่อสารมวลชน มีค่าเฉลี่ย 4.02 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

คำสำคัญ: พฤติกรรม สื่อสังคมออนไลน์ นักศึกษา สาขาวิชาการจัดการธุรกิจสมัยใหม่

Abstract

The objectives of this research were to 1) study the characteristics of using online social media among students majoring in modern business management, and 2) study the behavior of using online social media usage among students majoring in modern business management. The sample group was 100 students studying in years 1–4, enrolled in semester 1/2022, for the Modern Business Management major, Faculty of Business and Technology, Lampang Inter-Tech College. The data were collected through a questionnaire. The statistics used in the data analysis were percentage, mean, and standard deviation.

The research results showed that: 1) characteristics of using online social media among students indicated that the online social media platform most commonly and frequently used was Facebook, with average daily usage of more than 3–4 hours, commonly before bedtime from 18:00 to 24:00 hrs. The intention was to listen to music, watch clip, or watch movie. The place of use was found to be a home or dormitory and 2) the students' social media use behavior was classified according to the behavior of using online social networks; all 3 aspects were overall at a high level with an average of 4.06. The highest behavior in using social media was the communication aspect at a high level with an average of 4.08. Followed by the entertainment aspect, which had an

average of 4.07 at a high level and academics and mass communication had an average of 4.02, at a high level, respectively.

Keywords: behavior, online social media, students, modern business management

บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีการสื่อสารมีความก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว เป็นยุคของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) ที่เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันทุกเพศทุกวัยมีการติดต่อสื่อสารกันผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ จากสถิติของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม พบว่า พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทยในปี พ.ศ. 2564 ส่วนใหญ่มีการใช้อินเทอร์เน็ต เฉลี่ยวันละ 10 ชั่วโมง 36 นาที โดยวันทำการที่ต้องเรียนหรือทำงาน จะใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยวันละ 10 ชั่วโมง 55 นาที มากกว่าวันหยุดที่ใช้ 9 ชั่วโมง 49 นาที กิจกรรมออนไลน์ที่นิยมทำมากที่สุด 10 อันดับแรก คือ การติดต่อสื่อสาร สูงถึง 77.0% อาจเพราะช่วงที่ผ่านมาหลายองค์กรต่างมีมาตรการให้พนักงานทำงานที่บ้าน (Work from Home) และเรียนออนไลน์เกือบ 100% จึงทำให้การสื่อสารอยู่ในรูปแบบออนไลน์มากขึ้น และรองลงมา คือ กิจกรรมดูรายการโทรทัศน์ ดูคลิป ดูหนัง ฟังเพลงออนไลน์ 62.4% และเพื่อค้นหาข้อมูลออนไลน์ 60.1% ในขณะที่ลำดับถัด ๆ ไป จะมีในส่วนของอ่านข่าว บทความหรือหนังสือ 54.2% ซื้อสินค้า บริการ 47.7% รับ-ส่งอีเมล 45.0% และทำธุรกรรมทางการเงิน 41.7% โดยสื่อสังคมออนไลน์ที่นิยมใช้งานมากที่สุด ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) รองลงมา ได้แก่ ยูทูบ (YouTube) และไลน์ (Line) สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นสื่อดิจิทัลสื่อใหม่ (New Media) ที่อยู่ในสื่อมวลชน (Mass Media) เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติการทางสังคมเพื่อใช้สื่อสารระหว่างกันในเครือข่ายทางสังคมผ่านเว็บไซต์และโปรแกรมอิเล็กทรอนิกส์บนสื่อใด ๆ ที่มีการเชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ตโดยเน้นให้ผู้ใช้เป็นได้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารหรือเรียนอีกอย่างหนึ่งว่าสื่อแบบการสื่อสารสองทาง (Two-way communication)

ด้วยความน่าสนใจของสื่อสังคมออนไลน์ที่ผู้ใช้สื่อทุกคนสามารถเป็นเจ้าของสื่อและสามารถสร้างการแพร่กระจายไปอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้การส่งต่อข้อมูลและการเปิดรับข้อมูลต่าง ๆ เป็นไปอย่างอิสระ จึงอาจเสี่ยงต่อการละเมิดกฎหมายสิทธิความเป็นส่วนตัว อีกทั้งความรวดเร็วและความหลากหลายของสื่ออาจทำให้เกิดการผิดพลาดในการเปิดรับและรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และอาจถูกโน้มนำความคิด หรือการมอมเมาให้หลงเชื่อหรือสร้างค่านิยมการบริโภคนิยมหรือวัฒนธรรมใหม่ที่ขัดต่อหลักศีลธรรมที่เป็นอยู่ และวิจัยได้วิเคราะห์จากสถิติการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทยในปี พ.ศ. 2564 และงานวิจัยของ ณัฏฐพัชร คุ้มบัว, ไพบูรณ์ คะเชนทรพรรค์ และ สันทัด ทองรินทร์ (2563) รวมทั้งงานวิจัยของ สาริศา จันทรอำพร และ มฤษฎ์ แก้วจินดา (2559) พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ที่คนไทยนิยมใช้มากที่สุด คือ สื่อ

สังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก (Facebook) รองลงมา คือ ยูทูบ (YouTube) และ ไลน์ (Line) ซึ่งพบว่า กลุ่มวัยที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด คือ คนกลุ่มเจเนอเรชันวาย (Generation Y) คือผู้ที่เกิดในปี พ.ศ. 2523-2540 และเจเนอเรชันซี (Generation Z) คือผู้ที่เกิดในปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นไป จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่า กลุ่ม Gen Y คือ กลุ่มวัยรุ่น อายุ 15-24 ปี เป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด ส่งผลให้เกิดปัญหาการบริโภคสื่อที่ไม่เหมาะสมส่งผลกระทบให้เกิดปัญหาโดยเฉพาะปัญหาพฤติกรรมทางเพศ ความรุนแรง และการบริโภคนิยมอย่างมาก ซึ่งพบได้จากเหตุการณ์ข่าวที่เกิดขึ้นจริง อาทิเช่น ข่าวการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการไลฟ์สดฆ่าตัวตาย ข่าวการใช้ความรุนแรง ได้แก่ เหตุการณ์ความขัดแย้งที่เกิดขึ้นในสื่อสังคมออนไลน์ ทั้งประเภทการสนทนาแบบออนไลน์ (Chat) และข้อมูลข่าวหรือคลิปวีดีโอที่มีผู้ใช้แบ่งปัน (Share) สื่อสังคมออนไลน์ มีประโยชน์ทั้งในแง่ของการใช้เพื่อการติดต่อสื่อสารสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น เป็นเครื่องมือในการเข้าถึงสารสนเทศ เพื่อประโยชน์ในการค้นคว้าหาความรู้ ข่าวสาร เป็นเครื่องมือสนับสนุนในการทำงานร่วมกับผู้อื่น (Kivunja, 2015)

วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง มีความมุ่งมั่นที่จะผลิตบัณฑิตให้ประสบความสำเร็จตามวิสัยทัศน์ที่ได้กำหนดไว้ โดยมุ่งมั่นในการจัดการศึกษาให้นักศึกษามีความรู้ระดับท้องถิ่นสู่โลกกว้าง ปลูกฝังจริยธรรม คุณธรรม และมีความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมแห่งความเป็นไทย รวมทั้งมีความสามารถ ความเชี่ยวชาญในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ความเป็นเลิศในวิชาชีพ และมีทักษะชีวิตที่สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมอย่างมั่นคงก้าวหน้าและผาสุก โดยได้ดำเนินงานตามพันธกิจหลักทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านการผลิตบัณฑิตและพัฒนานักศึกษาที่มุ่งส่งเสริมศักยภาพให้เป็นบัณฑิตมืออาชีพที่พึงประสงค์ ด้านการวิจัยและพัฒนาที่สร้างองค์ความรู้ให้เพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน ด้านการบริการวิชาการที่เสริมสร้างพัฒนาชุมชนที่ยั่งยืน ด้านการอนุรักษ์ถ่ายทอดและฟื้นฟูขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรมภาคเหนือ ด้านการบริหารจัดการองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ และด้านพัฒนาศักยภาพของบุคลากรอย่างต่อเนื่องและเป็นไปตามเกณฑ์ที่สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) รวมทั้งกำหนดกิจกรรมพัฒนาบุคลากรและนักศึกษาให้สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของวิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง คือ บัณฑิตมืออาชีพ (วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง, 2564)

คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยี มีหลักสูตรที่เปิดดำเนินการสอน ประกอบด้วยจำนวน 5 หลักสูตร ได้แก่ 1) หลักสูตรบัญชีบัณฑิต 2) หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ 3) หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตสาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ (หลักสูตรนานาชาติ) 4) หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และ 5) หลักสูตรการจัดการธุรกิจสมัยใหม่

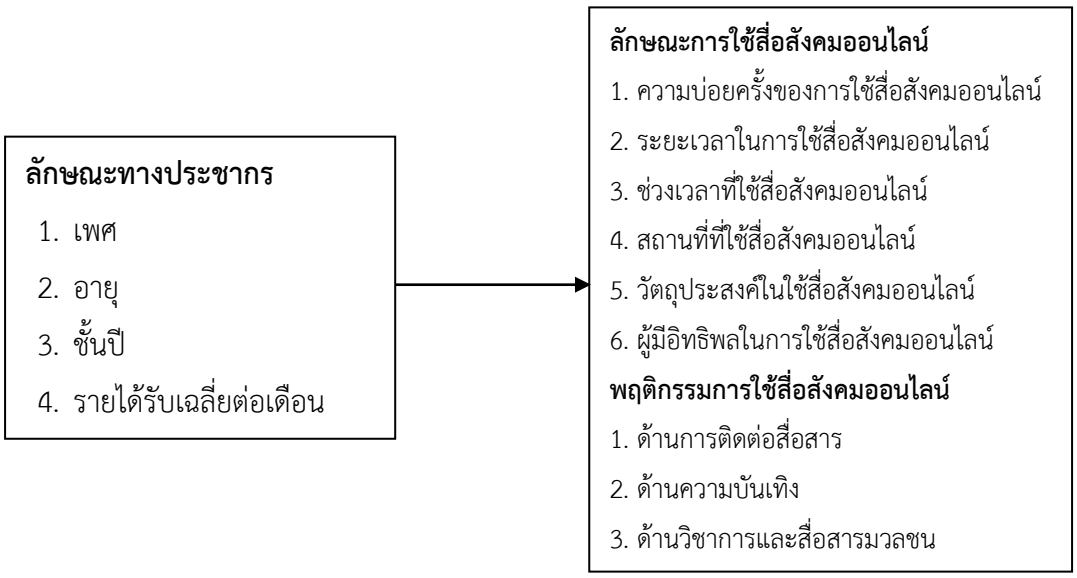
ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น อีกทั้งยังไม่มีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับลักษณะและพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ เนื่องจากสาขาวิชาการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ ได้เริ่มใช้หลักสูตรตั้งแต่ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2562 และในปีการศึกษา 2565 มีจำนวนนักศึกษาครบ 4 ชั้นปี ในฐานะที่ผู้วิจัยเป็นอาจารย์ผู้สอนในระดับอุดมศึกษา มีหน้าที่ในการ

จัดการเรียนการสอนและพัฒนานักศึกษาให้มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของวิทยาลัย การวิจัยครั้งนี้จึงเป็นข้อมูลที่ส่งเสริมและพัฒนานักศึกษาอย่างเหมาะสม ทำให้ผู้วิจัยเกิดความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง เพื่อให้นักศึกษาได้มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรู้เท่าทัน มีการพัฒนาและเปลี่ยนไปตามเทคโนโลยีและกระแสความนิยมของสังคมในปัจจุบัน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

นักศึกษาชั้นปีที่ 1-4 สาขาวิชาการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยี วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง จำนวน 111 คน (สำนักวิชาการและประกันคุณภาพการศึกษา วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง, 2565) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกจาก

การลงทะเบียนเรียนในภาคเรียนที่ 1/2565 จำนวน 111 คน ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาทั้งหมดของสาขาวิชาการจัดการธุรกิจสมัยใหม่

เครื่องมือและการทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Qualitative Research) ดำเนินการโดยการสร้างแบบแบบสอบถาม (Questionnaire) จากการที่ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรม (Literature Reviews) จึงได้สร้างแบบสอบถามขึ้น สำหรับการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ชั้นปี รายได้รับเฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 เกี่ยวกับข้อมูลลักษณะการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ ความบ่อยครั้งของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ช่วงเวลาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ สถานที่ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ วัตถุประสงค์ในใช้สื่อสังคมออนไลน์ และผู้มีอิทธิพลในการใช้สื่อสังคมออนไลน์

ตอนที่ 3 เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ใน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านความบันเทิง และด้านวิชาการและสื่อสารมวลชน ซึ่งลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) วัดระดับความคิดเห็น 5 ระดับ (5-Point Likert Scale) (Likert, 1970) เพราะมีความละเอียดของข้อถามในแต่ละหมวดซึ่งมีคำตอบให้เลือกตอบ 5 ระดับ

ระดับ 5	หมายถึง	มีความคิดเห็นด้วยมากที่สุด
ระดับ 4	หมายถึง	มีความคิดเห็นด้วยมาก
ระดับ 3	หมายถึง	มีความคิดเห็นด้วยปานกลาง
ระดับ 2	หมายถึง	มีความคิดเห็นด้วยน้อย
ระดับ 1	หมายถึง	มีความคิดเห็นด้วยน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้ผ่านการทดสอบหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญได้ตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จำนวน 3 ท่าน ค่าดัชนีความสอดคล้อง (The Index of Item-Objective Congruency: IOC) ทุกข้อมากกว่า 0.50 ถือว่าข้อคำถามของตัวแปรทั้งหมดมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและสามารถนำมาใช้ในการสอบถามได้ ซึ่งงานวิจัยครั้งนี้มีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67-1.00

จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้จากการทดสอบเบื้องต้นโดยทำการทดลองใช้ (Try Out) จำนวน 30 ฉบับ ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ต่อจากนั้นผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงของเครื่องมือ (Reliability Test) โดยใช้ค่าแอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) โดยทุกตัวแปรต้องมีค่าแอลฟาของครอนบาคมากกว่า 0.70 (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2557: 419) จึงจะ

สามารถยอมรับได้ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการคำนวณหาค่า Reliability ได้รับความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.89 จึงมีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริงต่อไป

การรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่ออนไลน์ ด้วย Google Forms โดยดำเนินการส่งแบบสอบถามออนไลน์ยังกลุ่มนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ ที่ลงทะเบียนเรียนในภาคเรียนที่ 1/2565 จำนวน 111 คน ในเดือนพฤษภาคม 2565 โดยลักษณะข้อคำถามในแบบสอบถามออนไลน์จะมีคำยินยอม หรือไม่ยินยอม เข้าร่วมวิจัยในครั้งนี้บนพื้นฐานของจริยธรรมการวิจัย กรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ยินยอม ระบบจะยุติการสัมภาษณ์ทันที

ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา 109 ราย ยินยอม ตอบแบบสอบถาม 104 ราย ไม่ยินยอม 5 ราย หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้กลับคืนมาทั้งหมดและมีความสมบูรณ์ เพื่อเตรียมวิเคราะห์ข้อมูล จำนวน 100 ราย คิดเป็นร้อยละ 100

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ข้อมูลลักษณะการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ตอนที่ 3 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง โดยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ผู้วิจัยเลือกใช้สถิติเพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะของข้อมูลและตอบวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1. ข้อมูลลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ชั้นปี รายได้รับเฉลี่ยต่อเดือน ใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้การแจกแจงความถี่แสดงผลเป็นค่าค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage)

2. ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้การแจกแจงความถี่แสดงผลเป็นค่า วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage)

3. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้การแจกแจงความถี่แสดงผลเป็นค่า วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD)

ส่วนค่าคะแนนที่ได้ ผู้วิจัยจะนำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และแปลความหมายของค่าเฉลี่ยตามระดับช่วงห่างหรือพิสัยค่าเฉลี่ยตามหลักเกณฑ์ของ Best (1981)

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

ผลการวิจัย

1. ลักษณะการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง

ตารางที่ 1 ความถี่ และร้อยละของระดับความบ่อยครั้งของใช้สื่อสังคมออนไลน์

ข้อที่	ระดับความบ่อยครั้งของสื่อสังคมออนไลน์	จำนวน (n=100)	ร้อยละ
1	Facebook		
	ค่อนข้างน้อย 1-2 วัน	3	3.0
	ปานกลาง 3-4 วัน	8	8.0
	เกือบทุกวัน 5-6 วัน	17	17.0
	ทุกวัน 7 วัน	72	72.0
	รวม	**100**	**100.0**
	Line		
	ค่อนข้างน้อย 1-2 วัน	17	17.0
	ปานกลาง 3-4 วัน	26	26.0
	เกือบทุกวัน 5-6 วัน	22	22.0
	ทุกวัน 7 วัน	35	35.0
	รวม	**100**	**100.0**
	YouTube		
	ค่อนข้างน้อย 1-2 วัน	7	7.0
	ปานกลาง 3-4 วัน	10	10.0
	เกือบทุกวัน 5-6 วัน	18	18.0
	ทุกวัน 7 วัน	65	65.0
	รวม	**100**	**100.0**
	Twitter		
	น้อยที่สุด/ไม่เคยเลย	28	28.0
	ค่อนข้างน้อย 1-2 วัน	40	40.0
	ปานกลาง 3-4 วัน	9	9.0
	เกือบทุกวัน 5-6 วัน	10	10.0
	ทุกวัน 7 วัน	13	13.0
	รวม	**100**	**100.0**

ตารางที่ 1 ความถี่ และร้อยละของระดับความบ่อยครั้งของใช้สื่อสังคมออนไลน์ (ต่อ)

ข้อที่	ระดับความบ่อยครั้งของสื่อสังคมออนไลน์	จำนวน (n=100)	ร้อยละ
	Skype		
	น้อยที่สุด/ไม่เคยเลย	29	29.0
	ค่อนข้างน้อย 1-2 วัน	36	36.0
	ปานกลาง 3-4 วัน	20	20.0
	เกือบทุกวัน 5-6 วัน	10	10.0
	ทุกวัน 7 วัน	5	5.0
	รวม	**100**	**100.0**
	Instagram		
	ค่อนข้างน้อย 1-2 วัน	10	10.0
	ปานกลาง 3-4 วัน	21	21.0
	เกือบทุกวัน 5-6 วัน	45	45.0
	ทุกวัน 7 วัน	24	24.0
	รวม	**100**	**100.0**
	Whats App		
	น้อยที่สุด/ไม่เคยเลย	86	86.0
	ค่อนข้างน้อย 1-2 วัน	11	11.0
	ปานกลาง 3-4 วัน	3	3.0
	รวม	**100**	**100.0**
	Google+		
	น้อยที่สุด/ไม่เคยเลย	4	4.0
	ค่อนข้างน้อย 1-2 วัน	19	19.0
	ปานกลาง 3-4 วัน	21	21.0
	เกือบทุกวัน 5-6 วัน	30	30.0
	ทุกวัน 7 วัน	26	26.0
	รวม	**100**	**100.0**
	Pinterest		
	น้อยที่สุด/เคยเลย	49	49.0
	ค่อนข้างน้อย 1-2 วัน	36	36.0
	ปานกลาง 3-4 วัน	15	15.0
	รวม	**100**	**100.0**

ตารางที่ 1 ความถี่ และร้อยละของระดับความบ่อยครั้งของใช้สื่อสังคมออนไลน์ (ต่อ)

ข้อที่	ระดับความบ่อยครั้งของสื่อสังคมออนไลน์	จำนวน (n=100)	ร้อยละ
	การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์โดยรวมต่อสัปดาห์		
	ปานกลาง 3-4 วัน	18	18.0
	เกือบทุกวัน 5-6 วัน	28	28.0
	ทุกวัน 7 วัน	54	54.0
	รวม	**100**	**100.0**

จากตารางที่ 1 พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ประเภท Facebook มากที่สุด รองลงมาได้แก่ YouTube และ Line ตามลำดับ โดยประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการเข้าใช้งานทุกวันได้แก่ Facebook, YouTube และ Line ประเภทที่มีการเข้าใช้งานเกือบทุกวัน ได้แก่ Google+ และ Instagram ประเภทที่มีการเข้าใช้งานค่อนข้างน้อย ได้แก่ Twitter, Skype และ WhatsApp, Pinterest เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการเข้าใช้งานน้อยที่สุดหรือไม่เคยเลย นอกจากนี้แล้วยังพบว่ากลุ่มนักศึกษามีการใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยรวมต่อสัปดาห์ใช้งานทุกวัน

ตารางที่ 2 ค่าความถี่ และร้อยละของลักษณะการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง

ข้อที่	ลักษณะการใช้สื่อสังคมออนไลน์	จำนวน (n=100)	ร้อยละ
2	**ระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละครั้ง**		
	น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	18	18.0
	1-2 ชั่วโมง	26	26.0
	3-4 ชั่วโมง	21	21.0
	4-5 ชั่วโมง	14	14.0
	มากกว่า 6 ชั่วโมง	21	21.0
	รวม	**100**	**100.0**
3	**ช่วงเวลาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์***		
	ช่วงเวลานอน	91	91.0
	ช่วงเวลาเรียน/ทำงาน	40	40.0
	ช่วงเวลาเข้าห้องน้ำ	39	39.0
	ช่วงเวลารับประทานอาหาร	44	44.0
	ช่วงเวลาอยู่บนท้องถนน	12	12.0
	* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ		

ตารางที่ 2 ค่าความถี่ และร้อยละของลักษณะการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง (ต่อ)

ข้อที่	ลักษณะการใช้สื่อสังคมออนไลน์	จำนวน (n=100)	ร้อยละ
4	**ช่วงเวลาส่วนใหญ่ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์***		
	00.01-03.00 น.	15	15.0
	03.01-06.00 น.	0	0.0
	06.01-09.00 น.	24	24.0
	09.01-12.00 น.	40	40.0
	12.01-15.00 น.	43	43.0
	15.01-18.00 น.	46	46.0
	18.01-21.00 น.	67	67.0
	21.01-24.00 น.	67	67.0
	* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ		
5	**สถานที่ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์***		
	ที่บ้าน/ที่พัก	97	97.0
	สถานศึกษา/ที่ทำงาน	60	60.0
	เพื่อนบ้าน	14	14.0
	ร้าน Internet	14	14.0
	ร้านอาหารหรือสถานที่ที่มี Wi-Fi	30	30.0
	* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ		
6	**วัตถุประสงค์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์***		
	การศึกษา	80	80.0
	การติดต่อสื่อสาร	81	81.0
	การค้นคว้าหาข้อมูลที่สนใจ	82	82.0
	การเปิดรับข่าวสาร	51	51.0
	การรับ-ส่ง E-mail	37	37.0
	เล่นเกม	60	60.0
	การเลือกชมสินค้าและบริการ	45	45.0
	การเลือกซื้อสินค้าและบริการ	50	50.0
	การหาเพื่อนใหม่	30	30.0
	หาคนรู้ใจ	26	26.0
	ฟังเพลง/ดูคลิป/ดูภาพยนตร์	83	83.0
	ตามกระแสใหม่ ๆ ในสังคม	41	41.0
	อ่านข่าว/อ่าน-เขียน บล็อก	34	34.0
	* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ		

ตารางที่ 2 ค่าความถี่ และร้อยละของลักษณะการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง (ต่อ)

ข้อที่	ลักษณะการใช้สื่อสังคมออนไลน์	จำนวน (n=100)	ร้อยละ
7	**ผู้มีอิทธิพลในการใช้สื่อสังคมออนไลน์***		
	คนในครอบครัว	63	63.0
	กลุ่มเพื่อน	83	83.0
	ครู/อาจารย์	56	56.0
	ดารา/Celebrity/Net I dol/ Influencers	26	26.0
	Blogger	6	6.0
	คนรัก	37	37.0
	* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ		

จากตารางที่ 2 พบว่า ระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละครั้งส่วนใหญ่อยู่ที่ 3-4 ชั่วโมง มากที่สุด จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.0 รองลงมา 4-5 ชั่วโมง และมากกว่า 6 ชั่วโมง อยู่ในระดับความสำคัญที่เท่ากัน จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.0 นอกจากนี้ 1-2 ชั่วโมง จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.0 และ 5-6 ชั่วโมง จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.0 ตามลำดับ

ช่วงเวลาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่า นักศึกษาเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ในช่วงเวลาเข้านอนมากที่สุด จำนวน 91 ราย คิดเป็นร้อยละ 91.0 รองลงมา ช่วงเวลารับประทานอาหาร จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.0 ช่วงเวลาเรียน/ทำงาน จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.0 ช่วงเวลาเข้าห้องน้ำ จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.0 และช่วงเวลาอยู่บนท้องถนน จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.0 ตามลำดับ

ช่วงเวลาส่วนใหญ่ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่านักศึกษาเข้าใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ในช่วงเวลา 18.01-21.00 น. และ 21.00-24.00 น. มากที่สุด อยู่ในระดับความสำคัญที่เท่ากัน จำนวน 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 67.0 รองลงมา ช่วงเวลา 15.01-18.00 น. จำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.0 ช่วงเวลา 12.01-15.00 น. จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 43 ช่วงเวลา 09.00-12.00 น. จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.0 ช่วงเวลา 06.01-09.00 น. จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.0 และเวลา 00.01-03.00 น. จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.0 ตามลำดับ

สถานที่ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่านักศึกษาใช้สถานที่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่บ้าน/ที่พักมากที่สุด จำนวน 97 ราย คิดเป็นร้อยละ 97.0 รองลงมา สถานศึกษา/ที่ทำงาน จำนวน 60 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.0 ร้านอาหารหรือสถานที่ที่มี Wi-Fi จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.0 ร้าน Internet และเพื่อนบ้าน อยู่ในระดับความสำคัญที่เท่ากัน จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.0 ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่า นักศึกษามีวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อฟังเพลง/ดูคลิป/ดูภาพยนตร์มากที่สุด จำนวน 83 ราย คิดเป็นร้อยละ 83.0 รองลงมา ได้แก่ การค้นคว้า

หาข้อมูลที่สนใจ จำนวน 82 ราย คิดเป็นร้อยละ 82.0 การติดต่อสื่อสาร จำนวน 81 ราย คิดเป็นร้อยละ 81.0 การศึกษา จำนวน 80 ราย คิดเป็นร้อยละ 80.0 เล่นเกม จำนวน 60 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.0 การเปิดรับข่าวสาร จำนวน 51 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.0 การสั่งซื้อสินค้าและบริการ จำนวน 50 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.0 การเลือกชมสินค้าและบริการ จำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.0 ตามกระแสใหม่ ๆ ในสังคม จำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.0 การรับ-ส่ง E-mail จำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.0 อ่านข่าว/อ่าน-เขียน บล็อก จำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.0 หาเพื่อนใหม่ จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.0 และหาคนรู้ใจ จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.0 ตามลำดับ

ผู้มีอิทธิพลในการใช้สื่อสังคมออนไลน์พบว่าผู้มีอิทธิพลในการใชสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ กลุ่มเพื่อน มากที่สุด จำนวน 83 ราย คิดเป็นร้อยละ 83.0 รองลงมา ได้แก่ คนในครอบครัว จำนวน 63 ราย คิดเป็นร้อยละ 63.0 ครู/อาจารย์ จำนวน 56 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.0 คนรัก จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 ดารา/Celebrity/Net Idol/Influencers จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.0 และ Blogger จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.0 ตามลำดับ

2. พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง โดยรวม

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์	$\bar{x}$	SD	แปลผล	อันดับ
ด้านการติดต่อสื่อสาร	4.08	0.47	มาก	1
ด้านความบันเทิง	4.07	0.46	มาก	2
ด้านวิชาการและสื่อสารมวลชน	4.02	0.51	มาก	3
รวมทุกด้าน	**4.06**	**0.38**	**มาก**	

จากตารางที่ 3 ภาพรวมนักศึกษามีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$=4.06, SD=0.38) เมื่อจำแนกโดยรวมพบว่านักศึกษามีพฤติกรรมด้านการติดต่อสื่อสาร ($\bar{x}$=4.08, SD=0.47) มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านความบันเทิง ($\bar{x}$=4.07, SD=0.46) และวิชาการและการสื่อสาร ($\bar{x}$=4.02, SD=0.51) ตามลำดับ

อภิปรายผล

1. ลักษณะการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ พบว่าสื่อสังคมออนไลน์เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิตของนักศึกษาเปรียบเป็นปัจจัยที่ 5 ในชีวิตประจำวัน เนื่องจากนักศึกษาส่วนใหญ่มีการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ประเภท Facebook มากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก Facebook เป็นสื่อที่ติดอันดับโลกรวมถึงประเทศไทยที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นสื่อที่เปิดโอกาสให้เข้าไปใช้ข้อมูลส่วนตัว บทความ รูปภาพ ผลงาน การพบปะสังสรรค์ แสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์ต่าง ๆ ร่วมกัน และกิจกรรมอื่น ๆ รองลงมา ได้แก่ YouTube และ Line ตามลำดับ โดยประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการเข้าใช้งานทุกวัน ได้แก่ Facebook, YouTube และ Line ดังนั้นการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาควรมีการวางแผนและควบคุมการใช้งานให้ถูกต้องและเหมาะสม นอกจากนี้ผลการวิจัยดังกล่าวยังสอดคล้องกับสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2565) พบว่า Facebook เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการใช้งานบ่อยที่สุดเป็นอับดับที่ 1 ส่วนระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละครั้งส่วนใหญ่อยู่ที่ 3-4 ชั่วโมง ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในช่วงเวลาเข้านอนมากที่สุด ใช้งานในช่วงเวลา 18.01-21.00 น. และ 21.00-24.00 น. มากที่สุด เนื่องจากเป็นเวลาเลิกเรียนของนักศึกษา สอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชญ์สิตา เหลี่ยมทองคำ และ นมิดา ซื่อสัตย์สกุลชัย (2561) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด คือ Facebook ใช้งานช่วงเวลาตอนเย็น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นันธิการ์ จิตรีงาม (2564) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ Facebook เป็นประจำทุกวัน การใช้งานโดยเฉลี่ยในแต่ละวันอยู่ที่ 3 ชั่วโมงขึ้นไป ทั้งนี้อาจจะเนื่องมาจากนักศึกษากลุ่มนี้เป็นเจเนอเรชันที่เกิดมาภายใต้สภาพแวดล้อมที่เต็มไปด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย ง่ายต่อการเข้าถึงเนื้อหาข้อมูลต่าง ๆ และมีการดำเนินชีวิตในสังคมแบบดิจิทัลทำให้นักศึกษาคุ้นชินกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเหล่านั้นได้เป็นอย่างดี สถานที่ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์จะใช้ที่บ้าน/ที่พัก มากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัยวัฒน์ แจ้งอักษร และคณะ (2562) พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้สถานที่ที่เข้าใช้งานสื่อดิจิทัลมากที่สุด คือ ที่พักอาศัยเช่นเดียวกัน ในด้านวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ พบว่า นักศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อฟังเพลง/ดูคลิป/ดูภาพยนตร์มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ การค้นคว้าหาข้อมูลที่สนใจ การติดต่อสื่อสาร การศึกษา และเล่นเกม และผู้มีอิทธิพลในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ คือ กลุ่มเพื่อนมากที่สุด สอดคล้องกับการศึกษาของ สมศักดิ์ ศรีสันติสุข และ สุกัญญา เอมอิ่มธรรม (2563) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อหาข้อมูล เพื่อการเรียนรู้ ความบันเทิง ใช้ติดต่อกลุ่มเพื่อนและใช้ขายสินค้า โดยเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างใช้สื่อออนไลน์เพื่อความบันเทิงและติดต่อส่งข่าวสารกับกลุ่มเพื่อน

2. พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง นักศึกษามีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$=4.06, SD=0.38) เมื่อจำแนกโดยรวมพบว่า นักศึกษามีพฤติกรรมด้านการติดต่อสื่อสาร ($\overline{X}$=4.08, SD=0.47) มากที่สุด ซึ่ง

นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อเป็นช่องทางติดตามข่าวสารหรือการพูดคุยกับญาติ เพื่อน อาจารย์ หรือคนรู้จัก เพื่อรับส่งเอกสารในรูปแบบไฟล์ การเผยแพร่ข้อมูลการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ รวมถึงโพสต์รูปหรือแชร์กิจกรรมต่าง ๆ ของตนเองให้บุคคลอื่นได้รับทราบสอดคล้องกับการศึกษาของ พรรณิการ์ พุ่มจันทร์ และคณะ (2558) และงานวิจัยของ ชัยวัฒน์ แจ้งอักษร และคณะ (2562) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในด้านการติดต่อสื่อสารมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความบันเทิง ($\overline{X}$=4.07, SD=0.46) ซึ่งนักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อเป็นช่องทางให้ผู้อื่นรับชมและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับผลงานของนักศึกษาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การติดตามข่าวสารและเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่สนใจ เช่น แฟชั่น การแต่งตัว เพลง การท่องเที่ยว เป็นต้น เล่นเกมออนไลน์ รวมถึงเป็นช่องทางนำเสนอผลงานของนักศึกษา เช่น บทความ รูปภาพ วีดีโอต่าง ๆ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และวิชาการและการสื่อสาร ($\overline{X}$=4.02, SD=0.51) ซึ่งนักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อค้นหาข้อมูลข่าวสาร และความรู้ต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นพื้นที่สำหรับแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอภิปรายประเด็นต่าง ๆ หรือตั้งคำถามในเรื่องต่าง ๆ ใช้แสดงความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ ที่สนใจ รวมถึงใช้เพื่อติดตามความเคลื่อนไหวของดารา ข่าวบุคคล บุคคลที่มีชื่อเสียงสอดคล้องกับการศึกษาของ สมศักดิ์ ศรีสันติสุข และ สุกัญญา เอมอิ่มธรรม (2563) ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตนครหลวงเวียงจันทร์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว พบว่า พฤติกรรมของนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตนครหลวงเวียงจันทร์ ส่วนใหญ่ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อความบันเทิงมากที่สุด รองลงมาเพื่อวิชาการและการสื่อสาร

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ผลการวิจัย พบว่า นักศึกษามีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์สูงมาก ดังนั้นควรกำหนดเป็นนโยบาย และแนวทางขับเคลื่อนอย่างจริงจังในการนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ผสมผสานในการเรียนการสอนสำหรับนักศึกษา รวมถึงการพัฒนาอาจารย์ให้มีความรู้ ความสามารถในการใช้สื่อสังคมออนไลน์

2. ผลการวิจัย พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ประเภท Facebook มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ YouTube และ Line ด้านอาจารย์ควรจัดทำสื่อการเรียนการสอนเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษา โดยสามารถเข้าถึงสื่อการสอนต่าง ๆ ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ดังกล่าว

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรเก็บข้อมูลนักศึกษาให้ครอบคลุมสถาบันการศึกษาในจังหวัดลำปางที่เปิดสอนในระดับปริญญาตรีเพื่อจะได้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาในจังหวัดลำปาง หรือในบริบทพื้นที่อื่น ๆ

เอกสารอ้างอิง

ชัยวัฒน์ แจ้งอักษร และคณะ. (2562). *การศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง (ส่วนกลาง).* **วารสารมหาวิทยาลัยรามคำแหง.** 2(3): 87-102.

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2557). **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS**. พิมพ์ครั้งที่ 15. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนสามัญ บิสซิเนส อาร์ แอนด์ ดี.

ณัฏฐพัชร คุ้มบัว, ไพบูรณ์ คะเชนทรพรรค์ และ สันทัด ทองรินทร์. (2563). *การรู้เท่าทันสื่อเรื่องเพศของนักเรียนนักศึกษาสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์.* **วารสารนิเทศศาสตร์ มสธ.,** 10(1): 32-44.

นันธิการ์ จิตรีงาม. (2564). *พฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กและการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร.* **วารสารนิเทศศาสตร์,** 39(1): 80-89.

พรรณิการ์ พุ่มจันทร์ และคณะ (2558). *พฤติกรรมการสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาแพทย์ระดับปรีคลินิกของคณะแพทย์ศิริราชพยาบาล.* **เวชบันทึกศิริราช,** 8(1): 27-35.

พัชญ์สิตา เหลี่ยมทองคำ และ นมิดา ซื่อสัตย์สกุลชัย. (2561). **พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในรายวิชาปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับคอมพิวเตอร์.** การประชุมวิชาการระดับชาติด้านนวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้และสิ่งประดิษฐ์ ครั้งที่ 2 ประจำปี 2561 ณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง. (2564). **รายงานการประเมินตนเอง (SAR) ประจำปีการศึกษา 2564 วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง.** ลำปาง: สำนักวิชาการและประกันคุณภาพการศึกษา วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง.

สมศักดิ์ ศรีสันติสุข และ สุกัญญา เอมอิ่มธรรม. (2563). *พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตนครหลวงเวียงจันทร์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว.* **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์,** 37(2): 120-142.

สาริศา จันทรอำพร และ มฤษฎ์ แก้วจินดา. (2559). *ภาวการณ์ปัจจุบันกับการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในวัยรุ่น.* **วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์,** 10(1): 83-93.

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2565). **พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทยในปี พ.ศ. 2564**. ค้นเมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2565, จาก https://www.etda.or.th/th/pr-news/ETDA-released-IUB-2021.as

สำนักวิชาการและประกันคุณภาพการศึกษา วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง. (2565). **สถิติจำนวนนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ ปีการศึกษา 1/2565.** ค้นเมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2565, จาก http://data.lit.ac.th/registra/studentlist.php?mcode=31

Best, J.W. (1981). **Research in Education**. New Jersey: Prentice–Hall.

Kivunja, C. (2015). *The effective of social media technologies in academia: A pedagogical bliss of digital fad.* **International Journal of Higher Education**, 4(4): 33-44.

Likert, R. N. (1970). **A technique for the measurement of attitude**. Attitude Measurement. Chicago: Ronal McNally & Company.

การศึกษาประสิทธิผลของนวัตกรรมเครือข่ายการเรียนรู้สู่การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเครือข่ายแม่บ้านเกษตรกร จังหวัดสมุทรสงคราม ให้มีขีดความสามารถตามศาสตร์พระราชา

Studying the Effectiveness of Innovative Learning Networks to Promote and Develop Agricultural Tourism Community Enterprises and Farmer Maid Networks in Samut Songkhram Province to Have the Capacity According to The King's Philosophy

ชุมพล รอดแจ่ม
อาจารย์ประจำวิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
E-mail: chumpon.ro@ssru.ac.th
บุญชาญ ผ่านสุวรรณ
นักวิจัย ศูนย์วิจัยทางการเกษตร สวนณัฐธี
E-mail: nook392@gmail.com
Chumpon Rodjam
Lecturer, College of Innovation and Management,
Suan Sunandha Rajabhat University
Boonchan Phansuwan
Researcher, Agricultural Research Center Suan Natthee

รับเข้า: *21 กรกฎาคม 2565* **แก้ไข:** *13 สิงหาคม 2565* **ตอบรับ:** *30 สิงหาคม 2565*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประสิทธิผลของนวัตกรรมเครือข่ายการเรียนรู้สู่การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเครือข่ายแม่บ้านเกษตรกร จังหวัดสมุทรสงคราม ให้มีขีดความสามารถตามศาสตร์พระราชา กลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่หนึ่งเป็นการพัฒนานวัตกรรมเครือข่ายการเรียนรู้สู่การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเครือข่ายแม่บ้านเกษตรกร จังหวัดสมุทรสงคราม ให้มีขีดความสามารถตามศาสตร์พระราชา คือ กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน และกลุ่มที่สอง สมาชิกวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 250 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์และแบบประเมิน สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประเมินความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความมีประโยชน์ของ

คู่มือเอกสารประกอบ และประเมินความพึงพอใจต่อการอบรมหลักสูตรนักการตลาดวิสาหกิจชุมชน โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย พบว่า การประเมินความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ ความมีประโยชน์ของแต่นวัตกรรมเครือข่ายการเรียนรู้สู่การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเครือข่ายแม่บ้านเกษตรกรให้มีขีดความสามารถตามศาสตร์พระราชาของจังหวัดสมุทรสงคราม มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ระดับมากที่สุด ผลการประเมินความเหมาะสมของคู่มือเอกสารประกอบ มีความเหมาะสมค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ระดับมาก และผลการประเมินความพึงพอใจต่อการอบรมเรื่องหลักสูตรนักการตลาดวิสาหกิจชุมชน มีความพึงพอใจค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ระดับมากที่สุด สรุปได้นวัตกรรมเครือข่ายการเรียนรู้สู่การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเครือข่ายแม่บ้านเกษตรกรให้มีขีดความสามารถตามศาสตร์พระราชาของจังหวัดสมุทรสงคราม มีความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ ความมีประโยชน์ใช้รูปแบบ

คำสำคัญ: ประสิทธิผล เครือข่ายการเรียนรู้ ศาสตร์พระราชา

Abstract

This research objective was to study the effectiveness of learning network innovations to promote and develop agritourism community enterprises and farmer maid networks in Samut Songkhram province according to the King's Philosophy. The sample was divided into 2 groups: the first group was the development of innovative learning networks to promote and develop agritourism community enterprises, and farmer maid networks in Samut Songkhram Province have the capability according to the King's Philosophy, which is a group of 5 experts; and the second group was the agricultural tourism community enterprise, which has 250 people in Samut Songkhram Province. Data collection tools consist of interviews and assessments for data analysis to assess accuracy. Suitability and evaluate satisfaction with the community enterprise marketer training course using mean statistics, standard deviations, and content analysis.

The results of the assessment of accuracy, suitability, feasibility, and usefulness of learning network innovations to promote and develop agritourism community enterprises and farmer maid networks have the capability, according to the King's Philosophy of Samut Songkhram province. The overall average was at its highest level. The results of the evaluation of the suitability of each of the results of the

documentation manual are reasonable, the overall average is at a high level, and the results of the satisfaction assessment of the training on the community enterprise marketer course show that the overall average satisfaction was at the highest level. In conclusion, learning network innovations to promote and develop agritourism community enterprises and farmer maid networks to have the capability according to the King's Philosophy of Samut Songkhram Province. Accuracy, suitability, feasibility, and usefulness of the model.

Keywords: effective, learning network, King's Philosophy

บทนำ

วิสาหกิจชุมชนเป็นกิจการของชุมชนที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้าหรือให้บริการที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันเพื่อประกอบกิจการเพื่อสร้างงานสร้างรายได้และสร้างอาชีพที่สามารถพึ่งพาตนเอง และครอบครัว รวมถึงชุมชนและระหว่างชุมชน ลักษณะสำคัญของวิสาหกิจชุมชน คือ ชุมชนเป็นเจ้าของกิจการ ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน โดยใช้วัตถุดิบ ทรัพยากร แรงงาน และทุนในชุมชนโดยมีมิติของเงิน ทรัพยากร ผลผลิต ความรู้ ภูมิปัญญา ทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางสังคม (สุดถนอม ตันเจริญ, 2559: 1-3) นอกจากนี้วิสาหกิจชุมชนยังมีลักษณะสำคัญ คือ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ที่เป็นนวัตกรรมของสังคม เป็นฐานภูมิปัญญา ท้องถิ่น ผสมผสานกับภูมิปัญญาสากล มีการดำเนินงานแบบบูรณาการ โดยเชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจ และมีการพึ่งพาตนเองของครอบครัวและชุมชนเป็นเป้าหมาย อุดมการณ์ของการก่อตั้งวิสาหกิจชุมชน มีจุดมุ่งหมายให้เป็นองค์กรในการขับเคลื่อน เศรษฐกิจชุมชนซึ่งเป็นเศรษฐกิจฐานรากของประเทศ โดยนัยแล้วเศรษฐกิจชุมชน คือ มิติที่เป็นรูปธรรมทางด้านเศรษฐกิจของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (คณิดา ไกรสันติ และ รัสมนต์ คำศรี, 2559) บนพื้นฐานหลักการของเส้นทางสายกลางในการสร้างความสมดุลในการพัฒนา มีการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นเพื่อการผลิต โดยเน้นการผลิตที่หลากหลาย สอดคล้องกับธรรมชาติและภูมินิเวศ รวมทั้งส่งเสริมการจำหน่ายตั้งแต่ระดับชุมชนจนถึงนอกชุมชน ตลอดจนกระบวนการผลิตและจำหน่ายยึดหลักการของความยุติธรรม ผู้ผลิตผลิตอาหารปลอดภัย ผู้บริโภคไม่เอารัดเอาเปรียบผู้ผลิต การดำเนินกิจกรรมดังกล่าว วิสาหกิจชุมชน ต้องใช้ฐานความรู้ในระบบการผลิต การจำหน่าย การตลาด และบริหารจัดการโดยยึดหลักคุณธรรม หรือธรรมาภิบาล นอกจากนี้การสร้างเครือข่ายในการผลิตและจำหน่ายของวิสาหกิจชุมชนจะทำให้เครือข่ายมีความเข้มแข็งยิ่งขึ้น ซึ่งหมายถึงการมีภูมิคุ้มกันที่แข็งแกร่งมากขึ้น จุดอ่อนของผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่พบว่ายังอยู่ในระดับพื้นฐาน ยังขาดการต่อยอดเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added)

วิสาหกิจชุมชนยังมีปัญหาในเรื่องของการบริหาร (นาวิน พรมใจสา และคณะ, 2563: 3) จัดการปัญหาด้านการตลาดที่วิสาหกิจชุมชนยังขาดความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ ขาดการวิเคราะห์ทางด้านการตลาด และช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ยังเป็นสาเหตุให้ผู้ผลิตไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ซื้อได้เท่าที่ควร แม้ในความเป็นจริง ภาคราชการได้ให้การสนับสนุนการประกอบธุรกรรมของวิสาหกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง

จากความสำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับคุณค่าในสายตาของผู้บริโภค ความทันสมัย และปัญหาที่เกิดจากการแข่งขัน ประกอบกับการศึกษาความต้องการของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่จังหวัดสมุทรสงครามหลายแห่ง พบว่า การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่สมุทรสงคราม ซึ่งทำการผลิตจำหน่ายสินค้าจากมะพร้าว ส้มโอ ผ้ามัดย้อม แชมพู สบู่ และอื่น ๆ อีกมากมาย แต่ประสบปัญหาด้านการเก็บวัตถุดิบคือการปลูกและการเก็บผลผลิตมาแปรรูป เนื่องจากลูกหลานนิยมไปทำงานโรงงานและบริษัทในเมืองมากกว่าทำการเกษตรและแปรรูปซึ่งสามารถส่งเงินมาเลี้ยงดูแลครอบครัวได้ต่อไปการผลิตสินค้าจากภูมิปัญญาท้องถิ่นจะสูญหายไป (สุดถนอม ตันเจริญ, 2559: 12-15) นอกจากนั้นหนึ่งในอาชีพที่คนรุ่นใหม่อาจจะอยากเป็นคือ เกษตรกร ก็ได้ ด้วยชีวิตที่เร่งรีบในเมืองหลวงที่แสนจะกดดันจากปัญหาหลายด้าน คงจะเกินกว่าคนที่ต้องการใช้ชีวิตแบบเรียบง่ายจะทนไหว แถมโรคภัยไข้เจ็บที่มากับอาหาร แต่เป็นวาระสำคัญของคนที่ไม่อยากจะป่วยตาย และเมื่อวันหนึ่งทุกคนต่างหันมาปลูกผักทำสวนปลอดสารพิษเป็นของตัวเอง องค์ความรู้ด้านการเกษตรจะกลายเป็นศาสตร์ที่น่าสนใจพอ ๆ กับศาสตร์ด้านข้อมูลเกี่ยวกับเกษตรสมัยใหม่ ที่ตอนนี้ใคร ๆ ก็อยากเรียนรู้ แต่ครั้นจะก้มหน้าก้มตาทำเกษตรแบบเดิม ๆ ที่ได้ผลผลิตต่ำ แต่สูญเสียทรัพยากรมาก โดยเฉพาะสัดส่วนการใช้น้ำ เมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ยแล้วภาคเกษตรใช้น้ำมากถึง 75% ของภาพรวมการใช้น้ำของทั้งประเทศเลยทีเดียว ลองนึกภาพตาม ถ้าเราสามารถนำความชำนาญของเกษตรกรรุ่นเก่ามาผสานเข้ากับเทคโนโลยีสมัยใหม่ และประยุกต์ใช้โดยคนรุ่นใหม่ที่พร้อมจะเรียนรู้และพัฒนาการเกษตรให้ได้ผลผลิตที่ดี มีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ และขยายตลาดสินค้าเกษตรได้กว้างขึ้น (วรรณิดา สารีคำ และคณะ, 2562: 3)

โดยบทความส่วนหนึ่งโครงการวิจัยชุดเรื่อง “นวัตกรรมเครือข่ายการเรียนรู้สู่การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเครือข่ายแม่บ้านเกษตรกรให้มีขีดความสามารถตามศาสตร์พระราชาของจังหวัดสมุทรสงคราม” เพื่อที่จะส่งเสริมและพัฒนาขีดความสามารถในการผลิตสินค้าและบริการทางการเกษตร รวมถึงพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของวิสาหกิจชุมชนและแม่บ้านเกษตรกรเพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชนและสร้างเครือข่ายการเรียนรู้สู่การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเครือข่ายแม่บ้านเกษตรกร ให้มีขีดความสามารถในการเชื่อมโยงเครือข่ายเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามศาสตร์พระราชา ซึ่งงานวิจัยดังกล่าวจะส่งผลต่อการพัฒนาคนรุ่นใหม่ที่มีใจรักการเกษตร ให้รู้จักบริหารจัดการการเกษตรด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่ มีความคิดสร้างสรรค์ สามารถต่อยอดไปสู่การเป็นผู้ประกอบการ พึ่งพาตนเอง และเป็นผู้นำ

ทางวิสาหกิจการเกษตรในท้องถิ่นได้ ในช่วงเริ่มแรกจะเป็นศูนย์กลางและออกแบบการเรียนรู้ด้วยตนเอง รวมถึงการนำผลการวิจัยพัฒนาสู่การเสนอแนวทางการผลักดันนโยบายการส่งเสริมนวัตกรรมเครือข่ายการเรียนรู้สู่การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อหนุนเสริมความเป็นปึกแผ่นของชุมชน ทั้งนี้เพราะความเป็นปึกแผ่นของชุมชนมีความสำคัญ และเป็นตัวชี้วัดหนึ่งที่จะทำให้การท่องเที่ยวชุมชนเกิดความยั่งยืน และยังเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สร้างพลังในการขับเคลื่อนการพัฒนาชุมชนในทุกมิติ เพราะจะช่วยให้เกิดความร่วมมือช่วยเหลือกันไปสู่เป้าหมายที่ชุมชนกำหนดไว้ และก่อให้เกิดพลังในการขับเคลื่อนชุมชนให้เป็นไปในทิศทางที่ต้องการ ซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาชุมชนที่จะเกิดขึ้นอย่างยั่งยืน จากเหตุผลข้างต้นจึงเป็นประเด็นสนใจที่จะทำการศึกษาเรื่อง “การศึกษาประสิทธิผลของนวัตกรรมเครือข่ายการเรียนรู้สู่การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเครือข่ายแม่บ้านเกษตรกร จังหวัดสมุทรสงคราม ให้มีขีดความสามารถตามศาสตร์พระราชา” เพื่อที่จะส่งเสริมและพัฒนาขีดความสามารถในการผลิตสินค้าและบริการทางการเกษตร รวมถึงพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของวิสาหกิจชุมชนและแม่บ้านเกษตรกรเพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชนและสร้างเครือข่ายการเรียนรู้สู่การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเครือข่ายแม่บ้านเกษตรกร ให้มีขีดความสามารถในการเชื่อมโยงเครือข่ายเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามศาสตร์พระราชา

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาประสิทธิผลของนวัตกรรมเครือข่ายการเรียนรู้สู่การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเครือข่ายแม่บ้านเกษตรกร จังหวัดสมุทรสงคราม ให้มีขีดความสามารถตามศาสตร์พระราชา

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

การวิเคราะห์ประสิทธิผลของนวัตกรรมเครือข่ายการเรียนรู้สู่การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเครือข่ายแม่บ้านเกษตรกร จังหวัดสมุทรสงคราม ให้มีขีดความสามารถตามศาสตร์พระราชา ประชากร แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่หนึ่งเป็นการพัฒนานวัตกรรมเครือข่ายการเรียนรู้สู่การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเครือข่ายแม่บ้านเกษตรกร จังหวัดสมุทรสงคราม ให้มีขีดความสามารถตามศาสตร์พระราชา คือ กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน (Dworkin, 2012; Onwuegbuzie and Leech, 2007) และกลุ่มที่สอง สมาชิกวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 250 คน สำหรับการอบรมเรื่องหลักสูตรนักการตลาดวิสาหกิจชุมชน

ท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเครือข่ายแม่บ้านเกษตรกรตามศาสตร์พระราชา จังหวัดสมุทรสงคราม (Fusch and Ness, 2015; Guest, Bunce, and Johnson, 2006)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบ่งออกเป็น 3 เครื่องมือ ตามขั้นตอนการวิจัย ประกอบด้วย

1. แบบสัมภาษณ์แบบประเมินนวัตกรรมเครือข่ายการเรียนรู้ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ตอน มีดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ทรงคุณวุฒิ ตอนที่ 2 การประเมินนวัตกรรมการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเครือข่ายแม่บ้านเกษตรกร ให้มีขีดความสามารถในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชนตามศาสตร์พระราชา จังหวัดสมุทรสงคราม ประกอบด้วยข้อคำถาม 4 ข้อ โดยใช้การประเมินรูปแบบฯ คู่มือการใช้ และหลักสูตรฝึกอบรม หลักสูตรผู้บริหารวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยใช้หลักการ 4 อย่าง ได้แก่ ด้านความเป็นไปได้ ด้านความเหมาะสม ด้านความเป็นประโยชน์ และด้านความถูกต้อง เป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยกำหนดไว้ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด กำหนดค่าระดับคะแนนเป็น 5, 4, 3, 2 และ 1

2. แบบสัมภาษณ์แบบประเมินความเหมาะสมของคู่มือเอกสารประกอบ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ตอน มีดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ทรงคุณวุฒิ ตอนที่ 2 ความเหมาะสมของคู่มือเอกสารประกอบนวัตกรรมเครือข่ายการเรียนรู้สู่การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเครือข่ายแม่บ้านเกษตรกรให้มีขีดความสามารถตามศาสตร์พระราชาของจังหวัดสมุทรสงคราม เป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยกำหนดไว้ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด กำหนดค่าระดับคะแนนเป็น 5, 4, 3, 2 และ 1

3. แบบสัมภาษณ์แบบประเมินความพึงพอใจต่อการอบรมเรื่องหลักสูตรนักการตลางวิสาหกิจชุมชน ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ตอน มีดังนี้ ตอนที่ 1 เป็นส่วนแสดงถึงการประกอบอาชีพ และจุดมุ่งหมายก่อนเข้ารับการอบรม เป็นแบบสอบถามแบบตรวจคำตอบ (Checklist) ประกอบด้วยข้อคำถาม จำนวน 5 ข้อ ตอนที่ 2 แบบสำรวจความคิดเห็นของผู้ถูกสัมภาษณ์ที่มีต่อผลของการฝึกอบรมเมื่อสิ้นสุดการอบรมประกอบด้วยข้อคำถาม 8 ข้อ เป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยกำหนดไว้ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด กำหนดค่าระดับคะแนนเป็น 5, 4, 3, 2 และ 1

โดยผู้ทำการวิจัยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้น โดยใช้สูตรคำนวณหาช่วงกว้างของชั้น โดยใช้สูตรของ กัลยา วานิชย์บัญชา (2556) คือ

ความกว้างของอันตรภาคชั้น = ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด – ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด / จำนวนชั้น

= 0.80

ซึ่งแปลความหมายของค่าเฉลี่ยของแต่ละระดับดังนี้

4.21 - 5.00	หมายถึง	ระดับมากที่สุด
3.41 - 4.20	หมายถึง	ระดับมาก
2.61 - 3.40	หมายถึง	ระดับปานกลาง
1.81 - 2.60	หมายถึง	ระดับต่ำ
1.00 - 1.80	หมายถึง	ระดับต่ำมาก

ผู้วิจัยได้รับยืนยันการสร้างความเที่ยงตรง ความครอบคลุมเนื้อหา และความถูกต้องในสำนวนภาษาของแบบสอบถาม นำแบบสอบถามเสนอผู้เชี่ยวชาญ 5 คน ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามโครงสร้าง (Construct Validity) ความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ความชัดเจนของข้อความ ความเหมาะสมและความสอดคล้องของเครื่องมือวิจัย (McKeen, James D. and Smith, Heather A., 2003) โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (The Index of Item-Objective Congruence: IOC) ของแบบสัมภาษณ์แบบประเมินนวัตกรรมเครือข่ายการเรียนรู้ ได้ค่าเฉลี่ยของค่า IOC ทั้งฉบับจำนวน 4 ข้อ เท่ากับ 1.00 แบบสัมภาษณ์แบบประเมินความเหมาะสมของคู่มือเอกสารประกอบ ได้ค่าเฉลี่ยของค่า IOC ทั้งฉบับจำนวน 16 ข้อ เท่ากับ 1.00 และแบบสัมภาษณ์แบบประเมินความพึงพอใจต่อการอบรมเรื่องหลักสูตรนักการตลาดวิสาหกิจชุมชน ได้ค่าเฉลี่ยของค่า IOC ทั้งฉบับจำนวน 8 ข้อ เท่ากับ 1.00 มากกว่า 0.80 มีค่าความเชื่อมั่นอยู่ระดับสูงมาก

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และแบบประเมินโดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) และการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ประสิทธิผลของนวัตกรรมเครือข่ายการเรียนรู้สู่การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเครือข่ายแม่บ้านเกษตรกร จังหวัดสมุทรสงคราม ให้มีขีดความสามารถตามศาสตร์พระราชาในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน

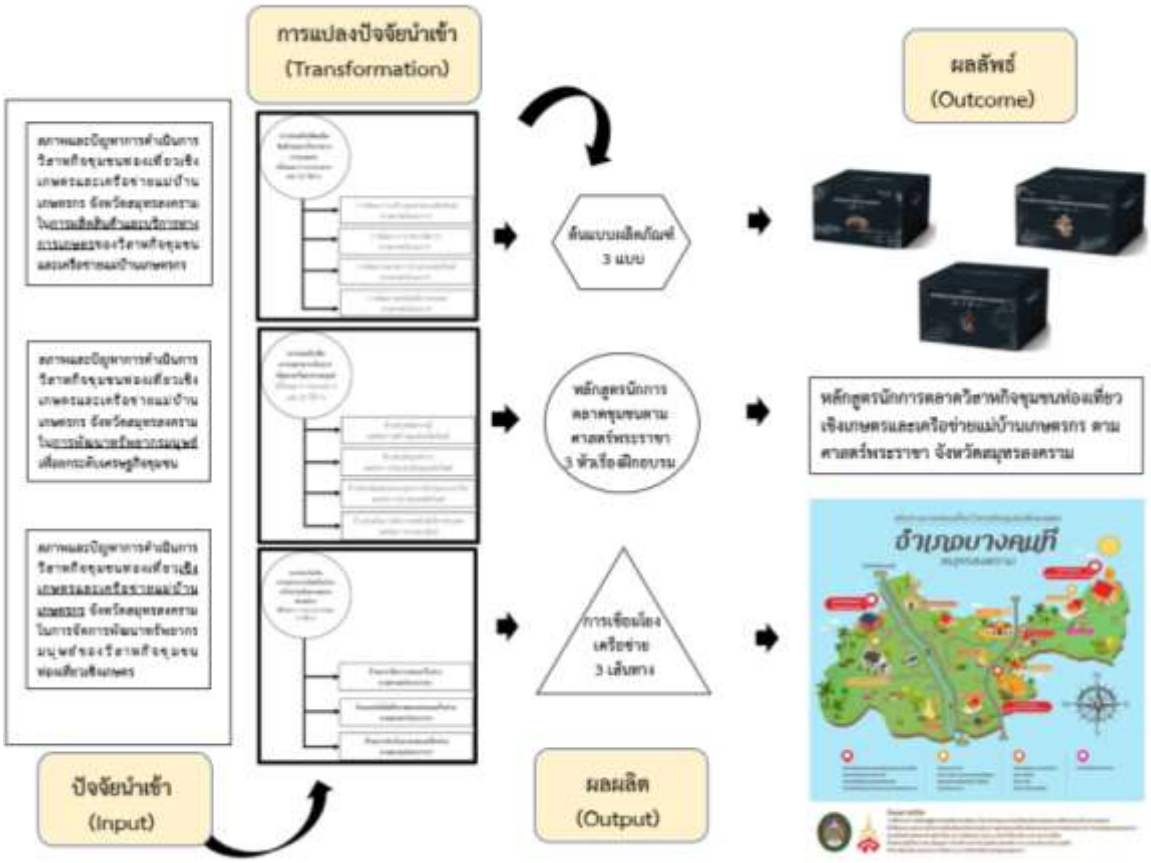
การศึกษารวบรวมข้อมูลด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) ของโครงการย่อย 3 โครงการ มีรายละเอียดแต่ละโครงการดังนี้

โครงการวิจัยย่อยที่ 1: การส่งเสริมและพัฒนาขีดความสามารถในการผลิตสินค้าและบริการทางการเกษตรของวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายแม่บ้านเกษตรกรตามศาสตร์พระราชา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยวิเคราะห์องค์ประกอบที่สำคัญ สรุปได้ 4 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบที่ 1 การพัฒนาการสร้างจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ตามศาสตร์พระราชา องค์ประกอบที่ 2 การพัฒนาการบริหารจัดการตามศาสตร์พระราชา องค์ประกอบที่ 3 การพัฒนาเทคนิคการนำเสนอผลิตภัณฑ์ตามศาสตร์พระราชา และองค์ประกอบที่ 4 การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศตามศาสตร์พระราชา กับ 23 วิธีการ

โครงการวิจัยย่อยที่ 2: การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเครือข่ายแม่บ้านเกษตรกร ให้มีขีดความสามารถในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชนตามศาสตร์พระราชา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยวิเคราะห์องค์ประกอบที่สำคัญ สรุปได้ 4 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบที่ 1 ด้านส่งเสริมความรู้ตามแนววิถีเศรษฐกิจชุมชนตามศาสตร์ องค์ประกอบที่ 2 ด้านส่งเสริมองค์การดำเนินตามแนววิถีเศรษฐกิจชุมชนตามศาสตร์ องค์ประกอบที่ 3 ด้านส่งเสริมสมรรถนะบุคลากรในประกอบอาชีพตามแนววิถีเศรษฐกิจชุมชนตามศาสตร์ และองค์ประกอบที่ 4 ด้านส่งเสริมการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศตามวิถีเศรษฐกิจชุมชนตามศาสตร์พระราชา กับ 25 วิธีการ

โครงการวิจัยย่อยที่ 3: เครือข่ายการเรียนรู้สู่การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเครือข่ายแม่บ้านเกษตรกร ให้มีขีดความสามารถในการเชื่อมโยงเครือข่ายเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามศาสตร์พระราชา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยวิเคราะห์องค์ประกอบที่สำคัญ สรุปได้ 3 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบที่ 1 ด้านการจัดการของเครือข่ายตามศาสตร์พระราชา องค์ประกอบที่ 2 ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของเครือข่ายตามศาสตร์พระราชา และองค์ประกอบที่ 3 ด้านการดำเนินงานของเครือข่ายตามศาสตร์พระราชา กับ 22 วิธีการ

จากนั้นนำผลจากการสังเคราะห์ข้อมูลนวัตกรรมเครือข่ายการเรียนรู้สู่การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเครือข่ายแม่บ้านเกษตรกรให้มีขีดความสามารถตามศาสตร์พระราชาของจังหวัดสมุทรสงคราม นวัตกรรมเครือข่ายการเรียนรู้สู่การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเครือข่ายแม่บ้านเกษตรกรให้มีขีดความสามารถตามศาสตร์พระราชาของจังหวัดสมุทรสงคราม ตามที่ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ เสนอแนะทั้งหมดสำหรับสร้างเอกสารประกอบการใช้นวัตกรรมเครือข่ายการเรียนรู้สู่การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเครือข่ายแม่บ้านเกษตรกรให้มีขีดความสามารถตามศาสตร์พระราชาของจังหวัดสมุทรสงครามตามที่ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ และได้นวัตกรรมเครือข่ายการเรียนรู้สู่การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเครือข่ายแม่บ้านเกษตรกรให้มีขีดความสามารถตามศาสตร์พระราชาของจังหวัดสมุทรสงคราม ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 นวัตกรรมเครือข่ายการเรียนรู้สู่การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเครือข่ายแม่บ้านเกษตรกรให้มีขีดความสามารถตามศาสตร์พระราชาของจังหวัดสมุทรสงคราม

จากภาพที่ 1 นวัตกรรมเครือข่ายการเรียนรู้สู่การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเครือข่ายแม่บ้านเกษตรกรให้มีขีดความสามารถตามศาสตร์พระราชาของจังหวัดสมุทรสงครามมีอยู่ 3 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่ 1 ปัจจัยนำเข้า (Input) มีอยู่ 3 ปัจจัย ขั้นตอนที่ 2 การแปลงปัจจัยนำเข้า (Transformation) มีอยู่ 3 การแปลงปัจจัยนำเข้า และขั้นตอนที่ 3 ผลผลิต (Output) มีอยู่ 3 ผลผลิต รายละเอียด ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ปัจจัยนำเข้าของนวัตกรรมเครือข่ายการเรียนรู้สู่การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเครือข่ายแม่บ้านเกษตรกรให้มีขีดความสามารถตามศาสตร์พระราชาของจังหวัดสมุทรสงคราม มีอยู่ 3 ปัจจัย ได้แก่

ปัจจัยนำเข้าที่ 1 สภาพและปัญหาการดำเนินการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเครือข่ายแม่บ้านเกษตรกร จังหวัดสมุทรสงคราม ในการผลิตสินค้าและบริการทางการเกษตรของวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายแม่บ้านเกษตรกร

ปัจจัยนำเข้าที่ 2 สภาพและปัญหาการดำเนินการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเครือข่ายแม่บ้านเกษตรกร จังหวัดสมุทรสงคราม ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชน

ปัจจัยนำเข้าที่ 3 สภาพและปัญหาการดำเนินการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเครือข่ายแม่บ้านเกษตรกร จังหวัดสมุทรสงคราม ในการจัดการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ขั้นตอนที่ 2 การแปลงปัจจัยนำเข้าของนวัตกรรมเครือข่ายการเรียนรู้สู่การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเครือข่ายแม่บ้านเกษตรกรให้มีขีดความสามารถตามศาสตร์พระราชาของจังหวัดสมุทรสงคราม มีอยู่ 3 การแปลงปัจจัยนำเข้า ได้แก่

การแปลงปัจจัยนำเข้าที่ 1: การส่งเสริมและพัฒนาขีดความสามารถในการผลิตสินค้าและบริการทางการเกษตรของวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายแม่บ้านเกษตรกรตามศาสตร์พระราชา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยวิเคราะห์องค์ประกอบที่สำคัญ สรุปได้ 4 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบที่ 1 การพัฒนาการสร้างจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ตามศาสตร์พระราชา องค์ประกอบที่ 2 การพัฒนาการบริหารจัดการตามศาสตร์พระราชา องค์ประกอบที่ 3 การพัฒนาเทคนิคการนำเสนอผลิตภัณฑ์ตามศาสตร์พระราชา และองค์ประกอบที่ 4 การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศตามศาสตร์พระราชา กับ 23 วิธีการ

การแปลงปัจจัยนำเข้าที่ 2: การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเครือข่ายแม่บ้านเกษตรกร ให้มีขีดความสามารถในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชนตามศาสตร์พระราชา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยวิเคราะห์องค์ประกอบที่สำคัญ สรุปได้ 4 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบที่ 1 ด้านส่งเสริมความรู้ตามแนววิถีเศรษฐกิจชุมชนตามศาสตร์ องค์ประกอบที่ 2 ด้านส่งเสริมองค์การดำเนินตามแนววิถีเศรษฐกิจชุมชนตามศาสตร์ องค์ประกอบที่ 3 ด้านส่งเสริมสมรรถนะบุคลากรในประกอบอาชีพตามแนววิถีเศรษฐกิจชุมชนตามศาสตร์ และองค์ประกอบที่ 4 ด้านส่งเสริมการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศตามวิถีเศรษฐกิจชุมชนตามศาสตร์พระราชา กับ 25 วิธีการ

การแปลงปัจจัยนำเข้าที่ 3: เครือข่ายการเรียนรู้สู่การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเครือข่ายแม่บ้านเกษตรกร ให้มีขีดความสามารถในการเชื่อมโยงเครือข่ายเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามศาสตร์พระราชา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยวิเคราะห์องค์ประกอบที่สำคัญ สรุปได้ 3 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบที่ 1 ด้านการจัดการของเครือข่ายตามศาสตร์พระราชา องค์ประกอบที่ 2 ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของเครือข่ายตามศาสตร์พระราชา และองค์ประกอบที่ 3 ด้านการดำเนินงานของเครือข่ายตามศาสตร์พระราชา กับ 22 วิธีการ

ขั้นตอนที่ 3 ผลผลิตของนวัตกรรมเครือข่ายการเรียนรู้สู่การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเครือข่ายแม่บ้านเกษตรกรให้มีขีดความสามารถตามศาสตร์พระราชาของจังหวัดสมุทรสงคราม มีอยู่ 3 ผลผลิต ได้แก่

ผลผลิตลำดับที่ 1 ต้นแบบผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายแม่บ้านเกษตรกรตามศาสตร์พระราชา จังหวัดสมุทรสงคราม ได้แก่ สาระสำคัญ วัตถุประสงค์ของโครงการ หลักการที่เป็นต้นแบบผลิตภัณฑ์

ผลผลิตลำดับที่ 2 หลักสูตรนักการตลาดวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเครือข่ายแม่บ้านเกษตรกรตามศาสตร์พระราชา จังหวัดสมุทรสงคราม ได้แก่ สาระสำคัญ จุดประสงค์การเรียนรู้ เนื้อหาฝึกอบรม/สัมมนา และการวัดและประเมินผล

ผลผลิตลำดับที่ 3 การเชื่อมโยงเครือข่ายเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามศาสตร์พระราชา จังหวัดสมุทรสงคราม ได้แก่ สาระสำคัญ วัตถุประสงค์ของโครงการ หลักการการเชื่อมโยงเครือข่ายเส้นทาง

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ ความมีประโยชน์ของนวัตกรรมเครือข่ายการเรียนรู้

	รายการประเมิน	**ระดับความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ ความมีประโยชน์**		
		$\bar{X}$	SD	**ความหมาย**
1	ความถูกต้อง	4.33	0.60	มากที่สุด
2	ความเหมาะสม	4.24	0.61	มากที่สุด
3	ความเป็นไปได้	4.22	0.61	มากที่สุด
4	ความมีประโยชน์	4.34	0.55	มากที่สุด
	ภาพรวม	**4.28**	**0.52**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 1 พบว่า ผลการประเมินความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ ความมีประโยชน์ของนวัตกรรมเครือข่ายการเรียนรู้สู่การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเครือข่ายแม่บ้านเกษตรกรให้มีขีดความสามารถตามศาสตร์พระราชาของจังหวัดสมุทรสงคราม ตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ คือ มีความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ ความมีประโยชน์ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ระดับมากที่สุด ($\bar{x}$=4.28, SD=0.52) สรุปได้นวัตกรรมเครือข่ายการเรียนรู้สู่การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเครือข่ายแม่บ้านเกษตรกรให้มีขีดความสามารถตามศาสตร์พระราชาของจังหวัดสมุทรสงคราม มีความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ ความมีประโยชน์ใช้รูปแบบ

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเหมาะสมของคู่มือเอกสารประกอบ

	รายการประเมิน	ระดับความเหมาะสม		
		$\bar{X}$	SD	ความหมาย
1	คู่มือเอกสารประกอบ	3.46	0.53	มาก
2	ต้นแบบผลิตภัณฑ์	3.75	0.44	มาก
3	หลักสูตรนักการตลาดวิสาหกิจชุมชน	3.96	0.55	มาก
4	การเชื่อมโยงเครือข่ายเส้นทาง	3.47	0.47	มาก
	ภาพรวมระดับความเหมาะสม	**3.66**	**0.50**	**มาก**

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลการประเมินความเหมาะสมของคู่มือเอกสารประกอบนวัตกรรมเครือข่ายการเรียนรู้สู่การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเครือข่ายแม่บ้านเกษตรกรให้มีขีดความสามารถตามศาสตร์พระราชาของจังหวัดสมุทรสงคราม ตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ คือ มีความเหมาะสมค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ระดับมาก ($\bar{X}$=3.66, SD=0.50)

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อการอบรมเรื่องหลักสูตรนักการตลาดวิสาหกิจชุมชน

	รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ		
		$\bar{X}$	SD	ความหมาย
1	ความพึงพอใจที่ได้รับความรู้ความเข้าใจในเรื่องที่ฝึกอบรม	4.27	0.60	มากที่สุด
2	ความพึงพอใจที่ได้ฝึกปฏิบัติในเรื่องที่ฝึกอบรม	4.23	0.51	มากที่สุด
3	ความพึงพอใจที่คาดว่าสามารถนำผลฝึกอบรมไปใช้ประโยชน์ได้	4.28	0.66	มากที่สุด
4	ความพึงพอใจที่ได้รับความรู้เพิ่มขึ้น	4.26	0.56	มากที่สุด
5	ความพึงพอใจที่มีความสามารถในการปฏิบัติงานเพิ่มขึ้น	4.25	0.50	มากที่สุด
6	ความพึงพอใจที่มีต่อวิธีการฝึกอบรมเหมาะสมกับการเรียนรู้	4.38	0.53	มากที่สุด
7	ความพึงพอใจที่มีอุปกรณ์ฝึกอบรมเพียงพอกับจำนวนผู้เข้าอบรม	4.29	0.56	มากที่สุด
8	การมาอบรมครั้งนี้มีความพึงพอใจที่ได้บรรลุตามจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้	4.28	0.56	มากที่สุด
	ภาพรวมระดับความพึงพอใจ	**4.27**	**0.60**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 3 พบว่า ผลการประเมินความพึงพอใจของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 250 คน สำหรับการอบรมเรื่องหลักสูตรนักการตลาดวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเครือข่ายแม่บ้านเกษตรกรตามศาสตร์พระราชา จังหวัดสมุทรสงคราม มีความพึงพอใจค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ระดับมากที่สุด ($\bar{X}$=4.27, SD=0.60)

อภิปรายผล

นวัตกรรมเครือข่ายการเรียนรู้สู่การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเครือข่ายแม่บ้านเกษตรกรให้มีขีดความสามารถตามศาสตร์พระราชาของจังหวัดสมุทรสงคราม มีอยู่ 3 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่ 1 ปัจจัยนำเข้า (Input) มีอยู่ 3 ปัจจัย ขั้นตอนที่ 2 การแปลงปัจจัยนำเข้าของนวัตกรรมเครือข่ายการเรียนรู้สู่การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเครือข่ายแม่บ้านเกษตรกรให้มีขีดความสามารถตามศาสตร์พระราชาของจังหวัดสมุทรสงคราม มีอยู่ 3 การแปลงปัจจัยนำเข้า และขั้นตอนที่ 3 ผลผลิตของนวัตกรรมเครือข่ายการเรียนรู้สู่การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเครือข่ายแม่บ้านเกษตรกรให้มีขีดความสามารถตามศาสตร์พระราชาของจังหวัดสมุทรสงคราม มีอยู่ 3 ผลผลิต และการประเมินความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ ความมีประโยชน์ของแต่นวัตกรรมเครือข่ายการเรียนรู้สู่การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเครือข่ายแม่บ้านเกษตรกรให้มีขีดความสามารถตามศาสตร์พระราชาของจังหวัดสมุทรสงคราม ตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ คือ มีความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ ความมีประโยชน์ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ระดับมากที่สุด สรุปได้นวัตกรรมเครือข่ายการเรียนรู้สู่การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเครือข่ายแม่บ้านเกษตรกรให้มีขีดความสามารถตามศาสตร์พระราชาของจังหวัดสมุทรสงคราม มีความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ ความมีประโยชน์ใช้รูปแบบ ซึ่งสอดคล้องกับ วรรณิดา สารีคำ จันทิมา พรหมเกษ และ จักเรศ เมตตะธำรงค์ (2562) ได้ศึกษาศักยภาพการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่มีต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรในจังหวัดสกลนคร ผลการวิจัย พบว่า 1) ศักยภาพการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรในจังหวัดสกลนคร โดยรวมและรายด้านในระดับมาก ได้แก่ ด้านการจัดซื้อจัดหาที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้านการดำเนินงาน/การผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้านการบริหารสินค้าคงคลังที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และด้านการกระจายสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 2) ผลการดำเนินของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรในจังหวัดสกลนครอยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ กิจการมีรายได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง กิจการมีต้นทุนในการดำเนินงานต่ำลง กิจการมีผลกำไรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และกิจการมียอดจำหน่ายสินค้าที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง 3) ความสัมพันธ์ของศักยภาพการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรในจังหวัดสกลนคร พบว่า ศักยภาพการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์ต่อกันกับผลการดำเนินงาน และสามารถทำนายผลการดำเนินงานได้ ดังนั้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการปรับตัวด้านการจัดการโซ่อุปทานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง

ของสภาพแวดล้อมและความต้องการของผู้บริโภค ส่งเสริมให้เกิดเครือข่ายการผลิตและบริการ เพื่อให้องค์การบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายและสามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืนต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ต้นแบบผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการควรมีการวิจัยหรือพัฒนาสินค้าใหม่ ๆ ในวิถีเศรษฐกิจชุมชนตามศาสตร์พระราชา

2. ผู้ประกอบการควรอบรมเรื่องการผลิตและการทำตลาดของสินค้าใหม่ในวิถีเศรษฐกิจชุมชนตามศาสตร์พระราชา

3. ผู้ประกอบการควรมีกิจกรรมการเรียนรู้ การสัมผัสวิถีชีวิต หรือการกินอยู่และทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยต่อไป

สามารถใช้วิธีวิทยาการวิจัยในลักษณะอื่นหรือการวิจัยเชิงอนาคต (futures research) เพื่อให้ได้มาซึ่งองค์ประกอบหรือปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขัน เพื่อเป็นการตอบสนองทิศทางในอนาคตของผลการวิจัย อันได้แก่ เทคนิคเดลฟาย (Delphi Technique) เทคนิค EFR-Ethnographic Futures Research เทคนิค EDFR-Ethnographic Delphi Futures Research เทคนิคฟอร์ไซท์ (Foresight) การวิเคราะห์แนวโน้มผลกระทบ (trend impact analysis) เทคนิคการสร้างภาพอนาคต (scenario building) เทคนิคเชิงสถิติของเบอิเซี่ยน (bayesian statistical) เทคนิคการวิเคราะห์ผลกระทบภาคตัดขวาง (cross-impact analysis) เทคนิคกงล้ออนาคต (futures wheel) เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2556). **การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับบริหารและวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

คณิดา ไกรสันติ และ รัสมนต์ คำศรี. (2559). **แนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา**. เอกสารการประชุมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 7. สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

นาวิน พรมใจสาและคณะ. (2563). **เอกสารประกอบการสอน รายวิชาศาสตร์พระราชา.** เชียงราย: สำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.

วรรณิดา สารีคำ จันทิมา พรหมเกษ และ จักเรศ เมตตะธำรงค์. (2562). *ศักยภาพการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่มีต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรในจังหวัดสกลนคร*. **Veridian E-Journal,Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and arts)** 12(5): 1482-1500.

สุดถนอม ตันเจริญ. (2559). *การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนบางขันแตก จังหวัดสมุทรสงคราม*. **วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ**, 13(2): 1-24.

Dworkin, S. L. (2012). *Sample size policy for qualitative studies using in-depth interviews*. **Archives of Sexual Behavior**, 41(6): 1319-1320. doi:10.1007/s10508-012-0016-6

Fusch, P. I., & Ness, L. R. (2015). *Are We There Yet? Data Saturation in Qualitative Research*. **The Qualitative Report**, 20(9): 1408-1416.

Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). *How many interviews are enough? An experiment with Data Saturation and variability*. **Field Methods**, 18(1): 59-82.

McKeen, James D.; & Smith, Heather A. (2003). **Making IT Happen: Critical Issues in IT Management**. Ontario: Wiley.

Onwuegbuzie, A. J., & Leech, N. L. (2007). *A Call for Qualitative Power Analyses*. **Quality and Quantity**, 41: 105-121. doi:10.1007/s11135-005-1098-1

ความสำเร็จของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านเฟซบุ๊ก

New Generation Entrepreneur's Success in Selling Products through Facebook

ศิริ ภู่พงษ์วัฒนา
อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาดดิจิทัล คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
E-mail: sipoop@rpu.ac.th
Siri Poopongwatana
Lecturer, Department of Digital Marketing, Faculty of Business Administration, Rajapruk University

รับเข้า: *25 กุมภาพันธ์ 2566* **แก้ไข:** *2 มีนาคม 2566***ตอบรับ:** *16 มีนาคม 2566*

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาตัวชี้วัดความสำเร็จของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ในการขายสินค้าผ่านเฟซบุ๊ก 2) ศึกษาองค์ประกอบการตลาดของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ในการขายสินค้าผ่านเฟซบุ๊ก ได้แก่ ส่วนประสมการตลาด คู่แข่ง ลูกค้า เป็นต้น โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ 1) ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการรุ่นใหม่จำนวน 35 รายในเขตกรุงเทพและนนทบุรี 2) นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้ทฤษฎี SWOT Analysis และ Five Force Model

ผลการวิจัย พบว่า 1) ผู้ประกอบการรุ่นใหม่จะใช้ตัวชี้วัดความสำเร็จ คือ (1) ตัวชี้วัดความสำเร็จหลัก คือ ยอดขายและกำไร เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องการมากที่สุด และ (2) ตัวชี้วัดความสำเร็จรอง ได้แก่ 1. ต้องการความอยู่รอดและความเจริญรุ่งเรืองของธุรกิจ 2. การสร้างประโยชน์ให้สังคมและครอบครัว 3. สนองความต้องการของตนเองเช่นความภาคภูมิใจ 2) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ มีการใช้ส่วนประสมการตลาดอย่างเหมาะสม ในแง่ของผลิตภัณฑ์ สินค้าที่ขายควรมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างไปจากคู่แข่ง ในด้านราคาสินค้าใช้การลดราคา เป็นเครื่องมือสำคัญ ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย นอกจากผู้ประกอบการจะขายสินค้าในเฟซบุ๊ก แล้วยังสามารถขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์อื่นได้ เช่น ไลน์ อินสตาแกรม เว็บไซต์ ยูทูบ เป็นต้น ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรใช้การส่งเสริมการขาย โดยการให้ส่วนลด และการโฆษณาก็มีความจำเป็นเช่นกัน คู่แข่งก็มีเป็นจำนวนมาก ลูกค้าก็มีความหลากหลาย ประโยชน์จากงานวิจัยนี้คือผู้ประกอบการรุ่นใหม่หรือผู้สนใจสามารถนำผลงานวิจัยนี้ไปประยุกต์ใช้ในการประกอบธุรกิจต่อไป

คำสำคัญ: ความสำเร็จ ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ การจัดจำหน่าย เฟซบุ๊ก

Abstract

The objectives of the research were to 1) study key performance indicators of the success of new generation entrepreneurs in selling products through Facebook, 2) study marketing components such as marketing mix, competitors, and customers. Using qualitative research methods, 1) conducted in-depth interviews with 35 young entrepreneurs in Bangkok and Nonthaburi, and 2) analyzed the data using SWOT analysis and the Five Force Model.

The research results found that: 1) New generation entrepreneur using revenue and profit as main key performance indicators. And 2) minor key performance indicators were 1. need to survivor and business growth 2. benefit for social and family 3. entreprenure's need such as pride, 2) Most of new generation entrepreneurs used marketing mix as a suitable tool. Product should difference from competitor. Using discount is a key factor. Selling products through Facebook and other social media such as IG, Line, website, YouTube and others. They had to make some promotion by events, advertising is necessary. There were many competitors and there were difference customers. The benefits of this research is for new generation entrepreneurs and others to apply for their business in the future.

Keywords: success, new generation entrepreneur, selling, Facebook

บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีเป็นเครื่องมือสำคัญในการทำงาน การประกอบธุรกิจ และการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่ เพราะต้องใช้งานในชีวิตประจำวันและธุรกรรมทางการเงินผ่านสมาร์ตโฟน คอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ต มีการชำระเงินแบบ E-Payment โดยจากสถิติ พบว่า คน Gen Y ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด มูลค่าการค้าอิเล็กทรอนิกส์ของไทยเติบโตอย่างต่อเนื่อง มีการใช้สมาร์ตโฟนในกิจกรรม เช่น การพูดคุยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ดูวีดิโอผ่านยูทูบ ค้นหาข้อมูลต่าง ๆ สื่อสังคมออนไลน์ที่นิยมมาก ได้แก่ เฟซบุ๊ก ไลน์ เป็นต้น

การซื้อขายสินค้าออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊กก็มีมากขึ้น ประกอบกับการหางานทำในช่วงปี พ.ศ. 2564 ที่ผ่านมายากขึ้น เนื่องจากเกิดโรคโควิด-19 ระบาด ธุรกิจต่าง ๆ ได้เลิกกิจการไปเป็นจำนวนมาก ทำให้คนรุ่นใหม่ต้องหางานอื่นทำ และจากการสอบถามคนรุ่นใหม่หลายคนพบว่า หนึ่งในงานที่กำลังสนใจทำ คือการขายสินค้าออนไลน์โดยปรากฏว่าเฟซบุ๊กเป็นช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าที่คนรุ่นใหม่

สนใจในการซื้อและขายสินค้า จากที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจต้องการศึกษาถึงความสำเร็จของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านเฟซบุ๊ก ซึ่งจะศึกษาในเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกจากผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในจังหวัดกรุงเทพมหานครและนนทบุรี

ผลจากการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการรุ่นใหม่ไม่ว่าจะเป็นนิสิต นักศึกษา หรือผู้สำเร็จการศึกษามาแล้วที่กำลังประกอบอาชีพอื่นอยู่หรือผู้ประกอบธุรกิจอิสระ จะสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการทำธุรกิจในอนาคตได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาตัวชี้วัดความสำเร็จของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในการขายสินค้าผ่านเฟซบุ๊ก
2. เพื่อศึกษาองค์ประกอบการตลาดของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ได้แก่ ส่วนประสมการตลาด คู่แข่ง และลูกค้า

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดจำหน่ายสินค้าออนไลน์และเฟซบุ๊ก

Dave Chaffey andFiona Ellis-Chadwick (2019) ได้เสนอในหนังสือ Digital Marketing ว่า การตลาดในยุคดิจิทัล จะประกอบไปด้วย 5 D's คือ1) อุปกรณ์ดิจิทัล (Digital Device) 2) แพลทฟอร์มดิจิทัล (Digital Platforms) 3) สื่อดิจิทัล (Digital Media) 4) ข้อมูลดิจิทัล (Digital Data)5) เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology)

Stephanie Diamond (2019) ได้กล่าวไว้ในหนังสือ Digital Marketing: Oll-in-One ว่า เฟซบุ๊กเป็นแพลทฟอร์มที่จะช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จในเรื่องต่อไปนี้ (1) เพิ่มการรับรู้ในตราสินค้า (2) เฟซบุ๊กสามารถเข้าถึงลูกค้ารายใหม่ ๆ และการบอกปากต่อปากที่มีอยู่ในเฟซบุ๊กจะมีส่วนสำคัญในการขายสินค้าเดิมและออกสินค้าใหม่ ๆ (3) ให้การบริการลูกค้า การที่ลูกค้าแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าของบริษัท จะเป็นข้อมูลสำคัญในการบริการลูกค้า (4) ขายสินค้าและบริการ เฟซบุ๊กช่วยในการขายสินค้าของธุรกิจได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ธุรกิจสามารถให้ข้อเสนอพิเศษในการขายสินค้าสู่ลูกค้าได้ ธุรกิจสามารถสร้างชุมชนของตนในกลุ่มเฟซบุ๊กได้

2. แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ

กัลยารัตน์ ธีระธนชัยกุล (2562) กล่าวว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ดีมีดังนี้ (1) ต้องมีความรู้และมีประสบการณ์ (2) กล้าตัดสินใจและกล้าเสี่ยง (3) พร้อมทำงานหนัก และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (4) มีทุน (5) มีความรับผิดชอบและซื่อสัตย์กับลูกค้า

3. แนวคิดเรื่องความสำเร็จของผู้ประกอบการ

กัลยารัตน์ ธีระธนชัยกุล (2562) กล่าวว่า การวัดความสำเร็จของผู้ประกอบการมี 4 ข้อ คือ 1) การแสวงหากำไร 2) ต้องการความอยู่รอดและความเจริญรุ่งเรืองของธุรกิจ 3) ช่วยสร้างประโยชน์ให้กับสังคมและครอบครัว 4) สนองความต้องการของตนเอง เช่นความภาคภูมิใจเป็นต้น

ภาสกร แช่มประเสริฐ (2545) ได้กล่าวว่า การวัดความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจจะอาศัยตัวชี้วัด 2 ลักษณะ คือ 1. ตัวชี้วัดด้านอัตวิสัย (subjective indicators) ประกอบด้วย 1.1 ความสำเร็จด้านจิตใจเป็นความสำเร็จของผู้ประกอบการภายใน ได้แก่ ความภาคภูมิใจ ความรู้สึกก้าวหน้า ความมั่นคงในชีวิตการทำงาน การบรรลุถึงเป้าหมายในการทำงาน 1.2 ความสำเร็จภายนอกเป็นความสำเร็จเชิงวัตถุ ได้แก่ ผลกำไร ความมั่นคงของกิจการ ความพึงพอใจของลูกค้า การยอมรับของพนักงานและผลประโยชน์ต่อสังคมโดยส่วนรวม 2. ตัวชี้วัดด้านภววิสัย (objective indicators) เป็นความสำเร็จที่เห็นประจักษ์ เช่น เงินเดือนและความก้าวหน้าในงานเป็นต้น

แต่จากวารสารธนาคารกรุงไทย (ม.ป.ป.) ได้สรุปตัวชี้วัดความสำเร็จของการทำการตลาดออนไลน์ดังนี้ 1. ยอดขายและกำไร 2. การมีส่วนร่วมของผู้ติดตามหรือลูกค้า 3. การทำงานภายใน 4. การพัฒนา

4. ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (Kotler et al., 2021)

ปัจจุบันนักวิชาการทางด้านการตลาดหลายท่านได้ระบุว่า ส่วนประสมทางการตลาดมี 4P’s, 6P’s หรือ 7P’s แต่ในงานวิจัยนี้จะพิจารณาเฉพาะ 4P’s เท่านั้น ซึ่งประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) สินค้าหรือบริการซึ่งผู้ประกอบการจำหน่าย 2) ด้านราคา (Price) ราคาเป็นปัจจัยสำคัญอันหนึ่งในการตัดสินใจซื้อ 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ผู้ประกอบการสามารถจำหน่ายได้หลายช่องทาง เช่น เฟซบุ๊ก เป็นต้น 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้ประกอบธุรกิจควรจัดให้มีการส่งเสริมการตลาดอย่างสม่ำเสมอ ได้แก่ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การใช้พนักงานขายและการประชาสัมพันธ์

5. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคู่แข่ง (Competitor) (PeerPower Team, 2023)

Micheal E. Porter (2020) ได้พูดถึงการวิเคราะห์คู่แข่งว่า ควรใช้ปัจจัย 5 ประการ คือ 1) คู่แข่งปัจจุบัน สภาพการแข่งขันของธุรกิจในปัจจุบันมีมากน้อยเพียงใด 2) คู่แข่งรายใหม่ในโลกดิจิทัล คู่แข่งรายใหม่ ๆ สามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา 3) อำนาจการต่อรองของเจ้าของปัจจัยการผลิต จะมีผลต่อการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการสินค้าอย่างมาก 4) อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ ผู้ซื้อหรือลูกค้า มีเงิน มีเครดิตย่อมมีอำนาจการต่อรองได้สูง 5) สินค้าหรือบริการที่ทดแทน ในปัจจุบันมีสินค้าและบริการใหม่ ๆ มาทดแทนสินค้าและบริการเก่าเสมอ

6. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า และการกลับมาซื้อสินค้าอีก (Micheal R. Solomon, 2020)

เป็นสิ่งจำเป็นที่นักการตลาดต้องเรียนรู้ และจะลืมไม่ได้ว่าผู้ประกอบการไม่ใช่ลูกค้า สิ่งที่ผู้ประกอบการเห็นว่าดีที่สุดแล้ว สำหรับลูกค้าอาจจะไม่ใช่ ดังนั้นนักการตลาดจึงต้องศึกษาว่าลูกค้าพอใจหรือไม่พอใจอะไร มีรสนิยมในการซื้อและใช้สินค้าอย่างไร และกลับมาซื้อสินค้าอีกหรือไม่

7. แนวคิดและทฤษฎี SWOT Analysis

Aksarapak C. (2021) ได้กล่าวว่า SWOT Analysis ประกอบด้วยปัจจัย 4 อย่าง คือ (1) จุดแข็ง (Strength) คือ ความสามารถในการสร้างสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพสูง ลูกค้าชอบ ซึ่งโดดเด่นหรือแตกต่างจากคู่แข่ง (2) จุดอ่อน (Weakness) คือ ทรัพยากร หรือ กิจกรรมทางธุรกิจที่คู่แข่งทำได้ดีกว่า เช่นคู่แข่งมีการบริการที่ดีกว่า เป็นต้น (3) โอกาส (Opportunities) คือ สถานการณ์ที่เกิดขึ้นแล้วส่งผลดีต่อองค์กร (4) อุปสรรค (Threats) คือ สถานการณ์หรือภาวะที่เกิดขึ้นแล้วส่งผลเสียต่อการทำธุรกิจ เช่น ภาวะโรคระบาดเป็นต้น

วิธีการวิจัย

ผู้วิจัยดำเนินการโดยเริ่มจาก (1) การสำรวจข้อมูลการจำหน่ายสินค้าของผู้ประกอบการในเฟซบุ๊กเป็นเวลา 3 เดือน เพื่อเก็บข้อมูลการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ แล้วนำมาสรุปไว้ (2) จากนั้นผู้วิจัยจึงทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ เลือกตัวอย่างแบบเจาะจง มุ่งเน้นการเก็บข้อมูลให้ครบถ้วน เป็นการสัมภาษณ์ในเชิงลึก จำนวน 35 ราย ในจังหวัดกรุงเทพมหานครและนนทบุรี โดยใช้แบบสัมภาษณ์ มีผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแบบสัมภาษณ์ จำนวน 3 ท่าน แล้วนำไปทดสอบ โดยนำไปสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ 2 ครั้ง ครั้งละ 3 ท่าน แล้วนำแบบสัมภาษณ์มาปรับเพื่อใช้ต่อไป เมื่อได้ผลจากการสัมภาษณ์แล้ว นำมาวิเคราะห์ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ และนำทฤษฎีต่างๆ มาใช้เช่น SWOT Analysis ส่วนประสมการตลาด Five Force Model และ แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติและความพึงพอใจ เป็นต้น

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

1. ข้อมูลส่วนบุคคล (1.1) ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ มีอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 6 ราย อายุ 26-30 ปี จำนวน 12 ราย และอายุ 31-35 ปี จำนวน 17 ราย (1.2) การศึกษา ผู้ประกอบการรุ่นใหม่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 3 ราย สำเร็จปริญญาตรี จำนวน 22 ราย และสำเร็จปริญญาโท จำนวน 10 ราย (1.3) เพศ ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ เป็นเพศหญิง จำนวน 19 ราย เป็นเพศชาย จำนวน 16 ราย (1.4) สถานภาพสมรส ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ เป็นโสด จำนวน 22 ราย สมรสแล้ว จำนวน 13 ราย

2. ความรู้ในการขายผ่านเฟซบุ๊กของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ พบว่า ผู้ประกอบการมักจะหาความรู้ในการขายผ่านเฟซบุ๊กจากหลายแหล่ง เพราะแต่ละแหล่งจะให้ความรู้ที่หลากหลายในแง่มุมต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน ดังนี้ (2.1) เรียนรู้เอง (2.2) สอบถามจากเพื่อนหรือคนรู้จัก (2.3) เรียนรู้จากประสบการณ์ (2.4) เรียนรู้จากเคยซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊ก (2.5) ศึกษาจากผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้รู้ (2.6) เรียนรู้จากตำราและเอกสารต่าง ๆ

ข้อมูลด้านส่วนประสมทางการตลาด

1. ผลิตภัณฑ์

เมื่อสอบถามถึงสินค้าที่ขาย ผู้ประกอบการตอบว่า สินค้าที่ขายมีความหลากหลาย ได้แก่ (1) สินค้าประเภทเสื้อผ้า (จำนวน 5 ราย) (2) สินค้าประเภทกระเป๋า (จำนวน 2 ราย) (3) สินค้าประเภทรองเท้า (จำนวน 1 ราย) (4) สินค้าประเภทสินค้าแฟชั่น (จำนวน 2 ราย) (5) สินค้าประเภทเกมส์ (จำนวน 1 ราย) (6) สินค้าประเภทเครื่องสำอาง (จำนวน 2 ราย) (7) สินค้าประเภทของใช้ในห้องนอน (จำนวน 1 ราย) (8) สินค้าประเภทของใช้ในงานแต่งงาน (จำนวน 1 ราย) (9) สินค้าประเภทมอเตอร์ไซค์ (จำนวน 1 ราย) (10) สินค้าประเภทอาหารและของกิน (จำนวน 4 ราย) (11) สินค้าในร้านมินิมาร์ท (จำนวน 2 ราย) (12) สินค้าประเภทเทคโนโลยี (จำนวน 1 ราย) (13) สินค้าประเภทบ้านและวัสดุการก่อสร้าง (จำนวน 2 ราย) (14) สินค้าประเภทสินค้าเกษตร (จำนวน 4 ราย) (15) สินค้าประเภทสัตว์เลี้ยง (จำนวน 2 ราย) (16) สินค้าประเภทธุรกิจบริการ (จำนวน 3 ราย) (17) สินค้าประเภทอุปกรณ์ Camping เดินป่า (จำนวน 1 ราย)

จุดเด่นของสินค้า ผู้ประกอบการยังได้กล่าวถึงจุดเด่นของสินค้าที่ขาย ซึ่งมีผลทำให้ขายสินค้าได้คือ (1) สินค้าสวย ทันสมัย ใช้งานง่ายเป็นที่นิยม (2) สินค้าคุณภาพดี (3) เป็นสินค้าที่แตกต่างจากท้องตลาด (4) มีบริการหลังขาย และรับประกันสินค้า (5) สินค้าที่ขายตามความชอบของลูกค้า (6) สินค้าหายากทำให้เป็นที่ต้องการของลูกค้า (7) เป็นสินค้าราคาถูก (8) สินค้าทำตามคำสั่งลูกค้า Hand Made, Made-to-Order (9) มีสินค้าหลากหลาย ขายทั้งปลีกและส่ง (10) เป็นสินค้าสะสม

2. ราคาสินค้า

เมื่อถามว่าราคาสินค้าเมื่อเทียบกับคู่แข่ง ได้รับคำตอบว่าราคาขายมีทั้งราคาที่ต่ำกว่าคู่แข่ง (จำนวน 10 ราย) ราคาเท่ากับหรือใกล้เคียงคู่แข่ง (จำนวน 19 ราย) และราคาสูงกว่าคู่แข่ง (จำนวน 6 ราย)

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย

นอกจากขายสินค้าในเฟซบุ๊กแล้ว ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ยังจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางอื่นต่อไปนี้ จำหน่ายผ่าน Instagram จำนวน 23 ราย เปิดร้านค้าขายสินค้าด้วยจำนวน 13 ราย จำหน่ายผ่าน Shopee จำนวน 5 ราย จำหน่ายผ่าน Line จำนวน 3 ราย จำหน่ายผ่าน Lazada จำนวน 2 ราย จำหน่ายผ่านเว็บไซต์ของตนเอง จำนวน 2 ราย จำหน่ายที่โรงงาน จำนวน 2 ราย จำหน่ายผ่าน Twitter

จำนวน 1 ราย จำหน่ายทางโทรศัพท์ จำนวน 1 ราย จำหน่ายในห้างสรรพสินค้า จำนวน 1 ราย และจำหน่ายตามตลาดนัด จำนวน 1 ราย

4. การส่งเสริมการตลาด

การโฆษณา ผู้ประกอบการบางรายไม่ทำการโฆษณาเลย จำนวน 13 รายเพราะไม่มีงบประมาณและเห็นว่าเป็นการสิ้นเปลืองเงิน แต่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีงบทำการโฆษณาจำนวน 22 ราย โดยถ้าถามรายละเอียดว่าทำการโฆษณาผ่านหน่วยงานใดบ้าง ก็ได้รับคำตอบว่าผ่านหน่วยงานต่อไปนี้ โฆษณาผ่านเฟซบุ๊กจำนวน 21 ราย โฆษณาผ่าน Instagram จำนวน 9 ราย โฆษณาผ่าน Shopee จำนวน 3 ราย โฆษณาผ่าน Google จำนวน 2 ราย โฆษณาผ่าน Lazada จำนวน 2 ราย โฆษณาผ่าน Line (Line ส่วนตัว Line @ Line OA) จำนวน 2 ราย โฆษณาผ่าน YouTube จำนวน 1 ราย ปิดป้ายโฆษณา จำนวน 1 ราย

การส่งเสริมการขายผู้ประกอบการบางรายไม่ได้ให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการขาย จำนวน 6 ราย แต่บางรายก็จัดให้มีการส่งเสริมการขาย จำนวน 29 ราย เช่น ลดราคา จำนวน 26 ราย จัดเฉพาะช่วงเทศกาลต่าง ๆ จำนวน 21 ราย ซื้อมากลดมาก จำนวน 10 ราย มีของแถม จำนวน 8 ราย และมีของแจก จำนวน 5 ราย

5. การบริการ

การบริการเป็นส่วนสำคัญประการหนึ่งในการขายสินค้า ผู้ประกอบการบางท่าน จัดให้มีการบริการ เช่น บริการส่งสินค้าฟรี จำนวน 26 ราย บริการส่งในราคาถูก จำนวน 8 ราย มีบริการหลังขาย จำนวน 9 ราย การรับคืนสินค้า จำนวน 4 ราย เปลี่ยนสินค้าให้ใหม่ ถ้าสินค้ามีปัญหา จำนวน 3 ราย รับประกันสินค้า จำนวน 2 ราย มีบริการครบวงจร จำนวน 1 ราย ไม่มีบริการ จำนวน 1 ราย

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์แบบสัมภาษณ์

1. ความสำเร็จของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในการขายสินค้าผ่านเฟซบุ๊ก จากผลการสัมภาษณ์ผู้วิจัย พบว่า ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ได้ใช้ ยอดขายและกำไร เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จหลัก เพราะเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องการมากที่สุด คือ การแสวงหากำไร แต่ก็ยังพบว่า มีผู้ประกอบการบางรายมียอดขายไม่แน่นอน และผู้ประกอบการบางรายก็มียอดขายในระดับที่เหมาะสมแต่ธุรกิจบางแห่งมีกำไรน้อย และผู้ประกอบการบางรายก็ตอบว่ามีกำไรไม่แน่นอน

ตัวชี้วัดความสำเร็จอื่นที่ผู้ประกอบการเห็นว่ามีความสำคัญรองลงมา ได้แก่ (1) ต้องการความอยู่รอดและความเจริญรุ่งเรืองของธุรกิจ (2) การสร้างประโยชน์ให้สังคมและครอบครัว (3) สนองความต้องการของตนเองเช่นความภาคภูมิใจ เป็นต้น

นอกจากนี้ผู้ประกอบการแต่ละคนยังมีความเห็นเพิ่มเติมว่าผู้ประกอบการยังไม่แน่ใจว่าลูกหลานในอนาคตจะสนใจทำธุรกิจนี้ต่อไปหรือไม่ และช่วงระยะเวลาที่ประสบความสำเร็จเช่นปีนี้

ขายสินค้าได้เป็นจำนวนมาก แต่ปีต่อไปก็อาจจะเป็นปัญหาเพราะคู่แข่งอาจจะมีเพิ่มขึ้น ซึ่งจะมาแย่งลูกค้าได้

2. องค์ประกอบการตลาดของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้ มาทำการวิเคราะห์โดยใช้ทฤษฎีต่าง ๆ ต่อไปนี้

1. วิเคราะห์การจัดจำหน่ายสินค้าผ่านเฟซบุ๊กโดยใช้ SWOT Analysis

โดยเริ่มจากจุดแข็ง (S) ของการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านเฟซบุ๊ก ได้แก่ 1. มีสินค้าและบริการหลากหลายให้เลือกมากมาย ในราคาที่หลากหลายเช่นกัน 2. ผู้ประกอบการสามารถขายสินค้าได้ง่ายและไม่เสียค่าใช้จ่าย 3. เฟซบุ๊กมีศูนย์ให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการ กรณีมีปัญหาสามารถปรึกษาได้

จุดอ่อน(W) ของการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านเฟซบุ๊ก ได้แก่ 1. อาจจะไม่มีการบริการหลังการขาย และอาจจะต้องเสียค่าจัดส่งสินค้าด้วย 2. การคืนสินค้าอาจจะกระทำได้ยาก 3. สินค้าที่มีราคาสูง อาจจะขายได้ยาก 4. ตัวสินค้าจริงอาจจะแตกต่างจากรูปภาพของสินค้าที่เห็นในเฟซบุ๊ก

โอกาส (O) ในการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านเฟซบุ๊ก ได้แก่ 1. คนรุ่นใหม่มีสมาร์ตโฟนเป็นจำนวนมากและสนใจในการซื้อสินค้าและบริการในเฟซบุ๊กมากขึ้น 2. การซื้อขายสินค้าผ่านเฟซบุ๊กก็ได้รับความนิยมเช่นกัน 3. การซื้อขายทำได้ง่าย 4. มีบริษัทรับจัดส่งสินค้าไปยังลูกค้าหลายบริษัท

ส่วนข้อจำกัดหรืออุปสรรค (T) ในการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านเฟซบุ๊ก ได้แก่ 1. ปัจจุบันเศรษฐกิจไม่ดี มีคนว่างงานเป็นจำนวนมาก ทำให้การซื้อขายอาจจะชะลอตัว 2. คู่แข่งมีเป็นจำนวนมาก ทำให้มีการแข่งขันสูง 3. การซื้อขาย ผู้บริโภคอาจจะต้องโอนเงินค่าสินค้าไปก่อน ทำให้ผู้บริโภคต้องมีความรอบคอบในการซื้อมากขึ้น

2. วิเคราะห์โดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 4P’s

จากข้อมูลการสัมภาษณ์ พบว่า ถ้าผู้ประกอบการนำกลยุทธ์ปัจจัยส่วนประสมทางการการตลาด คือ 4P’s มาใช้อย่างเหมาะสมจะส่งผลต่อการขายสินค้าของผู้ประกอบการ ในแง่ของผลิตภัณฑ์ สินค้าที่ขายควรมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างไปจากคู่แข่ง ทั้งนี้เนื่องจากสินค้าที่ขายในเฟซบุ๊กมีมากมาย มีความหลากหลาย ทั้งประเภทสินค้า รูปแบบ สีสัน ขนาด และอื่น ๆ ดังนั้นถ้าผู้ประกอบการรายใดขายสินค้าที่แตกต่างจากผู้ขายรายอื่น โอกาสการขายจะมากขึ้น ในด้านราคาสินค้าเนื่องจากผู้ประกอบการในเฟซบุ๊กมีเป็นจำนวนมาก ผู้ประกอบการหลายรายจึงใช้การลดราคาเป็นเครื่องมือสำคัญในการขายสินค้า ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย นอกจากผู้ประกอบการจะขายสินค้าในเฟซบุ๊กแล้วยังสามารถขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์อื่นได้ เช่น อินสตาแกรม ไลน์ เว็บไซต์ ยูทูบ เป็นต้น ด้านการส่งเสริมการตลาด มักจะใช้การส่งเสริมการขาย โดยการให้ส่วนลด การโฆษณาก็มีความจำเป็นเช่นกันผู้ประกอบการบางราย ก็ใช้ดารามาช่วยให้เกิดการขาย (ซึ่งจะใช้ได้ถ้าผู้ประกอบการมีงบประมาณมาก)

3. วิเคราะห์คู่แข่งโดยพิจารณาจาก Five Force Model

โดยใช้ปัจจัย 5 ประการ คือ 1) คู่แข่งปัจจุบัน จากการศึกษาพบว่าปัจจุบันมีผู้ประกอบการทั้งรายเล็กและรายใหญ่ให้ความสำคัญ นำสินค้าไปจำหน่ายในเฟซบุ๊กเป็นจำนวนมาก 2) คู่แข่งรายใหม่ คู่แข่งรายใหม่ ๆ สามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา เพราะผู้ประกอบการสามารถเปิดเพจหรือร้านขายของได้โดยง่าย 3) อำนาจการต่อรองของผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิต จะมีผลต่อการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการสินค้าอย่างมาก ธุรกิจจะต้องมีแหล่งจัดหาสินค้าและบริการหลาย ๆ แหล่งทั้งในประเทศและต่างประเทศ 4) อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ ลูกค้าในเฟซบุ๊กก็เช่นกันมีอำนาจการต่อรองสูง 5) สินค้าหรือบริการที่ทดแทนในปัจจุบันมีสินค้าและบริการใหม่ ๆ มาวางจำหน่ายมากมาย เช่น เสื้อผ้า กระเป๋าหรือครีมทาหน้ายี่ห้อใหม่มีขายมากในเฟซบุ๊กเป็นจำนวนมาก

4. วิเคราะห์ข้อมูลของลูกค้าโดยใช้แนวคิดที่เกี่ยวกับทัศนคติและความพึงพอใจ

จากการสอบถามผู้ประกอบการ พบว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อการซื้อสินค้าในเฟซบุ๊ก โดยดูจากการให้ดาวของลูกค้า และการแสดงความคิดเห็นของลูกค้า บางครั้งผู้บริโภคบางคนก็ได้ให้ดาวกับผู้ประกอบการ 4 ดาวหรือ 5 ดาว แสดงว่าลูกค้ามีทัศนคติในแง่ดีกับผู้ประกอบการ ถ้าลูกค้าให้ผู้ประกอบการ 3 ดาวหรือ 2 ดาว แสดงว่าลูกค้าไม่ค่อยพอใจและจะมีทัศนคติที่ไม่ค่อยดีต่อผู้ประกอบการและสินค้า โอกาสการขายก็จะน้อยลง หรือถ้าลูกค้ามีการแสดงความคิดเห็นในแง่ลบโอกาสการขายก็จะน้อยลง เป็นต้น

อภิปรายผล

1. ความสำเร็จของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในการขายสินค้าผ่านเฟซบุ๊ก พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการแสวงหากำไร (ได้แก่ ยอดขายและกำไร) มากที่สุด ความสำเร็จอื่นให้ความสำคัญน้อย ได้แก่ ต้องการความอยู่รอดและความเจริญรุ่งเรืองของธุรกิจ หรือช่วยสร้างประโยชน์ให้กับสังคมและครอบครัวหรือสนองความต้องการของตนเอง (เช่นความภาคภูมิใจ จากการที่ได้เจ้าของกิจการ และสามารถเปิดธุรกิจขึ้นมาได้ด้วยตนเอง) ซึ่งมีความสอดคล้องกับที่ กัลยารัตน์ ธีระธนชัยกุล (2562) ที่ได้สรุปไว้มี 4 ข้อ คือ การแสวงหากำไร ความอยู่รอด การสร้างประโยชน์กับสังคม และความต้องการของตนเอง และยังสอดคล้องกับ ภาสกร แช่มประเสริฐ (2545) ที่ได้กล่าวว่า การวัดความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจจะอาศัยตัวชี้วัด คือ ตัวชี้วัดด้านอัตวิสัย (subjective indicators) ซึ่งประกอบด้วย 1. ความสำเร็จด้านจิตใจเป็นความสำเร็จของผู้ประกอบการภายใน ได้แก่ ความภาคภูมิใจ ความรู้สึกก้าวหน้า ความมั่นคงในชีวิตการทำงาน การบรรลุถึงเป้าหมายในการทำงาน 2. ความสำเร็จภายนอกเป็นความสำเร็จเชิงวัตถุ ได้แก่ ผลกำไร ความมั่นคงของกิจการ ความพึงพอใจของลูกค้า และผลประโยชน์ต่อสังคม แต่ก็มีบางส่วนที่แตกต่างกัน เช่น ในด้านผลประโยชน์ต่อสังคม ผู้ประกอบการรุ่นใหม่จะให้ความสำคัญน้อย และสอดคล้องกับวารสารธนาคารกรุงไทย (ม.ป.ป.) ที่ได้สรุปตัวชี้วัดความสำเร็จของ

การทำการตลาดออนไลน์ คือ 1. ยอดขายและกำไร 2. การมีส่วนร่วมของลูกค้า 3. การทำงานภายใน 4. การพัฒนา ซึ่งตรงกับงานวิจัยนี้ แต่ก็จะแตกต่างในการมีส่วนร่วมและการพัฒนา ซึ่งผู้ประกอบการรุ่นใหม่ยังไม่กล่าวถึงมากนัก

2. องค์ประกอบการตลาดของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในการขายสินค้าผ่านเฟซบุ๊ก พบว่า 1. การเลือกใช้สื่อของผู้ประกอบการ ความถี่ในการเข้าใช้งานเพื่อโพสต์ข้อความหรือวิดีโอ กำหนดระยะเวลาในการสร้างกิจกรรมกับผู้ซื้อให้ชัดเจน โดยช่วงเวลาในการใช้สื่อ ซึ่งจะตรงกับ ปิยภา แดงเดช (2565) แต่จะมีส่วนแตกต่าง คือ งานวิจัยนี้พบเพิ่มเติมว่าผู้ประกอบการจะใช้เวลาในการไลฟ์สดในวันศุกร์ เสาร์และอาทิตย์มากกว่าวันอื่น และช่วงเวลาก็จะเป็นช่วงเย็นและกลางคืนมากกว่า เพราะช่วงวันและเวลาดังกล่าวเป็นช่วยที่ผู้บริโภคจะมีเวลาว่างมากที่สุด ส่วนเวลาอื่นอาจจะติดภารกิจอื่น ๆ เช่น การทำงาน เป็นต้น 2. แฟนเพจบนเฟซบุ๊กที่มีจำนวนโพสต์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข้อมูลความรู้ 3. กิจกรรมของบริษัท มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัท ซึ่งจะตรงกับ วิศิษฎ์ เกตุรัตนกุล และคณะ (2562) แต่ในส่วนที่แตกต่างคือการชมการไลฟ์สดอาจจะทำตอนเย็นหลังเลิกงานเช่นตั้งแต่เวลา 17.00 น. ก็ได้ และผู้บริโภคที่สนใจจะซื้อสินค้า ก็มักจะเปิดดูอย่างสม่ำเสมอเกือบทุกวันได้ 4. พบว่า ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ เทคโนโลยีสารสนเทศ กลยุทธ์ทางธุรกิจ และนวัตกรรมการจัดการส่งต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล ซึ่งจะตรงกับสมทบ แก้วเชื้อ บัณฑิตพังนิรันดร์ และ ธนพล ก่อฐานะ (2562) แต่ในส่วนที่แตกต่าง คือ คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จจะต้องมีหลายด้าน เช่น ด้านความรู้ความสามารถในการจัดทำวีดิโอเพื่อนำเสนอให้สวยงาม ด้านตอบคำถามจากลูกค้าอย่างรวดเร็ว ด้านการให้การบริการของผู้ประกอบการที่ดี ให้ลูกค้าเชื่อถือ และกลับมาซื้อสินค้าอีก เป็นต้น 5. พบว่า ราคาสินค้าที่ซื้อจะอยู่ระหว่าง 500-1,000 บาท ส่วนใหญ่เลือกซื้อเสื้อผ้าผ่านไลฟ์สดและปัจจัยความน่าเชื่อถือของเพจร้านค้าส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าของลูกค้าบนเฟซบุ๊กอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งจะตรงกับ ภาวินีย์ หิ่งห้อย (2561) คือ ผู้ประกอบการควรขายสินค้าในราคาที่ไม่แพง เพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อสินค้าในราคา 500-1,000 บาท และความน่าเชื่อถือของเพจก็สำคัญมาก ผู้ประกอบการจึงต้องออกแบบหน้าเพจให้สวยงาม จูงใจลูกค้า 6. พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อสินค้าผ่านทางไลฟ์สดบนเว็บไซต์ออนไลน์เฟซบุ๊ก ซึ่งจะตรงกับ จุดารัตน์ ฟีสันเทียะ และ สุรเสกข์ พงษ์หาญยุทธ (2560) ที่ว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีความสำคัญ แต่ที่แตกต่าง คือ งานวิจัยนี้ยัง พบว่า สินค้าควรจะมีลักษณะแตกต่างจากคู่แข่งและไม่ควรตั้งราคาขายแพงจนเกินไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ผู้ประกอบการ ควรมุ่งเน้นการวัดผลการประกอบการจากยอดขายสินค้าและกำไรมากกว่าตัวชี้วัดอื่น เนื่องจากจะมีผลต่อการทำงานโดยตรงและเกิดผลดีกับผู้ประกอบการในการวางแผนการทำธุรกิจและการตลาดต่อไปในอนาคต

2. สินค้าที่ขายควรมีลักษณะที่แตกต่างไปจากสินค้าของคู่แข่งหรือสินค้าในท้องตลาด เนื่องจากจะมีโอกาสขายได้สูงกว่า ในขณะเดียวกันก็ควรจำหน่ายสินค้าในหลายช่องทาง ทั้งเฟซบุ๊กหรือช่องทางอื่น ๆ เช่น อินสตาแกรม ช้อปปี้ ลาซาด้า เป็นต้น ราคาขายก็ไม่ควรตั้งให้แพงเกินไป เพราะคู่แข่งหลายรายที่ใช้การส่งเสริมการขายโดยการลดราคาเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อจูงใจให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อโดยง่าย หมายความว่า ต้องกำหนดส่วนประสมการตลาดให้เหมาะสมกับลูกค้าเป้าหมาย

3. ผู้ประกอบการควรจะเอาใจใส่ลูกค้าประจำ เพราะลูกค้าประจำสามารถแนะนำลูกค้ารายใหม่มาให้เราได้โดยง่าย

4. การไลฟ์สดอาจเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการขายสินค้าในเฟซบุ๊ก เพราะมีลูกค้าบางกลุ่มชอบดูการไลฟ์สดและซื้อสินค้าจากการไลฟ์สด

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรวิจัยโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริโภครุ่นใหม่ถึงพฤติกรรมและความตั้งใจซื้อสินค้าในการไลฟ์สดในเฟซบุ๊ก

2. ควรวิจัยโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวการการประกอบการขายสินค้าในอินสตาแกรม

เอกสารอ้างอิง

กัลยารัตน์ ธีระธนชัยกุล. (2562). **การเป็นผู้ประกอบการและการสร้างธุรกิจใหม่.** กรุงเทพฯ: วี.พริ้นท์ (1991).

จุดารัตน์ ฟีสันเทียะ และ สุรเสกข์ พงษ์หาญยุทธ. (2560). **พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าผ่านทางไลฟ์สดบนเว็บไซต์ออนไลน์เฟสบุ๊ค.** วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ชนะ เทศทอง. (2556). **เปิดร้านออนไลน์บน Facebook.** 4th ed. นนทบุรี: ไอดีซีฯ.

ปิยภา แดงเดช. (2565). *กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลของผู้ประกอบการออนไลน์บนแพลทฟอร์มในประเทศไทย*. **วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์,** 1(1): 61-70.

ภาวินีย์ หิ่งห้อย. (2561). **การยอมรับเทคโนโลยี Facebook Live และความน่าเชื่อถือของเจ้าของ Page ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าบน Facebook.** วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ภาสกร แซ่มประเสริฐ. (2545). **การเปรียบเทียบภูมิหลัง และลักษณะความเป็นผู้ประกอบการระหว่างผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จสูงและต่ำ ในการดำเนินกิจการอุตสาหกรรมขนาดย่อมและขนาดกลาง ในจังหวัดเชียงใหม่.** ศูนย์ข้อมูลการวิจัย Digital “วช.”หน้า 13-16.

วารสารธนาคารกรุงไทย. (ม.ป.ป). **ตัวชี้วัดและการวัดผลความสำเร็จของการทำการตลาดออนไลน์.** ค้นเมื่อ 12 สิงหาคม 2565, จากhttps://sme.krungthai.com/sme/productListAction.action?command=getDetail&cateMenu=KNOWLEDGE&cateId=45&itemId=250

วิศิษฎ์ เกตุรัตนกุล และคณะ. (2562). *กลยุทธ์การแพร่ภาพสดผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ขายสินค้าแฟชั่นกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.* **วารสารนิเทศสยามปริทัศน์**, 18(24): 117-129.

สมทบ แก้วเชื้อ และคณะ. (2562). *ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล.* **วารสารวิชาการเทคโนโลยีอุตสาหกรรม,** 15(2): 33-44.

Aksarapak C. (2021). **SWOT Analysis คืออะไร สำคัญกับธุรกิจอย่างไร พร้อมตัวอย่างการวิเคราะห์**. ค้นเมื่อวันที่ 6 กันยายน 2564, จาก https: //contentshifu.com/blog/swot-analysis

Dave Chaffey and Fiona Ellis–Chadwick. (2019). **Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice,** 7th ed. Pearson.

Micheal R. Solomon. (2020). **Consumer Behavior: Buying Having and Being**. 13th ed. Pearson.

PeerPower Team. (2023)**. วิเคราะห์คู่แข่งด้วย Porter’s Five Forces Model**. ค้นเมื่อวันที่ 23 เมษายน 2566, จาก https: //www.peerpower.co.th/blog/smes/porters-five-forces-model/

Phillip Kotler, HermawanKartajaya and IwanSetiawan. (2021). **Marketing 5.0: Technology for Humanity.** John Wiley & Sons.

Stephanie Diamond. (2019). **Digital Marketing: All-In-One.** John Wiley & Sons.

แนวทางการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี

Guidelines for Learning Resources Management in the 21st Century in Schools under the Secondary Educational Service Area Office Nonthaburi

ญาติมา โกไสยสุวรรณ
นิสิต หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
E-mail: kosaisuwanyatima@gmail.com
ชลาภรณ์ สุวรรณสัมฤทธิ์
อาจารย์ประจำหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิตวิชาชีพครู มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
E-mail: chsuwa@rpu.ac.th
Yatima Kosaisuwan
Student, Master of Education in Educational Administration, Rajapruk University
Chalabhorn Suwansumrit
Lecturer, Graduate Diploma in Teaching Profession, Rajapruk University

รับเข้า: *30 เมษายน 2566* **แก้ไข:** *12 พฤษภาคม 2566* **ตอบรับ:** *16 พฤษภาคม 2566*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ตามความคิดเห็นของผู้บริหารโรงเรียน และครู 2) เปรียบเทียบสภาพการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในโรงเรียน จำแนกตามอายุ ประสบการณ์ในการทำงาน ขนาดของโรงเรียน 3) ศึกษาแนวทางการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในโรงเรียน มีวิธีดำเนินการวิจัย 2 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาสภาพการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในโรงเรียน กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริหาร และครูในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี จำนวน 318 คน ได้มาโดยสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่น 0.98 และสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ค่า LSD และขั้นตอนที่ 2 นำเสนอแนวทางการพัฒนาการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน ที่เลือกแบบเจาะจง เครื่องมือ คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และวิเคราะห์โดยการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย พบว่า 1) สภาพการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 โดยรวมอยู่ในระดับมาก ขั้นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ขั้นการวางแผนการจัดการแหล่งเรียนรู้ รองลงมา คือ ขั้นการดำเนินงานตามแผนการจัดการแหล่งเรียนรู้ ขั้นการตรวจสอบ ติดตาม ประเมินผลการจัดการแหล่งเรียนรู้ และขั้นที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ขั้นการสรุป พัฒนาแหล่งเรียนรู้ 2) ผู้บริหารโรงเรียน และครูที่มีอายุ ประสบการณ์ในการทำงานต่างกัน มีความคิดเห็นต่อสภาพการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในโรงเรียน โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้บริหารโรงเรียน และครูที่ปฏิบัติงานในโรงเรียนที่มีขนาดต่างกัน มีความคิดเห็นต่อสภาพการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในโรงเรียน ไม่แตกต่างกัน 3) แนวทางการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ประกอบด้วย ขั้นการวางแผนการจัดการแหล่งเรียนรู้ ขั้นการดำเนินงานตามแผนการจัดการแหล่งเรียนรู้ ขั้นการตรวจสอบ ติดตาม ประเมินผลการจัดการแหล่งเรียนรู้ ขั้นการสรุป พัฒนาแหล่งเรียนรู้

คำสำคัญ: การจัดการแหล่งเรียนรู้ ศตวรรษที่ 21

Abstract

The objectives of this research were to 1) study learning resource management in the 21st century according to the opinions of school administrators and teachers, 2) compare learning resource management in the 21st century in schools classified by age, work experience, and the size of the school, and 3) study the guidelines for learning resource management in the 21st century in schools. The research procedure included two stages. The first stage was a study of learning resource management in the 21st century in schools. The sample consisted of 318 school administrations and teachers under the Secondary Educational Service Area Office Nonthaburi. The research instrument employed was a questionnaire. The reliability of the questionnaire was at 0.98. Statistical analysis was conducted using mean, standard deviation, One-way ANOVA, and LSD. The second stage was to present guidelines for developing learning resource management in the 21st century in schools. The key informants, obtained from purposive sampling, included 5 experts. The research instrument was a semi-structured interview and analyzed the data with content analysis techniques.

The research results were as follows: 1) The overall learning resource management in the 21st century in schools was at a high level. The step with the highest average value was the learning center management planning step, followed by the implementation

step according to the learning center management plan, and the level with the lowest average was the conclusion and development of learning resources, 2) School administrators and teachers with different ages and work experience had different opinions on the learning resource management in the 21st century in schools overall at statistical significance at the .05 level, the different sizes of the schools had no different opinion, and 3) Guidelines for learning resource management in the 21st century consist of planning for learning resource management, implementing the learning resource management plan, inspecting, monitoring, evaluating, concluding, and developing the learning resources.

Keywords: learning resources management, 21st Century

บทนำ

แหล่งเรียนรู้มีความสำคัญในการสร้างให้ผู้เรียนเกิดกระบวนการเรียนรู้ และสามารถสัมผัสเพื่อนำสู่การปฏิบัติจริง เพื่อประโยชน์ในกระบวนการเรียนการสอนในด้านความคิดสร้างสรรค์ และทักษะเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติในชีวิตประจำวัน ทั้งนี้ศตวรรษที่ 21 ถือเป็นช่วงเวลาที่ท้าทายความสามารถของคน เพราะเป็นยุคที่โลกต้องการความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว (ดวงสมร พิชัยคำ, 2562) นอกจากนี้ การพัฒนาทางเทคโนโลยีและการสื่อสาร เพื่อการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 เป็นความจำเป็น เนื่องจากเครื่องมือที่ใช้ในการเรียนรู้ การดำเนินชีวิตมีลักษณะเป็นเครือข่ายเพื่อสร้างชุมชน ทำงานร่วมกัน ติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน และเผยแพร่สารสนเทศอยู่ในรูปแบบดิจิทัลทั้งสิ้น ดังนั้นการส่งเสริมการเรียนรู้ด้านการรู้สารสนเทศ สื่อ และเทคโนโลยีที่อยู่ในรูปแบบดิจิทัลจึงมีความสำคัญต่อการอยู่รอดในยุคดิจิทัลที่ผู้เรียนสามารถใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีดิจิทัลในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ดังนั้นการให้บริการสารสนเทศ สื่อ และเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับผู้เรียนแบบเรียนร่วม จึงนับว่ามีความสำคัญมากกับการจัดการเรียนร่วมให้ประสบความสำเร็จ มีความเหมาะสมกับผู้เรียนที่มีความต้องการพิเศษและผู้เรียนแบบปกติที่จะส่งเสริมการเรียนรู้ร่วมกันได้ในศตวรรษที่ 21 (ฐิติยา เนตรวงษ์, 2562)

การจัดการแหล่งเรียนรู้ เป็นงานหนึ่งในขอบข่ายงานบริหารวิชาการที่ผู้บริหารโรงเรียนจะต้องจัดการให้มีคุณภาพ มีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้เรียน ซึ่งสามารถนำหลักการของวงจรคุณภาพเดมมิ่ง (PDCA) มาใช้ได้ ซึ่งหลักการของวงจรคุณภาพเดมมิ่ง (PDCA) คือ กระบวนการดำเนินงานเป็นขั้นตอนต่อเนื่องที่ส่งผลให้งานที่กระทำอยู่นั้นมีคุณภาพดีขึ้น โดยการดำเนินงานประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ 1) การวางแผน (Planning) 2) การปฏิบัติ (Doing) 3) การ

ตรวจสอบ (Checking) และ 4) การปรับปรุง (Action) เมื่อใช้หลักการดังกล่าวในการปรับปรุงงานอย่างต่อเนื่องแล้วจะส่งผลให้งานที่กระทำอยู่นั้นมีคุณภาพต่อไป หรือเกิดการพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ชนมณี ศิลานุกิจ, 2561) เมื่อนำมาประยุกต์ใช้กับการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในโรงเรียน จึงประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ การจัดการแหล่งเรียนรู้ภายในโรงเรียน ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ 1) การวางแผนการจัดการแหล่งเรียนรู้ (Plan) 2) การดำเนินงานตามแผนการจัดการแหล่งเรียนรู้ (Do) 3) การตรวจสอบ ติดตาม และประเมินผลการจัดการแหล่งเรียนรู้ (Check) และ 4) การสรุปและพัฒนาแหล่งเรียนรู้ (Action)

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี มีหน้าที่ส่งเสริม สนับสนุนการจัดการศึกษาของโรงเรียนในสังกัด โดยให้ความสำคัญกับการยกระดับคุณภาพการศึกษาให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในศตวรรษที่ 21 สร้างและพัฒนาแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลาย มีสาระที่ทันสมัยสอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียนทุกกลุ่ม เข้าถึงได้ง่ายทั้งพื้นที่กายภาพ และพื้นที่เสมือนจริง สร้างสื่อการเรียนรู้ที่ไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง ดังนั้นโรงเรียนในสังกัดจึงตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 โดยจัดแหล่งเรียนรู้ที่มีหลากหลาย ตัวอย่างแหล่งเรียนรู้ในโรงเรียน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี เช่น ห้องสมุดโรงเรียน ศูนย์บริการเทคโนโลยีสารสนเทศ ห้องแหล่งเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ ห้องศูนย์แหล่งเรียนรู้ ห้องมัลติมีเดีย ห้องคอมพิวเตอร์ สวนพฤกษศาสตร์โรงเรียน สวนวรรณคดีไทย ห้องดนตรี สนามกีฬา ฯลฯ (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี, 2565) แต่อย่างไรก็ตาม กลับพบว่า ครูและนักเรียนมีการใช้แหล่งเรียนรู้ไม่มากเท่าที่ควร อาจเนื่องมาจากโรงเรียนยังไม่ได้ส่งเสริมและสนับสนุนให้นักเรียนใช้แหล่งเรียนรู้ภายในและภายนอกโรงเรียน ตลอดจนสื่อจากแหล่งเรียนรู้ในอินเทอร์เน็ตประเภทต่าง ๆ เช่น คลิปวิดีโอคลิปการสอน ฯลฯ เท่าที่ควร อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ไม่ครอบคลุมทุกระดับชั้นเรียน เช่น จอโทรทัศน์ จอโปรเจคเตอร์ เครื่องขยายเสียง และจุดรับสัญญาณอินเทอร์เน็ต ส่งผลให้ผู้เรียนบางกลุ่มไม่สามารถเข้าถึงการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพและไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลออนไลน์ได้ และพบว่า ห้องเรียนมีอุปกรณ์ที่ชำรุด ประกอบกับสถานศึกษาขาดเจ้าหน้าที่หลักในการซ่อมบำรุง และใช้ระยะเวลานานในการดำเนินการ ส่งผลให้ระบบการเรียนการสอนขาดประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังขาดการประเมินผลและรายงานผลการจัดระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องอีกด้วย (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี, 2565)

ความสำคัญและปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาแนวทางการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี เพื่อให้ได้แนวทางการพัฒนาการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในโรงเรียน ที่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงและสามารถนำไปสนับสนุนการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ที่มุ่งพัฒนาผู้เรียน ทั้งในด้านความรู้สาระวิชาหลัก และทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ซึ่งประกอบด้วย ทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม ทักษะ

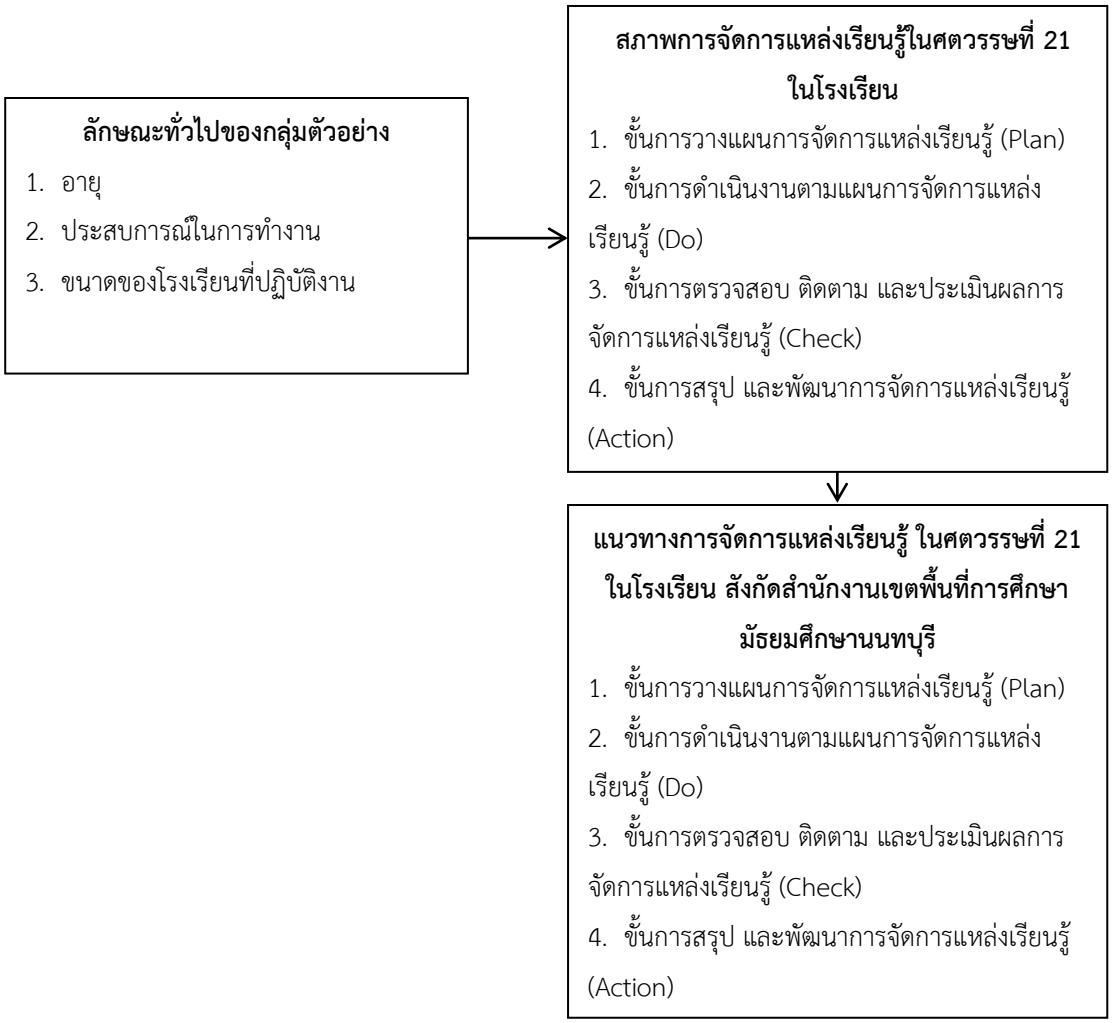
ชีวิตและอาชีพ และทักษะด้านสารสนเทศ สื่อและเทคโนโลยี ซึ่งเป็นภาระหน้าที่ที่สำคัญของโรงเรียนที่จะต้องรับผิดชอบจัดการศึกษาให้ประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี ตามความคิดเห็นของผู้บริหารโรงเรียน และครู
2. เพื่อเปรียบเทียบสภาพการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี ตามความคิดเห็นของผู้บริหารโรงเรียน และครู จำแนกตามอายุ ประสบการณ์ในการทำงาน และขนาดของโรงเรียน
3. เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยโดยใช้หลักการของวงจรคุณภาพเดมมิ่ง (PDCA) การจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในโรงเรียน ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การวางแผนการจัดการแหล่งเรียนรู้ (Plan) 2) การดำเนินงานตามแผนการจัดการแหล่งเรียนรู้ (Do) 3) การตรวจสอบ ติดตาม และประเมินผลการจัดการแหล่งเรียนรู้ (Check) และ 4) การสรุป และพัฒนาการจัดการแหล่งเรียนรู้ (Action) (Deming อ้างถึงใน ไพโรจน์ คะเชนทร์, 2558) แสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยกำหนดวิธีการวิจัย แบ่งเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาสภาพการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี ตามความคิดเห็นของผู้บริหารโรงเรียน และครู เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารโรงเรียน และครูในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี จำนวน 1,830 คน (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี, 2565)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารโรงเรียน และครูในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี รวมทั้งสิ้น จำนวน 318 คน จำแนกเป็นผู้บริหารโรงเรียน จำนวน 18 คน และครู จำนวน 300 คน กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยตามตารางของ Krejcie and Morgan ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และ อัจฉรา ชำนิประศาสน์, 2562) โดยสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) ตามขนาดโรงเรียน จากโรงเรียน 18 โรงเรียน ประกอบด้วยโรงเรียนขนาดใหญ่พิเศษ 9 โรงเรียน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 221 คน โรงเรียนขนาดใหญ่ 4 โรงเรียน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 63 คน และโรงเรียนขนาดกลางและขนาดเล็ก 5 โรงเรียน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 34 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้าง และพัฒนาขึ้น แบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ อายุ ประสบการณ์ในการทำงาน และขนาดของโรงเรียนที่ปฏิบัติงาน

ตอนที่ 2 สภาพการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี ตามความคิดเห็นของผู้บริหารโรงเรียน และครู ซึ่งมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ โดยมีข้อคำถามเกี่ยวกับสภาพการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 จำนวนข้อคำถามทั้งสิ้น 26 ข้อ ข้อคำถามประกอบด้วย 1) การวางแผนการจัดการแหล่งเรียนรู้ (Plan) จำนวน 6 ข้อ 2) การดำเนินงานตามแผนการจัดการแหล่งเรียนรู้ (Do) จำนวน 8 ข้อ 3) การตรวจสอบ ติดตาม และประเมินผลการจัดการแหล่งเรียนรู้ (Check) จำนวน 6 ข้อ และ 4) การสรุป และพัฒนาการจัดการแหล่งเรียนรู้ (Action) จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ มีลักษณะเป็นคำตอบแบบปลายเปิด

การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ศึกษาเอกสาร หนังสือ ตำรา และวารสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการแหล่งเรียนรู้ การจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 บริบทการบริหารแหล่งเรียนรู้ของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย และสร้างแบบสอบถาม

2. สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามแนวคิดของ Likerts (1967)

3. นำแบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี ให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการประเมินผลตามสภาพจริง จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ความถูกต้องของภาษา ความ

สมบูรณ์ครบถ้วนตามนิยามของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง หาค่า IOC (The Index of Item-Objective Congruence) โดยค่า IOC รายข้ออยู่ระหว่าง 0.67–1.00

4. นำแบบสอบถามไปหาค่าความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถามกับครูในโรงเรียนโพธินิมิตวิทยาคม สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขตนนทบุรี จำนวน 30 คน ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง พบว่า ขั้นการวางแผนการจัดการแหล่งเรียนรู้ มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.90 และมีค่าอำนาจจำแนก อยู่ระหว่าง 0.67–0.81 ขั้นการดำเนินงานตามแผนการจัดการแหล่งเรียนรู้ มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.95 และมีค่าอำนาจจำแนก อยู่ระหว่าง 0.75–0.86 ขั้นการตรวจสอบ ติดตาม และประเมินผลการจัดการแหล่งเรียนรู้ มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.94 และมีค่าอำนาจจำแนก อยู่ระหว่าง 0.78–0.87 และขั้นการสรุปและพัฒนาแหล่งเรียนรู้มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.94 และมีค่าอำนาจจำแนก อยู่ระหว่าง 0.78–0.87 ซึ่งสามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้ทุกข้อคำถาม ซึ่งถือว่ามีคุณภาพเพราะมีค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงมากกว่า 0.70 และค่าอำนาจจำแนกมีค่ามากกว่า 0.20 ตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้

5. นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ขอหนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลจากหลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

2. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูล 2 วิธี คือ 1) ส่งหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และแบบสอบถามไปยังโรงเรียนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง และ 2) ส่งหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลทางออนไลน์ และใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยสร้างแบบสอบถามออนไลน์ โดยใช้ Google Forms จนครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

3. นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม และแบบสอบถามออนไลน์โดยใช้ Google Forms มาตรวจสอบความครบถ้วน ถูกต้อง ได้จำนวน 318 คน คิดเป็นร้อยละ 100 จากนั้นจึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ อายุ ประสบการณ์ในการทำงาน และขนาดของโรงเรียนที่ปฏิบัติงาน ด้วยการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2. วิเคราะห์สภาพการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี ตามความคิดเห็นของผู้บริหารโรงเรียน และครู โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) โดยกำหนดเกณฑ์ตามคะแนนเฉลี่ยดังนี้

4.50 ขึ้นไป หมายถึง มีการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 อยู่ในระดับมากที่สุด

3.50-4.49 หมายถึง มีการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 อยู่ในระดับมาก

2.50-3.49 หมายถึง มีการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 อยู่ในระดับปานกลาง

1.50-2.49 หมายถึง มีการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 อยู่ในระดับน้อย

ต่ำกว่า 1.50 หมายถึง มีการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในระดับน้อยที่สุด

3. เปรียบเทียบสภาพการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี จำแนกตามอายุ ประสบการณ์ และขนาดของโรงเรียน โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) โดยกำหนดมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และกรณีความแปรปรวนเท่ากันจึงเลือกใช้การเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี LSD (The Least Significant Difference)

4. วิเคราะห์ข้อเสนอแนะด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ขั้นตอนที่ 2 นำเสนอแนวทางการพัฒนาการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรีเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยมีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน ได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้ที่มีคุณสมบัติ คือ 1) ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการสารสนเทศที่มีประสบการณ์ในการบริหารงาน 5 ปีขึ้นไป และมีวุฒิการศึกษาปริญญาเอก จำนวน 1 คน และ 2) ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารสถานศึกษา และการนิเทศการศึกษา ที่มีประสบการในการบริหารงาน 3 ปีขึ้นไป และมีวุฒิการศึกษาปริญญาโทขึ้นไป จำนวน 4 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยขั้นตอนนี้เป็นแบบสัมภาษณ์เรื่อง แนวทางการพัฒนาการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในโรงเรียน ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง

ขั้นตอนการสร้างและทดสอบเครื่องมือ

นำผลการวิเคราะห์สภาพการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในโรงเรียน ในขั้นตอนที่ 1 มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด 3 ลำดับสุดท้ายของแต่ละขั้น มาเป็นประเด็นในการสร้างแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง แล้วนำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา และภาษาที่ใช้ จากนั้นจึงนำมาปรับปรุงตามคำแนะนำ และข้อเสนอแนะ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยขอหนังสือจากหลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ที่เลือกไว้

2. ผู้วิจัยนำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยและแบบการสัมภาษณ์ ดำเนินการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง

3. ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลแล้วสรุปเป็นแนวทางการพัฒนาการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์สภาพการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี ตามความคิดเห็นของผู้บริหารโรงเรียน และครู แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสภาพการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี ตามความคิดเห็นของผู้บริหารโรงเรียน และครู ในภาพรวม

(n=318)

สภาพการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในโรงเรียน	$\bar{x}$	SD	แปลผล	ลำดับ
1. ขั้นการวางแผนการจัดการแหล่งเรียนรู้ (Plan)	4.36	0.53	มาก	1
2. ขั้นการดำเนินงานตามแผนการจัดการแหล่งเรียนรู้ (Do)	4.33	0.58	มาก	2
3. ขั้นการตรวจสอบ ติดตาม และประเมินผลการจัดการแหล่งเรียนรู้ (Check)	4.32	0.61	มาก	3
4. ขั้นการสรุป และพัฒนาแหล่งเรียนรู้ (Action)	4.27	0.65	มาก	4
ภาพรวม	**4.32**	**0.52**	**มาก**	**-**

จากตารางที่ 2 พบว่า สภาพการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี ตามความคิดเห็นของผู้บริหารโรงเรียน และครูในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$=4.32, SD=0.52) โดยขั้นตอนที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ขั้นการวางแผนการจัดการแหล่งเรียนรู้ ($\bar{x}$=4.36, SD=0.53) รองลงมา คือ ขั้นการดำเนินงานตามแผนการจัดการแหล่งเรียนรู้ ($\bar{x}$=4.33, SD=0.58) ขั้นการตรวจสอบ ติดตาม และประเมินผลการจัดการแหล่งเรียนรู้ ($\bar{x}$=4.32, SD=0.61) และขั้นที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ขั้นการสรุป และพัฒนาแหล่งเรียนรู้ ($\bar{x}$=4.27, SD=0.65) ตามลำดับ

2. ผลการเปรียบเทียบสภาพการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี ตามความคิดเห็นของผู้บริหารโรงเรียน และครู จำแนกตามอายุ ประสบการณ์ในการทำงาน และขนาดของโรงเรียน แสดงดังตารางที่ 2–4

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวสภาพการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี ตามความคิดเห็นของผู้บริหารโรงเรียน และครู จำแนกตามอายุ

(n=318)

สภาพการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21	อายุ								F	p-value
	น้อยกว่า 30 ปี		30-40 ปี		41-50 ปี		มากกว่า 50 ปี			
	$\bar{x}$	SD	$\bar{x}$	SD	$\bar{x}$	SD	$\bar{x}$	SD		
1. ขั้นการวางแผนการจัดการแหล่งเรียนรู้	4.39	0.55	4.36	0.54	4.44	0.47	4.03	0.50	3.824*	.010
2. ขั้นการดำเนินงานตามแผนการจัดการแหล่งเรียนรู้	4.34	0.60	4.37	0.57	4.44	0.47	3.86	0.55	6.968*	.000
3. ขั้นการตรวจสอบติดตาม และประเมินผลการจัดการ แหล่งเรียนรู้	4.32	0.69	4.33	0.60	4.46	0.41	3.95	0.61	4.078*	.007
4. ขั้นการสรุป และพัฒนาแหล่งเรียนรู้	4.30	0.69	4.30	0.65	4.27	0.54	4.02	0.71	1.430	.234
ภาพรวม	**4.34**	**0.57**	**4.34**	**0.52**	**4.40**	**0.38**	**3.96**	**0.55**	**4.559***	**.004**

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้บริหารโรงเรียน และครูที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อสภาพการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาแต่ละขั้นตอน พบว่า ขั้นการวางแผนการจัดการแหล่งเรียนรู้ ขั้นการดำเนินงานตามแผนการจัดการแหล่งเรียนรู้ และขั้นการตรวจสอบติดตาม และประเมินผล การจัดการแหล่งเรียนรู้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนขั้นการสรุป และพัฒนาแหล่งเรียนรู้ ไม่ต่างกัน

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวสภาพการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน

(n=318)

สภาพการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21	ประสบการณ์ในการทำงาน								F	p-value
	น้อยกว่า 10 ปี		10-15 ปี		16-20 ปี		มากกว่า 20 ปี			
	$\bar{x}$	SD	$\bar{x}$	SD	$\bar{x}$	SD	$\bar{x}$	SD		
1. ขั้นการวางแผนการจัดการแหล่งเรียนรู้	4.33	0.49	4.41	0.59	4.52	0.43	4.05	0.43	6.773*	.000
2. ขั้นการดำเนินงานตามแผนการจัดการแหล่งเรียนรู้	4.32	0.62	4.40	0.58	4.46	0.41	4.00	0.51	5.976*	.001
3. ขั้นการตรวจสอบติดตาม และประเมินผลการจัดการแหล่งเรียนรู้	4.24	0.68	4.41	0.61	4.45	0.40	4.06	0.52	4.841*	.003
4. ขั้นการสรุป และพัฒนาแหล่งเรียนรู้	4.25	0.71	4.34	0.66	4.31	0.52	.07	0.58	1.997	.114
ภาพรวม	**4.28**	**0.55**	**4.39**	**0.54**	**4.43**	**0.36**	**4.04**	**0.46**	**5.626***	**.001**

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้บริหารโรงเรียน และครูที่มีประสบการณ์ในการทำงานต่างกัน มีความคิดเห็นต่อสภาพการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาแต่ละขั้นตอน พบว่า ขั้นการวางแผนการจัดการแหล่งเรียนรู้ ขั้นการดำเนินงานตามแผนการจัดการแหล่งเรียนรู้ และขั้นการตรวจสอบ ติดตาม และประเมินผลการจัดการแหล่งเรียนรู้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนขั้นการสรุป และพัฒนาแหล่งเรียนรู้ ไม่ต่างกัน

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนสภาพการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี จำแนกตามขนาดของโรงเรียน

(n=318)

สภาพการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21	ขนาดของโรงเรียน						F	p-value
	ขนาดใหญ่พิเศษ		ขนาดใหญ่		ขนาดกลางและขนาดเล็ก			
	$\bar{x}$	SD	$\bar{x}$	SD	$\bar{x}$	SD		
1. ขั้นการวางแผน การจัดการแหล่งเรียนรู้	4.32	0.59	4.42	0.37	4.43	0.40	1.228	.294
2. ขั้นการดำเนินงานตามแผนการจัดการแหล่งเรียนรู้	4.31	0.63	4.43	0.40	4.28	0.46	1.270	.282
3. ขั้นการตรวจสอบ ติดตาม และประเมินผลการจัดการ แหล่งเรียนรู้	4.27	0.67	4.46	0.36	4.37	0.49	2.382	.094
4. ขั้นการสรุป และพัฒนาแหล่งเรียนรู้	4.22	0.70	4.43	0.46	4.35	0.56	3.005	.051
ภาพรวม	**4.28**	**0.58**	**4.44**	**0.31**	**4.36**	**0.41**	**2.249**	**.107**

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้บริหารโรงเรียน และครูที่ปฏิบัติงานในโรงเรียนที่มีขนาดต่างกัน มีความคิดเห็นต่อสภาพการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี โดยรวม และรายขั้น ไม่แตกต่างกัน

3. แนวทางการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี ได้จากข้อมูล 2 ส่วน คือ ข้อมูลจากข้อเสนอแนะ และข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน มีรายละเอียดดังนี้

3.1 ขั้นการวางแผนการจัดการแหล่งเรียนรู้ (Plan) มีรายการปฏิบัติ 13 รายการ ดังนี้

1) โรงเรียนควรศึกษาเนื้อหาและจุดประสงค์กิจกรรมการเรียนการสอน รวมถึงบริบทของนักเรียนเพื่อวางแผนการจัดการแหล่งเรียนรู้ 2) โรงเรียนควรกำหนดวิสัยทัศน์ ภารกิจ และเป้าหมายเกี่ยวกับการจัดการแหล่งเรียนรู้ร่วมกัน 3) โรงเรียนควรสำรวจแหล่งเรียนรู้ที่เหมาะสมกับทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 4) โรงเรียนควรจัดประชุมร่วมกันระหว่างผู้บริหารสถานศึกษา ครู คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานเพื่อวางแผนการจัดการแหล่งเรียนรู้ 5) ผู้บริหารโรงเรียนควรจัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาแหล่งเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ซึ่งประกอบด้วย ผู้บริหารสถานศึกษา ครู คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน ผู้นำชุมชน และปราชญ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมกันวางแผน วิเคราะห์ความพร้อมในการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในสถานศึกษา 6) ผู้บริหารโรงเรียน

ควรสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องให้ชุมชนได้ตระหนักว่าการจัดการแหล่งเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของผู้เรียนเป็นหน้าที่ของทุกคนในชุมชน เพื่อให้การช่วยเหลือหรือการมีส่วนร่วมเกิดจากความเต็มใจอย่างแท้จริง 7) โรงเรียนควรประชาสัมพันธ์ให้ชุมชนได้ร่วมรับรู้ถึงแผนจัดการแหล่งเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของผู้เรียน โดยใช้ช่องทางที่หลากหลาย เช่น เว็บไซต์ของโรงเรียน Facebook, Line เป็นต้น พร้อมกับเปิดโอกาสให้ชุมชนได้ร่วมแสดงความคิดเห็นในช่องทางดังกล่าวด้วย 8) ผู้บริหารโรงเรียนควรแต่งตั้งบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศรับผิดชอบงานรวบรวม จัดเก็บข้อมูลแหล่งเรียนรู้ที่สอดคล้องกับการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 จาก Big Data 9) บุคลากรที่ได้รับการแต่งตั้งควรรวบรวม จัดเก็บข้อมูลแหล่งเรียนรู้ที่สอดคล้องกับการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 จาก Big Data อย่างเป็นระบบ 10) ผู้บริหารโรงเรียนควรนำข้อมูลแหล่งเรียนรู้ที่สอดคล้องกับการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ที่จัดเก็บจาก Big Data ทั้งหมดออกมาวิเคราะห์ ทั้งในเรื่องพื้นฐานของโรงเรียน นักเรียน ครู บุคลากร อาคาร ครุภัณฑ์ โครงสร้างเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ปัญหา และอุปสรรค เพื่อวางแผนพัฒนาแหล่งเรียนรู้ต่อไป 11) โรงเรียนควรศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหา และความต้องการจำเป็นของการจัดการแหล่งเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของผู้เรียน 12) โรงเรียนควรนำข้อมูลจากการศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหา และความต้องการจำเป็นของการจัดการแหล่งเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของผู้เรียนที่ได้ ไปกำหนดนโยบายการจัดการแหล่งเรียนรู้ที่เหมาะสมกับสภาพปัจจุบันที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้เรียนสู่ศตวรรษที่ 21 และ 13) ผู้บริหารโรงเรียนควรประกาศนโยบายการจัดการแหล่งเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ต่อครู หน่วยงานต้นสังกัด และสาธารณชน โดยใช้ช่องทางที่หลากหลาย เช่น เว็บไซต์ Facebook, Line เป็นต้น

3.2 ขั้นการดำเนินงานตามแผนการจัดการแหล่งเรียนรู้ (Do) มีรายการปฏิบัติ 13 รายการ ดังนี้ 1) โรงเรียนควรดำเนินงานตามแผนที่วางไว้ โดยคำนึงถึงประโยชน์ของนักเรียน 2) ครูควรจัดการเรียนการสอนด้วยแหล่งเรียนรู้ที่เหมาะสม 3) ครูควรจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบยืดหยุ่น และให้ความสำคัญกับความแตกต่างระหว่างบุคคล 4) ผู้บริหารโรงเรียนควรดำเนินการโดยจัดทำคำสั่ง บันทึก เอกสารคู่มือ ปฏิทินงาน และเอกสารอื่น ๆ และดำเนินการตามกำหนดการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ 5) ผู้บริหารโรงเรียนควรจัดทำโครงการ และจัดสรรงบประมาณเพื่อการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ที่เอื้อต่อการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 6) โรงเรียนควรระดมทุนจากชุมชนเพื่อจัดหาอุปกรณ์ และโครงสร้างพื้นฐานของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) เพื่อพัฒนาแหล่งเรียนรู้ที่เอื้อต่อการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 7) ผู้บริหารโรงเรียนควรมอบหมายให้ครูหรือบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถทางเทคโนโลยีสารสนเทศจัดทำวิธีการใช้แหล่งเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของผู้เรียนในรูปแบบดิจิทัล เช่น อินโฟกราฟฟิก เว็บไซต์ เป็นต้น 8) ผู้บริหารโรงเรียนควรส่งเสริมให้ครูและบุคลากรเข้ารับการอบรมเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับวิธีการใช้แหล่งเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะแห่ง

ศตวรรษที่ 21 ของผู้เรียนในรูปแบบดิจิทัล เช่น อินโฟกราฟฟิก เว็บไซต์ เป็นต้น 9) ผู้บริหารโรงเรียนควรส่งเสริมให้ครูใช้แหล่งเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของผู้เรียนในรูปแบบดิจิทัล เช่น อินโฟกราฟฟิก เว็บไซต์ เป็นต้น เพื่อให้เกิดความชำนาญในวิธีการใช้แหล่งเรียนรู้ในรูปแบบที่หลากหลาย 10) ผู้บริหารโรงเรียนควรมอบหมายให้ครูหรือบุคลากรรับผิดชอบ ดูแล รักษาแหล่งเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของผู้เรียนให้มีสภาพพร้อมสำหรับให้บริการอย่างชัดเจน 11) ผู้บริหารโรงเรียนควรประสานความร่วมมือกับชุมชนในด้านงบประมาณ ด้านบุคลากร และวัสดุอุปกรณ์ในการขอความอนุเคราะห์ซ่อมแซม ดูแลรักษาแหล่งเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของผู้เรียน เมื่อต้องมีการซ่อมแซม พัฒนา ปรับปรุงให้มีสภาพพร้อมใช้งานอยู่เสมอ 12) ผู้บริหารโรงเรียนควรจัดสรรงบประมาณสำหรับการดูแล รักษาแหล่งเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของผู้เรียนให้มีสภาพพร้อมสำหรับให้บริการอย่างพอเพียง และ 13) ครูหรือบุคลากรที่มีหน้าที่รับผิดชอบ ดูแล รักษาแหล่งเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของผู้เรียนดำเนินงานดูแลรักษาและทำข้อมูลสารสนเทศให้เป็นปัจจุบันและพร้อมให้บริการอยู่เสมอ

3.3 ขั้นการตรวจสอบ ติดตาม และประเมินผลการจัดการแหล่งเรียนรู้ (Check) มีรายการปฏิบัติ 11 รายการ ดังนี้ 1) ผู้บริหารโรงเรียนควรประเมินผลการพัฒนาแหล่งเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง 2) ผู้บริหารโรงเรียนควรกำกับติดตามการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ 3) ผู้บริหารโรงเรียนควรติดตามตรวจสอบ เพื่อปรับปรุงแก้ไขการพัฒนาแหล่งเรียนรู้อยู่เสมอ 4) ผู้บริหารโรงเรียนควรประเมินผลการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ด้วยวิธีการที่หลากหลาย 5) ผู้บริหารโรงเรียนควรส่งเสริมให้ครูและบุคลากรได้พัฒนาทักษะการสร้างสื่อดิจิทัล หรือการนำเสนอในรูปแบบ อินโฟกราฟฟิก เว็บไซต์ Facebook, Line เพื่อที่จะนำทักษะดังกล่าวรายงานผลการใช้แหล่งเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ 6) ผู้บริหารโรงเรียนควรรายงานผลการใช้แหล่งเรียนรู้ในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น อินโฟกราฟฟิก เว็บไซต์ Facebook, Line เป็นต้น เพื่อให้หน่วยงานต้นสังกัด และชุมชนเข้าถึงได้อย่างสะดวก รวดเร็ว 7) ผู้บริหารโรงเรียนควรสรรหาครูหรือบุคลากรที่มีความรู้ ความเข้าใจด้านเทคโนโลยีเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการประเมินการใช้แหล่งเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของผู้เรียน 8) ผู้บริหารโรงเรียนแต่งตั้งผู้ที่มีความรู้ ความเข้าใจด้านเทคโนโลยีเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการประเมินการใช้แหล่งเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของผู้เรียน 9) โรงเรียนควรจัดทำเครื่องมือในการนิเทศการใช้แหล่งเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ที่ได้มาตรฐาน เหมาะสมกับบริบทของโรงเรียน และมีความหลากหลาย 10) โรงเรียนควรกำหนดวิธีการในการนิเทศการใช้แหล่งเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ที่หลากหลายทั้งออนไลน์ และออนไซต์ และ 11) ผู้บริหารโรงเรียนติดตามการใช้แหล่งเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 อย่างต่อเนื่อง

3.4 ขั้นการสรุป และพัฒนาแหล่งเรียนรู้ (Action) มีรายการปฏิบัติ 9 รายการ ดังนี้ 1) โรงเรียนควรสรุปข้อมูลที่ได้จากการประเมินผลการจัดการแหล่งเรียนรู้มาพัฒนาแหล่งเรียนรู้ที่เอื้อ

ต่อการพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 2) โรงเรียนควรจัดทำรายงานการประเมินผลการจัดการแหล่งเรียนรู้เพื่อรายงานหน่วยงานต้นสังกัด 3) โรงเรียนควรนำเสนอการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ต่อสาธารณชนในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ Facebook เป็นต้น 4) ผู้บริหารโรงเรียนควรแต่งตั้งคณะกรรมการวิเคราะห์ข้อมูลปัญหาของการจัดการแหล่งเรียนรู้ที่เอื้อต่อการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 5) ผู้บริหารโรงเรียนควรนำข้อมูลสารสนเทศเพื่อการตัดสินใจในการวางแผนจัดการแหล่งเรียนรู้มาเป็นแนวทางในการแก้ไขและพัฒนาแหล่งเรียนรู้ที่เอื้อต่อการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 6) ผู้บริหารโรงเรียนควรส่งเสริมให้มีการวิจัยและพัฒนาการจัดการแหล่งเรียนรู้ที่เอื้อต่อการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 อย่างต่อเนื่อง 7) ผู้บริหารโรงเรียนควรนำการวิจัยและพัฒนาการจัดการแหล่งเรียนรู้ที่เอื้อต่อการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ไปใช้เป็นแนวทางในการจัดการแหล่งเรียนรู้ที่เอื้อต่อการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น 8) ผู้บริหารโรงเรียนควรแต่งตั้งครูหรือบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารรับผิดชอบการวิเคราะห์ข้อมูลการใช้แหล่งเรียนรู้ภายในสถานศึกษา และ 9) ผู้บริหารโรงเรียนควรจัดระบบโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และระบบคอมพิวเตอร์เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการใช้แหล่งเรียนรู้ภายในสถานศึกษา

อภิปรายผล

1. จากผลการวิจัยที่พบว่า สภาพการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริหารโรงเรียนส่วนใหญ่ตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 โดยแหล่งเรียนรู้มีความสำคัญในการสร้างให้ผู้เรียนเกิดกระบวนการเรียนรู้ และสามารถสัมผัสเพื่อนำสู่การปฏิบัติจริง เพื่อประโยชน์ในกระบวนการเรียนการสอนในด้านความคิดสร้างสรรค์ ทักษะเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติในชีวิตประจำวัน ตลอดจนทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 จึงทำให้ผลการวิเคราะห์สภาพการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาณุพันธ์ พรมสวัสดิ์ (2564) เรื่อง สภาพการบริหารแหล่งเรียนรู้ของโรงเรียนปากช่อง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 31 จังหวัดนครราชสีมา ที่พบว่า สภาพการบริหารแหล่งเรียนรู้ของโรงเรียนปากช่อง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 31 ตามความคิดเห็นของครู และผู้บริหารในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

2. จากผลการวิจัยที่พบว่า ผู้บริหารโรงเรียน และครูที่มีอายุ และประสบการณ์ในการทำงานต่างกัน มีความคิดเห็นต่อสภาพการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริหารโรงเรียน และครูที่มีอายุ และประสบการณ์ในการทำงานต่างกันนั้น จะมีการ

รับรู้แตกต่างกันตามประสบการณ์ที่ได้พบเจอทำให้มีความคิดเห็นแตกต่างกัน จากผลการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ของการวิจัยครั้งนี้ยังชี้ให้เห็นว่า ผู้บริหารโรงเรียน และครู ที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี 30-40 ปี และ 41-50 ปี มีความคิดเห็นต่อสภาพการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในโรงเรียน มากกว่าผู้บริหารโรงเรียน และครูที่มีอายุมากกว่า 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อาจเป็นเพราะสภาพการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 มักมุ่งเน้นที่การนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาใช้ในการจัดการแหล่งรู้ ซึ่งคนที่มีอายุมากกว่า 50 ปี อาจมีทักษะด้านนี้ไม่เท่าคนที่อายุน้อยกว่า และผลการวิจัยที่พบว่า ผู้บริหารโรงเรียน และครูที่ปฏิบัติงานในโรงเรียนที่มีขนาดต่างกัน มีความคิดเห็นต่อสภาพการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี โดยรวม และรายขั้น ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรีได้รับการพัฒนาและส่งเสริมจากสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาอย่างเท่าเทียมกัน จึงทำให้สภาพการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในโรงเรียน ไม่แตกต่างกัน

3. จากผลการวิจัยที่พบว่า แนวทางการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ดังนี้ ขั้นการวางแผนการจัดการแหล่งเรียนรู้ (Plan) ขั้นการดำเนินงานตามแผนการจัดการแหล่งเรียนรู้ (Do) ขั้นการตรวจสอบ ติดตาม และประเมินผลการจัดการแหล่งเรียนรู้ (Check) และขั้นการสรุป และพัฒนาแหล่งเรียนรู้ (Action) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการจัดการแหล่งเรียนรู้เป็นงานหนึ่งในขอบข่ายงานบริหารวิชาการที่ผู้บริหารโรงเรียนจะต้องบริหารจัดการให้มีคุณภาพ มีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้เรียน ดังนั้นการบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้สามารถนำกระบวนการ PDCA มาประยุกต์ได้อย่างมีประสิทธิภาพตั้งแต่การวางแผน การดำเนินงาน การตรวจสอบ ติดตาม และประเมินผล ตลอดจนการสรุปและกระบวนการนี้จะทำให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องไม่มีที่สิ้นสุด ซึ่งในแต่ละขั้นตอนมีประเด็นในการอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

3.1 ขั้นการวางแผนการจัดการแหล่งเรียนรู้ (Plan) ที่เป็นรายการปฏิบัติที่สำคัญ คือ จัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาแหล่งเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 รวมไปถึงการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องให้ชุมชนได้ตระหนักว่าการจัดการแหล่งเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของผู้เรียนเป็นหน้าที่ของทุกคนในชุมชน เพื่อให้การช่วยเหลือหรือการมีส่วนร่วมเกิดจากความเต็มใจอย่างแท้จริง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการมีส่วนร่วมจากชุมชนมีความสำคัญต่อโรงเรียนโดยทำให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างชุมชนกับโรงเรียน ซึ่งจะส่งผลให้การดำเนินงานของโรงเรียนง่ายขึ้น ทำให้ชุมชนเกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของ พร้อมที่จะสนับสนุนการดำเนินงานของโรงเรียนด้วยความเต็มใจ ทำให้การดำเนินงานบรรลุผลสำเร็จตามที่ตั้งเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริญาย์ เลียบคง (2560) ที่กล่าวว่า การบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ในขั้นวางแผน ควรมีการพัฒนาและใช้แหล่งเรียนรู้โดยให้คณะครู นักเรียน และชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผน

3.2 ขั้นการดำเนินงานตามแผนการจัดการแหล่งเรียนรู้ (Do) มีที่เป็นรายการปฏิบัติที่สำคัญ คือ ส่งเสริมให้ครูใช้แหล่งเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของผู้เรียนในรูปแบบดิจิทัล เช่น อินโฟกราฟฟิก เว็บไซต์ เป็นต้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะปัจจุบันโลกแห่งการเรียนรู้ได้พัฒนาไปอย่างมากจากการที่มีระบบอินเทอร์เน็ตและการพัฒนาของเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งระบบเครือข่ายความรู้ออนไลน์มีการขับเคลื่อนอย่างเห็นได้ชัด ระบบอินเทอร์เน็ตจะมีบทบาทมากขึ้น จะช่วยให้นักเรียนสามารถเข้าถึงความรู้ได้สะดวก รวดเร็ว ทุกที่ ทุกเวลา ช่วยพัฒนาเสริมทักษะด้านต่าง ๆ รวมไปถึงทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ด้วย สอดคล้องกับแนวคิดของ ฐิติยา เนตรวงษ์ (2562) ที่กล่าวว่า การพัฒนาการรู้ดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 เป็นความจำเป็น เนื่องจากเครื่องมือที่ใช้ในการเรียนรู้ การดำเนินชีวิตมีลักษณะเป็นเครือข่ายเพื่อสร้างชุมชน ทำงานร่วมกัน ติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน และเผยแพร่สารสนเทศอยู่ในรูปแบบดิจิทัลทั้งสิ้น ดังนั้นการส่งเสริมการเรียนรู้ด้านการรู้สารสนเทศ สื่อและเทคโนโลยีที่อยู่ในรูปแบบดิจิทัลจึงมีความสำคัญต่อการอยู่รอดในยุคดิจิทัลที่ผู้เรียนสามารถใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีดิจิทัลในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ

3.3 ขั้นการตรวจสอบ ติดตาม และประเมินผลการจัดการแหล่งเรียนรู้ (Check) ที่เป็นรายการปฏิบัติที่สำคัญ คือ ส่งเสริมให้ครูและบุคลากรได้พัฒนาทักษะการสร้างสื่อดิจิทัล หรือการนำเสนอในรูปแบบอินโฟกราฟฟิก เว็บไซต์ Facebook, Line ทั้งนี้อาจเป็นเพราะทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นสิ่งจำเป็นที่ครูยุคปัจจุบันต้องมี เพื่อใช้ในการจัดการเรียนการสอน ตลอดจนการรายงานผลการใช้แหล่งเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี (2565) กำหนดเป้าประสงค์ให้ครูมีความรู้ทางวิชาการและมีทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

3.4 ขั้นการสรุป และพัฒนาแหล่งเรียนรู้ (Action) ที่เป็นรายการปฏิบัติที่สำคัญ คือ นำข้อมูลสารสนเทศเพื่อการตัดสินใจในการวางแผนจัดการแหล่งเรียนรู้มาเป็นแนวทางในการแก้ไขและพัฒนาแหล่งเรียนรู้ที่เอื้อต่อการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการพัฒนาแหล่งเรียนรู้จำเป็นต้องนำข้อมูลสารสนเทศมาใช้เพื่อการตัดสินใจที่เหมาะสมกับบริบทของโรงเรียน สอดคล้องกับแนวคิดของ สุดารัตน์ งามวิลัย (2561) ที่กล่าวว่า โรงเรียนควรมีการรวบรวมข้อมูล เพื่อเป็นข้อมูลกำหนดแนวทางในการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ขั้นการวางแผนการจัดการแหล่งเรียนรู้ โรงเรียนควรเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมวางแผนจัดการแหล่งเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของผู้เรียน โดยจัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาแหล่งเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ซึ่งประกอบด้วย ผู้บริหารสถานศึกษา คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน ผู้นำชุมชน และปราชญ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ร่วมกันวางแผน

วิเคราะห์ความพร้อมในการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในสถานศึกษา สร้างความเข้าใจที่ถูกต้องให้ชุมชนได้ตระหนักว่าการจัดการแหล่งเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของผู้เรียนเป็นหน้าที่ของทุกคนในชุมชน เพื่อให้การช่วยเหลือหรือการมีส่วนร่วมเกิดจากความเต็มใจอย่างแท้จริง และประชาสัมพันธ์ให้ชุมชนได้ร่วมรับรู้ถึงแผนจัดการแหล่งเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของผู้เรียน โดยใช้ช่องทางที่หลากหลาย เช่น เว็บไซต์ของโรงเรียน Facebook, Line พร้อมกับเปิดโอกาสให้ชุมชนได้ร่วมแสดงความคิดเห็นในช่องทางดังกล่าวด้วย นอกจากนั้นควรรวบรวมข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับแหล่งเรียนรู้ไว้ในรูปแบบฐานข้อมูลคอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ต เพื่อใช้เป็นแหล่งข้อมูลในการพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21

2. ขั้นการดำเนินงานตามแผนการจัดการแหล่งเรียนรู้ โรงเรียนควรมีแหล่งเรียนรู้ที่เอื้อต่อการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 เพียงพอต่อการให้บริการ โดยจัดทำโครงการและจัดสรรงบประมาณเพื่อการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ที่เอื้อต่อการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 และระดมทุนจากชุมชนเพื่อจัดหาอุปกรณ์ และโครงสร้างพื้นฐานของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) เพื่อพัฒนาแหล่งเรียนรู้ที่เอื้อต่อการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 นอกจากนั้นควรจัดทำข้อมูลแหล่งเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของผู้เรียนหลากหลายรูปแบบ เช่น อินโฟกราฟฟิก เว็บไซต์ Facebook, Line เป็นต้น

3. ขั้นการตรวจสอบ ติดตาม และประเมินผลการจัดการแหล่งเรียนรู้ (Check) โรงเรียนควรรายงานผลการใช้แหล่งเรียนรู้ในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น อินโฟกราฟฟิก เว็บไซต์ของโรงเรียน Facebook, Line เป็นต้น โดยส่งเสริมให้ครูและบุคลากรได้พัฒนาทักษะการสร้างสื่อดิจิทัล หรือการนำเสนอในรูปแบบ อินโฟกราฟฟิก เว็บไซต์ของโรงเรียน Facebook, Line เพื่อที่จะนำทักษะดังกล่าวรายงานผลการใช้แหล่งเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และรายงานผลการใช้แหล่งเรียนรู้ในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น อินโฟกราฟฟิก เว็บไซต์ของโรงเรียน Facebook, Line เป็นต้น เพื่อให้หน่วยงานต้นสังกัด และชุมชนเข้าถึงได้อย่างสะดวก รวดเร็ว นอกจากนั้นควรนิเทศ กำกับ ติดตามการใช้แหล่งเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของผู้เรียนตามแผนที่กำหนด

4. ขั้นการสรุป และพัฒนาแหล่งเรียนรู้ โรงเรียนควรกำหนดแนวทางในการแก้ไขและพัฒนาแหล่งเรียนรู้ที่เอื้อต่อการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 โดยใช้ข้อมูลสารสนเทศเพื่อการตัดสินใจในการวางแผนจัดการแหล่งเรียนรู้ โดยแต่งตั้งคณะกรรมการวิเคราะห์ข้อมูลปัญหาของการจัดการแหล่งเรียนรู้ที่เอื้อต่อการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 และนำข้อมูลสารสนเทศเพื่อการตัดสินใจในการวางแผนจัดการแหล่งเรียนรู้มาเป็นแนวทางในการแก้ไขและพัฒนาแหล่งเรียนรู้ที่เอื้อต่อการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 นอกจากนั้นควรนำผลการใช้แหล่งเรียนรู้ รวมทั้งปัญหาต่าง ๆ มาใช้เป็นพื้นฐานในการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ที่สอดคล้องกับการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 และจัดทำแผนการพัฒนาแหล่งเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี

2. ควรมีการศึกษาแนวทางการระดมทรัพยากรเพื่อพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี

เอกสารอ้างอิง

ชนมณี ศิลานุกิจ. (2561). **รูปแบบการบริหารโรงเรียนโดยใช้วงจรคุณภาพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากรุงเทพมหานคร**. ดุษฎีนิพนธ์ ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ฐิติยา เนตรวงษ์. (2562). *ห้องสมุด 4.0 กับการจัดบริการสานสนเทศสนับสนุนการเรียนร่วมเพื่อส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21.* **พัฒนาเทคนิคศึกษา**, 31(110): 29–37.

ดวงสมร พิชัยคำ. (2561). *แหล่งเรียนรู้ของจังหวัดสระแก้ว เพื่อส่งเสริมการศึกษาในศตวรรษที่ 21*. **วารสารการศึกษาและการพัฒนาสังคม**, 14(2): 136–147.

ไพโรจน์ คะเชนทร์. (2558). **การบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้**. จันทบุรี: โรงเรียนวัดทุ่งเพล (พรชำนิอุปภัมภ์).

ภาณุพันธ์ พรมสวัสดิ์. (2564). **สภาพการบริหารแหล่งเรียนรู้ของโรงเรียนปากช่อง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 31 จังหวัดนครราชสีมา**. วิทยานิพนธ์ ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยนครราชสีมา.

ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และ อัจฉรา ชำนิประศาสตร์. (2562). **ระเบียบวิธีการวิจัย**. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดีการพิมพ์.

ศิริญาย์ เลียบคง. (2560). **การบริหารแหล่งเรียนรู้ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา**. สารนิพนธ์ ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี. (2565). **แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณพ.ศ. 2565 สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี**. นนทบุรี: สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานนทบุรี.

สุดารัตน์ งามวิลัย. (2561). **แนวทางการบริหารแหล่งเรียนรู้ของโรงเรียนกลุ่มสหวิทยาเขตร่มเกล้า-นวมินทร์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 42**. วิทยานิพนธ์ ครุศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.

การใช้ทฤษฎี 4 สร้าง (OBEC Model) ในการบริหารโรงเรียนวัดเวฬุวัน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 4 อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่

OBEC MODEL Administration in Wat Weruwan School, under Chiang Mai Primary Educational Area Office 4, Saraphi District, Chiang Mai Province

วรวัฒน์ สิงหาด
ครูโรงเรียนวัดเวฬุวัน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 4
อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่
E-mail: worawat.singhad@gmail.com
สังวาร วังแจ่ม
อาจารย์ประจำหลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต คณะสังคมศาสตร์และศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่
E-mail: sungw_edq@yahoo.co.th
Worawat Singhad
Teacher, Wat Weruwan School, under Chiang Mai Primary Educational Area Office 4
Saraphi District, Chiang Mai Province
Sangwan Wangcham
Lecturer, Master of Education Program Faculty of Social Sciences and Arts,
North-Chiang Mai University

รับเข้า: *24 กุมภาพันธ์ 2565* **แก้ไข:** *7 มีนาคม 2565* **ตอบรับ:** *12 มีนาคม 2565*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการใช้ทฤษฎี 4 สร้าง (OBEC Model) และ 2) ศึกษาแนวทางพัฒนาการใช้ทฤษฎี 4 สร้าง (OBEC Model) ในการบริหารโรงเรียนวัดเวฬุวัน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 4 อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริหารและบุคลากรทางการศึกษา จำนวน 116 คน ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์ จำนวน 5 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย พบว่า 1) การใช้ทฤษฎี 4 สร้าง (OBEC Model) ในการบริหารโรงเรียนวัดเวฬุวัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านปัจจัยนำเข้า ด้านสภาวะแวดล้อม ด้านผลผลิต และด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยในระดับมากทุกด้านตามลำดับ 2) แนวทางพัฒนาการใช้ทฤษฎี 4 สร้าง (OBEC Model) ด้านสภาวะแวดล้อม ควรสร้างความเข้าใจกับคณะครู นักเรียนและชุมชนให้มากขึ้น ด้านปัจจัยนำเข้า ควรจัดสรรทรัพยากรที่จะนำมาใช้บริหารจัดการให้เพียงพอ ด้านกระบวนการ ควรเพิ่มช่องทางในการประสานงานกับ ครู นักเรียน และชุมชนแบบออนไลน์มากขึ้นและปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสมของสถานการณ์ ด้านผลผลิต ควรมีการเพิ่มกิจกรรมที่ช่วยสร้างทักษะ ด้านการเรียน การพัฒนาส่งเสริมให้นักเรียนเป็น คนดี มีจิตอาสามีน้ำใจ มีภูมิกันที่ดีต่อชุมชนและสังคมได้

คำสำคัญ: ทฤษฎี 4 สร้าง (OBEC Model) การบริหารโรงเรียน โรงเรียนวัดเวฬุวัน

Abstract

This research aimed to study 1) the use of the OBEC Model and 2) the developing method of the use of the OBEC Model for administration in Watweruwan School, under Chiang Mai Primary Educational Service Area Office 4, Saraphi District, Chiang Mai Province. The sample for this study was 116 administrators and educational personnel, 5 key informants for interview. The research tools were a questionnaire and an interview. Then the data was analyzed using average, standard deviation, and content analysis.

The research results found that: 1) The overall use of the OBEC Model for Administration in Watweruwan School was at a high level. While the average inputs, environment, products, and processes were all at high levels, and 2) According to the OBEC Model, for the environment, we should create more understanding among teachers, students, and the community. For inputs, we should allocate proper administration resources. For this process, we should increase the number of online cooperative channels among teachers, students, and the community, as well as adjust them according to the situation. For products, we should increase activities that create learning skills and develop and promote students to be good people, generous, volunteers, and immunized toward the community and society.

Keywords: OBEC model, school administration, Wat Weruwan School

บทนำ

การจัดการศึกษาเป็นการสร้างประสบการณ์และทักษะแก่ผู้เรียนเพื่อให้ผู้เรียนมีคุณลักษณะตามที่หลักสูตรต้องการสอดคล้องกับความก้าวหน้าของสังคมรอบข้าง ซึ่ง วิจารณ์ พานิช (2555: 16-21) ได้กล่าวถึง ทักษะเพื่อการดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21 ว่าสาระวิชามีความสำคัญแต่ไม่เพียงพอสำหรับการเรียนรู้เพื่อการดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21 ปัจจุบันการเรียนรู้สาระวิชา (content หรือ subject matter) ควรเป็นการเรียนจากการค้นคว้าเองของนักเรียน โดยครูช่วยแนะนำ และช่วยออกแบบกิจกรรมที่ช่วยให้นักเรียนแต่ละคนสามารถประเมินความก้าวหน้าของการเรียนรู้ของตนเองได้ สาระวิชาหลัก (Core Subjects) ประกอบด้วย ภาษาแม่ และภาษาสำคัญของโลก ศิลปะ คณิตศาสตร์ การปกครองและหน้าที่พลเมือง เศรษฐศาสตร์ วิทยาศาสตร์ ภูมิศาสตร์ และประวัติศาสตร์ โดยวิชาแกนหลักนี้จะนำมาสู่การกำหนดเป็นกรอบแนวคิดและยุทธศาสตร์สำคัญต่อการจัดการเรียนรู้ในเนื้อหาเชิงสหวิทยาการ (Interdisciplinary) หรือหัวข้อสำหรับศตวรรษที่ 21 โดยการส่งเสริมความเข้าใจ ในเนื้อหา วิชาแกนหลัก และสอดแทรกทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 เข้าไปในทุกวิชาแกนหลัก ดังนี้ 1) ทักษะด้านการเรียนรู้และนวัตกรรม จะเป็นตัวกำหนดความพร้อมของนักเรียนเข้าสู่โลกการทำงานที่มีความซับซ้อนมากขึ้นในปัจจุบัน ได้แก่ ความริเริ่มสร้างสรรค์และนวัตกรรม การคิดอย่างมีวิจารณญาณและการแก้ปัญหา และการสื่อสารและการร่วมมือ 2) ทักษะด้านสารสนเทศ สื่อ และเทคโนโลยี เนื่องด้วยในปัจจุบันมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อและเทคโนโลยีมากมาย ผู้เรียนจึงต้องมีความสามารถในการแสดงทักษะการคิดอย่างมีวิจารณญาณและปฏิบัติงานได้หลากหลาย โดยอาศัยความรู้ในหลายด้าน ได้แก่ ความรู้ด้านสารสนเทศ ความรู้เกี่ยวกับสื่อและความรู้ด้านเทคโนโลยี 3) ทักษะด้านชีวิตและอาชีพ ในการดำรงชีวิตและทำงานในยุคปัจจุบันให้ประสบความสำเร็จนักเรียนจะต้องพัฒนาทักษะชีวิตที่สำคัญ ได้แก่ ความยืดหยุ่นและการปรับตัว การริเริ่มสร้างสรรค์และเป็นตัวของตัวเอง ทักษะสังคมและสังคมข้ามวัฒนธรรม การเป็นผู้สร้างหรือผู้ผลิต (Productivity) ความรับผิดชอบเชื่อถือได้ (Accountability) และภาวะผู้นำและความรับผิดชอบ (Responsibility) (เพชรา บุดสีทา, 2560)

ปัจจุบันรัฐบาลไทยได้มีนโยบายให้การบริหารจัดการการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการ ให้สอดคล้องกับแผนแม่บทยุทธศาสตร์ชาติ เรื่องการเตรียมคนสู่ศตวรรษที่ 21 จึงประกาศนโยบายและจุดเน้นของกระทรวงศึกษาธิการ โดยมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับประเด็นคุณภาพและประสิทธิภาพในทุกมิติ ทั้งผู้เรียน ครู และบุคลากรทางการศึกษา ข้าราชการพลเรือน และผู้บริหารทุกระดับ ตลอดจนสถานศึกษาทุกระดับทุกประเภท และเป็นการศึกษาตลอดชีวิต บูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างส่วนราชการหลักในกำกับของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการให้มีความคล่องตัว รวมทั้งหน่วยงานสังกัดกระทรวงศึกษาธิการในพื้นที่ภูมิภาคให้สามารถปฏิบัติงานร่วมกันได้ เพื่อดำเนินการปฏิรูปการศึกษาร่วมกับภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ตามนโยบายประชารัฐ ในแต่ละระดับชั้น เช่น ระดับชั้นก่อนอนุบาล เน้นประสานงานกับส่วนราชการ และชุมชน ในการเตรียมความ

พร้อมผู้เรียนในด้านสุขภาพและโภชนาการ และจัดประสบการณ์การเรียนรู้ที่เชื่อมโยงกับระบบโรงเรียนปกติ ระดับชั้นอนุบาล เน้นสร้างความร่วมมือกับพ่อแม่ ผู้ปกครอง และชุมชน เพื่อออกแบบกิจกรรมการพัฒนาทักษะที่สำคัญด้านต่าง ๆ เช่น ทักษะทางสมอง ทักษะความคิดความจำ ทักษะการควบคุมอารมณ์ ทักษะการรู้จักและประเมินตนเอง ระดับชั้นประถมศึกษา มุ่งคำนึงถึงพหุปัญญาของผู้เรียนรายบุคคลที่หลากหลายตามศักยภาพ ด้วยจุดเน้น ในการปลูกฝังความมีระเบียบวินัย ทัศนคติที่ถูกต้องโดยใช้กระบวนการลูกเสือและยุวกาชาด เรียนภาษาไทยเน้นเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเรียนรู้วิชาอื่น เรียนภาษาอังกฤษและภาษาพื้นถิ่น (ภาษาแม่) เน้นเพื่อการสื่อสาร เรียนรู้ด้วยวิธีการ Active Learning เพื่อพัฒนากระบวนการคิด การเรียนรู้จากประสบการณ์จริงหรือจากสถานการณ์จำลองผ่านการลงมือปฏิบัติ และเปิดโลกทัศน์มุมมองร่วมกันของผู้เรียนและครูด้วยการจัดการเรียนการสอนในเชิงแสดงความคิดเห็นให้มากขึ้น สร้างแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ และใช้ดิจิทัลเป็นเครื่องมือการเรียนรู้ จัดการเรียนการสอนเพื่อฝึกทักษะการคิดแบบมีเหตุผลและเป็นขั้นตอน (Coding) พัฒนาครูให้มีความชำนาญในการสอนภาษาอังกฤษ และภาษาคอมพิวเตอร์ (Coding) จัดการเรียนรู้ที่หลากหลายเพื่อสร้างทักษะพื้นฐานที่เชื่อมโยงสู่การสร้างอาชีพและการมีงานทำ เช่น ทักษะด้านกีฬาที่สามารถพัฒนาไปสู่นักกีฬาอาชีพ ทักษะภาษาเพื่อเป็นมัคคุเทศก์เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในการขับเคลื่อนสู่การปฏิบัติในหน่วยงานของกระทรวงศึกษาธิการ สอดรับแผนปฏิบัติราชการและสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลต่อไป (บัลลังก์ โรหิตเสถียร, 2562)

โรงเรียนวัดเวฬุวัน เป็นโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 4 จัดการศึกษาภายใต้นโยบายของกระทรวงศึกษาธิการ ซึ่งนอกจากจะนำนโยบายสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมแล้ว สถานศึกษาโดยฝ่ายงานบริหารการศึกษา ได้เห็นว่าวิธีการและกระบวนการจัดการศึกษาที่จะทำให้เกิดประสิทธิภาพและบรรลุสู่เป้าหมายหลักของการบริหารได้ สถานศึกษาควรนำนวัตกรรมใหม่ ๆ มาเป็นเครื่องมือในการบริหาร สถานศึกษาจึงได้นำแนวคิดการบริหารโดยใช้ทฤษฎี 4 สร้าง (OBEC MODEL) ซึ่งมีกลไกในการบริหารที่มีเป้าหมายหลักอย่างชัดเจนมาดำเนินการ โดยมีการกำหนดยุทธศาสตร์การใช้ทฤษฎี 4 สร้าง (OBEC Model) ดังนี้ 1. การสร้างโอกาสทางการศึกษา (Opportunity) 2. การสร้างศรัทธาความเชื่อมั่น (Believe) 3. การสร้างสิ่งแวดล้อม (Environment) 4. การสร้างสรรค์งานเพื่อสร้างคน (Creative) มีการประเมินผลการดำเนินงานในการบริหารจัดการของการใช้ทฤษฎี 4 สร้าง (OBEC Model) ให้เกิดความเชื่อถือ เชื่อมั่น ว่าการใช้ทฤษฎีมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการสร้างนักเรียนในสถานศึกษาให้ตรงตามวิสัยทัศน์ของโรงเรียน คือ “โรงเรียนวัดเวฬุวันเป็นสถานศึกษาทางด้านวิชาการใช้หลักการบริหารและการจัดการศึกษา ตามมาตรฐานสากลบนรากฐานความเป็นไทย โดยมุ่งพัฒนาผู้เรียนให้เป็นคนดี คนแกร่ง และคนเก่ง” นายจรัล ถาวร ผู้อำนวยการโรงเรียนวัดเวฬุวันได้มีแนวคิดในการพัฒนาภาพรวมของโรงเรียน โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญเพื่อให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของโรงเรียน และฝ่ายบริหารโรงเรียนได้ดำเนินการตามแนวคิดดังกล่าวมาระยะ

หนึ่ง พบว่า มีการตอบรับจากผู้เกี่ยวข้องเป็นอย่างดี แต่ยังไม่มีการศึกษาวิจัยการดำเนินงานที่เป็นระบบ จึงยังไม่มีแนวทางการพัฒนาที่ชัดเจนและสอดคล้องกับบริบทที่แท้จริง

ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษา กระบวนการบริหารสถานศึกษาของโรงเรียนวัดเวฬุวัน สำนักงานเขตพื้นการศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 4 โดยการใช้ทฤษฎี 4 สร้าง (OBEC Model) ในการบริหาร โดยใช้กระบวนการประเมินแบบซิปป์ (CIPP Model) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการประเมินผลการดำเนินงาน เนื่องจากทฤษฎี 4 สร้าง (OBEC Model) เป็นนวัตกรรมใหม่ มีความน่าสนใจ และยังไม่มีงานวิจัยรองรับนวัตกรรมนี้ หากการวิจัยนี้มีผลเป็นที่ประจักษ์ ผู้วิจัยมีความเห็นว่าสถานศึกษาอื่นจะสามารถนำผลการวิจัย และองค์ความรู้ที่ได้ไปเป็นแนวทางในการพัฒนาและประยุกต์ใช้ในการจัดการบริหารการศึกษา ให้เหมาะสมกับบริบทของตน ก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินงานสร้างโอกาสทางการศึกษาให้เด็กและเยาวชนมีคุณภาพในสังคมต่อไป

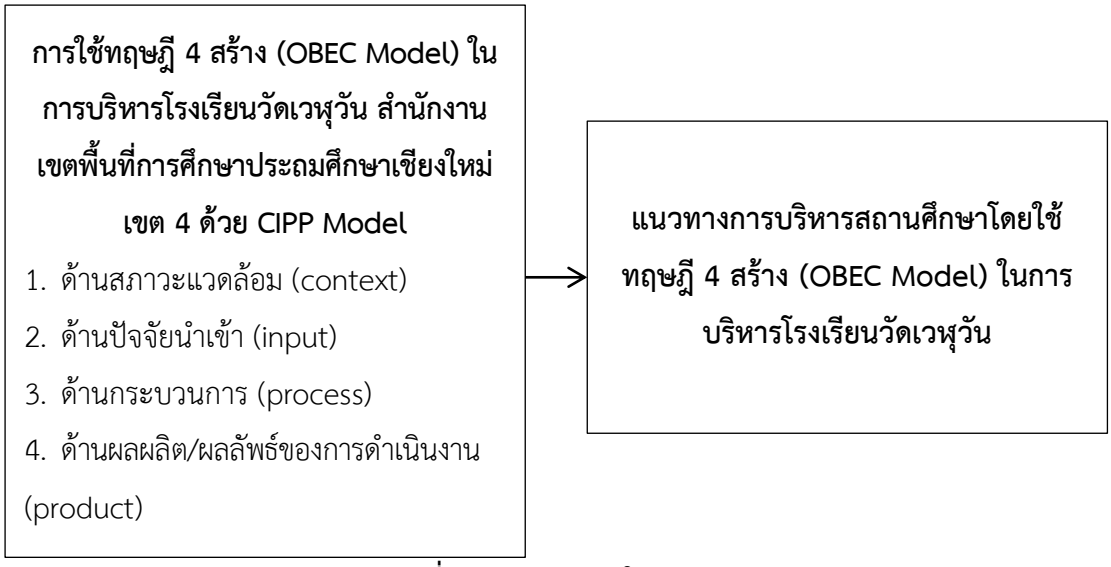
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการใช้ทฤษฎี 4 สร้าง (OBEC Model) ในการบริหารโรงเรียนวัดเวฬุวัน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 4 อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาแนวทางการบริหารสถานศึกษาโดยใช้ทฤษฎี 4 สร้าง (OBEC Model) ในการบริหารโรงเรียนวัดเวฬุวัน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 4 อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำทฤษฎี แนวคิดการใช้ทฤษฎี 4 สร้าง (OBEC Model) ในการบริหารโรงเรียนวัดเวฬุวัน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 4 ซึ่งมีโครงสร้าง ดังนี้ 1. การสร้างโอกาสทางการศึกษา 2. การสร้างศรัทธาความเชื่อมั่น 3. การสร้างสิ่งแวดล้อม 4. การสร้างสรรค์งานเพื่อสร้างคน โดยผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ขอบเขตการศึกษา โดยใช้รูปแบบจำลองซิป (CIPP Model) ตามกรอบการประเมินทั้ง 4 ด้าน คือ 1. จากการประเมินสภาวะแวดล้อม จากการศึกษานโยบายของโรงเรียน วัตถุประสงค์ เป้าหมาย ความต้องการคาดหวังการใช้ทฤษฎี 4 สร้าง (OBEC Model) ในการบริหารโรงเรียน 2. จากการประเมินปัจจัยนำเข้า จากการประเมินผลการทำงานของบุคลากร งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์และรูปแบบของกิจกรรมที่นำมาใช้กับผู้เรียน 3. จากการประเมินกระบวนการ คือ จากการวางแผนการดำเนินงาน การดำเนินงานตามกิจกรรม การนิเทศตามผลการดำเนินงานและการปรับปรุงแก้ไข 4. การประเมินผลผลิต ประเมินจากผลที่เกิดขึ้นหลังจากการใช้การใช้ทฤษฎี 4 สร้าง (OBEC Model) ในการบริหารโรงเรียนเพื่อเป็นแนวทางในการบริหารงานให้กับโรงเรียน นักเรียน ชุมชน เพื่อหา

แนวทางการบริหารสถานศึกษาโดยการใช้ทฤษฎี 4 สร้าง (OBEC Model) ในการบริหารโรงเรียนวัดเวฬุวัน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 4



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาของโรงเรียนวัดเวฬุวัน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 4 ประกอบด้วยครูและบุคลากรทางการศึกษาจำนวน 116 คน แยกเป็นผู้บริหารโรงเรียนจำนวน 5 คน ข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาจำนวน 111 คน ในการเก็บข้อมูลผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บจำนวนทั้งหมด 116 ฉบับ

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์ ได้แก่ ผู้อำนวยการโรงเรียนวัดเวฬุวัน จำนวน 1 คน ดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการมา 4 ปี รองผู้อำนวยการโรงเรียนวัดเวฬุวัน จำนวน 2 คน ดำรงตำแหน่งในโรงเรียน 10 ปี ครูชำนาญการพิเศษ โรงเรียนวัดเวฬุวัน จำนวน 1 คน ดำรงตำแหน่งในโรงเรียน 10 ปี และกรรมการสถานศึกษา โรงเรียนวัดเวฬุวันจำนวน 1 คน ดำรงตำแหน่งในโรงเรียน 4 ปี รวม 5 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ดังนี้

1. แบบสอบถาม (Questionnaire) เกี่ยวกับการบริหารงานของผู้บริหารสถานศึกษาและข้าราชการครู บุคลากรทางการศึกษาโดยการใช้ทฤษฎี 4 สร้าง (OBEC Model) ในการบริหารโรงเรียนวัดเวฬุวัน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 4 ซึ่งมีเนื้อหาและรูปแบบดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) โดยสอบถามในเรื่อง เพศ อายุ ระดับการศึกษา

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการบริหารโดยการใช้ทฤษฎี 4 สร้าง (OBEC Model) ในการบริหารโรงเรียนวัดเวฬุวัน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 4 ด้วย CIPP Model มีจำนวนทั้งหมด 50 ข้อ พัฒนาขึ้นจากแนวคิดของผู้บริหารโรงเรียน ประกอบด้วย C-Context ด้านบริบทที่เกี่ยวกับสภาวะแวดล้อม I-Input ด้านปัจจัยนำเข้า P-Process ด้านกระบวนการดำเนินงาน P-Product ด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ของการดำเนินงาน ในภาพรวมเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) 5 ระดับ ดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารสถานศึกษาอยู่ในระดับมากที่สุด
ระดับ 4 หมายถึง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารสถานศึกษาอยู่ในระดับมาก
ระดับ 3 หมายถึง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารสถานศึกษาอยู่ในระดับปานกลาง
ระดับ 2 หมายถึง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารสถานศึกษาอยู่ในระดับน้อย
ระดับ 1 หมายถึง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารสถานศึกษาอยู่ในระดับน้อยที่สุด

โดยแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นและผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (The Index of Item-Objective Congruence: IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อ ได้ค่าความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.67-1.00 จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน และวิเคราะห์ค่าความเที่ยง (Reliability) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเที่ยงทั้งฉบับเท่ากับ 0.96

2. แบบสัมภาษณ์ ผู้บริหารตัวแทนครูและกรรมการสถานศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการใช้ทฤษฎี 4 สร้าง (OBEC Model) ในการบริหารโรงเรียนวัดเวฬุวันสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 4

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แบบสอบถามการบริหารสถานศึกษาโดยการใช้ทฤษฎี 4 สร้าง (OBEC Model) ในการบริหารโรงเรียนวัดเวฬุวัน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 4 ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลดังต่อไปนี้

1.1 ขอหนังสือจากสาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่ ถึงผู้บริหารสถานศึกษาโรงเรียนวัดเวฬุวัน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 4 เพื่อขออนุญาตและขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.2 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยตนเอง โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการประเมินความเชื่อมั่นแล้วไปมอบให้กับผู้บริหารและครูผู้สอน โรงเรียนวัดเวฬุวัน สำนักงานเขตพื้นที่

การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 4 ด้วยตนเอง เพื่อชี้แจงจุดประสงค์ในการศึกษา การใช้ประโยชน์ข้อมูล และขอความอนุเคราะห์พร้อมทั้งกำหนดนัดวันเวลาสำหรับการเก็บแบบสอบถามคืน

1.3 เมื่อถึงกำหนดนัดผู้วิจัยดำเนินการจัดเก็บแบบสอบถามด้วยตนเองแล้วนำแบบสอบถามที่ได้รับคืนทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์ทุกฉบับ

1.4 นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนทั้งหมด จำแนกแบบสอบถามโดยการคัดแยกฉบับตามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามแล้ว นำคะแนนที่ได้จัดพิมพ์ลงเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อเตรียมการวิเคราะห์ข้อมูล

2. แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับแนวทางการบริหารสถานศึกษาโดยการใช้ทฤษฎี 4 สร้าง (OBEC Model) ในการบริหารโรงเรียนวัดเวฬุวัน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 4 ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล สัมภาษณ์ผู้บริหารและผู้เกี่ยวข้องที่เลือกสรรไว้ เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานให้สอดคล้องกับปัญหาที่พบและความต้องการให้แก้ปัญหา

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปประมวลผลในการหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผู้วิจัยดำเนินการดังนี้

1. วิเคราะห์สภาพการบริหารงานโดยการใช้ทฤษฎี 4 สร้าง (OBEC Model) ในการบริหารโรงเรียนวัดเวฬุวัน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 4 ด้วย CIPP Model โดยการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานโดยรวมและรายด้าน เสนอในรูปแบบตาราง แล้วนำผลการวิเคราะห์ทางสถิติมาแปลผลของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามประมาณค่า 5 ระดับ (บุญชม ศรีสะอาด, 2556: 121)

4.51 – 5.00 แปลผลว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารสถานศึกษาอยู่ในระดับมากที่สุด
3.51 – 4.50 แปลผลว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารสถานศึกษาอยู่ในระดับมาก
2.51 – 3.50 แปลผลว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารสถานศึกษาอยู่ในระดับปานกลาง
1.51 – 2.50 แปลผลว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารสถานศึกษาอยู่ในระดับน้อย
1.00 – 1.50 แปลผลว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารสถานศึกษาอยู่ในระดับน้อยที่สุด

2. วิเคราะห์จากแบบสัมภาษณ์โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหาแล้วสรุปผลการวิจัยเป็นรายด้านเพื่อนำไปอภิปรายผลต่อไป

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการใช้ทฤษฎี 4 สร้าง (OBEC Model) ในการบริหารโรงเรียนวัดเวฬุวัน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 4 อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่

การศึกษาการใช้ทฤษฎี 4 สร้าง (OBEC Model) ในการบริหารโรงเรียนวัดเวฬุวัน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 4 อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ แสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการใช้ทฤษฎี 4 สร้าง (OBEC Model)

ข้อ	การใช้ทฤษฎี 4 สร้าง (OBEC Model) ในการบริหารโรงเรียนวัดเวฬุวัน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 4	ระดับความคิดเห็น		
		μ	σ	ระดับ
1	ด้านสภาวะแวดล้อม (context)	4.31	0.51	มาก
2	ด้านปัจจัยนำเข้า (input)	4.32	0.50	มาก
3	ด้านกระบวนการ (process)	4.30	0.49	มาก
4	ด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ของการดำเนินงาน (product)	4.31	0.48	มาก
	รวมเฉลี่ย	**4.31**	**0.50**	**มาก**

จากตารางที่ 1 พบว่า การใช้ทฤษฎี 4 สร้าง (OBEC Model) ในการบริหารโรงเรียนวัดเวฬุวัน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 4 โดยรวมพบว่า อยู่ในระดับมาก (μ=4.31, σ=0.50) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านปัจจัยนำเข้า มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (μ=4.32, σ=0.50) ด้านสภาวะแวดล้อม ด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ของการดำเนินงาน มีค่าเฉลี่ยที่เท่ากันคือ (μ=4.31) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) เท่ากับ 0.51, และ 0.48 ตามลำดับ และด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยลำดับต่ำที่สุด (μ=4.30, σ=0.49) ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์แนวทางพัฒนาการใช้ทฤษฎี 4 สร้าง (OBEC Model) ในการบริหารโรงเรียนวัดเวฬุวัน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 4 อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ผลการศึกษาการใช้ทฤษฎี 4 สร้าง (OBEC Model) ในการบริหารโรงเรียนวัดเวฬุวัน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 4 อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่

เพื่อสร้างข้อคำถามในการสัมภาษณ์เกี่ยวกับแนวทางในการใช้ทฤษฎี 4 สร้าง (OBEC Model) ในการบริหารโรงเรียนวัดเวฬุวัน รายด้าน โดยเลือกเฉพาะข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดของแต่ละด้าน สำหรับสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน สรุปผลการวิจัย ได้ดังต่อไปนี้

ด้านสภาวะแวดล้อม

ควรสร้างความเข้าใจกับคณะครู นักเรียนและชุมชนในด้านวัตถุประสงค์ของโครงการ การดูแลรักษาสภาวะแวดล้อมภายในและภายนอก และเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานให้มากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ด้านปัจจัยนำเข้า

ควรจัดสรรทรัพยากรที่จะนำมาใช้บริหารจัดการ ด้านงบประมาณที่จะนำมาพัฒนาส่งเสริมให้ทั่วถึงและเพียงพอ รวมทั้งบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถหรือเป็นปราชญ์ชาวบ้านที่โดดเด่นเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาโรงเรียนในด้านต่าง ๆ มีการชี้แจงให้กับบุคลากรของสถานศึกษาได้ทราบถึงทฤษฎี 4 สร้างให้มากยิ่งขึ้น

ด้านกระบวนการ

เพิ่มช่องทางในการประสานงานกับครู นักเรียน และชุมชนแบบออนไลน์มากขึ้นและปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสมของสถานการณ์

ด้านผลผลิต

ควรมีการเพิ่มกิจกรรมที่ช่วยสร้างทักษะ ด้านการเรียน การพัฒนาส่งเสริมให้นักเรียนเป็นคนดี มีจิตอาสามีน้ำใจ มีภูมิกันที่ดีต่อชุมชนและสังคมได้

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย เรื่อง การใช้ทฤษฎี 4 สร้าง (OBEC Model) ในการบริหารโรงเรียนวัดเวฬุวัน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 4 ผู้วิจัยได้นำผลการวิจัยมาอภิปรายดังรายละเอียดต่อไปนี้

การใช้ทฤษฎี 4 สร้าง (OBEC Model) ในการบริหารโรงเรียนวัดเวฬุวัน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 4 โดยรวมอยู่ในระดับมาก อาจเพราะว่า ผู้บริหาร ข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาในโรงเรียนวัดเวฬุวัน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 4 ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการจัดการเรียนการสอนโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยทำให้สอดคล้องกับหลักการใช้ทฤษฎี 4 สร้าง (OBEC Model) ในการบริหารโรงเรียน ส่งเสริมให้ผู้เรียนมีพัฒนาการในด้านต่าง ๆ อย่างสมบูรณ์ ให้ผู้เรียนรู้จัก เข้าใจ รัก และเห็นคุณค่าในตนเองและผู้อื่น สามารถวางแผนการเรียน อาชีพ และการดำเนินชีวิต สามารถปรับตัวได้อย่างเหมาะสม และอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การใช้ทฤษฎี 4 สร้าง (OBEC Model) ในการบริหาร

โรงเรียนวัดเวฬุวัน ด้านปัจจัยนำเข้า มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านสภาวะแวดล้อม ด้านผลผลิต มีค่าเฉลี่ยที่เท่ากัน และด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ขวัญนภา อุณหกานต์ (2553: 83-85) ที่ได้ศึกษา เรื่อง การประเมินโครงการคุณธรรมนำความรู้สู่ความดี ของโรงเรียนต้นแบบคุณธรรมนำความรู้สู่ความดี สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสุพรรณบุรี เขต 2 โดยประยุกต์ใช้รูปแบบการประเมินแบบจำลองซิป (CIPP Model) ผลการวิจัย พบว่า การประเมินโครงการคุณธรรมนำความรู้สู่ความดีของโรงเรียนต้นแบบคุณธรรม นำความรู้สู่ความดี ด้านบริบท พบว่า วัตถุประสงค์สอดคล้องกับนโยบายของสำนักงานคณะกรรมการ การศึกษาขั้นพื้นฐานและของโรงเรียน สอดคล้องกับสภาพปัญหาของโรงเรียน มีความชัดเจน ผู้เกี่ยวข้องเห็นความสำคัญของโครงการคุณธรรมนำความรู้สู่ความดี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ด้านปัจจัยนำเข้า พบว่า โรงเรียนมีการแต่งตั้งบุคลากรที่รับผิดชอบโครงการ บุคลากรที่มีความรู้ ความเข้าใจ และมีจำนวนเพียงพอ กิจกรรมมีความเหมาะสม มีการประสานงาน ร่วมมือกับชุมชนและหน่วยงานต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ด้านกระบวนการ พบว่า โรงเรียนดำเนินการโครงการตามแผนปฏิบัติการที่วางไว้ มีการวางแผนการดำเนินงานที่ชัดเจน บุคลากรผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในวางแผนการดำเนินงานครบทุกกิจกรรมและเป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนด มีการประเมินผลและสรุปผลการดำเนินงาน นำผลการประเมินมาปรับปรุงแก้ไข และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ด้านผลผลิต ด้านผลการดำเนินงาน พบว่า นักเรียนมีพฤติกรรมตามหลักคุณธรรมพื้นฐาน 8 ประการ และหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชูชาติ ทองเย้า (2564: 107–114) ที่ศึกษา เรื่องการประเมินโครงการส่งเสริมนิสัยรักการอ่านโรงเรียนบ้านคลองตะคร้อ อำเภอบึงสามพัน จังหวัดเพชรบูรณ์ ปีการศึกษา 2562 พบว่า ในภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ 1) กระบวนการดำเนินโครงการ 2) ด้านผลผลิตของโครงการ 3) ด้านปัจจัยนำเข้าของโครงการ 4) ด้านสภาพแวดล้อม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

การใช้ทฤษฎี 4 สร้าง (OBEC Model) ในการบริหารโรงเรียนวัดเวฬุวัน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 4 อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ ควรมีแนวทางการใช้ทฤษฎี 4 สร้าง (OBEC Model) ในการบริหารดังนี้

1. ด้านสภาวะแวดล้อม โรงเรียนควรมีการให้ความรู้ ความเข้าใจในวัตถุประสงค์ของการใช้ทฤษฎี 4 สร้าง (OBEC Model) แก่บุคลากร นักเรียน และชุมชน ให้ชัดเจนและสามารถนำมาปฏิบัติได้จริง

2. ด้านปัจจัยนำเข้า ควรปรับระยะเวลาในการดำเนินงานให้เหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน เพิ่มช่องทางในการประสานงานกับชุมชนและหน่วยงานต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง

3. ด้านกระบวนการ ควรนำผลการดำเนินงานมาประเมินและปรับปรุงแก้ไข พัฒนาอย่างต่อเนื่องในระยะเวลาที่กำหนด

4. ด้านผลผลิต ผู้บริหาร และครูควรมีกิจกรรมที่กระตุ้นการเรียนให้นักเรียนขยันและตั้งใจเรียนเพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาการใช้ทฤษฎี 4 สร้าง (OBEC Model) ที่ปรับใช้ในกลุ่มโรงเรียนอื่นในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 4 อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ โดยการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อทราบข้อมูลเชิงลึกที่นำไปต่อยอดการพัฒนาได้ตามความต้องการของผู้เกี่ยวข้อง

2. ควรศึกษาการใช้ทฤษฎี 4 สร้าง (OBEC Model) ในการบริหารโรงเรียนวัดเวฬุวัน จากกลุ่มประชากรที่มีความหลากหลาย เช่น จากผู้ปกครอง นักเรียน เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

ขวัญนภา อุณหกานต์. (2553). **การประเมินโครงการคุณธรรมนำความรู้สู่ความดี ของโรงเรียนต้นแบบคุณธรรมนำความรู้สู่ความดี สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสุพรรณบุรี เขต 2 โดยประยุกต์ใช้ รูปแบบการประเมินแบบจำลองซิป (CIPP Model).**สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี.

ชูชาติ ทองเย้า. (2564). **การประเมินโครงการส่งเสริมนิสัยรักการอ่านโรงเรียนบ้านคลองตะคร้อ อำเภอบึงสามพัน จังหวัดเพชรบูรณ์ ปีการศึกษา 2562**. โรงเรียนบ้านอุ่มกะทาด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเพชรบูรณ์ เขต 2 สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ.

บัลลังก์ โรหิตเสถียร. (2562). **นโยบายและจุดเน้นของกระทรวงศึกษาธิการ ปีงบประมาณ พ.ศ.2563**. สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ: กระทรวงศึกษาธิการ.

บุญชม ศรีสะอาด. (2556). **วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย เล่ม 1**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

เพชรา บุดสีทา. (2560). **แนวทางการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21.** คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร. ค้นเมื่อวันที่ 5 ธันวาคม 2564, https://fms.kpru.ac.th/pr-all/pr-km/pr-km-2560/4908/

วิจารณ์ พานิช. (2555). **องค์แห่งการเรียนรู้และการจัดการความรู้.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ตถาตาพับบลิเคชัน.

การรับรู้และทัศนคติที่มีต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G ของประชาชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและนนทบุรี

Perceptions and Attitudes towards the Choice of Using 5G High-Speed Internet Network Technology among People in Bangkok and Nonthaburi Areas

ปริยวิศว์ ชูเชิด
อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อธุรกิจ คณะเทคโนโลยีดิจิทัล
มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
E-mail: pachuc@rpu.ac.th
Pariyawit Choochoed
Lecturer, Business Administration Program in Digital Technology for Business,
Faculty of Digital Technology, Rajapruk University

รับเข้า: *14 มีนาคม 2566* **แก้ไข:** *28 มีนาคม 2566* **ตอบรับ:** *4 เมษายน 2566*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับการรับรู้และระดับทัศนคติที่มีต่อการใช้เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G 2) เปรียบเทียบการรับรู้ที่มีต่อการใช้เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G ของประชาชน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 3) เปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อการใช้เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G ของประชาชน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 4) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้กับทัศนคติต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G กลุ่มตัวอย่างอาศัยอยู่ในพื้นที่ในกรุงเทพมหานครและนนทบุรี จำนวน 384 คน เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลการวิจัย พบว่า 1) ระดับการรับรู้ที่มีต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G ภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ระดับทัศนคติที่มีต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G ภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง 2) เพศ และรายได้รวมต่อเดือนต่างกันมีระดับการรับรู้เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3) สถานภาพสมรสต่างกันมีระดับการรับรู้เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 4) การรับรู้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีเครือข่าย

อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .595 มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ: การรับรู้ ทัศนคติ เครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G

Abstract

The purposes of this research were to 1) study the level of perceptions and attitude towards the use of 5G high-speed internet network technology, 2) compare the respondent's perceptions toward the use of 5G high-speed internet network, classified by personal factors, 3) compare the respondent’s attitude toward the use of 5G high-speed internet network, classified by personal factors, and 4) study the relationship between perception and attitude towards the use of 5G high-speed internet network technology. The research tool was a questionnaire. Data were analyzed using frequency, percentage, mean, standard deviation, One-way ANOVA, and Pearson Correlation Coefficient analysis.

The research results were 1) the level of perception and attitude towards the use of 5G high-speed internet network technology was at a moderate level. 2) The respondents with different genders and monthly incomes had different levels of perception of 5G high-speed internet with a statistically significant level of .05. 3) The respondents with different marital statuses had different attitudes towards 5G high-speed internet network technology with a statistically significant level of .05. 4) The perception and attitude of 5G high-speed internet network technology had a positive correlation at a moderate level with a statistically significant at .01 level.

Keywords: perceptions, attitude, high-speed internet network, 5G

บทนำ

ในปัจจุบันการเติบโตทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมีความก้าวหน้าและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วโดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาของเทคโนโลยีการสื่อสารไร้สาย ซึ่งได้มีพัฒนาการมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ทศวรรษ ค.ศ.1980 ซึ่งเป็นเพียงการคุยกันด้วยเสียงในเทคโนโลยี 1G จนกระทั่งกำลังไปสู่เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงของทุกสรรพสิ่งผ่านระบบ

การสื่อสารไร้สาย และจะเป็นรากฐานของสังคมในโลกยุคดิจิทัล ทั้งนี้การเข้ามาของเทคโนโลยี 5G นี้ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในวงกว้างต่อการใช้ชีวิตประจำของประชาชนเป็นอย่างมาก สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เป็นองค์กรที่ทำหน้าที่ในการบริหารคลื่นความถี่และกำกับดูแลการประกอบกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ซึ่งเป็นกิจการที่มีความเป็นพลวัตสูง อันเป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีอย่างก้าวกระโดดและการหลอมรวมของเทคโนโลยี (Technology Convergence) ในการนี้จึงได้มีการจัดทำแผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2562-2566) ที่มุ่งเน้นการจัดสรรทรัพยากรโทรคมนาคม สนับสนุนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคมที่ครอบคลุม ส่งเสริมประสิทธิภาพ เพิ่มประสิทธิผลของกลไกเครือข่ายความร่วมมือขับเคลื่อนในการพัฒนาอันเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไปสู่ความมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน (สำนักวิชาการและจัดการทรัพยากรโทรคมนาคม, 2561)

ประเทศไทยกำลังอยู่ในระหว่างการวางโครงข่าย 5G ของประเทศ ซึ่งจะเป็นสาธารณูปโภคที่สำคัญยิ่ง (Critical Infrastructure) และเป็นรากฐานของการพัฒนาประเทศไปสู่การมีเศรษฐกิจดิจิทัลและการเป็น Thailand 4.0 ตามแนวนโยบายของประเทศ ดังนั้นประเทศไทยจำเป็นต้องพิจารณาหลากหลายปัจจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในด้านเศรษฐกิจ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีความมั่นคง และความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ เพื่อให้การตัดสินใจเลือกอุปกรณ์ 5G มีความรอบด้านมากที่สุด (พลเทพ ธนโกเศศ, 2564)

We are Social ได้เปิดเผยสถิติการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลทั่วโลกผ่านรายงาน Digital 2022 Global Overview ของเดือนมกราคม พ.ศ. 2565 พบว่า ทั่วโลกมีการใช้อินเทอร์เน็ตคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 62.5 โดยมีจำนวนประชากรโลกอยู่ที่ 7.91 พันล้านคน มีอัตราการเติบโตต่อปีที่ร้อยละ 1.0 ซึ่งสามารถบ่งชี้ได้ว่าตัวเลขนี้จะสูงถึง 8 พันล้านในช่วงกลางปี พ.ศ. 2566 โดยประชากรโลกมากกว่าครึ่งซึ่งคิดเป็นร้อยละ 57 มีที่พักอาศัยอยู่ในเขตเมือง จำนวนผู้ใช้โทรศัพท์มือถือทั่วโลกมากกว่าสองในสามคิดเป็นร้อยละ 67.1 ของประชากรโลกที่ใช้โทรศัพท์มือถือ โดยมีจำนวนผู้ใช้ที่ไม่ซ้ำกันมากถึง 5.31 พันล้านคน ภายในต้นปี พ.ศ. 2565 ยอดรวมทั่วโลกเติบโตขึ้นร้อยละ 1.8 ส่วนจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกเพิ่มขึ้นเป็น 4.95 พันล้านคน และเข้าถึงอินเทอร์เน็ตอยู่ที่ร้อยละ 62.5 ของประชากรทั้งหมดทั่วโลก ข้อมูลแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเติบโตขึ้น 192 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 4.0 (กรุงเทพธุรกิจ, 2565)

ประเทศไทยมีอัตราส่วนการใช้อินเทอร์เน็ตต่อประชากรทั้งหมดอยู่ที่ร้อยละ 77.8 อันดับที่ 34 ของโลก ใช้เวลาในการเล่นอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยสูงถึง 9 ชั่วโมง 06 นาทีต่อวัน ติดอันดับที่ 7 ของโลก และติดอันดับสองของโลกที่ใช้เวลาเฉลี่ยการเล่นอินเทอร์เน็ตจากโทรศัพท์มือถือ (Smartphone)

โดยใช้เวลา 5 ชั่วโมง 28 นาทีต่อวัน การใช้อินเทอร์เน็ตจากเครื่องคอมพิวเตอร์ใช้เวลาเฉลี่ย 3 ชั่วโมง 38 นาทีต่อวัน อันดับที่ 18 ของโลก ด้านความเร็วของอินเทอร์เน็ตบ้าน พบว่า ประเทศไทยติดอันดับสองของโลก ที่ความเร็ว 171.37 Mbps รองจากสิงคโปร์ และความเร็วของอินเทอร์เน็ตทางมือถือของประเทศไทยอยู่ที่ 31.91 Mbps ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยของโลกที่ 29.06 Mbps และอยู่อันดับที่ 29 ของโลก ในการเล่นวิดีโอเกมส์จากทุกอุปกรณ์ อยู่ในอันดับสองของโลก โดยมีจำนวนร้อยละ 94.7 ของจำนวนผู้สอบถามที่ใช้อินเทอร์เน็ต ในการซื้อสินค้าออนไลน์เป็นอันดับหนึ่งของโลกเป็นประจำทุกสัปดาห์โดยมีจำนวนร้อยละ 68.3 ของจำนวนผู้สอบถามที่ใช้อินเทอร์เน็ตนำหน้าประเทศ มาเลเซีย เกาหลีใต้ เม็กซิโก และจีน ขณะที่ค่าเฉลี่ยทั่วโลกอยู่ที่ร้อยละ 58.4 อันดับสามของโลก การชำระเงินผ่านมือถือ (Internet Banking) โดยมีจำนวนร้อยละ 36.2 ของจำนวนผู้สอบถามที่ใช้อินเทอร์เน็ต ซึ่งฮ่องกงและไต้หวันเป็นอันดับหนึ่งและสอง ขณะที่ค่าเฉลี่ยทั่วโลกอยู่ที่ร้อยละ 25.8 ใช้ออนไลน์วิดีโอเพื่อการศึกษาต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของโลก โดยอยู่ที่ร้อยละ 41.7 อันดับที่ 26 ของโลก ขณะที่ค่าเฉลี่ยทั่วโลกอยู่ที่ร้อยละ 46.8 (กรุงเทพธุรกิจ, 2565)

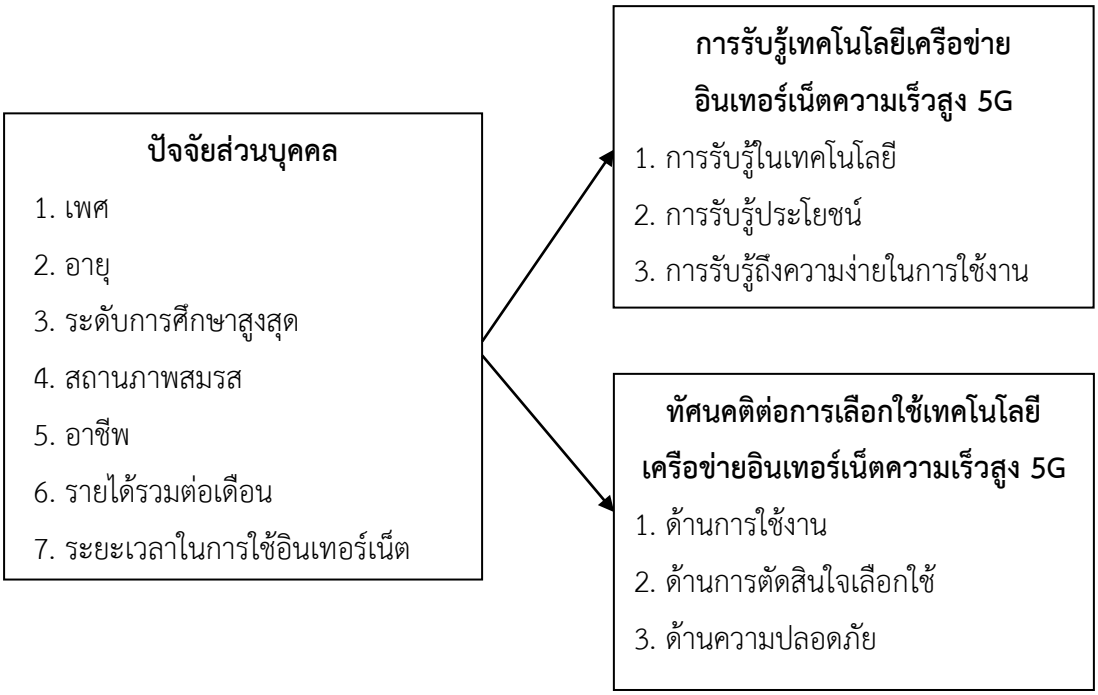
เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G จึงเป็นเทคโนโลยีที่ผู้ให้บริการเครือข่ายและประชาชนให้ความสนใจ เพราะสามารถเพิ่มศักยภาพในด้านการสื่อสารข้อมูลในด้านต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น และยังช่วยตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการโดยผ่านเครื่องลูกข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่หรืออุปกรณ์ไร้สายอื่น ๆ ที่สามารถรองรับเทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G ได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา การรับรู้และทัศนคติการใช้เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G ของประชาชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและนนทบุรี เพื่อทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ และทัศนคติต่อการใช้งาน การตัดสินใจเลือกใช้ และอีกทั้งยังสามารถนำผลการวิจัยเพื่อนำไปปรับใช้ในแผนการส่งเสริมการให้ความรู้ การสื่อสารประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G ต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้และระดับทัศนคติที่มีต่อการใช้เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G ของประชาชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและนนทบุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้ที่มีต่อการใช้เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G ของประชาชน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชน
3. เพื่อเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อการใช้เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G ของประชาชน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชน
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้กับทัศนคติต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G ของประชาชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและนนทบุรี

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำให้ผู้วิจัยสามารถนำมากำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษา การรับรู้และทัศนคติที่มีต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G ของประชาชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและนนทบุรี ซึ่งจะประกอบด้วย ตัวแปรต้น คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้รวมต่อเดือน และระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต ตัวแปรตาม ได้แก่ การรับรู้การใช้เทคโนโลยี 5G และทัศนคติต่อการเลือกใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่มีอายุระหว่าง 15-60 ปี ซึ่งอาศัยอยู่ในพื้นที่ในกรุงเทพมหานครและนนทบุรี มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 4,614,330 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2564) กำหนดขนาดตัวอย่างในภาพรวม ด้วยวิธีการกำหนดขนาดตัวอย่างของ Thompson (1992: 34) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อน (e) เท่ากับ 0.05 สัมประสิทธิ์ความผันแปรของประชากร (CV) เท่ากับ .5 ได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 384 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บและรวบรวมข้อมูล แบบสอบถามในงานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นตามกระบวนการการสร้างเครื่องมือสำหรับงานวิจัยทางด้านสังคมศาสตร์ประเภทวัดทัศนคติหรือความเห็น กำหนดเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับตามแบบของลิเคิร์ท (Likert's Scales) มีสาระและเนื้อหาครอบคลุมการรับรู้และทัศนคติที่มีต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G ของประชาชนในทุก ๆ ด้าน

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีการดำเนินการเป็นขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าเอกสาร ตำรา และทฤษฎี ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้และทัศนคติที่มีต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G

2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถาม และวิธีสร้างแบบทดสอบ

3. สร้างแบบสอบถามโดยอาศัยข้อมูลจากข้อ 1 และ 2 จากนั้นนำร่างแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อตรวจสอบและพิจารณาแก้ไขให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

4. การทดสอบหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยใช้ทดสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาโดยการนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบและแก้ไขจำนวน 3 ท่าน ได้แก่ 1) ผศ.ดร.เรวดี ศักดิ์ดุลยธรรม คณบดีคณะเทคโนโลยีดิจิทัล มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ 2) ดร.รสสุคนธ์ ทับพร อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ 3) ผศ.ภาสกร ปาละกูล หัวหน้าสาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ด้วยวิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (The Index of Item-Objective Congruence: IOC) ผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญได้ค่า IOC มากกว่า 0.50 ทุกข้อคำถามได้ค่า IOC เท่ากับ 0.67-1.00

5. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายการวิจัย จำนวน 30 ราย และหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งชุดโดย ใช้สูตรสัมประสิทธิ์ของแอลฟา (Coefficient Alpha) ของครอนบาค (Cronbach) ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.97

6. ปรับปรุงแบบสอบถามหลังการทดสอบค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหาและค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

7. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้ว ไปดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างตามที่กำหนดไว้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 15-60 ปี ในพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานครและจังหวัดนนทบุรี โดยผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างทำการรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเอง และสร้างแบบสอบถามออนไลน์และเก็บรวบรวม

ข้อมูลแบบออนไลน์ด้วย Google Forms ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการแนบไฮเปอร์ลิงค์แบบสอบถามออนไลน์ฝากไว้ที่ https://www.facebook.com/tomorn.chan และ Line เพื่อให้ได้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด เพื่อสำรองชุดข้อมูลเบื้องต้นร้อยละ 4 เป็นจำนวน 16 ชุด จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้จริงจำนวน 384 ชุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ปัจจัยส่วนบุคคลผู้วิจัยวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อใช้ในการบรรยายลักษณะข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ทำการวิเคราะห์โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage)

2. ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้และทัศนคติที่มีต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G ของกลุ่มตัวอย่างทำการวิเคราะห์โดยใช้ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD)

3. การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G ของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สถิติทดสอบที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ่ (Sheffé's Method)

4. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้และทัศนคติต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G โดยใช้สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient)

ผลการวิจัย

1. การรับรู้ที่มีต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้ที่มีต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G ในภาพรวม

การรับรู้ที่มีต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G	$\overline{X}$	**SD**	**ความหมาย**
1. ด้านการรับรู้ในเทคโนโลยี	3.25	0.48	ปานกลาง
2. ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์	3.28	0.43	ปานกลาง
3. ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	3.34	0.49	ปานกลาง
รวม	**3.29**	**0.34**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับการรับรู้ที่มีต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาจำแนกรายด้านพบว่า ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา คือ

ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านการรับรู้ในเทคโนโลยีมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด อยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน

ด้านการรับรู้ในเทคโนโลยี มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.25 อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีประสิทธิภาพในการใช้คลื่นความถี่เพิ่มขึ้น 3 เท่า มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมา คือ มีอัตราการส่งข้อมูลสูงสุดเพิ่มมากกว่า 4G 20 เท่า มีความหนาแน่นในการเชื่อมต่อหรือสามารถรองรับอุปกรณ์เพิ่มขึ้น 10 เท่า ส่วนมีอัตราการส่งข้อมูลสูงสุดต่อพื้นที่เพิ่มขึ้น 100 เท่า มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด

ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.28 อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ช่วยพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสารและด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมา คือ เพิ่มประสิทธิภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคธุรกิจในระดับสากล ช่วยสร้างโอกาสทางสังคมอย่างเท่าเทียมกัน ด้วยข้อมูลข่าวสารและบริการต่าง ๆ ได้ ส่วนสามารถพัฒนาและยกระดับเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไปสู่เศรษฐกิจที่สามารถขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด

ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.34 อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีความรวดเร็วในการดาวน์โหลดและอัพโหลดไฟล์ขนาดใหญ่ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมา คือ สามารถเชื่อมต่อกับอุปกรณ์หลากหลายผ่านอินเทอร์เน็ต มี มีความสะดวกรวดเร็วทั่วถึงและครอบคลุมพื้นที่ในการใช้งาน ส่วนมีความปลอดภัยในการใช้งานและมีความเป็นส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด

2. ทัศนคติที่มีต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับทัศนคติที่มีต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G ในภาพรวม

ทัศนคติที่มีต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G	$\overline{X}$	SD	ความหมาย
1. ด้านการใช้งาน	3.43	0.68	มาก
2. ด้านการตัดสินใจเลือกใช้	3.17	0.66	ปานกลาง
3. ด้านความปลอดภัย	3.22	0.64	ปานกลาง
รวม	**3.27**	**0.51**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับทัศนคติที่มีต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.27 อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน

พบว่า ด้านการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมา คือ ด้านความปลอดภัย ส่วนด้านการตัดสินใจเลือกใช้ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด

ด้านการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.43 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า เทคโนโลยี 5G มีผลการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินชีวิตของเรา เช่น ด้านความบันเทิง ด้านการเงิน และด้านการสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมา คือ มีความเชื่อมั่นต่อเทคโนโลยี 5G ซึ่งมีประโยชน์ สะดวกต่อการใช้งานและมีความปลอดภัยสูง ส่วนเทคโนโลยี 5G เป็นมาตรฐานใหม่และส่งผลช่วยให้ผลักดันเศรษฐกิจในภาพรวมได้ดียิ่งขึ้น มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด

ด้านการตัดสินใจเลือกใช้ มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.17 อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีความสนใจเทคโนโลยี 5G แต่ยังไม่พร้อมที่จะใช้งาน มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมา คือ มีความต้องการใช้งานเทคโนโลยี 5G ควบคู่ไปกับระบบเดิมที่ใช้อยู่ ส่วนมีความสนใจและมีความพร้อมในการใช้เทคโนโลยี 5G มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด

ด้านความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.22 อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีเทคโนโลยี 5G มีระบบการป้องกันความปลอดภัยของทำงานร่วมกัน การแชร์ข้อมูล ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมา คือ เทคโนโลยี 5G มีความยากต่อการถูกโจมตีจากภัยคุกคามต่าง ๆ ส่วนเทคโนโลยี 5G มีระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลของผู้ใช้งานที่เป็นมาตรฐาน

3. การทดสอบความแตกต่างระดับการรับรู้เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการรับรู้เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

	เพศ (t)	อายุ (F)	ระดับการศึกษาสูงสุด	สถานภาพสมรส (F)	อาชีพ (F)	รายได้รวมต่อเดือน	ระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต
1. การรับรู้ในเทคโนโลยี	3.129*	0.734	1.147	.101	1.578	2.398*	1.942
2. การรับรู้ประโยชน์	.263	0.400	.361	.493	2.371	1.652	1.417
3. การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน	.216	1.746	.079	.211	1.333	1.540	.634
รวม	**1.460**	**0.450**	**.417**	**.031**	**1.392**	**1.355**	**.791**

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 ผลจากการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับการรับรู้เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้รวมต่อเดือน และระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต พบว่า

อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด สถานภาพสมรส อาชีพ ระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตต่างกันมีระดับการรับรู้เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

เพศต่างกันมีระดับการรับรู้เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G ด้านการรับรู้ในเทคโนโลยี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

รายได้รวมต่อเดือนต่างกันมีระดับการรับรู้เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G ด้านระดับการรับรู้ในเทคโนโลยีต่างกัน 4 คู่ ได้แก่ 1) รายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาท กับรายได้ 25,001-30,000 บาท 2) รายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาทกับรายได้ 25,001-30,000 3) รายได้ระหว่าง 20,001-25,000 บาทกับรายได้มากกว่า 30,000 บาท และ 4) รายได้ระหว่าง 25,001-30,000 บาทกับรายได้มากกว่า 30,000 บาท แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. การทดสอบความแตกต่างระดับทัศนคติต่อเทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระดับทัศนคติต่อเทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

	เพศ (t)	อายุ (F)	ระดับการศึกษาสูงสุด (F)	สถานภาพสมรส (F)	อาชีพ (F)	รายได้รวมต่อเดือน (F)	ระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต (F)
1. ด้านการใช้งาน	.334	1.846	.242	.508	.433	1.268	1.245
2. ด้านการตัดสินใจเลือกใช้	1.477	2.298	1.265	3.671*	1.429	1.550	.320
3. ด้านความปลอดภัย	.886	.972	.525	.449	.142	1.413	.156
รวม	**1.148**	**1.645**	**.338**	1.492	**.706**	**1.891**	**.783**

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 ผลจากการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับทัศนคติเทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้รวมต่อเดือน และระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต พบว่า

เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้รวมต่อเดือน ระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตต่างกันมีระดับการรับรู้เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

สถานภาพสมรสต่างกันมีระดับทัศนคติเทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G ด้านการตัดสินใจเลือกใช้ต่างกัน 1 คู่ คือ สถานภาพโสดกับสถานภาพสมรสแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้กับทัศนคติต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G

ตารางที่ 5 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G กับทัศนคติต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G ในภาพรวม

	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r: P-value)	
	การรับรู้เทคโนโลยี 5G ในภาพรวม	**ทัศนคติต่อการเลือกใช้ 5G ในภาพรวม**
การรับรู้เทคโนโลยี 5G ในภาพรวม	1.00	
ทัศนคติต่อการเลือกใช้ 5G ในภาพรวม	.595**	1.00

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 5 พบว่า การรับรู้ต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G ในภาพรวม มีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G ในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .595 มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง

อภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่อง การรับรู้และทัศนคติที่มีต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G ของประชาชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและนนทบุรี มีประเด็นที่จะนำมาอภิปรายดังนี้

จากผลการวิจัยพบว่า ระดับการรับรู้ที่มีต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G ของประชาชน อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาจำแนกรายด้านพบว่า ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา คือ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์

อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านการรับรู้ในเทคโนโลยีมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ จุฑามาศ ประกอบผล (2563) ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้และทัศนคติที่ผลต่อความพร้อมในการใช้บริการเทคโนโลยี 5G ของผู้บริโภค: กรณีศึกษาประชากร จังหวัดกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า การรับรู้เทคโนโลยี 5G โดยรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก ด้านการรับรู้ว่ามีประโยชน์ (Perceived Usefulness) พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านการรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้ (Perceived Ease of Use) พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก อันเนื่องมาจากประชาชนอาจจะไม่มีข้อมูลความรู้ในส่วนด้านทางเทคนิคของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G พอสมควร เช่น ความหน่วงของระบบเครือข่าย ความหนาแน่นในการเชื่อมต่อ อัตราการส่งข้อมูล ประโยชน์ของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G ในภาคเศรษฐกิจโดยรวม อีกทั้งประชาชนยังได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเรื่องฉ้อโกงจากสื่อจำนวนมาก จนทำให้เกิดความไม่เข้าใจในเรื่องความปลอดภัยในการใช้งานและมีความเป็นส่วนตัว และมาตรฐานการแจ้งเหตุฉุกเฉิน และการป้องกันภัยได้อย่างทันที ทั้งนี้ควรจะให้มีการประชาสัมพันธ์ในเรื่องด้านความปลอดภัย ด้านการป้องกัน และข้อควรระมัดระวังให้กับประชาชนได้รับทราบ เพื่อให้ประชาชนได้ตระหนักถึงความปลอดภัยในการใช้เครือข่ายที่ถูกต้อง โดยไม่ต้องตกเป็นเหยื่อของผู้ไม่หวังดี

ส่วนด้านทัศนคติที่มีต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G ในภาพรวม ผลการวิจัย พบว่า มีระดับทัศนคติในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการใช้งานอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับปานกลาง ด้านการตัดสินใจเลือกใช้ อยู่ในระดับปานกลาง และการรับรู้ต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G ในภาพรวม มีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G ในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .595 มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับ จุฑามาศ ประกอบผล (2563) การรับรู้และทัศนคติที่ผลต่อความพร้อมในการใช้บริการเทคโนโลยี 5G ของผู้บริโภค: กรณีศึกษาประชากร จังหวัดกรุงเทพมหานคร ผลวิจัย พบว่า ทัศนคติเกี่ยวกับเทคโนโลยี 5G โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย ความพร้อมและการยอมรับเทคโนโลยี 5G การรับรู้มีความสัมพันธ์กับความพร้อมและการยอมรับเทคโนโลยี 5G มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นไปในเชิงบวก โดยความสัมพันธ์ที่พบอยู่ในระดับสูง (r=0.659) ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับความพร้อมและการยอมรับเทคโนโลยี 5G มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นไปในเชิงบวก โดยความสัมพันธ์ที่พบอยู่ในระดับสูง (r=0.723) แต่ขัดแย้งกับ ภาคภูมิ ภัควิภาส และคณะ (2564) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการรับรู้และทัศนคติการใช้งานเทคโนโลยี 5G ในสถานการณ์เปลี่ยนผ่านของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัย ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของทัศนคติต่อการใช้งาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$=4.34) และการตัดสินใจเลือกใช้อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$=4.60) ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าปัจจัยการรับรู้ทั้ง 3 ด้านมี

ความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติต่อการใช้งาน ทั้งยังพบว่าทัศนคติต่อการใช้งานมีอิทธิพลและส่งผลกับการตัดสินใจเลือกใช้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่า ประชาชนไม่เชื่อมั่นในด้านความปลอดภัยในการใช้งานและมีความเป็นส่วนตัว มีความสนใจและมีความพร้อมในการใช้เทคโนโลยี 5G มีค่าเฉลี่ยที่ต่ำ ฉะนั้นรัฐบาลโดยเฉพาะกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ควรกำหนดเป็นนโยบายหรือแนวทางในการให้ประชาชนเข้าใจถึงประโยชน์ของเทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G ดังนี้

1. ควรมีการประชาสัมพันธ์และให้ความรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับประโยชน์ของเทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G ให้มากขึ้นผ่านสื่อต่าง ๆ ให้มากขึ้น

2. ให้ความรู้แก่ประชาชนด้านการใช้งานโดยเฉพาะด้านความปลอดภัยของระบบ การแชร์ข้อมูล การถูกโจมตีจากภัยคุกคามต่าง ๆ และควรมีระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลของผู้ใช้งานที่เป็นมาตรฐานมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างในรูปแบบปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการรับรู้และทัศนคติต่อเทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G

2. ควรนำปัจจัยอื่น ๆ เข้ามาศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่อาจจะส่งผลต่อการรับรู้และทัศนคติต่อเทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G ของประชาชน

3. ควรมีการศึกษาเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ในเรื่องการรับรู้และทัศนคติต่อเทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 5G ของประชาชน

เอกสารอ้างอิง

กรุงเทพธุรกิจ. (2565). **เปิดสถิติใช้ “ดิจิทัล” ทั่วโลก “ไทย” ติดอันดับโลกเพียบ!!**. ค้นเมื่อวันที่ 30 สิงหาคม 2565, จาก https://www.bangkokbiznews.com/tech/988061

จุฑามาศ ประกอบผล. (2563). **การรับรู้และทัศนคติที่ผลต่อความพร้อมในการใช้บริการเทคโนโลยี 5G ของผู้บริโภค: กรณีศึกษาประชากร จังหวัดกรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

พลเทพ ธนโกเศศ. (2564). *5G กับความมั่นคงแห่งชาติ.* **วารสารมุมมองของความมั่นคง.** ฉบับวันที่ 5 ประจำเดือนตุลาคม 2563-มกราคม 2564.

ภาคภูมิ ภัควิภาส และคณะ. (2564). *ปัจจัยการรับรู้และทัศนคติการใช้งานเทคโนโลยี 5G ในสถานการณ์เปลี่ยนผ่านของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.* **วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น**, 7(5): 89-105.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2564). **สำรวจการมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน.** ค้นเมื่อวันที่ 5 กรกฎาคม 2565, จาก http://www.nso.go.th/

สำนักวิชาการและจัดการทรัพยากรโทรคมนาคม. (2561). **แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ฉบับที่ 2**. ค้นเมื่อวันที่ 21 กันยายน 2565, จาก https://www.nbtc.go.th/law/

Thompson, S.K. (1992). **Sampling.** New York: John Wiley and Sons.

การบริหารความปลอดภัยในโรงเรียน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน ในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

School Safety Administration under the Office of the Private Education Commission in Lak Si District, Bangkok

ศาศวัต ธนุนาจารย์
นิสิต หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
E-mail: nongmai.sasawat@gmail.com
สมถวิล วิจิตรวรรณา
อาจารย์หลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิตวิชาชีพครู มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
E-mail: sowiji@rpu.ac.th
Sasawat Thanunajarn
Student, Master of Education Program, Faculty of Arts, Rajapruk University
Somtawin Wijitwanna
Lecturer, Graduate Diploma in Teacher Profession, Rajapruk Universit

รับเข้า: *11 มีนาคม 2566* **แก้ไข:** *14 มีนาคม 2566* **ตอบรับ:** *2 เมษายน 2566*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหาร ครู และการบริหารในโรงเรียนเกี่ยวกับการบริหารความปลอดภัยของโรงเรียน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน ในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยผู้บริหารและครูในโรงเรียน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น จำนวน 215 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการทดสอบรายคู่โดยวิธี LSD

ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริหารและครูมีความคิดเห็นต่อการบริหารความปลอดภัยในโรงเรียน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน ในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร มีการปฏิบัติในระดับมากทั้งโดยรวมและรายด้าน 5 ด้าน ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหารและครูเกี่ยวกับการบริหารความปลอดภัยในโรงเรียน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน ในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร พบว่า ก) จำแนกตามอายุ: ความคิดเห็นของผู้บริหารและครูต่อการบริหารความปลอดภัยในโรงเรียนในภาพรวม และมีเพียงด้านเดียวคือด้านภัยพิบัติ ที่ความคิดเห็นต่อการบริหาร

ความปลอดภัยในโรงเรียนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ข) จำแนกตามระดับการศึกษา ความคิดเห็นของผู้บริหารและครูทั้งภาพรวมและรายด้าน 5 ด้านไม่แตกต่างกัน ค) จำแนกตามขนาดของสถานศึกษา พบว่าความคิดเห็นแตกต่างกันมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งภาพรวมและรายด้าน 5 ด้าน เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่า ในภาพรวมและรายด้านทั้ง 5 ด้าน คือ ผู้บริหารและครูที่อยู่ในโรงเรียนขนาดเล็กมีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้บริหารและครูที่อยู่ในโรงเรียนขนาดกลางและใหญ่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนผู้บริหารและครูที่อยู่ในโรงเรียนขนาดกลางและใหญ่มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: การบริหารความปลอดภัยในโรงเรียน สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน กรุงเทพมหานคร

Abstract

The objectives of the research were to study and compare the opinions of administrators and teachers regarding school safety management under the Office of the Private Education Commission in Lak Si District, Bangkok. The sample consisted of 215 administrators and teachers under the Office of the Private Education Commission in Lak Si District, Bangkok, using stratified random sampling. The research instrument was a questionnaire that the researcher made. The data were statistically analyzed using percentage, mean, standard deviation, t-test, One-way ANOVA, and LSD.

The research results were as follows: The opinions of administrators and teachers on school safety management were at a high level of practice both overall and in each of the 5 aspects and all items; and 2) the comparison of administrators' and teachers' opinions towards school safety management under the Office of the Private Education Commission in Lak Si District, Bangkok classified by a) age: it had a difference overall, and only one aspect was statistically significant at the .05 level; b) educational level: it did not have a difference overall and every 5 aspects, and c) school size: it had a difference overall and every 5 aspects were statistically significant at the .01 level. Administrators and teachers in small schools had different opinions from administrators and teachers in medium and large schools, with statistical significance at the level of .01. Administrators and teachers in medium and large schools had no different opinions.

Keywords: school safety management, schools under the jurisdiction of the Commission Private Education in Lak Si District Bangkok

บทนำ

ความปลอดภัยเป็นสิทธิพื้นฐานของมนุษย์ เด็กทุกคนมีสิทธิที่จะได้รับการดูแลเพื่อให้เติบโตมีพัฒนาการที่ดีในสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยอย่างเสมอภาคกัน เป็นหน้าที่ของรัฐ ผู้ปกครอง และทุกภาคส่วนของสังคมจะต้องร่วมรับผิดชอบในสิทธิ และความเสมอภาคนั้น ดังนั้นสวัสดิภาพในด้านความปลอดภัย ถือเป็นสิ่งสำคัญต่อการเจริญเติบโตและพัฒนาการของเด็กไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในวัยเรียน เพราะเป็นช่วงที่ต้องให้ความสำคัญต่อการศึกษา หากเกิดอุบัติเหตุ นั่นหมายถึงเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อพัฒนาการด้านการเรียนรู้ที่อาจช้าลง ทำให้เรียนอย่างไม่เต็มประสิทธิภาพได้ ดังนั้นการดำเนินงานเพื่อให้เด็กทุกคนได้รับความรู้ การฝึกทักษะ การดูแลป้องกัน และสิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัย จะนำไปสู่การกระจายทรัพยากรเพื่อการสงเคราะห์เด็ก การคุ้มครองเด็ก การจัดสวัสดิการ และการจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อให้เด็กในทุกกลุ่มของสังคมได้รับการดูแลอย่างเสมอภาค (อดิศักดิ์ ผลิตผลการพิมพ์และคณะ, 2550)

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562 ได้แสดงออกซึ่งเจตนารมณ์ในการให้สถานศึกษาและชุมชนร่วมกันจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาผู้เรียนให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ เป็นคนดี มีความสุขและเป็นคนเก่ง ซึ่งย่อมหมายรวมถึงการมีชีวิตที่ปลอดภัยและร่วมสร้างสังคมที่ปลอดภัยด้วยนั่นเอง เพราะ “ความปลอดภัยเป็นปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพการเรียนรู้ของผู้เรียน” นอกจากนี้พระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546 (2546) ได้กำหนดให้ครอบครัว ชุมชน และสังคมมีบทบาทร่วมกันในการจัดการความเสี่ยงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับเด็กโดยกำหนด ให้มีการรวมตัวของผู้ปฏิบัติงานด้านเด็กแบบบูรณาการร่วมกับการกำหนดบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจนของครอบครัว ชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและหน่วยงานรัฐต่าง ๆ จะเห็นได้ว่าหากขาดปัจจัยทางสังคมดังที่กล่าวมานั้นเด็กจะไม่อยู่ในสภาวะปลอดภัยได้เลย

สถานการณ์ปัญหาเด็กและเยาวชนในด้านความปลอดภัย เด็ก และเยาวชนซึ่งเป็นนักเรียนในโรงเรียนของภาครัฐและเอกชน ได้รับอันตรายจากอุบัติเหตุ อุบัติภัย และปัญหาทางสังคมต่าง ๆ เช่น อุบัติเหตุจากกการเดินทางไป-กลับ ระหว่างบ้านพักและโรงเรียน จากเครื่องเล่นหรืออุปกรณ์ต่าง ๆ ในโรงเรียนที่ชำรุด และไม่ได้มาตรฐาน จากการหกล้มหรือตกจากที่สูง จากการเล่นกีฬา และกิจกรรมนันทนาการ หรือจากการรู้เท่าไม่ถึงการณ์ของนักเรียน จนนำมาซึ่งความเสียหายแก่ทรัพย์สิน ตนเองและบุคคลรอบข้าง ซึ่งในบางครั้งอาจรุนแรงถึงขั้นเสียชีวิต หรือทุพพลภาพเป็นจำนวนมากในแต่ละปี นอกจากนี้นักเรียนส่วนหนึ่ง อาจได้รับการหล่อหลอมจากบรรยากาศและสภาพแวดล้อมที่ไม่เหมาะสมส่งผลให้นักเรียนมีพฤติกรรมที่เบี่ยงเบนหรือล่อแหลมต่อการกระทำอันผิดกฎหมาย หมิ่นเหม่ต่อศีลธรรมอันดีงาม เช่น การมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควร ค่านิยมการซื้อสินค้าราคาแพง การเสพยาเสพติดและของมึนเมา การเที่ยวกลางคืนตามสถานบันเทิง การแข่งรถ การมั่วสุมเล่นการพนัน และเกมคอมพิวเตอร์ การทะเลาะวิวาท รวมทั้งการเร่งเร้าจากสื่อต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันอีกด้วย การดำรงชีวิตประจำวันของเด็กนักเรียนซึ่งอยู่ท่ามกลางสภาพแวดล้อมทางสังคมที่เสี่ยงต่อการประสบปัญหา และยังขาดการ

ดูแลคุ้มครองด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัยนั้น นับว่าเป็นอุปสรรคต่อพัฒนาการและการศึกษาที่เหมาะสมตามช่วงวัยของเด็กนักเรียนอย่างยิ่ง (สุวณีย์ ศรีวรมย์ ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร และ วาโร เพ็งสวัสดิ์, 2555)

การเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมเป็นปัจจัยที่ทำให้โครงสร้างเศรษฐกิจสังคมในปัจจุบันที่มีความซับซ้อนมากขึ้น บริบทต่าง ๆ รอบตัวเด็กส่งผลต่อพฤติกรรมและความปลอดภัยของเด็กนักเรียน ซึ่งจากสถิติสาธารณสุข ปี พ.ศ. 2560-2563 พบว่า ในระยะเวลา 4 ปี ที่ผ่านมา นับตั้งแต่ พ.ศ. 2560 จนถึง 2563 เด็กไทยที่มีอายุ 0-4 ปี 5-9 ปี 10-14 ปี เสียชีวิตไปแล้ว 19,304 คน 4,454 คน และ 6,766 คน ตามลำดับ โดยเฉลี่ยปีละ 7,631 คน และพบว่าในกลุ่มเด็กอายุ 0-4 ปี เสียชีวิตจากสาเหตุภายนอกที่ไม่ได้เกิดจากการเจ็บป่วย ซึ่งหมายรวมถึงอุบัติเหตุ และการถูกทำให้เสียชีวิตจำนวน 2,203 คน (มากกว่า 1 ใน 10 ของการตายในเด็กอายุ 0-4 ปี ทั้งหมด) และในเด็กอายุ 5-14 ปี เสียชีวิต 5,612 คน คือเกือบครึ่งหนึ่งของการตายในเด็กอายุ 5-14 ปีทั้งหมด (กองยุทธศาสตร์และแผนงาน กระทรวงสาธารณสุข, 2564)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ได้ยึดหลักการพัฒนาคุณภาพคน การพัฒนาคุณภาพการศึกษาและการลดความเหลื่อมล้ำในสังคม ให้เด็กและเยาวชนรู้จักหลีกเลี่ยงพฤติกรรมไม่พึงประสงค์ที่ส่งผลกระทบต่อตนเองและผู้อื่น จะเห็นได้ว่า สถาบันการศึกษานั้นมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนา ทักษะ ความรู้ ความสามารถ การสร้างประสบการณ์ การปลูกฝังค่านิยมอันดีงามต่อเด็กและเยาวชน เนื่องจากเด็กและเยาวชนที่อยู่ในวัยเรียนจะใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่ในสถานศึกษา ในการทำกิจกรรม ส่งเสริมการเรียนรู้ต่าง ๆ โดยสถานศึกษาต้องสามารถบริหารจัดการด้านความปลอดภัยแก่นักเรียน (พระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546, 2546)

ความไม่ปลอดภัยในสถานศึกษามีปรากฏในสถานการณ์ต่าง ๆ อยู่เสมอ ส่งผลกระทบต่อชีวิตสวัสดิภาพทั้งร่างกาย และจิตใจของนักเรียน นำมาซึ่งความสูญเสีย ถึงจะมีการกำหนดมาตรการต่าง ๆ ออกมาป้องกันแต่ก็ยังพบเหตุการณ์เกิดขึ้น จำเป็นต้องหามาตรการ ปรับปรุงกลไกที่มีอยู่ให้ชัดเจนขึ้น ขณะที่ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 กำหนดไว้ชัดเจนเรื่อง คุณธรรม จริยธรรม ศ. นพ.จรัส สุวรรณเวลา ได้กล่าวว่า การสร้างอุปนิสัยที่ถูกต้องเพื่อให้เกิดสังคมที่ดี สิ่งเหล่านี้จะเกิดขึ้นกับผู้เรียนได้ต้องอาศัยการสร้างที่เกิดจากโรงเรียน การปลูกฝังและสร้างจิตสำนึกเริ่มต้นได้ที่ “โรงเรียน” โดยการสร้างความปลอดภัยในเด็กถือเป็นหน้าที่ของทุกฝ่ายในสังคมที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะอย่างยิ่ง สถานศึกษา ชุมชน ผู้ปกครอง และศูนย์พัฒนาเด็กเล็กซึ่งเป็นสถาบันหรือหน่วยทางสังคมที่ใกล้ชิดเด็กมากที่สุด โดยควรเริ่มจากเล็กไปใหญ่จากครอบครัว สถานศึกษา ชุมชน และสังคมรอบตัว (เกศกาญจน์ บุญเพ็ญ, 2561)

ในปัจจุบันนี้ได้มีแนวทางการหาทางเพื่อสร้างความปลอดภัยในโรงเรียน โดยเป็นแนวทางที่ใช้ได้จริง เช่น แนวทางจากคณะกรรมการอิสระเพื่อการปฏิรูปการศึกษา (กอปศ.). (2561) ที่ได้ตระหนัก

และคิดแนวทางคือ “ความปลอดภัยในโรงเรียน” หรือ School Safety ซึ่งเป็นส่วนประกอบสำคัญในการปฏิรูปการศึกษา ศ.นพ.จรัส สุวรรณเวลา ประธาน กอปศ. ได้ให้แนวทางว่า กอปศ. ได้พิจารณาแล้วเห็นตรงกันว่าในการปฏิรูปการศึกษา เป้าหมายคือการให้การศึกษาและผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา การที่จะให้ความสำคัญแค่ด้านวิชาการนั้นอาจไม่เพียงพอ แต่ต้องมุ่งที่ผลสัมฤทธิ์ด้านอื่น ๆ ร่วมด้วย โดยเฉพาะ “ความปลอดภัยในโรงเรียน” ซึ่ง กอปศ. ได้ศึกษาวิจัยและแบ่งมิติความปลอดภัยในโรงเรียนออกเป็น 5 มิติ ได้แก่ 1. อุบัติเหตุ ทั้งกายภายภาพ สิ่งแวดล้อม เช่น การเดินทาง เครื่องเล่นที่ไม่สมบูรณ์ ที่เกิดเหตุตลอดเวลา อาคารเรียน ฯลฯ 2. ความรุนแรงในโรงเรียนทั้งร่างกายและจิตใจ ไม่จะเป็นการทะเลาะวิวาทระหว่างนักเรียน ความรุนแรงในโลกโซเชียล และความรุนแรงระหว่างครูและนักเรียน ความรุนแรงจากบุคคลในครอบครัว 3. มลพิษ จากทางอากาศ ทางเสียง สภาพแวดล้อมที่ตั้งของโรงเรียน 4. สิ่งปนเปื้อนในอาหาร อุปกรณ์เครื่องใช้ ของเล่น 5. ภัยพิบัติ จากโรคติดต่อในโรงเรียน จากภัยธรรมชาติ (เกศกาญจน์ บุญเพ็ญ, 2561)

โรงเรียนเอกชนเป็นสถานศึกษาที่สังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน แม้มิได้เป็นส่วนของภาครัฐ แต่โรงเรียนเอกชนมีหน้าที่โดยตรงที่ต้องจัดการศึกษาโดยใช้กระบวนการต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุตามจุดมุ่งหมายของพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ เพื่อให้ผู้เรียนเป็นคนดี คนเก่ง และมีความสุข โรงเรียนจึงนับเป็นสิ่งแวดล้อมที่มีความสำคัญต่อเด็กมาก ทั้งนี้เนื่องจากเด็ก ๆ จะต้องใช้ชีวิตอยู่วันละ 7-8 ชั่วโมง ความรู้ ทัศนคติ ค่านิยม และประสบการณ์ต่าง ๆ ที่เด็กได้รับในโรงเรียน ย่อมมีอิทธิพลต่อจิตใจ ความสนใจ และอุดมคติในชีวิตการเรียนต่อไปจนถึงชีวิตในการทำงานของเด็กทุกคน ในปัจจุบัน โรงเรียนเอกชนยังมีอีกปัญหาหนึ่งที่มีแนวโน้มรุนแรงและหนักมากจนน่าวิตก คือ การแพร่ระบาดของสื่อที่ไม่เหมาะสมหรือสื่อลามกอนาจาร จนอาจจะทำให้เด็กและเยาวชนไทยซึ่งขาดภูมิคุ้มกันในการบริโภคสื่ออยู่แล้ว มีการลอกเลียนแบบพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม และนำไปสู่ปัญหาต่าง ๆ ในการรณรงค์เรื่องความปลอดภัยในสถานศึกษา แม้ว่าจะได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง แต่ยังพบว่ามีอุบัติเหตุเกิดขึ้นอยู่เสมอ มีความรุนแรงและรูปแบบที่แตกต่างกัน ซึ่งเด็กอยู่ในวัยชอบเล่น มีการเล่นที่รุนแรงโดยไม่ระมัดระวังย่อมทำให้เกิดอุบัติเหตุได้ง่าย ถึงแม้ว่าจะมีมาตรการการป้องกันที่ดีอย่างไรก็ตาม แต่ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน ยังพบว่ามีอุบัติเหตุ อุบัติภัย และความรุนแรงเกิดขึ้นเป็นจำนวนมากอยู่ดี (สุชีรา ใจหวัง, 2560)

การศึกษาการบริหารความปลอดภัยของโรงเรียน ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาความคิดเห็นของผู้บริหารและครูในโรงเรียน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน ในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นโรงเรียนที่จัดการศึกษาโดยเอกชนที่มีความหลากหลายในขนาด และการให้บริการของโรงเรียน อีกทั้งเป็นโรงเรียนที่มีสภาพแวดล้อมอยู่ในเขตสังคมเมือง ซึ่งเป็นอีกปัจจัยที่ก่อให้เกิดปัญหาเพิ่มขึ้นได้ พบว่ายังมีอุบัติเหตุเกิดขึ้น โดยมีความรุนแรงและรูปแบบที่แตกต่างกัน สาเหตุที่เกิดอุบัติเหตุ คือ เกิดจากคน การบริหารจัดการ และสภาพแวดล้อม นอกจากนี้เนื่องจากอยู่ในชุมชนเมืองโรงเรียนต้องพบ

ปัญหามลพิษจากสิ่งแวดล้อมทั้งเสียงและฝุ่นละออง นักเรียนส่วนหนึ่งอาจได้รับการหล่อหลอมจากบรรยากาศรวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ไม่เหมาะสม ทั้งจากสังคมและโลกโซเชียล ส่งผลให้นักเรียนมีพฤติกรรมที่เบี่ยงเบนหรือล่อแหลมต่อการกระทำอันผิดกฎหมาย และหมิ่นเหม่ต่อศีลธรรมอันดีงาม และพบว่ายังมีปัญหาการจัดการเมื่อเกิดปัญหาเร่งด่วนในโรงเรียนด้วย

จากปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงทำการศึกษา การบริหารความปลอดภัยในโรงเรียน ตามความคิดเห็นของผู้บริหารและครู ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน ในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาระบบการบริหารความปลอดภัยในโรงเรียน ที่นับว่าสำคัญและจำเป็นอย่างมาก เพราะจะทำให้เกิดการจัดการศึกษาอย่างทั่วถึง มีคุณภาพ นักเรียนซึ่งอยู่ในโรงเรียนเกือบตลอดทั้งวัน ความปลอดภัยในโรงเรียนจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการดูแลช่วยเหลือนักเรียนให้ สามารถอยู่ในระบบการศึกษาได้ตลอดหลักสูตร มีทักษะชีวิตเพียงพอที่จะดูแลตนเอง สามารถอยู่ในสังคมได้อย่างปลอดภัย และมีความสุข

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้บริหารและครูในโรงเรียนเกี่ยวกับการบริหารความปลอดภัยของโรงเรียน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน ในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบการบริหารความปลอดภัยของโรงเรียน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน ในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานครตามความคิดเห็นของผู้บริหารและครูในโรงเรียนจำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา และขนาดโรงเรียน

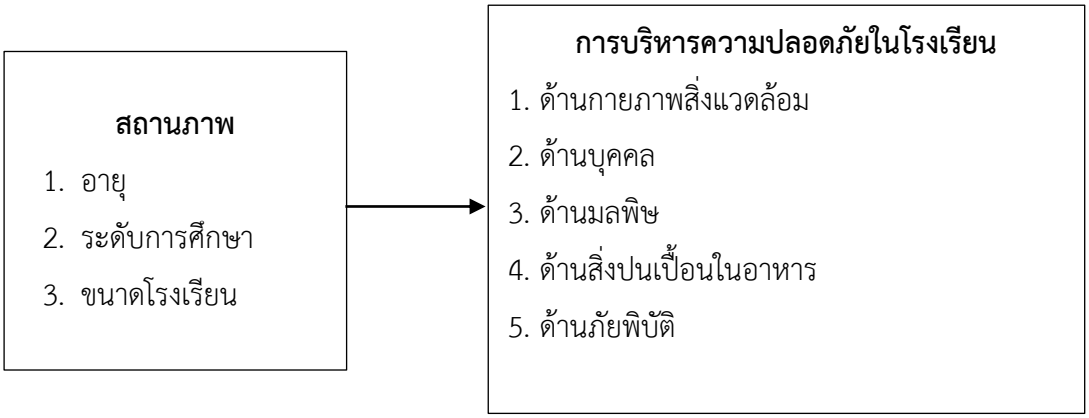
สมมติฐานการวิจัย

ผู้บริหารและครูในโรงเรียนที่มีอายุ ระดับการศึกษา และขนาดโรงเรียนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารความปลอดภัยในโรงเรียนแตกต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แนวคิดความปลอดภัยในโรงเรียนตามแนวทางของคณะกรรมการอิสระเพื่อการปฏิรูปการศึกษา (กอปศ.) (2561) ที่จำแนกความปลอดภัยในโรงเรียน (School Safety) ออกเป็น 5 ด้าน คือ 1. ด้านกายภาพ สิ่งแวดล้อม เครื่องเล่น อาคารเรียน ฯลฯ 2. ด้านความรุนแรง ในโรงเรียน ในครอบครัว และจากโลกโซเชียล 3. มลพิษจากทางอากาศ ทางเสียง สภาพแวดล้อมที่ตั้งของโรงเรียน 4. สิ่งปนเปื้อนในอาหาร อุปกรณ์เครื่องใช้ ของเล่น และ 5. ด้านภัยพิบัติ จากโรคติดต่อในโรงเรียน จากภัยธรรมชาติ ร่วมกับนำแนวคิดทฤษฎีรูปแบบระบบความปลอดภัยของ Firenze (Firenze System Model) ที่ศึกษาถึงสาเหตุของอุบัติเหตุว่า จะต้องศึกษาองค์ประกอบทั้งระบบซึ่งมีปฏิกิริยา

สัมพันธ์เกี่ยวข้องกัน องค์ประกอบนี้ ได้แก่ คน (Man) เครื่องจักร (Machine) และสิ่งแวดล้อม (Environment) จากแนวคิดดังกล่าว ผู้วิจัยจึงนำทั้งสองแนวคิดมาบูรณาการ เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริม สวัสดิภาพด้านความปลอดภัย ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญมากต่อการเจริญเติบโตและพัฒนาการของเด็กไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในวัยเรียน



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหารและครูโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน ในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร จำนวน 9 โรงเรียน รวมทั้งหมด 463 คน

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริหารและครูโรงเรียน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน ในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) สุ่มครูและผู้บริหารตามสัดส่วนของจำนวนเป็นรายโรงเรียน จากทั้งหมด 9 โรงเรียน จากนั้น ด้วยวิธีการจับฉลาก จำนวน 215 คน ตามสูตรการคำนวณของ Yamane (1973)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น แบ่งออกเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 แบบสอบถามสถานภาพของผู้ตอบ เป็นแบบตรวจสอบรายการ (check list) เกี่ยวกับอายุ ระดับการศึกษา และขนาดของโรงเรียน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามการบริหารความปลอดภัยในโรงเรียน ใช้มาตรประมาณค่าแบบลิเคิร์ท 5 ระดับ ประกอบด้วย 5 ด้าน ดังนี้ 1) การบริหารความปลอดภัยด้านอุบัติเหตุด้านกายภาพ และสิ่งแวดล้อม 2) การบริหารความปลอดภัยด้านความรุนแรงในโรงเรียน จากบุคคลในครอบครัว และ

โลกโซเชียล 3) การบริหารความปลอดภัยด้านมลพิษจากทางอากาศ ทางเสียง และสภาพแวดล้อมที่ตั้งของโรงเรียน 4) การบริหารความปลอดภัยด้านสิ่งปนเปื้อนในอาหาร อุปกรณ์เครื่องใช้ 5) การบริหารความปลอดภัยด้านภัยพิบัติ จากโรคติดต่อในโรงเรียน จากภัยธรรมชาติ

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการบริหารความปลอดภัยในโรงเรียน

การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ศึกษาทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารความปลอดภัยในโรงเรียน จากตำรา และเอกสาร บุคลากรทางการศึกษา และวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามการวิจัย

2. สร้างแบบสอบถาม นำแบบสอบถามการวิจัยที่สร้างเสร็จเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบ และนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไขเพื่อความถูกต้อง

3. ตรวจสอบค่าความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) นำแบบสอบถามเสนอผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน (ดังแสดงรายชื่อในภาคผนวก) เพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์ถูกต้อง ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ รูปแบบเนื้อหา ตรวจสอบความสอดคล้องในเรื่องจุดมุ่งหมาย รับข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิ จากนั้นนำมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ แล้ววิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องของคำถามกับวัตถุประสงค์ (The Index of Item-Objective Congruence: IOC) และ ได้ค่า IOC ระหว่าง 0.67-1.00 อยู่ในเกณฑ์ที่สามารถนำไปใช้ได้ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป

4. ตรวจสอบค่าความเที่ยง (Reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว นำไปทดลองใช้ (try Out) กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อดูความเหมาะสมและแก้ไขปรับปรุง ก่อนนำไปใช้จริง วิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Discrimination) ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวม (Item-total correlation) และค่าความเที่ยงของแบบสอบถามมาตรประมาณค่า โดยการใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha coefficient) ของ Cronbach (1990) ได้ค่าความเที่ยงของมาตรประมาณค่าเท่ากับ 0.98 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้ โดยเกณฑ์ค่าที่ยอมรับได้ คือ 0.70 ขึ้นไป (ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และคณะ 2562)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

1. วิเคราะห์สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้การแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ

2. วิเคราะห์การบริหารความปลอดภัยในโรงเรียน วิเคราะห์ข้อมูลแยกเป็นรายด้าน และรายข้อ วิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) หาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย (ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์และคณะ, 2562) ดังนี้

ตั้งแต่ คะแนนค่าเฉลี่ย 4.50 ขึ้นไป หมายถึง อยู่ในระดับมากที่สุด

คะแนนค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง อยู่ในระดับมาก

คะแนนค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง อยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง อยู่ในระดับน้อย

คะแนนค่าเฉลี่ย น้อยกว่า 1.50 หมายถึง อยู่ในระดับน้อยที่สุด

3. เปรียบเทียบการบริหารความปลอดภัยในโรงเรียน เมื่อจำแนกตามอายุ และระดับการศึกษา ใช้สถิติทดสอบค่าทีเป็นอิสระต่อกัน (t-test แบบ independent) ส่วนการเปรียบเทียบที่จำแนกตามขนาดโรงเรียน ใช้สถิติทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการทดสอบรายคู่โดยวิธี LSD (Least square difference)

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการบริหารความปลอดภัยในโรงเรียน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน ในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานครในภาพรวมและรายด้าน

การบริหารความปลอดภัยในโรงเรียน	$\overline{X}$	SD	แปลผล	อันดับ
1. ด้านกายภาพสิ่งแวดล้อม	4.36	0.37	มาก	1
2. ด้านบุคคล	4.32	0.41	มาก	2
3. ด้านมลพิษ	4.31	0.46	มาก	3
4. ด้านสิ่งปนเปื้อนในอาหาร	4.26	0.48	มาก	5
5. ด้านภัยพิบัติ	4.30	0.46	มาก	4
ภาพรวม	**4.31**	**0.35**	**มาก**	

จากตารางที่ 1 พบว่า ความคิดเห็นของผู้บริหารและครูเกี่ยวกับสภาพการบริหาร เรื่อง การบริหารความปลอดภัยในโรงเรียน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน ในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ในภาพรวมและรายด้านนั้น อยู่ในระดับมากทุกรายการ โดยในภาพรวม มีค่าเฉลี่ย ($\overline{x}$=4.31,SD=0.35) เมื่อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านกายภาพสิ่งแวดล้อม เครื่องเล่น อาคารเรียน รองลงมา คือ ด้านบุคคลความรุนแรง ในโรงเรียนจากในครอบครัว และในโลกโซเชียล ด้านมลพิษจากทางอากาศ ทางเสียง สภาพแวดล้อมที่ตั้งของโรงเรียน ด้านภัยพิบัติ จากโรคติดต่อในโรงเรียน จากภัยธรรมชาติ และลำดับสุดท้าย คือ ด้านสิ่งปนเปื้อน ในอาหาร อุปกรณ์เครื่องใช้ ของเล่น

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการบริหารความปลอดภัยในโรงเรียน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน ในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร รายด้าน จำแนกตามอายุ

การบริหารความปลอดภัยในโรงเรียน	อายุ				t	p-value
	ไม่เกิน 40 ปี n =176		41 ปีขึ้นไป n =39			
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
1. ด้านกายภาพสิ่งแวดล้อม	4.36	0.37	4.46	0.38	-1.15	.25
2. ด้านบุคคล	4.31	0.40	4.46	0.47	-1.47	.14
3. ด้านมลพิษ	4.30	0.45	4.40	0.54	-1.58	.12
4. ด้านสิ่งปนเปื้อนในอาหาร	4.25	0.47	4.40	0.57	-1.82	.07
5. ด้านภัยพิบัติ	4.29	0.46	4.54	0.44	-2.25*	.03
รวม	4.30	0.35	4.48	0.42	-2.06*	**.04**

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการบริหารความปลอดภัยในโรงเรียน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน ในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามอายุของผู้บริหารและครู พบว่า ความคิดเห็นต่อการบริหารความปลอดภัยในโรงเรียน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน ในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีเพียงด้านเดียวคือ ความคิดเห็นต่อการบริหารความปลอดภัยในโรงเรียน ด้านภัยพิบัติที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการบริหารความปลอดภัยในโรงเรียน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน ในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร รายด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา

การบริหารความปลอดภัยในโรงเรียน	ระดับการศึกษา				t	p-value
	ไม่เกินปริญญาตรี n = 197		สูงกว่าปริญญาตรี n = 18			
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
1. ด้านกายภาพสิ่งแวดล้อม	4.36	0.37	4.44	0.38	-.88	.38
2. ด้านบุคคล	4.32	0.40	4.42	0.50	-1.00	.32
3. ด้านมลพิษ	4.30	0.44	4.39	0.63	-.83	.40

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการบริหารความปลอดภัยในโรงเรียน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน ในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร รายด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา (ต่อ)

การบริหารความปลอดภัยในโรงเรียน	ระดับการศึกษา				t	p-value
	ไม่เกินปริญญาตรี n = 197		สูงกว่าปริญญาตรี n = 18			
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
4. ด้านสิ่งปนเปื้อนในอาหาร	4.25	0.46	4.40	0.61	-1.34	.18
5. ด้านภัยพิบัติ	4.29	0.45	4.48	0.51	-1.69	.09
รวม	**4.30**	**0.34**	**4.43**	**0.47**	**-1.43**	**.16**

จากตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการบริหารความปลอดภัยในโรงเรียน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน ในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามระดับการศึกษาของผู้บริหารและครู พบว่า ความคิดเห็นต่อการบริหารความปลอดภัยในโรงเรียน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน ในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ทั้งภาพรวมและรายด้านทั้ง 5 ด้าน ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการบริหารความปลอดภัยในโรงเรียน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน ในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร จำแนกตามขนาดของโรงเรียน

การบริหารความปลอดภัยในโรงเรียน	ขนาดของโรงเรียน						F	P-value
	ขนาดเล็ก n=56		ขนาดกลาง n=39		ขนาดใหญ่ n=120			
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
1. ด้านกายภาพสิ่งแวดล้อม	4.49	0.44	4.19	0.32	4.30	0.29	11.05**	.00
2. ด้านบุคคล	4.45	0.48	4.25	0.25	4.25	0.35	7.93**	.00
3. ด้านมลพิษ	4.50	0.52	4.19	0.29	4.19	0.39	16.01**	.00
4. ด้านสิ่งปนเปื้อนในอาหาร	4.44	0.52	4.08	0.37	4.16	0.42	13.53**	.00

ตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการบริหารความปลอดภัยในโรงเรียน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน ในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร จำแนกตามขนาดของโรงเรียน (ต่อ)

การบริหารความปลอดภัยในโรงเรียน	ขนาดของโรงเรียน						F-ratio	P-value
	ขนาดเล็ก n=56		ขนาดกลาง n=39		ขนาดใหญ่ n=120			
	$\overline{X}$	SD	$\overline{X}$	SD	$\overline{X}$	SD		
5. ด้านภัยพิบัติ	4.50	0.48	4.13	0.38	4.19	0.41	17.42**	.00
รวมทุกด้าน	**4.47**	**0.44**	**4.17**	**0.16**	**4.22**	**0.25**	20.43**	.00

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการบริหารความปลอดภัยในโรงเรียน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน ในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามขนาดของสถานศึกษา พบว่า ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่โรงเรียนขนาดต่างกันในภาพรวมและรายด้านทั้ง 5 ด้าน มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างน้อย 1 คู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ การบริหารความปลอดภัยในโรงเรียน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน ในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร จำแนกตามขนาดโรงเรียน พบว่า ในภาพรวมและรายด้านทั้ง 5 ด้านได้ผลตรงกันคือ โรงเรียนขนาดเล็ก มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมา คือ ขนาดใหญ่ และขนาดกลาง ตามลำดับ โดยที่ผู้บริหารและครูที่อยู่ในโรงเรียนขนาดเล็กมีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้บริหารและครูที่อยู่ในโรงเรียนขนาดกลางและใหญ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนผู้บริหารและครูที่อยู่ในโรงเรียนขนาดกลางและใหญ่มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

1. การบริหารความปลอดภัยในโรงเรียน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน ในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับการปฏิบัติมาก รายละเอียดมีดังนี้

ผลการศึกษาระดับการบริหารด้านความปลอดภัยของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน ในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเพราะสถานศึกษามีความตระหนักถึงความปลอดภัยที่นักเรียนและบุคลากรใช้เวลาอยู่ในสถานศึกษา ประมาณ 7-8 ชั่วโมงต่อวันในการเรียนรู้ประสบการณ์ ค่านิยม ทัศนคติเพื่อนำไปใช้ประกอบอาชีพในอนาคตของนักเรียน ซึ่งสถานศึกษาเป็นที่ส่งเสริมการเพิ่มระดับสติปัญญา อารมณ์สังคม ให้ผู้เรียน อยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข ซึ่งสอดคล้องกับ สุชีรา ใจหวัง (2560) ที่กล่าวถึง

ความปลอดภัยใน สถานศึกษาว่าเป็นสิ่งสำคัญที่มีผลต่อการพัฒนาคุณภาพผู้เรียนให้มีความสุขและการได้รับการปกป้องคุ้มครองให้ปลอดภัย หากพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านกายภาพ สิ่งแวดล้อม เครื่องเล่น อาคารเรียน มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเพราะสถานศึกษาหลายแห่งได้ก่อตั้งมาเป็นเวลานับสิบปี ซึ่งมีความชำรุดทรุดโทรมเนื่องจากการใช้งาน จึงต้องมีการปรับปรุงซ่อมแซม อาคารสถานที่ให้พร้อมใช้งานอยู่เสมอ สอดคล้องกับการศึกษาของ ปราณี อินทรักษา (2554) ที่ศึกษา การดำเนินการรักษาความปลอดภัยของสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน ในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ที่เน้นการแต่งตั้งบุคลากรให้ควบคุมดูแลการใช้อาคารสถานที่ ซึ่งเป็นมาตรการป้องกัน การเกิดอุบัติเหตุ ต้องมีการให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้อาคารสถานที่ต่าง ๆ และสอดคล้องกับ ชนกานต์ สกุลแถว (2559) ที่ได้กล่าวว่า การใช้งานห้องปฏิบัติการต่าง ๆ ควรให้ความรู้แก่นักเรียนที่ใช้ห้องปฏิบัติการ เพื่อให้เกิดความตระหนักในความปลอดภัย เช่น ห้องปฏิบัติการเคมี ซึ่งมีสารต่าง ๆ ที่เป็นอันตราย เป็นต้น ทั้งนี้การป้องกันเหตุต่าง ๆ เป็น สิ่งที่ดีกว่าการแก้ไข เพื่อไม่ให้เกิดความสูญเสีย ต่อร่างกายและทรัพย์สินของนักเรียนและบุคลากรในสถานศึกษา

ด้านการจัดสิ่งแวดล้อมให้ปลอดภัยอยู่ในระดับมาก การจัดสภาพแวดล้อมให้เอื้ออำนวยต่อการจัดการเรียนการสอนทั้งในห้องเรียน ห้องปฏิบัติการ ห้องสมุด บริเวณอาคารต่าง ๆ รอบโรงเรียนให้มีความสะอาดปลอดภัย มีบรรยากาศที่ดี เอื้อต่อการเรียนรู้ของผู้เรียนจะช่วยให้ผู้เรียนมุ่งมั่นในการเรียนรู้ และสร้างศักยภาพของตนเองได้ดียิ่งขึ้น เช่นเดียวกันกับ อินทิรา บริบูรณ์ (2556) ที่กล่าวถึงการจัดสภาพแวดล้อมโรงเรียนที่เอื้อต่อการเรียนรู้ของนักเรียนว่าจะสามารถดึงศักยภาพของนักเรียนซึ่งนักเรียนสามารถเรียนรู้ได้อย่างเต็มที่ และสภาพแวดล้อม ก็มีผลต่อพัฒนาการของผู้เรียนได้อย่างรอบด้าน โดยมีมาตรการในการป้องกันและแก้ไขปัญหา ด้านสภาพแวดล้อมทางสังคม ซึ่งในแต่ละสถานศึกษานั้น ต้องมีมาตรการในการป้องกันและแก้ไขปัญหาทางด้านสังคมตามความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม การดำเนินการป้องกันและแก้ไขปัญหาสภาพแวดล้อมทางสังคม ปราณี อินทรักษา (2554) ได้ศึกษาการแก้ไขปัญหาสภาพแวดล้อมทางสังคม โดยใช้ระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน และการสร้างความร่วมมือระหว่างสถานศึกษา ผู้ปกครอง ชุมชน รวมทั้งหน่วยงานต่าง ๆ นอกจากนั้น ศิริพรรณ เกตุแก้ว (2558) ได้กล่าวไว้ว่า การจัดสิ่งแวดล้อมให้ปลอดภัยนั้นจะต้องมีการสร้างความร่วมมือในการจัดกิจกรรมรณรงค์ให้ความรู้ โดยประสานความร่วมมือระหว่างสถานศึกษา ผู้ปกครอง ชุมชน ร่วมกันดำเนินการตามระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียน

ด้านความรุนแรง ในโรงเรียนจากบุคคลในครอบครัว และในโลกโซเชียล การปฏิบัติโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก รายข้อทุกข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ โรงเรียนประชุมครู ผู้ปกครอง เฝ้าระวังไม่ให้มีความรุนแรงกับนักเรียน ทั้งร่างกายและจิตใจ และเสี่ยงอันตรายจากโลกโซเชียล รวมถึงความคิด ความเชื่อที่ผิด ๆ ของผู้ใหญ่ที่ปฏิบัติต่อเด็กด้วย ความรุนแรงหรือการปล่อย

ปละละเลย ทั้งนี้อาจจะเพราะว่าความรุนแรงอาจเกิดกับนักเรียน ทั้งร่างกายและจิตใจได้ง่ายในสภาพแวดล้อม และในสังคมปัจจุบัน โรงเรียนจึงตระหนักถึงความสำคัญ จึงเฝ้าระวังไม่ให้มีความรุนแรงกับนักเรียน สอดคล้องกับ การศึกษาของ สกานต์ ลอมศรี (2551) ได้ศึกษาวิจัยความปลอดภัยในโรงเรียนเอกชน เรื่อง การรักษาความปลอดภัยของนักเรียน ในโรงเรียนพัฒนวิทย์ศึกษา อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษา พบว่า บริเวณโรงเรียนมีรั้วรอบขอบชิดมีป้ายโรงเรียนชัดเจน มีครูเวรประจำทุกจุด ระหว่างโรงเรียนเข้าและในช่วงเวลาหลังเลิกเรียน การศึกษาพบว่า ไม่มีการล่วงละเมิดนักเรียนทั้งทางเทศบาลจังหวัดปัตตานี พบว่า การเห็นพ่อแม่แสดงพฤติกรรมรุนแรงต่อกันส่งผลต่อพฤติกรรมการรังแกของนักเรียน พ่อแม่ ผู้ปกครองต้องให้ความสำคัญ มีความอดทนอดกลั้น มีความเข้าใจซึ่งกันและกัน และต้องหลีกเลี่ยงการทะเลาะ การทำร้ายร่างกายและจิตใจ และไม่มีการนำสื่อลามกอนาจาร เข้ามาเผยแพร่ในโรงเรียน และสอดคล้องกับ การีมะห์ และหีม (2552) ซึ่งได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่พยากรณ์พฤติกรรมการรังแกของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ในโรงเรียนสังกัดเทศบาลจังหวัดปัตตานี พบว่า การเห็นพ่อแม่แสดงพฤติกรรมรุนแรงต่อกันส่งผลต่อพฤติกรรมการรังแกของนักเรียน พ่อแม่ผู้ปกครองต้องให้ความสำคัญ มีความอดทนอดกลั้น มีความเข้าใจซึ่งกันและกัน และต้องหลีกเลี่ยงการทะเลาะตบตีกัน ถ้าทะเลาะกันก็ไม่ควรให้เด็กได้เห็น หรือรับรู้ นอกจากนี้บุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องร่วมมือช่วยเหลือพ่อแม่ ผู้ปกครองที่มีการทะเลาะตบตีเป็นประจำให้ได้รับ การฝึกอบรมขัดเกลาจิตใจ ฟื้นฟูสภาพจิตใจ ฝึกสมาธิ และอื่น ๆ เพื่อให้ลดละเลิกการทะเลาะตบตี และร่วมกันสร้างครอบครัวที่มีแต่ความสงบสุข รักใคร่ และสามัคคีกัน ซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งในการป้องกันปัญหาพฤติกรรมการรังแกในโรงเรียนได้เช่นกัน

ด้านมลพิษจากทางอากาศทางเสียง สภาพแวดล้อมที่ตั้งของโรงเรียน การปฏิบัติโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก รายข้อทุกข้อมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากเช่นกัน เมื่อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ โรงเรียนมีการตรวจสอบติดตามสภาพแวดล้อมรอบโรงเรียนที่ไม่ปลอดภัย รองลงมาคือ โรงเรียนร่วมกับหน่วยงานหรือชุมชน ในการพัฒนาและดูแลสภาพแวดล้อมรอบโรงเรียนให้ปลอดภัย โรงเรียนจัดมาตรการในการรักษาความปลอดภัยจากสภาพแวดล้อม ทั้งนี้อาจจะเพราะว่าโรงเรียนอยู่ในเขตเมือง มีสภาพแวดล้อมที่อาจก่อให้เกิดมลพิษทั้งจากทางอากาศ ทางเสียง โรงเรียนจึงได้ตระหนักถึงความสำคัญจึงมีการตรวจสอบติดตาม ศุภร ธนะภานุ (2564) ศึกษาสภาพการจัดการความปลอดภัยในโรงเรียน และความคิดเห็นต่อการดำเนินการจัดการความปลอดภัยในโรงเรียนระดับอนุบาลเอกชน จังหวัดปทุมธานี จำนวน 20 โรงเรียน จากกลุ่มตัวอย่างบุคลากรในโรงเรียนรวม 100 คน ผลการศึกษาโดยภาพรวมของความคิดเห็นต่อสภาพการจัดการความปลอดภัยในโรงเรียนอนุบาลเอกชน จังหวัดปทุมธานี พบว่า ด้านการพัฒนากลุ่มความปลอดภัยในโรงเรียนส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญในเรื่องการทำงานร่วมกันของผู้รับผิดชอบในการดำเนินงานเกี่ยวกับความปลอดภัย ด้านการค้นหาปัญหา และเหตุการณ์บาดเจ็บ โรงเรียนส่วนใหญ่ใช้สมุดบันทึกในการ ค้นหาปัญหา และ

เหตุการณ์บาดเจ็บ ด้วยวิธีการเฝ้าสังเกต และมีการดำเนินการสำรวจสิ่งแวดล้อมภายในโรงเรียนเป็นประจำสัปดาห์ละ 1 ครั้ง

ด้านสิ่งปนเปื้อน ในอาหาร อุปกรณ์เครื่องใช้ ของเล่น การปฏิบัติโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก รายข้อทุกข้อมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากเช่นกัน ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ โรงเรียนตรวจสอบอาหารที่จำหน่ายให้แก่นักเรียน มีความสะอาด ไม่มีสิ่งปนเปื้อนปรุงสุกใหม่ ไม่เย็นชืด รองลงมาคือ โรงเรียนประสานงานกับสาธารณสุข เพื่อเข้ามาตรวจด้านโภชนาการและสุขภาพอนามัยอยู่เสมอ โรงเรียนมีการตรวจสอบความสะอาด ความปลอดภัยของเล่น ของใช้ของนักเรียน เช่น ใช้สีเคลือบที่ไม่หลุดลอก สอดคล้องกับ บรรจง พลไชย (2555) ที่วิจัยพบว่า มีการตรวจสุขภาพของนักเรียนมัธยมศึกษาประจำปี และตรวจพัฒนาการของนักเรียน เช่น น้ำหนัก ส่วนสูง การวัดสายตาของนักเรียน นำไปสู่สุขาภิบาลสิ่งแวดล้อมในโรงเรียนผ่านเกณฑ์มาตรฐานของโรงเรียนส่งเสริมสุขภาพ ซึ่งสอดคล้องกับ การศึกษาของพัชรา ก้อยชูสกุล และคณะ (2559) ที่ได้ศึกษาการสร้างเสริมสุขภาพเด็กในโรงเรียนประถมศึกษาว่า การตรวจสุขภาพของนักเรียน ทำให้พบปัจจัยความเสี่ยงการเกิดโรค และสิ่งที่เป็นอุปสรรคในการเรียนรู้ เช่น ปัญหาด้านสายตา ปัญหาภาวะทางโภชนาการ โรคซึมเศร้า

ด้านภัยพิบัติ จากโรคติดต่อในโรงเรียน และจากภัยธรรมชาติการปฏิบัติ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก รายข้อทุกข้อมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากเช่นกัน ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ โรงเรียนมีถังดับเพลิงที่มากพอและใช้งานได้ รองลงมา คือ โรงเรียนให้ความรู้ครูและนักเรียนในการรับมืออัคคีภัยและภัยจากไฟฟ้า โรงเรียนมีการตรวจสอบไฟ เพื่อซ่อมสายที่ชำรุด โรงเรียนมีการตรวจสอบความปลอดภัยเครื่องใช้ ไฟฟ้าให้พร้อมใช้งาน ทั้งนี้อาจจะเพราะว่าเป็นการจัดบริการ เอื้ออำนวยความสะดวกในการส่งเสริมความรู้ การให้ประสบการณ์นอกเหนือจากการเรียนรู้ เพื่อให้นักเรียนมีความพร้อมในการเรียน รู้สึกปลอดภัย และเกิดความพึงพอใจจากสิ่งอำนวยความสะดวก การจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่เหมาะสมให้นักเรียนได้มีศักยภาพที่สูงมากขึ้น สอดคล้องกับ Chinekesh (2017) ที่กล่าวถึง การสำรวจเยาวชนเกี่ยวกับความมั่นคงทางสังคมว่า เยาวชนทั้งที่ผ่านการศึกษาและไม่ผ่านการศึกษาย่อมมีความต้องการความมั่นคงและความต้องการทางสังคมต่อสุขภาพ และชีวิตที่ปลอดภัย โดยสถานศึกษาต้องมีระบบรักษาความปลอดภัย ติดตั้งสัญญาณเตือนภัยต่าง ๆ เพื่อลดความเสี่ยงการเกิดอันตรายตามที่ พัชรา ก้อยชูสกุล และคณะ (2559) ได้กล่าวถึง การลดความเสี่ยงภัยอันตรายด้วยการให้บริการความปลอดภัย การติดไฟฟ้าให้สว่างทั่วถึงและเพียงพอต่อการใช้งาน การติดตั้งระบบสายดิน การใช้อุปกรณ์ไฟฟ้าที่ได้มาตรฐานอุตสาหกรรม (มอก.) รวมถึงสื่อและเทคโนโลยีก็มีผลต่อความมั่นคงปลอดภัย

2. การเปรียบเทียบการบริหารด้านความปลอดภัยของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน ในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร จำแนกตามขนาดของสถานศึกษา ทั้งภาพรวม และรายด้าน พบว่า แตกต่างกันทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 สอดคล้องกันกับ

ผลการวิจัย ของ สุชีรา ใจหวัง (2560) ที่สรุปว่า ผลการเปรียบเทียบการจัดการความปลอดภัยในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน ในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร จำแนกตามขนาดของ โรงเรียนในภาพรวมและรายด้านทุกด้านมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้ เพราะการบริหารด้านความปลอดภัยของสถานศึกษา เป็นสิ่งสำคัญที่สถานศึกษาควรมีมาตรการ ในการรักษาความปลอดภัยตามมาตรฐานสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ (2552) ได้กำหนดให้สถานศึกษาปฏิบัติตามแผนการรักษาความปลอดภัยภายในสถานศึกษา เพื่อมิให้เกิดความเสียหายต่อชีวิตและทรัพย์สิน ซึ่งผู้บริหารต้องมีการกำหนดนโยบายในการบริหารด้านความปลอดภัย ให้สอดคล้องกับบริบทและสภาพแวดล้อมของสถานศึกษาในแต่ละขนาด เมื่อพิจารณาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่แล้ว พบว่า สถานศึกษาขนาดขนาดใหญ่พิเศษ ขนาดใหญ่ และขนาดกลาง มีการบริหารด้านความปลอดภัยของสถานศึกษา แตกต่างกันทั้งโดยรวม และรายด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสถานศึกษาขนาดใหญ่ มีการบริหารด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ สถานศึกษาขนาดกลาง และขนาดใหญ่พิเศษตามลำดับ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสถานศึกษาขนาดใหญ่ได้รับงบประมาณในการบริหารมากกว่าสถานศึกษา ขนาดกลาง จึงทำให้มีความคล่องตัวในการนำงบประมาณไปใช้ในการซ่อมแซมดูแลอาคารสถานที่และอุปกรณ์ เครื่องใช้ต่าง ๆ และในสถานศึกษาขนาดใหญ่มีจำนวนนักเรียนและบุคลากรไม่มากเท่ากับสถานศึกษาขนาดใหญ่พิเศษ ทำให้มีการบริการด้านความปลอดภัยได้อย่างคล่องตัวและทั่วถึง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. การบริหารความปลอดภัยในโรงเรียน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน ในเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ด้านกายภาพ สิ่งแวดล้อม เครื่องเล่น อาคารเรียน พบว่า ความคิดเห็นในเรื่องกิจกรรมส่งเสริมความปลอดภัยและป้องกันอุบัติเหตุให้กับนักเรียน การสอนนักเรียนไม่ให้วิ่งเล่นบริเวณบันไดและในสถานที่ที่เสี่ยงต่อการเกิดอันตราย พบว่ามีน้อยกว่ากิจกรรมอื่น ดังนั้นควรมีกิจกรรมการเพิ่มทักษะ และความรู้ให้กับนักเรียน และเพิ่มอัตรากำลังของเจ้าหน้าที่ในการดูแลรักษา ความปลอดภัยและการจัดอาคารสถานที่ในกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อเป็นการแบ่งเบาภาระหน้าที่ของครู โดยมีการจัดอบรมเจ้าหน้าที่ดูแลอาคารสถานที่ให้มีความเชี่ยวชาญในด้านการใช้เครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ ภายในอาคารและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานด้านความปลอดภัยของอาคารสถานที่

2. ด้านความรุนแรงในโรงเรียนจากบุคคลในครอบครัว และในโลกโซเชียล โรงเรียนควรจัดให้มีครูรับฟัง แสดงความเห็นใจ และทำให้นักเรียนรู้สึกดีขึ้นทันทีในกรณีนักเรียนรังแกกันหรือมีปัญหากัน เสริมสร้างความปลอดภัยให้แก่เด็ก เช่น ฝึกเด็กให้รู้จัก ประเมินอันตราย รู้จักหลบหลีก รู้จักขอความช่วยเหลือเมื่อมีภัย การป้องกันการทำร้ายทางอารมณ์และจิตใจต่อเด็ก โดยครูควรให้ความสนใจ

เป็นพิเศษกับกลุ่มเสี่ยง

3. ด้านมลพิษจากทางอากาศ ทางเสียง สภาพแวดล้อมที่ตั้งของโรงเรียนมีการควบคุมหรือพยายามลดมลพิษด้านเสียงและการใช้ลำโพง โรงเรียนให้ความรู้นักเรียนในการปฏิบัติตนตามสภาพแวดล้อมที่ไม่ปลอดภัย ควรมีการกำหนดนโยบายให้ชัดเจน เช่น การไม่นำรถเข้ามาในบริเวณอาคารเรียน ด้านการจัดสิ่งแวดล้อมให้ปลอดภัย ควรเพิ่มความร่มรื่นให้แก่สถานศึกษามากขึ้น ด้วยการปลูกต้นไม้ และช่วยกันส่งเสริมการรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างจริงจังและต่อเนื่อง

4. ด้านสิ่งปนเปื้อนในอาหาร อุปกรณ์เครื่องใช้ ของเล่น โรงเรียนตรวจสอบด้านโภชนาการภายในโรงเรียน โรงเรียนควรมีมาตรการการดูแลเอาใจใส่ใน เรื่องสุขภาพอนามัยของเด็ก ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการดูแลตนเองให้มีสุขภาพอนามัยที่ดี ร่วมมือ กับหน่วยงานสาธารณสุขของตำบลหรือหน่วยงานโรงพยาบาลในการดูแลสุขภาพของนักเรียน ด้านสุขภาพอนามัย ผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมการจัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นให้นักเรียนปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการดูแลสุภาพตนเอง เช่น การบริโภคอาหารที่มีประโยชน์ การออกกำลังกาย เป็นต้น

5. ด้านภัยพิบัติ จากโรคติดต่อในโรงเรียน และจากภัยธรรมชาติ โรงเรียนควรมีมาตรการเพื่อนำผู้ประสบอุบัติเหตุส่งโรงพยาบาลได้อย่างรวดเร็ว มีการจัดเวรรักษาความปลอดภัยที่มากพอ ด้านแผนฉุกเฉินในโรงเรียน บุคลากรในโรงเรียนได้รับการฝึกการปฐมพยาบาล การกู้ชีพเบื้องต้น รวมทั้งโรงเรียนมีห้องพยาบาล และมีการเตรียมอุปกรณ์ปฐมพยาบาล การมีแผนส่งต่อเด็กไปยังโรงพยาบาลใกล้เคียง โดยมี การจัดหลักสูตรการปฐมพยาบาล ด้านมีนโยบาย แผน และกิจกรรม ความปลอดภัยในโรงเรียนอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้ ผู้ให้ข้อมูลคือ ผู้บริหารและครู ในการทำวิจัยครั้งต่อไป อาจศึกษาจากประชากรและกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ เช่น นักเรียน หรือผู้ปกครอง ในการศึกษาวิจัยการบริหารด้านความปลอดภัยของสถานศึกษา

2. ควรมีการวิจัยเพื่อศึกษากลยุทธ์ในการบริหารด้านความปลอดภัยของสถานศึกษา เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้บริหารสถานศึกษา

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงศึกษาธิการ. (2552). **ระเบียบกระทรวงศึกษาธิการ ว่าด้วยการบริหารยุทธศาสตร์และบูรณาการการศึกษา พ.ศ. 2552.** กรุงเทพฯ: องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ (ร.ส.พ.).

_____. (2562). **พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562**. ค้นเมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2563, จาก https:// www.moe.go.th > post 12 October 2020

กองยุทธศาสตร์และแผนงาน กระทรวงสาธารณสุข. (2564). **สถิติสาธารณสุข พ.ศ. 2563.** ค้นเมื่อวันที่ 20 ธันวาคม 2564, จาก http://www.dmh.go.th.

การีมะห์ และหีม. (2552). **ปัจจัยที่พยากรณ์พฤติกรรมการรังแกของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ในโรงเรียนสังกัดเทศบาลจังหวัดปัตตานี.** สารนิพนธ์ ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

เกศกาญจน์ บุญเพ็ญ. (2561). **5 มิติความปลอดภัยของเด็ก เริ่มสร้างได้ "โรงเรียน".** ค้นเมื่อวันที่ 10 ธันวาคม 2561, จาก http://mgronline.com/qol/detail/9610000120198

คณะกรรมการอิสระเพื่อการปฏิรูปการศึกษา (กอปศ.). **(2561). ความปลอดภัยในโรงเรียน.** ค้นเมื่อวันที่ 10 ธันวาคม 2561, จาก https://mgronline.com/qol/detail/9610000120198

ชนกานต์ สกุลแถว. (2559). **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความปลอดภัยในการใช้ห้องปฏิบัติการเคมีของนักเรียนชั้นปีที่ 1 ระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง.** วิทยานิพนธ์ ปริญญามหาบัณฑิต คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

บรรจง พลไชย. (2555). **ภาวะสุขภาพของนักเรียนมัธยมศึกษา ชั้นปีที่ 1 ในโรงเรียนมัธยมศึกษาแห่งหนึ่งในเขตเทศบาลเมืองนครพนม.** วิทยานิพนธ์ ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนครพนม.

ปราณี อินทรักษา. (2554). **การศึกษาการดำเนินการรักษาความปลอดภัยของสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการศึกษาขั้นพื้นฐาน.** วิทยานิพนธ์ ครุศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พัชรา ก้อยชูสกุล และคณะ. (2559). **การสร้างเสริมสุขภาพเด็กนักเรียนในโรงเรียนประถมศึกษา เขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย.** วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.

ราชกิจจานุเบกษา. (2546). **พระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546**. เล่มที่ 120 ตอนที่ 95 ก หน้า 1-29.

ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ สุภมาส อังศุโชติ และ อัจฉรา ชำนิประศาสน์. (2562). **สถิติสำหรับการวิจัยและเทคนิคการใช้ SPSS = Statistics for research and SPSS application techniques ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 3**. กรุงเทพฯ: เจริญดีมั่งคงการพิมพ์.

ศิริพรรณ เกตุแก้ว. (2558). **การดำเนินการรักษาความปลอดภัยตามมาตรการป้องกันและแก้ไขปัญหาทางสังคมของโรงเรียนประถมศึกษา.** วิทยานิพนธ์ ครุศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศุภร ธนะภาณุ. (2564). *การจัดการความปลอดภัยในโรงเรียนอนุบาลเอกชน จังหวัดปทุมธานี.* **วารสารสหศาสตร์. มหาวิทยาลัยมหิดล,** 21(1): 62-74.

สกานต์ ลอมศรี. (2551). **การรักษาความปลอดภัยของนักเรียนในโรงเรียนพัฒนวิทย์ศึกษา อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่.** รายงานการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สุชีรา ใจหวัง. (2560). *การศึกษาการจัดการความปลอดภัยในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 1.* **วารสารบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ,** 15(28): 53.

สุวณีย์ ศรีวรมย์ ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร และ วาโร เพ็งสวัสดิ์. (2555). *สภาพและปัญหาการดำเนินการเกี่ยวกับความปลอดภัยด้านอุบัติเหตุของนักเรียนในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ในจังหวัดนครพนม.* **วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม,** 2(2): 68-75.

อดิศักดิ์ ผลิตผลการพิมพ์ วรนาฏ เวนุอาธร ชฎาพร สุขสิริวรรณ งามตา รอดสนใจ มหิปธร ชินะผา และ พวงทอง เครือมังกร. (2550). **การศึกษาการเฝ้าระวังและจัดการความเสี่ยงต่อความปลอดภัยในเด็ก: รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์**. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม.

อินทิรา บริบูรณ์. (2556). **การจัดสภาพแวดล้อมโรงเรียนที่เอื้อต่อการเรียนรู้ของนักเรียน เครือข่ายโรงเรียนนานาชาติเวลล์ส สังกัดสำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริม การศึกษาเอกชน.** สารนิพนธ์ การศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

Chinekesh, A. (2017). *Exploring the youth experience about sense of social security: a qualitative study*. **Electronic Physician,** 9(12): 6019-6020.

Cronbach, L. J. (1990). **Essentials of psychological testing.** 3rd ed. New York: Harper & Collins.

Yamane, T. (1973). **Statistics an Introductory Analysis.** 3rd ed. Harper and Row, New York.

พฤติกรรมการบริโภคเพื่อความยั่งยืนของกลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์ และเจเนอเรชันวายในจังหวัดนนทบุรี

The Sustainable Consumption Beheviors of Generation X and Generation Y Groups in Nonthaburi Province

กรัณย์พัฒน์ อิ่มประเสริฐ
อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาดดิจิทัล คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
E-mail: kaimpr@rpu.ac.th
Karanpat Imprasert
Lecturer, Business Administration Program in Digital Marketing, Business Administration, Rajaphruk University

รับเข้า: *5 เมษายน 2566* **แก้ไข:** *12 เมษายน 2566* **ตอบรับ:** *27 เมษายน 2566*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับพฤติกรรมการบริโภคเพื่อความยั่งยืนของกลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์และเจเนอเรชันวายในจังหวัดนนทบุรี และ 2) เปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคเพื่อความยั่งยืนของกลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์และเจเนอเรชันวายในจังหวัดนนทบุรี โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติทดสอบที

ผลการวิจัย พบว่า 1) ระดับพฤติกรรมการบริโภคเพื่อความยั่งยืน มิติทางเศรษฐกิจ ภาพรวม อยู่ในระดับทำทุกครั้ง มิติทางสังคม ภาพรวม อยู่ในระดับทำบ่อยครั้ง มิติทางสิ่งแวดล้อม ภาพรวม อยู่ในระดับทำบ่อยครั้ง 2) เจเนอเรชันเอ็กซ์และเจเนอเรชันวาย มีพฤติกรรมการบริโภคเพื่อความยั่งยืนแตกต่างกัน ในมิติทางเศรษฐกิจ มิติทางสังคม และมิติทางสิ่งแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: พฤติกรรมการบริโภคเพื่อความยั่งยืน เจเนอเรชันเอ็กซ์ เจเนอเรชันวาย

Abstract

The purposes of this study were to 1) study the level of sustainable consumption behavior of generation X and generation Y in Nonthaburi province, and 2) to compare the sustainable consumption behavior of generation X and generation Y in Nonthaburi

province. A questionnaire was used as a tool for collecting data from 400 samples. Statistics used in data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, and t-test.

The research results found that: 1) the level of sustainable consumption behavior; the economic dimension, in general, was at the level of accomplishment every time. Social dimension, in general, was at the level of accomplishment often. The environmental dimension, in general, was at the level of frequent use. 2) Generation X and generation Y had different sustainable consumption behavior in the economic dimension, social dimension, and environmental dimensions statistically significant at the .05 level.

Keywords: sustainable consumption behavior, generation X, generation Y

บทนำ

จากสถานการณ์โลกร้อนนับวันจะทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น สาเหตุส่วนใหญ่มาจากพฤติกรรมการบริโภคของมนุษย์ที่ใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติอย่างฟุ่มเฟือย ทำให้ทั่วโลกต่างหันมาให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม ในปี ค.ศ. 1992 (พ.ศ. 2535) สมาชิกของสหประชาชาติ รวม 178 ประเทศ ได้ลงนามรับรองปฏิญญาริโอ (Rio Declaration on Environment and Development) หรือแผนปฏิบัติการ 21 (Agenda 21) ซึ่งเป็นแผนแม่บทเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของโลกโดยครอบคลุมการพัฒนาให้เกิดความสมดุลทั้ง 3 ด้านประกอบด้วย ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม โดยองค์กรทั่วโลกจะนิยมเรียกแนวคิดหรือหลักการนี้ว่า “The Triple Bottom Line” (สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย, 2560) จึงเกิดแนวคิดทางการตลาดสมัยใหม่ เรียกว่า การตลาดเพื่อความยั่งยืน (Sustainable Marketing) จนกระทั่งพัฒนามาเป็นแนวคิด พฤติกรรมการบริโภคเพื่อความยั่งยืน (Sustainable Consumption Beheviors) (ธนกฤต วันต๊ะเมล์, 2561) ดังนั้น องค์กรที่มุ่งแต่แสวงหาผลกำไรแต่เพียงอย่างเดียว โดยไม่คำนึงถึงผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อม ย่อมจะไม่สามารถที่จะประสบความสำเร็จได้ในระยะยาวได้ (Emery, 2012) ประเทศไทยมีการนำแนวคิดดังกล่าวมาเป็นแนวทางในการพัฒนาประเทศตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 เป็นต้นมา และได้ข้อยุติว่า การพัฒนาที่ยั่งยืนในบริบทของไทยนั้น เป็นการพัฒนาที่ต้องคำนึงอยู่บนพื้นฐานของทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมไทย ด้วยการมีส่วนร่วมจากประชาชนทุกกลุ่ม ด้วยความเอื้ออาทร เคารพซึ่งกันและกัน เพื่อความสามารถในการพึ่งพาตนเอง และมีคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างเท่าเทียม (สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย, 2560)

ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ เป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ (อนุวัต สงสม, 2555) ดังนั้น นักการตลาดเพื่อความยั่งยืน จึงควรทำความเข้าใจใน

ปัจจัยประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวของผู้บริโภคในเชิงลึก ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาเฉพาะประเด็นอายุ โดยแบ่งกลุ่มอายุออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์และเจเนอเรชันวาย (Him, 2008) เพราะเป็นประชากรกลุ่มใหญ่ของสังคมและเป็นกลุ่มที่มีการใช้จ่ายสูง มูลค่าการซื้อขาย สูงถึง 3.2 ล้านล้านบาท สินค้าที่นิยม ได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภคของเด็ก เครื่องใช้ไฟฟ้า สมาร์ตโฟน เครื่องสำอาง สกินแคร์ โดยกลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์มีพฤติกรรมการบริโภคของใช้ในบ้านและเครื่องใช้ไฟฟ้า ส่วนกลุ่มกลุ่มเจเนอเรชันวายมีพฤติกรรมการบริโภคในสินค้าที่เป็นเทคโนโลยีและนวัตกรรม ซึ่งทั้ง 2 กลุ่มนี้เป็นเป้าหมายหลักของนักการตลาดเพราะเป็นกลุ่มที่เป็นผู้บริโภคมากที่สุดในบรรดาทุก ๆ เจเนอเรชัน และยังมีพฤติกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วอีกด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งพฤติกรรมการบริโภคเพื่อสิ่งแวดล้อมที่จะเป็นกระแสของโลกในอนาคต (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2565)

ดังนั้น ทุกภาคส่วนควรปรับตัวให้ทันต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง จากเหตุผลดังกล่าว หากมีการศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคเพื่อความยั่งยืนของทั้ง 2 กลุ่มนี้ จะทำให้ภาครัฐและผู้ประกอบการธุรกิจในจังหวัดนนทบุรี สามารถนำผลวิจัยไปปรับใช้ในการรณรงค์และส่งเสริมรวมถึงผลิตสินค้าหรือบริการเพื่อความยั่งยืนที่ตรงตามความต้องการของทั้ง 2 กลุ่มให้ดียิ่งขึ้นต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมการบริโภคเพื่อความยั่งยืนของกลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์และเจเนอเรชันวายในจังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคเพื่อความยั่งยืนของกลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์และเจเนอเรชันวายในจังหวัดนนทบุรี

สมมติฐานการวิจัย

กลุ่มเจเนอเรชันที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการบริโภคเพื่อความยั่งยืนที่แตกต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการสังเคราะห์งานวิจัยและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคเพื่อความยั่งยืน ผู้วิจัยสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้ ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) เป็นการแบ่งกลุ่มตามเจเนอเรชัน (Him, 2008) ออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ เจเนอเรชันเอ็กซ์และเจเนอเรชันวาย และตัวแปรตาม (Dependent Variables) คือ พฤติกรรมการบริโภคเพื่อความยั่งยืน แบ่งออกเป็น 3 มิติ ได้แก่ มิติทางเศรษฐกิจ มิติทางสังคม และมิติทางสิ่งแวดล้อม (สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย, 2560)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคกลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์และเจเนอเรชันวายที่พักอาศัยหรือทำงานอยู่ในจังหวัดนนทบุรี รวมทั้งสิ้น 2,142,725 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดนนทบุรี, 2565)

กลุ่มตัวอย่าง คือ จำนวนผู้บริโภคกลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์และเจเนอเรชันวายที่พักอาศัยหรือทำงานอยู่ในจังหวัดนนทบุรี โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จำแนกตามระดับค่าความคลาดเคลื่อนที่ .05 (Yamane, 1976) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง แบบไม่ใช้หลักความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ด้วยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) (กุณฑลี รื่นรมย์, 2553) โดยการแจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่าง และมีคำถามคัดกรองก่อนว่า เป็นผู้ที่อายุอยู่ในกลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์และเจเนอเรชันวายหรือไม่ และพักอาศัยและทำงานอยู่ในจังหวัดนนทบุรีหรือไม่ โดยแบ่งเก็บข้อมูลเท่า ๆ กัน ในสัดส่วน ร้อยละ 50 เป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่เป็นเจเนอเรชันเอ็กซ์ จำนวน 200 คน และเจเนอเรชันวาย จำนวน 200 คน รวมทั้งสิ้น 400 คน

เครื่องมือและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคเพื่อความยั่งยืนของกลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์และเจเนอเรชันวายในจังหวัดนนทบุรี โดยแบบสอบถาม ได้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ช่วงอายุตามกลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์และเจเนอเรชันวาย เป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบ (Checklist) และเป็นคำถามแบบปลายปิด (Close-Ended Questionnaires) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคเพื่อความยั่งยืนของกลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์และเจเนอเรชันวายในจังหวัดนนทบุรี ใน 3 มิติ ได้แก่ 1) มิติทางเศรษฐกิจ (Economic Dimension) 2) มิติทางสังคม (Social Dimension) 3) มิติทางสิ่งแวดล้อม (Environment Dimension)

ก่อนที่นำแบบสอบถามไปทำการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ตรวจสอบค่าความสอดคล้องของวัตถุประสงค์กับเนื้อหา (The Index of Item-Objective Congruence: IOC) ซึ่งจากการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ ข้อคำถามรายข้อมีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด หลังจากปรับปรุงแก้ไขข้อคำถามแล้ว จึงนำไปทำ Try Out กับกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ใกล้เคียงของจังหวัดนนทบุรี จำนวน 30 ชุด เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coeffcient: α) ในงานวิจัยนี้ได้ค่า เท่ากับ 0.78 (Cochran, 1993)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้รวบรวมมาจาก 2 แหล่ง ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) ใช้วิธีการเก็บ ดังนี้

1.1 ใช้แบบสอบถาม ที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือเรียบร้อยแล้ว

1.2 ให้ผู้ช่วยผู้วิจัยลงพื้นที่แจกแบบสอบถาม ไปยังกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนที่คำนวณได้ จำนวน 400 คน ในกลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์และเจเนอเรชันวายในจังหวัดนนทบุรี

1.3 ก่อนลงพื้นที่จริงจะทำการอบรมผู้ช่วยวิจัย และให้ถามคำถามคัดกรองก่อน คือ พักอาศัยหรือทำงานอยู่ในจังหวัดนนทบุรีหรือไม่ และมีอายุระหว่าง 25–57 ปี หรือไม่

1.4 เมื่อถามคำถามคัดกรองแล้ว จะมีคำถามแบ่งช่วงอายุเป็น 2 กลุ่ม คือ เก็บกลุ่มที่เป็นเจเนอเรชันเอ็กซ์ มีอายุระหว่าง 25–42 ปี จำนวน 200 คน และเก็บกลุ่มที่เป็นเจเนอเรชันวาย มีอายุระหว่าง 43-57 ปี จำนวน 200 คน

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ได้จากการรวบรวมจากเอกสารต่าง ๆ ได้แก่ เอกสารทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ เอกสารงานวิจัย วารสาร สิ่งตีพิมพ์ เว็บไซต์และเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม แบ่งตามกลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์ (อายุ 43–57 ปี) และกลุ่มเจเนอเรชันวาย (อายุ 25–42 ปี) วิเคราะห์โดยหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคเพื่อความยั่งยืนของกลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์และเจเนอเรชันวายในจังหวัดนนทบุรี ใน 3 มิติ ได้แก่ 1) มิติทางเศรษฐกิจ (Economic Dimension) 2) มิติทางสังคม (Social Dimension) 3) มิติทางสิ่งแวดล้อม (Environment Dimension) วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD)

การวัดข้อมูลแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยใช้สูตรคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้ (Likert, 1967)

คะแนนเฉลี่ย	ระดับพฤติกรรม
4.21–5.00	ทำทุกครั้ง
3.41–4.20	ทำบ่อยครั้ง
2.61–3.40	ทำบางครั้ง
1.81–2.60	ทำนาน ๆ ครั้ง
1.00–1.80	ไม่เคยทำ

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์และเจเนอเรชันวาย โดยใช้สถิติทดสอบที (t-test) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 (Evans, 1996)

ผลการวิจัย

1. ระดับพฤติกรรมการบริโภคเพื่อความยั่งยืนจำแนกตามรายมิติ ดังนี้

ตารางที่ 1 ระดับพฤติกรรมการบริโภคเพื่อความยั่งยืน จำแนกตามรายมิติ

มิติด้านความยั่งยืน	$\overline{X}$	SD	ระดับ	ลำดับ
1. มิติทางเศรษฐกิจ	4.51	0.51	ทำทุกครั้ง	1
2. มิติทางสังคม	4.04	0.28	ทำบ่อยครั้ง	2
3. มิติทางสิ่งแวดล้อม	3.93	0.42	ทำบ่อยครั้ง	3

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับของพฤติกรรมการบริโภคเพื่อความยั่งยืนของกลุ่ม ในภาพรวมจำแนกตามรายมิติ ลำดับแรก คือ มิติทางเศรษฐกิจ ($\bar{x}$=4.51, SD=0.51) อยู่ในระดับทำทุกครั้ง รองลงมา คือ มิติทางสังคม ($\bar{x}$=4.04, SD=0.28) อยู่ในระดับทำบ่อยครั้ง และ ลำดับสุดท้าย คือ มิติทางสิ่งแวดล้อม ($\bar{x}$=3.93, SD=0.42) อยู่ในระดับทำบ่อยครั้ง

2. ผลการเปรียบเทียบและทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมการบริโภคเพื่อความยั่งยืนตามกลุ่มเจเนอเรชันจำแนกตามรายมิติ มีดังนี้

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคเพื่อความยั่งยืนของกลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์และเจเนอเรชันวายในจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามมิติทางเศรษฐกิจ

มิติทางเศรษฐกิจ (Economic Dimension)	Gen X		Gen Y		t	Sig.
	$\overline{X}$	SD	$\overline{X}$	SD		
1. ซื้อสินค้าหรือบริการอย่างพอประมาณ	4.26	0.44	4.49	0.50	4.76*	0.00
2. พิจารณาถึงเหตุผลความจำเป็นในการซื้อสินค้าหรือบริการ	4.72	0.45	4.67	0.46	-0.97	0.32
3. ศึกษาหาข้อมูลที่น่าเชื่อถือก่อนตัดสินใจซื้อ	4.63	0.48	4.19	0.39	-9.82*	0.00
4. วางแผนการใช้จ่ายเงินในแต่ละเดือนอย่างรอบคอบ	4.45	0.49	4.35	0.47	-2.14	0.32
5. ทำงานประกอบอาชีพโดยสุจริต	4.72	0.61	4.64	0.47	-1.44	0.14
6. ออมเงินไว้ใช้ในยามจำเป็น	4.45	0.49	4.46	0.49	-0.20	0.84
7. ขยันทำงาน เพื่อสร้างอนาคตที่มั่นคง	4.73	0.44	4.80	0.40	1.65	0.99
8. หลีกเลี่ยงการยืมเงินนอกระบบ	4.40	0.81	4.32	0.49	-1.25	0.20
ภาพรวม	**4.54**	**0.27**	**4.49**	**0.20**	**-2.28**	**0.23**

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 พบว่า พฤติกรรมการบริโภคเพื่อความยั่งยืนของกลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์และเจเนอเรชันวายในจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามมิติทางเศรษฐกิจ มีความแตกต่างกัน 2 ข้อ คือ การซื้อสินค้าหรือบริการอย่างพอประมาณ และการศึกษาหาข้อมูลที่น่าเชื่อถือก่อนตัดสินใจซื้อ โดยพบว่า กลุ่มเจเนอเรชันวายมีพฤติกรรมการบริโภคเพื่อความยั่งยืนเรื่องการซื้อสินค้าหรือบริการอย่างพอประมาณสูงกว่ากลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และกลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์มีพฤติกรรมการบริโภคเพื่อความยั่งยืนเรื่องการศึกษาหาข้อมูลที่น่าเชื่อถือก่อนตัดสินใจซื้อสูงกว่ากลุ่มเจเนอเรชันวายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคเพื่อความยั่งยืนของกลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์และเจเนอเรชันวายในจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามมิติทางสังคม

มิติทางสังคม (Social Dimension)	Gen X		Gen Y		t	Sig.
	$\overline{X}$	SD	$\overline{X}$	SD		
1. ไม่ซื้อสินค้าหรือบริการที่ละเมิดลิขสิทธิ์	3.59	1.33	3.61	1.24	0.12	0.90
2. ไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	3.61	1.29	3.33	1.21	-2.27*	0.02
3. ไม่เล่นการพนัน	4.72	0.52	4.60	0.71	-1.90	0.57
4. ไม่สูบบุหรี่ บาลากู่ หรือไปป์	4.37	0.54	4.38	0.48	0.19	0.84
5. ไม่เสพสารเสพติด	4.70	0.45	4.63	0.48	-1.38	0.16
6. ไม่ซื้ออาวุธหรือวัตถุอันตรายไว้ในครอบครอง	4.75	0.43	4.71	0.51	-0.84	0.40
7. ซื้อสินค้าจากบริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม	3.46	0.50	3.44	0.49	-0.40	0.68
8. แบ่งปันสิ่งของให้องค์กรสาธารณกุศลต่าง ๆ	3.46	0.49	3.24	0.43	-4.60*	0.00
ภาพรวม	**4.08**	**0.28**	**3.99**	**0.26**	**-3.27***	**0.01***

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 พบว่า พฤติกรรมการบริโภคเพื่อความยั่งยืนของกลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์และเจเนอเรชันวายในจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามมิติทางสังคม มีความแตกต่างกัน 3 ข้อ คือ การไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การแบ่งปันสิ่งของให้องค์กรสาธารณกุศลต่าง ๆ และภาพรวม โดยพบว่ากลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์มีพฤติกรรมการบริโภคเพื่อความยั่งยืนทั้ง 3 ข้อ สูงกว่ากลุ่มเจเนอเรชันวายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคเพื่อความยั่งยืนของกลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์และเจเนอเรชันวายในจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามมิติทางสิ่งแวดล้อม

มิติทางสิ่งแวดล้อม (Environment Dimension)	Gen X		Gen Y		t	Sig.
	$\overline{X}$	SD	$\overline{X}$	SD		
1. ซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	4.10	0.78	3.95	0.73	-1.96*	0.05
2. ตั้งอุณหภูมิเครื่องปรับอากาศมากกว่า 25 องศา เพื่อประหยัดไฟ	3.99	0.74	4.18	0.87	2.40*	0.02
3. ปิดสวิตซ์ไฟหรือเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ไม่ได้ใช้เสมอ	4.54	0.49	4.34	0.64	-3.46*	0.01
4. ใช้จักรยานหรือเดินในระยะสั้น ๆ แทนพาหนะที่ใช้น้ำมัน	3.73	0.61	3.58	0.49	-2.69*	0.01
5. ใช้น้ำประปาอย่างประหยัด ไม่เปิดทิ้งโดยไม่จำเป็น	4.53	0.66	4.49	0.80	-0.60	0.54
6. ลดการซื้อสินค้าที่ใช้โฟมหรือถุงพลาสติกในการบรรจุอาหาร	3.45	0.65	3.58	0.49	2.23*	0.03
7. แยกขยะก่อนทิ้งเพื่อลดปัญหาสิ่งแวดล้อม	3.34	0.88	3.69	0.84	4.06*	0.00
8. เดินขึ้นลงบันไดแทนการใช้ลิฟต์ในอาคารที่ไม่สูงมาก	3.73	0.61	3.59	0.85	-1.80	0.07
ภาพรวม	**3.92**	**0.31**	**3.93**	**0.51**	**-0.15**	**0.98**

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 พบว่า พฤติกรรมการบริโภคเพื่อความยั่งยืนของกลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์และเจเนอเรชันวายในจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามมิติทางสิ่งแวดล้อม มีความแตกต่างกัน 6 ข้อ ได้แก่ การซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การตั้งอุณหภูมิเครื่องปรับอากาศมากกว่า 25 องศา เพื่อประหยัดไฟ การปิดสวิตซ์ไฟหรือเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ไม่ได้ใช้เสมอ การใช้จักรยานหรือเดินในระยะสั้น ๆ แทนพาหนะที่ใช้น้ำมัน ลดการซื้อสินค้าที่ใช้โฟมหรือถุงพลาสติกในการบรรจุอาหาร และการแยกขยะก่อนทิ้งเพื่อลดปัญหาสิ่งแวดล้อม โดยพบว่า กลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์พฤติกรรมการบริโภคเพื่อความยั่งยืนด้านการซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การปิดสวิตซ์ไฟหรือเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ไม่ได้ใช้เสมอ การใช้จักรยานหรือเดินในระยะสั้น ๆ แทนพาหนะที่ใช้น้ำมัน และลดการซื้อสินค้าที่ใช้โฟมหรือถุงพลาสติกในการบรรจุอาหารสูงกว่ากลุ่มเจเนอเรชันวายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กลุ่มเจเนอเรชันวายมีพฤติกรรม

การบริโภคเพื่อความยั่งยืนด้านการตั้งอุณหภูมิเครื่องปรับอากาศมากกว่า 25 องศา เพื่อประหยัดไฟและการแยกขยะก่อนทิ้งเพื่อลดปัญหาสิ่งแวดล้อมสูงกว่ากลุ่มกลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

อภิปรายผลการเปรียบเทียบระดับพฤติกรรมการบริโภคเพื่อความยั่งยืนจำแนกตามกลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์และเจเนอเรชันวายในจังหวัดนนทบุรี ในประเด็นที่สำคัญ ดังนี้

มิติทางเศรษฐกิจ เมื่อเปรียบเทียบและทดสอบสมมติฐานในรายข้อ พบว่า มีความแตกต่าง 2 ข้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนี้ คือ 1) ซื้อสินค้าหรือบริการอย่างพอประมาณเจเนอเรชันวายมีมากกว่าเจเนอเรชันเอ็กซ์ (Y>X) สอดคล้องกับงานวิจัยของ นภัสวรรณ วงกตวรินทร์ (2564) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่ใช้บรรจุภัณฑ์สีเขียว โดยกลุ่มตัวอย่าง ซื้อสินค้าที่ใช้บรรจุภัณฑ์สีเขียวแม้ราคาจะสูงกว่าในปริมาณที่เหมาะสม ในระดับมาก 2) ศึกษาหาข้อมูลที่น่าเชื่อถือก่อนตัดสินใจซื้อเจเนอเรชันเอ็กซ์มีมากกว่าเจเนอเรชันวาย (X>Y) ตรงกับงานวิจัยของ สุนีรัตน์ ปิ่นตุรงค์ (2563) ที่ศึกษาเรื่อง ทัศนคติและพฤติกรรมต่อการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในประเทศไทย ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาหาข้อมูลสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมก่อนทุกครั้ง ผลทดสอบสมมติฐาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนีรัตน์ ปิ่นตุรงค์ (2563) ที่ศึกษาเรื่อง ทัศนคติและพฤติกรรมต่อการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในประเทศไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีการซื้อสินค้าในปริมาณที่แตกต่างกัน และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันมีการเปรียบเทียบข้อมูลสินค้าก่อนการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

มิติทางสังคม เมื่อเปรียบเทียบและทดสอบสมมติฐานในรายข้อ พบว่ามีความแตกต่าง 2 ข้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนี้ คือ 1) ไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เจเนอเรชันเอ็กซ์มีมากกว่าเจเนอเรชันวาย (X>Y) สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนีรัตน์ ปิ่นตุรงค์ (2563) ที่ศึกษาเรื่อง ทัศนคติและพฤติกรรมต่อการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในประเทศไทย ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีความห่วงใยปัญหาสังคมและบริโภคอาหารที่ปลอดสารพิษในระดับมากที่สุด และ ข้อ 2) แบ่งปันสิ่งของให้องค์กรสาธารณกุศลต่าง ๆ เจเนอเรชันเอ็กซ์มีมากกว่าเจเนอเรชันวาย (X>Y) สอดคล้องกับงานวิจัยของ พฤกษา ลิ้มสวรรค์ (2563) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโดยใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของนักศึกษามหาวิทยาลัยสีเขียวจังหวัดนครปฐม ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างสนับสนุนองค์กรที่ให้ความช่วยเหลือสังคมในระดับมาก และผลทดสอบสมมติฐาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ พฤกษา ลิ้มสวรรค์ (2563) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโดยใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของนักศึกษามหาวิทยาลัยสีเขียวจังหวัดนครปฐม พบว่า กลุ่มอายุที่

แตกต่างกันมีความรับผิดชอบต่อสังคม และเข้าใจต่อปัญหาสังคมแตกต่างกัน และมีส่วนร่วมต่อองค์กรการกุศลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

มิติทางสิ่งแวดล้อม เมื่อเปรียบเทียบและทดสอบสมมติฐานในรายข้อ พบว่า มีความแตกต่าง 6 ข้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนี้ คือ 1) ซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเจเนอเรชันเอ็กซ์มีมากกว่าเจเนอเรชันวาย (X>Y) สอดคล้องกับงานวิจัยของ นภัสวรรณ วงกตวรินทร์ (2564) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่ใช้บรรจุภัณฑ์สีเขียว พบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อสินค้าที่ใช้บรรจุภัณฑ์สีเขียวเป็นประจำ ในระดับมาก 2) ตั้งอุณหภูมิเครื่องปรับอากาศมากกว่า 25 องศาเพื่อประหยัดไฟ เจเนอเรชันวายมีมากกว่าเจเนอเรชันเอ็กซ์ (Y>X) 3) ปิดสวิตซ์ไฟหรือเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ไม่ได้ใช้เสมอ เจเนอเรชันเอ็กซ์มีมากกว่าเจเนอเรชันวาย (X>Y) 4) ใช้จักรยานหรือเดินในระยะสั้น ๆ แทนพาหนะที่ใช้น้ำมัน เจเนอเรชันเอ็กซ์มีมากกว่าเจเนอเรชันวาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พฤกษา ลิ้มสวรรค์ (2563) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโดยใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของนักศึกษามหาวิทยาลัยสีเขียวจังหวัดนครปฐม พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้พลังงานไฟฟ้า ประปา และน้ำมันอย่างประหยัดอยู่ในระดับมาก 5) ลดการซื้อสินค้าที่ใช้โฟมหรือถุงพลาสติกในการบรรจุอาหาร เจเนอเรชันวายมีมากกว่าเจเนอเรชันเอ็กซ์ (Y>X) และ 6) แยกขยะก่อนทิ้งเพื่อลดปัญหาสิ่งแวดล้อม เจเนอเรชันวายมีมากกว่าเจเนอเรชันเอ็กซ์ (Y>X) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นภัสวรรณ วงกต วรินทร์ (2564) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่ใช้บรรจุภัณฑ์สีเขียว พบว่า กลุ่มตัวอย่างซื้อสินค้าที่ใช้บรรจุภัณฑ์สีเขียว และสนับสนุนโครงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น การรีไซเคิล การนำวัสดุกลับมาใช้ซ้ำ เป็นต้น ในระดับมาก และผลทดสอบสมมติฐาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนีรัตน์ ปิ่นตุรงค์ (2563) ที่ศึกษาเรื่อง ทัศนคติและพฤติกรรมต่อการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในประเทศไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันมีความตั้งใจซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีการใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าเบอร์ 5 ใช้กระดาษรีไซเคิล ใช้พลังงานทดแทน และใช้บรรจุภัณฑ์สีเขียวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. มิติทางเศรษฐกิจ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ควรดำเนินการ ดังนี้ 1) ส่งเสริมกลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์ ให้มีการคำนึงถึงการประหยัด การดำรงชีวิตอย่างพอเพียง เพื่อให้มีการซื้อสินค้าในปริมาณที่เหมาะสม และ 2) ให้คำแนะนำกลุ่มเจเนอเรชันวายในการพิจารณาข้อมูลและความน่าเชื่อถือก่อนการตัดสินใจซื้อ

2. มิติทางสังคม ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ควรดำเนินการ ดังนี้ 1) เน้นการรณรงค์ไปยังกลุ่มเจเนอชันเอ็กซ์ เรื่องการไม่ดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เพื่อแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อ

สังคม เช่น โครงการรณรงค์เมาไม่ขับ เป็นต้น และ 2) ส่งเสริมกลุ่มเจเนอชันวาย ให้มีจิตสาธารณะ เพื่อช่วยเหลือแบ่งปันแก่คนในสังคม

3. มิติทางสิ่งแวดล้อม ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ควรดำเนินการ ดังนี้ 1) ประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มเจเนอเรชันวายซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 2) รณรงค์เพื่อให้กลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์ลดการใช้กล่องโฟมและถุงพลาสติก รวมถึงการแยกขยะ การนำขยะเก่ามารีไซเคิล เพื่อลดปัญหาสิ่งแวดล้อม และ 3) รณรงค์ให้ทั้ง 2 กลุ่ม ใช้พลังงานอย่างประหยัด ได้แก่ การปิดไฟที่ไม่จำเป็น การใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าแบบประหยัดไฟเบอร์ 5 และลดการใช้น้ำมัน โดยหันมาใช้การเดิน ใช้รถจักรยาน ในระยะสั้น ๆ หรือใช้รถไฟฟ้าแทนรถที่ใช้พลังงานน้ำมัน เพื่อแก้ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมในระยะยาวต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาด้านประชากรศาสตร์ให้ละเอียด เช่น ด้านอายุ อาชีพ หรือรายได้ เป็นตัวแปรเพิ่มเพื่อเปรียบเทียบระดับพฤติกรรมการบริโภคเพื่อความยั่งยืนของผู้บริโภคให้กว้างขึ้น

2. ควรศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพเพิ่มเติม ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก และนำข้อมูลมาเสริมกับการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดเพื่อความยั่งยืนให้มีประสิทธิภาพตรงกับความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภค

เอกสารอ้างอิง

กุณฑลี รื่นรมย์. (2553). **การวิจัยการตลาด.** พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธนกฤต วันต๊ะเมล์. (2561). **การตลาดเพื่อความยั่งยืน.** กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นภัสวรรณ วงกตวรินทร์. (2564). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่ใช้บรรจุภัณฑ์สีเขียว.** สารนิพนธ์ การจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.

พฤกษา ลิ้มสวรรค์. (2563). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโดยใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของนักศึกษามหาวิทยาลัยสีเขียวจังหวัดนครปฐม.** วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย. (2560). **โครงการจัดทำยุทธศาสตร์การบริโภคที่ยั่งยืน: บทสรุปสำหรับผู้บริหาร.** ค้นเมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2560, จาก http://www.tei.or.th/scs/pdf/scs-success-executive-sum-t.pdf.

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์. (2565). **รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย**. ค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2565, จาก https://www. etda.or.th/publishing-detail/thailand-internet-user-profile-2018.html**.**

สำนักงานสถิติจังหวัดนนทบุรี. (2565). **ปิรามิดประชากรในจังหวัดนนทบุรี พ.ศ. 2565**. ค้นเมื่อวันที่ 5 สิงหาคม 2565, จาก http://www.Region4.hpc.go.th./hdc/dashboard/population pyramid.

สุนีรัตน์ ปิ่นตุรงค์. (2563). **ทัศนคติและพฤติกรรมต่อการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในประเทศไทย.** สารนิพนธ์ การจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.

อนุวัต สงสม. (2555). *การตลาดสีเขียว: มโนทัศน์และพฤติกรรมผู้บริโภค.* **วารสารวิชาการคณะมนุษย์ศาสตร์และสังคมศาสตร์**, 8(1): 65-84.

Cochran, W.G. (1993). **Sampling Techniques.** 2th ed. New York: wiley & Sons, Inc. Doyle.

Emery, B. (2012). **Sustainable Markrting.** Harlow, England: Pearson Education.

Evans. J.D. (1996). **Straightforward Statistics for the Behavioral Sciences**. Broos/Cole Publishing; Pacific Grove, Calif.

Him. (2008). **Babyboomer, GenX, GenY**. Retrieved on December, 12th, 2022, from http://www. oknation.net/blog/print.php?id=323187.

Likert Rensis. (1967). **The Method of Constructing and Attitude Scale. In Reading in Fishbeic.** M(Ed.), Attitude Theory and Measurement (pp.90-95). New York: Wiley & Sons.

Yamane, Taro. (1976). **Statistics: An introductory analysis.** 2nd ed. New York: Harper and Row.

การจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำ

Floating Market Tourism Management

ศศิกาญ พลายกุมพล
นักศึกษา หลักสูตรการจัดการดุษฎีบัณฑิต คณะนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
E-mail: sasikan.ru@gmail.com
อธิธัช สิรวริศรา
อาจารย์ประจำวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
E-mail: pote1964@gmail.com
ฐิติมา โห้ลำยอง
อาจารย์ประจำวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
E-mail: thitimah@gmail.com
อำนวย บุญรัตนไมตรี
อาจารย์ประจำวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
E-mail: m091107@hotmail.com
Sasikan Phlykhumphol
Doctoral Candidate, Doctoral of Management Program, College of Innovation Management, Rajamangala University of Technology Rattanakosin
Athithat Sirawaritsara
Faculty of College of Innovation Management, Rajamangala University of Technology Rattanakosin
Thitima Holumyong
Faculty of College of Innovation Management, Rajamangala University of Technology Rattanakosin
Amnuay Boonratmaitree
Faculty of College of Innovation Management, Rajamangala University of Technology Rattanakosin

รับเข้า: *27 พฤษภาคม 2565* แก้ไข: *7 มิถุนายน 2565* ตอบรับ: *21 มิถุนายน 2565*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พรรณนาบริบทการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในพื้นที่ภาคกลางอย่างยั่งยืน 2) ระบุปัญหาการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในพื้นที่ภาคกลางอย่างยั่งยืน และ 3) เสนอรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในพื้นที่ภาคกลางอย่างยั่งยืน การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ตัวแทนภาครัฐ จำนวน 5 คน ตัวแทนผู้ประกอบการ จำนวน 4 คน ตัวแทนนักท่องเที่ยว จำนวน 6 คน และตัวแทนชุมชน จำนวน 5 คน ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง เก็บข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องและการสัมภาษณ์ รวมทั้งการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการพรรณนาเชิงวิเคราะห์

ผลการวิจัย พบว่า 1) การจัดการตลาดน้ำถูกดำเนินการโดยคณะกรรมการของตลาดน้ำ และมุ่งเน้นการสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจด้วยการสร้างรายได้ให้ท้องถิ่น และแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม 2) ปัญหาการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในพื้นที่ภาคกลางอย่างยั่งยืนเป็นปัญหาเชิงโครงสร้างของระบบ ซึ่งเป็นเรื่องของความชัดเจนในอำนาจหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องรวมไปถึงปัญหาด้านการประสานความร่วมมือ 3) รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำคือสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐ ผู้บริหารตลาดน้ำและผู้ประกอบการร้านค้า โดยการจัดประชุมระดมความคิดเห็นอย่างสม่ำเสมอและให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและตัดสินใจ

คำสำคัญ: ความยั่งยืน การจัดการอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยว ตลาดน้ำ

Abstract

The objectives of this research were to 1) describe the context of sustainable management of floating market tourism in the central region, 2) identify the problem of sustainable management of floating market tourism in the central region, 3) present a sustainable management model for floating market tourism in the central region. This research using qualitative methods. The target group was 5 government representatives, 4 entrepreneur representatives, 6 tourist representatives, and 5 community representatives. Purposive sampling was used and collected data from documents, non-participant observation, and an interview. The data were analyzed using descriptive analysis.

The research results showed that: 1) Floating market management was implemented by the floating market committee and focused on creating economic sustainability by generating local income and showing social responsibility. 2) The sustainable management problem of floating market tourism in the central region is a structural problem of the

system. This was a matter of clarity in the authority of the relevant agencies, including problems in coordination. 3) The floating market tourism management model is to create participation among government sectors, floating market administrators, and shop operators by holding regular brainstorming meetings and allowing the community to participate in expressing opinions and making decisions.

Keywords: sustainable, sustainable management, tourism, floating market

บทนำ

"การท่องเที่ยว" หมายถึง การเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปอีกสถานที่หนึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน หรือเพื่อสร้างความสนุกสนาน หรือเพื่อหาความรู้โดยเป็นการเดินทางที่ไม่คำนึงว่าระยะทางนั้นจะไกลหรือใกล้และจะมีการค้างแรมหรือไม่ กล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมของมนุษย์เพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากกิจการงานประจำ ปัจจุบันรูปแบบของการท่องเที่ยวได้มีความหลากหลายเพิ่มมากขึ้น ดังจะเห็นได้มีการแบ่งรูปแบบของการท่องเที่ยวออกเป็นหลายประเภท อาทิ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยว แบบผจญภัย การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท เป็นต้น (กชธมน วงศ์คำ, 2562) ดังนั้น การพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงเป็นนโยบายหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาพื้นที่ทั้งในระดับประเทศ ภูมิภาคและท้องถิ่น (เบญจวรรณ สุจริต และ ชัชชัย สุจริต, 2560) สอดคล้องกับนโยบายในการพัฒนาบริการและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย (Tourism Capital of Asia) โดยกำหนดเป้าหมายหลักในการพัฒนาด้านสาธารณูปโภค ที่พัก สาธารณสุขพื้นฐาน การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย การเสนอวัฒนธรรมไทยที่เป็นเอกลักษณ์ การกำหนดมาตรฐานความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว และการต้อนรับด้วยอัธยาศัยไมตรี ซึ่งเป้าหมายดังกล่าวมีความจำเป็นต้องอาศัยการมีส่วนร่วมจากทุกฝ่ายที่มีส่วนได้ส่วนเสียหรือผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนเพื่อส่งเสริมให้การท่องเที่ยวของไทยได้พัฒนาอย่างเต็มศักยภาพและยั่งยืน (กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น, 2561)

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา (2563) นำเสนอรายงานว่า ระยะเวลาที่ผ่านมาประเทศไทยมีรายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสูงเป็นอันดับที่ 4 ของโลก ซึ่งกล่าวได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่สามารถสร้างรายได้เป็นจำนวนมากเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย สอดคล้องกับ จิรดาภา สนิทจันทร์ (2564) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สร้างรายได้จำนวนมากให้กับประเทศไทย โดยที่ในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา แหล่งท่องเที่ยวที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่น เช่น "ตลาดน้ำ" (Floating Market) ได้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยว

ที่ได้รับการสนับสนุนจากนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ด้วยมุมมองและแนวคิดที่มุ่งเน้นตลาดนักท่องเที่ยวที่มีกำลังในการใช้จ่ายผ่านการท่องเที่ยวรูปแบบวิถีไทยเพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม ทำให้มีการกระจายรายได้จากนักท่องเที่ยวสู่ชุมชน นับเป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาชุมชน ภายใต้การมีส่วนร่วมในการดำเนินการของชุมชน เพื่อให้ชุมชนสามารถบริหารจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนได้ด้วยตนเอง และเป็นเครื่องมือในการพัฒนาประเทศให้เกิดความยั่งยืนได้อีกรูปแบบหนึ่ง (สำนักท่องเที่ยวโดยชุมชน, 2561)

จากปรากฏการณ์ดังกล่าวนี้ ส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวต้องจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกและสร้างความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพเพื่อเป็นเจ้าบ้านที่ดี อย่างไรก็ตามเมื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำได้รับความนิยมเป็นอย่างสูง ย่อมส่งผลให้เกิดการพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว จนอาจเป็นสาเหตุให้สภาพเดิมของตลาดน้ำเปลี่ยนแปลงไปและหากการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยขาดการดูแลและการบริหารจัดการที่ดีก็สามารถทำให้เกิดผลกระทบต่าง ๆ ตามมาได้เช่นกัน อาทิ ผลกระทบทางเศรษฐกิจ ผลกระทบทางสังคม ผลกระทบทางวัฒนธรรม และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทางด้านกายภาพ ดังนั้น จากความสำคัญของธุรกิจการท่องเที่ยวและคุณค่าของตลาดน้ำ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตชุมชนริมแม่น้ำและวัฒนธรรมของคนไทยในอดีต ผู้วิจัยเล็งเห็นความสำคัญจึงศึกษาเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในพื้นที่ภาคกลาง รวมถึงสภาพปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลต่อการพัฒนา โดยผลการวิจัยที่ได้จะเกิดเป็นรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำและเกิดแนวทางในการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำให้เป็นไปอย่างยั่งยืนในทุกมิติ ทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคมควบคู่ไปกับการอนุรักษ์วัฒนธรรม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพรรณนาบริบทการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในพื้นที่ภาคกลางอย่างยั่งยืน
2. เพื่อระบุปัญหาการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในพื้นที่ภาคกลางอย่างยั่งยืน
3. เพื่อเสนอรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในพื้นที่ภาคกลางอย่างยั่งยืน

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยทบทวนเอกสาร แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

World Tourism Organization (1997) กล่าวว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นการท่องเที่ยวที่มีเสน่ห์ สร้างความประทับใจให้กับผู้มาเยือน เป็นการท่องเที่ยวที่ตอบรับนักนักท่องเที่ยวและสอดรับกับแหล่งท่องเที่ยว นอกจากสร้างความประทับใจแล้วยังสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวกลับมาเยือน

ด้วยเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมและความสมดุลของสภาพแวดล้อม และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นการจัดการทรัพยากรเพื่อให้สามารถตอบสนองด้านเศรษฐกิจ สังคม ไปพร้อม ๆ กับการคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศ โดยที่ ศราวุธ ผิวแดง (2560) กล่าวว่า การจัดการการท่องเที่ยวมีหลักการที่สำคัญที่หน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องจำเป็นจะต้องนำไปพิจารณา เพื่อลดผลกระทบต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต และเพื่อรองรับด้านการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพเพื่อให้ได้รับผลตามที่ได้คาดหวังและวางแผนไว้

แนวคิดทฤษฎีด้านการจัดการ

Heinz Weihrich and Harold Koontz (1993) ให้ความหมายไว้ว่า “การจัดการ” หมายถึง กระบวนการทำงานเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล โดยการสั่งงานและปฏิบัติงานร่วมกับบุคคลอื่นและการจัดการมีลักษณะเป็นกระบวนการเนื่องจากมีลำดับขั้นตอนในการปฏิบัติ โดยที่การจัดการจะประกอบไปด้วยลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. การวางแผน ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนแรกของกระบวนการจัดการ เป็นเรื่องของการกำหนดทิศทาง พันธกิจ เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ตลอดจนกรอบความคิดต่าง ๆ อีกทั้งแนวทางและวิธีการปฏิบัติเพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรประสบความสำเร็จ

2. การจัดองค์กร เป็นขั้นตอนการดำเนินงานที่ให้ความสำคัญกับการจัดโครงสร้างขององค์กรและการกำหนดระบบงาน บทบาท อำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบต่าง ๆ ของบุคลากรภายในองค์กร

3. การจัดบุคคลากร ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดบุคลากรให้เหมาะสมกับงาน ไม่ว่าจะเป็นด้านความรู้ ความสามารถและทักษะต่าง ๆ ทั้งนี้ยังรวมไปถึงการพัฒนาและธำรงรักษาบุคลากรอีกด้วยเช่นกัน

4. การนำ เป็นขั้นตอนที่ผู้บริหารต้องใช้ภาวะผู้นำ ในการชักจูง กระตุ้น เพื่อให้บุคลากรเกิดความเปลี่ยนแปลงที่จะปฏิบัติงานอย่างเต็มกำลัง

5. การควบคุม เป็นขั้นตอนในการกำหนดมาตรฐานและเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินผลการทำงานที่สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง

ทฤษฎีการมีส่วนร่วม

Wertheim (1981) กล่าวว่า การมีส่วนร่วม คือ การที่ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในระดับต่าง ๆ ในการจัดการบริหารภายในชุมชนของตนและในทางการเมือง เพื่อร่วมกันกำหนดความต้องการให้ชุมชนของตนเอง ในขณะที่ Shirley A. White (1993) กล่าวว่า หลักสำคัญของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม คือ กระบวนการร่วมกันคิด ฟัง และเคารพในความคิดเห็นของผู้อื่น ตระหนักในสิทธิและหน้าที่ของสมาชิกในชุมชนที่ร่วมสังคม วิเคราะห์ประเด็นปัญหาสังคมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกัน ตลอดจนกระบวนการร่วมกันค้นหาแนวทาง และตัดสินในร่วมกันโดยอาศัยพื้นฐานของข้อมูล

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของสมาชิกในสังคมจะนำไปสู่การสร้างจิตสำนึกเชิงสาธารณะและกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างสมาชิกในสังคม เพื่อนำไปสู่การพัฒนาและเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่เหมาะสมและเป็นที่ยอมรับของสมาชิกในสังคม

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Method) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล 3 วิธี ได้แก่ การใช้ข้อมูลจากเอกสาร การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants)

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยครั้งนี้มีจำนวน 20 คน ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดคุณสมบัติให้เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจท่องเที่ยวทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน ทำให้ได้กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 4 กลุ่ม ดังนี้

1. ตัวแทนภาครัฐ จำนวน 5 คน ได้แก่ ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครปฐม จำนวน 1 คน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานราชบุรี จำนวน 1 คน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสมุทรสงคราม จำนวน 1 คน องค์การบริหารพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) จำนวน 1 คน นายกองค์การบริหารส่วนตำบลลำพญา จำนวน 1 คน

2. ตัวแทนผู้ประกอบการ (บริษัททัวร์ ผู้ประกอบธุรกิจในตลาดน้ำ) จำนวน 4 คน ได้แก่ พ่อค้าหรือแม่ค้าในตลาดน้ำ จำนวน 2 คน สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 1 คน และบริษัทคุณชายออลอินวัน จำกัด จำนวน 1 คน

3. ตัวแทนนักท่องเที่ยว (เดินทางมาเองโดยรถส่วนตัว) จำนวน 6 คน (มากับครอบครัว มาเที่ยวตลาดน้ำมากกว่า 2 ครั้ง เป็นนักท่องเที่ยว ถ่ายรูป รับประทานอาหาร ซื้อสินค้า ของฝาก) ได้แก่ ตัวแทนนักท่องเที่ยวในตลาดน้ำลำพญา จำนวน 2 คน ตัวแทนนักท่องเที่ยวในตลาดน้ำอัมพวา จำนวน 2 คน และตัวแทนนักท่องเที่ยวในตลาดน้ำดำเนินสะดวก จำนวน 2 คน

4. ตัวแทนชุมชน (ผู้ที่อาศัยละแวกนั้น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน อาสาสมัคร จิตอาสา ปราชญ์ชาวบ้าน) จำนวน 5 คน ได้แก่ ปราชญ์ชาวบ้านในพื้นที่ใกล้ตลาดน้ำลำพญา จำนวน 1 คน กำนันในตลาดน้ำลำพญา จำนวน 1 คน ชาวบ้านในตลาดน้ำลำพญา จำนวน 1 คน ชาวบ้านในตลาดน้ำอัมพวา จำนวน 1 คน และชาวบ้านในตลาดน้ำดำเนินสะดวก จำนวน 1 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. การรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Data) โดยการศึกษาข้อมูลจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้แนวคำถามที่ผู้วิจัยกำหนดขึ้น ซึ่งมีการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2564–กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565

3. การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) โดยการสังเกตพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการโดยผู้วิจัยไม่ได้เข้าไปมีส่วนร่วมหรือเกี่ยวข้องในเหตุการณ์

การวิเคราะห์ข้อมูล

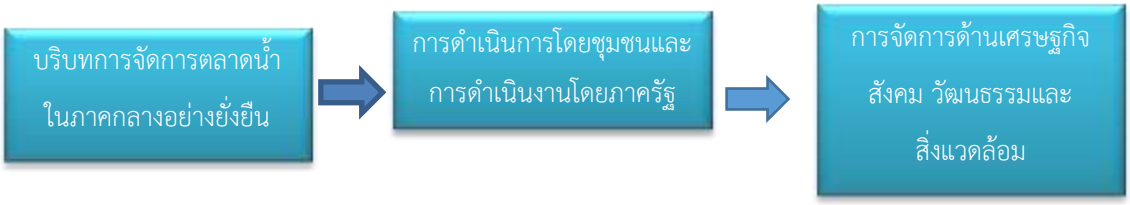
ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลและนำเสนอผลสรุปแต่ละประเด็นหลักของการวิจัยการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในพื้นที่ภาคกลางอย่างยั่งยืน โดยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ร่วมกันโดยเชื่อมโยงกับแนวคิด ทฤษฎี เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยด้วยวิธีการจัดหมวดหมู่และการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

ผลการวิจัย

ปัจจุบันบริบทของการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในพื้นที่ภาคกลางอย่างยั่งยืน ได้แก่ ตลาดน้ำอัมพวา ตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำลำพญา โดยตลาดน้ำทั้ง 3 แห่ง เป็นการดำเนินการโดยชุมชนและบริหารจัดการโดยคณะกรรมการของตลาดน้ำในด้านต่าง ๆ อาทิ การจัดการด้านที่จอดรถ การบริการเก็บขยะ จากนั้นจึงนำรายได้จากการดำเนินงานมาใช้เพื่อบริหารจัดการภายในตลาด นอกจากนี้แล้วการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในพื้นที่ภาคกลางอย่างยั่งยืนนั้นยังเป็นการดำเนินการตามนโยบายของสภาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก ซึ่งเป็นแนวทางพื้นฐานในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืนอย่างบูรณาการตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเกี่ยวกับบริบทของตลาดน้ำนั้นมีรายละเอียด ผลการวิจัยมีดังนี้

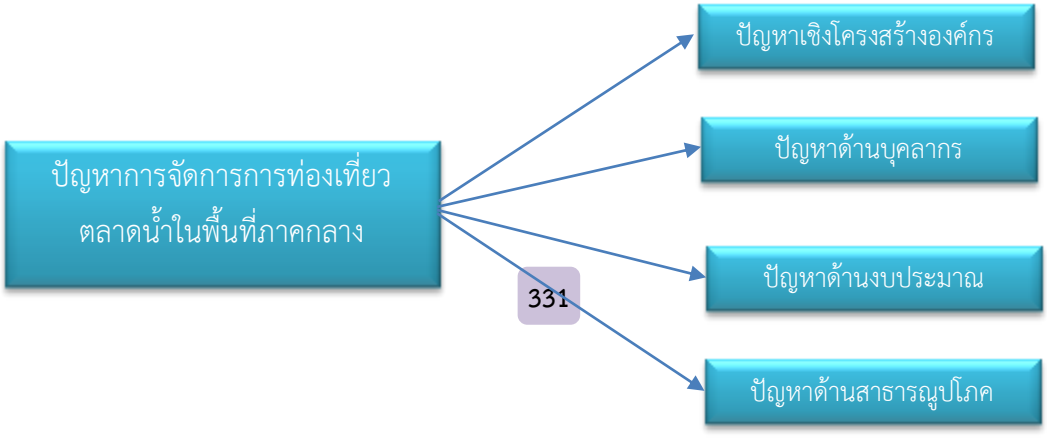
1. บริบทของการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในพื้นที่ภาคกลางอย่างยั่งยืนในปัจจุบัน พบว่าเป็นการจัดการที่มุ่งเน้นการสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจโดยการสร้างรายได้ให้ท้องถิ่นและแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและไม่ทำลายสภาพแวดล้อม รวมทั้งการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำยังสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ควบคู่ไปกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ส่วนในด้านความยั่งยืนทางสังคมนั้น กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญอธิบายว่า การบริหารจัดการตลาดน้ำ มุ่งเน้นการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการและภาครัฐรวมทั้งผู้คนในชุมชน ส่วนความยั่งยืนทางวัฒนธรรม พบว่า การจัดการที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบันให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์และสืบทอดวัฒนธรรมอันดีงามเหล่านั้นให้กับคนรุ่นหลังต่อไป และในด้านความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อมเป็นการดำเนินการที่สร้างความตระหนักด้านการใช้ทรัพยากรอย่างประหยัด รวมทั้งมีการส่งเสริมการนำของเสียกลับมาใช้งานได้อีกครั้ง เพื่อสร้างสมดุลให้กับธรรมชาติและผู้อยู่อาศัยในชุมชนให้มีความสัมพันธ์ที่ยั่งยืน และดำเนินการวางแผนจัดการด้านการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่า

และชาญฉลาดโดยรักษาเพื่อไม่ให้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่เกิดความเสียหายและเสื่อมโทรม ซึ่งสามารถแสดงเป็นภาพได้ดังนี้



ภาพที่ 1 บริบทการจัดการตลาดน้ำ

2. สืบเนื่องจากพื้นที่ตลาดน้ำยังเป็นพื้นที่ในความรับผิดชอบของภาครัฐโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หรือการท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัดที่ตลาดน้ำนั้นตั้งอยู่ ซึ่งปัญหาการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในพื้นที่ภาคกลางพบว่า ส่วนหนึ่งเป็นปัญหาเชิงโครงสร้างโดยเฉพาะโครงสร้างของระบบการดำเนินงาน ซึ่งเป็นเรื่องของความชัดเจนในอำนาจหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงปัญหาด้านการประสานความร่วมมือ ซึ่งเมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองก็จะส่งผลทำให้เกิดการขาดเสถียรภาพเชิงโยบาย ทำให้การบังคับใช้กฎหมายขาดประสิทธิภาพ การวางแผนที่ไม่สามารถนำไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม และเกิดความไม่ชัดเจนในการดำเนินงานรวมถึงการนำนโยบายขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ดูแลตลาดน้ำในพื้นที่ไปสู่ปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม รวมทั้งปัญหาด้านบุคลากรที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวมีจำนวนไม่เพียงพอ ในขณะที่บุคลากรที่มีอยู่ขาดการพัฒนาความรู้และทักษะที่ทันสมัย ซึ่งส่วนหนึ่งอาจเกิดจากการได้รับงบประมาณที่ไม่เพียงพอและนอกจากนี้แล้วการดำเนินงานของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวยังขาดเอกภาพในการดำเนินงาน จนส่งผลให้เกิดปัญหาในด้านการจัดการสาธารณูปโภคต่าง ๆ สอดคล้องกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่กล่าวว่า ระบบสาธารณูปโภคโดยเฉพาะห้องสุขายังขาดความสะอาด และทั้ง 3 ตลาดน้ำ ห้องสุขามีจำนวนน้อยทำให้ต้องอาศัยห้องสุขาของภาคเอกชนจึงจะทำให้เพียงพอต่อการใช้งานของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะในช่วงเทศกาลหรือวันหยุดสุดสัปดาห์ ดังนี้



ภาพที่ 2 ปัญหาการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำ

3. ด้านรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในพื้นที่ภาคกลางอย่างยั่งยืน ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยสรุปในภาพรวม พบว่า รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในพื้นที่ภาคกลางอย่างยั่งยืน การมีส่วนร่วมเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญและควรเริ่มจากการที่หน่วยงานทุกภาคส่วนต้องตระหนักรู้ในบทบาทหน้าที่ของตนเอง และให้ความร่วมมือเพื่อขับเคลื่อนนโยบายต่าง ๆ ให้เกิดเป็นรูปธรรม กล่าวคือ รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำอย่างยั่งยืนจะต้องมุ่งเน้นไปที่การสร้างการมีส่วนร่วมจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องจากทุกภาคส่วน โดยเฉพาะชุมชนควรสร้างการมีส่วนร่วมใน 4 ด้าน ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน การมีส่วนร่วมในการเก็บรักษาผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการประเมินการจัดการ และนอกจากนี้หน่วยงานเทศบาลควรนำตัวแบบด้านการจัดการเข้ามาใช้เพื่อเพิ่มสมรรถนะด้านการจัดการตลาดน้ำให้เกิดการพัฒนาควบคู่ไปกับความยั่งยืน ซึ่งจากการทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้อง จากการสัมภาษณ์และการสังเกต ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์และสังเคราะห์ตัวแบบการจัดการได้ 5 องค์ประกอบ ดังนี้

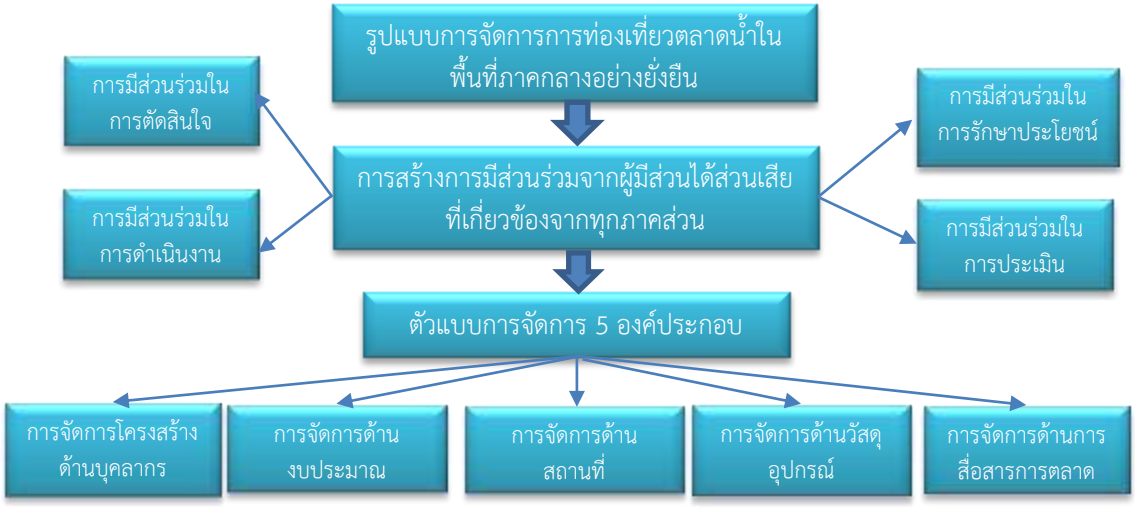
1. การจัดการด้านโครงสร้างบุคลากร (Structure) โดยการจัดแบ่งหน้าที่ที่ชัดเจนและพัฒนาความรู้และทักษะของบุคลากรในองค์กรที่มีส่วนรับผิดชอบงานด้านการท่องเที่ยวให้มีความทันสมัยอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ไม่ว่าจะเป็นการทบทวนทักษะที่มีอยู่ (Reskill) การพัฒนาเพิ่มทักษะที่มีอยู่ (Upskill) และการพัฒนาทักษะใหม่ (New Skill)

2. การจัดการด้านงบประมาณ (Budget) โดยที่องค์กรภาครัฐควรจัดสรรงบประมาณในการพัฒนางานด้านการท่องเที่ยวให้เพียงพอ และอาจจะต้องขอรับการสนับสนุนงบประมาณจากภาคเอกชนในพื้นที่

3. การจัดการความพร้อมของสถานที่ (Place) โดยที่การจัดการในส่วนนี้ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน เพื่อให้สามารถเตรียมความพร้อมของสถานที่ได้อย่างครอบคลุมรอบด้านในทุกมิติ ไม่ว่าจะเป็นการเตรียมความพร้อมด้านสาธารณูปโภค การเตรียมความพร้อมด้านการจราจรในตลาดน้ำ การเตรียมความพร้อมด้านความสะอาด และการเตรียมความพร้อมในการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

4. การจัดการด้านวัสดุอุปกรณ์ (Material) ไม่ว่าจะเป็นอุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดการด้านการจราจร เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์บอกทาง ถังขยะ ซึ่งอุปกรณ์เหล่านี้จะเป็นส่วนที่นำไปสู่ผลสัมฤทธิ์ของการนำนโยบายด้านการท่องเที่ยวไปปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม

5. การจัดการด้านการสื่อสารการตลาดของตลาดน้ำ (Marketing Communication) ซึ่งการจัดการด้านการสื่อสารการตลาดมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพราะเป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศผ่านช่องทางสื่อที่หลากหลาย ซึ่งต้องเป็นการจัดการทั้งจากภาครัฐ และภาคเอกชนในพื้นที่ไม่ว่าจะเป็นร้านค้า ผู้คนในชุมชน ซึ่งทั้งหมดสามารถมีส่วนร่วมในการสร้างกระบวนการสื่อสารการตลาดที่มีประสิทธิภาพ



ภาพที่ 3 รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำ

กล่าวโดยสรุป การจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในพื้นที่ภาคกลางอย่างยั่งยืนทั้งตลาดน้ำอัมพวา ตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำลำพญา ดำเนินการโดยชุมชนและการบริหารจัดการที่เกิดจากการมีส่วนร่วมโดยคณะกรรมการของตลาดน้ำและการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ และเป็นการจัดการที่มุ่งเน้นการสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจโดยการสร้างรายได้ให้ท้องถิ่น รวมทั้งแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและไม่ทำลายสภาพแวดล้อม ในขณะที่ปัญหาด้านการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำ พบว่า ประกอบด้วย ปัญหาเชิงโครงสร้างของระบบ ปัญหาด้านบุคลากร ปัญหาด้านงบประมาณ และปัญหาด้านสาธารณูปโภค ส่วนรูปแบบการจัดการตลาดน้ำต้องดำเนินการโดยสร้างความตระหนักในบทบาทหน้าที่ของฝ่ายและพัฒนาการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน โดยนำเอาตัวแบบการจัดการมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการ

อภิปรายผล

"ตลาดน้ำ" เป็นแหล่งท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรมที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของชุมชน สังคมและประเทศชาติ ตลาดน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชนริมฝั่งแม่น้ำ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่า ควรค่าแก่การอนุรักษ์ให้คงอยู่ต่อไป และผลการวิจัยเรื่องจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำอย่างยั่งยืนสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

บริบทการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในพื้นที่ภาคกลางอย่างยั่งยืนในปัจจุบัน เป็นการจัดการที่ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งผู้ประกอบการ ชุมชน และภาครัฐ โดยมุ่งเน้นการสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจโดยการสร้างรายได้ให้ท้องถิ่น สอดคล้องกับผลการวิจัยของ จิรดาภา สนิทจันทร์ (2564) พบว่า การจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำเป็นกระบวนการสร้างรายได้และสร้างอาชีพให้แก่ชุมชน และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ธีรกานต์ โพธิ์แก้ว (2560) ที่พบว่า การจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบางโรงตาบลป่า คลอก อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต เป็นการจัดการการท่องเที่ยวที่เน้นการมีส่วนร่วมและมีการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีระบบร่วมกัน ยังคงมีการแบ่งปันผลประโยชน์ที่ได้เข้าสู่กลุ่มออมทรัพย์

ส่วนสภาพปัญหาด้านการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำภาคกลาง พบว่า มีปัญหา 4 ด้าน ได้แก่ ปัญหาเชิงโครงสร้างและการประสานความร่วมมือ ปัญหาด้านบุคลากร ปัญหาด้านงบประมาณ และปัญหาด้านสาธารณูปโภค สอดคล้องกับผลการวิจัยของ พิมพงา เพ็งนาเรนทร์ (2561) พบว่า ระบบการบริหารจัดการภายในตลาดน้ำหรือการบริหารงานของคณะกรรมการพ่อค้าแม่ค้าและหน่วยงานภาครัฐที่ยังไม่มีการประสานที่ดี และระบบสาธารณูปโภค เช่น ช่องทางเดินที่ให้นักท่องเที่ยวเดินซื้อสินค้าค่อนข้างแคบ และไม่มีศูนย์สำหรับให้บริการนักท่องเที่ยว ไม่มีพิพิธภัณฑ์สำหรับจัดแสดงนิทรรศการเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของตลาด และตลาดน้ำบางแห่งยังขาดการประชาสัมพันธ์ที่เพียงพอทำให้ประชาชนหรือนักท่องเที่ยวยังไม่รู้จักตลาดน้ำเท่าที่ควร ในขณะที่ผลการวิจัยของ วรวุฒิ ภักดีบุรุษ (2563) พบว่า ปัญหาที่เกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชนของบ้านดอนซาก ตำบลห้วยงู อำเภอหันคา จังหวัดชัยนาท ได้แก่ ปัญหาด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน ด้านการเข้าถึงชุมชน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว และด้านการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน

รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำในพื้นที่ภาคกลางอย่างยั่งยืน เป็นรูปแบบที่เน้นการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ผู้ประกอบการ และผู้คนในชุมชน กล่าวคือในเบื้องต้นต้องสร้างการมีส่วนร่วมก่อนในทุกระดับไม่ว่าจะเป็นการมีส่วนร่วมในด้านการวางแผน การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและการมีส่วนร่วมในการจัดสรรผลประโยชน์ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ธีรพร ทองปัญญา (2561) พบว่า การบริหารจัดการตลาดน้ำอย่างยั่งยืนนั้น คือ การสร้างความร่วมมือของทุกฝ่ายที่

เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่รัฐและนักท่องเที่ยว และในการพัฒนานั้นจะเน้นการรักษาอัตลักษณ์เดิมที่เป็นเสน่ห์ของตลาดน้ำดำเนินสะดวกไว้ถึงแม้ยุคสมัยจะมีการเปลี่ยนแปลง และแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนนั้นสามารถดำเนินการได้ทั้งในแนวทางระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากว่า การมีส่วนร่วมเป็นกระบวนหรือเครื่องมือที่ช่วยให้เกิดการประสานงานและการทำงานร่วมกันจนก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด สอดคล้องกับทฤษฎีการมีส่วนร่วม ซึ่ง Cohen and Uphoff (1981) อธิบายไว้ว่า “การมีส่วนร่วม” หมายถึง สมาชิกของชุมชนต้องเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องใน 4 มิติ ได้แก่ การมีส่วนร่วมการตัดสินใจว่าควรทำอะไรและทำอย่างไร การมีส่วนร่วมเสียสละในการพัฒนา รวมทั้งลงมือปฏิบัติตามที่ได้ตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน การมีส่วนร่วมในการประเมินผลโครงการซึ่งตรงกับแนวคิดของ สมบัติ นามบุรี (2562) กล่าวว่า “การมีส่วนร่วม” หมายถึง การเปิดโอกาสให้ทุกคนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนาไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อม โดยการร่วมคิด ร่วมตัดสินใจเพื่อกำหนดเป้าหมายของสังคมและการจัดสรรทรัพยากรเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย และปฏิบัติตามแผนการหรือโครงการต่าง ๆ ด้วยความเต็มใจ

นอกจากนี้แล้วรูปแบบการจัดการตลาดน้ำในพื้นที่ภาคกลางอย่างยั่งยืนนั้น ควรนำตัวแบบการจัดการมาประยุกต์ใช้ ได้แก่ การจัดการด้านโครงสร้าง การจัดการด้านสถานที่ การจัดการด้านงบประมาณ การจัดการด้านวัสดุอุปกรณ์ และการจัดการด้านการสื่อสารการตลาด เพราะการจัดการในสิ่งเหล่านี้ช่วยลดปัญหาด้านการจัดการและช่วยสร้างความยั่งยืนได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ พิมพงา เพ็งนาเรนทร์ (2561) พบว่า การพัฒนาตลาดน้ำ ต้องดำเนินการใน 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการพัฒนาบุคลากร ควรพัฒนาเจ้าหน้าที่รัฐและสถานประกอบการให้มีความรู้สามารถเพิ่มมากขึ้น ควรจัดทำคู่มือที่มีข้อมูลของตลาดน้ำเป็นภาษาอังกฤษ ควรเพิ่มพูนความรู้ด้านการให้บริการของสถานประกอบการเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อนักท่องเที่ยว ควรมีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นคอยให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่น 2) ด้านการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยควรจัดทำป้ายต่าง ๆ ที่อำนวยความสะดวกหรือสร้างความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยวทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และควรมีหน่วยรับแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ 3) ด้านการประชาสัมพันธ์และโฆษณาควรประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลางตามสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด การใช้แผ่นพับหรือแผ่นโปสเตอร์เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้รวดเร็วยิ่งขึ้น 4) ด้านการประสานงานเครือข่าย ควรมีการสร้างเครือข่ายระหว่างสถานประกอบการกับหน่วยงานภาครัฐ มีตัวแทนสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาประจำจังหวัดในพื้นที่ตั้งของตลาดน้ำ ควรมีเครือข่ายระหว่างสถานประกอบการกับองค์กรเอกชน เช่น โรงแรม ที่พัก ควรมีการสร้างเครือข่ายระหว่างสถานประกอบการกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น อบต. อบจ. เทศบาล และควรมีการสร้างเครือข่ายระหว่างสถานประกอบการกับแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้แล้วยัง

สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ณรงค์ โพธิ์พฤกษานันท์ (2561) พบว่า เป็นการจัดการที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน โดยเฉพาะในด้านของการจัดการด้านสถานที่ที่จะเข้ามามีส่วนร่วมทั้งในด้านวางแผน การประชุมนโยบายหรือแสดงความเห็นต่าง ๆ ด้านของสิ่งอำนวยความสะดวกนั้น ชุมชนจะมีส่วนแค่การแสดงความคิดเห็นว่าดีหรือไม่ ต้องการหรือไม่ต้องการ แต่ไม่ได้เข้ามาส่วนในการวางแผนคิดนโยบาย หรือการจัดการมากแต่อย่างใดและด้านบุคลากร ประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมมากแต่ในส่วนของการจัดการด้านกฎเกณฑ์ทางการท่องเที่ยวในตลาดน้ำลำพญานั้น คนในชุมชนมีส่วนร่วมลดลงหากเทียบกับด้านอื่น ๆ เนื่องจากปัจจุบันกฎเกณฑ์ต่าง ๆ คือกฎที่ได้ปฏิบัติสืบต่อกันมา ไม่ได้มีการวางกฎเกณฑ์ที่ตายตัว ส่วนการมีส่วนร่วมด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์ชุมชน ประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมมาก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ผู้ประกอบการร้านค้า สามารถนำผลการวิจัยไปเป็นฐานข้อมูลในการวิเคราะห์ถึงสภาพปัญหาการจัดการตลาดน้ำที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งจะช่วยให้สามารถกำหนดแผนงานในเบื้องต้นสำหรับเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวในระหว่างที่รอการประสานงานจากหน่วยงานจากภาครัฐ เช่น การกำหนดแผนงานประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ หรือสื่อบุคคล ฯลฯ

2. ผลการวิจัยพบว่า ยังมีปัญหา โดยเฉพาะในปัญหาด้านงบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐ ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรกำหนดนโยบายและมาตรการการช่วยเหลือที่มีประสิทธิภาพและตรงตามความต้องการของผู้ประกอบการร้านค้าและชุมชน โดยอาจจะจัดสรรงบประมาณสนับสนุนเพิ่มเติมลงไปในแผนนโยบายด้านการท่องเที่ยว

3. ชุมชนควรนำผลการวิจัยไปใช้เป็นข้อมูลในการประเมินประสิทธิภาพการบริหารจัดการตลาดน้ำของคณะกรรมการที่รับผิดชอบ ซึ่งจะช่วยให้สามารถนำเสนอข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ในส่วนของการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวอาจจะไม่สามารถได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและหลากหลาย เนื่องจากการสัมภาษณ์มีข้อจำกัดในเรื่องจำนวนผู้ให้ข้อมูล ดังนั้น การวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการวิจัยเชิงปริมาณ และเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวอีกครั้ง ซึ่งจะช่วยให้ได้รับข้อมูลที่รอบด้านและมีความหลากหลาย

2. การวิจัยครั้งต่อไปควรทำการวิจัยเพื่อสร้างแบบจำลองการจัดการการท่องเที่ยว ด้วยระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง ซึ่งจะช่วยให้ได้รูปแบบการจัดการที่มี

ความน่าเชื่อถือ เพราะเป็นรูปแบบที่ได้รับการยืนยันความสอดคล้องกับทฤษฎีจากกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม

3. การวิจัยครั้งต่อไปควรทำการศึกษาตลาดน้ำในภูมิภาคอื่นเพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างบริบทที่เกี่ยวข้อง เช่น สภาพทางภูมิศาสตร์ และวัฒนธรรมท้องถิ่นที่แตกต่างกันกับรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยว

เอกสารอ้างอิง

กชธมน วงศ์คำ. (2562). **การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านหัวขัวตำบลแกดา อำเภอแกดา จังหวัดมหาสารคาม.** รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น. (2561). **มาตรฐานการส่งเสริมการท่องเที่ยว.** กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย.

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). **รายงานสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยว. รายงานฉบับสมบูรณ์ประจำปีงบประมาณ 2562.** กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560). **ปีท่องเที่ยววิถีไทย 2558.** ค้นเมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2564, จาก http://thai.tourismthailand.org/

จิรดาภา สนิทจันทร์. (2564). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษาตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ.** การค้นคว้าอิสระ วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ณรงค์ โพธิ์พฤกษานันท์. (2561). **การมีส่วนร่วมของชุมชนตลาดน้ำลำพญาจังหวัดนครปฐมในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.** งานวิจัย คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

ธีรกานต์ โพธิ์แก้ว. (2560). **การมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบางโรงตาบลป่าคลอก อำเภอกลาง จังหวัดภูเก็ต.** วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.

ธีรพร ทองปัญญา. (2561). *การพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานของอัตลักษณ์และการมีส่วนร่วมของชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำดำเนินสะดวก.* **วารสารสังคมศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,** 48(2): 181–201.

เบญจวรรณ สุจริต และ ชัชชัย สุจริต. (2560). **รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตำบลนางพญา อำเภอท่าปลา จังหวัดอุตรดิตถ์.** งานวิจัย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์.

พิมพงา เพ็งนาเรนทร์. (2561). **แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของตลาดน้ำภาคกลางเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน.** งานวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.

วรวุฒิ ภักดีบุรุษ. (2563). *ปัญหาและศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชนของบ้านดอนซาก ตำบลห้วยงู อำเภอหันคา จังหวัดชัยนาท.* **วารสารพัฒนศาสตร์,** 3(1): 40–67.

ศราวุธ ผิวแดง. (2560). **การพัฒนาการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.** รายงานการวิจัย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.

สมบัติ นามบุรี. (2562). *ทฤษฎีการมีส่วนร่วมในงานรัฐประศาสนศาสตร์.* **วารสารวิจัยวิชาการ**, 2(1): 183–197.

สำนักท่องเที่ยวโดยชุมชน. (2561). **กระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน.** กรุงเทพฯ: สำนักท่องเที่ยวโดยชุมชน.

Cohen, J.M., & Uphoff, N.T. (1981). **Rural Development Participation: Concept and Measure for Project Design Implementation and Evaluation: Rural Development Committee Center for International Studies.** New York: Cornell University Press.

Heinz Weihrich and Harold Koontz. (1993). **Management: A Global Perspective.** 10th ed. New York: McGraw-Hill.

Shirley A. White. (1993). **Participatory Communication: Working for Change and Development.** New Delhi: Sage.

Wertheim, A. H. (1981). **On the relativity of perceived motion.** Acta Psychologica. 48(1-3): 97–110.

World Tourism Organization. (1997). **Guide for local authorities on developing sustainable tourism.** Madrid, Spain: WTO.

การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานระหว่างแนวคิดคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริงร่วมกับการเรียนรู้แบบออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความสามารถในการแก้ปัญหาและการให้เหตุผลทางคณิตศาสตร์ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5

The Development of Blended Learning Activities between Realistic Mathematics with Online Learning to Enhance Problem-Solving Ability and Mathematical Reasoning for Grade 5 Students

พิชญาภัค ทองม่วง
นิสิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร
E-mail: phitchayaphakt63@nu.ac.th
จักรกฤษณ์ จันทะคุณ
อาจารย์ประจำสาขาวิชาหลักสูตรและการสอน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร
E-mail: jakkritj@nu.ac.th
Phitchayaphak Thongmuang
Student, Master Degree Program in Curriculum and Instruction,
Faculty of Education, Naresaun University
Jakkrit Jantakoon
Lecturer, Education Program in Curriculum and Instruction,
Faculty of Education, Naresaun University

รับเข้า: *15 กรกฎาคม 2565* **แก้ไข:** *3 สิงหาคม 2565* **ตอบรับ:** *16 สิงหาคม 2565*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สร้างและหาประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานระหว่างแนวคิดคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริงร่วมกับการเรียนรู้แบบออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความสามารถในการแก้ปัญหาและการให้เหตุผลทางคณิตศาสตร์ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 และ 2) เปรียบเทียบความสามารถในการแก้ปัญหาและการให้เหตุผลทางคณิตศาสตร์ โดยใช้กิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานระหว่างแนวคิดคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริงร่วมกับการเรียนรู้แบบออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2564 โรงเรียนวัดกกแรต อำเภอกงไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย จำนวน 15 คน เครื่องมือที่ใช้ประกอบด้วย 1) กิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานระหว่างแนวคิดคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริงร่วมกับการเรียนรู้แบบออนไลน์ และ 2) แบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้ปัญหาและการให้เหตุผลทางคณิตศาสตร์

และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติทดสอบทีแบบไม่เป็นอิสระ

ผลการวิจัย พบว่า 1) กิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานระหว่างแนวคิดคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริงร่วมกับการเรียนรู้แบบออนไลน์เพื่อส่งเสริมความสามารถในการแก้ปัญหาและการให้เหตุผลทางคณิตศาสตร์ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 จำนวน 4 กิจกรรม โดยมีขั้นตอนที่ประกอบด้วย ขั้นที่ 1 การเชื่อมโยงสถานการณ์ในชีวิตจริงกับโลกคณิตศาสตร์ ขั้นที่ 2 การออกแบบแนวคิดเชิงคณิตศาสตร์ ขั้นที่ 3 การพัฒนาแนวคิดทางคณิตศาสตร์ให้เป็นทางการ และขั้นที่ 4 การสะท้อนคิดสู่ชีวิตจริง ซึ่งมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด และประสิทธิภาพเท่ากับ 82.87/83.61 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ 80/80 และ 2) นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 มีความสามารถในการแก้ปัญหาและการให้เหตุผลทางคณิตศาสตร์ หลังเรียนด้วยกิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานระหว่างแนวคิดคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริงร่วมกับการเรียนรู้แบบออนไลน์ สูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: กิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสาน การเรียนรู้แบบออนไลน์ แนวคิดคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริง ความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ ความสามารถในการให้เหตุผลทางคณิตศาสตร์

Abstract

The objectives of this research were to 1) create and find the efficiency of the development of blended learning activities between realistic mathematics with online learning to enhance problem-solving ability and mathematical reasoning for grade 5 students, and 2) compare problem-solving abilities and mathematical reasoning it uses a blended learning activity that combines real-life math concepts with online learning. The sample group was grade 5 students in the second semester of the academic year 2021 at WatKokraet School, Kongkrailat District, Sukhothai Province, with 15 people. The tools used include a blended learning activity that combines real-life math concepts with online learning, and the quiz measures problem-solving and mathematical reasoning abilities. The statistic used to analyze the data was the mean, standard deviation, and t-test.

The results of the study showed that: 1) the development of blended learning activities between realistic mathematics with online learning to enhance the problem-solving ability and mathematical reasoning for grade 5, has four learning activities as follows, 1) percentage problem 2) price reduction problem 3) profit problem 4) loss problem the

appropriateness was at the highest level. and the efficiency was 82.87/83.61, which was higher than the 80/80 criterion. 2) Grade 5 students could solve problems and reason in math. After class with blended learning activities between realistic mathematics with online learning higher than before with statistically significant at the .05 level.

Keywords: blended learning activity, online learning, realistic mathematics, mathematics, problem-solving ability, mathematical reasoning

บทนำ

คณิตศาสตร์มีบทบาทสำคัญยิ่งต่อความสำเร็จในการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 เนื่องจากคณิตศาสตร์ช่วยให้มนุษย์มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ คิดอย่างมีเหตุผล เป็นระบบ มีแบบแผน สามารถวิเคราะห์ปัญหาหรือสถานการณ์ได้อย่างรอบคอบและถี่ถ้วน ช่วยให้คาดการณ์ วางแผน ตัดสินใจแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้องเหมาะสม และสามารถนำไปใช้ในชีวิตจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้คณิตศาสตร์ยังเป็นเครื่องมือในการศึกษาด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และศาสตร์อื่น ๆ อันเป็นรากฐานในการพัฒนาทรัพยากรบุคคลของชาติให้มีคุณภาพและพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้ทัดเทียมกับนานาชาติ การศึกษาคณิตศาสตร์จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ทันสมัย และสอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ สังคม และความรู้ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่เจริญก้าวหน้า อย่างรวดเร็วในยุคโลกาภิวัฒน์ (กระทรวงศึกษาธิการ, 2560: 1)

กระบวนการแก้ปัญหาเป็นหัวใจของคณิตศาสตร์ ต้องอาศัยความคิดรวบยอด ทักษะการคิดคำนวณ หลักการกฎและสูตรต่าง ๆ เพื่อนำไปใช้แก้ไขปัญหา ซึ่งมีความสำคัญต่อชีวิต และกระบวนการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์เป็นทักษะอย่างหนึ่ง ดังนั้นครูควรปลูกฝังให้นักเรียนเข้าใจถึงขั้นตอนหรือกระบวนการในการแก้ปัญหา แม้ว่าจะมีนักเรียนบางส่วนที่สามารถดำเนินการ แก้ปัญหาด้วยตนเองได้ แต่มีจำนวนนักเรียนไม่น้อยที่ไม่รู้ว่าควรเริ่มต้นแก้ปัญหานั้นอย่างไร และจะดำเนินการแก้ปัญหาอย่างไรต่อไป ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากนักเรียนไม่มีความรู้เกี่ยวกับ ขั้นตอนหรือกระบวนการแก้ปัญหาที่ถูกต้อง (สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 2551: 4)

การให้เหตุผลเป็นทักษะกระบวนการที่ส่งเสริมให้นักเรียนรู้จักคิดอย่างมีเหตุผล คิดอย่างเป็นระบบ สามารถวิเคราะห์ปัญหาและสถานการณ์ดีอย่างถี่ถ้วน รอบคอบ สามารถคาดการณ์ วางแผน ตัดสินใจและแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม การคิดอย่างมีเหตุผลเป็นเครื่องมือสำคัญที่นักเรียนสามารถนำติดตัวไปใช้ในการพัฒนาตนเองในการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ในการทำงาน และการดำรงชีวิต ดังนั้นการคิดอย่างมีเหตุผลจึงเป็นหัวใจสำคัญของการสอนคณิตศาสตร์ นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยจำนวนมากที่ยืนยันว่าการสอนให้นักเรียนเรียนด้วย ความเข้าใจอย่างมีเหตุผล ดีกว่าการสอน

แบบให้จดจำ การสอนคณิตศาสตร์อย่างเป็นเหตุเป็นผลจะทำให้นักเรียน มีเจตคติที่ดีต่อวิชาคณิตศาสตร์ สามารถจำได้ดีและนานกว่าเดิม (สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 2551: 38)

การเรียนคณิตศาสตร์แบบผสมผสานที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริง เป็นการเรียนที่ผสมผสานระหว่างการเรียนในห้องเรียนปกติและการเรียนแบบออนไลน์ด้วยเทคโนโลยีต่าง ๆ เข้าด้วยกัน นอกจากมีการจัดกิจกรรมในชั้นเรียนตามปกติ นักเรียนยังสามารถศึกษาเพิ่มเติมด้วยตนเองนอกชั้นเรียน โดยบทเรียนออนไลน์ได้ และสิ่งสำคัญอีกสิ่งหนึ่งคือการติดตามผลการเรียนรู้ของนักเรียนโดยให้ข้อมูลย้อนกลับได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งทำให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาผลการเรียนได้ดียิ่งขึ้น อีกทั้งยังเชื่อมโยงการเรียนให้สอดคล้องกับการใช้ชีวิตในปัจจุบัน และเป็นการจัดกิจกรรมที่จำลองมาจากสถานการณ์จริง กับสถานการณ์ที่อยู่ในชีวิตประจำวัน หรือสถานการณ์ที่เชื่อมโยงจากความรู้เดิม หรือสถานการณ์ที่เป็นจริงสำหรับนักเรียน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ มัฑนา ดงปาลี (2557) ที่พบว่าหลังจากเรียนด้วยกิจกรรมการเรียนรู้คณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริง นักเรียนมีความคิดรวบยอด เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างรูปเรขาคณิตสองมิติและสามมิติทุกความคิดรวบยอด ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้มากกว่าร้อยละ 80 ของนักเรียนทั้งหมด และมีความสามารถในการประยุกต์ใช้ความรู้ทางคณิตศาสตร์ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้มากกว่าร้อยละ 80 ของนักเรียนทั้งหมด

การเรียนรู้แบบออนไลน์ เป็นนวัตกรรมทางการศึกษาที่เปลี่ยนแปลงวิธีเรียนที่เป็นอยู่เดิม ซึ่งเป็นการเรียนที่ใช้เทคโนโลยีที่ก้าวหน้าสำหรับการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพ ลักษณะสำคัญของการเรียนรู้แบบออนไลน์ช่วยทำให้การเรียนง่ายและสะดวกขึ้น แค่มีอินเทอร์เน็ตเข้าถึงผู้เรียนก็สามารถเรียนได้ ด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในปัจจุบันส่งผลต่อการเรียนการสอนในรูปแบบปกติและส่งผลต่อการเลื่อนเปิดสถานศึกษา และเกิดการแพร่หลายของแนวทางจัดการเรียนรู้ ออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และสารสนเทศขึ้นอย่างมากมาย (เจริญ ภูวิจิตร์, 2564) ดังนั้น ครูผู้สอนในฐานะผู้ถ่ายทอด องค์ความรู้ให้แก่นักเรียนต่างก็มีการปรับตัว และเตรียมทักษะเพื่อรับมือกับแนวทางการจัดการเรียนรู้ผู้วิจัยสนใจที่จะใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม Google Meet เข้ามาจัดการเรียนการสอน และประเมินผลที่เหมาะสมกับสถานการณ์ให้ได้มากที่สุด ส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพให้แก่นักเรียน

จากผลการทดสอบทางการศึกษาระดับชาติขั้นพื้นฐาน (O-net) วิชาคณิตศาสตร์ของโรงเรียนวัดกกแรต พบว่า ปีการศึกษา 2562 มีคะแนนค่อนข้างต่ำกว่าเกณฑ์ที่โรงเรียนตั้งไว้ร้อยละ 80 ในการศึกษาสภาพการจัดการเรียนรู้กลุ่มสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนวัดกกแรต ปีการศึกษา 2562 ที่ผ่านมาพบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนไม่มีการพัฒนาให้สูงขึ้น อีกทั้งยังมีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้การเรียนหยุดกะทันหัน ไม่สามารถ

มาเรียนได้ตามปกติ ผู้วิจัยจึงศึกษาค้นคว้าที่จะพัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้และผลการเรียนอยู่ในระดับเกณฑ์ที่สูงขึ้น

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานระหว่างแนวคิดคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริงร่วมกับการเรียนรู้แบบออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความสามารถในการแก้ปัญหาและการให้เหตุผลทางคณิตศาสตร์ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 โดยจัดการเรียนการเรียนแบบปกติในห้องเรียน และการเรียนแบบออนไลน์ผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม Google Meet โดยหวังว่าผู้เรียนจะได้รับประโยชน์ทั้งด้านความรู้ ด้านเจตคติ ด้านทักษะ เปลี่ยนบรรยากาศการเรียนการสอนให้น่าสนใจมากขึ้น อีกทั้งผู้เรียนยังสามารถศึกษาค้นคว้าหาความรู้ทั้งในและนอกเวลาเรียน สามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง ส่งเสริมให้เกิดการฝึกฝนและพัฒนาทักษะกระบวนการทางคณิตศาสตร์อย่างต่อเนื่อง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อสร้างและหาประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานระหว่างแนวคิดคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริงร่วมกับการเรียนรู้แบบออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความสามารถในการแก้ปัญหาและการให้เหตุผลทางคณิตศาสตร์ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5
2. เพื่อเปรียบเทียบความสามารถในการแก้ปัญหาและการให้เหตุผลทางคณิตศาสตร์โดยใช้กิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานระหว่างแนวคิดคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริงร่วมกับการเรียนรู้แบบออนไลน์

สมมติฐานการวิจัย

นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 มีความสามารถในการแก้ปัญหาและการให้เหตุผลทางคณิตศาสตร์ หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน ด้วยกิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานระหว่างแนวคิดคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริงร่วมกับการเรียนรู้แบบออนไลน์

วิธีการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย แบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 สร้างและหาประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานระหว่างแนวคิดคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริงร่วมกับการเรียนรู้แบบออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความสามารถในการแก้ปัญหาและการให้เหตุผลทางคณิตศาสตร์ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5

ประชากรและตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2564 กลุ่มโรงเรียนสิงหวัฒน์ อำเภอกงไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 1 จำนวน 11 ห้องเรียน จำนวนนักเรียน 110 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2564 โรงเรียน วัดกกแรต อำเภอกงไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 1 จำนวน 1 ห้องเรียน รวมนักเรียนทั้งหมด 15 คน โดยการสุ่มแบบกลุ่ม (Cluster Sampling)

แหล่งข้อมูล คือ ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของกิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานระหว่างแนวคิดคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริงร่วมกับการเรียนรู้แบบออนไลน์ฯ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 1) กิจกรรมการเรียนรู้และคู่มือการใช้กิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานระหว่างแนวคิดคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริงร่วมกับการเรียนรู้แบบออนไลน์ 2) แบบประเมินความเหมาะสมของกิจกรรมการเรียนรู้และคู่มือการใช้กิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานระหว่างแนวคิดคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริงร่วมกับการเรียนรู้แบบออนไลน์ฯ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย จากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของกิจกรรมการเรียนรู้และคู่มือการใช้กิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานระหว่างแนวคิดคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริงร่วมกับการเรียนรู้แบบออนไลน์ฯ

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยการวิเคราะห์ความเหมาะสมของกิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานระหว่างแนวคิดคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริงร่วมกับการเรียนรู้แบบออนไลน์ฯ ด้วยวิธีการหาค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ขั้นตอนที่ 2 เปรียบเทียบความสามารถในการแก้ปัญหาและการให้เหตุผลทางคณิตศาสตร์โดยใช้กิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานระหว่างแนวคิดคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริงร่วมกับการเรียนรู้แบบออนไลน์

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากร คือ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2564 กลุ่มโรงเรียนสิงหวัฒน์ อำเภอกงไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 1 จำนวน 11 ห้องเรียน จำนวนนักเรียน 110 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2564 โรงเรียนวัดกกแรต อำเภอกงไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 1 จำนวน 1 ห้องเรียน รวมนักเรียนทั้งหมด 15 คน โดยการสุ่มแบบกลุ่ม (Cluster sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 1) กิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานระหว่างแนวคิดคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริงร่วมกับการเรียนรู้แบบออนไลน์ฯ และ 2) แบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้ปัญหาและการให้เหตุผลทางคณิตศาสตร์

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยนำแบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์และแบบทดสอบวัดความสามารถในการให้เหตุผลทางคณิตศาสตร์ฯ ทดสอบก่อนเรียนและทดสอบหลังเรียนจากการใช้กิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานระหว่างแนวคิดคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริงร่วมกับการเรียนรู้แบบออนไลน์ฯ กับนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูล นำผลที่ได้จากการทดสอบระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียนมาเปรียบเทียบความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์และความสามารถในการให้เหตุผลทางคณิตศาสตร์ ฯ โดยใช้สถิติทดสอบทีแบบไม่เป็นอิสระต่อกัน (t-test แบบ dependent)

ขั้นตอนของกิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานระหว่างแนวคิดคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริงร่วมกับการเรียนรู้แบบออนไลน์เพื่อส่งเสริมความสามารถในการแก้ปัญหาและการให้เหตุผลทางคณิตศาสตร์ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5

ขั้นที่ 1 การเชื่อมโยงสถานการณ์ในชีวิตจริงกับโลกคณิตศาสตร์

1. ครูนำเสนอโจทย์ปัญหาที่สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เชื่อมโยงในชีวิตจริง ของนักเรียนผ่านโจทย์ปัญหาโดยนำเสนอผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม Google Meet
2. นักเรียนวิเคราะห์โจทย์ปัญหาในสถานการณ์ชีวิตจริง
3. นักเรียนระบุสิ่งที่โจทย์กำหนดให้และสิ่งที่โจทย์ต้องการทราบ โดยให้นักเรียนอภิปรายและแลกเปลี่ยนแนวคิดร่วมกันระหว่างเพื่อนและครูเกี่ยวกับสถานการณ์ปัญหาในชีวิตจริงที่เกิดขึ้น

ขั้นที่ 2 การออกแบบแนวคิดเชิงคณิตศาสตร์

4. ครูใช้คำถามกระตุ้นเพื่อนำนักเรียนออกแบบแนวคิดเชิงคณิตศาสตร์นำไปสู่การหาคำตอบหรือการแก้ปัญหา โดยอภิปรายและแลกเปลี่ยนร่วมกับเพื่อน
5. ครูให้คำแนะเกี่ยวกับการออกแบบแนวคิดเชิงคณิตศาสตร์
6. นักเรียนนำเสนอแนวคิดเชิงคณิตศาสตร์ที่ได้ออกแบบ

ขั้นที่ 3 การพัฒนาแนวคิดทางคณิตศาสตร์ให้เป็นทางการ

7. ครูและนักเรียนอภิปรายแนวคิดเชิงคณิตศาสตร์ที่นักเรียนนำเสนอผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม Google Meet ตรวจสอบความถูกต้องและความสมเหตุสมผลของกลวิธีที่ใช้ในการสร้างแนวคิดเชิงคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงสถานการณ์ปัญหาในชีวิตจริง

8. นักเรียนปรับปรุงแนวคิดเชิงคณิตศาสตร์ที่สร้างขึ้น จากการอภิปรายการนำเสนอ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัญหาในชีวิตจริงมากที่สุด

9. นักเรียนนำเสนอแนวคิดเชิงคณิตศาสตร์ที่ใช้ในการอธิบายคำตอบของสถานการณ์ปัญหาในชีวิตจริงที่ปรับปรุงแล้ว (เช่น ประโยคสัญลักษณ์ การคิดเป็นภาพ) ผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม Google Meet

ขั้นที่ 4 การสะท้อนคิดสู่ชีวิตจริง

10. นักเรียนนำเสนอคำตอบจากการนำแนวคิดไปใช้แก้ปัญหาสถานการณ์ในชีวิตจริงที่กำหนด ผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม Google Meet

11. ครูและนักเรียนอภิปรายคำตอบที่ได้จากการแก้ปัญหาโดยตรวจสอบความสมเหตุสมผล ความสอดคล้องของแนวคิดเชิงคณิตศาสตร์ของสถานการณ์ในชีวิตจริงที่กำหนด

12. นักเรียนนำข้อสรุปคำตอบจากการอภิปรายและหาคำตอบร่วมกัน ที่ได้มาจากแนวคิดเชิงคณิตศาสตร์ที่นักเรียนออกแบบไปปรับใช้กับสถานการณ์ในชีวิตจริง

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบประเมินความเหมาะสมของกิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานระหว่างแนวคิดคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริงร่วมกับการเรียนรู้แบบออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความสามารถในการแก้ปัญหาและการให้เหตุผลทางคณิตศาสตร์ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 เป็นชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด จำนวน 12 ข้อ แบบประเมินความเหมาะสมของคู่มือการใช้กิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานระหว่างแนวคิดคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริงร่วมกับการเรียนรู้แบบออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความสามารถในการแก้ปัญหาและการให้เหตุผลทางคณิตศาสตร์ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 เป็นชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด จำนวน 21 ข้อ และแบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้ปัญหาและการให้เหตุผลทางคณิตศาสตร์สำหรับชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 จำนวน 1 ฉบับ ซึ่งเป็นแบบทดสอบอัตนัย จำนวน 4 ข้อ 40 คะแนน ข้อละ 10 คะแนน ใช้เวลา 60 นาที

ผลการวิจัย

1. ผลการสร้างและหาประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานระหว่างแนวคิดคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริงร่วมกับการเรียนรู้แบบออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความสามารถในการแก้ปัญหาและการให้เหตุผลทางคณิตศาสตร์ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 ตามเกณฑ์ 80/80

1.1 ผลการประเมินความเหมาะสมของกิจกรรมการเรียนรู้และคู่มือการใช้งานกิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานระหว่างแนวคิดคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริงร่วมกับการเรียนรู้แบบออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความสามารถในการแก้ปัญหาและการให้เหตุผลทางคณิตศาสตร์ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 ของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน พบว่า ความเหมาะสมของกิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานระหว่างแนวคิดคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริงร่วมกับการเรียนรู้แบบออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความสามารถในการแก้ปัญหาและการให้เหตุผลทางคณิตศาสตร์ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 จากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน โดยภาพรวมของกิจกรรมการเรียนรู้มีความเหมาะสมอยู่ในลำดับมากที่สุด ($\overline{X}$ =4.67, SD=0.58) เมื่อพิจารณาเป็นรายขั้นพบว่า ขั้นที่ 1 การเชื่อมโยงสถานการณ์ในชีวิตจริงกับโลกคณิตศาสตร์ ขั้นที่ 2 การออกแบบแนวคิดเชิงคณิตศาสตร์ขั้นที่ 3 การพัฒนาแนวคิดทางคณิตศาสตร์ให้เป็นทางการ ขั้นที่ 4 การสะท้อนคิดสู่ชีวิตจริง เมื่อพิจารณาแล้วพบว่าทุกขั้นมีความเหมะสมเท่ากัน

1.2 ผลการหาประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานระหว่างแนวคิดคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริงร่วมกับการเรียนรู้แบบออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความสามารถในการแก้ปัญหาและการให้เหตุผลทางคณิตศาสตร์ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 9 คน ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการหาประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานระหว่างแนวคิดคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริงร่วมกับการเรียนรู้แบบออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความสามารถในการแก้ปัญหาและการให้เหตุผลทางคณิตศาสตร์ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 9 คน

คะแนนระหว่างเรียน			**คะแนนหลังเรียน**			**ประสิทธิภาพ**
คะแนนเต็ม	**ค่าเฉลี่ย**	E_1	**คะแนนเต็ม**	**ค่าเฉลี่ย**	E_2	E_1/E_2
120	99.44	82.87	40	33.44	83.61	82.87/83.61

จากตารางที่ 2 พบว่า กิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานระหว่างแนวคิดคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริงร่วมกับการเรียนรู้แบบออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความสามารถในการแก้ปัญหาและการให้เหตุผลทางคณิตศาสตร์ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 มีประสิทธิภาพเท่ากับ

82.87/83.61 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ 80/80 แสดงว่าชุดกิจกรรมมีประสิทธิภาพผ่านเกณฑ์สามารถนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างได้

2. ผลการเปรียบเทียบความสามารถในการแก้ปัญหาและการให้เหตุผลทางคณิตศาสตร์ระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียนด้วยกิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานระหว่างแนวคิดคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริงร่วมกับการเรียนรู้แบบออนไลน์ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบความสามารถในการแก้ปัญหาและการให้เหตุผลทางคณิตศาสตร์ระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียนด้วยกิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานระหว่างแนวคิดคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริงร่วมกับการเรียนรู้แบบออนไลน์

การทดสอบ	n	คะแนนเต็ม	$\bar{X}$	SD	SD_D	t	p
ก่อนเรียน	15	40	15.53	2.53	3.46	17.75*	.000
หลังเรียน	15	40	31.40	2.23			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 พบว่า นักเรียนมีความสามารถในการแก้ปัญหาและการให้เหตุผลทางคณิตศาสตร์ของนักเรียนก่อนและหลังเรียนด้วยกิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานระหว่างแนวคิดคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริงร่วมกับการเรียนรู้แบบออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความสามารถในการแก้ปัญหาและการให้เหตุผลทางคณิตศาสตร์ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยค่าเฉลี่ยของคะแนนหลังเรียนของนักเรียน ($\bar{X}$=31.40, SD=2.23) สูงกว่าค่าเฉลี่ยของคะแนนก่อนเรียน ($\bar{X}$=15.53, SD=2.53)

อภิปรายผล

1. จากผลการสร้างและหาประสิทธิภาพของกิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานระหว่างแนวคิดคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริงร่วมกับการเรียนรู้แบบออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความสามารถในการแก้ปัญหาและการให้เหตุผลทางคณิตศาสตร์ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 ผู้วิจัยได้ศึกษาการสร้างแผนการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนคณิตศาสตร์ตามขั้นตอนอย่างเป็นระบบ โดยเริ่มจากการศึกษาการจัดกิจกรรมตามหลักสูตรแกนกลางศึกษาขั้นพื้นฐานพุทธศักราช 2551 (ฉบับปรับปรุง 2560) เน้นให้ผู้เรียนฝึกกระบวนการแก้ปัญหาและการให้เหตุผล โดยใช้แนวคิดการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานร่วมกับแนวคิดของ Allen and Seaman (2005) ที่กล่าวว่า การเรียนแบบผสมผสาน มีสัดส่วนของเนื้อหาที่นำเสนอทางอินเทอร์เน็ตร้อยละ 30-79 และมีการนำเสนอเนื้อหาผ่านอินเทอร์เน็ต มีการใช้กระดาน

สนทนาออนไลน์ร่วมกับการเรียนการสอนในห้องเรียน สวนที่มีสัดส่วนของเนื้อหาที่นำเสนอทางอินเทอร์เน็ตน้อยกว่าร้อยละ 30 นั้น เป็นการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการเรียนการสอน นอกจากนี้ผู้วิจัยยังศึกษาหลักแนวทางในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่เชื่อมโยงคณิตศาสตร์กับชีวิตจริงร่วมกับสถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (2551) ที่กล่าวว่า การเชื่อมโยงทางคณิตศาสตร์เป็นกระบวนการที่ต้องอาศัยการคิดวิเคราะห์ และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการนำความรู้ เนื้อหาสาระและหลักการทางคณิตศาสตร์ มาสร้างความสัมพันธ์อย่างเป็นเหตุเป็นผลระหว่างความรู้และทักษะ/กระบวนการที่มีในเนื้อหาคณิตศาสตร์ กับงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปสู่การแก้ปัญหา และการเรียนรู้แนวคิดใหม่ที่ซับซ้อนหรือสมบูรณ์ขึ้น โดยใช้ปัญหาในชีวิตจริงของผู้เรียน จัดกิจกรรม ใช้สื่อการสอนสถานการณ์ที่หลากหลาย ซึ่งในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ครั้งนี้ ผู้วิจัยปรับใช้แนวทางในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แนวคิดคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริงของ Dickinson et al. (2010) มี 4 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การเชื่อมโยงสถานการณ์ในชีวิตจริงกับโลกคณิตศาสตร์ 2) การออกแบบแนวคิดเชิงคณิตศาสตร์ 3) การพัฒนาแนวคิดทางคณิตศาสตร์ให้เป็นทางการ 4) การสะท้อนคิดสู่ชีวิตจริง อีกทั้งผู้วิจัยได้มีการสร้างกิจกรรมการจัดการเรียนรู้ที่เหมาะสม โดยศึกษาจากหลักสูตรคู่มือครู เทคนิค และวิธีการจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการจัดกิจกรรม โดยเลือกเนื้อหาเรื่อง โจทย์ปัญหาร้อยละ ได้ผ่านการตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รวมทั้งผ่านการประเมินความเหมาะสมและความถูกต้องจากผู้เชี่ยวชาญ และกิจกรรมการเรียนรู้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียน เพราะได้ใช้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์เชื่อมโยงกับชีวิตจริง จากนั้นผู้วิจัยได้ศึกษาการหาประสิทธิภาพของ รัตนะ บัวสนธ์ (2552) ที่กล่าวว่าในการหาประสิทธิภาพมี 2 ครั้ง คือ 1) การทดลองแบบหนึ่งต่อหนึ่ง (1:1) ใช้กับนักเรียน 3 คน โดยจำแนกเป็นสูงกว่าปานกลาง ปานกลาง และต่ำกว่าปานกลาง อย่างละ 1 คน เพื่อตรวจสอบว่ากิจกรรมมีความเหมาะสม ด้านเนื้อหา ด้านภาษา และเวลา รายละเอียดที่มีอยู่ในกิจกรรมการเรียนรู้ พบว่า มีเนื้อหาที่ยากเกินไป และเวลาในการจัดกิจกรรมไม่ทันตามที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยจึงได้นำข้อมูลไปปรับปรุงกิจกรรมให้มีความเหมาะสมตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นนำกิจกรรมมาหาประสิทธิภาพกับกลุ่มทดลองแบบกลุ่มเล็ก ใช้กับนักเรียน 9 คน โดยจำแนกเป็น สูงกว่าปานกลาง ปานกลางและต่ำกว่าปานกลาง อย่างละ 3 คน พบว่า กิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานระหว่างแนวคิดคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริงร่วมกับการเรียนรู้แบบออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความสามารถในการแก้ปัญหาและการให้เหตุผลทางคณิตศาสตร์ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 มีประสิทธิภาพ 82.87/83.61 หมายความว่าคะแนนเฉลี่ยของนักเรียนทั้งหมดจากการทำแบบทดสอบระหว่างเรียนคิดเป็นร้อยละ 82.87 เมื่อทดสอบหลังเรียนด้วยแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน นักเรียนได้คะแนนคิดเป็นร้อยละ 83.61 ซึ่งมีประสิทธิภาพสูงกว่าเกณฑ์ 80/80 เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ มัฑนา ดงปาลี (2557) การจัดกิจกรรมการเรียนรู้คณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริง เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างรูปขาคณิตสอง

มิติและสามมิติระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ผลการวิจัยสรุปได้ว่า หลังจากเรียนด้วยกิจกรรมการเรียนรู้คณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริงนักเรียนมีความคิดรวบยอด เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างรูปเรขาคณิตสองมิติและสามมิติทุกความคิดรวบยอด ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้มากกว่าร้อยละ 80 ของนักเรียนทั้งหมด และมีความสามารถในการประยุกต์ใช้ความรู้ทางคณิตศาสตร์ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้มากกว่าร้อยละ 80 ของนักเรียนทั้งหมดของการประยุกต์ใช้ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เกศินี เพ็ชรรุ่ง (2556) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาชุดกิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวการศึกษาคณิตศาสตร์ที่สอดคล้องกับชีวิตจริงเพื่อส่งเสริมมโนทัศน์และความสามารถในการเชื่อมโยงความรู้ทางคณิตศาสตร์ ตามแนวคิดการศึกษาคณิตศาสตร์ที่สอดคล้องกับชีวิตจริงร่วมกับความสามารถด้านมิติสัมพันธ์มีค่าเฉลี่ยคะแนนทักษะการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์สูงกว่าผู้เรียนที่เรียนรู้แบบปกติอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

2. จากการนำกิจกรรมไปใช้จริงในกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผลการเปรียบเทียบความสามารถในการแก้ปัญหาและการให้เหตุผลทางคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้วิจัยออกกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ตาม Dickinson et al. (2010) แนวคิดคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริงประกอบไปด้วย 4 ขั้นตอน คือ ขั้นที่ 1 การเชื่อมโยงสถานการณ์ในชีวิตจริงกับโลกคณิตศาสตร์ ขั้นที่ 2 การออกแบบแนวคิดเชิงคณิตศาสตร์ ขั้นที่ 3 การพัฒนาแนวคิดทางคณิตศาสตร์ให้เป็นทางการ ขั้นที่ 4 การสะท้อนคิดสู่ชีวิตจริง ซึ่งการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในครั้งนี้ ได้จัดกิจกรรมตามสถานการณ์ในชีวิตจริงของผู้เรียน เป็นโจทย์ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของผู้เรียน ซึ่งจะมีความคุ้นเคยกับโจทย์ปัญหาเพราะใช้โจทย์จากในพื้นที่ ที่ตนเองอาศัยอยู่ โดยจัดการเรียนการสอนแบบผสมผสาน โดยโปรแกรมทางการเรียนรู้ที่ใช้วิธีการผสมผสานระหว่างการเรียนรู้จากสื่อ อิเล็กทรอนิกส์หรือ E-learning กับการสอนในชั้นเรียน ผู้วิจัยได้เลือกจัดกิจกรรมการเรียนการสอนแบบเผชิญหน้าในห้องเรียน และการจัดกิจกรรมแบบออนไลน์โดยใช้ Google Meet เพื่อส่งเสริมให้ผู้เรียนแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ได้ โดยผู้วิจัยได้สร้างกิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสานระหว่างแนวคิดคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริงร่วมกับการเรียนรู้แบบออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความสามารถในการแก้ปัญหาและการให้เหตุผลทางคณิตศาสตร์ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 มี 4 ขั้นตอน ดังนี้ ซึ่งกิจกรรมนี้สามารถช่วยให้นักเรียนเกิดความสามารถในการแก้ปัญหาและการให้เหตุผลทางคณิตศาสตร์ ดังนี้ ขั้นที่ 1 การเชื่อมโยงสถานการณ์ในชีวิตจริงกับโลกคณิตศาสตร์ โดยครูนำเสนอโจทย์ปัญหาที่สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เชื่อมโยงในชีวิตจริงของนักเรียนผ่านโจทย์ปัญหา แล้วนักเรียนวิเคราะห์โจทย์ปัญหาในสถานการณ์ชีวิตจริง ระบุสิ่งที่โจทย์กำหนดให้และสิ่งที่โจทย์ต้องการทราบ โดยให้นักเรียนอภิปรายและแลกเปลี่ยนแนวคิดร่วมกันระหว่างเพื่อนและครูเกี่ยวกับสถานการณ์ปัญหาในชีวิตจริงที่เกิดขึ้น ขั้นที่ 2 การออกแบบแนวคิดเชิงคณิตศาสตร์ โดยครูใช้คำถามกระตุ้นเพื่อนำนักเรียนออกแบบแนวคิดเชิงคณิตศาสตร์นำไปสู่การหาคำตอบ หรือการแก้ปัญหาโดยอภิปรายและแลกเปลี่ยนร่วมกับเพื่อนครูให้คำแนะเกี่ยวกับการออกแบบแนวคิดเชิงคณิตศาสตร์ และ

ให้นักเรียนนำเสนอแนวคิดเชิงคณิตศาสตร์ที่ได้ออกแบบมา ขั้นที่ 3 การพัฒนาแนวคิดทางคณิตศาสตร์ให้เป็นทางการ ครูและนักเรียนอภิปรายแนวคิดเชิงคณิตศาสตร์ที่นักเรียนนำเสนอ ตรวจสอบความถูกต้องและความสมเหตุสมผลของกลวิธีที่ใช้ในการสร้างแนวคิดเชิงคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงสถานการณ์ปัญหาในชีวิตจริง นักเรียนปรับปรุงแนวคิดเชิงคณิตศาสตร์ที่สร้างขึ้น จากการอภิปรายการนำเสนอให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัญหาในชีวิตจริงมากที่สุด ขั้นที่ 4 การสะท้อนคิดสู่ชีวิตจริง นักเรียนนำเสนอคำตอบจากการนำแนวคิดไปใช้แก้ปัญหาสถานการณ์ในชีวิตจริงที่กำหนดให้ ครูและนักเรียนอภิปรายคำตอบที่ได้จากการแก้ปัญหาโดยตรวจสอบความสมเหตุสมผล ความสอดคล้องของแนวคิดเชิงคณิตศาสตร์ของสถานการณ์ในชีวิตจริงที่กำหนดนักเรียนนำข้อสรุปคำตอบจากการอภิปรายและหาคำตอบร่วมกัน ที่ได้มาจากแนวคิดเชิงคณิตศาสตร์ที่นักเรียนออกแบบไปปรับใช้กับสถานการณ์ในชีวิตจริง นักเรียนนำเสนอแนวคิดเชิงคณิตศาสตร์ที่ใช้ในการอธิบายคำตอบของสถานการณ์ปัญหาในชีวิตจริงที่ปรับปรุงแล้ว (เช่น ประโยคสัญลักษณ์ การคิดเป็นภาพ) แล้วนำแนวคิดเชิงคณิตศาสตร์ที่ปรับปรุงแล้วไปใช้แก้ปัญหาสถานการณ์ปัญหาในชีวิตจริง จากข้อความข้างต้น พบว่า การเปรียบเทียบความสามารถในการแก้ปัญหาและการให้เหตุผลทางคณิตศาสตร์ ระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียนด้วยกิจกรรม ค่าเฉลี่ยคะแนนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิติโรจน์ ปัณฑรนนทกะ และคณะ (2563) การพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนตามแนวคิดกระบวนการคิดให้เป็นคณิตศาสตร์และการศึกษาคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริงเพื่อส่งเสริมความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์และความสามารถในการให้เหตุผลทางคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ผลการวิจัย พบว่า รูปแบบการเรียนการสอนที่พัฒนาขึ้น ความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ และความสามารถในการให้เหตุผลทางคณิตศาสตร์หลังเรียนของกลุ่มทดลองสูงกว่ากลุ่มควบคุม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ พบว่า นักเรียนกลุ่มทดลองมีการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมที่สัมพันธ์กับการแก้ปัญหาและการให้เหตุผลทางคณิตศาสตร์ในทิศทางที่ดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มัฑนา ดงปาลี (2557) การจัดกิจกรรมการเรียนรู้คณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริง เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างรูปขาคณิตสองมิติและสามมิติระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ผลการวิจัยสรุปได้ว่า หลังจากเรียนด้วยกิจกรรมการเรียนรู้คณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริงนักเรียนมีความคิดรวบยอด เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างรูปเรขาคณิตสองมิติและสามมิติทุกความคิดรวบยอด ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้มากกว่าร้อยละ 80 ของนักเรียนทั้งหมด และมีความสามารถในการประยุกต์ใช้ความรู้ทางคณิตศาสตร์ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้มากกว่าร้อยละ 80 ของนักเรียนทั้งหมดของการประยุกต์ใช้ ซึ่งสอดคล้องกับ ชนิดา จำปาอ่อน (2562) ได้ศึกษา การจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการศึกษาคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริง เพื่อส่งเสริมความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 พบว่า พัฒนาการของความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 หลังการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการศึกษาคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริง โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี และความพึงพอใจ

ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีต่อการจัดการ เรียนรู้ตามแนวคิดการศึกษาคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริง ด้านการจัดการเรียนรู้ มี 2 ประเด็น คือ นักเรียนได้ร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น อภิปรายและสรุปองค์ความรู้ที่เป็นคำตอบของปัญหาและนักเรียนได้ฝึกหาวิธีการแก้ปัญหา มีการวางแผนและการปฏิบัติจริงในการแก้ปัญหา ซึ่งทั้ง 2 ประเด็นนี้ นักเรียนพึงพอใจในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. จากผลการศึกษา พบว่า ผู้เรียนที่เรียนด้วยกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้แนวคิดคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริง สามารถพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหาและการให้เหตุผลได้ ดังนั้นครูผู้สอนควรเลือกโจทย์ให้เหมาะสมและใกล้เคียงกับสถานการณ์ที่ผู้เรียนได้ใช้ในชีวิตประจำวันมากที่สุด

2. กิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้แนวคิดคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริง เน้นให้นักเรียนได้คิดออกแบบแนวคิดเชิงคณิตศาสตร์ด้วยตัวเอง ครูต้องให้เวลานักเรียนได้คิด ไม่ควรเร่งรีบสรุปคำตอบให้นักเรียน

3. ควรนำแนวคิดคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริงร่วมกับการเรียนรู้แบบออนไลน์ ไปปรับใช้กับผู้เรียนระดับชั้นอื่น เพื่อให้ผู้เรียนได้มีความสามารถในการแก้ปัญหาและการให้เหตุผลทางคณิตศาสตร์ได้ดียิ่งขึ้น

4. ควรพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนตามสถานการณ์ เนื่องจากปัจจุบันมีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ควรวางแผนการจัดการเรียนการสอนให้เหมาะสมกับกับบริบทของผู้เรียนเพื่อพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหาและการให้เหตุผลให้ดีขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาแนวทางการจัดกิจกรรมตามแนวคิดคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริง หรือเทคนิคมาเสริม เพื่อจะนำมาพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหาและการให้เหตุผลทางคณิตศาสตร์

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงศึกษาธิการ. (2560). **ตัวชี้วัดและสาระการเรียนรู้แกนกลาง กลุ่มสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์ (ฉบับปรับปรุงพ.ศ.2560) ตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551**. กรุงเทพฯ: สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.

กิติโรจน์ ปัณฑรนนทกะ วิชัย เสวกงาม และ อัมพร ม้าคนอง. (2563). *การพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนตามแนวคิดกระบวนการคิดให้เป็นคณิตศาสตร์และการศึกษาคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริงเพื่อส่งเสริมความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ และความสามารถใน*

การให้เหตุผลทางคณิตศาสตร์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น. **วารสารครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,** 48(3): 21-40.

เกศินี เพ็ชรรุ่ง. (2556*).* **การพัฒนาชุดกิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวการศึกษาคณิตศาสตร์ที่สอดคล้องกับชีวิตจริงเพื่อส่งเสริมมโนทัศน์และความสามารถในการเชื่อมโยงความรู้ทางคณิตศาสตร์.** วิทยานิพนธ์ ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เจริญ ภูวิจิตร์. (2564) **การจัดการเรียนรู้ทางออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพในยุคดิจิทัล (Efficiency in Online Learning Management of Digital Age).** ค้นเมื่อวันที่ 16 มิถุนายน 2564, จาก http://www.nidtep.go.th/2017/publish/doc/20210827.pdf

ชนิดา จำปาอ่อน. (2562). **การจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการศึกษาคณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริง เพื่อส่งเสริมความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6.** วิทยานิพนธ์ ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.

มัฑนา ดงปาลี. (2557). **การจัดกิจกรรมการเรียนรู้คณิตศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริง เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างรูปขาคณิตสองมิติและสามมิติระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1**. วิทยานิพนธ์ ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

รัตนะ บัวสนธ์. (2552). **วิจัยเชิงคุณภาพการศึกษา.** กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (2551). **ทักษะ/กระบวนการทางคณิตศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.

Allen, I. E. and Seaman, J. (2005). **Growing by Degrees: Online education in the United States, 2005.** The Sloan Consortium. Retrieved on June, 16th, 2021, from http://www.sloanc.org/publications/survey/pdf/growing_by_degrees.pdf

Dickinson, P., Eade, F., Gough, S., & Hough, S. (2010). **Using realistic mathematics education with low to middle attaining pupils in secondary schools. Proceedings of the British Congress for Mathematics Education,** 5(1),3446. Retrieved on June, 20th, 2021, from https://www.researchgate.net/profile/Frank_Eade/publication/266487229_Using_Realistic_Mathematics_Education_with_low_to_middle_attaining_pupils_in_secondary_schools/links/54b7bdb70cf2bd04be33c4e0.pdf

ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ BNK48 ของผู้บริโภคชาวไทย

Integrated Marketing Communications Factors Influencing the Buying Decision of BNK48 Goods of Consumers in Thailand

จิรัญญา อาชวพงศ์พาณิชย์
นิสิต หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต
E-mail: jirunya.a63@rsu.ac.th
สุมาลี สว่าง
อาจารย์ประจำสาขาการตลาดดิจิทัลและนวัตกรรมค้าปลีก คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต
Jirunya Archavapongpanit
Student, Master of Business Administration Program, Faculty of Business Administration, Rangsit University
Sumalee Sawang
Lecturer, Department of Digital Marketing and Innovation Retailing, Faculty of Business Administration, Rangsit University

รับเข้า: *21 มิถุนายน 2565* **แก้ไข:** *29 มิถุนายน 2565* **ตอบรับ:** *16 กรกฎาคม 2565*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ BNK48 ของผู้บริโภคชาวไทยที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน 2) ศึกษาปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ BNK48 ของผู้บริโภคชาวไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคชาวไทยที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ BNK48 จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์สมการทดถอยพหุ

ผลการวิจัย พบว่า 1) ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อสินค้า BNK48 แตกต่างกัน 2) ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ BNK48 มากที่สุด คือ ด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ รองลงมา คือ ด้านการขายโดยใช้พนักงาน น้อยที่สุดคือ ด้านการส่งเสริมการขาย

คำสำคัญ: การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ การตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์ BNK48

Abstract

The objectives of this research were to 1) comparison the purchasing decisions of BNK48 goods classified by demographic factors of Thai consumers and 2) study the integrated marketing communication that influences the purchase decisions of BNK48 goods by Thai consumers. The questionnaire was used as a tool to collect data from 400 Thai consumers who had previously purchased BNK48 products. The descriptive statistical data consisted of percentage, average, standard deviation, t-test, One-way ANOVA, and Multiple Regression Analysis.

The research results were as follows: 1) The consumers with differences in demographic factors such as age, occupation, income, and education had differences in their purchase decisions of BNK48 goods. 2) The integrated marketing communication factors that most affected the decision to purchase BNK48 goods were publicity and public relations, followed by personal selling and the least sales promotion, respectively.

Keywords: integrated marketing communications, buying decision, BNK48 goods

บทนำ

ปัจจุบันมีศิลปินหน้าใหม่มากมาย ทั้งต่างประเทศและประเทศไทย โดยมีศิลปินในแนวเพลงที่แตกต่างกันออกมาสู่ตลาดการแข่งขันของอุตสาหกรรมเพลง อีกทั้งความเจริญก้าวหน้าทางด้านการสื่อสารที่ดูเหมือนไร้ขีดจำกัดส่งผลทำให้สภาพสังคมในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้อุตสาหกรรมเพลงต้องกำลังเผชิญกับความท้าทายอย่างหนักกับการพัฒนาของเทคโนโลยีเช่นเดียวกัน ส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคในอุตสาหกรรมเพลงเปลี่ยนแปลงไป อำนาจในการกำหนดทิศทางของธุรกิจในอุตสาหกรรมเพลงเป็นของผู้บริโภค ค่ายเพลงต้องมีการปรับรูปแบบ เนื้อหาของเพลง และกลวิธีในการนำเสนอเพลง รวมไปถึงการผลิตผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับศิลปินที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของกลุ่มศิลปินซึ่งนอกจากการพัฒนาคุณผลงานเพลง และศิลปินแล้ว การสื่อสารทางการตลาดถือเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้อย่างสะดวกสบายมากขึ้น และก่อให้เกิดความจงรักภักดีอย่างยั่นยืนอีกด้วย (ธันย์ชนก นิพพานนท์, 2562)

ธุรกิจบันเทิงจัดเป็นธุรกิจที่สำคัญและมีมูลค่าสูงในขณะเดียวกันรายงานคาดว่า รายได้รวมของอุตสาหกรรมในปี พ.ศ. 2564 จะอยู่ที่ 505,822 ล้านบาท หรือเติบโต 4% จากปีก่อน ซึ่งถือเป็นการฟื้นตัวหลังการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ได้ส่งผลให้การเติบโตในปี พ.ศ. 2564 ปรับตัวลดลงถึง 6% อยู่ที่ 484,593 ล้านบาท อุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงไทยในปี พ.ศ. 2564 ยังคงได้รับผลกระทบอย่างต่อเนื่องจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 แต่ในขณะเดียวกัน ก็มีธุรกิจในหลายส่วน

ตลาดที่ได้รับประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคไปสู่แพลตฟอร์มที่เป็นดิจิทัลมากขึ้น รวมถึงสัญญาณของการฟื้นตัว ในบางส่วนตลาดที่การเติบโตที่ลดลงในปีก่อนหน้า ทำให้สามารถคาดการณ์ได้ว่าการเติบโตเฉลี่ยจากนี้ไปในอีก 5 ข้างปีหน้าจะอยู่ที่ราว 4-5% ต่อปี โดยมีทำการสำรวจข้อมูลด้านรายได้และคาดการณ์ทิศทางการเติบโตของ 14 กลุ่มอุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงใน 53 ประเทศและอาณาเขตทั่วโลกคาดว่า ประเภทของสื่อและบันเทิงของไทยที่จะมีอัตราการเติบโตสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ธุรกิจภาพยนตร์ (เติบโต 47% จากปีก่อนมาที่ 7,823 ล้านบาท) ธุรกิจเพลง วิทยุ และพอดคาสต์ (เติบโต 27% จากปีก่อนมาที่ 11,856 ล้านบาท) และธุรกิจสื่อโฆษณานอกบ้าน (เติบโต 24% จากปีก่อนมาที่ 4,987 ล้านบาท) (ธิตินันท์ แว่นแก้ว, 2564)

BNK48 เปิดตัวอย่างเป็นทางการในประเทศไทยเมื่อวันที่ 2 มิถุนายน พ.ศ. 2560 ด้วยสมาชิก 30 คน ออกเพลงแรกคือ อยากจะได้พบเธอ วันที่ 8 สิงหาคม พ.ศ. 2560 ชื่อของวงนั้นตั้งตามชื่อย่อของบางกอก (Bangkok) หรือกรุงเทพมหานคร เมืองหลวงของประเทศไทย มีสีประจำวงเป็นสีม่วงอ่อนของดอกกล้วยไม้เป็นกลุ่มไอดอลหญิงที่อยู่ภายใต้แนวคิด “ไอดอลที่คุณสามารถพบได้” ก่อตั้งโดยบริษัท อินดิเพนเด้นท์ อาร์ทิสท์ เมเนจเม้นท์ จำกัด หรือ ‘iAM’ กลายเป็นกระแสในประเทศไทยจากเพลง คุกกี้เสี่ยงทาย ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ซึ่งหลังจาก BNK48 มีการ Debut เกิดขึ้นภายใน 1 ชั่วโมงมีแฟนคลับเข้าติดตามในเพจ Facebook ของ BNK48 มากถึง 18,000 คน และยังมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่วน Music video เพลงคุกกี้เสี่ยงทาย มียอดเข้าชมถึง 1 ล้านภายในระยะเวลา 1 เดือน และมีการเพิ่มขึ้นถึงวันละ 1 ล้านยอดเข้าชม ซึ่งถือเป็นการประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากในวงกว้าง เนื่องจากทำให้กลายเป็นที่รู้จักที่ไม่ว่าใคร ๆ ก็รู้จักเพลงคุกกี้เสี่ยงทาย แต่กว่าจะมาถึงวันที่ประสบความสำเร็จได้สมาชิกใน BNK48 เองก็จะต้องพิสูจน์ถึงความสามารถต่าง ๆ อีกด้วย (“สถิติความสำเร็จ BNK48”, 2561)

จะเห็นได้ว่า BNK48 นับเป็น Business Model ที่น่าสนใจเป็นอย่างมาก เพราะถือว่าใหม่สำหรับวงการเพลง เพราะใน BNK48 ไม่ใช่เป็นการขายศิลปิน แต่เป็นการขาย Brand เนื่องจากมีการเปลี่ยนตัวศิลปินได้อยู่อย่างเสมอ หากคนที่เคยเป็นสมาชิกของวงมีความนิยมที่ลดลงก็จะถูกเปลี่ยนตำแหน่งหรือมีการประกาศจบการศึกษาออกไปได้แต่ Brand BNK48 ยังคงอยู่และสามารถขายได้ต่อเพราะรุ่นต่อ ๆ ไปยังคงเข้ามาเป็นสมาชิกได้ต่อ และแฟนคลับก็พร้อมจะสนับสนุนต่อไป การสนับสนุนของแฟนคลับคือการสนับสนุนสินค้าของบริษัทที่ผลิตออกมาจำหน่าย โดยเฉพาะสินค้าที่มีการผลิตออกมาจำหน่ายจะมีมาคู่กับกิจกรรมเพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับแฟนคลับด้วย โดยสินค้าที่มาคู่กับกิจกรรมที่สร้างกระแสไปทั่วประเทศไทยนั่นคือ การซื้อ CD ที่มาพร้อมกับบัตรจับมือสมาชิก BNK48 โดย CD 1 แผ่นจะมีบัตรจับมือ 1 ใบ ใน 1 ใบจะสามารถจับมือได้ 1 คน 8 วินาทีเท่านั้น ทำให้เมื่อแฟนคลับต้องการจับมือกับสมาชิกเกิน 1 คนจะต้องซื้อแผ่น CD เกิน 1 แผ่น ทำให้ยอดการขาย CD ของ BNK48 ชุดแรกมากถึง 30,000 แผ่น ซึ่งสวนทางกับยุคปัจจุบันที่ศิลปินค่ายอื่น ๆ ไม่สามารถขายแผ่น CD ได้อีกแล้ว ทั้งยังมี Photobook ออกมาขาย ซึ่งได้รับความนิยมจากกลุ่มแฟนคลับ จึงเป็นการการันตีความนิยมของ BNK48 ที่ทำให้ทางบริษัทที่ถือลิขสิทธิ์มั่นใจและได้ผลิตบัตร Founder Member

สำหรับแฟนคลับผู้คลั่งไคล้ที่ต้องการสิทธิพิเศษเหนือคนอื่น ๆ เนื่องจากบัตรนี้ผลิตขึ้นเพียงแค่ 1,000 ใบ เท่านั้น ราคาบัตรอยู่ที่ 20,000 บาทต่อ 1 ใบ ด้วยราคาที่สูงจึงมีสิ่งของตอบแทนจากทางบริษัท คือ สายคล้องคอ เสื้อโปโลสีดำ รูปของสมาชิก หรือเมมเบอร์ BNK48 พร้อมลายเซ็น เข็มกลัด บัตรถ่ายรูปคู่กับสมาชิก หรือเมมเบอร์สามารถเลือกได้ 1 คน และบัตรเข้าชม Theater 50 ที่นั่งในระยะเวลา 3 ปี มูลค่าที่นั่งละ 400 บาท ซึ่งเมื่อเทียบกับสิ่งของที่จะได้ทำให้แฟนคลับเห็นว่ามีความคุ้มค่าที่จะยอมจ่ายเงิน 20,000 บาท (ภัณฑิรา สมประเสริฐสุข, 2562)

ซึ่งบริษัท อินดิเพนเด้นท์ อาร์ทิสท์ เมเนจเม้นท์ จำกัด หรือ ‘iAM’ ต้นสังกัดผู้ดูแลศิลปินหญิงวง BNK48 ซึ่งทำหน้าที่ในการดูแล บริหาร ศิลปิน นักร้อง นักแสดง ทุกประเภท และประกอบธุรกิจผลิตภาพยนตร์ ละคร รายการทีวีทุกรูปแบบ โดยมุ่งเน้นจุดขายธุรกิจ Idol management ซึ่งมีรายได้จากกระแสนิยมของ BNK48 ถึงการเป็นวงไอดอลหญิงอันดับ 1 ของประเทศไทย ช่องทางรายได้ของวง BNK48 มาจาก 3 ช่องทาง คือ (1) การขายสินค้า (2) บัตรเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ และ (3) การเป็นตัวแทนขายสินค้าต่าง ๆ โดยในปี พ.ศ. 2564 พบว่า BNK48 มีรายได้จากการสั่งซื้อล่วงหน้าของสินค้าออนไลน์ 107,361,504 บาท เพื่อเป็นการเพิ่มยอดขายให้สูงขึ้นทางบริษัทจึงต้องมีมุ่งเน้นการทำการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ และนำเครื่องมือสื่อสารการตลาดมาประยุกต์ใช้กับกลุ่มเป้าหมายให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด การเข้ามาทำตลาดศิลปินในไทยนั้นมีการแข่งขันมากมาย ดังนั้นบริษัท อินดิเพนเด้นท์ อาร์ทิสท์ เมเนจเม้นท์ จำกัด หรือ ‘iAM’ ต้นสังกัดดูแลศิลปินหญิงวง BNK48 จึงต้องคิดแผนการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อทำให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ จดจำ และเกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ BNK48 เพื่อนำมาแข่งขันกับคู่แข่งขันโดยผลิตภัณฑ์ที่มีการจัดจำหน่ายขายไว้ในช่องทางเฉพาะของบริษัทจะเป็นสินค้าที่ไม่สามารถหาซื้อได้ทั่วไปในตลาด ดังเช่นของศิลปินวงอื่น ๆ ส่งผลให้เกิดความรู้สึกมีค่าเมื่อได้ครอบครองสินค้าเหล่านั้น และโดยส่วนมากแล้วสินค้าจะถูกจำหน่ายในจำนวนจำกัด และไม่มีการผลิตซ้ำ นอกจากนี้สินค้าแต่ละชิ้นที่ออกขายพร้อมกันมักมีหลายรูปแบบ และจะเป็นลักษณะของการสุ่มได้ เพราะฉะนั้นจึงเป็นการยากยิ่งขึ้นที่จะสะสมสินค้าในรุ่นนั้น ๆ ให้ครบทุกรูปแบบ ซึ่งเป็นผลมาจากการใช้การสื่อสารทางการตลาดมาบูรณาการให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของ BNK48 (บริษัท อินดิเพนเด้นท์ อาร์ทิสท์ เมเนจเม้นท์ จำกัด, 2564)

ดังนั้น จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงศึกษาปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ BNK48 ของผู้บริโภคชาวไทย เพื่อได้ทราบถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ BNK48 ของผู้บริโภค และนำมาต่อยอดออกแบบกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่เกิดมาจาก ด้านการโฆษณา ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านการขายโดยพนักงาน และด้านการตลาดทางตรงที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดยอดขายและกำไรที่สูงสุด และส่งเสริมภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ BNK48 ในกลุ่มผู้บริโภคชาวไทยให้เป็นที่ได้รับความนิยมมากขึ้น เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมบันเทิงของไทยได้อีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ BNK48 ของผู้บริโภคชาวไทยที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน

2. เพื่อศึกษาปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ BNK48 ของผู้บริโภคชาวไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ผู้บริโภคชาวไทยที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ต่างกันมีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ BNK48 ต่างกัน

2. ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการด้านการโฆษณา ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านการขายโดยพนักงาน ด้านการตลาดทางตรงมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ BNK48 ของผู้บริโภคชาวไทย

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

กาวิจัยเรื่องปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ BNK48 ของผู้บริโภคชาวไทย เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีวิจัยแบบสำรวจ และเก็บข้อมูลแบบสอบถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดวิธีวิจัยการดำเนินการวิจัยตามหัวข้อดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

เนื่องจากงานวิจัยฉบับนี้ไม่ทราบขนาดประชากรแน่ชัด ผู้วิจัยจึงกำหนดวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยคำนวณขนาดตัวอย่างจากผู้บริโภคชาวไทยที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ BNK48 โดยใช้สูตรของ Cochran (1977) มีจำนวน 385 คน ต้องการเก็บเพิ่มอีกจำนวน 15 คน หรือร้อยละ 4 เพื่อสำรองข้อมูลมาใช้ในการวิเคราะห์ดังนั้น ในงานวิจัยครั้งนี้จะใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเท่ากับ 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) มาเป็นเครื่องมือในการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็นจำนวน 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ลักษณะคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือกตอบจำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ BNK48 ลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิด (Close-Ended Question) โดยใช้ระดับการวัดแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) เกณฑ์การให้คะแนนแบบ Likert Scale 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ BNK48 ลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิด (Close Ended Question) โดยใช้ระดับการวัดแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) เกณฑ์การให้คะแนนแบบ Likert Scale 5 ระดับ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity)

ผู้วิจัยได้นำต้นร่างแบบสอบถามนำส่งอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบเนื้อหาและภาษาที่ใช้ในแบบสอบถามว่าสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การศึกษาตลอดจนเป็นการ ใช้ภาษาสื่อสารได้อย่างชัดเจนหรือไม่เพื่อจะได้นำคำแนะนำต่าง ๆ มาปรับปรุงแบบสอบถามให้เหมาะสมยิ่งขึ้น

2. การทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability)

เมื่อได้ปรับปรุงข้อคำถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์การศึกษาและมีภาษาที่สื่อสารได้ถูกต้องครอบถ้วนเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยแล้ว ผู้ทำวิจัยได้ดำเนินการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยการนำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นทำการทดลองกับกลุ่มตัวอย่าง

ภายนอกกลุ่มที่กำหนดเป็นขอบเขตการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 40 ชุด (Try Out) เพื่อนำมาใช้ในการคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbachs' Alpha Coefficient) ซึ่งจะใช้การคำนวณโดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคทั้งฉบับเท่ากับ 0.86 ซึ่งมากกว่า 0.70 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ จึงสามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างเพื่อศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ BNK48 ของผู้บริโภคชาวไทย ต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ จากแหล่งข้อมูล 2 แหล่ง คือ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data)

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) คือ การเก็บรวบรวมข้อมูลที่ยังไม่มีการเผยแพร่ด้วยตนเอง ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลจากตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถามเป็นในการรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคชาวไทยที่ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ BNK48 จำนวน 400 ชุด โดยมีคำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม และทำการแจกแบบสอบถามทางออนไลน์

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) คือ การรวบรวมโดยผู้วิจัยทำการค้นคว้าข้อมูลที่สอดคล้องเหมาะสมกับเนื้อหาและบริบทของงานวิจัย และสามารถอ้างอิงได้จากแหล่งต่าง ๆ ได้แก่ หนังสือ วารสาร บทความ วิทยานิพนธ์ รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตเพื่อนำมาใช้ในการสร้างเป็นกรอบแนวความคิด ทบทวนวรรณกรรมและสร้างเครื่องมือวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งออกเป็น การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ดังนี้

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง โดยนำเสนอเป็นตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) เพื่อใช้อธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1.1 ข้อมูลปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ เพศ (Nominal Scale) อายุ (Ordinal Scale) สถานภาพ (Nominal Scale) ระดับการศึกษาสูงสุด (Ordinal Scale) อาชีพ (Nominal Scale) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (Ordinal Scale)

1.2 ปัจจัยส่วนประสมการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ประกอบด้วย การโฆษณา (Advertising) การขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling) การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) การตลาดทางตรง (Direct Marketing)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้วยสถิติต่าง ๆ ดังนี้

2.1 สถิติทดสอบที (t-test) ทดสอบความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระจากกัน (Independent Samples t-test)

2.2 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ทดสอบความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงทำการทดสอบรายคู่โดยใช้วิธี LSD เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง

2.3 การทดสอบการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis: MRA) ใช้สำหรับการทดสอบสมมติฐาน เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาและการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ BNK48 ของผู้บริโภคชาวไทย

ผลการวิจัย

1. ปัจจัยประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ BNK48 ของผู้บริโภคชาวไทย แตกต่างกัน

ตารางที่ 1 ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ BNK48 ของผู้บริโภคชาวไทยที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน

ปัจจัยประชากรศาสตร์	การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ BNK48 ของผู้บริโภคชาวไทย		
	สถิติที่ใช้วิเคราะห์	ค่าสถิติ	ค่านัยสำคัญ
เพศ	t-Test	-1.282	.204
อายุ	F-Test	7.562*	.000
อาชีพ	F-Test	7.915*	.000
ระดับการศึกษา	F-Test	3.849*	.004
รายได้ต่อเดือน	F-Test	5.810*	.000
สถานภาพสมรส	F-Test	-0.515	.393

***** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้บริโภคชาวไทยที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนต่างกันมีการตัดสินใจซื้อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในขณะที่ผู้บริโภคที่มีเพศ และสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อไม่แตกต่างกัน

2. ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ BNK48 ของผู้บริโภคชาวไทย

ตารางที่ 2 ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ BNK48 ของผู้บริโภคชาวไทย

ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ BNK48 ของผู้บริโภคชาวไทย		
	สถิติที่ใช้วิจัย	ค่าสถิติ	ค่านัยสำคัญ
ด้านการโฆษณา	MRA	1.536	.125
ด้านการขายโดยพนักงาน	MRA	4.105*	.000
ด้านการส่งเสริมการขาย	MRA	2.592*	.010
ด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์	MRA	7.398*	.000
ด้านการตลาดทางตรง	MRA	3.153*	.002

***** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ BNK48 คือ ด้านการขายโดยพนักงาน ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ และด้านการตลาดทางตรง ในขณะที่ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ด้านการโฆษณาไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ BNK48

อภิปรายผล

1. ผู้บริโภคชาวไทยที่มีปัจจัยประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ BNK48 แตกต่างกัน ซึ่งจากการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ BNK48 ของผู้บริโภคชาวไทย พบว่า มีปัจจัยอิสระด้านประชากรศาสตร์จำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า BNK48 ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสามารถอภิปรายผลในแต่ละปัจจัยได้ดังนี้

1.1 อายุที่ต่างกันมีการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า BNK48 ที่แตกต่างกัน ซึ่งอาจเป็นผลมาจากกลุ่มแฟนคลับของ BNK48 ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มวัยรุ่นที่มีการติดตามและให้การสนับสนุนทั้งในด้านของผลงานและการซื้อสินค้า ทำให้พบว่าในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า BNK48 นั้นกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี จะให้ความสนใจและมีการตัดสินใจซื้อที่สูงกว่ากลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุ 30 ปีขึ้นไป ซึ่งสอดคล้อง

กับงานวิจัยของ ภัคจิรา ปิติผล (2556) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลีนิคกันยากายภาพบำบัดของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ได้แก่ อายุ มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลีนิคกันยากายภาพบำบัดของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยมาภรณ์ คุ้มทรัพย์ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางสกินฟู้ดของประเทศเกาหลี ผลการศึกษา พบว่า อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับรายได้ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางสกินฟู้ด ที่แตกต่างกัน

1.2 อาชีพที่ต่างกันมีการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า BNK48 ที่แตกต่างกัน ซึ่งอาจเป็นผลมาจากกลุ่มแฟนคลับของ BNK48 จะเป็นผู้บริโภคที่มีอาชีพเป็นนักเรียน นักศึกษา ซึ่งอาชีพของผู้บริโภคอาจนำไปสู่ความต้องการของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่แตกต่างกัน ทั้งนี้สินค้าของ BNK48 ส่วนใหญ่จะมีลักษณะเป็นของที่ระลึกของสะสม ได้แก่ เข็มกลัด อัลบั้มภาพถ่าย แผ่นเสียง และโปสเตอร์ เป็นต้น ทำให้การตัดสินใจซื้อสินค้านั้น กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มนักเรียน นักศึกษาจะให้ความสนใจซื้อมากกว่ากลุ่มผู้บริโภคที่มีอาชีพข้าราชการและพนักงานบริษัท ดังนั้นผู้ที่มีอาชีพต่างกันย่อมมีความสามารถในการตัดสินใจได้แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัครพงศ์ ทรัพย์สัณฐิติกุล (2558) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจถ่ายภาพแต่งงาน ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยลักษณะทางประชากรด้านอาชีพ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจถ่ายภาพแต่งงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

1.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า BNK48 ที่แตกต่างกัน โดยผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษา ระดับตอนปลาย/ปวช. ระดับอนุปริญญา/ปวส. และระดับการศึกษาปริญญาตรีมีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ BNK48 สูงกว่าผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ซึ่งอาจเป็นผลมาจากการศึกษาของผู้บริโภคเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้า โดยผู้บริโภคที่มีการศึกษาแต่ละระดับจะมีความต้องการที่แตกต่างกัน ผู้บริโภคที่มีการศึกษาสูงย่อมต้องการชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี ต้องการสินค้าที่จะมาตอบสนองให้ชีวิตดีขึ้น จะสนใจถึงตัวเองมากขึ้นและจะสร้างความสุขให้กับชีวิตของตัวเอง โดยแสวงหาสินค้าที่จะมาตอบสนองความต้องการของตน จึงทำให้ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีผลทำให้มีการตัดสินใจที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัคจิรา ปิติผล (2556) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลีนิคกันยากายภาพบำบัดของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ได้แก่ ระดับการศึกษามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลีนิคกันยากายภาพบำบัดของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน

1.4 รายได้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า BNK48 ที่แตกต่างกัน โดยผู้บริโภคที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท และผู้บริโภคที่มีรายได้ 40,001-มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป

มีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ BNK48 ต่ำกว่าผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะมีอายุไม่เกิน 20 ปี แต่ผู้บริโภคกลุ่มนี้มีความพร้อมที่จะใช้จ่ายเพื่อสนับสนุนศิลปินที่ตนเองชื่นชอบมากกว่าผู้บริโภคที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท และผู้บริโภคที่มีรายได้ 40,001-มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป จึงเป็นเหตุให้นำมาซึ่งการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ BNK48 ที่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อณิษฐา ผลประเสริฐ (2558) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามด้านผิวพรรณของผู้บริโภค ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามด้านผิวพรรณของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน

2. ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ BNK48 ของผู้บริโภคชาวไทย จากผลการวิจัยพบว่า ด้านการขายโดยใช้พนักงาน ด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ ด้านการตลาดทางตรง และด้านการส่งเสริมการขายส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ BNK48 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้วิจัยทำการอภิปรายผลตามลำดับอิทธิพลของตัวแปรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ BNK48 จากมากไปน้อยดังนี้

2.1 ด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ BNK48 ทั้งนี้อาจเพราะว่าการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์เป็นการติดต่อสื่อสารขององค์การกับกลุ่มต่าง ๆ ทำให้เมื่อมีการแสดงโดยเดินทางไปตามที่ต่าง ๆ (Roadshow) และมีการจัดขายผลิตภัณฑ์ที่จุดแสดงหรือมีการจัดงานเปิดตัวเพลงใหม่พร้อมผลิตภัณฑ์ใหม่นั้นทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสในการใกล้ชิดศิลปินมากขึ้นเกิดความประทับใจและทำให้เกิดความสนใจสินค้ามากขึ้นทำให้มีการตัดสินใจซื้อที่มากขึ้นตามมา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัญญาวีร์ อินทร์สันต์ และ บุษกรณ์ ลีเจ้ยวะระ (2563) ทำการศึกษาการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ และการสื่อสารการตลาดแบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตจังหวัดกาฬสินธุ์ ผลการวิจัย พบว่า การสื่อสารการตลาดด้วยการประชาสัมพันธ์มีผลกระทบเชิงบวกกับการตัดสินใจซื้อสินค้าและการสนับสนุนร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยมาภรณ์ คุ้มทรัพย์ (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางสกินฟู้ดของประเทศเกาหลี ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางสกินฟู้ด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.2 ด้านการขายโดยใช้พนักงานส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ BNK48 ทั้งนี้อาจเพราะว่าการขายโดยใช้พนักงานขายเป็นความสามารถกระตุ้นความสนใจของผู้บริโภค ทำให้เกิดการทดลองใช้หรือการซื้อได้ เนื่องจากเป็นรูปแบบการติดต่อสื่อสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับข่าวสารโดยตรง

อาจเรียกว่าเป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล ผู้ส่งข่าวสารจะสามารถรับรู้และประเมินผลจากผู้รับข่าวสารได้ทันที พนักงานขายจึงสามารถทำการปรับเปลี่ยนรูปแบบการสื่อสารให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคจากการสื่อสาร สังเกตผู้บริโภคจนเกิดเป็นการจูงใจและตัดสินใจซื้อได้ในที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรญา วิทูวินิต (2563) ทำการศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าฮาลาลในมุมมองของผู้บริโภค Generation ต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า การขายโดยบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าฮาลาล โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ้งรัศมี อึ้งรังสี (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า การเปิดรับการสื่อสารการตลาดด้านการขายโดยบุคคลส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.3 ด้านการตลาดทางตรงส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ BNK48 ทั้งนี้อาจเพราะว่าการตลาดทางตรงเป็นการติดต่อสื่อสารของบริษัทไปยังลูกค้ากลุ่มเป้าหมายโดยตรงเพื่อให้ได้รับการตอบสนองหรือการซื้อสินค้า เมื่อผู้บริโภคได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ BNK48 ผ่าน Inbox Facebook, Line, SMS และ E-mail ทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสเข้าถึงสินค้า ได้รับข้อมูลอย่างต่อเนื่องและถูกต้องล้วนก่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าที่มากขึ้นได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของของ วรญา วิทูวินิต (2563) ทำการศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าฮาลาลในมุมมองของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า การตลาดทางตรงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าฮาลาลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรสุธี เหล่าปาสี (2557) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) จังหวัดกาญจนบุรี ผลการศึกษา พบว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการด้านการตลาดทางตรงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อในระดับปานกลาง

2.4 ด้านการส่งเสริมการขายส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ BNK48 เป็นอันดับที่สี่ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เป็นเด็กรุ่นใหม่ในยุคปัจจุบันมีความชื่นชอบและอยากใกล้ชิดกับศิลปินในดวงใจ การแจกลายเซ็นต์ของศิลปินจากการสั่งซื้อสินค้าต่าง ๆ รวมถึงได้รับสิทธิ์จับมือกับศิลปินต่าง ๆ (Group Hi touch) เมื่อซื้อผลิตภัณฑ์ BNK48 ครบตามจำนวนที่กำหนดจะสามารถกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้การลดราคาพิเศษในช่วงเทศกาล เช่น โปรโมชันวันที่ 11 เดือน 11 (11.11) หรือการจัดถุงสุ่มช่วงปีใหม่ เป็นเครื่องมือที่จูงใจที่มีคุณค่าพิเศษช่วยกระตุ้นการซื้อผู้บริโภคได้เช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอัครพงศ์ ทรัพย์สัณฐิติกุล (2558) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจถ่ายภาพแต่งงาน

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการด้านรูปแบบการส่งเสริมการขายส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจถ่ายภาพแต่งงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

1.1 ด้านอายุ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการเพิ่มช่องทางการให้ข้อมูลที่หลากหลายที่มีความสอดคล้องกับผู้บริโภคทุกกลุ่ม ทุกช่วงอายุ โดยเฉพาะกลุ่มอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มที่ให้ความสนใจและมีการตัดสินใจซื้อมากที่สุดเพื่อเป็นการส่งเสริมการตัดสินใจแก่ผู้บริโภค

1.2 ด้านอาชีพ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดสินค้าให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เป็นนักเรียนนักศึกษา

1.3 ด้านระดับการศึกษา ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับสื่อประชาสัมพันธ์และการให้ข้อมูลที่เพียงพอ เพื่อให้ผู้บริโภคทุกระดับการศึกษาสามารถเข้าถึงและมีความเข้าใจในข้อมูลเกิดการตัดสินใจได้เท่าเทียมกันโดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

1.4 ด้านรายได้ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการรูปแบบสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์แต่มีความหลากหลาย เป็นสินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและความสอดคล้องกับผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

2. ข้อเสนอแนะปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยการรับรู้การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ BNK48 ประกอบด้วย ด้านการขายโดยใช้พนักงาน ด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ ด้านการตลาดทางตรง และด้านการส่งเสริมการขาย ซึ่งผู้วิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะตามลำดับความสำคัญของตัวแปรที่ส่งผลจากมากไปน้อยดังนี้

2.1 ด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับมีการจัดการแสดงโดยเดินทางไปตามที่ต่าง ๆ (Roadshow) และมีการจัดขายผลิตภัณฑ์ที่จุดแสดงเพื่อการเข้าถึงผู้บริโภคที่มากขึ้นเนื่องจากเป็นรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด ในขณะเดียวกันควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์เชิงประจักษ์ที่ผู้บริโภคสามารถรับรู้และสัมผัสได้ รวมถึงมีการประชาสัมพันธ์ผ่านการถ่ายทอดสด (Digital Live Studio) ทาง Facebook และ YouTube เพื่อเป็นทางเลือกให้ผู้บริโภคได้มีโอกาสเข้าถึงข้อมูลผ่านสื่อโซเชียลมิเดียที่มีความสะดวกสามารถเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลาเนื่องจากเป็นรูปแบบการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก อีกทั้งให้ความสำคัญกับการจัดงานเปิดตัวเพลงใหม่พร้อมผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อสร้างความสนใจและจูงใจผู้บริโภคให้มากยิ่งขึ้น

2.2 ด้านการขายโดยใช้พนักงาน ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการจัดอบรมพนักงานของ BNK48 ให้มีความพร้อมในการบริการรับฟังปัญหาด้วยความเอาใจใส่ในแต่ละรายอย่างเท่าเทียม เป็นผู้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ BNK48 ที่ถูกต้องเพื่อสามารถตอบคำถามลูกค้าเกี่ยวกับโปรโมชันและข้อสงสัยอื่น ๆ ได้ อีกทั้งมุ่งเน้นให้พนักงานมีความชำนาญในการให้บริการโดยการฝึกอบรมพัฒนาทักษะการให้บริการแก่พนักงาน รวมถึงการปลูกฝังให้พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ เพื่อสร้างความประทับใจและความพึงพอใจต่อลูกค้าให้มากยิ่งขึ้น

2.3 ด้านการตลาดทางตรง ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการติดต่อสื่อสารของบริษัทไปยังลูกค้ากลุ่มเป้าหมายโดยตรง โดยการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ BNK48 ผ่าน Inbox Facebook มากที่สุดเนื่องจาก Facebook, Line และ E-mail เป็นช่องทางการสื่อสารสำคัญเพื่อให้ได้รับการตอบสนองหรือการซื้อสินค้า เนื่องจากเป็นช่องทางการสื่อสารที่กลุ่มผู้บริโภครับรู้และมีการตอบสนองในระดับมาก

2.4 ด้านการส่งเสริมการขาย ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายโดยการส่งเสริมการขายที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด คือ การให้ของแถม การได้รับสิทธิ์จับมือกับศิลปินต่าง ๆ (Group Hi-touch) เมื่อซื้อผลิตภัณฑ์ BNK48 ครบตามจำนวนที่กำหนด เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก เพื่อเป็นการจูงใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจมากยิ่งขึ้น รวมถึงการมุ่งเน้นกิจกรรมการส่งเสริมการขายที่มุ่งเน้นใหมีการลุ้นรับลายเซ็นจากการสั่งซื้อสินค้าต่าง ๆ เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจให้บริโภคมีการตัดสินใจซื้อสินค้าที่มากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ที่อาจจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ BNK48 ของผู้บริโภค เช่น ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยด้านสถานการณ์ ความภักดีของผู้บริโภค ความพึงพอใจของผู้บริโภค เป็นต้น โดยการศึกษาประเด็นดังกล่าวจะได้เข้าใจถึงการรับรู้และความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการเพื่อความสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น

2. ควรศึกษาปัจจัยภายใน เช่น แรงจูงใจ ทัศนคติ การรับรู้เกี่ยวกับสินค้า และภายนอกต่าง ๆ เช่น ปัจจัยด้านวัฒนธรรม และปัจจัยด้านสังคมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ BNK48 ของผู้บริโภค เพื่อหาแนวทางในการป้องกันและพัฒนาการให้บริการของผู้ประกอบการต่อไป

3. ควรศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและทราบข้อเท็จจริงถึงเหตุผลของการตัดสินใจและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่แท้จริง

เอกสารอ้างอิง

กัญญาวีร์ อินทร์สันต์ และ บุษกรณ์ ลีเจ้ยวะระ. (2563). *การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ และการสื่อสารการตลาดแบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตจังหวัดกาฬสินธุ์.* **วารสารวิชาการและวิจัยมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ,** 10(3): 79-91.

ธันย์ชนก นิพพานนท์. (2562). **การศึกษากลยุทธ์ในการสร้างชุมชนแฟนคลับอย่างไม่เป็นทางการ**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.

ธิตินันท์ แว่นแก้ว. (2564). **การคาดรายได้อุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงไทยแตะ 6 แสนล้านบาทในปี 68 (ออนไลน์)**. ค้นเมื่อวันที่ 3 เมษายน 2565, จาก https://www.pwc.com/th/en/press-room/press release/2021/press-release-30-07-21-th.html.

บริษัท อินดิเพนเด้นท์ อาร์ทิสท์ เมเนจเม้นท์ จำกัด. (2564). **ผลประกอบการบริษัท อินดิเพนเด้นท์ อาร์ทิสท์ เมเนจเม้นท์ จำกัด**. กรุงเทพฯ: อินดิเพนเด้นท์ อาร์ทิสท์ เมเนจเม้นท์.

ปิยมาภรณ์ คุ้มทรัพย์. (2555). **ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางสกินฟู้ดของประเทศเกาหลี**. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ภัคจิรา ปิติผล. (2556). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกกันยากายภาพบำบัดของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร.* **วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ,** 3(2): 413-430.

ภัณฑิรา สมประเสริฐสุข. (2562). **การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของกลุ่มแฟนคลับ BNK48 ในเขตกรุงเทพมหานคร**. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

รุ้งรัศมี อึ้งรังสี. (2555). *ปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร.* **การประชุมวิชาการแห่งชาติ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ครั้งที่ 9.** 594-605.

วรญา วิทูวินิต. (2563). *อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าฮาลาลในมุมมองของผู้บริโภค Generation ต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร.* **วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี.** 14(1): 349-363.

สถิติความสำเร็จ BNK48. (2561). **คาวาอี้ BNK48 บานสะพรั่ง ธุรกิจเพลงใสใส...ได้ใจสาวก**. ค้นเมื่อวันที่ 3 เมษายน 2565, จาก https://www.prachachat.net/marketing/news-93327.

อณิษฐา ผลประเสริฐ. (2558). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามด้านผิวพรรณของผู้บริโภค**. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อรสุธี เหล่าปาสี. (2557). *การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) จังหวัดกาญจนบุรี.* **วารสารวิชาการสาขามนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ และศิลปะ มหาวิทยาลัยศิลปากร,** 8(2): 1977-1991.

อัครพงศ์ ทรัพย์สัณฐิติกุล. (2558). **ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจถ่ายภาพแต่งงาน**. การค้นคว้าอิสระ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

Cochran, W.G. (1977). **Sampling Techniques.** 3rd ed. New York: John Wiley and Sons Inc.

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพบริการของคีออสจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร

Customer Satisfaction towards Service Quality of Mobile Phone Kiosk in Convenience Store in Bangkok

ภพนิพิฐ สีดี
นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
E-mail: phopnipits@gmail.com
บุญเลิศ วงศ์เจริญแสงสิริ
อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
E-mail: boonlertwon@gmail.com
Phopnipit Sidee
Master student, Panyapiwat Institute of Management
Boonlert Wongcharoensangsiri
Lecturer, Faculty of Business Administration,
Panyapiwat Institute of Management

รับเข้า: *13 มิถุนายน 2565* **แก้ไข:** *6 กรกฎาคม 2565* **ตอบรับ:** *19 กรกฎาคม 2565*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพบริการของคีออสจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานครในภาพรวม และ 2) เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพบริการของคีออสจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยเก็บข้อมูลจากลูกค้า จำนวน 472 ตัวอย่าง และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัย พบว่า 1) ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการของคีออสจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และ 2) ลูกค้าที่มีเพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความพึงพอใจคุณภาพบริการของคีออสจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน ลูกค้าที่มีระดับที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการของคีออสจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนบุคคล คุณภาพบริการ ความพึงพอใจ คีออส ร้านสะดวกซื้อ

Abstract

The objectives of this research were to 1) study customer satisfaction towards service quality of mobile phone kiosks in convenience stores in Bangkok and 2) compare customer satisfaction towards service quality of mobile phone kiosks in convenience stores in Bangkok by personal factors. The sample consisted of 472 customers who made a service decision of the mobile phone kiosks in a convenience store in Bangkok. The statistical analysis consisted of percentage, mean, standard deviation, t-test, and One-way ANOVA.

The research results found that: 1) The customers were satisfied with the service quality of mobile phone kiosks in convenience stores in Bangkok at a high level and 2) The customers with different gender, age, career, and average monthly income had different customer satisfaction towards service quality of mobile phone kiosks in convenience stores in Bangkok. The comparison of person factors revealed that the different highest educational level affects customer satisfaction towards service quality of mobile phone kiosk in a convenience store in Bangkok with statistically significant at .05 level.

Keywords: person factors, quality of service, satisfaction, kiosk, convenience store

บทนำ

การติดต่อสื่อสารถือว่ามีความสำคัญต่อชีวิตมนุษย์เป็นอย่างมาก การสื่อสารของมนุษย์มีหลากหลายรูปแบบแตกต่างกันไปตามที่บุคคลจะเลือกใช้ องค์ประกอบหลักของการสื่อสารประกอบไปด้วยผู้ส่งสาร สาร สื่อกลาง และผู้รับสาร ปัจจุบันอุปกรณ์สื่อกลางที่เรานิยมใช้กันมากที่สุดคือโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทำให้มีผู้ประกอบการหลายรายก้าวเข้ามาสู่อุตสาหกรรมธุรกิจการจัดจำหน่ายและให้บริการเกี่ยวกับโทรคมนาคมเพิ่มขึ้นทั้งภาครัฐและภาคเอกชน จากรายงานสถิติและพฤติกรรมผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทั่วโลกประจำไตรมาส 1 ของปี พ.ศ. 2563 โดย Flight19 Agency จำนวนประชากรโลก 7,750 ล้านคน และอาศัยอยู่ในเขตเมือง ร้อยละ 55 มีคนใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ 5,190 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 67 ของจำนวนประชากรโลก ในส่วนของประเทศไทย จากรายงานพบว่ายอดขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในส่วนของสมาร์ตโฟนปี พ.ศ. 2563 ของประเทศไทย โดย บริษัท การ์ทเนอร์ จำนวน 16,507,000 เครื่อง และคนไทยใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เฉลี่ยประมาณ 4 ชั่วโมง 57 นาทีต่อวัน มากเป็นอันดับ 2 ของโลก รองจากประเทศฟิลิปปินส์

แนวโน้มอุตสาหกรรมธุรกิจบริการโทรคมนาคมและระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ภายในประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2562-2564 ถือว่าอุตสาหกรรมสื่อสารเป็นตลาดขนาดใหญ่ รวมโทรศัพท์ประจำที่และเคลื่อนที่ อุปกรณ์โครงข่ายและอุปกรณ์สื่อสารใช้สายและไร้สายมีมูลค่าราว 6.1 แสนล้านบาท สำนักวิชาการและจัดการทรัพยากรโทรคมนาคมแห่ง กสทช. ประเมินและคาดการณ์ว่า ธุรกิจบริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่มีแนวโน้มเติบโตของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอย่างต่อเนื่อง (วิจัยกรุงศรี, 2562: ออนไลน์) แม้ว่าภาพรวมอุตสาหกรรมธุรกิจบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ภายในประเทศไทยจะมีแนวโน้มดีขึ้น และเป็นโอกาสที่ผู้ประกอบการจะสามารถเติบโตและสร้างผลกำไรให้ธุรกิจได้จากจำนวนผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มขึ้น แต่อุปสรรคที่ผู้ประกอบการยังต้องเผชิญอยู่คือ คู่แข่งในตลาดที่มีจำนวนมาก ข้อมูลกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ พบว่า ธุรกิจการขายส่งโทรศัพท์และอุปกรณ์สื่อสารโทรคมนาคมที่ได้มีการจดทะเบียนนิติบุคคลกับทางราชการเฉพาะในเขตพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานครมีจำนวนทั้งสิ้น 776 แห่ง (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2563) รวมถึงการแข่งขันในด้านสินค้าและบริการที่เข้มข้น รวมถึงช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย ทั้งออนไลน์และออฟไลน์

ปัจจุบันพบว่า มีร้านตัวแทนจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งรายใหญ่และรายย่อยที่อยู่ในพื้นที่เดียวกัน พยายามนำกลยุทธ์ต่าง ๆ ออกมาแย่งลูกค้า ตัวแทนรายใหญ่ก็ยังมีลูกค้าซื้อสินค้าและใช้บริการเป็นจำนวนมาก ส่วนรายเล็กบางร้านมีลูกค้าลดลงจนต้องปิดกิจการไปแต่บางร้านก็ยังคงดำเนินธุรกิจต่อไปได้ จากการศึกษาข้อมูลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า นอกจากปัจจัยด้านสินค้า ราคา สถานที่ หรือโปรโมชันที่มีอยู่แล้ว ปัจจัยด้านคุณภาพบริการที่ดีก็มีส่วนที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า จนนำไปสู่การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ดีของการบริการ ทำให้เกิดความต้องการที่จะมาใช้บริการ และอาจจะกลับมาใช้บริการการซ้ำอีกอย่างต่อเนื่องได้ (เพ็ญนภา จรัสพันธ์, 2557) จากการสำรวจเบื้องต้นของผู้วิจัย พบว่า คุณภาพของการให้บริการนอกจากจะขึ้นอยู่กับทักษะ และความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าจากพนักงานแล้ว ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับผู้ใช้บริการเอง เช่น สภาพแวดล้อมทางกายภาพ ประสบการณ์ในอดีตของลูกค้าที่รับการบริการ หรือแม้กระทั่งความต้องการเฉพาะบุคคลของผู้ใช้บริการและความคาดหวังในการบริการ ซึ่งเป็นเรื่องเฉพาะตัวของผู้ใช้บริการเอง ตลอดจนคุณภาพของการให้บริการจะขึ้นอยู่กับการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้บริการกับผู้ให้การบริการอย่างมีคุณภาพ โดยมีปัจจัยหลายประการ ได้แก่ ทักษะ ความรู้เกี่ยวกับสินค้าและการให้บริการ บุคลิกภาพของพนักงาน การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและทันท่วงที ความสามารถในการสื่อสารกับผู้ใช้บริการ ทั้งภาษากาย และภาษาพูด ตลอดจนเรื่องของการให้บริการเป็นไปตามมาตรฐานการให้บริการขององค์กร

จากประเด็นปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น เนื่องจากการแข่งขันทางธุรกิจที่สูงขึ้นและพฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนไป ผู้วิจัยจึงได้สนใจศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพบริการของคีออสจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร เพราะคุณภาพ

บริการที่ส่งมอบให้ลูกค้าถือเป็นสิ่งที่ความสำคัญไม่น้อยกว่าด้านอื่น หากคุณภาพของบริการไม่เป็นไปตามความคาดหวังของลูกค้า หรือตามมาตรฐานที่องค์กรกำหนด อาจจะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความสับสนและได้รับประสบการณ์ที่ไม่ดี ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความไม่พอใจได้ ซึ่งผลการวิจัยที่ได้ในครั้งนี้จะมีประโยชน์ต่อหน่วยงานในองค์กรและผู้ประกอบการที่สนใจในธุรกิจนี้ สามารถนำไปประกอบการวางแผนหรือปรับใช้เพื่อให้เข้าใจลูกค้า ซึ่งจะนำไปสู่การให้บริการที่ดียิ่งขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มนี้และกลุ่มใหม่ในอนาคต

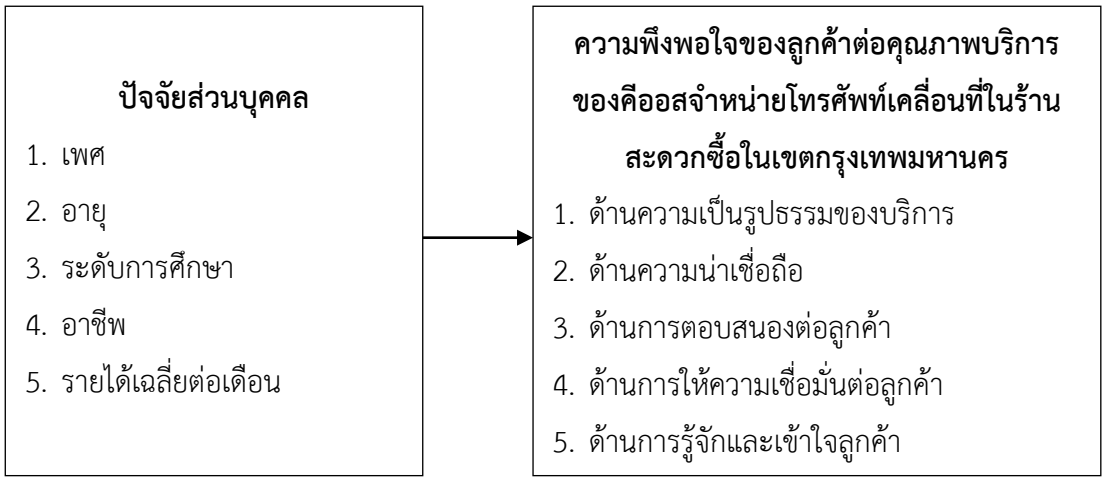
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพบริการของคีออสจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานครในภาพรวม
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพบริการของคีออสจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

สมมติฐานการวิจัย

ลูกค้าที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการของคีออสจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานครต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้วิธีวิจัยแบบการสำรวจ (Survey Research) ผ่านการเก็บรวบรวมข้อมูลทางแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากผู้ซื้อสินค้าจากร้านคีออสจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าที่เข้าใช้บริการซื้อสินค้าที่คีออสจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบจำนวนประชากร (Infinite Population) ของ Cochran (1977: 241) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (ยุทธ ไกยวรรณ์, 2562: 185-186) จากการแทนค่าในสูตรดังกล่าว ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 384 ชุด และเพื่อป้องกันความผิดพลาด จึงกำหนดขนาดตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้เพิ่มอีกร้อยละ 25 ซึ่งเพิ่มมาอีก 80 ชุด รวมเป็นจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเท่ากับ 480 ชุด และได้มีการคัดออก 8 ชุด เนื่องจากแบบสอบถามไม่สมบูรณ์ เหลือจำนวนที่นำมาวิเคราะห์ 472 ชุด มากกว่าจำนวนขั้นต่ำที่กำหนดไว้ ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนด กลุ่มตัวอย่างเป็นลูกค้าที่ใช้บริการซื้อสินค้าจากคีออสจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร ในช่วงเดือนตุลาคม-เดือนธันวาคม 2564 ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้เทคนิคการสุ่มหลายขั้นตอน (Multi Stage Sampling) เริ่มจากการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) มีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Proportional Stratified Random Sampling) โดยแบ่งกลุ่มประชากรตัวอย่างตามจำนวนเขตการบริหารงานของกรุงเทพมหานคร ที่มีคีออสจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในร้านสะดวกซื้อตั้งอยู่ในเขตนั้น ๆ ซึ่งมีทั้งหมด 43 เขต และจำนวนคีออสจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในร้านสะดวกซื้อทั้งหมด 129 สาขา (ที่มา: ข้อมูลสาขาจากหน่วยงานที่ผู้วิจัยสังกัด ณ เดือนตุลาคม 2564)

ขั้นตอนที่ 2 คำนวณสัดส่วนกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามสัดส่วนยอดขายในแต่ละเขต และทำการปัดเศษจากจุดทศนิยมให้เป็นจำนวนเต็ม โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ กำหนดอายุ 18 ปีขึ้นไป และเคยใช้บริการซื้อสินค้าที่คีออสจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร

ขั้นตอนที่ 3 เก็บตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยแจกแบบสอบถามให้กับลูกค้าที่สะดวก ช่วงระหว่างเดือนตุลาคม-เดือนธันวาคม 2564

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยในครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) ได้ทำการแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองเบื้องต้นผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามลักษณะเลือกตอบ (Multiple Choices) จำนวน 2 ข้อ เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่แท้จริง โดยผู้

ที่สามารถตอบคำถามในส่วนถัดไปได้ จะต้องเป็นลูกค้าที่เคยใช้บริการซื้อสินค้าที่คืออสจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการวัดความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการโดยแบบจำลอง SERVQUAL ของกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการซื้อสินค้าที่คืออสจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นลักษณะแบบคำถามปลายปิด (Close-Ended Response Question) 25 ข้อ ซึ่งคำถามได้พัฒนาอ้างอิงจากหลักเกณฑ์การประเมินคุณภาพการให้บริการ 5 เกณฑ์ ของ Parasuraman (1985) โดยใช้ มาตรวัดแบบ Likert Scale มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ โดยระดับที่ 1 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด จนถึงระดับ 5 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด การแปลความหมายของระดับคะแนนเฉลี่ยโดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล มีจำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยมีลักษณะเป็นคำถามแบบเลือกตอบ เพียงคำตอบเดียว (Close-Ended Question)

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามที่จะนำมาใช้ในงานวิจัยต้องตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ก่อนนำไปใช้ผู้วิจัยจึงทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ 2 ขั้นตอน ขั้นตอนที่ 1 ตรวจสอบความเที่ยงตรง โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (The Index of Item-Objective Congruence: IOC) ด้วยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน เป็นผู้ที่วัดความเที่ยงตรงแบบสอบถามทุกข้อได้ค่า IOC 1.00 ผ่านเกณฑ์การประเมินในแต่ละข้อ มีค่า IOC มากกว่า 0.50 แบบสอบถามดังกล่าวจึงจัดทำเป็นฉบับสมบูรณ์หาค่าความเชื่อมั่นต่อไป ขั้นตอนที่ 2 การตรวจสอบความเชื่อมั่น โดยนำแบบสอบที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงมาแล้วไปใช้กับกลุ่มบุคคลที่มีลักษณะคล้ายกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คนในจังหวัดนนทบุรี แล้วนำมาคำนวณหาค่าสัมประสิทธ์อัลฟาของ Cronbach (Cronbach's Alpha Coefficient) แบบสอบถามทั้งฉบับได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.708 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่กำหนด คือ มากกว่า 0.70-0.75 (อารยา องค์เอี่ยม และพงศ์ธารา วิจิตไพศาล, 2561)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยศึกษาในรูปแบบของร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) ส่วนสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของ 2 กลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สถิติทดสอบที (t-test) ส่วนการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3 กลุ่มตัวอย่างขึ้นไป วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หากพบว่ามีความแตกต่างจะทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธี Fisher's Least-Significant Different (LSD) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ผลการวิจัย

1. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพบริการของคีออสจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.61 โดยด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าเป็นด้านที่ลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุด มีค่าเฉลี่ย 4.73 รองลงมาเป็นด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.63 ส่วนด้านที่ลูกค้ามีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.48 โดยทุกด้านมีระดับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพบริการของคีออสจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานครในภาพรวม

ด้านความพึงพอใจ	$\bar{x}$	SD	แปลผล
ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	4.48	0.52	มากที่สุด
ด้านความน่าเชื่อถือ	4.62	0.47	มากที่สุด
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	4.58	0.49	มากที่สุด
ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า	4.73	0.40	มากที่สุด
ด้านความเอาใจใส่	4.63	0.47	มากที่สุด
โดยรวม	**4.61**	**0.47**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 1 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพบริการของคีออสจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$=4.61, SD=0.47) โดยด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ลูกค้าเป็นด้านที่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการคีออสจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจสูงสุด ($\bar{x}$=4.73, SD=0.40) และมีระดับความพึงพอใจระดับมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านความเอาใจใส่ ($\bar{x}$=4.63, SD=0.47) และมีความพึงพอใจระดับมากที่สุด ส่วนด้านที่ลูกค้ามีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ($\bar{x}$=4.48, SD=0.52) และมีความพึงพอใจระดับมากที่สุด

2. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพบริการของคีออสจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพบริการของคีออสจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	t-test/F-test	p-Value	แปลผล
เพศ	0.059	0.953	ยอมรับ H_0
อายุ	0.436	0.824	ยอมรับ H_0
ระดับการศึกษา	3.147	0.005*	ปฏิเสธ H_0
อาชีพ	1.320	0.239	ยอมรับ H_0
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	0.805	0.583	ยอมรับ H_0

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 พบว่า ลูกค้าที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการของคีออสจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการไม่แตกต่างกัน ลูกค้าที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการของคีออสจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพบริการของคีออสจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความน่าเชื่อถือ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	t-test/F-test	p-Value	แปลผล
เพศ	-0.008	0.993	ยอมรับ H_0
อายุ	0.570	0.723	ยอมรับ H_0
ระดับการศึกษา	0.815	0.559	ยอมรับ H_0
อาชีพ	2.018	0.051	ยอมรับ H_0
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	0.519	0.519	ยอมรับ H_0

จากตารางที่ 3 พบว่า ลูกค้าที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการของคีออสจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความน่าเชื่อถือ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพบริการของคีออสจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	t-test/F-test	p-Value	แปลผล
เพศ	-1.043	0.298	ยอมรับ H_0
อายุ	0.574	0.720	ยอมรับ H_0
ระดับการศึกษา	1.224	0.292	ยอมรับ H_0
อาชีพ	0.956	0.463	ยอมรับ H_0
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	0.409	0.897	ยอมรับ H_0

จากตารางที่ 4 พบว่า ลูกค้าที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการของคีออสจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 5 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพบริการของคีออสจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	t-test/F-test	p-Value	แปลผล
เพศ	-0.641	0.522	ยอมรับ H_0
อายุ	0.592	0.706	ยอมรับ H_0
ระดับการศึกษา	0.449	0.846	ยอมรับ H_0
อาชีพ	1.592	0.135	ยอมรับ H_0
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	0.570	0.780	ยอมรับ H_0

จากตารางที่ 5 พบว่า ลูกค้าที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการของคีออสจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 6 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพบริการของคีออสจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความเอาใจใส่ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	t-test/ F-test	p-Value	แปลผล
เพศ	-0.622	0.534	ยอมรับ H_0
อายุ	0.556	0.734	ยอมรับ H_0
ระดับการศึกษา	2.395*	0.027	ปฏิเสธ H_0
อาชีพ	1.374	0.214	ยอมรับ H_0
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	1.245	0.276	ยอมรับ H_0

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 6 พบว่า ลูกค้าที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการของคีออสจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความเอาใจใส่ไม่แตกต่างกัน ลูกค้าที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการของคีออสจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความเอาใจใส่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพบริการของคีออสจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร อภิปรายผลได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพบริการของคีออสจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวม ให้ค่าความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการของคีออสจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ลูกค้าเป็นด้านที่ลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.73 รองลงมา คือ ด้านความเอาใจใส่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 อันดับที่ 3 คือ ด้านความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 อันดับที่ 4 คือ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 สอดคล้องกับ เพ็ญนภา จรัสพันธ์ (2557) ได้ศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการลูกค้า จีเนท โมบายเซอร์วิสเซ็นเตอร์ จันทบุรี พบว่า ภาพรวมความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าลูกค้าพึงพอใจอันดับแรก คือด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ อยู่ในระดับมาก ส่วน

ด้านที่ลูกค้ามีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 สอดคล้องกับ สิทธิกร สมบูรณ์พร้อม (2563) ได้ศึกษา คุณภาพการให้บริการของสำนักทะเบียนอำเภอศรีสงคราม จังหวัดนครพนม ด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านภาพลักษณ์ แต่เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีคุณภาพการบริการในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และสอดคล้องกับ ณิชาปวีณ์ กกกำแหง และ ธนวรรณ แสงสุวรรณ (2558) ได้ศึกษาในหัวข้อ อิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้าและการเปลี่ยนผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่า คุณภาพบริการมีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจของลูกค้าในทางบวก และมิติองค์ประกอบที่จับต้องได้ เช่น อุปกรณ์ที่ครบครันในศูนย์บริการเป็นมิติลำดับสุดท้ายที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า

2. การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพบริการของคีออสจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ระดับรายได้ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญญฤทธิ์ เรืองสมบูรณ์ และ สมศักดิ์ มีเสถียร (2557) ได้ศึกษา ความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อศูนย์บริการรถยนต์ บอช คาร์ เซอร์วิส พบว่า ลูกค้าที่มีระดับรายได้ที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์รถยนต์ บอช คาร์ เซอร์วิส แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในด้านผลิตภัณฑ์และราคา สามารถอธิบายเหตุผลที่ลูกค้าส่วนใหญ่ ที่รายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกกัน เนื่องจากในด้านผลิตภัณฑ์และราคาของร้านคีออสจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร มีผลิตภัณฑ์และราคาที่หลากหลายให้กับลูกค้าได้เลือก ให้เหมาะสมกับความต้องการของตนเอง ส่วนปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพบริการของคีออสจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในร้านสะดวกซื้อแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญญฤทธิ์ เรืองสมบูรณ์ และ สมศักดิ์ มีเสถียร (2557) ได้ศึกษา ความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อศูนย์บริการรถยนต์ บอช คาร์ เซอร์วิส พบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการต่อศูนย์บริการรถยนต์ บอช คาร์ เซอร์วิส แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในด้านการบริการและคุณภาพการให้บริการ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพบริการของคีออสจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัย พบว่า ผู้มาใช้บริการของคีออสจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการ อยู่ในระดับมากที่สุดในทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับความพึงพอใจตามรายด้าน ได้ดังนี้ ด้านที่พึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่

ลูกค้า รองลงมา คือ ด้านความเอาใจใส่ ถัดมา คือ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ

1.1 ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า ผู้ให้บริการต้องรักษามาตรฐานการบริการให้คงที่โดยทุกครั้งที่ให้บริการ พนักงานต้องส่งมอบใบเสร็จทุกครั้งที่ลูกค้าซื้อสินค้า แจ้งข้อมูลการรับประกันสินค้าแก่ลูกค้าทุกครั้งอย่างถูกต้อง และตรวจสอบความถูกต้องของสินค้าหรือทดสอบการใช้งานก่อนส่งมอบให้กับลูกค้าทุกครั้ง

1.2 ด้านความเอาใจใส่ พนักงานต้องมีความพร้อมในการให้บริการ มีความเอาใจใส่ลูกค้าอย่างดีและให้ความสำคัญกับลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกันเสมอ และพนักงานแสดงความรับผิดชอบเมื่อปฏิบัติงานผิดพลาดและกล่าวขออภัยลูกค้าทุกครั้ง รวมถึงเข้าใจความต้องการเฉพาะของลูกค้าอย่างชัดเจน เช่น แนะนำโปรโมชันการใช้งานที่เหมาะสม เป็นต้น

1.3 ด้านความน่าเชื่อถือ ผู้ให้บริการต้องอบรมพนักงานให้มีความน่าเชื่อถือและซื่อสัตย์ในการให้บริการ มีการเก็บรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเป็นความลับไม่เผยแพร่ให้บุคคลอื่นทราบ นอกจากเจ้าตัวมาแสดงตนพร้อมหลักฐาน เช่น บัตรประจำตัวประชาชนเมื่อมาติดต่อทำธุรกรรมต่าง ๆ ที่จะเป็นต้องยืนยันตัวตน ตลอดจนสามารถให้บริการได้ตรงตามเงื่อนไขการให้บริการที่กำหนดไว้ในสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์

1.4 ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า พนักงานแสดงความกระตือรือร้นในการให้บริการ กล่าวทักทายและยกมือไหว้ เต็มใจให้บริการลูกค้าเสมอ รับฟังปัญหาหรือข้อร้องเรียนของลูกค้าด้วยความเต็มใจ ตลอดจนให้บริการลูกค้าได้ตามระยะเวลาที่กำหนด

1.5 ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ เพื่อให้การบริการมีมาตรฐานที่คงที่ สม่ำเสมอและตรงกับความต้องการของผู้มาใช้บริการให้ได้มากที่สุด ทางผู้ให้บริการต้องมีมาตรฐานที่เหมาะสมในทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นตัวพนักงานหรือสถานที่ในการให้บริการ เช่น การแต่งกายของพนักงานสุภาพเรียบร้อยตามมาตรฐานที่กำหนด ร้านมีความสะอาด และเป็นระเบียบเรียบร้อย ดึงดูดให้เข้าใช้บริการ

2. ปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการวิจัย พบว่า ลูกค้าที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ไม่แตกต่างกัน ลูกค้าที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจที่แตกต่างกันในรายด้าน ดังนั้นผู้ให้บริการควรต้องมีการวิเคราะห์ดูความต้องการของลูกค้าในแต่ละระดับการศึกษา มีความต้องการด้านใดเป็นพิเศษและนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนา ปรับปรุงความพึงพอใจในแต่ละด้าน ให้ตอบสนองความพึงพอใจคุณภาพบริการระดับสูงสุด

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจคุณภาพบริการของผู้มาใช้บริการกับกลุ่มตัวอย่างในสถานที่แตกต่างกัน เพื่อนำผลการศึกษามาเปรียบเทียบว่ามีความแตกต่างจากงานวิจัยฉบับนี้หรือไม่ ซึ่งผลที่ได้สามารถนำมาวางแผนธุรกิจหรือปรับปรุงการบริการให้ดีขึ้นได้

2. ควรมีการศึกษาตัวแปรเพิ่มเติมจากแบบจำลอง SERVQUAL เช่น เพิ่มตัวแปรส่วนผสมทางการตลาดเข้าไปด้วย เพื่อวัดผลความพึงพอใจในคุณภาพบริการของผู้บริโภค จะช่วยให้ครอบคลุมตัวแปรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการที่ร้านคีออสจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในร้านสะดวกซื้อของลูกค้า

3. ควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพเพิ่มเติม โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่าง อันอาจจะนำไปสู่คำตอบที่แท้จริงตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด ซึ่งจากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจ กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการและด้านความเอาใจใส่ แตกต่างกัน จากช่องว่างตรงนี้สามารถนำไปศึกษาต่อเพื่อให้ทราบข้อมูลที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

4. ควรมีการศึกษาทัศนคติของผู้มาใช้บริการร้านสะดวกซื้อ แต่ไม่มาใช้บริการที่คีออสจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในร้านสะดวกซื้อ เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้มาวิเคราะห์หาสาเหตุของการไม่มาใช้บริการ

เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. (2563). **การขายส่งโทรศัพท์และอุปกรณ์สื่อสาร คมนาคม.** รายงานประจำปี กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์.

ณิชาปวีณ์ กกกำแหง และ ธนวรรณ แสงสุวรรณ. (2558). *อิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้าและการเปลี่ยนผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่*. **จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์,** 37(143): 76-93.

บุญญฤทธิ์ เรืองสมบูรณ์ และ สมศักดิ์ มีเสถียร. (2557). *ความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อศูนย์บริการรถยนต์บอช คาร์ เซอร์วิส*. **วารสารจันทรเกษมสาร**, 38(20): 87-95.

เพ็ญนภา จรัสพันธ์. (2557). **ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการลูกค้า จีเนท โมบาย เซอร์วิส เซ็นเตอร์ จันทบุรี**. การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.

ยุทธ ไกยวรรณ์. (2562). **การใช้โปรแกรม Minitab วิเคราะห์สถิติเพื่อการวิจัย.** กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิจัยกรุงศรี. (2562). **แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมปี 2562-2564: ธุรกิจบริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่.** ค้นเมื่อวันที่ 7 ธันวาคม 2564, จาก https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/services/mobile-communication/io/io-mobile-communication

สิทธิกร สมบูรณ์พร้อม. (2563). **คุณภาพการให้บริการของสำนักทะเบียนอำเภอศรีสงคราม จังหวัดนครพนม.** วิทยานิพนธ์ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.

สุพิชา ศรเลี่ยมทอง. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจผู้ใช้บริการด้านคุณภาพการให้บริการบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด กรณีศึกษา: ที่ทำการไปรษณีย์จังหวัดพิษณุโลก.* **รังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์,** 2(14): 352-364.

Cochran, W.G. (1977). **Sampling techniques**. 3rd ed. New York: John Wiley.

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1985). **SERVQUAL: A multiple item scale for**. Cambridge, MA: Maketing Science Institute.

เส้นทางอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ของนักศึกษา 3 จังหวัดชายแดนใต้

The Path of Influence on the Decision to Study in the Modern Trade Business Management Course of Students in 3 Border Provinces in Yala Rajabhat University

มนัส สุทธิการ
นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
E-mail: suttikan9761@gmail.com
ธีรวีร์ วราธรไพบูลย์
อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
E-mail: theeraweewar@pim.ac.th
Manus Suttikan
Master of Business Administration, Faculty of Business Administration,
Panyapiwat Institute of Management
Theerawee Waratornpaibul
Lecturer, Master of Business Administration Program,
Faculty of Business Administration, Panyapiwat Institute of Management

รับเข้า: *8 มิถุนายน 2565* **แก้ไข:** *29 มิถุนายน 2565* **ตอบรับ:** *9 กรกฎาคม 2565*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลของการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ของนักศึกษา 3 จังหวัดชายแดนใต้ 2) ทดสอบความสัมพันธ์ของเส้นทางอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรฯ จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 3 โรงเรียน ได้แก่ โรงเรียนมูลนิธิอาซิซสถาน (จังหวัดปัตตานี) โรงเรียนธรรมวิทยามูลนิธิ (จังหวัดยะลา) และโรงเรียนอัตตัรกียะห์อิสลามียะห์ (จังหวัดนราธิวาส) จำนวน 316 ตัวอย่าง สุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Forms สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ และการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลทางตรงต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรฯ มี 2 ปัจจัย คือ 1. ปัจจัยด้านพฤติกรรมการตัดสินใจภายใน และ 2. ปัจจัยด้านพฤติกรรมการตัดสินใจภายนอก ในขณะที่ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านการรับรู้ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสนับสนุน เพื่อให้เกิดการตัดสินใจขั้นสุดท้ายในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

คำสำคัญ: เส้นทางอิทธิพล การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านการรับรู้ ปัจจัยด้านพฤติกรรมการตัดสินใจ

Abstract

The objectives of this research were to 1) analyze the influence path of a decision to study in the Modern Trade Business Management Course of students in 3 border provinces at Yala Rajabhat University and 2) test the relationship of the influence path on the decision to study in the Modern Trade Business Management Course of students in 3 border provinces at Yala Rajabhat University. The sample of 316 samples used consists of three schools, including Azizstan Foundation School (Pattani Province), Tham Wittaya Foundation School (Yala Province), and Attarkiah Islamiah Institute (Narathiwat Province), and uses multi-stage random sampling. Data were collected using a questionnaire through Google Forms. This research was statistically analyzed using Exploratory Factor Analysis (EFA) and Structural Equation Modeling (SEM) techniques.

The research results found that factors directly affecting the decision to study in the Modern Trade Business Management Course at Yala Rajabhat University were two factors: 1) internal decision-making behavior factors and 2) external decision-making behavior factors, while marketing strategies and perceived factors were influential factors supporting the final decision to study in the Modern Trade Business Management Course at Yala Rajabhat University.

Keywords: influence paths, further education decisions, marketing strategies, perceived factors, decision-making behavior factors

บทนำ

ปัญหาการว่างงานที่เพิ่มสูงขึ้น ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในเศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างมาก ประชาชนโดยรวมต้องเผชิญกับปัญหาความยากจนมากขึ้น โดยปัจจุบันผู้ว่างงานมีจำนวน 0.76 ล้านคน คิดเป็นอัตราการว่างงานร้อยละ 1.96 ในช่วงครึ่งหลังของปี พ.ศ. 2563 เมื่อเทียบกับกำลังแรงงานซึ่งมีทั้งสิ้น 38.8 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2564 เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 1.5 จากการเข้าสู่ตลาดแรงงานของผู้อยู่นอกกำลังแรงงานอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสาขาการผลิตอุตสาหกรรมมีการจ้างงานลดลงร้อยละ 2.2 จากภาคอุตสาหกรรมทั้งหมด การจ้างงานปรับตัวลดลงร้อยละ 0.6 สำหรับภาคบริการ และภาพรวมการจ้างงานลดลงร้อยละ 0.7 สาเหตุของการว่างงานประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ ที่สำคัญดังนี้ 1) วัยแรงงานร้อยละ 7.9 เท่านั้นที่ต้องการพัฒนาทักษะ ส่วนที่เหลือยังเชื่อมั่นในทักษะเฉพาะของตนเอง 2) หลักสูตรและทักษะที่เปิดสอนยังไม่สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน และ 3) หลักสูตรการฝึกอบรมของภาครัฐขาดความหลากหลาย (กองพัฒนาข้อมูลและตัวชี้วัดสังคม สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2564) และเลขาธิการศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนใต้ เปิดเผยว่า ปัจจุบันแรงงานในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนใต้ ส่วนใหญ่ว่างงาน โดยปี 2564 พบว่า 63 สถาบันในจังหวัดชายแดนภาคใต้ จะมีคนจบ ปวช. 7,500 คน ปวส. 9,500 คน ปริญญาตรี 18,000 คน ปริญญาโท 900 คน และปริญญาเอก 300 คน รวมกว่า 36,000 คน มีงานทำเป็นหลักแหล่งไม่เกิน 20%-30% ในแต่ละปี (สมเกียรติ ผลประยูร, 2564) ซึ่งนั้นหมายความว่านักศึกษาจบใหม่จะมีอัตราการว่างงานประมาณ 70%-80% ต่อปี

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลาปรับเปลี่ยนแนวทางการบริหารเป็นการบริหารเชิงรุก ภายใต้การสร้างภาพลักษณ์องค์กรสู่ “มหาวิทยาลัยคลังปัญญาแห่งชายแดนใต้ (University of WISDOM Bank)” มีเป้าหมายเพื่อเปิดมหาวิทยาลัยเพื่อตอบรับชุมชนและท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในกิจการต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย และส่งเสริมให้เป็น “สถาบันอุดมศึกษาเพื่อพัฒนาท้องถิ่น” (ฐานข้อมูลท้องถิ่นชายแดนใต้ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา, 2564) ตามนัยมาตรา 8 แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. 2547 เพื่อตอบสนองพันธกิจของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ จึงเน้นการผลิตบัณฑิตโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างบัณฑิตที่มีคุณภาพ โดยการจัดการเรียนการสอนแบบการเรียนรู้บนพื้นฐานของการทำงานจริง ซึ่งนักศึกษาจะต้องเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้านการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ในสถานประกอบการจากหน่วยงานและบริษัทที่ร่วมสร้างความร่วมมือในการพัฒนาการเรียนการสอนแบบ Work-based Learning หลักสูตรการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่จึงมีความจำเป็นอย่างมาก เนื่องจากการขยายตัวของภาคเอกชน และการจ้างงานในปัจจุบันของสถานประกอบการธุรกิจมีจำนวนเพิ่มขึ้น ซึ่งเกิดจากการเติบโตทางเศรษฐกิจของท้องถิ่นที่ขยายตัวมากขึ้น และหลักสูตรฯ ยังดำเนินการสอดรับกับแผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ระยะ 20 ปี ในด้านมหาวิทยาลัยที่เป็นเลิศในการพัฒนาพื้นที่ และสร้างความเข้มแข็งให้ท้องถิ่นอย่างยั่งยืน (ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภภัฏยะลา, 2561) ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนใต้ จาก 3

โรงเรียน ประกอบด้วย โรงเรียนมูลนิธิอาซิซสถาน (จังหวัดปัตตานี) โรงเรียนธรรมวิทยามูลนิธิ (จังหวัดยะลา) และโรงเรียนอัตตัรกียะห์อิสลามียะห์ (จังหวัดนราธิวาส)

ตารางที่ 1 จำนวนนักเรียนของแต่ละโรงเรียน ในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 ปีการศึกษา 2564

จำนวนนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 ปีการศึกษา 2564 ของแต่ละโรงเรียน	
ชื่อโรงเรียน	**จำนวนนักเรียน (คน)**
โรงเรียนมูลนิธิอาซิซสถาน (จังหวัดปัตตานี)	330
โรงเรียนธรรมวิทยามูลนิธิ (จังหวัดยะลา)	860
โรงเรียนอัตตัรกียะห์อิสลามียะห์ (จังหวัดนราธิวาส)	608
รวม	**1,798**

ที่มา: ฝ่ายทะเบียนประจำโรงเรียน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเส้นทางอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ของนักศึกษา 3 จังหวัดชายแดนใต้ ว่ามีความสนใจที่จะเลือกศึกษาในหลักสูตรฯ และด้วยกับอิทธิพลของปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อการเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรฯ ดังกล่าว เพื่อที่จะนำผลการศึกษาวิจัยไปสู่การพัฒนาหลักสูตรฯ ให้เกิดความทันสมัย ครอบคลุมในทุกด้าน และเป็นแนวทางในการวางแผนและปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพให้กับหลักสูตรฯ ในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลของการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ของนักศึกษา 3 จังหวัดชายแดนใต้
2. เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของเส้นทางอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ของนักศึกษา 3 จังหวัดชายแดนใต้

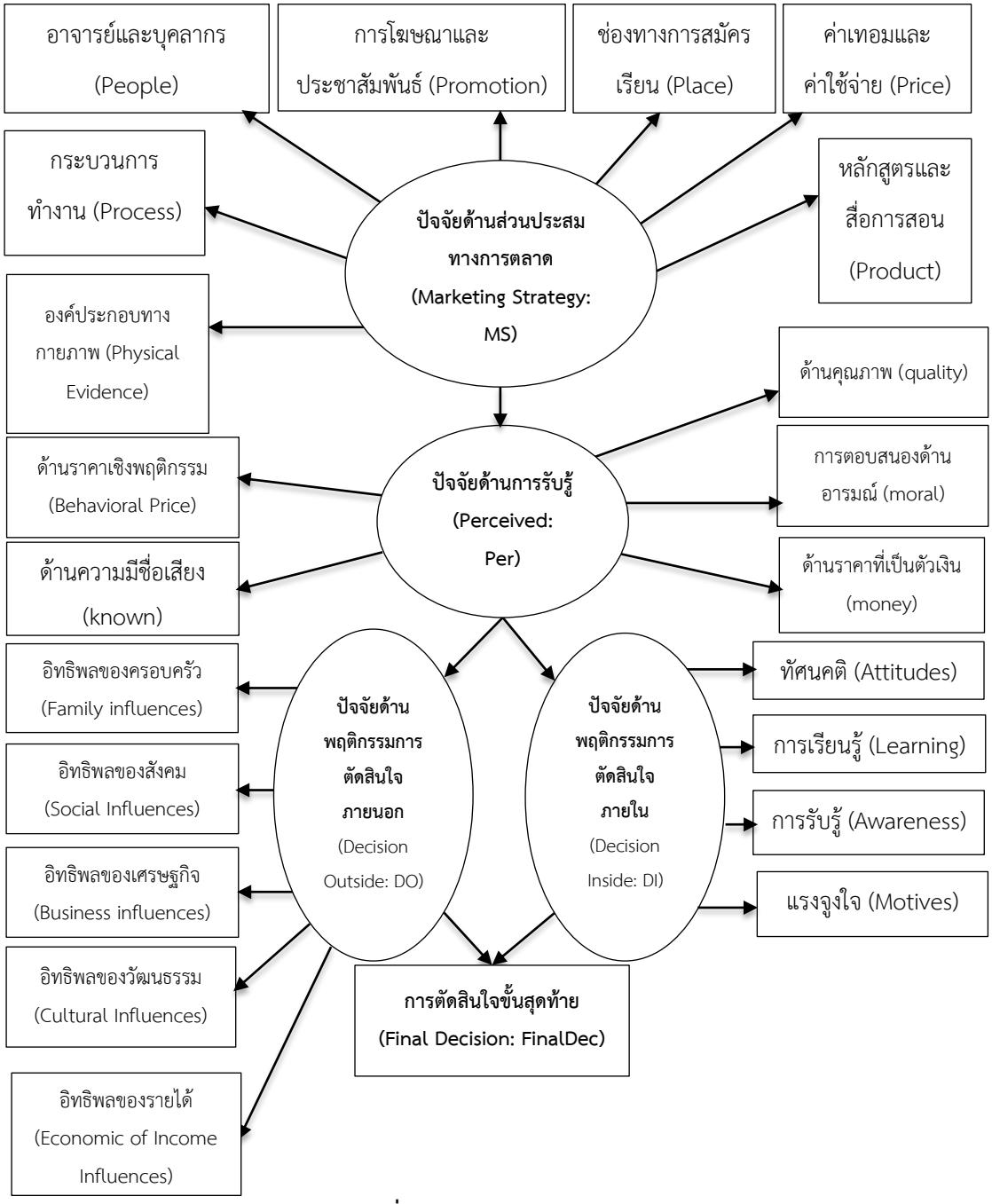
สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Strategy) ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อปัจจัยการรับรู้ (Received)
2. ปัจจัยการรับรู้ (Perceived) ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อปัจจัยด้านพฤติกรรมการตัดสินใจภายใน (Decision Inside)
3. ปัจจัยการรับรู้ (Perceived) ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อปัจจัยด้านพฤติกรรมการตัดสินใจภายนอก (Decision Outside)

4. ปัจจัยด้านพฤติกรรมการตัดสินใจภายใน (Decision Inside) ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อการตัดสินใจขั้นสุดท้าย (Final Decision)

5. ปัจจัยด้านพฤติกรรมการตัดสินใจภายนอก (Decision Outside) ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อการตัดสินใจขั้นสุดท้าย (Final Decision)

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ จำนวนนักเรียนจากพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนใต้ ประกอบด้วย 3 โรงเรียน ได้แก่ โรงเรียนมูลนิธิอาชิซสถาน (จังหวัดปัตตานี) โรงเรียนธรรมวิทยามูลนิธิ (จังหวัดยะลา) และโรงเรียนอัตตักียะห์อิสลามียะห์ (จังหวัดนราธิวาส) รวมทั้งสิ้น 1,798 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักเรียนจากพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนใต้ ประกอบด้วย 3 โรงเรียน ได้แก่ โรงเรียนมูลนิธิอาชิซสถาน (จังหวัดปัตตานี) โรงเรียนธรรมวิทยามูลนิธิ (จังหวัดยะลา และโรงเรียนอัตตักียะห์อิสลามียะห์ (จังหวัดนราธิวาส) ซึ่งคำนวณหาค่าขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Krejcei and Morgan (1970) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 316 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย 7 ส่วนหลัก ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามปลายปิด (Close-Ended) แบบให้เลือกตอบเพียงข้อเดียว มีคำถามรวมจำนวน 5 ข้อ โดยสอบถามข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ เกรดเฉลี่ยสะสม พื้นฐานรายได้ทางครอบครัว และหลักสูตรที่จบการศึกษา

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P) เป็นคำถามปลายปิด (Close-Ended) ประกอบด้วย 7 ปัจจัย ได้แก่ หลักสูตรและสื่อการสอน (Product) ค่าเทอมและค่าใช้จ่ายในการเรียน (Price) ทำเลที่ตั้งและสานที่ (Place) การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ (Promotion) อาจารย์และบุคลากร (People) กระบวนการทำงาน (Process) และองค์ประกอบทางกายภาพ (Physical Evidence) มีข้อคำถาม 42 คำถาม

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-Ended) ประกอบด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่ ด้านคุณภาพ การตอบสนองด้านอารมณ์ ด้านราคาที่เป็นตัวเงิน ด้านราคาเชิงพฤติกรรม และด้านความมีชื่อเสียง มีข้อคำถาม 25 คำถาม

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านพฤติกรรมการตัดสินใจภายใน เป็นคำถามปลายปิด (Close-Ended) ได้แก่ แรงจูงใจ (Motives) การรับรู้ (Awareness) การเรียนรู้ (Learning) และทัศนคติ (Attitudes) มีข้อคำถาม 19 คำถาม

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านพฤติกรรมการตัดสินใจภายนอก เป็นคำถามปลายปิด (Close-Ended) ได้แก่ อิทธิพลของครอบครัว (Family influences) อิทธิพลของสังคม (Social influences) อิทธิพลของเศรษฐกิจ (Business influences) อิทธิพลของวัฒนธรรม (Cultural influences) และอิทธิพลของรายได้ (Economic of Income influences) มีข้อคำถาม 25 คำถาม

ส่วนที่ 6 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจศึกษาต่อในหลักสูตรการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ เป็นคำถามปลายปิด (Close-Ended) ได้แก่ นักเรียนตัดสินใจศึกษาต่อในหลักสูตรการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา มีข้อคำถาม 1 คำถาม

ส่วนที่ 7 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

สำหรับแบบสอบถามในส่วนที่ 2-5 เป็นคำถามปลายปิด (Close Ended) ให้ผู้ตอบเลือกตอบเพียงข้อเดียว โดยใช้มาตรวัดแบบ Likert Scale ที่มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ โดยมีตัวเลขที่มีความหมายแทนค่าดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
ระดับ 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก
ระดับ 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
ระดับ 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย
ระดับ 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยสร้างและทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยดำเนินการดังนี้

1. ศึกษาทฤษฎีแนวคิดเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางการกำหนดข้อคำถามในแบบสอบถาม กำหนดนิยามตามขอบข่ายของเนื้อหา และศึกษารายละเอียดหาตัวแปรนิยามการมีส่วนร่วมในแต่ละด้าน สร้างแบบสอบถามโดยนำประเด็นที่ได้จากการศึกษามาจัดเป็นหมวดหมู่ให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิด

2. นำเสนอร่างแบบสอบถามต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหาตามกรอบแนวคิด แล้วนำไปปรับปรุงแก้ไขเพื่อดำเนินการและนำร่างแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจแก้ไขจากอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบพิจารณาตรงตามเนื้อหาความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อคำถาม

3. นำร่างแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจแก้ไขของผู้ทรงคุณวุฒิแล้วมาวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (The Index of Item-Objective Congruence: IOC) โดยคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป (สุวิมล ติรกานันท์, 2543)

4. ทำการปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ แล้วเสนอกรรมการที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบอีกครั้งมีกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน เป็นผู้ที่วัดความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม ผลการทดสอบ พบว่า มีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างเนื้อหา (IOC) มีค่าเท่ากับ 0.95 แสดงว่า แบบสอบถามมีค่าความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาสามารถนำไปทำการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างจริงได้

5. การทดสอบก่อนนำไปใช้จริง (Try Out) กับนักเรียนโรงเรียนจริยธรรมศึกษามูลนิธิ (จังหวัดสงขลา) ระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 ปีการศึกษา 2564 ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อถือของแบบสอบถาม (Reliability) โดยการทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Reliability Analysis) โดยใช้สูตรค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach (1990) ที่ระดับความน่าเชื่อถือ 0.50 ซึ่งพบว่า ความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามมีค่าเท่ากับ 0.99 ดังนั้นแสดงว่า แบบสอบถามความน่าเชื่อถือที่สามารถนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษารวบรวมข้อมูลจากการค้นคว้า ศึกษาด้วยตนเอง และรวบรวมข้อมูลจากบทความและงานเอกสารที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ และพระราชบัญญัติการอุดมศึกษา พ.ศ. 2562 และข้อมูลมหาวิทยาลัยของรัฐ เพื่อนำข้อมูลมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวความคิดในงานวิจัย

2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ได้แก่ ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ตอบโดยกลุ่มตัวอย่างที่ได้จาก 3 โรงเรียน ในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนใต้ ประกอบด้วย โรงเรียนมูลนิธิอาซิซสถาน (จังหวัดปัตตานี) โรงเรียนธรรมวิทยามูลนิธิ (จังหวัดยะลา) และโรงเรียนอัตตัรกียะห์อิสลามียะห์ (จังหวัดนราธิวาส) จำนวน 316 ตัวอย่าง โดยผู้วิจัยจะลงพื้นที่ตามโรงเรียนที่ เป็นกลุ่มเป้าหมาย 3 โรงเรียนดังกล่าว และให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบสอบถามออนไลน์ ผ่าน Google Forms ซึ่งผู้วิจัยจะเลือกกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 ปีการศึกษา 2564

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เป็นสถิติเบื้องต้นในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความโด่ง และค่าความเบ้

2. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Exogenous Variables) และตัวแปรตาม (Endogenous Variables) โดยการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งทางตรงและทางอ้อมของตัวแปรแฝง (Latent Variable) เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ที่ชัดเจน การวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่ Exploratory Factor Analysis (EFA) และ Structural Equation Modeling (SEM) โดยทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Strategy) ปัจจัยด้านการรับรู้ (Perceived) ปัจจัยด้านพฤติกรรมการตัดสินใจภายใน (Decision Inside) ปัจจัยด้านพฤติกรรมการตัดสินใจภายนอก (Decision Outside) และการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ในด้านการตัดสินใจขั้นสุดท้าย (Final

Decision) โดยทำการตัดข้อคำถามที่มีค่า communalities น้อยกว่า 0.50 ออก ทำการวิเคราะห์ใหม่จนผ่าน และนำสู่การวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ต่อไป ผ่านซอฟแวร์ที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง คือ Analysis of Moment Structure (AMOS) กรวิเคราะห์ค่าความเหมาะสมของโมเดล สามารถดูได้จากค่า goodness-of-fit เป็นดัชนีที่ชี้วัดแบบจำลองที่สร้างขึ้นให้มีความสอดคล้องและเหมาะสมกับบริบทที่จะทำการศึกษา จะต้องประกอบด้วยค่าต่างๆ ที่ทำให้โมเดลเกิดความสอดคล้องพอดี (model fit) โดยมีหลักเกณฑ์ดังนี้ CMIN/df น้อยกว่า 3, GFI มากกว่า 0.9, AGFI มากกว่า 0.9 และ RMSEA น้อยกว่า 0.08

ผลการวิจัย

1. จากการวิเคราะห์แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องทั้ง 3 ด้านนั้น มีส่วนสำคัญในการเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้เกิดการตัดสินใจขั้นสุดท้ายว่าจะเลือกเรียนในหลักสูตรการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่หรือไม่ โดยมีเส้นทางอิทธิพลของการตัดสินใจเริ่มจากปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) และส่งผ่านไปยังปัจจัยการรับรู้ (Perceived) กระจายผ่าน 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านพฤติกรรมการตัดสินใจภายใน (Decision Inside) และปัจจัยด้านพฤติกรรมการตัดสินใจภายนอก (Decision Outside) ส่งผลโดยตรงไปยังการตัดสินใจขั้นสุดท้าย (Final Decision) ดังแสดงในภาพที่ 1 ผลการวิจัยในวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า การวิเคราะห์โมเดลสมการเชิงโครงสร้างนั้นผู้วิจัยได้แบบจำลองงานวิจัยที่มีความสอดคล้องกับแบบจำลองทางทฤษฎีและสมมติฐานที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) มาวิเคราะห์โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เพื่อยืนยันแบบจำลองว่ามีความน่าเชื่อถือหรือไม่ โดยพิจารณาระดับนัยสำคัญ จากค่า p-value ซึ่งควรมีค่าน้อยกว่า .05 ผลการปรับแบบจำลองโดยโปรแกรมทางสถิติขั้นสูง ดังแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร			Estimate	S.E.	C.R.	P-value
Per	←···	MS	1.019	.051	20.091	***
DI	←···	Per	.753	.059	12.827	***
DO	←···	Per	.850	.057	14.807	***
physi_m	←···	MS	1.000			
process_m	←···	MS	.955	.042	22.696	***
people_m	←···	MS	.946	.049	19.272	***

ตารางที่ 1 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (ต่อ)

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร			Estimate	S.E.	C.R.	P-value
promo_m	⟵	MS	.856	.050	17.114	***
place_m	⟵	MS	.767	.051	15.004	***
price_m	⟵	MS	.780	.058	13.520	***
produce_m	⟵	MS	.784	.057	13.854	***
operating_m	⟵	Per	.917	.042	21.855	***
quality_m	⟵	Per	.921	.038	24.051	***
moral_m	⟵	Per	1.000			
money_m	⟵	Per	.859	.045	18.971	***
known_m	⟵	Per	.759	.046	16.552	***
motives_m	⟵	DI	1.000			
awareness_m	⟵	DI	.861	.060	14.275	***
learn_m	⟵	DI	.991	.074	13.317	***
Attitude_m	⟵	DI	.988	.071	13.996	***
econo_m	⟵	DO	1.000			
culture_m	⟵	DO	.972	.053	18.353	***
business_m	⟵	DO	.942	.059	15.892	***
social_m	⟵	DO	.862	.057	15.058	***
family_m	⟵	DO	.803	.061	13.088	***
FinalDec	⟵	DI	.586	.105	5.99	***
FinalDec	⟵	DO	.211	.098	2.154	.031

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ดังนั้นปัจจัยหลักที่ส่งอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ของผู้ที่สนใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรีในเขตพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนใต้ คือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Strategy) มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านการรับรู้ (Perceived) และปัจจัยด้านการรับรู้ (Perceived) ส่งผลต่อใน 2 ด้าน คือ ปัจจัยด้านพฤติกรรมการตัดสินใจภายใน (Decision Inside) และปัจจัยด้านพฤติกรรมการตัดสินใจภายนอก (Decision Outside) โดยร่วมกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ในด้านการตัดสินใจขั้นสุดท้าย (Final Decision) โดยผลการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation

Modeling: SEM) ผ่านซอฟแวร์ที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์คือ Analysis of Moment Structure (AMOS) การวิเคราะห์ค่าความเหมาะสมของโมเดล สามารถดูได้จากค่า goodness-of-fit เป็นดัชนีที่ชี้วัดแบบจำลองที่สร้างขึ้นให้มีความสอดคล้องและเหมาะสมกับบริบทที่จะทำการศึกษา จะต้องประกอบด้วยค่าต่าง ๆ ที่ทำให้โมเดลเกิดความสอดคล้องพอดี (model fit) โดยมีหลักเกณฑ์ดังนี้ CMIN/df น้อยกว่า 3, GFI มากกว่า 0.9, และ RMSEA น้อยกว่า 0.08 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์และแหล่งอ้างอิงจากงานวิจัยในการพิจารณาค่าสถิติที่เกี่ยวข้องกับ Goodness-of-fit

สถิติที่เกี่ยวข้อง(Measurement Indices)	**ค่าสถิติที่แสดงว่าโมเดลสอดคล้อง(Recommended Value)**	**ค่าสถิติที่ได้**	**อ้างอิง**
Minimum Sample Discrepancy Function (CMIN/df)	น้อยกว่า 3	1.201	James L. Arbuckle. (2011: 55-614)
Goodness of Fit Index (GFI)	มากกว่า 0.9	0.958	James L. Arbuckle. (2011: 55-614)
Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)	น้อยกว่า 0.08	0.025	James L. Arbuckle. (2011: 55-614)

ซึ่งผลการวิเคราะห์ผ่านเกณฑ์มาตรฐานทุกค่า ได้แก่ CMIN/df เท่ากับ 1.201, GFI เท่ากับ 0.958, และ RMSEA เท่ากับ 0.025 ดังรูปภาพที่ 2

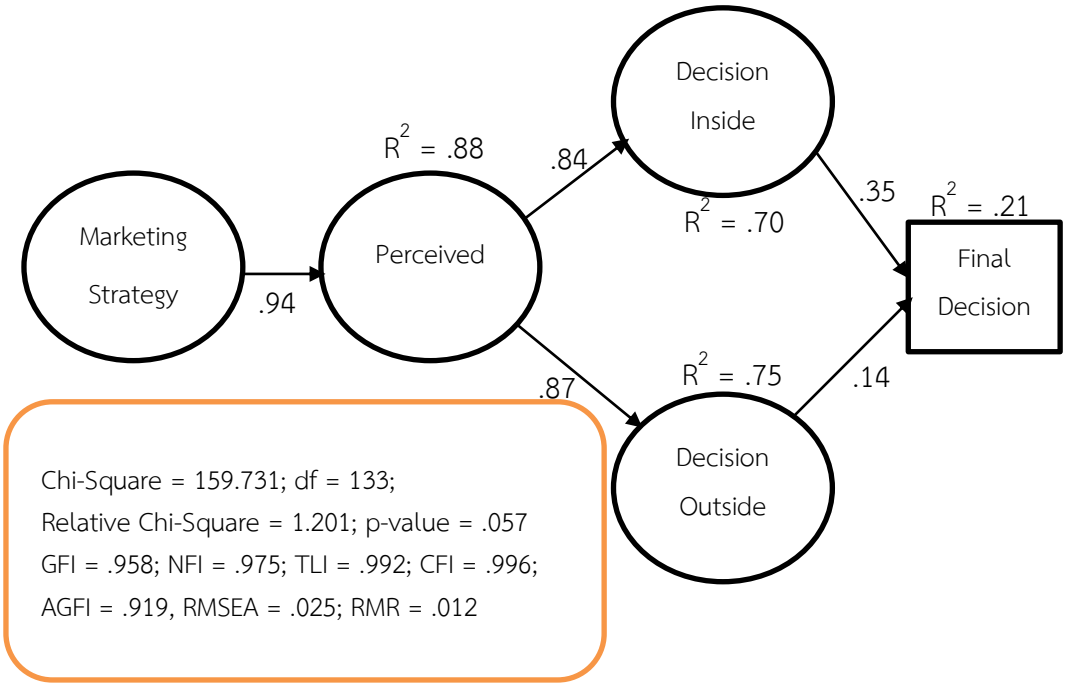
จากการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) สามารถสรุปความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกต (observed variable) และตัวแปรแฝง (latent variable) ได้ดังนี้ คือ อิทธิพลที่ส่งผลทางตรงต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ คือ ปัจจัยด้านพฤติกรรมการตัดสินใจภายใน (Decision Inside) ซึ่งมีน้ำหนักความสำคัญที่ 0.35 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านพฤติกรรมการตัดสินใจภายนอก (Decision Outside) ซึ่งมีน้ำหนักความสำคัญที่ 0.14 โดยมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ในด้านการตัดสินใจขั้นสุดท้าย (Final Decision) ได้ร้อยละ 21 (R^2=.21) ดังภาพที่ 2

อิทธิพลที่ส่งผลทางตรงต่อปัจจัยด้านพฤติกรรมการตัดสินใจภายใน (Decision Inside) และปัจจัยด้านพฤติกรรมการตัดสินใจภายนอก (Decision Outside) ได้แก่ ปัจจัยด้านการรับรู้ (Perceived) ซึ่งส่งผลต่อปัจจัยด้านพฤติกรรมการตัดสินใจภายใน (Decision Inside) มีน้ำหนักความสำคัญที่ .84 มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ในด้านปัจจัยด้านพฤติกรรมการตัดสินใจภายใน (Decision Inside) ได้ร้อยละ 70 (R^2=.70) และส่งผลต่อปัจจัยด้าน

พฤติกรรมการตัดสินใจภายนอก (Decision Outside) มีน้ำหนักความสำคัญที่ .87 มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ในด้านปัจจัยด้านพฤติกรรมการตัดสินใจภายนอก (Decision Outside) ได้ร้อยละ 75 (R^2=.75) ดังภาพที่ 2

อิทธิพลที่ส่งผลทางตรงต่อปัจจัยด้านการรับรู้ (Perceived) ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Strategy) ซึ่งส่งผลต่อปัจจัยด้านการรับรู้ (Perceived) มีน้ำหนักความสำคัญที่ .94 มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ในด้านปัจจัยด้านการรับรู้ (Perceived) ได้ร้อยละ 88 (R^2=.88) ดังภาพที่ 2

ทุกปัจจัยที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้นพบว่าร่วมกันส่งผลทางอ้อมไปยังการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ โดยมีปัจจัยที่ส่งผลทางตรงต่อการเลือกตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่มี 2 ปัจจัย คือ 1. ปัจจัยด้านพฤติกรรมการตัดสินใจภายใน (Decision Inside) และ 2. ปัจจัยด้านพฤติกรรมการตัดสินใจภายนอก (Decision Outside) โดยมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อได้ร้อยละ 21 (R^2=.21) ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 สรุปแบบจำลองโมเดลผลการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง

อภิปรายผล

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Strategy) ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อปัจจัยด้านการรับรู้ (Perceived) ในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ของนักศึกษา 3 จังหวัดชายแดนใต้ พบว่า กลุ่มนักเรียนให้ระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยโดยรวมและรายข้อ ได้ดังนี้ อาจารย์และบุคลากร องค์ประกอบทางกายภาพ

กระบวนการทำงาน ช่องทางการสมัคร การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ หลักสูตรและสื่อการสอน และค่าเทอมและค่าใช้จ่ายในการเรียน ซึ่งผลการวิจัยอยู่ในระดับมาก และให้ระดับความสำคัญในด้านอาจารย์และบุคลากรมากที่สุด สอดคล้องกับผลการวิจัยของ รุจิรา คงนุ้ย และ เอกชัย เนาวนิช (2559) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยการเลือกเข่าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ โดยภาพรวม พบว่า ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเขาศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านบุคลากร Zukhri Agusty Leo Syamsul Arifin et al. (2020) ได้ศึกษาเรื่องอิทธิพลของส่วนประสมการตลาดที่มีต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ แรงจูงใจ และการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกศึกษาในระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัย IPB โดยใช้ SEM ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างส่วนประสมทางการตลาด ภาพลักษณ์ของแบรนด์ แรงจูงใจ และการตัดสินใจของนักเรียน ผลการศึกษาพบว่าหลักสูตร การโฆษณาประชาสัมพันธ์ อาจารย์ และองค์ประกอบทางกายภาพ มีผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์มหาวิทยาลัย โดยหลักสูตร ช่องทางการสมัครเรียน กระบวนการ อาจารย์ องค์ประกอบทางกายภาพ และภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อการสร้างแรงจูงใจ จากข้อค้นพบดังกล่าว หลักสูตรฯ ควรนำเสนอผลงานในด้านต่าง ๆ ของอาจารย์เผยแพร่สู่สาธารณชน เช่น รางวัล งานวิจัย งานด้านบริการวิชาการที่เป็นเลิศ และทักษะเฉพาะด้านที่เหนือกว่าหลักสูตรอื่น เพื่อการยอมรับและรับรู้ในวงกว้าง

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านการรับรู้ (Perceived) ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อปัจจัยด้านพฤติกรรมการตัดสินใจภายใน (Decision Inside) ในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ของนักศึกษา 3 จังหวัดชายแดนใต้ พบว่า กลุ่มนักศึกษาให้ระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยโดยรวมและรายข้อ ได้ดังนี้ การตอบสนองด้านอารมณ์ ด้านราคาเชิงพฤติกรรม ด้านคุณภาพ ด้านราคาที่เป็นตัวเงิน และด้านความมีชื่อเสียง ซึ่งผลการศึกษาอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับ ศศิณัณฐ นาไทย (2560) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเรียนปริญญาโท หลักสูตรการบริหารเทคโนโลยี รูปแบบออนไลน์ ทำการวิเคราะห์ทางสถิติด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ การวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง (SEM) และการวิเคราะห์เส้นทาง ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลทางตรงให้เกิดความตั้งใจในการเรียนปริญญาโท หลักสูตรการบริหารเทคโนโลยี รูปแบบออนไลน์ คือ การมีทัศนคติที่ดีต่อการเรียนออนไลน์ การรับรู้คุณค่า และการรับรู้การใช้งานง่ายส่งผลทางบวกต่อการมีทัศนคติที่ดีด้านพฤติกรรมการตัดสินใจต่อการเรียนปริญญาโท หลักสูตรการบริหารเทคโนโลยี รูปแบบออนไลน์ ปฐมา อาแว และ นิยาวาเฮร์ ไพบูลย์ (2562) ศึกษาเรื่องการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ปีการศึกษา 2562 พบว่าปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อมากที่สุด จากข้อค้นพบดังกล่าว หลักสูตรฯ ควรมีการสื่อสารทางตรงในทุกโรงเรียนเป้าหมายและเข้าถึงตัวนักศึกษาให้มากที่สุด

เพื่อการตอบสนองด้านอารมณ์ของนักศึกษาเฉพาะราย และพยายามสร้างทัศนคติที่ดีต่อการศึกษาด้านธุรกิจค้าปลีก เพื่อสร้างแรงจูงใจในการศึกษาต่อในหลักสูตรดังกล่าวในฤดูการแนะแนวการศึกษา

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านการรับรู้ (Perceived) ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อปัจจัยด้านพฤติกรรมการตัดสินใจภายนอก (Decision Outside) ในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ของนักศึกษา 3 จังหวัดชายแดนใต้ พบว่า กลุ่มนักศึกษาให้ระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยโดยรวมและรายข้อ ได้ดังนี้ การตอบสนองด้านอารมณ์ ด้านราคาเชิงพฤติกรรม ด้านคุณภาพ ด้านราคาที่เป็นตัวเงิน และด้านความมีชื่อเสียง สอดคล้องกับ Dean Heathcote et al. (2020) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกมหาวิทยาลัยในสหราชอาณาจักรระดับอุดมศึกษา ซึ่งผลการวิจัย พบว่า คุณภาพและชื่อเสียงสถาบัน ส่งผลต่ออิทธิพลการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกเรียนต่อในสาขานั้น ๆ สภาพแวดล้อมการรับรู้ด้านค่าเล่าเรียน ความช่วยเหลือของพนักงานเจ้าหน้าที่และอาจารย์ และระยะเวลาในการเล่าเรียน ส่งผลต่อการร่วมตัดสินใจของผู้ปกครองในการสมัครเรียนในสาขาใดสาขาหนึ่ง และ มีสิทธิ์ ชัยมณี (2559) ศึกษาเรื่องการเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษา คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยปทุมธานี พบว่า ด้านชื่อเสียงของสถาบันเป็นปัจจัยที่นักศึกษาใช้ในการเลือกศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยปทุมธานี จากข้อค้นพบดังกล่าว หลักสูตรฯ ควรนำเสนอความมีชื่อเสียงในด้านต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา เช่น การได้อันดับ Webometrics Ranking of World Universities ได้อันดับที่ 1 จากมหาวิทยาลัยราชภัฏภาคใต้ทั้งหมด ได้อันดับที่ 5 จากมหาวิทยาลัยราชภัฏทั่วประเทศ และได้อันดับที่ 38 ของมหาวิทยาลัยทั่วประเทศ

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านพฤติกรรมการตัดสินใจภายใน (Decision Inside) ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อการตัดสินใจขั้นสุดท้าย (Final Decision) ในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ของนักศึกษา 3 จังหวัดชายแดนใต้ พบว่า กลุ่มนักศึกษาให้ระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยโดยรวมและรายข้อ ได้ดังนี้ ทัศนคติ การเรียนรู้ แรงจูงใจ และการรับรู้ ซึ่งผลการศึกษาอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ María del Carmen Olmos-Gómez et al. (2019) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง การประเมินผลเชิงยืนยันของเครื่องมือที่มุ่งเน้นศึกษาเฉพาะด้านต่อนักศึกษาก่อนเข้ามหาวิทยาลัย โดยใช้สมการเชิงโครงสร้าง (SEM) เพื่อตรวจสอบโครงสร้างใน 3 ปัจจัย ได้แก่ 1. ระดับการศึกษาของผู้ปกครองและอิทธิพลของผู้ปกครอง กลุ่มเพื่อน สถานะทางเศรษฐกิจและสังคม เพื่อนำไปสู่การตัดสินใจในการเลือกเรียนสาขาใดสาขาหนึ่ง 2. รายได้และอาชีพในอนาคต และ 3. อิทธิพลของความสนใจส่วนตัวของนักเรียนในการตัดสินใจเลือกศึกษาสาขาใดสาขาหนึ่งในระดับปริญญาตรี จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อนั้น คือ ความสนใจส่วนตัว ทัศนคติ แรงจูงใจ และการรับรู้ในเชิงลึกของนักเรียน จากนั้นจะมีการนำข้อเสนอแนะของผู้ปกครองเข้ามาประกอบการตัดสินใจ จากข้อค้นพบดังกล่าว หลักสูตรฯ ต้องออกแบบแผนพับ

ใบปลิว ให้มีความท้าทาย ดึงดูด น่าสนใจ สร้างสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ด้วยการจ่ายค่าโฆษณาเพื่อการเข้าถึงกลุ่มนักเรียนแบบเจาะจง รวมถึงการสร้างวิดีโอประชาสัมพันธ์ที่เร้าความรู้สึกของนักศึกษาในปีเป้าหมาย เพื่อการได้รับข้อมูลเกี่ยวกับหลักสูตรฯ อย่างต่อเนื่อง

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านพฤติกรรมการตัดสินใจภายนอก (Decision Outside) ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อการตัดสินใจขั้นสุดท้าย (Final Decision) ในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ของนักศึกษา 3 จังหวัดชายแดนใต้ พบว่า กลุ่มนักศึกษาให้ระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยโดยรวมและรายข้อ ได้ดังนี้ อิทธิพลของสังคม อิทธิพลของรายได้ อิทธิพลของวัฒนธรรม อิทธิพลของเศรษฐกิจ และอิทธิพลของครอบครัว ซึ่งผลการศึกษาอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Didik Wardaya et al. (2021) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนวิชาเอกการบริหารการศึกษาของนักเรียนมัธยมปลาย ผลการศึกษา พบว่า SN (ครอบครัว เพื่อน ผู้นำ อิทธิพลทางสังคม และอิทธิพลของรายได้) และ PBC (ความสามารถในการเรียน) มีบทบาทสำคัญในการทำนาย BI (ความคาดหวังต่อการสมัครเรียน) ของนักเรียนที่เลือกเรียนสาขาวิชาการบริหารการศึกษา ผลการศึกษานี้ช่วยให้เข้าใจอย่างถ่องแท้ต่อผู้ให้บริการของมหาวิทยาลัยในการโน้มน้าวการตัดสินใจของนักศึกษามัธยมปลายเพื่อเรียนในสาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยในอินโดนีเซียควรโน้มน้าวนักเรียนโดยให้ความสำคัญเท่า ๆ กันใน SN และ PBC มิฉะนั้น พวกเขาอาจล้มเหลวในการได้นักเรียนมาเรียนในสาขาดังกล่าว อุษณีย์ พรมเดื่อ และ มาลี กาบมาลา (2562) ศึกษาเรื่อง ความต้องการสารสนเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรระดับปริญญาตรีมากที่สุด คือ การรองรับการมีงานทำ จากข้อค้นพบดังกล่าว หลักสูตรฯ ควรวางแผนในการได้งานทำหลังเรียนจบของนักศึกษาทันที เพื่อนำความรู้จากการศึกษาเข้าสู่ระบบงานและกระบวนการทำงานเต็มรูปแบบของสายงานด้านการค้าปลีก เพื่อความเจริญก้าวหน้าในหน้าที่การงานต่อไปในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. หลักสูตรฯ ควรนำเสนอผลงานในด้านต่าง ๆ ของอาจารย์แก่สาธารณชน เช่น รางวัลงานวิจัย งานด้านบริการวิชาการที่เป็นเลิศ และทักษะเฉพาะด้านที่เหนือกว่าหลักสูตรอื่น เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจในด้านนี้เป็นพิเศษ และเป็นจุดแข็งของงานวิจัยนี้ด้วย

2. แผนพับ ใบปลิว ต้องออกแบบให้มีความท้าทาย ดึงดูด น่าสนใจ สร้างสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ด้วยการจ่ายค่าโฆษณาเพื่อการเข้าถึงกลุ่มนักเรียนแบบเจาะจง รวมถึงการสร้างวิดีโอประชาสัมพันธ์ที่เร้าความรู้สึกของนักศึกษาในปีเป้าหมาย เพื่อการทราบถึงข้อมูลเกี่ยวกับหลักสูตรฯ อย่างต่อเนื่อง และเป็นการตอบสนองด้านอารมณ์ของนักเรียนในยุคนี้อย่างมาก

3. หลักสูตรฯ ต้องทำการตลาดเชิงรุก ควรมีการสื่อสารทางตรงในทุกโรงเรียนเป้าหมายและเข้าถึงตัวนักศึกษาให้มากที่สุด ประชาสัมพันธ์รายละเอียดและสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ที่นักศึกษาจะได้รับ รวมถึงอภิสิทธิ์ที่เหนือกว่าหลักสูตรอื่น เพื่อการตอบรับในหลักสูตรฯ ของนักศึกษาเฉพาะรายและพยายามสร้างทัศนคติที่ดีต่อการศึกษาด้านธุรกิจค้าปลีก เพื่อสร้างแรงจูงใจในการศึกษาต่อในหลักสูตรดังกล่าว

4. หลักสูตรฯ สามารถนำผลการศึกษามาเป็นแนวทางในการวางแผนและปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารงานภายในเพื่อก่อเกิดประสิทธิผลและสร้างความโดดเด่นในการทำงานของหลักสูตรการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

5. หน่วยงานด้านการศึกษาของภาครัฐสามารถนำผลการวิจัย เป็นข้อมูลพื้นฐานในด้านความสนใจศึกษาต่อในหลักสูตรการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ ของนักศึกษา 3 จังหวัดชายแดนใต้ เพื่อสนับสนุนด้านงบประมาณให้เกิดการพัฒนาในรูปแบบต่าง ๆ รวมถึงข้อมูลที่จะนำไปสนับสนุนบุคลากรด้านธุรกิจค้าปลีกให้กับหน่วยงานภาคเอกชนที่จะมาลงทุนในพื้นที่ดังกล่าวในอนาคต

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเชิงคุณภาพแบบเจาะลึกเส้นทางอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา เพื่อนำผลการศึกษาไปปรับใช้ในการทำงานด้านการประชาสัมพันธ์และการสนับสนุนการศึกษาต่อไป

2. ควรศึกษาเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ ในมหาวิทยาลัยอื่น ๆ เพื่อทราบความคิดเห็นของนักเรียนต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรดังกล่าว

เอกสารอ้างอิง

กองพัฒนาข้อมูลและตัวชี้วัดสังคม สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2564). **ภาวะสังคมไทย.** ไตรมาสที่ 1 ปีที่ 19 ฉบับที่ 2 เดือนพฤษภาคม 2564.

ฐานข้อมูลท้องถิ่นชายแดนใต้ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา. (2564). **ประวัติความเป็นมา มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.** งานพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สถาบันวิจัยและพัฒนาชายแดนภาคใต้.

ปฐมา อาแว และ นิยาวาเฮร์ ไพบูลย์. (2562). *การตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ปีการศึกษา 2562.* **วารสารวิชาการ ปขมท,** 9(2): 22-32.

มีสิทธิ์ ชัยมณี. (2559). *การเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษา คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยปทุมธานี.* **วารสารวิชาการ มทร. สุวรรณภูมิ (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์),** 1(1): 97-107.

รุจิรา คงนุ้ย และ เอกชัย เนาวนิช. (2559). *ปัจจัยการเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.* **วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม,** 10(3), 105-110.

ศศิณัณฐ นาไทย. (2560). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเรียนปริญญาโท หลักสูตรการบริหารเทคโนโลยี รูปแบบออนไลน์.** วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภภัฏยะลา. (2561). **20 years YRU Vision & Road Map to the Southern Wisdom University for a Local-based Development.**

สมเกียรติ ผลประยูร. (2564). **นศ.ชายแดนใต้ตกงานขั้นวิกฤต ศอ.บต.เร่งแก้ปัญหาปี64 จบใหม่ 50% ต้องไม่เคว้ง.** มติชนออนไลน์. ฉบับพฤหัสบดีที่ 1 เมษายน 2564. ค้นเมื่อวันที่ 2 มกราคม 2565, จาก https://news.trueid.net/detail/xNlorw00V3lQ.

สุวิมล ติรกานันท์. (2546). **ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางสู่การปฏิบัติ.** กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อุษณีย์ พรมเดื่อ และ มาลี กาบมาลา. (2562). *การศึกษาความต้องการสารสนเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ.* **วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร,** 16(72): 176-182.

Cronbach, L.J. (1990). **Essentials of Psychological Testing.** 5th ed. New York: Harper & Row.

Dean Heathcote, Simon Savage, and Amin Hosseinian-Far. (2020). *Factors Affecting University Choice Behaviors in the UK Higher Education.* **Education Sciences. MDPI,** 2020(100): 1-21.

Didik Wardaya, Lantip Diat Prasojo, and Sugiyono Sugiyono. (2021). *Factors affecting students' choice of educational administration major: Why do students join the program.* **International Journal of Evaluation and Research in Education (IJERE),** 10(4): 1125-1132.

Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). *Determining Sample Size for Research Activities.* **Educational and Psychological Measurement,** 30(3): 607-610.

María del Carmen Olmos-Gómez, Mónica Luque-Suárez and Jesús Manuel Cuevas-Rincón. (2019). *A Confirmatory Evaluation of an Educational Orientation Tool for Pre-University Students.* **Education Sciences. MDPI,** 9(4): 285.

Raiji, M.N.A., Zainal., A. (2016). *The effect on customer perceived value on customer satisfaction: A case study of Malay upscale restaurants.* **Malaysian Journal of Society and Space,** 12(3): 58-68.

Zukhri Agusty Leo Syamsul Arifin, Ujang Sumarwan, & Mukhamad Najib. (2020). *The Influence of Marketing Mix on Brand Image, Motivation and Students Decision to Choose Graduate Studies of IPB University.* **Journal of Consumer Sciences,** 5(2): 139-156.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการเรียนออนไลน์ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตชลบุรี

The Factors Affecting the Efficiency of Online Learning During the Situation of COVID-19 Undergraduate Students in Chonburi

ธันยธร เกิดเจริญพร
นักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา
E-mail: thunyathorn.ke@ku.th
ยมลพร มิ่งขวัญ
นักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา
E-mail: yamonporn.m@ku.th
วรัญญา คำอยู่
นักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา
E-mail: waranya.kha@ku.th
สุนันวดี น้อยพันธุ์
นักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา
E-mail: sununwadee.n@ku.th
จารุพร ตั้งพัฒนกิจ
อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา
E-mail: jaruporn.tan@ku.th
Thunyathorn Kerdjaroenporn
Students, Faculty of Management Sciences,
Kasetsart University, Sriracha Campus
Yamonporn Mimgkhwan
Students, Faculty of Management Sciences,
Kasetsart University, Sriracha Campus
Waranya Khamyoo
Sununwadee Noypune
Students, Faculty of Management Sciences,
Kasetsart University, Sriracha Campus
Jaruporn Tangpattanakit
Lecturer, Faculty of Management Sciences,
Kasetsart University, Sriracha Campus

รับเข้า: *21 สิงหาคม 2565* **แก้ไข:** *2 กันยายน 2565* **ตอบรับ:** *17 กันยายน 2565*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการเรียนออนไลน์ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตชลบุรี โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 420 คน ในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านการเรียนรู้แบบยืดหยุ่น ด้านการมีปฏิสัมพันธ์ ด้านความเครียด ด้านความรับผิดชอบมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการเรียนออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตชลบุรี และจากการทดสอบความสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยด้านการเรียนรู้แบบยืดหยุ่นสามารถเป็นตัวแปรกำกับระหว่างความเครียดและประสิทธิภาพในการเรียนออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตชลบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในขณะที่ด้านความพร้อมของสื่อและด้านสภาพแวดล้อมทางการเรียนไม่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการเรียนออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตชลบุรี

คำสำคัญ: สภาพแวดล้อมการเรียนรู้ การเรียนรู้แบบยืดหยุ่น การเรียนออนไลน์ การแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19

Abstract

The objectives of this research was to study the factors affecting the efficiency of online learning during the situation of COVID-19 of undergraduate students in Chonburi. A questionnaire was administered to 420 undergraduate students in Chonburi. The statistical analysis data were frequency, percentage, average, standard deviation, Simple Linear Regression Analysis and Multiple Linear Regression Analysis.

The findings of the research were as follows: The flexible learning, interaction, tension, and responsibility influence the efficiency of online learning for undergraduate students in Chonburi. The relationship test found that flexible learning can be a mediator between tension and online learning efficiency for undergraduate students in Chonburi with a statistically significant at .05 level. The availability of media and equipment and learning environment are not efficient for online learning undergraduates in Chonburi.

Keywords: learning environment, flexible learning, online learning, virus COVID-19

บทนำ

จากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรน่า 2019 หรือ โควิด-19 (COVID-19) ทำให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นวิถีชีวิตใหม่ หรือที่เรียกกันว่า นิวนอร์มอล (New Normal) หมายถึง “ความปกติในรูปแบบใหม่” โดยมุ่งเน้นให้ประชาชนอยู่บ้าน (stay at home) ปฏิบัติงานที่บ้าน (Work from Home: WFH) รักษาระยะห่างทางกายภาพ (physical distancing) รักษาระยะห่างทางสังคม (social distancing) สวมหน้ากากอนามัยและล้างมือบ่อย ๆ (กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข, 2564) อีกทั้งการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ยังทำให้พฤติกรรมมนุษย์ พฤติกรรมการบริโภคและการบริการเกิดการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในหลาย ๆ ด้านส่งผลให้ในหลายภาคส่วนเกิดผลกระทบ เช่น เศรษฐกิจ สังคม การท่องเที่ยว เทคโนโลยี และการศึกษา เป็นต้น นอกจากนี้ยังส่งผลให้สถานศึกษาไม่สามารถจัดการเรียนการสอนได้ตามปกติ (มนธิชา ทองหัตถา, 2564) โดยให้มีการจัดการเรียนการสอนรูปแบบออนไลน์ 100% งดการเดินทางมาเรียน งดการรวมกลุ่มกันเป็นจำนวนมาก งดกิจกรรมหลาย ๆ กิจกรรมที่จัดเพื่อพัฒนาผู้เรียนมาเป็นแบบออนไลน์ เพื่อให้สอดคล้องกับยุควิถีชีวิตใหม่ (กาญจนา บุญภักดิ์, 2563)

การเรียนการสอนออนไลน์เป็นหนึ่งในรูปแบบการเรียนการสอนที่เรียกว่า e-Learning ซึ่งเป็นการเรียนรู้ผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และเทคโนโลยีที่ทันสมัยอย่าง คอมพิวเตอร์ สมาร์ตโฟน หรือแท็บเล็ต โดยอาศัยโปรแกรมที่ใช้สำหรับการเรียนการสอนโดยเฉพาะ เช่น Zoom, Google Classroom, Google Meet, Microsoft Teams เป็นต้น (สุรชัย โชคครรชิตไชย, 2563) ซึ่งการเรียนออนไลน์เป็นการเรียนที่มีความยืดหยุ่นอย่างมาก มีความสะดวกสามารถเข้าถึงได้จากทุกที่ ทุกเวลา เป็นการเรียนที่แตกต่างไปจากการเรียนในห้องเรียนที่สามารถเรียนที่ใดก็ได้ไม่ว่าจะเป็นบ้านพัก หอพัก เป็นต้น จากสถานการณ์ดังกล่าวการจัดการเรียนการสอนเป็นไปอย่างจำกัด ทำให้ส่งผลต่อการปรับตัวของนักศึกษาในหลาย ๆ ด้าน เช่น ด้านอารมณ์ ที่ก่อให้เกิดความเครียดและวิตกกังวลเกี่ยวกับการติดเชื้อโควิด-19 เมื่อต้องเข้าร่วมเรียนในชั้นเรียนที่มีนักศึกษาเรียนร่วมกันจำนวนมาก ด้านสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ในรูปแบบออนไลน์ ทำให้มีสภาพแวดล้อมรอบข้างที่มีเสียงรบกวน ณ ช่วงเวลาขณะที่เรียนอยู่นั้น เช่น เสียงจากผู้ปกครอง เสียงรถยนต์ เสียงนกร้อง หรือเสียงสนทนาจากด้านนอก เป็นผลให้นักศึกษาเสียสมาธิจากการเรียนได้ง่าย (อรรถพล อนันตวรสกุล, 2563) และการเรียนการสอนรูปแบบออนไลน์มีส่วนทำให้นักศึกษามีปฏิสัมพันธ์ทั้งกับอาจารย์และเพื่อนร่วมชั้นเรียนลดลง ซึ่งไม่สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์และกิจกรรมต่าง ๆ ที่ต้องทำร่วมกันในชั้นเรียนเนื่องจากต้องเว้นระยะห่างทางสังคมในการติดต่อสื่อสารทุกรูปแบบ (เทื้อน ทองแก้ว, 2563) ในส่วนของด้านการเรียนออนไลน์ที่มีการเข้าถึงเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและอุปกรณ์การสื่อสารที่ทันสมัย แต่นักศึกษาขาดความพร้อมในด้านอุปกรณ์การเรียน ทำให้การดำเนินกิจกรรมการเรียนการสอนไม่สามารถดำเนินการได้อย่างเต็มที่ (เมษา พูลสวัสดิ์, 2559) อีกทั้งยังเห็นถึงพฤติกรรมของนักศึกษาที่มีการเปลี่ยนแปลงไปจากการเรียนรูปแบบปกติ เช่น อาจทำให้

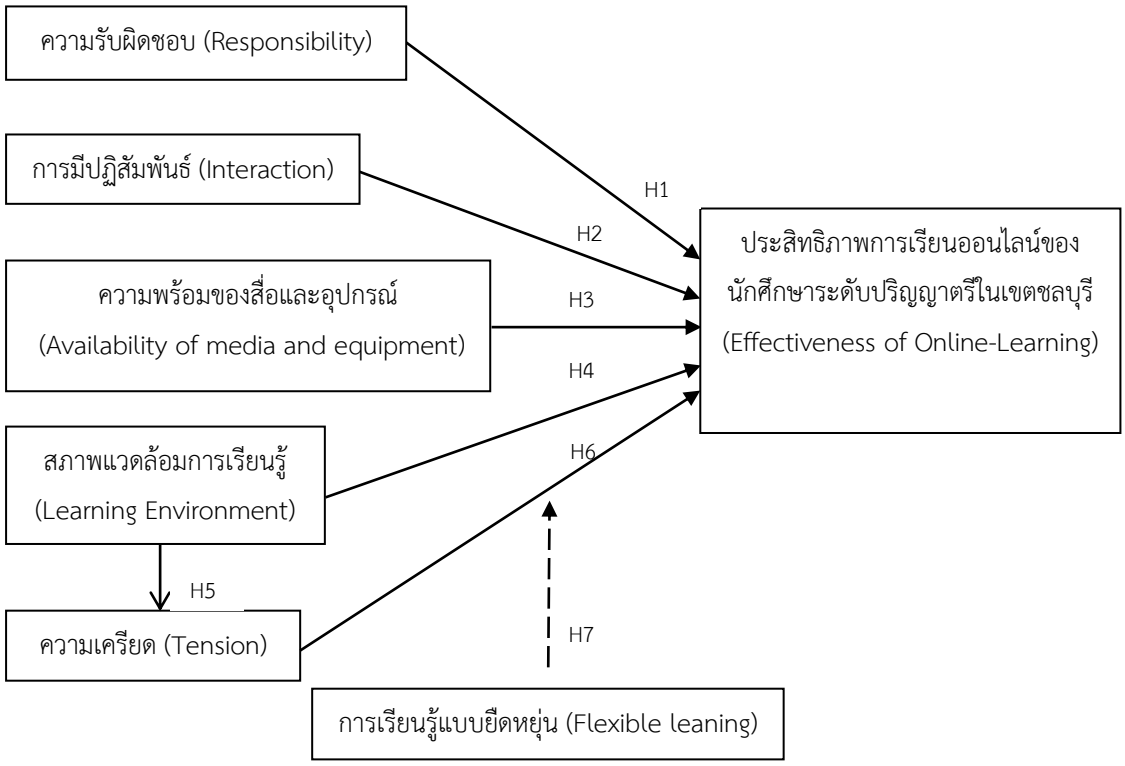
ผู้เรียนมีความรับผิดชอบที่แสดงถึงความสนใจ เอาใจใส่ในการเรียน เนื้อหาและอาจารย์ผู้สอนน้อยลงมีผลมาจากการเรียนการสอนรูปแบบออนไลน์ (ณัฐปคัลภ์ แซ่เอี้ย, 2562)

การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการเรียนเป็นรูปแบบออนไลน์มีผลกระทบทางการศึกษาอย่างมาก จากการศึกษาปัญหาของนักศึกษาในเขตชลบุรี พบว่า ประสิทธิภาพของการเรียนที่ยังมีไม่เพียงพอ สภาพแวดล้อมที่ไม่อำนวยต่อการเรียนออนไลน์รวมถึงอุปกรณ์การเรียนและการสนับสนุนด้านอื่นๆจากทางมหาวิทยาลัย ดังนั้น ปัญหาจากปัจจัยต่าง ๆ จึงส่งผลต่อประสิทธิภาพในการเรียนออนไลน์ของนักศึกษาในเขตชลบุรีที่เกิดขึ้นจากสถานการณ์ COVID-19 ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการเรียนออนไลน์ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตชลบุรี เพื่อเตรียมความพร้อมในการเรียนการสอนในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 และพัฒนาผลลัพธ์การเรียนรู้ (Learning Outcomes) สามารถนำองค์ความรู้ที่ได้ไปเป็นแนวทางในการพัฒนาและประยุกต์ใช้ในการจัดการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพตามวัตถุประสงค์ของการเรียนรู้ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการเรียนออนไลน์ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ของนักศึกษาปริญญาตรีในเขตชลบุรี

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยนี้ คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี ในเขตชลบุรีจำนวน 64,875 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยนี้ คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งผู้วิจัยคำนวณกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane (1963) ได้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามความคิดเห็น ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นตามกรอบของการวิจัยเรื่อง“ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการเรียนออนไลน์ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในเขตชลบุรี” ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-lists) จำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ มหาวิทยาลัยที่ท่านสังกัด ชั้นปีที่กำลังศึกษา และอุปกรณ์ที่ใช้ในการเรียนออนไลน์

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับ สภาพการเรียนการสอนรูปแบบออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในเขตชลบุรี มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check lists) จำนวน 7 ข้อ ประกอบด้วย สถานที่พักอาศัยที่ใช้ในการเรียนออนไลน์ รูปแบบการเรียนการสอนออนไลน์ โปรแกรมที่ใช้ในการเรียนออนไลน์ สัญญาณอินเทอร์เน็ตที่ใช้ในการเรียนออนไลน์ คุณภาพสัญญาณอินเทอร์เน็ตที่ใช้ในการเรียนออนไลน์ ช่วงที่ใช้เวลาในการเรียนออนไลน์ ระยะเวลาที่ใช้ในการเรียนออนไลน์

ตอนที่ 3 ด้านความรับผิดชอบ ด้านการมีปฏิสัมพันธ์ ด้านสภาพแวดล้อม,ทางการเรียน ด้านความเครียด ด้านความพร้อมของสื่อและอุปกรณ์ ด้านการเรียนรู้แบบยืดหยุ่น ด้านประสิทธิภาพการเรียนออนไลน์ ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการเรียนออนไลน์ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในเขตชลบุรี เป็นแบบสอบถามลักษณะมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแบ่งระดับความคิดเห็นเป็น 5 ระดับจำนวน 42 ข้อ

วิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยตามลำดับ ดังนี้

1. ศึกษาเนื้อหาข้อมูลจากตำรา เอกสาร วารสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดที่กำหนด และนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย เพื่อพิจารณาความเหมาะสมความถูกต้องของการใช้ภาษาและครอบคลุมเนื้อหาของการวิจัย

2. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและครอบคลุมเนื้อหาของการวิจัย โดยมีผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ทำการพิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยคำนวณหาค่า IOC (The Index of Item-Objective Congruence)

โดยมีค่า IOC ของแบบสอบถามรายข้ออยู่ระหว่าง 0.67-1.00 ค่า IOC ของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.93

3. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มนักศึกษาที่มีคุณสมบัติคล้ายกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Alpha Coefficient) ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของแบบสอบถามทั้งฉบับ เท่ากับ 0.95 ซึ่งค่ามากกว่า 0.70 เป็นค่าที่ยอมรับได้ (Nunnally, 1978) และนำผลที่ได้จากการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยอีกครั้ง เพื่อปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำแล้วจัดทำเป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลตามกลุ่มตัวอย่างต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้ได้ใช้วิธีการสำรวจผ่านแบบสอบถามออนไลน์ (Survey) โดยใช้กลุ่มนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในเขตชลบุรี ซึ่งการใช้แบบสอบถามออนไลน์ทำให้สามารถกระจายการสำรวจ เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการเรียนออนไลน์ โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลผ่าน Google Forms เป็นการเก็บแบบสอบถาม 400 ชุด ใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลในเดือนธันวาคม 2564 จากนั้นนำไปวิเคราะห์ข้อมูลสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปคอมพิวเตอร์จากข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติ

ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามลักษณะของแบบสอบถามในแต่ละตอน ดังนี้

1. วิเคราะห์สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

2. วิเคราะห์ระดับความคิดเห็นตามลักษณะมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยการหาค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบความเรียง โดยใช้เกณฑ์แปลความหมายของค่าเฉลี่ยการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ทั้ง 5 ระดับ

3. วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการเรียนออนไลน์ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตชลบุรี โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นอย่างง่ายและการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ

ผลการวิจัย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการเรียนออนไลน์ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตชลบุรี

ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการเรียนออนไลน์ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตชลบุรี

ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย			
	ตัวแปร	**Collinearity Statistics**	
		Tolerance	**VIF**
1	ด้านความรับผิดชอบ	0.59	1.71
	ด้านการมีปฏิสัมพันธ์	0.51	1.95
	ด้านสภาพแวดล้อม	0.53	1.90
	ด้านความเครียด	0.87	1.16
	ด้านความพร้อมของสื่อ	0.54	1.87
	ด้านการเรียนรู้แบบยืดหยุ่น	0.56	1.79

จากตารางที่ 1 Coefficients จะแสดงค่า Tolerance และ VIF (Variance Inflation Factor) ซึ่งค่าTolerance จะต้องมีค่ามากกว่า 0 และค่า VIF ต้องน้อยกว่า 10 ซึ่งจากตาราง 4.2 พบว่ามีค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.51-0.87 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0 และค่า VIF อยู่ระหว่าง 1.12-1.95 ซึ่งน้อยกว่า 10 จึงไม่เกิดปัญหาสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) หมายความว่า ตัวแปรต้น คือ ด้านความรับผิดชอบ ด้านการมีปฏิสัมพันธ์ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านความเครียด, ด้านความพร้อมของสื่อ ด้านการเรียนรู้แบบยืดหยุ่น ไม่มีความสัมพันธ์กันหรือเป็นอิสระจากกัน

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการเรียนออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตชลบุรี

ตัวแปร	**B**	**Beta**	**t**	**P-value**
ค่าคงที่	0.21		0.75	0.46
ด้านความรับผิดชอบ	-0.17	-0.11	-2.28	0.02
ด้านการมีปฏิสัมพันธ์	0.32	0.27	5.07	0.00
ด้านสภาพแวดล้อม	-0.13	-0.10	-1.83	0.07
ด้านความเครียด	0.26	0.26	6.21	0.00
ด้านความพร้อมของสื่อ	0.02	0.02	0.30	0.77
ด้านการเรียนรู้แบบยืดหยุ่น	0.52	0.44	8.60	0.00

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการเรียนออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตชลบุรี (ต่อ)

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
Constant	3.34	.04	76.20	.00	3.25	3.42
IV	.32	.05	6.11	.00	.22	.43
LEARN	-.08	.06	-1.31	.19	-.20	.04
Int_1	.25	.05	4.88	.00	.15	.34

จากตารางที่ 2 โดยผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการเรียนออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตชลบุรี จากการวิเคราะห์ตัวแปรด้านความรับผิดชอบ ด้านการมีปฏิสัมพันธ์ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านความเครียด ด้านความพร้อมของสื่อ และด้านการเรียนรู้แบบยืดหยุ่น โดยทำการพิจารณาจากค่านัยสำคัญ (P-Value หรือค่า Sig.) กำหนดไว้ว่าค่าไม่เกิน .05 พบว่า ตัวแปรที่มีระดับนัยสำคัญ คือ ด้านการเรียนรู้แบบยืดหยุ่นที่ระดับนัยสำคัญ .00 ด้านการมีปฏิสัมพันธ์ที่ระดับนัยสำคัญ .00 ด้านความเครียดที่ระดับนัยสำคัญ .00 ด้านความรับผิดชอบที่ระดับนัยสำคัญ .02 และตัวแปรที่ไม่มีระดับนัยสำคัญ คือ ด้านความพร้อมของสื่อที่ระดับนัยสำคัญ .77 ด้านสภาพแวดล้อมที่ระดับนัยสำคัญ .07 และได้ทำการพยากรณ์ตัวแปรอิสระที่มีผลต่อตัวแปรตามด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (Beta) พบว่า ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์หรือมีอิทธิพลต่อ ประสิทธิภาพการเรียนออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตชลบุรีได้มากที่สุด คือ ด้านการเรียนรู้แบบยืดหยุ่น (Beta=0.44, P=0.00) รองลงมา คือ ด้านการมีปฏิสัมพันธ์ (Beta=0.27, P=0.00), ด้านความเครียด (Beta=0.26, P=0.00) และมีอิทธิพลน้อยที่สุด คือ ด้านความรับผิดชอบ (Beta=-0.11, P=0.02)

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ตัวแปรกำกับ Conitional effect

LEARN	EFFECT	se	t	p	LLCI	ULCI
-.78	.14	.07	1.86	.06	-.01	.28
.00	.32	.05	6.11	.00	.22	.43
.77	.51	.06	8.78	.00	.40	.63

จากตารางที่ 3 พบว่า ตัวแปรกำกับมีนัยสำคัญที่ .00 แสดงให้เห็นว่าการเรียนรู้แบบยืดหยุ่นเป็นตัวแปรกำกับกล่าวคือการเรียนรู้แบบยืดหยุ่นมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการเรียน ออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตชลบุรีโดยมีความเครียดเข้ามามีปฏิสัมพันธ์ร่วมเสมอ โดยอาจส่งผลเพียงแค่บางส่วน จากการทดสอบสมมุติฐานด้วยการวิเคราะห์ตัวแปรกำกับด้วยปัจจัย ด้านเรียนรู้แบบยืดหยุ่น

สามารถเป็นตัวแปรกำกับระหว่างความเครียดกับประสิทธิภาพในการเรียน ออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตชลบุรีโดยการใช้โปรแกรม PROcessMacro ยึดตาม Template ของ Hayes ซึ่งสำหรับงานวิจัยนี้ใช้โมเดลหมายเลข 1 ซึ่งเป็น การวิเคราะห์ตัวแปรกำกับอย่างง่ายที่สุด และจากการทดสอบความสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยด้านการ เรียนรู้แบบยืดหยุ่นสามารถเป็นตัวแปรกำกับระหว่างความเครียดและประสิทธิภาพในการเรียนออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตชลบุรี

อภิปรายผล

1. ปัจจัยด้านการเรียนรู้แบบยืดหยุ่น (Flexible Leaning) สามารถเป็นตัวแปรกำกับระหว่างปัจจัยด้านความเครียด (Tension) กับปัจจัยด้านประสิทธิภาพในการเรียนออนไลน์ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตชลบุรี พบว่าปัจจัยด้านความเครียดและปัจจัยด้านประสิทธิภาพในการเรียนออนไลน์มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการเรียนรู้แบบยืดหยุ่นที่เข้ามาเป็นตัวแปรกำกับเนื่องจากการการเรียนการสอนรูปแบบออนไลน์มีความเครียดเกิดขึ้นส่งผลให้ประสิทธิภาพในการเรียนออนไลน์ของผู้เรียนลดลง ทำให้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการเรียนการสอนที่มีความยืดหยุ่นและเอื้อต่อการเรียนในรูปแบบออนไลน์มากขึ้น โดยผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้ทุกเวลาทุกสถานที่ มีการนำการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการจัดการเรียนรู้ และการเรียนรู้แบบยืดหยุ่นเป็นการเรียนรู้ที่ประหยัดเวลา ค่าเดินทาง ทำให้ผู้เรียนไม่รู้สึกอึดอัด รู้สึกถึงการเรียนที่มีความสุข ทำให้สถาบันการศึกษามีการลดหย่อน กฎระเบียบ ข้อบังคับในการเรียนออนไลน์ ทำให้เห็นว่าผู้สอนและผู้เรียนมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมการเรียนรู้และไม่มีข้อจำกัดทางด้านเวลา สถานที่ เนื้อหาส่งผลให้ความเครียดของผู้เรียนนั้นลดลงทำให้ผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่ดีและเกิดประสิทธิภาพในการเรียนรู้รูปแบบออนไลน์ สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง “ผลของอีเลิร์นนิงต่อการเรียนรู้ทางวิชาการของนักศึกษาในระดับมหาวิทยาลัย” พบว่า การจัดสรรเวลาในการเรียนรู้ทางออนไลน์มีความยืดหยุ่นกับนักศึกษา และเป็นแรงจูงใจให้นักศึกษามีความรับผิดชอบต่องานและหน้าที่ของนักศึกษาโดยที่นักศึกษาไม่รู้สึกกดดันและมีความสุขกับการเรียนรู้ทางออนไลน์ที่ได้รับการยืดหยุ่น ทำให้นักศึกษารู้สึกถึงความสะดวกสบายและส่งผลต่อความเครียดกับการเรียนรู้ทางออนไลน์ลดลง (Salamat, Ahmad ,Bakht and Saifi, 2018)

2. ปัจจัยด้านการมีปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการเรียนออนไลน์ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตชลบุรี พบว่าในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 มหาวิทยาลัยทุกแห่งหยุดการเรียนการสอนแบบปกติแล้วปรับเป็นการเรียนการสอนแบบออนไลน์ทั้งหมดส่งผลให้การมีปฏิสัมพันธ์ในห้องเรียนเปลี่ยนเป็นรูปแบบออนไลน์ การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนกับผู้สอนถือเป็นสิ่งสำคัญในการช่วยให้ผู้เรียนสามารถปรับตัวได้ในช่วงการเรียนออนไลน์ จึงจำเป็นต้องสร้างบรรยากาศเสมือนในชั้นเรียน โดยมีการรับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ติดต่อ สื่อสารและใช้เวลาร่วมกับผู้เรียนในห้องเรียนออนไลน์ พยายามซักถามผู้สอนให้เข้าใจ ทำให้

เกิดการมีปฏิสัมพันธ์และการเรียนรู้ที่ดีส่งผลต่อประสิทธิภาพในการเรียนออนไลน์อีกด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของนิตยา มณีวงศ์ (2564) เรื่อง ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยความสำเร็จการเรียนออนไลน์แอปพลิเคชันไลน์ในช่วงวิกฤต COVID-19 พบว่าผู้เรียนมีความไม่พร้อมที่จะซักถาม แสดงความคิดเห็น กระตือรือร้น ใฝ่รู้ เนื่องจากการตอบคำถามเป็นการตอบที่รวดเร็ว ไม่มีช่องว่างของการรอคำตอบจากผู้เรียน ทำให้ผู้เรียนมีความไม่พร้อมในการตอบคำถามในช่วงขณะนั้น จึงส่งผลให้เกิดการขาดการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนกับผู้สอนและเมื่อเป็นวิชาที่ยากต่อความเข้าใจ การเรียนออนไลน์ก็จะส่งผลทำให้ประสิทธิภาพของการเรียนลดลง

3. ปัจจัยด้านความเครียด (Tension) ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการเรียนออนไลน์ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตชลบุรี พบว่าในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ทำให้การจัดการเรียนการสอนเป็นไปอย่างจำกัด ส่งผลกระทบต่อการปรับตัวและความเครียดของนักศึกษาตามมาในหลาย ๆ ด้าน เช่น นักศึกษารู้สึกวิตกกังวลเพราะเกิดความไม่เข้าใจในบทเรียน ขาดแรงจูงใจในการเรียน ไม่มีความสุขในการเรียนและมีไม่มีทางออกเมื่อพบเจอกับปัญหาการเรียนในรูปแบบออนไลน์ เป็นต้น ซึ่งปัจจัยดังกล่าวนั้นได้ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการเรียนออนไลน์ สอดคล้องกับงานวิจัยของสถาบันวิจัยและบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ (2563) เรื่องการเรียนออนไลน์ในสถานการณ์ COVID-19 พบว่า นักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครมีความเครียดในการเรียนออนไลน์ในช่วงสถานการณ์การระบาดของโรค COVID-19 อยู่ในระดับสูง ซึ่งสาเหตุที่ทำให้เกิดความเครียด 3 อันดับแรก คือ 1) การเรียนออนไลน์ทำให้ความตั้งใจและสมาธิต่อการเรียนลดน้อยลง 2) ความไม่เข้าใจในเนื้อหาวิชาที่เรียน 3) วิชาบางวิชามีเนื้อหาที่ไม่เหมาะกับการเรียนการสอนออนไลน์

4. ปัจจัยด้านความรับผิดชอบ (Responsibility) ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการเรียนออนไลน์ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตชลบุรี พบว่าปัจจัยด้านความรับผิดชอบในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ที่มีสถานการณ์แตกต่างออกไปจากการเรียนรูปแบบปกติ การทำแบบทดสอบ ชิ้นงานและการสอบผ่านรูปแบบออนไลน์ทั้งสิ้น แต่ความรับผิดชอบต่อการศึกษาเล่าเรียน พบว่า ปัจจัยด้านความรับผิดชอบในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ที่มีสถานการณ์แตกต่างออกไปจากการเรียนรูปแบบปกติ การทำแบบทดสอบ ชิ้นงานและการสอบผ่านรูปแบบออนไลน์ทั้งสิ้น แต่ความรับผิดชอบต่อการเรียนออนไลน์ไม่ต่างจากการเรียนในรูปแบบปกติ อาจเนื่องมาจากเป้าหมายในการศึกษาในระดับมหาวิทยาลัยของนักศึกษา ไม่ว่าจะเป็นเพศหญิงหรือเพศชาย ทุกคนมีจุดมุ่งหมายในการศึกษาที่เป็นแรงผลักดันส่งผลต่อตัวบุคคลให้เกิดความรับผิดชอบในการตั้งใจเรียนและความมุ่งมั่นเพื่อบรรลุเป้าหมายในการศึกษา (ณัฐปคัลภ์ แซ่เอี้ย, 2562)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผลจากการวิจัยด้านการเรียนรู้แบบยืดหยุ่น เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า การเรียนรู้แบบยืดหยุ่นมีความสัมพันธ์กับความเครียดเกิดขึ้นส่งผลให้ประสิทธิภาพในการเรียนออนไลน์ของผู้เรียนลดลง เป็นปัญหาและมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการเรียนออนไลน์มากที่สุด ดังนั้น ควรมีการเรียนการสอนที่มีความยืดหยุ่นและเอื้อต่อการเรียนในรูปแบบออนไลน์มากขึ้น โดยผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้ทุกเวลาทุกสถานที่ มีการนำการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการจัดการเรียนรู้ทำให้ผู้เรียนไม่รู้สึกอึดอัดและรู้สึกถึงการเรียนที่มีความสุขไม่ก่อให้เกิดความเครียดที่เป็นผลต่อประสิทธิภาพการเรียนออนไลน์

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาแบบเชิงลึกหรือใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์ควบคู่กับการเก็บข้อมูลโดยการใช้แบบสอบถาม เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มายืนยันผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ เพื่อให้การแปลความหมายเกิดความถูกต้องและแม่นยำ ทำให้ผลการศึกษามีความถูกต้องและชัดเจนมากขึ้น

2. ควรมีการพัฒนาโปรแกรมการเรียนรู้ออนไลน์ให้ทันสมัย และตอบสนองความต้องการทั้งนักศึกษาและอาจารย์ผู้สอน รวมถึงลดความท้าทายที่นักศึกษาต้องเผชิญในการเรียนออนไลน์ให้น้อยลง เนื่องจากในอนาคตการเรียนรู้ออนไลน์จะกลายเป็นเรื่องปกติที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน

3. ควรทำการศึกษาพฤติกรรมของนักศึกษาเพิ่มเติม เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมที่แท้จริงของนักศึกษาและเป็นข้อมูลพื้นฐานในการปรับปรุงคุณภาพการเรียนออนไลน์

เอกสารอ้างอิง

กาญจนา บุญภักดิ์. (2563). *การจัดการเรียนรู้ยุค New Normal.* **วารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม,** 19(2): 1-6.

ณัฐปคัลภ์ แซ่เอี้ย. (2562). **พฤติกรรมการตั้งใจเรียนออนไลน์ในสถานการณ์โควิด-19 ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร.** การวิจัยรายบุคคล คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์.

เทื้อน ทองแก้ว. (2563). *การออกแบบการศึกษาในชีวิตวิถีใหม่.* **ครุรุสภาวิทยาจารย์,** 1(2), 1-10.

นิตยา มณีวงศ์. (2564). *ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยความสำเร็จการเรียนออนไลน์แอพพลิเคชันไลน์ในช่วงวิกฤต COVID-19.* **ครุศาสตร์สาร,** 15(1): 161-173.

มนธิชา ทองหัตถา. (2564). *สภาพการจัดการเรียนรู้แบบออนไลน์ในสถานการณ์การแพร่ระบาดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของครูกลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ โรงเรียนปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช.* **วารสารลวะศรี,** 5(1): 43-52.

สุรชัย โชคครรชิตไชย. (2563). *โควิด-19: การระบาดระลอกใหม่ในประเทศไทยปลายปี 2563.* **วารสารสมาคมเวชศาสตร์ป้องกันแห่งประเทศไทย,** 10(3): ง-จ.

Nunnally, J.C. (1978). **Psychometric Theory.** 2nd ed. New York: McGraw-Hill.

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

การพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

The Development of Characteristics of being Social Media Influencers for High School Students

รัฐธณา ปลิวศรีแก้ว
นิสิต สาขาวิชาสังคมศึกษา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
E-mail: ratthana.psk@g.swu.ac.th
อชิระ อุตมาน
อาจารย์ประจำภาควิชาสังคมวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
E-mail: achirau@swu.ac.th
ญาณินี ไพทยวัฒน์
อาจารย์ประจำภาควิชาประวัติศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
E-mail: yaninie@swu.ac.th
Ratthana Plewsrikaew
Student, Social Studies Education, Faculty of Social Sciences, Srinakharinwirot University
Achira Uttaman
Lecturer, Department of Sociology, Faculty of Social Sciences, Srinakharinwirot University
Yaninie Phaithayawat
Lecturer, Department of History, Faculty of Social Sciences, Srinakharinwirot University

รับเข้า: *6 มิถุนายน 2565* **แก้ไข:** *26 มิถุนายน 2565* **ตอบรับ:** *30 มิถุนายน 2565*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย และ 2) ประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนมัธยมวัดสิงห์ จำนวน 13 คน ที่สนใจและเข้าร่วมกิจกรรม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ กิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพล

ทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) แบบสัมภาษณ์ และแบบประเมิน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า 1) กิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ที่พัฒนาขึ้น มีกิจกรรม 6 ขั้น ได้แก่ 1. รู้จักฉัน รู้จักเธอ 2. ชีวิตบนโลกออนไลน์ 3. กว่าจะเป็น Influencer 4. กิจกรรม Workshop 5. กด Like กด Share เผยแพร่ความรู้ และ 6. ประเมินผลการจัดกิจกรรม 2) การประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนหลังเข้าร่วมกิจกรรม พบว่า 1. หลังเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) นักเรียนประเมินตนเองว่ามีคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับมาก 2. หลังเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ผู้วิจัยประเมินนักเรียนว่ามีคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ: คุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ กิจกรรมพัฒนาผู้เรียนผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์

Abstract

The objectives of this research were to 1) develop characteristics of being social media influencers for high school students and 2) assess characteristics of being social media influencers for high school students. The sample group was 13 high school students of Mathayomwatsing School who were interested in the characteristics of being social media influencers and applied to participate in the characteristics of being social media influencer activity. The research instrument was an interview form and an assessment form. The statistics used in the data analysis were mean and standard deviation.

The research findings were as follows: 1) The developing characteristics of being a social media influencer activity process are composed of six steps: 1. Get to know each other; 2. How to live life on social media?; 3. Ways of Influencer; 4. Workshop; 5. Sharing knowledge; and 6. Assessment of activities. 2) The assessment of characteristics of being social media influencers for high school students finds that: 1. After students participated in the developing characteristics of being social media influencer activity, they were self-assessed to possess the characteristics of being social media influencers at a high level.

2. After the students participated in the characteristics of being social media influencers activity, the researcher evaluated the students to have the characteristics of being social media influencers at the highest level.

keywords: characteristics of being social media influencers, student developing activity, social media influencers

บทนำ

ปัจจุบันนักเรียนดำรงชีวิตอยู่ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของโลกตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นเทคโนโลยี นวัตกรรม การเมือง เศรษฐกิจ สังคม ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของโลกทำให้ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) มีบทบาทและส่งผลต่อการใช้ชีวิตประจำวันของคนในสังคมเป็นอย่างมาก (Eric Dahan, 2016) ยิ่งไปกว่านั้นสถานการณ์โลกในปัจจุบันมีแนวโน้มว่าวิถีชีวิตของเราจะต้องปรับเปลี่ยนเป็นในรูปแบบของออนไลน์ มีการรวมกลุ่มบนสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter, Instagram, YoutTube และ Tiktok ฯลฯ (อาทิตยา อย่างอิ่น, 2564: 6) ซึ่งนักเรียนส่วนใหญ่มีความเชี่ยวชาญและคุ้นชินกับการดำรงชีวิตบนโลกออนไลน์อยู่แล้ว แสดงให้เห็นว่านักเรียนมีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์ มีการปรับตัวในการดำรงชีวิต เรียนรู้พัฒนาตนเองเพื่อให้เท่าทันต่อกระแสโลก แต่ถ้านักเรียนใช้เทคโนโลยีไม่ถูกทาง อาจจะส่งผลเสียต่อตัวนักเรียนและสังคมได้

สิ่งสำคัญที่จะทำให้นักเรียนสามารถดำรงชีวิตอยู่บนโลกแห่งการเปลี่ยนแปลงนี้ได้คือ การพัฒนานักเรียนให้เกิดคุณลักษณะสำคัญต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นทักษะการคิดเชิงวิพากษ์ การตัดสินใจ การแก้ปัญหาอย่างมีเหตุและผล การคิดพิจารณาถึงผลดี ผลเสีย การคิดไตร่ตรอง ใฝ่เรียนรู้อย่างรอบด้าน การคิดอย่างสร้างสรรค์ รวมทั้งการยอมรับในความแตกต่าง การพัฒนานักเรียนให้พร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงและสามารถปรับตัวได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้นจะต้องเริ่มต้นจากการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน ครูจึงเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนานักเรียนให้เกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ครูจะต้องจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ให้ผู้เรียนได้ศึกษาโดยการค้นคว้าและอภิปรายเป็นหลัก ให้ผู้เรียนได้แสดงความคิดเห็นในเชิงวิพากษ์ เพื่อแสวงหาแนวทางแก้ปัญหา เชื่อมโยงสิ่งที่อยู่ในชีวิตประจำวันของผู้เรียนเข้ากับการเรียนรู้ ให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติจริงและสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเองจนสามารถเกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนานักเรียนให้เกิดคุณลักษณะสำคัญที่วิเคราะห์ สังเคราะห์ และถอดบทเรียนได้จากผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคม

ออนไลน์ (Influencer) ต้นแบบ ผู้วิจัยจึงดำเนินการออกแบบและจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาและประเมินนักเรียนให้เกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) นั่นคือ กิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) เป็นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักเรียนได้ลงมือปฏิบัติจริง ศึกษา แลกเปลี่ยนความรู้ ความชื่นชอบ รวมถึงประเด็นอื่น ๆ ที่ตนเองถนัดและสนใจร่วมกัน เชิญวิทยาการบรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับกฎเกณฑ์ กติกา ข้อควรระวัง แนวทางในการสื่อสาร การเผยแพร่ข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์อย่างถูกต้องและมีความรับผิดชอบต่อสังคม เรียนรู้แนวคิด กระบวนการ วิธีการ กลยุทธ์ แนวทางของผู้ทรงอิทธิพลทางคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ต้นแบบในการพัฒนาตนเองให้เกิดคุณลักษณะและทักษะต่าง ๆ จากสื่อวิดีทัศน์ วิทยากร รวมทั้งให้นักเรียนได้ผลิตสื่อ นำเสนอเนื้อหาสาระเกี่ยวกับความเป็นท้องถิ่นของโรงเรียนมัธยมวัดสิงห์และชุมชนโดยรอบ เผยแพร่ในสื่อสังคมออนไลน์ ให้นักเรียนได้สร้างสรรค์สื่อในรูปแบบของตนเองตามความถนัดและความสนใจ จากนั้นจึงทำการประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียน ซึ่งเป็นคุณลักษณะสำคัญและจำเป็นของการดำรงชีวิตทั้งในโลกความเป็นจริงและโลกออนไลน์ อีกทั้งยังเป็นการเปิดโอกาสให้นักเรียนได้ลงมือผลิตสื่อสร้างสรรค์และเป็นประโยชน์ต่อสังคม เผยแพร่ความรู้สู่สาธารณะ เตรียมตนเป็นพลโลก รวมถึงนักเรียนจะได้ฝึกฝนและพัฒนาตนเองให้เกิดความเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) เพื่อเป็นการค้นหาตนเอง เป็นแนวทางในการเลือกศึกษาต่อในระดับการศึกษาที่สูงขึ้น และการเลือกประกอบอาชีพในอนาคตของนักเรียนด้วย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย
2. เพื่อประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการกำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ใช้ระเบียบวิธีในการวิจัยแบบวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) โดยใช้วงจรคุณภาพ (PDCA) เป็นแนวทางในการวิจัย ซึ่งมี 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ขั้นวางแผน (Plan) 2) ขั้นปฏิบัติ (Do) 3) ขั้นตรวจสอบ (Check) 4) ขั้นการดำเนินงานให้เหมาะสม (Act) จำนวน 1 รอบ ในขั้นที่ 2 คือ ขั้นปฏิบัติ (Do) จะปฏิบัติตามแผนการดำเนินงานทั้งหมด 6 วงจรอย่างต่อเนื่องทุกขั้นตอน เพื่อนำผลการดำเนินงานในแต่ละขั้นมาปรับปรุงแผนการปฏิบัติในขั้นตอนต่อไป

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ นักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4–6 โรงเรียนมัธยมวัดสิงห์ เขตจอมทอง กรุงเทพมหานคร จำนวน 1,527 คน (โรงเรียนมัธยมวัดสิงห์, 2564) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4–6 โรงเรียนมัธยมวัดสิงห์ ที่มีความสนใจและสมัครเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) จำนวน 13 คน ด้วยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยใช้การสัมภาษณ์นักเรียนที่สมัครเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ซึ่งผู้วิจัยจะเป็นผู้ที่คัดเลือกนักเรียนจากการตอบคำถามของนักเรียนเกี่ยวกับความสนใจ ความต้องการในการเข้าร่วมกิจกรรม ประสบการณ์การเป็นผู้นำ

รวมถึงพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ นักเรียนคนใดสามารถแสดงทัศนคติได้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของกิจกรรมจะได้รับการคัดเลือกให้เป็นกลุ่มตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบไปด้วย 1) กิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) 2) แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับความต้องการและเป้าหมายของนักเรียนในการเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) และ 3) แบบประเมินคุณลักษณะเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยดำเนินการตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

2. เพื่อประเมินคุณลักษณะการผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยการวิเคราะห์คะแนนจากแบบประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) และนำมาสรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัย

1. การพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

การพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ประกอบด้วยส่วนสำคัญ 4 ประการ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1.1 หลักการ

1) เป็นกิจกรรมที่ให้นักเรียนได้พัฒนาตนเองอย่างรอบด้านเต็มตามศักยภาพ ตามความสนใจ ความถนัด ความต้องการ เหมาะสมกับวัยและวุฒิภาวะ

2) การเปิดโอกาสให้นักเรียนได้ลงมือปฏิบัติ สร้างสรรค์ผลงานด้วยตนเอง

3) การเปิดโอกาสให้นักเรียนได้มีส่วนร่วมทุกขั้นกิจกรรม

1.2 วัตถุประสงค์

เพื่อพัฒนานักเรียนให้เกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)

1.3 ขั้นกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ประกอบไปด้วย 6 ขั้นกิจกรรม ซึ่งในแต่ละขั้นกิจกรรมมีการดำเนินการตามวงจรคุณภาพ (PDCA) มีผลการวิจัยดังนี้

1) รู้จักฉัน รู้จักเธอ โดยผู้เรียนจะได้แลกเปลี่ยนความชื่นชอบ ความรู้ ประเด็นต่าง ๆ ที่ตนเองถนัดและสนใจร่วมกัน เนื่องจากกิจกรรมนี้เป็นกิจกรรมแรกทำให้บรรยากาศยังไม่เป็นกันเองเท่าที่ควร พบว่า นักเรียนที่ไม่มีกลุ่มเพื่อนเข้าร่วมด้วย ยังไม่กล้าแสดงความคิดเห็นมากนัก ผู้วิจัยจึงต้องชวนพูดคุยในประเด็นที่นักเรียนชื่นชอบและสนใจ เช่น ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ที่นักเรียนชื่นชอบ เป้าหมายในอนาคตของนักเรียน ความสามารถพิเศษ เป็นต้น นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ทำการเปิดโอกาสให้นักเรียนที่ความชื่นชอบและสนใจในการที่คลึงคล้ายกันได้พูดคุยแลกเปลี่ยนกัน เช่น ศิลปินเกาหลี ประวัติศาสตร์ วรรณคดีไทย การตัดต่อวิดีทัศน์ การออกแบบกราฟฟิก เป็นต้น ซึ่งทำให้บรรยากาศในการทำกิจกรรมเริ่มผ่อนคลายและราบรื่นขึ้น

2) ชีวิตบนโลกออนไลน์ โดยให้วิทยากรเป็นผู้ให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการใช้อินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์ แนวทางในการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างถูกต้องและมีความรับผิดชอบ ซึ่งพบว่านักเรียนให้ความสนใจและความร่วมมือเป็นอย่างดี เปิดโอกาสให้นักเรียนได้ถามในประเด็นที่ตนเองเผชิญหรือสงสัย เนื่องจากเนื้อหาของกิจกรรมเป็นเรื่องที่ใกล้ตัวนักเรียนและวิทยากรเป็นผู้มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย สามารถตอบคำถามนักเรียนได้ตรงประเด็น อีกทั้งยังมีเทคนิคในการบรรยายที่กระตุ้นนักเรียนให้เกิดความสนใจอยู่เสมอ นักเรียนส่วนใหญ่กระตือรือร้นในการทำกิจกรรม ไม่ว่าจะเป็นการตั้งคำถามในประเด็นคือตนเองสงสัย แสดงความคิดเห็นเมื่อวิทยากรเปิดโอกาสให้พูด รวมถึงการตอบคำถามได้อย่างถูกต้องเมื่อลงมือปฏิบัติในสถานการณ์จำลอง

3) กว่าจะเป็น Influencer โดยวิทยากรเป็นผู้ให้ความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการพัฒนาตนเองให้เกิดทักษะการสื่อสาร เทคนิคการพูด ถอดบทเรียนผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ต้นแบบ รวมถึงการเล่าประสบการณ์กระบวนการทำงานในการผลิตสื่อสร้างสรรค์ ซึ่งพบว่านักเรียนให้ความสนใจและความร่วมมือเป็นอย่างดี โดยเปิดโอกาสให้นักเรียนได้ถามในประเด็นที่ตนเองเผชิญหรือสงสัย เนื่องจากเนื้อหาของกิจกรรมนี้เป็นเรื่องที่นักเรียนสนใจอยู่แล้ว อีกทั้งวิทยากรเป็นผู้มีประสบการณ์ในการพัฒนาตนเองให้เกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) จึงสามารถถ่ายทอดเทคนิคแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับนักเรียนได้เป็นอย่างดี นักเรียนส่วนใหญ่กระตือรือร้นในการทำกิจกรรม ตั้งคำถามในประเด็นที่สงสัย แสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์ของตนเอง รวมถึงการสรุปความรู้ที่ได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรมนี้ได้ สามารถนำมาปรับประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้จริง

4) กิจกรรม Workshop โดยผู้วิจัยให้นักเรียนจับกลุ่มจำนวน 2-5 คน ตามความสมัครใจ จากนั้นจึงให้นักเรียนแต่ละกลุ่มกำหนดและนำเสนอหัวข้อที่ตนเองสนใจภายใต้หัวข้อใหญ่

คือ ความเป็นท้องถิ่นของโรงเรียนมัธยมวัดสิงห์และชุมชนโดยรอบเขตจอมทอง ฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่านักเรียนแต่ละกลุ่มสนใจในหัวข้อที่หลากหลาย เช่น ประวัติศาสตร์ของชุมชนจอมทอง การท่องเที่ยวในฝั่งธนบุรี ร้านอาหารและธุรกิจที่มีชื่อเสียงในฝั่งธนบุรี เป็นต้น ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าธรรมชาติของนักเรียนแต่ละกลุ่มมีความชื่นชอบและความสนใจที่แตกต่างกัน จากนั้นผู้วิจัยจึงให้นักเรียนได้ลงมือปฏิบัติจริง สร้างสรรค์ผลงานด้วยตนเอง ซึ่งในระหว่างที่นักเรียนแต่ละกลุ่มกำลังดำเนินการนั้นผู้วิจัยได้เปิดโอกาสให้นักเรียนได้สอบถาม ขอคำปรึกษาและขอคำแนะนำเมื่อเกิดอุปสรรค ปัญหาในการทำงาน จากการสังเกตพฤติกรรมนักเรียนและสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรน่า (COVID-19) พบว่า นักเรียนเกือบทุกกลุ่มไม่สามารถลงพื้นที่เพื่อหาข้อมูลและถ่ายทำสถานที่จริงได้ จึงทำให้นักเรียนจะต้องปรับเปลี่ยนแผนการทำงาน เช่น กลุ่มที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวฝั่งธนบุรี เดิมนักเรียนวางแผนไว้ว่าจะถ่ายทำลงพื้นที่จริงและเดินทางโดยรถไฟ แต่เนื่องจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรน่า (COVID-19) ทำให้ผู้ปกครองเกิดความกังวลและไม่อนุญาตให้นักเรียนลงพื้นที่จริง ทำให้นักเรียนต้องวางแผนใหม่ ปรับเปลี่ยนจากการถ่ายทำลงพื้นที่จริงเป็นการใช้เครื่องมือทางภูมิศาสตร์ Google Earth แทน ซึ่งเป็นการเดินทางเสมือนจริงทำให้การนำเสนอน่าสนใจมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นการสะท้อนให้เห็นว่านักเรียนสามารถแก้ปัญหาและมีความรู้ ความสามารถในการนำความรู้เดิม ประสบการณ์เดิมมาเชื่อมโยงจนสามารถสร้างสรรค์ผลงานเป็นตนเองได้

5) กด Like กด Share เผยแพร่ความรู้ โดยผู้วิจัยให้นักเรียนแต่ละกลุ่มได้นำเสนอเล่าประสบการณ์ในการทำงานว่ากลุ่มของตนเองมีกระบวนการการทำงานอย่างไร มีจุดเด่นอะไรบ้าง อุปสรรคปัญหาในการทำงานครั้งนี้คืออะไร พร้อมทั้งบอกวิธีการแก้ปัญหา เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ของแต่ละกลุ่ม นำความรู้ไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันและการทำงานในอนาคต อภิปรายร่วมกันถึงจุดเด่นและจุดที่ควรพัฒนาของผลงานนักเรียน พบว่า นักเรียนทุกกลุ่มสามารถสร้างสรรค์ผลงานได้อย่างดี แม้ว่าจะมีปัญหาอุปสรรคก็ตาม แต่นักเรียนทุกกลุ่มสามารถแก้ปัญหาและสร้างสรรค์ผลงานออกมาได้ เช่น กลุ่มที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับร้านอาหารใกล้บ้านของนักเรียน กลุ่มนี้ใช้วิธีการนำเสนอได้อย่างน่าสนใจ คือ การลงพื้นที่จริง มีปฏิสัมพันธ์ สื่อสารพูดคุยกับเจ้าของร้าน มีการใช้น้ำเสียง ภาษา ท่าทางในการพูดที่ดี ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่านักเรียนกลุ่มนี้นำความรู้ ความสามารถจากการเข้าร่วมกิจกรรมมาพัฒนาตนเองจนเกิดเป็นคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) จึงทำให้สามารถผลิตสื่อ สร้างสรรค์ผลงานออกมาได้อย่างถูกต้อง ทว่ายังพบว่า นักเรียนบางกลุ่มที่ยังต้องปรับปรุงแก้ไขผลงานอยู่เล็กน้อย เช่น กลุ่มที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ที่ชุมชนจอมทอง พบว่า วิธีการที่นักเรียนใช้ในการสื่อสารกับผู้ชม มีลักษณะคล้ายคลึงกับการนำเสนองานหน้าชั้นเรียน คือ การใส่รูปภาพแล้วบรรยาย น้ำเสียงราบเรียบ เป็นผล

จากธรรมชาติ บุคลิกภาพของนักเรียนกลุ่มนี้มีความเป็นวิชาการมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ ทำให้ผลงานของกลุ่มนี้มีความน่าสนใจน้อย

6) ประเมินผลการจัดกิจกรรม โดยผู้วิจัยให้นักเรียนทุกคนแสดงความคิดเห็น เล่าประสบการณ์การทำงาน ปัญหาอุปสรรคที่พบ แนวทางในการแก้ปัญหา เล่าความรู้สึกเมื่อผลงานเสร็จสิ้นและได้เผยแพร่ในสื่อสังคมออนไลน์ จากนั้นจึงให้นักเรียนอภิปรายร่วมกันถึงสิ่งที่ได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรมในครั้งนี้ พบว่า นักเรียนทุกคนมีความพึงพอใจในระดับมาก เกิดความภาคภูมิใจในท้องถิ่นของตนเอง และมีความคิดเห็นว่ากิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) สร้างแรงบันดาลใจให้แก่นักเรียนในการพัฒนาตนเองต่อไป อีกทั้งนักเรียนบางคนยังให้ข้อเสนอแนะว่า เป็นกิจกรรมที่ดีควรแก่การจัดกิจกรรมนี้ให้แก่นักเรียนในรุ่นต่อไป จากนั้นผู้วิจัยจึงให้นักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรมทุกคนทำการประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของตนเอง และผู้วิจัยเป็นผู้ประเมินนักเรียนทุกคนด้วยเช่นกัน โดยใช้แบบประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) และเปิดโอกาสให้บุคคลทั่วไปได้ร่วมให้คะแนนผลงานของนักเรียนด้วย

1.4 การวัดและประเมินผลกิจกรรม

1) การวัดและประเมินผลคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนอย่างต่อเนื่องในระหว่างที่ดำเนินการจัดกิจกรรม เช่น การสังเกต การคำถาม การอภิปรายระหว่างนักเรียนกับนักเรียนและนักเรียนกับครูหรือวิทยากร การนำเสนอผลงาน เป็นต้น

2) การวัดและประเมินผลหลังการดำเนินการจัดกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ตามแผนการดำเนินงาน โดยใช้แบบประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)

2. ผลการประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

ผลจากการประเมินที่นักเรียนประเมินตนเองหลังเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) โดยใช้แบบประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยคะแนนคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียน โดยนักเรียนเป็นผู้ประเมินตนเอง

ลำดับที่	หัวข้อ	$\bar{x}$	SD	ความหมาย
1	ด้านการคิดเชิงวิพากษ์	4.52	0.65	มากที่สุด
2	ด้านการตัดสินใจ	4.38	0.77	มาก
3	ด้านการสื่อสาร	4.31	0.79	มาก
4	ด้านการยอมรับในความแตกต่าง	4.67	0.53	มากที่สุด
5	ด้านใฝ่เรียนรู้	4.52	0.66	มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยรวมทั้งหมด		**4.48**	**0.68**	**มาก**

จากตารางที่ 1 พบว่า คะแนนค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย หลังเข้าร่วมกิจกรรมเสร็จสิ้นแล้ว โดยนักเรียนเป็นผู้ประเมินตนเอง ซึ่งคะแนนค่าเฉลี่ยของแต่ละด้าน มีผลดังนี้ การคิดเชิงวิพากษ์อยู่ในระดับมากที่สุด การตัดสินใจอยู่ในระดับมาก การสื่อสารอยู่ในระดับมาก การยอมรับในความแตกต่างอยู่ในระดับมากที่สุด และใฝ่เรียนรู้อยู่ในระดับมาก สรุปคะแนนค่าเฉลี่ยทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับมาก

ผลจากการประเมินที่ผู้วิจัยประเมินนักเรียนหลังเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) โดยใช้แบบประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยคะแนนคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียน โดยผู้วิจัยเป็นผู้ประเมินนักเรียน

ลำดับที่	หัวข้อ	$\bar{x}$	SD	ความหมาย
1	ด้านการคิดเชิงวิพากษ์	4.60	0.51	มากที่สุด
2	ด้านการตัดสินใจ	4.60	0.48	มากที่สุด
3	ด้านการสื่อสาร	4.55	0.54	มากที่สุด
4	ด้านการยอมรับในความแตกต่าง	4.68	0.54	มากที่สุด
5	ด้านใฝ่เรียนรู้	4.46	0.67	มาก
คะแนนเฉลี่ยรวมทั้งหมด		**4.58**	**0.55**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 2 พบว่า คะแนนค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย หลังเข้าร่วมกิจกรรมเสร็จสิ้นแล้ว โดยผู้วิจัยเป็นผู้ประเมินนักเรียน ซึ่งคะแนนค่าเฉลี่ยของแต่ละด้าน มีผลดังนี้ การคิดเชิง

วิพากษ์อยู่ในระดับมากที่สุด การตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด การสื่อสารอยู่ในระดับมากที่สุด การยอมรับในความแตกต่างอยู่ในระดับมากที่สุด และใฝ่เรียนรู้อยู่ในระดับมาก สรุปคะแนนค่าเฉลี่ยทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับมากที่สุด

อภิปรายผล

1. เพื่อพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

ผู้วิจัยได้ออกแบบและพัฒนากิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) เพื่อพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งออกแบบและพัฒนาขึ้นตามวงจรคุณภาพ (PDCA) อย่างมีระบบ มีความต่อเนื่องเป็นลำดับขั้น 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ขั้นวางแผน (Plan) 2) ขั้นปฏิบัติ (Do) 3) ขั้นตรวจสอบ (Check) 4) ขั้นการดำเนินงานให้เหมาะสม (Act) อีกทั้งยังได้มีการปรับปรุงคุณภาพของกิจกรรมตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญอยู่เสมอ ทำให้การจัดกิจกรรมมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของนักเรียน ทำให้นักเรียนเกิดการพัฒนาตนเองจนเกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) มากขึ้นเรื่อย ๆ ตามลำดับจนครบถ้วน แต่ทว่านักเรียนจะเกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) มากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับธรรมชาติ ความแตกต่างของนักเรียน เทคนิค วิธีสอน และสื่อการเรียนรู้ที่ผู้สอนนำมาใช้ในการจัดกิจกรรมด้วย ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายและหลักการของกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน (กระทรวงศึกษาธิการ, 2551) นั่นคือกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน มีเป้าหมายที่มุ่งเน้นพัฒนาผู้เรียนให้เกิดการเรียนรู้ สมรรถนะสำคัญ และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ ปลูกฝังและส่งเสริมจิตสำนึกในการบำเพ็ญตนให้เป็นประโยชน์ต่อสังคม โดยนำความรู้ ทักษะและประสบการณ์ที่ได้จากการทำกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนมาพัฒนาตนเอง และเปิดโอกาสให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผู้เรียนได้มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนด้วย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธีรพงศ์ ทับอินทร์ (2558) ที่ผลการวิจัยพบว่า การใช้วงจรเดมมิ่งในการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 42 มีภาพรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งทำให้นักเรียนมีความรู้ ความสามารถ มีคุณลักษณะต่าง ๆ ครบถ้วนตามหลักสูตรมาตรฐานการศึกษา และสอดคล้องกับความต้องการของนักเรียนด้วย ทั้งนี้แนวคิด ทฤษฎีที่นำมาเป็นพื้นฐานในการออกแบบและพัฒนากิจกรรม ได้แก่ กระบวนการสังคมประกิต (Socialization Process) (ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร, 2545) แนวคิดจิตวิทยาสื่อประสาท (Neuro-Linguistic-Programming: NLP) (อัจฉรา จุ้ยเจริญ, 2557; MindSpring, 2564; LifeEnricher, 2564) ทฤษฎีพัฒนาการเชาวน์ปัญญาของไวก๊อตสกี้ (พยอม ศรีสมัย, 2551; ปิยวรรณ พันธุ์มงคล, 2552) และทฤษฎีพัฒนาการทางสติปัญญาของเพียเจท์ (วิชัย ดิสสระ, 2535; พรรณี

ชูทัยเจนจิต, 2528) กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยเลือกเป็นนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่สนใจเข้าร่วมกิจกรรม เนื่องจากกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) นั้นให้นักเรียนศึกษา เรียนรู้ วิเคราะห์ ถอดบทเรียนจากผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง ครูผู้สอนมีหน้าที่เพียงแค่เป็นผู้อำนวยความสะดวกและเสริมแรงให้เกิดพฤติกรรมที่พึงประสงค์เท่านั้น อีกทั้งเนื้อหาที่ใช้ในการทำกิจกรรมมีความเป็นนามธรรม มีการนำผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) มาเป็นต้นแบบแล้วให้นักเรียนตั้งเป้าหมาย วางแผนการทำงาน ดำเนินงานด้วยตนเองเพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายตามที่ตั้งไว้และสามารถพัฒนาให้นักเรียนเกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) นอกจากนี้เนื้อหาที่ใช้ในการออกแบบและพัฒนากิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ รัฐญา มหาสมุทร และ วรัชญ์ ครุจิต (2559) ที่พบว่า ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์มีกลยุทธ์ต่าง ๆ ในการนำเสนอเนื้อหา การสื่อสาร ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ทันต่อเหตุการณ์ปัจจุบันหรือกระแสสังคม เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ติดตาม กล่าวคือเนื้อหาที่จะใช้ในการจัดกิจกรรมนั้น จะต้องมีการให้ความรู้นักเรียนในเรื่องของกลยุทธ์ เทคนิค แนวทางในการนำเสนอเนื้อหาผลิตสื่อให้น่าสนใจและตรงกับความต้องการของผู้ติดตาม

จะเห็นได้ว่ากิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) นี้มีการดำเนินการอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง ตามแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถช่วยให้นักเรียนเกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ได้อย่างสมบูรณ์และครบถ้วน ซึ่งจุดมุ่งหมายสำคัญของกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) คือ การพัฒนานักเรียนให้เกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ เนื่องจากบริบทการจัดการเรียนรู้วิชาสังคมศึกษาของประเทศไทยมีตัวชี้วัดเข้ามาผูกติดกับรายวิชา จนทำให้ครูขาดความยืดหยุ่นในการออกแบบเนื้อหาเทคนิค วิธีการสอนที่ใช้ในการจัดการเรียนรู้ให้แก่นักเรียน กิจกรรมนี้เป็นกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนประเภทกิจกรรมนักเรียน จึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่ทำให้ครูสามารถส่งเสริม พัฒนานักเรียนได้อย่างเต็มศักยภาพยิ่งขึ้น และยังนักเรียนสามารถมีส่วนร่วมได้อย่างเต็มที่ ตามความถนัดและความสนใจของตนเอง อีกทั้งยังเป็นการเตรียมตัวและการพัฒนานักเรียนให้เกิดจิตสำนึกความเป็นพลโลกอีกด้วย

2. การประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

ผลการประเมินคุณลักษณะเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรม โดยสรุปคะแนนค่าเฉลี่ยทั้ง 5 ด้าน ที่นักเรียนเป็น

ผู้ประเมินตนเองอยู่ในระดับมาก และสรุปคะแนนค่าเฉลี่ยทั้ง 5 ด้าน ที่ผู้วิจัยเป็นผู้ประเมินนักเรียนอยู่ในระดับมากที่สุด มีรายละเอียดดังนี้

1) ด้านการคิดเชิงวิพากษ์ นักเรียนสามารถวิเคราะห์และถอดบทเรียนเกี่ยวกับแนวคิดของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ต้นแบบเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาตนเอง สามารถอธิบายความคิดรวบยอดของประเด็นต่าง ๆ ได้ สามารถเปรียบเทียบความถูกต้องของเนื้อหาจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ก่อนจะนำเสนอเนื้อหาเพื่อเผยแพร่สู่สื่อสังคมออนไลน์ สามารถเชื่อมโยงประสบการณ์ที่มีกับความรู้ใหม่ได้ และเมื่อผู้อื่นเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็น นักเรียนจะใช้เหตุผลมาประกอบเสมอ

2) ด้านการตัดสินใจ นักเรียนมีการดำเนินงานด้วยความรอบคอบ มีการแสวงหาข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจเสมอ และก่อนตัดสินใจที่จะนำเสนอเนื้อหาเพื่อเผยแพร่สู่สื่อสังคมออนไลน์ นักเรียนจะคำนึงถึงผลของการกระทำเสมอ รวมถึงมีการคิดวิเคราะห์ถึงผลดีและผลเสียด้วย ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักเรียนมีความรับผิดชอบต่อสังคมด้วย แต่ทว่ามีนักเรียนบางคนอาจยังขาดความรอบคอบ ยังคิดวิเคราะห์ถึงผลดีและผลเสียได้ไม่ดีมากนัก สังเกตได้จากเมื่อผู้วิจัยให้ลงมือปฏิบัติจริง นักเรียนเหล่านี้จะขาดความกระตือรือร้นที่จะแสวงหาข้อมูลมาประกอบในการผลิตสื่อ ขาดความเอาใจใส่ ไม่ขอคำปรึกษาหรือคำแนะนำจากผู้อื่น ทำให้ผลงานของนักเรียนเหล่านี้ยังพบความไม่ถูกต้องของเนื้อหา ความผิดพลาดทางเทคนิคอยู่เล็กน้อย

3) ด้านการสื่อสาร นักเรียนสามารถ พูด อ่าน เขียนได้อย่างคล่องแคล่ว มีบุคลิกภาพที่ดี มีความมั่นใจในการสื่อสาร และสามารถใช้ภาษาอย่างเหมาะสมกับผู้ฟัง เมื่อนักเรียนอยู่ในสถานการณ์ต่าง ๆ จะมีมารยาทในการพูดเสมอ ทำให้นักเรียนสามารถนำเสนอเนื้อหาได้อย่างเข้าใจง่าย มีลำดับขั้นตอนในการเล่าเรื่องที่น่าสนใจ ใช้น้ำเสียงที่น่าฟัง สามารถโน้มน้าวให้ผู้อื่นคล้อยตามและเชื่อถือตามคำบอกเล่าของนักเรียนได้ แต่ยังมีนักเรียนบางคนที่ขาดความมั่นใจทำให้การนำเสนอเนื้อหาของนักเรียนมีลักษณะคล้ายกับการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

4) ด้านการยอมรับในความแตกต่าง นักเรียนมีความเข้าใจเกี่ยวกับความแตกต่างในสังคม ยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น เคารพการตัดสินใจของผู้อื่น อีกทั้งเมื่อนักเรียนได้รับข้อเสนอแนะจากผู้อื่น นักเรียนจะนำไปปรับปรุงผลงานของตนเอง เป็นผลให้สามารถปรับตัวและอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข สามารถผลิตสื่อ นำเสนอเนื้อหาเพื่อสร้างสรรค์สังคม ซึ่งเป็นช่องทางหนึ่งในการขับเคลื่อนสังคมให้ดีขึ้นได้

5) ด้านใฝ่เรียนรู้ นักเรียนสามารถสืบค้นข้อมูลที่น่าเชื่อถือจากแหล่งที่เรียนรู้ที่หลากหลาย มีความกระตือรือร้นในการแสวงหาความรู้ใหม่ สามารถทำงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จลุล่วงได้ นอกจากนี้นักเรียนยังมีความยินดีที่จะเผยแพร่ความรู้ของตนเองให้แก่ผู้อื่น และสามารถนำความสนใจ ความถนัดของตนเองมาต่อยอดและสร้างสรรค์เป็นผลงานได้ด้วย ซึ่งเป็นการดึงดูด

โน้มน้าวให้ผู้อื่นที่มีความสนใจ ความถนัดที่คล้ายคลึงกับนักเรียนรวมเป็นกลุ่มผู้ติดตาม สร้างเป็นเครือข่ายในสื่อสังคมออนไลน์ เป็นผลให้นักเรียนสามารถพัฒนาตนเองเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ในอนาคตได้

นอกจากการประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนแล้ว ผู้วิจัยยังได้ทำการสัมภาษณ์นักเรียนแบบไม่เป็นทางการเพิ่มเติมด้วย เพื่อให้ได้ข้อสรุปที่แน่ชัด ซึ่งพบข้อสังเกตจากการสัมภาษณ์นักเรียน นั่นคือ นักเรียนส่วนใหญ่ขาดความมั่นใจ มีความคิดเห็นว่าตนเองยังมีข้อบกพร่องหลายประการ รวมถึงบางคนเริ่มเกิดความรู้สึกว่าตนเองหมดไฟ ขาดแรงจูงใจในการพัฒนาตนเอง ถือได้ว่าเป็นอุปสรรคและปัญหาในการพัฒนาตนเองให้เกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียน ซึ่งนักเรียนเหล่านี้ได้ให้เหตุผลว่า สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรน่า (COVID-19) ทำให้นักเรียนต้องใช้ชีวิตประจำวันในรูปแบบออนไลน์ ขาดการกระตือรือร้น แรงกระตุ้น แรงจูงใจ ส่งผลให้เกิดการเรียนรู้ได้ไม่เต็มประสิทธิภาพ รวมถึงอาจส่งผลต่อปัญหาสุขภาพกายและจิตใจด้วย นอกจากนี้ผู้วิจัยยังพบข้อสังเกตอีกประการ คือ ในช่วงกิจกรรมขั้นที่ 5–6 นักเรียนบางคนไม่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้ โดยเฉพาะนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 เนื่องจากช่วงเวลาที่จัดกิจกรรมนั้น เป็นช่วงเวลาที่นักเรียนกำลังเตรียมตัวสอบเพื่อเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา เมื่อนักเรียนเข้าร่วมไม่ครบทุกขั้นกิจกรรมอาจเป็นผลให้นักเรียนเกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) อยู่ในระดับปานกลาง ฉะนั้นจะต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบของกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ให้เป็นรูปแบบออนไซต์ (Onsite) เน้นสร้างปฏิสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างนักเรียนและครูผู้สอน ให้นักเรียนมีส่วนร่วมมากขึ้น เพื่อสร้างแรงจูงใจ เสริมแรงให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้และจัดกิจกรรมขึ้นในช่วงเวลาที่เหมาะสม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ครูผู้สอนสามารถเลือกใช้วิธีสอนหรือเทคนิคการสอนได้อย่างหลากหลาย ตามความเหมาะสมและสอดคล้องกับขั้นตอนของกิจกรรม เนื้อหา ระยะเวลา และความต้องการของนักเรียน

2. ครูผู้สอนควรสร้างบรรยากาศในการทำกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ที่เอื้อต่อการเรียนรู้ โดยการเปิดโอกาสให้นักเรียนได้แสดงความคิดเห็นและอภิปรายร่วมกัน ให้นักเรียนได้ลงมือปฏิบัติจริง

3. ครูผู้สอนควรส่งเสริมให้นักเรียนนำความรู้ ทักษะ คุณลักษณะต่าง ๆ ที่ได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันและพัฒนาตนเองให้สามารถผลิตสื่อสร้างสรรค์ที่เป็น

ประโยชน์ต่อสังคมและได้รับความนิยมจนสามารถเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ในอนาคตต่อไปได้

4. ควรมีการตรวจสอบผลของการวิจัยซ้ำ โดยการพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) กับนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น เพื่อทำให้การพัฒนานี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาผลการพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ด้วยคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) อื่น นอกเหนือจากที่ผู้วิจัยสังเคราะห์ได้ เช่น ความฉลาดทางอารมณ์ การประกอบการ ความฉลาดรู้ทางการเงิน ความคิดสร้างสรรค์ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงศึกษาธิการ. (2551). **หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.

ธีรพงศ์ ทับอินทร์. (2558). *การใช้วงจรเดมมิ่ง (PDCA) ในการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 42.* **วารสารชุมชนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา**, 9(2): 68-78.

ปิยวรรณ พันธุ์มงคล. (2552). *บทบาทของบริบททางสังคมและวัฒนธรรมต่อการเรียนรู้ของเด็กตามแนวคิดของ Vygotsky*. **วารสารครุศาสตร์**, 38(2): 79-87.

พยอม ศรีสมัย. (2551). **ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดวิจารณญาณ ความคิดสร้างสรรค์และความสามารถในการใช้กระบวนการทางวิทยาศาสตร์ในการแก้ปัญหาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3**. วิทยานิพนธ์ ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

พรรณี ชูทัย เจนจิต. (2528). **จิตวิทยาการศึกษา**. กรุงเทพฯ: อัมรินทร์การพิมพ์.

รัฐญา มหาสมุทร และ วรัชญ์ ครุจิต. (2559). *กลยุทธ์การสื่อสารของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในโลกออนไลน์ที่มีผลต่อทัศนคติของกลุ่มผู้ติดตาม*. **วารสารการสื่อสารและการจัดการ นิด้า**, 2(1): 81-106.

โรงเรียนมัธยมวัดสิงห์. (2564). **โรงเรียนมัธยมวัดสิงห์**. ค้นเมื่อวันที่ 26 กรกฎาคม 2564, จาก https://www.mws.ac.th/mainmws/

วิชัย ดิสสระ. (2535). **การพัฒนาหลักสูตรและการสอน**. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร. (2545). **จิตวิทยาสังคม ทฤษฎีและปฏิบัติการ**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

อัจฉรา จุ้ยเจริญ. (2557). **NLP ดีอย่างไร.** ค้นเมื่อวันที่ 30 กรกฎาคม 2564, จาก https://www.posttoday.com/aec/news/291043

อาทิตยา อย่างอิ่น. (2564). **การพัฒนากลยุทธ์การตลาดแบบผู้ทรงอิทธิพลระดับจุลภาคและความภักดีในตราสินค้ารองเท้าวิ่ง.** สารนิพนธ์ การจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.

Eric Dahan. (2016). **How Influencer Marketing Moves Beyond Raising Awareness.** ค้นเมื่อวันที่ 21 กรกฎาคม 2564, จาก https://www.entrepreneur.com/article/269671

LifeEnricher. (2564). **NLP คืออะไร? และเหมาะสำหรับใคร.** ค้นเมื่อวันที่ 30 กรกฎาคม 2564, จาก https://thelifeenricher.com/life-enricher-x-nlp-practitioner-triple-certification-program/

MindSpring. (2564). **NLP คืออะไร?.** ค้นเมื่อวันที่ 30 กรกฎาคม 2564, จาก https://www.mindspringconsulting.com/nlp-neuro-linguistic-program/

รูปแบบและกระบวนประเมินวารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ให้เป็นไปตามมาตรฐาน

The Standardization of the Models and Evaluation Process of Social Work Journal, Thammasat University

สุวรี ปิ่นเจริญ
นักวิจัย คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
E-mail: pincharoen.sw@gmail.com
พุทธประวีณ์ บุณยะวันตัง
นักวิจัยอิสระ
E-mail: puthabarwee39@gmail.com
Suwaree Pincharoen
Researcher, Faculty of Social Adminstration
Puthabarwee Boonyawantung
Researcher, Independent Affiliation

รับเข้า: *21 กรกฎาคม 2565* **แก้ไข:** *23 สิงหาคม 2565* **ตอบรับ:** *9 กันยายน 2565*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาขั้นตอนการประเมินบทความที่เสนอขอรับการตีพิมพ์ในวารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ 2) วิเคราะห์รูปแบบการประเมินบทความ และ 3) ศึกษาเครื่องมือในการประเมินบทความในวารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ ศึกษาเอกสารในงานวารสาร ตั้งแต่ปี พ.ศ.2559-2561 ในประเด็น 1) รูปแบบ เนื้อหาของบทความวิชาการของผู้นิพนธ์ 2) วิเคราะห์การประเมินบทความของผู้ประเมิน และ 3) แบบประเมินบทความในวารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์

ผลการวิจัย พบว่า 1) ขั้นตอนการประเมินบทความวิชาการ คือ มีการคัดกรองเบื้องต้นตามแบบฟอร์มให้ผู้นิพนธ์กรอกรายละเอียดเพื่อยืนยันข้อมูลประกอบการพิจารณาตีพิมพ์ก่อนเสนอกองบรรณาธิการวารสารเพื่อเข้าสู่ขั้นตอนกระบวนการประเมินบทความในวารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ โดยผู้นิพนธ์ดำเนินการตามรูปแบบที่กำหนดไว้ในวารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ 2) รูปแบบการประเมินบทความวิชาการเป็นการศึกษาวิเคราะห์ตามหลักการประเมินแบบ 3 เส้า เพื่อให้เห็นความสมบูรณ์ของการประเมินบทความ 1. หัวข้อเรื่องที่ผู้นิพนธ์ศึกษาว่าเกี่ยวข้องกับความรู้ในเรื่องใด 2. ความชำนาญและประสบการณ์ของผู้ประเมิน และ 3. ผลการประเมินที่ผู้ประเมินบทความให้ลงตีพิมพ์ในวารสาร และ 3) แบบประเมินคุณภาพบทความในวารสารไม่สอดคล้อง ดังผลการประเมินคุณภาพ บทความที่มีความสอดคล้อง

บางส่วนระหว่างคำสำคัญในแต่ละมิติและความเชี่ยวชาญของผู้ประเมิน ผลการประเมิน อยู่ในระดับดี (B) ผู้ประเมินมีความเชี่ยวชาญในบางส่วนที่ตรงกับคำสำคัญในแต่ละมิติของบทความค่อนข้างน้อย จึงทำให้การประเมินบทความไม่สมบูรณ์และครอบคลุมสิ่งที่ผู้นิพนธ์ต้องการจะศึกษาได้อย่างชัดเจน

คำสำคัญ: วารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ กระบวนการประเมินวารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์

Abstract

The purposes of this documentary research were to 1) study the evaluation process of journal publication in the Journal of Social Work, 2) analyze the model of journal assessment in the Journal of Social Work, and 3) explore assessment strategies for journals published in the Journal of Social Work. This study comprised three major issues: 1) the concept and content of selected academic papers from the Journal of Social Work, 2016 to 2018, 2) the analysis of the evaluation procedure utilized by former reviewers over academic papers published from 2016 to 2018, and 3) the model of the evaluation process based on journals available in the Journal of Social Work form.

The findings showed that: 1) the process for evaluating academic articles was an initial screening according to the form provided. The author fills in details to confirm information for consideration for publication before submitting it to the Journal of Social Work. To enter the process of evaluating articles in social work journals The author followed the format specified in the Journal of Social Work. 2) The model of journal assessment in the Journal of Social Work was an analytical study according to the principles of 3-way evaluation in order to see the completeness of the article evaluation: 1. The topic that the author studied was related to knowledge in the subject, 2. The expertise and experience of the peer reviewers, and 3. The results of article evaluation for publication in the journals. 3) Although the usage of appraisal strategies applied in social work journals was inappropriate to the actual process, the correlation between reviewers' expertise and keywords If reviewers had knowledge of defined keywords, the quality of their assessment would be at a good (B) level.

Keywords: Journal of Social Work, evaluation process (peer review) for Journal of Social Work

บทนำ

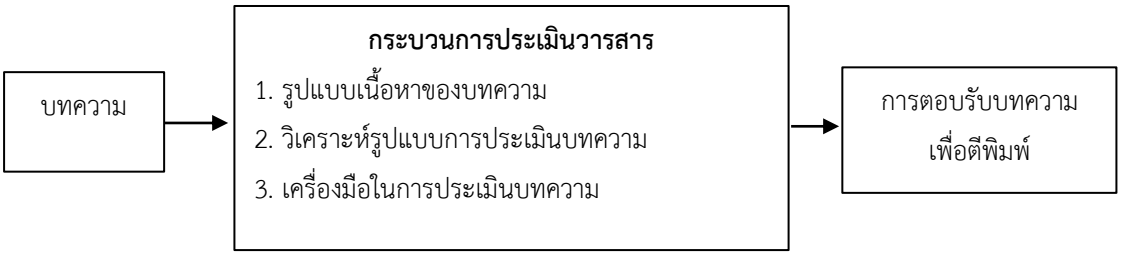
วารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เป็นพื้นที่วิชาการในการเผยแพร่องค์ความรู้ทางด้านสวัสดิการสังคม สังคมสงเคราะห์ ตลอดจนวิทยาการทางด้านการบริหารสังคม ซึ่งเป็นการส่งเสริมองค์ความรู้ในแนวสหศาสตร์ ด้านสังคมสงเคราะห์ สวัสดิการแรงงาน การพัฒนาชุมชน การศึกษา สังคมสงเคราะห์คลินิก และการบริหารงานยุติธรรม (วารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์, 2558: หลังปก) งานเขียนในรูปแบบบทความวิชาการ และบทความวิจัย ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ฉบับปฐมฤกษ์ตีพิมพ์ในปี พ.ศ.2529 มีกำหนดตีพิมพ์เผยแพร่ปีละ 2 เล่ม เดือนมกราคม-มิถุนายน และเดือนกรกฎาคม-ธันวาคม ของทุกปี ใช้เกณฑ์การประเมินคุณภาพวารสารในฐานข้อมูลศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย TCI กำกับมาตรฐาน มีกองบรรณาธิการวารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ควบคุมคุณภาพวารสาร พิจารณาเสนอชื่อผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญประเมินคุณภาพบทความผู้นิพนธ์ ก่อนตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ ให้ความสำคัญในกระบวนการทางวิชาการที่ตรวจสอบได้ โดยคำนึงถึงจริยธรรมในการประเมินผลงานวิชาการและวิจัย อันนำไปสู่ความก้าวหน้าเป็นไปตามมาตรฐานการเผยแพร่ผลงานวิจัยและผลงานทางวิชาการ

ความเป็นมาและความสำคัญในการดำเนินงานวารสารให้เป็นไปตามเกณฑ์ของ TCI แล้ว ผู้วิจัยได้ตระหนักถึง การทบทวน และทวนกลับ ในประเด็นรูปแบบและกระบวนประเมินวารสารสังคมสงเคราะห์ โดยงานวิจัยชิ้นนี้จะนำข้อมูลที่ได้ทั้ง 3 ส่วน ได้แก่ บทความของผู้นิพนธ์ คุณสมบัติผู้ประเมิน และ เครื่องมือในการประเมินของวารสารคณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ ตั้งแต่ปี พ.ศ.2559-2561 เพื่อศึกษาและวางแผนพัฒนากระบวนการประเมินวารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ รวมถึงเป็นแนวทางในการศึกษาการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการฉบับอื่นๆต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาขั้นตอนการประเมินบทความที่เสนอขอรับการตีพิมพ์ในวารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์
2. เพื่อวิเคราะห์รูปแบบการประเมินบทความในวารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์
3. เพื่อศึกษาเครื่องมือในการประเมินบทความในวารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

เรื่องนี้เป็นงานวิจัยเอกสารในงานวารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ตั้งแต่ปี พ.ศ.2559-2561 โดยศึกษาเอกสารในประเด็น 1. รูปแบบและเนื้อหาของบทความวิชาการและวิจัยของผู้นิพนธ์ ทั้งที่ตอบรับการตีพิมพ์และไม่ตอบรับการตีพิมพ์ จำนวน 29 เรื่อง 2. วิเคราะห์การประเมินบทความของผู้ประเมินบทความ ได้แก่ 1. วิเคราะห์ผลประเมินบทความ 2. วิเคราะห์ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ทางวิชาการ และ 3. แบบประเมินบทความของวารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ ศึกษาจากแบบประเมินบทความวารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ พ.ศ.2556-2561 เครื่องมือประเมินวารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ขออนุญาตหน่วยงาน ขอข้อมูลบทความที่เสนอตีพิมพ์ในวารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ ความเชี่ยวชาญของผู้ประเมินบทความ แบบประเมินวารสารคณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ประจำปี พ.ศ.2559-2561 ด้วยงานวารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มีการเปลี่ยนผู้รับผิดชอบรับผิดชอบ ส่งผลให้ข้อมูลบางส่วนไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยใช้ข้อมูลอ้างอิงในงานวารสารจากอีเมล sw.journal.tu@gmail.com ในการศึกษาครั้งนี้

การวิเคราะห์เนื้อหา

การวิเคราะห์เนื้อหา เป็นจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย การนำเสนอและสรุปผลวิจัยไม่เปิดเผยชื่อผู้นิพนธ์ ผู้ประเมินบทความวิชาการและวิจัย โดยดำเนินการ

1. ทบทวนเอกสาร สิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวบรวมบทความที่ขอรับการตีพิมพ์ในวารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ ความเชี่ยวชาญและประวัติผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความในวารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ และผลประเมินบทความในวารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ ตกผนึกจนได้คำสำคัญในแต่ละมิติที่ต้องการศึกษาจำแนกตามความเชี่ยวชาญ จำนวน 21 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านสังคมสงเคราะห์/สังคมสงเคราะห์มหภาค/สังคมสงเคราะห์ทางการศึกษา/สังคมสงเคราะห์วิถีมุสลิม (2) ด้านสวัสดิการสังคม/ครอบครัว/ผู้สูงอายุ/ชุมชน/ผู้ด้อยโอกาส (3) สวัสดิการเด็กและเยาวชน

(4) ด้านการบริหารและนโยบายสวัสดิการสังคม (5) มาตรฐานการปฏิบัติงานสวัสดิการสังคม/ยุทธศาสตร์ (6) มาตรฐานการจัดบริการสังคม/พัฒนาสังคม (7) จิตเวชสังคมสงเคราะห์/สุขภาพจิต/นิติจิตเวชศาสตร์ (8) คนพิการ/การพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ/สิทธิมนุษยชน (9) ด้านการศึกษาและการศึกษาพิเศษ/ด้านสังคมวิทยา/สังคมและวัฒนธรรม (10) การพยาบาลสาธารณสุข/การพยาบาลอนามัยชุมชน/การพัฒนาระบบสุขภาพชุมชน/หลักประกันสุขภาพ (11) การบริหาร/พฤติกรรมองค์กร/ทฤษฎีองค์กร (12) เศรษฐกิจนอกระบบ/ระบบเศรษฐกิจ (13) สังคมสงเคราะห์ทางการแพทย์ (14) อาชญวิทยาและทัณฑวิทยา/การแก้ไขฟื้นฟูผู้กระทำผิด/การป้องกันอาชญากรรม/กฎหมายสวัสดิการสังคม/กระบวนการยุติธรรม (15) การวิจัยทางสังคมศาสตร์/การวิจัยทางสังคมสงเคราะห์/ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ (16) จิตวิทยาประยุกต์/พฤติกรรมศาสตร์/empowerment (17) พัฒนาแรงงานและสวัสดิการ/แรงงานนอกระบบ (18) จิตวิทยาการให้คำปรึกษา/การให้คำปรึกษาด้านการฟื้นฟูสมรรถภาพ/การฟื้นฟูสมรรถภาพด้านการศึกษา (19) พัฒนาชุนชน/ชนบทการปกครองท้องถิ่น/วิถีชีวิตท้องถิ่น (20) นโยบายสาธารณะและนโยบายสิ่งแวดล้อม/สิ่งแวดล้อม และ (21) การติดตามและประเมินผล/การประเมินโครงการ

2. เกณฑ์ในการพิจารณาความสอดคล้องในมิติคำสำคัญของบทความที่ศึกษาต่อความเชี่ยวชาญของผู้ประเมินบทความ แบ่งเป็น 3 ระดับ ได้แก่ 1) มีความสอดคล้อง=ความเชี่ยวชาญของผู้ประเมินบทความวิจัยและบทความวิชาการกับคำสำคัญในมิติที่ต้องการศึกษาของบทความนั้น มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 1/2 (≥ร้อยละ 50) 2) มีความสอดคล้องบางส่วน=ความเชี่ยวชาญของผู้ประเมินบทความวิจัยและบทความวิชาการกับคำสำคัญในมิติที่ต้องการศึกษาของบทความนั้น มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 1/4 (25≥x<50) และ 3) ไม่มีความสอดคล้อง=ความเชี่ยวชาญของผู้ประเมินบทความวิจัยและบทความวิชาการกับคำสำคัญในมิติที่ต้องการศึกษาของบทความนั้น มีค่าน้อยกว่า 1/4 (น้อยกว่าร้อยละ 25) และผลประเมินบทความของวารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ที่ใช้ประเมินบทความประจำปี พ.ศ.2559-2561 ศึกษาโดยพิจารณาจากประเด็นที่ผู้ประเมินได้ประเมินบทความที่เสนอตีพิมพ์ในวารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์

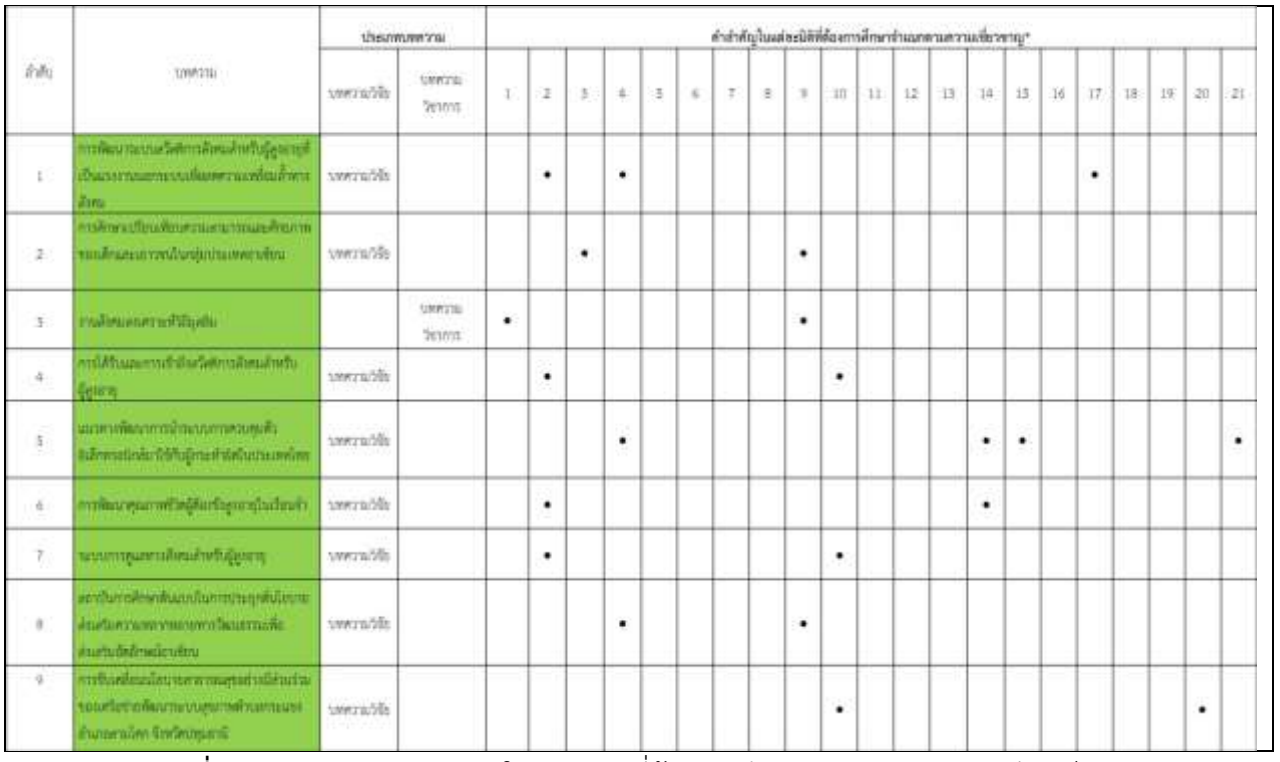
ผลการวิจัย

1. ขั้นตอนกระบวนการการประเมินบทความที่เสนอขอรับการตีพิมพ์ในวารสารสังคมสงเคราะห์

การดำเนินการตามขั้นตอนของการเสนอขอรับการตีพิมพ์ โดยมีการคัดกรองเบื้องต้นตามแบบฟอร์มให้ผู้นิพนธ์กรอกรายละเอียดเพื่อยืนยันข้อมูลประกอบการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ ก่อนเสนอกองบรรณาธิการวารสารสังคมสงเคราะห์ เข้าสู่ขั้นตอนกระบวนการประเมินบทความในวารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ โดยผู้นิพนธ์ดำเนินการตามรูปแบบที่กำหนดไว้ใน

วารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มีส่วนประกอบดังนี้ 1. ชื่อเรื่อง 2. บทคัดย่อ 3. บทนำหรือคำนำ บทนำประกอบ (1) หลักการและเหตุผล (2) วัตถุประสงค์ (3) ขอบเขตของเรื่อง (4) คำจำกัดความหรือนิยามต่าง ๆ 4. เนื้อเรื่อง 5. ส่วนสรุป รวมถึงข้อเสนอแนะสำหรับบทความวิจัย 6. ส่วนอ้างอิง บทความที่เสนอขอรับการตีพิมพ์ต้องไม่คัดลอกผลงานของคนอื่น ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตนเอง โดยรับรองว่าผลงานที่ส่งมานั้นเป็นผลงานที่ไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ในแหล่งใดมาก่อน ชื่อผู้นิพนธ์ที่ปรากฏในบทความต้องเป็นผู้ที่มีส่วนร่วมในผลงานวิชาการจริง และผู้นิพนธ์ต้องเขียนบทความให้ถูกต้องตามรูปแบบที่กำหนดไว้ในวารสารบทความเพื่อลงตีพิมพ์ในวารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ โดยมีฝ่ายจัดการวารสารสังคมสงเคราะห์ คัดกรองเบื้องต้น ตามแบบฟอร์มให้ผู้นิพนธ์กรอกรายละเอียดเพื่อยืนยันข้อมูลประกอบการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ ก่อนเสนอกองบรรณาธิการวารสารสังคมสงเคราะห์ เข้าสู่ขั้นตอนกระบวนการประเมินบทความในวารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์

ผลการวิจัย พบว่า บทความเสนอตีพิมพ์จำนวน 29 เรื่อง พบว่า ได้ตีพิมพ์จำนวน 28 เรื่อง อีก 1 เรื่อง ไม่ได้รับการตีพิมพ์ บทความได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ต้องผ่านการประเมินคุณภาพโดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 2 ท่าน และอยู่ในระดับ ผ่าน โดยไม่มีการแก้ไข บทความส่วนใหญ่เป็นบทความวิจัย จำนวน 24 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 82.76 และบทความวิชาการจำนวน 5 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 17.24 บทความผู้นิพนธ์ส่วนใหญ่มีคำสำคัญในแต่ละมิติที่ศึกษา มากที่สุดอยู่ในข้อที่(9) คือ ด้านการศึกษาและการศึกษาพิเศษ/ด้านสังคมวิทยา/สังคมและวัฒนธรรม และ ข้อที่ (15) คือ การวิจัยทางสังคมศาสตร์/การวิจัยทางสังคมสงเคราะห์/ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.41 รองลงมาคือข้อที่ (4) คือ ด้านการบริหารและนโยบายสวัสดิการสังคม และข้อที่ 14 คือ อาชญวิทยาและทัณฑวิทยา/การแก้ไขฟื้นฟูผู้กระทำผิด/การป้องกันอาชญากรรม/กฎหมายสวัสดิการสังคม/กระบวนการยุติธรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.28



ลำดับ	บทความ	ประเภทบทความ		คำสำคัญในแต่ละมิติที่ต้องการศึกษาจำแนกตามความเชี่ยวชาญ*																				
		บทความวิจัย	บทความวิชาการ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
1	การพัฒนาระบบสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุที่เป็นแรงงานนอกระบบเพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการมีงานทำ	บทความวิจัย			•		•													•				
2	การศึกษาเปรียบเทียบความสามารถและศักยภาพของเด็กและเยาวชนในกลุ่มประเทศอาเซียน	บทความวิจัย				•						•												
3	การสังเคราะห์วิจัย		บทความวิชาการ	•								•												
4	การใช้รูปแบบการบริหารวัฒนธรรมสังคมสำหรับผู้สูงอายุ	บทความวิจัย			•								•											
5	แนวทางพัฒนาการบริหารระบบการควบคุมดูแลสถานประกอบกิจการเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม	บทความวิจัย					•										•	•						•
6	การพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในเขตเมือง	บทความวิจัย			•												•							
7	ระบบการดูแลสังคมสำหรับผู้สูงอายุ	บทความวิจัย			•								•											
8	แนวทางการศึกษาต้นแบบในการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับการใช้ชีวิตอย่างมีคุณภาพ	บทความวิจัย					•					•												
9	การขับเคลื่อนนโยบายและความมุ่งหวังมีส่วนร่วมของเครือข่ายพัฒนาระบบคุณภาพชีวิตและการเฝ้าระวังด้านสังคม จังหวัดปทุมธานี	บทความวิจัย											•										•	

ภาพที่ 1 ตัวอย่างตารางคำสำคัญในแต่ละมิติที่ต้องการศึกษาของบทความเสนอตีพิมพ์ จำแนกตามความเชี่ยวชาญของผู้ประเมินบทความทั้ง 21 ด้าน ยกตัวอย่างบทความลำดับที่ 1-9

2. การวิเคราะห์รูปแบบการประเมินบทความในวารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์

ผลการศึกษาความเชี่ยวชาญของผู้ประเมินบทความในวารสารสังคมสงเคราะห์เป็นการศึกษาวิเคราะห์ตามหลักการประเมินแบบ 3 เส้า เพื่อให้เห็นความสมบูรณ์ของการประเมินบทความ 1) หัวข้อเรื่องที่ผู้นิพนธ์ศึกษาว่าเกี่ยวข้องกับความรู้ในเรื่องใด 2) ความชำนาญและประสบการณ์ของผู้ประเมิน และ 3) ผลการประเมินที่ผู้ประเมินบทความให้ลงตีพิมพ์ในวารสารของผู้นิพนธ์ การศึกษาวิเคราะห์ในรายละเอียดทั้ง 3 ส่วน มีความเหมาะสมและสอดคล้องกันหรือไม่ในการประเมินบทความ โดยความสอดคล้องนั้นจะต้องสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน 2 ใน 3 ส่วนจึงจะมีความสอดคล้องในการพิจารณาการลงตีพิมพ์ในวารสารเพราะมีความเหมาะสมของเรื่องที่ผู้นิพนธ์ศึกษา และความชำนาญประสบการณ์ของผู้ประเมินไปในทิศทางเดียวกันจะทำให้ผลการประเมินที่ผู้ประเมินตรวจสอบสามารถวิพากษ์บทความตามความชำนาญและประสบการณ์ที่มี พบว่า ความเชี่ยวชาญของผู้ประเมินบทความในวารสาร มีจำนวน 36 คน ผู้ประเมินบทความส่วนใหญ่มีความรู้ความชำนาญมากที่สุด อยู่ในข้อที่ (1) คือ ด้านสังคมสงเคราะห์/สังคมสงเคราะห์มหภาค/สังคมสงเคราะห์ทางการศึกษา/สังคมสงเคราะห์วิถีมุสลิม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.31 รองลงมา คือ ข้อที่ (9) ด้านการศึกษาและการศึกษาพิเศษ/ด้านสังคมวิทยา/สังคมและวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.28 และ

ข้อที่ (15) คือ การวิจัยทางสังคมศาสตร์/การวิจัยทางสังคมสงเคราะห์/ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.25 ขอยกตัวอย่างแสดงความสอดคล้องของบทความวิจัยจำนวน 1 เรื่อง

ตารางที่ 1 ตัวอย่างความสอดคล้องของบทความวิจัยเรื่องที่ 1 กับผู้ประเมินบทความของผู้นิพนธ์

ลำดับ	บทความ		ประเภทบทความ		คำสำคัญในแต่ละมิติที่ต้องการศึกษากับความเชี่ยวชาญผู้ประเมิน			
			บทความวิจัย	บทความวิชาการ	2	4	16	17
1	การพัฒนาระบบสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุที่เป็นแรงงานนอกระบบเพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม		บทความวิจัย		●	●		●
	ผู้ประเมิน 1	ลำดับที่ 15			✓			
	ผู้ประเมิน 2	ลำดับที่ 8					✓	✓

แสดงผลความสอดคล้องของบทความวิจัยกับผู้ประเมินบทความ พบว่า บทความวิจัยเรื่องการพัฒนาระบบสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุที่เป็นแรงงานนอกระบบเพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม มีมิติที่ต้องการศึกษาในบทความวิจัย ข้อที่ (2) ด้านสวัสดิการสังคม/ครอบครัว/ผู้สูงอายุ/ชุมชน/ผู้ด้อยโอกาสข้อที่ (4) ด้านการบริหารและนโยบายสวัสดิการสังคม และข้อที่ (17) พัฒนาแรงงานและสวัสดิการ/แรงงานนอกระบบ ส่วนในความเชี่ยวชาญของผู้ประเมินทั้งสองท่านมีความเชี่ยวชาญตรงกับมิติที่ต้องการศึกษาในบทความวิจัยเรื่องนี้ คือ อยู่ในข้อที่ (2) ด้านสวัสดิการสังคม/ครอบครัว/ผู้สูงอายุ/ชุมชน/ผู้ด้อยโอกาส และข้อที่ (17) พัฒนาแรงงานและสวัสดิการ/แรงงานนอกระบบ ซึ่งแสดงความสอดคล้องของบทความวิจัย (2/3=ร้อยละ 66) กับความเชี่ยวชาญของผู้ประเมิน

ลำดับ	บทความ	ประเภทบทความ		ความสอดคล้อง ระหว่างคำสำคัญในแต่ละมิติใน บทความที่ต้องการศึกษาและความเชี่ยวชาญของผู้ประเมิน
		บทความวิจัย	บทความวิชาการ	
1	การพัฒนาระบบและวิธีการจัดทำสื่อสำหรับผู้สูงอายุที่เป็นนวัตกรรมและกระบวนการเพื่อสร้างความเข้าใจและเข้าถึงสื่อสังคม	บทความวิจัย		มีความสอดคล้อง
2	การศึกษาเปรียบเทียบความสามารถและทักษะการสอนเต้นและการออกกำลังกายในกลุ่มประเทศอาเซียน	บทความวิจัย		มีความสอดคล้อง
3	รายงานผลการวิจัยฉบับ		บทความวิชาการ	มีความสอดคล้อง
4	การใช้ประโยชน์การเข้าถึงและจัดการสื่อสังคมสำหรับผู้สูงอายุ	บทความวิจัย		มีความสอดคล้อง
5	แนวทางพัฒนาการบำบะบบการควบคุมสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้กับผู้กระทำผิดในประเทศไทย	บทความวิจัย		มีความสอดคล้อง
6	การพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในเขตเมือง	บทความวิจัย		มีความสอดคล้อง
7	ระบบการดูแลการสื่อสังคมสำหรับผู้สูงอายุ	บทความวิจัย		มีความสอดคล้อง
8	สภาพปัญหาการศึกษาพื้นฐานเป็นการประยุกต์ใช้ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการวิเคราะห์และการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับนักศึกษาพิการทางการเรียน	บทความวิจัย		มีความสอดคล้อง
9	การสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของเครือข่ายพัฒนาการบริหารการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนในภาคเหนือ	บทความวิจัย		ไม่มีความสอดคล้อง

ภาพที่ 2 ตารางแสดงยกตัวอย่างบทความลำดับที่ 1-9 แสดงผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างคำสำคัญในแต่ละมิติในบทความที่ต้องการศึกษาและความเชี่ยวชาญของผู้ประเมินวารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ ยกตัวอย่างบทความลำดับที่ 1-9

การวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างคำสำคัญในแต่ละมิติในบทความที่ต้องการศึกษาและความเชี่ยวชาญของผู้ประเมินวารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ พบว่า บทความส่วนใหญ่ที่มีคำสำคัญในแต่ละมิติในบทความที่ศึกษากับความเชี่ยวชาญของผู้ประเมินวารสารมีความสอดคล้อง มีจำนวน 17 เรื่อง บทความที่มีความสอดคล้องบางส่วน จำนวน 5 เรื่อง และบทความที่ไม่ความสอดคล้องกัน จำนวน 7 เรื่อง

3. ศึกษาเครื่องมือในการประเมินบทความในวารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์

ผลจากการวิเคราะห์ความสอดคล้องของแบบประเมินบทความในวารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ที่ใช้กับคำสำคัญในแต่ละมิติในบทความที่ต้องการศึกษาและความเชี่ยวชาญของผู้ประเมินวารสารสังคมสงเคราะห์ พบว่า ถ้าคำสำคัญในแต่ละมิติในบทความที่ต้องการศึกษาและความเชี่ยวชาญของผู้ประเมิน ในส่วนที่มีความสอดคล้องกัน ผลการประเมินจะอยู่ในระดับดี (B) ระดับพอใช้ (C) และระดับต่ำกว่ามาตรฐาน (D) ซึ่งระดับการประเมินในคำสำคัญในแต่ละมิติในบทความที่ศึกษากับผลประเมินที่ต้องการศึกษาและความเชี่ยวชาญของผู้ประเมิน มีผลการประเมินในระดับที่มีความหลากหลาย ในส่วนที่มีความสอดคล้องกันบางส่วน ผลการประเมินจะอยู่ในระดับดี (B) ไม่มีความหลากหลายของระดับการประเมิน และในส่วนที่ไม่สอดคล้องกัน ผลการประเมินอยู่ในระดับดี (B) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผลการประเมินไม่สอดคล้องกับคำสำคัญในแต่ละมิติในบทความที่ต้องการศึกษาและความเชี่ยวชาญของผู้ประเมิน และในส่วนข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิ ส่วนใหญ่เสนอให้ผู้

นิพนธ์ อภิปรายผลการศึกษางตามวัตถุประสงค์ หรือสมมติฐานที่ตั้งไว้ จึงเห็นควรปรับแบบประเมินในวารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ ให้ผู้ประเมินสามารถประเมินบทความได้ครอบคลุมกับเนื้อหาและคำสำคัญในแต่ละมิติในบทความที่ต้องการศึกษาได้ ตามความเชี่ยวชาญของผู้ประเมิน คือ ควรเพิ่มใน 2 เรื่อง 1. ความสมบูรณ์ของผลการศึกษาเป็นไปตามวัตถุประสงค์หรือสมมติฐาน และ 2. การข้อข้อมูลเพิ่มเติมประกอบการประเมินบทความ หากไม่กระจ่างในเนื้อหา โดยติดต่อขอข้อมูลเพิ่มเติมจากกองบรรณาธิการฯ เพื่อให้ขบวนการประเมินวารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ เป็นไปอย่างสมบูรณ์และชัดเจนในทุกมิติ

ลำดับ	บทความ	ความสอดคล้องระหว่างคำสำคัญในแต่ละมิติในบทความที่ต้องการศึกษาและความเชี่ยวชาญของผู้ประเมิน	ความถูกต้องชัดเจนตามหลักวิชาการ				ความสมบูรณ์ของเนื้อหาและการอ้างอิง				ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ทางวิชาการ				ประโยชน์ต่อแวดวงวิชาการและผู้นำฯ				ภาพรวมของบทความ
			ผลการประเมิน				ผลการประเมิน				ผลการประเมิน				ผลการประเมิน				
			ดีเยี่ยม A	ดี B	พอใช้ C	ต่ำกว่ามาตรฐาน D	ดีเยี่ยม A	ดี B	พอใช้ C	ต่ำกว่ามาตรฐาน D	ดีเยี่ยม A	ดี B	พอใช้ C	ต่ำกว่ามาตรฐาน D	ดีเยี่ยม A	ดี B	พอใช้ C	ต่ำกว่ามาตรฐาน D	
1	การพัฒนาระบบสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุที่เป็นมรรควนอยู่ระบบเพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม	มีความสอดคล้อง																	ไม่มีข้อมูล
2	การศึกษาเปรียบเทียบความสามารถและศักยภาพของเด็กและเยาวชนในสถานประเทศต่างๆ	มีความสอดคล้อง																	ไม่มีข้อมูล
3	รายสังคมสงเคราะห์ที่ปรึกษา	มีความสอดคล้อง		√				√				√				√			ดี(B)
4	การใช้ประโยชน์การเข้าถึงสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุ	มีความสอดคล้อง																	ไม่มีข้อมูล
5	แนวทางพัฒนาการประโยชน์ของการควบคุมดื่มสิ่งเสพติดให้โทษกับผู้กระทำผิดในประเทศไทย	มีความสอดคล้อง																	ไม่มีข้อมูล
6	การพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในเรือนจำ	มีความสอดคล้อง																	ไม่มีข้อมูล

ภาพที่ 3 ตารางตัวอย่างบทความลำดับที่ 1-6 แสดงผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องของแบบประเมินบทความกับคำสำคัญในแต่ละมิติในบทความที่ต้องการศึกษาและความเชี่ยวชาญของผู้ประเมินบทความในวารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์

อภิปรายผล

1. ผลการศึกษาคำสำคัญในแต่ละมิติที่ต้องการศึกษาจำแนกตามความเชี่ยวชาญของผู้ประเมินบทความ พบว่า บทความของผู้นิพนธ์ที่ยื่นขอรับการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ ตั้งแต่ ปี พ.ศ.2559-2561 มีจำนวน 29 เรื่อง บทความส่วนใหญ่เป็นบทความวิจัย จำนวน 24 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 82.76 และบทความวิชาการจำนวน 5 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 17.24 สอดคล้องกับงานวิจัยของเสาวภา ประพันธ์วงศ์, ชุติมา สัจจานันท์ และ จันทิมา เขียวแก้ว (2555 อ้างถึงใน เดชดนัย จุ้ยชุม และศิริพันธุ์ ศิริพันธุ์, 2559: 151) ที่ศึกษาการวิเคราะห์วารสารวิจัยที่จัดทำโดยมหาวิทยาลัยในประเทศไทย พบว่า ประเภทของบทความเป็นบทความวิจัย บทความส่วนใหญ่มีคำสำคัญในแต่ละมิติที่ศึกษามาก

ที่สุดจะอยู่ในข้อที่ (9) คือ ด้านการศึกษาและการศึกษาพิเศษ/ด้านสังคมวิทยา/สังคมและวัฒนธรรม และข้อที่ (15) คือ การวิจัยทางสังคมศาสตร์/การวิจัยทางสังคมสงเคราะห์/ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.41 รองลงมา คือ ข้อที่ (4) คือ ด้านการบริหารและนโยบายสวัสดิการสังคม และข้อที่ (14) คือ อาชญวิทยาและทัณฑวิทยา/การแก้ไขฟื้นฟูผู้กระทำผิด/การป้องกันอาชญากรรม/กฎหมายสวัสดิการสังคม/กระบวนการยุติธรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.28

2. ผลการศึกษาความเชี่ยวชาญของผู้ประเมินบทความในวารสารสังคมสงเคราะห์ พบว่า ความเชี่ยวชาญของผู้ประเมินบทความในวารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ ตั้งแต่ ปี พ.ศ.2559-2561 มีจำนวน 36 คน ผู้ประเมินบทความส่วนใหญ่มีความรู้ความชำนาญมากที่สุด คือข้อที่ (1) คือ ด้านสังคมสงเคราะห์/สังคมสงเคราะห์มหภาค/สังคมสงเคราะห์ทางการศึกษา/สังคมสงเคราะห์วิถีมุสลิม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.31 รองลงมา คือ ข้อที่ (9) ด้านการศึกษาและการศึกษาพิเศษ/ด้านสังคมวิทยา/สังคมและวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.28 และข้อที่ (15) คือ การวิจัยทางสังคมศาสตร์/การวิจัยทางสังคมสงเคราะห์/ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.25 สอดคล้องกับนโยบายของกระทรวงศึกษาธิการ (2553: 29 อ้างถึงใน เสาวภา ประพันธ์วงศ์ และคณะ, 2555: 95) ช่วงเวลาที่กระทรวงศึกษาธิการได้ประกาศเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ.2548 กำหนดให้ผู้สำเร็จการศึกษาทั้งในหลักสูตรปริญญาโทและหลักสูตรปริญญาเอกต้องเผยแพร่ผลงานวิทยานิพนธ์และผลงานดุษฎีนิพนธ์ลงตีพิมพ์ในวารสารหรือสิ่งพิมพ์ทางวิชาการหรือเสนอต่อที่ประชุมวิชาการที่มีรายงานการประชุม (Proceeding) จึงจะสำเร็จการศึกษาและสอดคล้องกับประกาศ ก.พ.อ. (2549: 14 อ้างถึงใน เสาวภา ประพันธ์วงศ์ และคณะ, 2555: 95) เรื่องหลักเกณฑ์และวิธีการพิจารณาบุคคลให้ดำรงตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ รองศาสตราจารย์ และศาสตราจารย์ของคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน พ.ศ.2549 กำหนดให้ผู้เข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการจะต้องมีผลงานวิจัยเผยแพร่ในรูปแบบบทความวิจัยลงในวารสารวิชาการ เป็นรูปเล่มสิ่งพิมพ์หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีการกำหนดการเผยแพร่อย่างแน่นอนชัดเจน แสดงถึงความตื่นตัวของมหาวิทยาลัยในการตอบรับนโยบายการเผยแพร่ผลงานวิจัยและวิทยานิพนธ์ ในผลการศึกษาความสอดคล้องระหว่างคำสำคัญในแต่ละมิติในบทความที่ต้องการศึกษาและความเชี่ยวชาญของผู้ประเมินวารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ พบว่า บทความส่วนใหญ่ที่มีคำสำคัญในแต่ละมิติในบทความที่ต้องการศึกษากับความเชี่ยวชาญของผู้ประเมินวารสารมีความสอดคล้องกัน จำนวน 17 เรื่อง บทความที่สอดคล้องบางส่วน จำนวน 5 เรื่อง และบทความที่ไม่ความสอดคล้องกัน จำนวน 7 เรื่อง สอดคล้องกับกระทรวงศึกษาธิการ (2550: 8 อ้างถึงใน เสาวภา ประพันธ์วงศ์ และคณะ, 2555: 96) ตัวบ่งชี้มาตรฐานด้าน พันธกิจของการบริหารการอุดมศึกษาของที่กำหนดให้มีหลักสูตรและการเรียนการสอนที่ทันสมัย ยืดหยุ่นสอดคล้องกับความต้องการที่หลากหลายของประเภทสถาบันและสังคมโดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาผู้เรียน เน้นการเรียนรู้และการสร้างงานด้วยตนเองตามสภาพจริงโดยใช้การวิจัยเป็นฐานเนื้อหาของบทความในวารสารวิจัยส่วนใหญ่เป็น

ภาษาไทยซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ธัญรัศน์ ทรัพย์อินทร์ (2550: 5 อ้างถึงใน เสาวภา ประพันธ์วงศ์ และคณะ, 2555) ทั้งนี้เป็นเพราะวารสารวิจัยที่ทำการวิเคราะห์ทั้งหมดจัดทำโดยมหาวิทยาลัยในประเทศไทยเนื่องจากกลุ่มเป้าหมายผู้อ่านเป็นคนไทย ซึ่งเป็นข้อจำกัดในการเผยแพร่ผลงานของนักวิชาการนักวิจัยไทยสู่ระดับนานาชาติ

3. ผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องของแบบประเมินวารสารกับคำสำคัญในแต่ละมิติในบทความที่ต้องการศึกษาและความเชี่ยวชาญของผู้ประเมินวารสารสังคมสงเคราะห์ พบว่า ถ้าคำสำคัญในแต่ละมิติในบทความที่ต้องการศึกษาและความเชี่ยวชาญของผู้ประเมิน ในส่วนที่มีความสอดคล้องกัน ผลการประเมินจะอยู่ในระดับดีในระดับดี (B) ระดับพอใช้ (C) และระดับต่ำกว่ามาตรฐาน (D) มีผลการประเมินในระดับที่มีความหลากหลายเนื่องจากผู้ประเมินมีความเชี่ยวชาญในมิติเหล่านี้ เข้าใจอย่างลุ่มลึกในคำสำคัญแต่ละมิติของบทความนั้น จึงสามารถประเมินบทความได้ละเอียดและครอบคลุม ส่งผลให้สามารถจัดระดับคุณภาพบทความจากผลประเมินอยู่ในระดับดี (B) และระดับต่ำกว่ามาตรฐาน (D) ในส่วนที่มีความสอดคล้องกันบางส่วน ผลการประเมินจะอยู่ในระดับดี (B) ไม่มีความหลากหลายของระดับการประเมิน คำสำคัญในแต่ละมิติในบทความที่ต้องการศึกษาและความเชี่ยวชาญของผู้ประเมิน มีความสอดคล้องบางส่วน ทำให้ผู้ประเมินไม่สามารถทำความเข้าใจในส่วนนี้ การประเมินบทความไม่สมบูรณ์และครอบคลุมสิ่งที่ผู้นิพนธ์ต้องการจะศึกษาได้อย่างชัดเจน ในส่วนที่ไม่สอดคล้องกัน ผลการประเมินอยู่ในระดับดี (B) ซึ่งตามความเป็นจริงแล้วถ้าผู้ประเมินไม่มีความเชี่ยวชาญในส่วนที่ผู้นิพนธ์ศึกษา ผลการประเมินที่ได้อาจจะไม่สามารถประเมินบทความนั้นได้ตามความเป็นจริงที่ผู้นิพนธ์ต้องการจะศึกษา ซึ่งมีผลกระทบต่อคุณสมบัติและความเชี่ยวชาญของผู้ประเมิน ซึ่งสอดคล้องกับบทบาทและหน้าที่ของผู้ประเมินบทความ (วารสาร, 2561: ออนไลน์) กล่าวว่า ผู้ประเมินบทความควรประเมินบทความในสาขาวิชาที่ตนมีความเชี่ยวชาญ โดยพิจารณาความสำคัญของเนื้อหาในบทความที่จะมีต่อสาขาวิชานั้น ๆ คุณภาพของการวิเคราะห์ และความเข้มข้นของผลงาน ผู้ประเมินบทความไม่ควรใช้ความคิดเห็นส่วนตัวที่ไม่มีข้อมูลรองรับมาเป็นเกณฑ์ในการตัดสินบทความวิจัย/บทความทางวิชาการต้องระบุผลงานวิจัย/บทความทางวิชาการที่สำคัญ ๆ และสอดคล้องกับบทความที่กำลังประเมิน และในส่วนข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิ ส่วนใหญ่เสนอให้ผู้นิพนธ์ อภิปรายผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ หรือสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนั้นผู้วิจัยเห็นควรปรับแบบประเมินได้ครอบคลุมกับเนื้อหาและคำสำคัญในแต่ละมิติในบทความที่ศึกษาตามความเชี่ยวชาญของผู้ประเมินเพิ่มเติม 2 เรื่อง 1. ความสมบูรณ์ของผลการศึกษาเป็นไปตามวัตถุประสงค์หรือสมมติฐาน และ 2. การขอข้อมูลเพิ่มเติมประกอบการประเมินบทความ หากไม่กระจ่างในเนื้อหาของผู้นิพนธ์ โดยติดต่อขอข้อมูลเพิ่มเติมจากกองบรรณาธิการฯ เพื่อให้กระบวนการประเมินวารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ เป็นไปอย่างสมบูรณ์และชัดเจนในทุกมิติ ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ การที่วารสารวิชาการต้องมีการประเมิน บทความวิจัยจากผู้เชี่ยวชาญ (สมชาย เทพแสง, 2550: 51-52 อ้างถึงใน จินตนา ถ้ำแก้ว, 2559: 59) มีดังนี้ (1) การประเมินเพื่อตัดสิน

และเพื่อควบคุมคุณภาพบทความวิจัยก่อนการเผยแพร่ในวารสารวิชาการ (2) เพื่อปรับปรุงคุณภาพของบทความวิจัยก่อนการเผยแพร่ในวารสารวิชาการ (3) เพื่อการปรับปรุงกระบวนการ คุณภาพมาตรฐานและตรวจสอบบทความวิจัย (4) เพื่อเป็นการประกันคุณภาพและความถูกต้องเที่ยงตรงของบทความวิจัยในวารสาร วิชาการ (5) เพื่อชี้แนะและให้คำแนะนำในส่วนที่ควรแก้ไขในบทความวิจัยแก่ผู้เขียน (6) เป็นการสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ร่วมกันของผู้เขียนและผู้ประเมิน ช่วยส่งเสริมให้เกิดความก้าวหน้าทางวิชาการ (7) เพื่อเป็นการสร้างองค์ความรู้และการบริหารจัดการแนวคิดใหม่ บทบาทของผู้ประเมินนั้นคือ เป็นผู้แนะนำ ผู้ตรวจสอบข้อผิดพลาดตามทฤษฎีหลักการ วิธีการ รวมทั้งด้านสำนวนภาษา พร้อมทั้งให้คำแนะนำแก่ผู้เขียน ผู้ประเมินเป็นเพียงผู้ให้ข้อคิดเห็นและคำแนะนำแก่ผู้เขียนแต่ไม่ใช้กรรมการผู้ตัดสินบทความวิจัยว่าดีหรือไม่ดี รวมทั้งไม่สามารถตัดสิน บทความวิจัยในขั้นตอนสุดท้ายของการประเมิน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. จัดทำบัญชี และ/หรือฐานข้อมูลรวมรายชื่อกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญ โดยมีประวัติการศึกษา ผลงานวิชาการ ทั้งในและนอกสถาบัน เพื่อประกอบการพิจารณาเป็นผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความในวารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์

2. เครื่องมือที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพบทความของผู้นิพนธ์ควรเพิ่มในเรื่องความสมบูรณ์ของผลการศึกษาเป็นไปตามวัตถุประสงค์หรือสมมติฐาน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาในประเด็นการประเมินผลงานวิจัยและวิชาการโดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน

เอกสารอ้างอิง

จินตนา ถ้ำแก้ว. (2559). **รูปแบบการพัฒนากระบวนการจัดทำวารสารวิชาการเพื่อพิมพ์เผยแพร่บทความวิจัย.** วิทยานิพนธ์ ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

เดชดนัย จุ้ยชุม และศิริพันธุ์ ศิริพันธุ์. (2559). *การวิเคราะห์เนื้อหาวารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์.* **วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์**, 8(1): 140-154.

ธัญรัศน์ ทรัพย์อินทร์. (2550). **การวิเคราะห์เนื้อหาวารสารภาษาไทยทางด้านกฎหมาย พ.ศ. 2547-2549.** วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ประกาศคณะกรรมการข้าราชการพลเรือนสถาบันอุดมศึกษา เรื่องหลักเกณฑ์และวิธีการพิจารณาแต่งตั้งบุคคลให้ดำรงผู้ช่วยศาสตราจารย์ รองศาสตราจารย์ศาสตราจารย์ พ.ศ. 2549. (2549, 3 กรกฎาคม) ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 123 ตอนพิเศษ 83 ง หน้า 4-14.

ประกาศคณะกรรมการข้าราชการพลเรือนสถาบันอุดมศึกษา เรื่องหลักเกณฑ์และวิธีการพิจารณาแต่งตั้งบุคคลให้ดำรงผู้ช่วยศาสตราจารย์ รองศาสตราจารย์และศาสตราจารย์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2550. (2 เมษายน 2550) ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 124 ตอนพิเศษ 39 ง หน้า 8-43.

ประกาศ ก.พ.อ. เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการพิจารณาแต่งตั้งบุคคลให้ดำรงตำแหน่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รองศาสตราจารย์ และศาสตราจารย์ 2560. ประกาศ ณ วันที่ 31 ตุลาคม 2560 คัดมาจากราชกิจจานุเบกษาเล่ม 134 ตอนพิเศษ 265 ข้อที่ 6 คำจำกัดความ รูปแบบการเผยแพร่ และลักษณะคุณภาพ ของผลงานทางวิชาการ 6.4.3 บทความทางวิชาการ.

มปช. (มปท). **วารสาร.** ค้นเมื่อวันที่ 15 เมษายน 2561, จาก http://Documents/วิจัยวารสาร/วิจัยวารสารวิชาการ/R2R%20E-Journal%20_%20มหาวิทยาลัยมหิดล.html

วารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์. (มปท). **ขั้นตอนการส่งบทความในวารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์.** ค้นเมื่อวันที่ 15 เมษายน 2561, จาก http://www.socadmin.tu.ac.th/journal/process.php.

เสาวภา ประพันธ์วงศ์ และคณะ. (2555). *การวิเคราะห์วารสารวิจัยที่จัดทำโดยมหาวิทยาลัยในประเทศไทย.* **วารสาร มฉก.วิชาการ**, 16(31).

สมชาย เทพแสง. (2550). *การประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ(Peer Review): การประกันคุณภาพของวารสารวิชาการ*. **วารสารวิชาการบริหารการศึกษา มศว,** 4(8): 50-51.

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน Grab ฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

Marketing Mix Factors and Consumer Satisfaction Affecting on Decision Making of Grab Food Application in the Bangkok Metropolitan Region

จักรภพ ศิริทัพ
นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
E-mail: jagrapob_s@mail.rmutt.ac.th
ณชญาภัส เคาท์เทน
อาจารย์ประจำหลักสูตรคณะบริหารธุรกิจสาขาวิชาระบบสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
E-mail: nachayapat_r@rmutt.ac.th
Jagrapob Siritup
Student, Business Administration,
Rajamangala University of Technology Thanyaburi
Nachayapat Cuijten
Lecturer, Faculty of Business Administration,
Rajamangala University of Technology Thanyaburi

รับเข้า: *2 มิถุนายน 2566* **แก้ไข:** *22 มิถุนายน 2566* **ตอบรับ:** *30 มิถุนายน 2565*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P’s) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน Grab ฟู้ดเดลิเวอรี่ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 2) ระดับความพึงพอใจผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน Grab ฟู้ดเดลิเวอรี่ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่เคยใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab จำนวน 400 ตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย และใช้แบบสอบถามออนไลน์ในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า 1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P’s) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ด้านปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (b=.313) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (b=.194) ปัจจัยด้านราคา (b=.138) และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (b=.112) ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน Grab ฟู้ดเดลิเวอรี่ของ

ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และ 2) ระดับความพึงพอใจผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (b=.251) ด้านความปลอดภัยในการใช้งาน (b=.228) ด้านความน่าเชื่อถือ (b=.128) และด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (b=.124) ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน Grab ฟู้ดเดลิเวอรี่ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

คำสำคัญ: แอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ พฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ความพึงพอใจ การตัดสินใจ

Abstract

This research aimed to study 1) marketing mix factors (4P's) that affect the decision-making of grab food applications in the Bangkok Metropolitan Region, and 2) consumer satisfaction level affecting the decision-making of grab food applications in the Bangkok Metropolitan Region. The samples of this research were 400 people aged 18 years and older in the Bangkok Metropolitan Region who used the Grab Food application with random sampling. The online questionnaire was used as a research instrument. The statistical analysis data were frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple linear regression analysis.

The research revealed that: 1) marketing mix factors (4P's) affecting decision-making, promotion factor (b=.313), product factor (b=.194), price factor (b=.138), and place factor (b=.112) affecting decision-making of Grab food application in the Bangkok Metropolitan Region. And 2) Consumer satisfaction affecting decision-making perceived usefulness factor (b=.251), safety for consumers' factor (b=.228), reliable factor (b=.128), and perceived ease of use (b=.124) affecting decision-making of Grab food application in the Bangkok Metropolitan Region at a statistically significant level at .05 level.

Keywords: food application, consumer behavior, marketing mix factors, satisfaction, decision-making

บทนำ

เทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทต่อมนุษย์ ซึ่งมีผลมาจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของโลกในยุคปัจจุบันทำให้รูปแบบและวิถีการดำเนินชีวิตในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปในหลายด้านเพราะวิวัฒนาการของเทคโนโลยีแทรกซึมอยู่ในการดำรงชีวิต มนุษย์จึงได้มีการพัฒนาคิดค้นสิ่งอำนวยความสะดวกในการดำรงชีวิตเพื่อเข้ามาเสริมปัจจัยพื้นฐานการดำรงชีวิตได้เป็นอย่างดี รวมไปถึงเทคโนโลยียังเข้ามามีบทบาทในด้านธุรกิจในหลายด้าน ทำให้องค์กรธุรกิจเองมีการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีตลอดเวลา จึงกลายเป็นว่าบางองค์กรธุรกิจได้มีเทคโนโลยีเป็นโครงสร้างหลักขององค์กรไปแล้ว

ธุรกิจรับส่งอาหารในประเทศไทยก็ได้นำเอาเทคโนโลยีเข้ามาเป็นส่วนสำคัญในการดำเนินธุรกิจและในปัจจุบันเองธุรกิจรับส่งอาหารในประเทศไทยมีการเติบโตอย่างมาก โดยเฉพาะต่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โรคโควิด-19) สะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมของผู้ใช้บริการในประเทศไทยที่มีความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันประเภทบริการรับส่งอาหารอย่างมาก และหากมองในภาพของธุรกิจและผู้ประกอบการตลาดบริการรับส่งอาหารในประเทศไทยมีมูลค่าสูงและเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ต่อมาได้มีการเปิดเผยโดย บริษัท LINE MAN และ Wongnai ในช่วงเดือนกันยายน 2562 พบว่า ตลาดอาหารประเทศไทยมีขนาดที่ใหญ่มาก โดยมีมูลค่าตลาดโดยรวมถึงประมาณ 700,000 ล้านบาท และมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 2 ถึงร้อยละ 4 ต่อปีมูลค่าของตลาดนี้ในปี 2562 ที่ผ่านมาอยู่ที่ประมาณ 35,000 ล้านบาท ซึ่งเติบโตจากปีก่อนหน้าที่ราวร้อยละ 9

อีกหนึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญต่อธุรกิจฟู้ดเดลิเวอรี่ในไทย คือ การที่องค์กรธุรกิจมีความเข้าใจในพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมทางออนไลน์ หัวข้อการใช้บริการออนไลน์ Food Delivery ของคนไทยในระหว่างวันที่ 5–15 มีนาคม 2563 เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ สนับสนุนข้อมูลในการแผนและนโยบายด้านอีคอมเมิร์ซและธุรกรรมออนไลน์ต่อไปได้ผลลัพธ์ดังนี้ ผู้ใช้งานกลุ่ม Gen Y (อายุ 19-38 ปี) มีการใช้บริการ Online Food Delivery มากที่สุดถึงร้อยละ 51.09 รองลงมา คือ กลุ่ม Gen X (อายุ 39-54 ปี) ซึ่งเหตุผลที่ใช้บริการสูงสุด คือ ร้อยละ 80.37 ไม่ต้องการจะเดินทางไปนั่งรับประทานที่ร้านร้อยละ 57.63 ไม่ต้องการเสียเวลาไปนั่งต่อคิวถึง และร้อยละ 47.04 เพราะส่วนลดในแอปพลิเคชัน อีกทั้งยังพบว่า ความกังวลต่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โรคโควิด-19) ยังเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการสั่งอาหารออนไลน์ของคนไทยด้วย โดยช่วงอายุที่ใช้บริการสั่งอาหารออนไลน์ เพราะกังวลต่อการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โรคโควิด-19) มากที่สุด คือ Gen Y ร้อยละ 40.2 ต่อมาคือ Gen Z ร้อยละ 30.0 Baby Boomer ร้อยละ 28.6 และลำดับสุดท้าย คือ Gen X ร้อยละ 26.9 ตามลำดับ โดยมีตัวเลขเฉลี่ยทั้งหมดร้อยละ 33.96 ขณะที่แพลตฟอร์มหรือแอปพลิเคชันที่เป็นตัวกลางที่ผู้บริโภคใช้สั่งอาหารมากสุดถึงร้อยละ

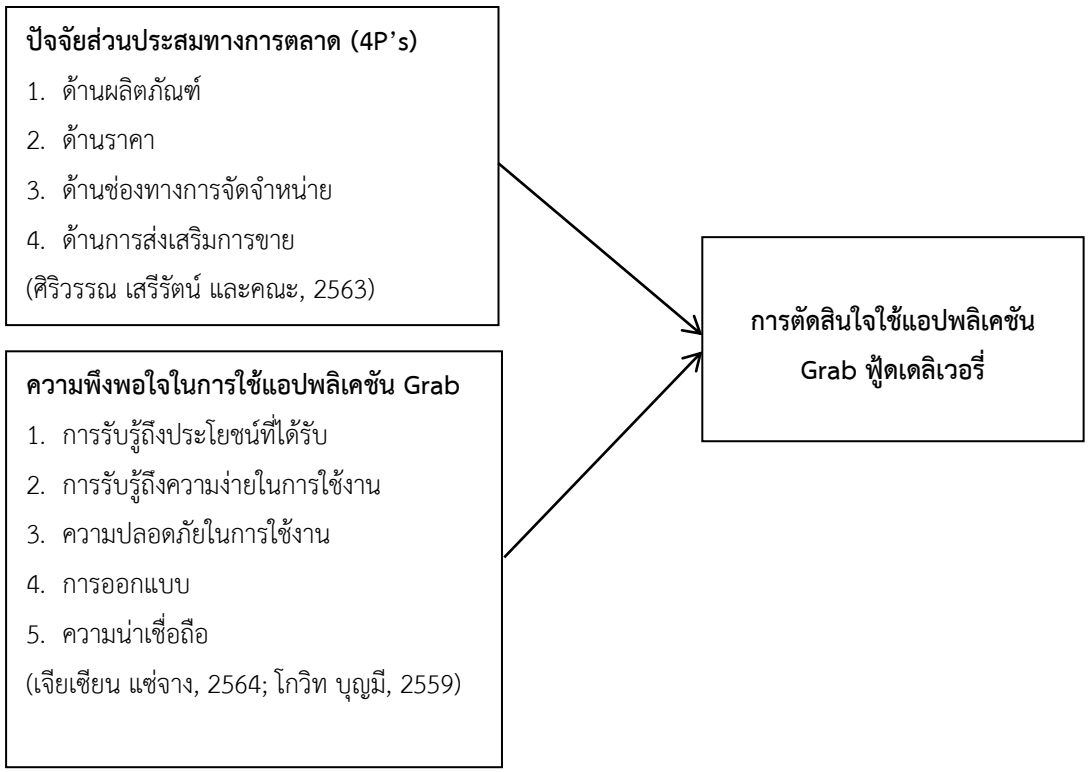
88.47 ไม่ว่าจะเป็น Grab Food, Line Man, Foodpanda รองลงมาเป็นช่องทางของร้านอาหารโดยตรงร้อยละ 62.93 รวมถึงการเลือกสั่งผ่าน Inbox หรือ Direct Message ของร้านในโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook, Instagram ถึงร้อยละ 13.08 ต่อมาในส่วนของชนิดอาหาร เช่น ไก่ทอด เบอร์เกอร์ พิซซ่า เป็นอาหารยอดนิยมของทุกช่วงวัยมีการสั่งมารับประทานมากกว่าร้อยละ 61.06 ต่อมา คือ อาหารตามสั่ง ร้อยละ 47.04 และก๋วยเตี๋ยว/อาหารชนิดเส้น ร้อยละ 40.50 และสุดท้ายในส่วนของมื้ออาหารที่สั่งมารับประทานมื้อกลางวัน คือ มื้อที่มีการสั่งมากที่สุด ร้อยละ 42.06 รองลงมา คือ มื้อเย็น ร้อยละ 39.88 และมื้อบ่าย ร้อยละ 14.02 โดยแบ่งเป็นการสั่งมารับประทานที่ในที่พักอาศัย ร้อยละ 87.85 อีกร้อยละ 46.11 สั่งมารับประทานที่ทำงาน

เพราะสถานการณ์ปัจจุบันในตลาดฟู้ดเดลิเวอรี่ของไทยมีการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างมาก การที่ผู้นำตลาดอย่าง GRAB จะมีการบริหารจัดการ การใช้กลยุทธ์อย่างไรกับการบริการในลักษณะเดียวกันในช่วงเวลาที่มีสถานการณ์โรคระบาดฯ และเพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ เพื่อเพิ่มยอดขายและรักษาผู้บริโภคให้ยังใช้บริการต่อไปได้ ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาอิทธิพลที่เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ความพึงพอใจ และการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน Grab ฟู้ดเดลิเวอรี่ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งผู้วิจัยหวังว่าการวิจัยในครั้งนี้จะทำให้ทราบถึงอิทธิพลด้านการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค ความพึงพอใจ และการตัดสินใจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โรคโควิด-19) นอกจากนี้ยังต้องการทราบมุมมองของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab ว่ามีมุมมองต่อผู้ประกอบการฟู้ดเดลิเวอรีที่เป็นผู้นำตลาดอย่างไร (THE STANDARD, 2563; MARKETEER, 2564; ฐานเศรษฐกิจ, 2564; กรุงเทพธุรกิจ, 2563; MARKETINGOOPS, 2561)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P’s) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน Grab ฟู้ดเดลิเวอรี่ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน Grab ฟู้ดเดลิเวอรี่ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ที่เคยใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน Grab ฟู้ดเดลิเวอรี่ โดยมีคำถามคัดกรองในส่วนแรก ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นผู้ที่เคยใช้บริการเท่านั้น โดยต่อมานำขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบทราบจำนวนประชากร โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่น 0.95 และความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่างที่ระดับ .05 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการคำนวณเท่ากับ 400 ตัวอย่าง ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการเก็บตัวอย่างสำรองเพิ่มเติมอีกร้อยละ 5 จำนวน 20 ตัวอย่าง เพื่อเป็นการป้องกันความผิดพลาดจากการเก็บตัวอย่างและป้องกันการตอบแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ ดังนั้นจึงมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย รวมทั้งสิ้น 420 ตัวอย่าง

การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง สำหรับวิธีการสุ่มตัวอย่างเพื่อเลือกตัวแทนที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีลำดับขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยมีคำถามคัดกรองในส่วนแรก ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป และเป็นผู้ที่เคยใช้บริการเท่านั้น

ขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยทำการแจกแบบสอบถามออนไลน์ กับกลุ่มประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สัดส่วนตามขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 420 ตัวอย่าง เนื่องจากเป็นวิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างที่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายอีกทั้งยังเป็นการลดระยะเวลาและประหยัดค่าใช้จ่ายในการเก็บข้อมูล (ประพัฒน์ โพธิ์สุ, 2562)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและดำเนินการวิจัยในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ผู้วิจัยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปทางด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ จังหวัด และอาชีพจำนวน 7 ข้อ เป็นคำถามแบบปลายปิด (Closed-ended question) ลักษณะของคำถามจะเป็นคำตอบแบบหลายตัวเลือก (Multiple Choice Question)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P’s) สำหรับการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชัน Grab จำนวน 14 ข้อ ดังนี้

1. ด้านปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) 3 ข้อ
2. ด้านปัจจัยด้านราคา (Price) จำนวน 4 ข้อ
3. ด้านปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) จำนวน 4 ข้อ
4. ด้านปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) จำนวน 3 ข้อ

ลักษณะการกำหนดค่าคะแนนของแบบสอบถามส่วนที่ 2 เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามรูปแบบของ Likert's Scale ใช้ระดับในการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale)

ส่วนที่ 3 ด้านความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน Grab ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 โดยแบ่งออกเป็น 6 ด้านจำนวน 21 ข้อ ดังนี้

1. ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ จำนวน 4 ข้อ
2. ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน จำนวน 4 ข้อ
3. ด้านความปลอดภัยในการใช้งาน จำนวน 5 ข้อ
4. ด้านการออกแบบ จำนวน 4 ข้อ
5. ด้านความน่าเชื่อถือ จำนวน 4 ข้อ

ลักษณะการกำหนดค่าคะแนนของแบบสอบถามส่วนที่ 3 เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามรูปแบบของ Likert's Scale ใช้ระดับในการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale)

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งมีขั้นตอนการดำเนินการสร้างตามลำดับ ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลจาก ตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อมาใช้เป็นแนวทางการสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์การวิจัย

2. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ เพื่อเป็นการตรวจสอบและขอคำแนะนำเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์การวิจัย

3. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไข เสนอต่อคณะกรรมการการค้นคว้าอิสระเพื่อปรับปรุงใหม่ ให้มีความถูกต้องเที่ยงตรงก่อนนำไปใช้งานจริง

4. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องในสำนวนการใช้ภาษาที่เกี่ยวข้องกับข้อคำถามและพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยให้คะแนน 1 เมื่อมั่นใจว่าข้อคำถามนั้นสามารถวัดได้ตามนิยามคำศัพท์ของแบบสอบถาม ให้ 0 เมื่อไม่มั่นใจว่าข้อคำถามนั้นสามารถวัดได้ตามนิยามคำศัพท์ของแบบสอบถาม และ -1 เมื่อมั่นใจว่าข้อคำถามนั้นไม่สามารถวัดได้ตามนิยามคำศัพท์ของแบบสอบถาม เมื่อได้รับการพิจารณาและตรวจสอบแล้ว ผู้วิจัยจึงหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม (The Index of Item-Objective Congruence: IOC) โดยแบบสอบถามมีค่า IOC ระหว่าง 0.67-1.00

5. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทำการทดลอง (Try Out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ชุด จากนั้นนำแบบสอบถามไปหาความเชื่อมั่น โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient Alpha) ของ Cronbach's Alpha โดยค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 0.96

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วารสาร สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต หนังสือทางวิชาการ บทความ สารนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 420 คน คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในช่วงอายุ 18 ปีขึ้นไป มีขั้นตอนดำเนินการดังนี้

2.1 ผู้วิจัยทำการสร้างแบบฟอร์มแบบสอบถามออนไลน์สำหรับสำรวจความคิดเห็น และแบบสอบถาม (Google Forms) สำหรับเก็บข้อมูล

2.2 ผู้วิจัยนำส่งแบบสอบถามออนไลน์ให้กับผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเองผ่านช่องทางออนไลน์ ภายใต้ขอบเขตของประชากรที่กำหนด

2.3 นำแบบสอบถามที่ได้ครบตามจำนวนมาลงรหัส เพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1.1 วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม ส่วนที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ จังหวัด และอาชีพโดยนำมาแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

1.2 วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 นำแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P's) สำหรับการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านแอปพลิเคชัน Grab โดยวัดระดับความคิดเห็นที่ส่งผลต่อใช้งานแอปพลิเคชัน โดยนำมาแจกแจงจำนวนความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) คำนวณค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD)

1.3 วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม ส่วนที่ 3 นำแบบสอบถามด้านความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน Grab และระดับความพึงพอใจที่ส่งผลต่อใช้งานแอปพลิเคชัน โดยนำมาแจกแจงจำนวนความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) คำนวณค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD)

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน Grab ฟู้ดเดลิเวอรี่ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และเพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน Grab ฟู้ดเดลิเวอรี่ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (ชเนศ ลักษณ์พันธุ์ภักดี, 2560)

ผลการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน Grab ฟู้ดเดลิเวอรี่ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน Grab ฟู้ดเดลิเวอรี่

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P's)	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	S.D. Error	Beta		
Constant	2.120	.171		12.375	.000*
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	.150	.035	.194	4.322	.000*
ปัจจัยด้านราคา (Price)	.078	.025	.138	3.155	.002*
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	.073	.029	.112	2.527	.012*
ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)	.178	.026	.313	6.919	.000*
R=.505[a] R^2= .255 Adjusted R^2=.248 SE_{Est}=.30208 F=35.484 p=.000[b]					

R=ค่าสหสัมพันธ์ R^2= ค่าความผันแปรของตัวแปร Adjusted R^2=ค่าความผันแปรของตัวแปร
SE_{Est}=ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ F=สถิติทดสอบ
F-test วิเคราะห์ความแปรปรวน p=ค่านัยสำคัญทางสถิติ

จากตารางที่ 1 สามารถอธิบายผลการวิเคราะห์ได้ว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน Grab ฟู้ดเดลิเวอรี่ด้านปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีค่าน้ำหนักอิทธิพล (Beta)=.313 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มีค่าน้ำหนักอิทธิพล (Beta)=.194 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านราคา (Price) มีค่าน้ำหนักอิทธิพล (Beta)=.138 และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) มีค่าน้ำหนักอิทธิพล (Beta)=.112 ตามลำดับ

2. ระดับความพึงพอใจผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน Grab ฟู้ดเดลิเวอรี่ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน Grab ฟู้ดเดลิเวอรี่

ปัจจัยความพึงพอใจ	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	S.D. Error	Beta		
Constant	1.903	.180		10.560	.000*
การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ	.186	.034	.251	5.440	.000*
การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน	.083	.031	.124	2.632	.009*
ความปลอดภัยในการใช้งาน	.130	.027	.228	4.862	.000*
การออกแบบ	.019	.027	.032	.700	.484
ความน่าเชื่อถือ	.074	.026	.128	2.839	.005*
R=.498[a] R^2= .248 Adjusted R^2=.238 SE_{Est}=.30839 F=27.243 p=.000[b]					

R=ค่าสหสัมพันธ์ R^2= ค่าความผันแปรของตัวแปร Adjusted R^2=ค่าความผันแปรของตัวแปร
SE_{Est}=ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ F=สถิติทดสอบ
F-test วิเคราะห์ความแปรปรวน p=ค่านัยสำคัญทางสถิติ

จากตารางที่ 2 สามารถอธิบายผลการวิเคราะห์ได้ว่าความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน Grab ฟู้ดเดลิเวอรี่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับมีค่าน้ำหนักอิทธิพล (Beta)=.251 รองลงมาด้านความปลอดภัยในการใช้งานมีค่าน้ำหนักอิทธิพล (Beta)=.228 รองลงมาด้านความน่าเชื่อถือมีค่าน้ำหนักอิทธิพล (Beta)=.128 รองลงมา คือ ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมีค่าน้ำหนักอิทธิพล (Beta)=.124 ตามลำดับ และการออกแบบไม่มีอิทธิพลกับการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน Grab ฟู้ดเดลิเวอรี่

อภิปรายผล

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน Grab ฟู้ดเดลิเวอรี่ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทั้ง 4 ด้าน ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) พบว่า มีอิทธิพลและส่งผลเชิงบวกกับระดับความพึงพอใจในการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน

Grab ฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ปัจจัยด้านราคา (Price) พบว่า มีอิทธิพลและส่งผลเชิงบวกกับระดับความพึงพอใจในการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน Grab ฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) พบว่า มีอิทธิพลและส่งผลเชิงบวกกับระดับความพึงพอใจในการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน Grab ฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่า มีอิทธิพลและส่งผลเชิงบวกกับระดับความพึงพอใจในการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน Grab ฟู้ดเดลิเวอรี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดานันท์ วิกจพิสุจทธ์ (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารออนไลน์ (food delivery) ผ่านแอปพลิเคชัน (application) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P's) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารออนไลน์ (food delivery) ผ่านแอปพลิเคชัน (application) (ดานันท์ วิกจพิสุจทธ์, 2560)

2. ระดับความพึงพอใจผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน Grab ฟู้ดเดลิเวอรี่ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สรุปผลได้ว่า ระดับความพึงพอใจโดยรวมทั้ง 4 ด้าน ส่งผลเชิงบวกและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจงานแอปพลิเคชัน Grab ฟู้ดเดลิเวอรี่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปูริดา อิ้วสวัสดิ์ (2562) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน food delivery และศึกษาปัจจัยด้านคุณค่าที่รับรู้ และคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน food delivery พบว่าระดับความพึงพอใจโดยรวมทั้ง 4 ด้าน การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ความปลอดภัยในการใช้งาน ความน่าเชื่อถือ ส่งผลเชิงบวก และมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารออนไลน์ (food delivery) ผ่านแอปพลิเคชัน (application) (ปูริดา อิ้วสวัสดิ์, 2562)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ซึ่งมีค่าน้ำหนักสูงที่สุด ซึ่งมีผลเชิงบวกมากที่สุดจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ทั้ง 4 ด้านแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคพึงพอใจกับการส่งเสริมการตลาดต่าง ๆ เป็นปัจจัยย่อยอีกด้านที่ทางองค์กรควรนำมาพิจารณาให้การวางแผนการตลาดต่อไป และในด้านที่เกี่ยวข้องกับประชากรศาสตร์ พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ยังมีอิทธิพลต่ออาชีพ และระดับรายได้ซึ่งในเรื่องระดับรายได้อาจจะสะท้อนถึงปัจจัยด้านราคา (Price) ดังนั้น องค์กรอาจจะพิจารณานำปัจจัยย่อยในด้านราคา (Price) และด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) มาดำเนินกลยุทธ์ในการบริการต่อไป

2. ด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน Grab ฟู้ดเดลิเวอรี่ พบว่า ปัจจัยความพึงพอใจโดยรวมทั้ง 5 ด้านมีอิทธิพลต่ออาชีพ ซึ่งสะท้อนว่าทางองค์กรควรรักษาระดับมาตรฐานปัจจัยความพึงพอใจ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ด้านความปลอดภัยในการใช้งาน ด้านการออกแบบ และด้านความน่าเชื่อถืออย่างน้อยที่สุดให้อยู่ในระดับมาตรฐานเดิม และยังควรพัฒนาเพิ่มเติมระดับมาตรฐานเดิมให้เพิ่มขึ้น เพื่อยกระดับการบริการให้กับผู้บริโภคทั้งปัจจุบัน และผู้บริโภคในอนาคตที่จะเพิ่มขึ้นตามมาเพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดเดิมที่ปัจจุบันมีการแข่งขันกันอย่างสูงเอาไว้ให้ได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในงานวิจัยนี้ศึกษาเฉพาะรูปแบบในการวิจัยเชิงปริมาณเพียงอย่างเดียวควรมีการเพิ่มเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเพื่อเพิ่มมิติในงานวิจัยมากขึ้น เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่แท้จริงจากผู้บริโภคที่เคยใช้งาน และยังสามารถเพิ่มมิติของข้อมูลให้มากขึ้น ซึ่งมาสามารถนำมาต่อยอดสนับสนุนงานวิจัยแบบเชิงปริมาณได้ เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของงานวิจัยนั้น ๆ ต่อไป

2. ควรมีการศึกษาขยายขอบเขตของงานวิจัยให้เพิ่มขึ้น เช่น การเพิ่มหรือปรับเปลี่ยน ตัวแปรในงานวิจัย ทั้งตัวแปรต้น ตัวแปรตาม หรือลักษณะประชากรศาสตร์ และข้อมูลทั่วไป เพื่อให้ได้มาซึ่งผลลัพธ์การวิจัยที่มีความน่าเชื่อถือต่อไป

3. ควรจะศึกษาเพิ่มเติมตัวแปรในมิติอื่น ๆ เพิ่มขึ้น เช่น การเปรียบองค์กรธุรกิจที่ดำเนินงานด้านฟู้ดเดลิเวอรี่ในประเทศไทย พิจารณาขนาดขององค์กรธุรกิจ หรือ จำนวนผู้บริโภค เป็นต้น เพื่อให้ได้มุมมอง และผลลัพธ์การวิจัยที่สมบูรณ์ เพิ่มคุณค่าในงานวิจัยที่สามารถนำประโยชน์มาใช้เพื่อเพิ่มองค์ความรู้ในธุรกิจฟู้ดเดลิเวอรี่ และโลจิสติกส์ต่อไป

4. ควรจะศึกษาเพิ่มเติมตัวแปรในมิติอื่น ๆ เพิ่มขึ้น เช่น ความคิดเห็นด้านความพึงใจพอใจในมิติอื่น ความคิดเห็นด้านความพึงใจพอใจด้านภาพลักษณ์องค์กรที่เราศึกษา องค์กรคู่แข่ง ความคิดเห็นด้านความคาดหวัง เป็นต้น เพื่อให้ได้มุมมอง และผลลัพธ์การวิจัยที่สมบูรณ์ เพิ่มคุณค่าในงานวิจัยที่สามารถนำประโยชน์มาใช้เพื่อเพิ่มองค์ความรู้ในธุรกิจฟู้ดเดลิเวอรี่ และโลจิสติกส์ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กรุงเทพธุรกิจ. (2563). **คนไทยใช้เวลากับอินเทอร์เน็ตสูง ‘อันดับห้า’ ของโลก.** ค้นเมื่อวันที่ 3 กันยายน 2564, จาก https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/867408

โกวิท บุญมี. (2559). **การออกแบบเรขศิลป์บนโมบายแอปพลิเคชัน สำหรับสินค้าแฟชั่น เครื่องแต่งกาย.** วิทยานิพนธ์ ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เจียเซียน แซ่จาง. (2564). **ความพึงพอใจ การรับรู้ถึงประโยชน์ และความเชื่อมั่นที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการเดลิเวอรี่ผ่านทางแอพพลิเคชั่นของร้าน 7-11 หลังช่วง COVID-19 ระลอกใหม่.** วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ชเนศ ลักษณ์พันธุ์ภักดี. (2560). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.** วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ฐานเศรษฐกิจ. (2564). **แอป “ฟู้ดเดลิเวอรี่” หัวบันไดไม่เคยแห้ง ขาดทุน แต่เนื้อหอมสุด.** ค้นเมื่อวันที่ 3 กันยายน 2564, จาก https://www.thansettakij.com/tech/486828

ดานันท์ วิกจพิสุจทธ์. (2560). **พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารออนไลน์ (food delivery) ผ่านแอปพลิเคชัน (application) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ วารสารศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ประพัฒน์ โพธิ์สุ. (2562). **ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ภาพลักษณ์องค์กร และการสื่อสารแบบปากต่อปากที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน Grab ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล**. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ปูริดา อิ้วสวัสดิ์. (2562). **ปัจจัยด้านคุณค่าที่รับรู้และคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน Food delivery**. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2563). **หลักการตลาด (PRINCIPLES OF MARKETING)**. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Marketeer. (2564). **ตลาดฟู้ดเดลิเวอรี่ ยิ่งกดสั่ง ยิ่งแข่งกันสนุกกว่าเดิม.** ค้นเมื่อวันที่ 4 กันยายน 2564, จาก https://marketeeronline.co/archives/218958

Marketingoops. (2561). **แกร็บ ตั้งเป้าสู่การเป็น Daily Apps ส่ง “GrabFood” ลงสนามธุรกิจอาหารเดลิเวอรี่**. ค้นเมื่อวันที่ 5 กันยายน 2564, จาก https://www.marketingoops.com/news/brand-move/Grab-food/

THE STANDARD. (2563). **ผ่าสังเวียนศึก ‘ฟู้ดเดลิเวอรี่ไทย’ เมื่อโจทย์ใหญ่ในจานอร่อยคือต้อง ‘ทำเงิน’ ด้วย.** ค้นเมื่อวันที่ 5 กันยายน 2564, จาก https://thestandard.co/thai-food-delivery-business/

ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับประสิทธิภาพการทำงานของนักวิชาการพัสดุสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดมหาสารคาม

The Relationship between Work Motivation and Job Efficiency of Supply Analysts at Higher Education Institutions in Mahasarakham Province

เฉลิมชัย อุทการ
นักวิชาการพัสดุ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
E-mail: chalermchai.u@acc.msu.ac.th
Chalermchai Utakarn
Supply Analyst, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

รับเข้า: *13 กันยายน 2565* **แก้ไข:** *1 ตุลาคม 2565* **ตอบรับ:** *8 ตุลาคม 2565*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแรงจูงใจในการทำงานของนักวิชาการพัสดุสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดมหาสารคาม 2) ศึกษาประสิทธิภาพการทำงานของนักวิชาการพัสดุสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดมหาสารคาม และ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับประสิทธิภาพการทำงานของนักวิชาการพัสดุสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดมหาสารคาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักวิชาการพัสดุสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดมหาสารคาม จำนวน 92 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัย พบว่า 1) นักวิชาการพัสดุสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก นักวิชาการพัสดุสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดมหาสารคาม 2) มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก และ 3) แรงจูงใจในการทำงานที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับสูง (r=0.81) เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการทำงานเป็นรายด้านเรียงลำดับจากสูงสุดไปต่ำสุด ดังนี้ ด้านลักษณะของงาน มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง (r=0.83) ด้านความสำเร็จในการทำงาน มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง (r=0.76) ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง (r=0.75) ด้านความก้าวหน้า มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง (r=0.63) และด้านความรับผิดชอบ มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง (r=0.62) ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ: แรงจูงใจในการทำงาน ประสิทธิภาพการทำงาน นักวิชาการพัสดุ

Abstract

This research aimed to 1) study the work motivation of supply analysts at higher education institutions in Mahasarakham Province, 2) study the job efficiency of supply analysts at higher education institutions in Mahasarakham Province, and 3) study the relationship between work motivation and job efficiency of supply analysts at higher education institutions in Mahasarakham Province. The sample group consisted of 92 supply analysts at higher education institutions in Mahasarakham Province. The data collected by questionnaire. The statistical techniques were means, standard deviation, and Pearson correlation coefficient.

The results of the research showed that: 1) Supply analysts at higher education institutions in Mahasarakham Province showed a high degree of agreement toward overall work motivation. 2) Supply analysts at higher education institutions in Mahasarakham Province showed a high degree of agreement toward overall job efficiency. 3) Work motivation was positively correlated with overall performance at a high level (r=0.81). When considering each aspect in order of relationship from highest to lowest, as follows: In terms of work itself, there was a high correlation (r=0.83); in terms of achievement, there was a high correlation (r=0.76); in terms of recognition, there was a high correlation (r=0.75); in terms of advancement, there was a moderate correlation (r=0.63); and in terms of responsibility, there was a moderate correlation (r=0.62), respectively, with statistical significance at the .01 level.

Keywords: work motivation, job efficiency, supply analyst

บทนำ

แนวคิดการจัดการภาครัฐแนวใหม่มีพัฒนาตั้งแต่จนถึงปัจจุบัน ซึ่งมีความหลากหลายในประเด็นต่าง ๆ ทั้งที่มา ความหมาย ขอบข่าย และเนื้อหา ซึ่งจากมุมมองความคิดของนักวิชาการหลายท่านได้สร้างมุมมองใหม่ให้แก่องค์กรภาครัฐให้ตระหนักและให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ซึ่งในศตวรรษที่ 21 องค์ความรู้ที่สร้างขึ้นมานั้นจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนตามบริบทสภาพแวดล้อม เพื่อประโยชน์สูงสุดขององค์กร ซึ่งการจัดการภาครัฐแนวใหม่ได้ส่งผลต่อหลายประเทศในแง่ของการปฏิรูปการบริหารจัดการภาครัฐ โดยมีการนำแนวคิดการจัดการภาครัฐแนวใหม่มาใช้ เพื่อขับเคลื่อนและพัฒนาการบริหารจัดการและระบบราชการให้มีประสิทธิภาพ ด้วยความที่แนวคิดการจัดการภาครัฐ

แนวใหม่มีความหลากหลายและได้รับการวิพากษ์วิจารณ์ทั้งในเชิงบวกและเชิงลบและยังคงมีข้อโต้แย้งที่มองประชาชนเหมือนกับลูกค้าหรือผู้รับบริการ ซึ่งการจัดการภาครัฐจะไม่เหมือนกับภาคธุรกิจ นอกจากนี้การจัดการภาครัฐยังมีแนวคิดการบริหารบ้านเมืองที่ดี ที่มาช่วยอุดช่องว่างที่ยังเป็นปัญหาของการนำแนวคิดการจัดการภาครัฐแนวใหม่มาปรับใช้ ซึ่งหากนำแนวคิดทั้งสองมาผสมผสานกัน และนำมาประยุกต์ใช้ ก็จะส่งผลดีต่อประชาชน สามารถนำไปพัฒนาเชื่อมโยงสู่แนวคิดใหม่ ๆ ได้ รวมถึงการเชื่อมโยงกับทฤษฎีสองปัจจัย เพื่อสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้เกิดขึ้นกับบุคลากรภายในองค์กร (พงศกร ศรีรงค์ทอง, 2563) ปัจจัยสำคัญที่ทำให้องค์กรประสบผลสำเร็จ คือ การสร้างแรงจูงใจในการทำงาน ถ้าหากบุคลากรในองค์กรมีแรงจูงใจที่ดี ย่อมทำให้บุคลากรในองค์กรทุ่มเทแรงกายแรงใจในการปฏิบัติงาน ซึ่งจะส่งผลให้องค์กรสามารถประสบผลสำเร็จและบรรลุเป้าหมายที่วางไว้

แรงจูงใจในการทำงาน (Work Motivation) เป็นการกระทำหรือกระตุ้นโดยสิ่งเร้า สิ่งจูงใจเพื่อให้แสดงออกทางพฤติกรรมของตัวบุคคล ซึ่งการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้นจะเป็นพลังผลักดันให้ตัวบุคคลแสดงพฤติกรรมในเชิงบวก เพื่อให้บรรลุเป้าหมายและเมื่อประสบความสำเร็จก็จะรู้สึกภาคภูมิใจ (นิราวัลย์ ศรีทอง, 2563) หัวใจสำคัญของความสำเร็จในการบริหารองค์กรจะขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้บริหารในการจูงใจบุคลากรให้ทำงานอย่างเต็มความสามารถ ซึ่งวิธีการที่นักบริหารจะผสมผสานจิตใจให้พนักงานเกิดความร่วมมือร่วมใจในการปฏิบัติภารกิจขององค์กรให้ลุล่วงนั้น มีมากมายหลายวิธี แต่วิธีที่ได้รับความสนใจและนิยมใช้กันมาก คือ การสร้างแรงจูงใจ ซึ่งการสร้างแรงจูงใจนั้นต่างก็มีหลายวิธี จึงต้องเลือกใช้ให้เหมาะสมกับแต่ละบุคคล แต่ละโอกาส เพราะการสร้างแรงจูงใจต้องให้ตรงกับความต้องการของผู้ถูกจูงใจจึงจะเกิดประโยชน์ต่อองค์กร ดังนั้น ผู้บริหารต้องสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงานเพื่อร่วมมือกันทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ หากองค์กรใดที่ไม่มีการสร้างแรงจูงใจในการทำงาน ย่อมไม่สามารถโน้มน้าวจิตใจของพนักงานให้มีความรู้สึกผูกพันต่อองค์กร (อโณทัย ธีระทีป, 2563) องค์ประกอบที่จะสร้างแรงจูงใจในการทำงาน ประกอบด้วย ด้านความสำเร็จในการทำงาน (Achievement) ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ (Recognition) ด้านลักษณะของงาน (Work itself) ด้านความรับผิดชอบ (Responsibility) และด้านความก้าวหน้า (Advancement) (Herzberg, 1959) เมื่อผู้ปฏิบัติงานได้รับแรงกระตุ้นจากการจูงใจแล้ว ย่อมเป็นแรงผลักดันให้ผู้ปฏิบัติงานเต็มใจที่จะทำงานและทำงานให้เกิดประสิทธิภาพ

ประสิทธิภาพการทำงาน (Job Efficiency) เป็นความสามารถในการปฏิบัติงาน การใช้ทรัพยากรหรือปัจจัยนำเข้าอย่างคุ้มค่า โดยสามารถวัดจากปัจจัยนำเข้ากับผลผลิตที่ได้ ซึ่งการทำงาน ที่มีประสิทธิภาพนั้น ผลลัพธ์ของงานที่ได้จะต้องมีปริมาณเท่ากับปัจจัยนำเข้าหรือมีปริมาณมากกว่าและผลผลิตที่ได้นั้นจะต้องคำนึงถึงคุณภาพในงานนั้นด้วย (กฤช จรินโท และ ลัดดาวัลย์ ฤทธิ์สมบูรณ์, 2563) ในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ ผู้ปฏิบัติงานต้องมีความพยายามทำงานให้ถูกต้องครบถ้วน ตลอดจนลดข้อบกพร่องที่อาจจะเกิดขึ้น มีความพยายามให้เกิดความชัดเจนขึ้นในบทบาทหน้าที่ รวมทั้งขั้นตอนการ

ปฏิบัติงานต่าง ๆ ที่เป็นไปตามกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับ หรือตามหลักเกณฑ์และวิธีปฏิบัติ เพื่อให้ได้ผลงานที่มีคุณภาพ มีความถูกต้องของผลงาน รวมถึงการบรรลุวัตถุประสงค์ในการทำงาน (พนิดา เกรียงทวีทรัพย์ และ สุรมงคล นิ่มจิตต์, 2561) สำหรับการปฏิบัติงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์เป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ปฏิบัติงานต้องการและคาดหวังไว้ จึงทำให้ผู้ปฏิบัติงานต้องใช้ความรู้ ความสามารถ และทักษะต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน เพื่อให้ได้ผลงานตรงตามตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนด (สมใจ ลักษณะ, 2552) ซึ่งตัวชี้วัดประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรภายในหน่วยงาน สามารถประเมินผลได้จากคุณภาพและความถูกต้องของงาน (Quality and accuracy of work) ปริมาณงานที่รับผิดชอบ (Responsible workload) รวมถึงระยะเวลาที่ใช้ในการปฏิบัติงาน (Length of work) (ภีรดา ศิลปชัย และ ณัฐชา ธำรงโชติ, 2561)

สถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย ได้มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้กับประเทศ และเป็นสถาบันหลักที่มีบทบาทในการชี้นำสังคมมาโดยตลอด โดยสังคมทั่วไปจะให้การยอมรับและให้ความสำคัญกับสถาบันอุดมศึกษาว่าเป็นสถาบันหลักของประเทศที่ประชาชนและองค์กรต่าง ๆ สามารถพึ่งพาได้เมื่อมีปัญหาที่ต้องแก้ด้วยวิชาการและปัญญา จากความคาดหวังของสังคมและความรับผิดชอบในภารกิจ ทำให้สถาบันอุดมศึกษาต้องใช้ความพยายามอย่างเต็มที่ที่จะต้องปฏิบัติหน้าที่อย่างครบถ้วนและรักษาความเชื่อมั่น ความศรัทธาของสังคมให้คงอยู่ตลอดไป ซึ่งเป็นภารกิจที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศและสังคม จึงทำให้สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาและสถาบันอุดมศึกษาภายใต้การกำกับดูแลทุกแห่ง ต้องดำเนินการในทุกรูปแบบที่จะทำให้การศึกษาในระดับอุดมศึกษาเป็นไปอย่างมีคุณภาพ สามารถสนองตอบความต้องการของประเทศชาติได้อย่างเต็มที่ (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2564)

การปฏิบัติงานด้านพัสดุ เป็นงานที่มีความสำคัญอีกงานหนึ่งที่สนับสนุนการดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย ทั้งด้านการจัดการเรียนการสอน ด้านการบริการวิชาการ ด้านการวิจัย เป็นต้น ซึ่งขอบเขตการดำเนินงานด้านพัสดุ จะเริ่มตั้งแต่การวางแผนกำหนดความต้องการพัสดุ การจัดซื้อจัดจ้าง การควบคุมพัสดุ การแจกจ่ายพัสดุ การบำรุงรักษาพัสดุ และการจำหน่ายพัสดุ โดยหลักปฏิบัติงานต้องดำเนินงานภายใต้กฎ ระเบียบ และข้อบังคับ ผู้ปฏิบัติงานด้านพัสดุต้องใช้ทักษะ ความรู้ ความสามารถ ความรอบครอบในการปฏิบัติงาน จากที่กล่าวมานั้น อาจเป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้ปฏิบัติงานด้านพัสดุเกิดความท้อแท้ เบื่อหน่ายในงาน รวมถึงการขาดขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน ซึ่งอาจจะส่งผลให้การปฏิบัติงานด้านพัสดุด้อยประสิทธิภาพลงได้

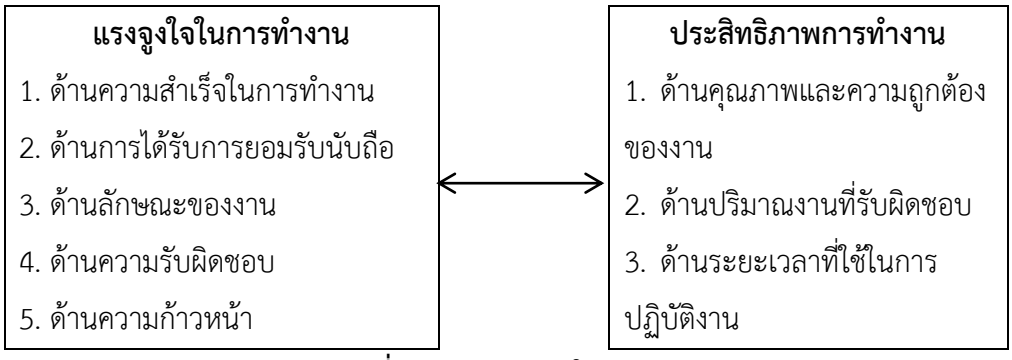
จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับประสิทธิภาพการทำงานของนักวิชาการพัสดุสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดมหาสารคาม ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่าแรงจูงใจในการทำงานมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการทำงานหรือไม่อย่างไร โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักวิชาการพัสดุสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดมหาสารคาม

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการทำงานของนักวิชาการพัสดุสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดมหาสารคาม
2. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการทำงานของนักวิชาการพัสดุสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดมหาสารคาม
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับประสิทธิภาพการทำงานของนักวิชาการพัสดุสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดมหาสารคาม

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับประสิทธิภาพการทำงานของนักวิชาการพัสดุสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัยได้ใช้ทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg (1959) เป็นตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย ด้านความสำเร็จในการทำงาน (Achievement) ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ (Recognition) ด้านลักษณะของงาน (Work itself) ด้านความรับผิดชอบ (Responsibility) ด้านความก้าวหน้า (Advancement) และใช้แนวคิดความมีประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรภายในหน่วยงานของ ภีรดา ศิลปชัย และ ณัฐชา ธำรงโชติ (2561) เป็นตัวแปรตาม ประกอบด้วย ด้านคุณภาพและความถูกต้องของงาน (Quality and accuracy of work) ด้านปริมาณงานที่รับผิดชอบ (Responsible workload) ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการปฏิบัติงาน (Length of work)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักวิชาการพัสดุสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดมหาสารคาม จำนวน 119 คน (กองการเจ้าหน้าที่ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2565; กองบริหารงานบุคคล มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 2565; งานบุคคล มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตมหาสารคาม, 2565)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักวิชาการพัสดุสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดมหาสารคาม จำนวน 92 คน โดยใช้เกณฑ์การกำหนดขนาดตัวอย่างตามสูตรทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1973) และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ สุ่มโดยการจับฉลาก ซึ่งมีรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างของนักวิชาการพัสดุสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามสถาบันอุดมศึกษาที่สังกัด

สถาบันอุดมศึกษาที่สังกัด	ประชากร (คน)	กลุ่มตัวอย่าง (คน)
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	75	57
มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตมหาสารคาม	6	5
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม	38	30
รวม	**119**	**92**

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งได้สร้างตามวัตถุประสงค์ และกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักวิชาการพัสดุสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดมหาสารคาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-list) ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน และสถาบันอุดมศึกษาที่สังกัด

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานของนักวิชาการพัสดุสถาบันอุดมศึกษา ในจังหวัดมหาสารคาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยครอบคลุมเนื้อหาแรงจูงใจในการทำงาน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความสำเร็จในการทำงาน (Achievement) จำนวน 4 ข้อ ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ (Recognition) จำนวน 4 ข้อ ด้านลักษณะของงาน (Work itself) จำนวน 4 ข้อ ด้านความรับผิดชอบ (Responsibility) จำนวน 4 ข้อ และด้านความก้าวหน้า (Advancement) จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงานของนักวิชาการพัสดุสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดมหาสารคาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยครอบคลุมเนื้อหาประสิทธิภาพการทำงาน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณภาพและความถูกต้องของงาน (Quality and accuracy of work) จำนวน 4 ข้อ ด้านปริมาณงานที่รับผิดชอบ (Responsible workload) จำนวน 4 ข้อ ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการปฏิบัติงาน (Length of work) จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นอื่น ๆ

วิธีการสร้างและพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างและพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินงานตามลำดับ ดังนี้

1. ศึกษาเนื้อหาข้อมูลจากตำรา เอกสาร วารสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการทำงานและประสิทธิภาพการทำงาน เพื่อสร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดที่กำหนด และนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย เพื่อพิจารณาความเหมาะสมความถูกต้องของการใช้ภาษาและครอบคลุมเนื้อหาของการวิจัย

2. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและครอบคลุมเนื้อหาของการวิจัย โดยมีผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ทำการพิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหาที่ต้องการจะวัดโดยคำนวณหาค่า IOC (The Index of Item-Objective Congruence) โดยมีค่า IOC ของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.90 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของธีระ กุลสวัสดิ์ (2558) ได้นำเสนอว่าข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.67–1.00 เป็นค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาที่ใช้ได้

3. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญไปทดลองใช้ (Try Out) กับหัวหน้าเจ้าหน้าที่พัสดุสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดมหาสารคาม จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Alpha Coefficient) ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.92 แรงจูงใจในการทำงาน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคเท่ากับ 0.93 และประสิทธิภาพการทำงาน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคเท่ากับ 0.91 ซึ่งสอดคล้องตามหนังสือ Psychometric theory ได้นำเสนอว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคที่มีค่ามากกว่า 0.70 เป็นค่าที่ยอมรับได้ (Nunnally, 1978) และนำผลที่ได้จากการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยอีกครั้ง เพื่อปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำแล้วจัดทำเป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลตามกลุ่มตัวอย่างต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนและวิธีการดังนี้

1. ผู้วิจัยดำเนินการจัดทำแบบสอบถามตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย และขอหนังสือราชการจากคณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม โดยแนบพร้อมกับแบบสอบถาม เพื่อขอความอนุเคราะห์และความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

2. ดำเนินการส่งแบบสอบถามไปให้กับกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ตามสถาบันที่สังกัดในวันที่ 22 มิถุนายน 2565 เพื่อขอความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถาม โดยกำหนดระยะเวลาให้ตอบกลับภายใน 15 วัน เมื่อครบกำหนดตามระยะเวลา 15 วัน ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามกลับมาจำนวน 74 ฉบับ ผู้วิจัยจึงได้ติดตามโดยสอบถามทางโทรศัพท์กลับไปยังหน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่ได้ตอบกลับ เพื่อขอความขอนุเคราะห์ข้อมูลและทำการส่งแบบสอบถามถึงผู้ที่ยังไม่ตอบแบบสอบถาม

กลับอีกครั้งและได้รอแบบสอบตอบกลับถึงวันที่ 22 กรกฎาคม 2565 ปรากฏว่าได้แบบสอบถามตอบกลับมาเพิ่มอีกจำนวน 18 ฉบับ รวมกับแบบสอบถามเดิมเป็นจำนวนทั้งสิ้น 92 ฉบับ รวมระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล 30 วัน

3. ทำการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืน เพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผลต่อไป

สถิติในการใช้วิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ การวิเคราะห์เชิงพรรณนาและการวิเคราะห์เชิงอนุมาน ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลได้ ดังนี้ดังนี้

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา เพื่อหาค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) ของความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานและประสิทธิภาพการทำงานของนักวิชาการพัสดุสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดมหาสารคามแต่ละด้าน ซึ่งได้กำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถาม ดังนี้ ระดับความคิดเห็นมากที่สุด กำหนดให้ 5 คะแนน ระดับความคิดเห็นมาก กำหนดให้ 4 คะแนน ระดับความคิดเห็นปานกลาง กำหนดให้ 3 คะแนน ระดับความคิดเห็นน้อย กำหนดให้ 2 คะแนน ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด กำหนดให้ 1 คะแนน จากนั้นหาค่าคะแนนของแบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้ ค่าเฉลี่ย 4.51–5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.51–4.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 2.51–3.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 1.51–2.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 1.00–1.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด (บุญชม ศรีสะอาด, 2553)

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับประสิทธิภาพการทำงานโดยรวมของนักวิชาการพัสดุสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดมหาสารคาม โดยการใช้การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) การแปลผลระดับความสัมพันธ์ (r) โดยอิงเกณฑ์ของ Hinkle ดังนี้ r มีค่า 0.90-1.00 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันระดับสูงมาก r มีค่า 0.70-0.90 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันระดับสูง r มีค่า 0.50-0.70 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันระดับปานกลาง r มีค่า 0.30-0.50 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันระดับต่ำ และ r มีค่า 0.00-0.30 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันระดับต่ำมาก (Hinkle, 1998)

การขอคำรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน

ผู้วิจัยได้ส่งโครงร่างงานวิจัยและแบบสอบถาม เพื่อขอรับการพิจารณารับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนประจำมหาวิทยาลัยมหาสารคาม และได้รับการพิจารณารับรองโครงการวิจัย เลขที่ 191-191/2565 วันที่รับรอง 26 พฤษภาคม 2565

ผลการวิจัย

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานโดยรวม และเป็นรายด้านของนักวิชาการพัสดุสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดมหาสารคาม

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานโดยรวม และเป็นรายด้าน

แรงจูงใจในการทำงาน	$\bar{x}$	SD	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
ด้านความสำเร็จในการทำงาน	4.18	0.60	มาก	1
ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ	4.09	0.58	มาก	3
ด้านลักษณะของงาน	4.15	0.53	มาก	2
ด้านความรับผิดชอบ	4.07	0.58	มาก	4
ด้านความก้าวหน้า	4.06	0.57	มาก	5
ภาพรวม	**4.11**	**0.47**	**มาก**	

จากตารางที่ 2 พบว่า นักวิชาการพัสดุสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$=4.11, SD=0.47) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากสูงสุดไปต่ำสุด ดังนี้ ด้านความสำเร็จในการทำงาน ($\bar{x}$=4.18, SD=0.60) ด้านลักษณะของงาน ($\bar{x}$=4.15, SD=0.58) ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ($\bar{x}$=4.09, SD=0.58) ด้านความรับผิดชอบ ($\bar{x}$=4.07, SD=0.58) และด้านความก้าวหน้า ($\bar{x}$=4.06, SD=0.57) ตามลำดับ

2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงานโดยรวม และเป็นรายด้านของนักวิชาการพัสดุสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดมหาสารคาม

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงานโดยรวม และเป็นรายด้าน

ประสิทธิภาพการทำงาน	$\bar{x}$	SD	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
ด้านคุณภาพและความถูกต้องของงาน	4.26	0.53	มาก	1
ด้านปริมาณงานที่รับผิดชอบ	4.25	0.48	มาก	2
ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการปฏิบัติงาน	4.15	0.58	มาก	3
ภาพรวม	**4.22**	**0.46**	**มาก**	

จากตารางที่ 3 พบว่า นักวิชาการพัสดุสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$=4.22, SD=0.46) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากสูงสุดไปต่ำสุด ดังนี้ ด้านคุณภาพและความถูกต้องของงาน ($\bar{x}$=4.26, SD=0.53) ด้านปริมาณงานที่รับผิดชอบ ($\bar{x}$=4.25, SD=0.48) และด้านระยะเวลาที่ใช้ในการปฏิบัติงาน ($\bar{x}$=4.15, SD=0.58) ตามลำดับ

3. ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับประสิทธิภาพการทำงานของนักวิชาการพัสดุสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดมหาสารคาม

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับประสิทธิภาพการทำงานโดยรวมของนักวิชาการพัสดุสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดมหาสารคาม

แรงจูงใจในการทำงาน	ประสิทธิภาพการทำงานโดยรวม		
	Pearson Correlation (r)	sig	ระดับความสัมพันธ์
ด้านความสำเร็จในการทำงาน	0.76**	.00	ระดับสูง
ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ	0.75**	.00	ระดับสูง
ด้านลักษณะของงาน	0.83**	.00	ระดับสูง
ด้านความรับผิดชอบ	0.62**	.00	ระดับปานกลาง
ด้านความก้าวหน้า	0.63**	.00	ระดับปานกลาง
โดยรวม	**0.81****	**.00**	**ระดับสูง**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4 พบว่า การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับประสิทธิภาพการทำงานโดยรวม มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง (r=0.81) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านและเรียงลำดับความสัมพันธ์จากสูงสุดไปต่ำสุด ดังนี้ ด้านลักษณะของงาน มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง (r=0.83) ด้านความสำเร็จในการทำงาน มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง (r=0.76) ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง (r=0.75) ด้านความก้าวหน้า มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง (r=0.63) และด้านความรับผิดชอบ มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง (r=0.62) ตามลำดับ

อภิปรายผล

1. นักวิชาการพัสดุสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานโดยรวม และเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ด้านลักษณะของงาน ด้านความรับผิดชอบ และด้านความก้าวหน้า เนื่องจากนักวิชาการพัสดุสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดมหาสารคาม ได้รับการกระตุ้นหรือผลักดันให้แสดงพฤติกรรมในเชิงบวก และแสดงพฤติกรรมออกมาอย่างเต็มความสามารถและทุ่มเทความพยายามในการปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร จึงส่งผลทำให้ได้ผลงานมีคุณภาพเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชรี พันธุ์แตงไทย (2564) ได้ศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ พบว่า ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุนอยู่ในระดับมาก เนื่องจากเพราะบุคลากรสายสนับสนุนของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ มีความมุ่งมั่นตั้งใจในการปฏิบัติงานและมีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย สามารถแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในการปฏิบัติงานได้ รวมทั้งมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ทำให้การประสานงานและการปฏิบัติงานสำเร็จลุล่วงเป็นไปตามวัตถุประสงค์ และเป้าหมายของมหาวิทยาลัย นอกจากนี้ ผู้บริหารมหาวิทยาลัยยังมีความสามารถในการบริหารจัดการ มีนโยบายในการจ่ายค่าตอบแทนแก่บุคลากรอย่างเหมาะสม และการบริหารจัดการที่สอดรับกับแนวปฏิบัติ สนับสนุนและส่งเสริมบุคลากรในการพัฒนาศักยภาพตนเอง เช่น การเข้าร่วมอบรม การศึกษาต่อ รวมทั้งยอมรับฟังความคิดเห็น ยกย่องให้เกียรติ และมอบหมายงานที่ตรงกับความรู้ความสามารถ ประกอบกับสถานที่ตั้งของที่ทำงานอยู่ในทำเลที่เหมาะสม จึงมีผลทำให้บุคลากรสายสนับสนุนของมหาวิทยาลัยเกิดแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ เทพอินทร เสนีย์วงศ์ ณ อยุธยา และ สุวิทย์ อุดมพาณิชย์ (2562) ได้ศึกษาแรงจูงใจที่มีผลต่อการปฏิบัติงานตามสมรรถนะหลักของนักวิชาการสาธารณสุขที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของนักวิชาการสาธารณสุขที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล จังหวัดร้อยเอ็ด อยู่ในระดับมาก ซึ่งแสดงให้เห็นว่า

แรงจูงใจเป็นตัวกระตุ้นให้นักวิชาการสาธารณสุข ทุ่มเททั้งแรงกาย แรงใจ และกระตุ้นให้ใช้ความรู้ความสามารถในการทำงานอย่างเต็ม เพื่อให้งานบรรลุตามวัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายที่วางไว้

2. นักวิชาการพัสดุสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงานโดยรวม และเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านคุณภาพและความถูกต้องของงาน ด้านปริมาณงานที่รับผิดชอบ และด้านระยะเวลาที่ใช้ในการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับมาก เนื่องจากนักวิชาการพัสดุสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดมหาสารคาม จะต้องปฏิบัติงานให้เป็นไปตามกฎ ระเบียบ และข้อบังคับ จึงทำให้นักวิชาการพัสดุต้องใช้ทักษะ ความรู้ ความสามารถต่าง ๆ มาใช้ในการปฏิบัติงาน เพื่อให้งานมีคุณภาพและมีความถูกต้องอยู่เสมอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชชาภรณ์ เลิศสุบินรักษ์ (2561) ได้ศึกษาผลกระทบของความเป็นเลิศในการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องที่มีต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรการประปาส่วนภูมิภาคเขต 8 พบว่า บุคลากรการประปาส่วนภูมิภาคเขต 8 มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีประสิทธิภาพ การทำงานโดยรวม และรายด้านอยู่ในระดับมาก เนื่องจากการประปาส่วนภูมิภาคมีการส่งเสริมยุทธศาสตร์หนึ่งที่มุ่งเน้นในการก้าวขึ้นเป็นผู้นำในด้านการบริการน้ำประปา ทำให้บุคลากรมุ่งเน้นใน การปฏิบัติงานตามที่ได้กำหนดไว้อย่างมีมาตรฐานทั้งด้านคุณภาพและปริมาณของงาน นอกจากนั้น ยังปฏิบัติงานโดยคำนึงถึงการประหยัดต้นทุนในการทำงาน และสามารถปฏิบัติงานได้ทันต่อความต้องการขององค์กรและลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงใจ เผ่าเวียงคำ (2560) ได้ศึกษาผลกระทบของการวางแผนการปฏิบัติงานที่ดีที่มีต่อประสิทธิภาพการทำงานของผู้อำนวยการกองคลังสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย พบว่า ผู้อำนวยการกองคลังสถาบันอุดมศึกษา มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีประสิทธิภาพการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากผู้อำนวยการกองคลังมีปฏิบัติงานโดยวางแผนการทำงาน และปฏิบัติงานให้เป็นไปตามระเบียบ ทำให้ผลลัพธ์ที่ได้ถูกต้องและมีความน่าเชื่อถือ รวมถึงผู้อำนวยการกองคลังส่วนใหญ่มีความกระตือรือร้นให้ความร่วมมือ ให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน จึงส่งผลให้การปฏิบัติงานประสบสำเร็จตามระยะเวลาที่กำหนด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพรรณี ทัพธานี (2560) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงานกับประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานบัญชีในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา พบว่า พนักงานบัญชี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงานโดยรวม และเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก เนื่องจากพนักงานบัญชีในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายด้วยความรับผิดชอบ มีความซื่อสัตย์ในการทำงานตรงไปตรงมาตามข้อเท็จจริง ตามระเบียบ หลักเกณฑ์ ข้อบังคับ และมีผลงานที่สำเร็จตามเวลา สามารถบริหารจัดการเวลาในการปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี มีการจัดลำดับความสำคัญก่อนหลังของงาน ทำให้งานประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ และสามารถจัดทำงบการเงินได้ถูกต้องตรงตามวัตถุประสงค์ขององค์กรได้เป็นอย่างดีตามมาตรฐานที่กำหนดไว้

3. แรงจูงใจในการทำงาน ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ด้านลักษณะของงาน ด้านความรับผิดชอบ และด้านความก้าวหน้า มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการทำงานโดยรวม เนื่องจากนักวิชาการพัสดุสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดมหาสารคามได้รับการกระตุ้นและการสนับสนุนให้มีการพัฒนาความรู้ความสามารถในระดับที่สูงขึ้น รวมถึงได้รับแรงจูงใจจากหน่วยงานให้มีโอกาสในการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้น ได้รับยกย่องจากผู้บังคับบัญชา ได้รับมอบหมายหน้าที่ในการปฏิบัติงานที่มีความเหมาะสมกับความรู้ความสามารถ และได้รับมอบหมายหน้าที่ให้ปฏิบัติงานที่มีความน่าสนใจ และมีความท้าทายในการปฏิบัติงาน จึงทำให้นักวิชาการพัสดุเกิดความภูมิใจ ตั้งใจทำงานอย่างเต็มที่และเต็มกำลังความสามารถ จนสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg (1959) ที่เพื่ออธิบายว่าแรงจูงใจและความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานในองค์กรจะขึ้นอยู่กับการบรรลุเป้าหมาย การได้รับเกียรติและการยอมรับ งานที่ทำเป็นงานที่ชอบ ได้ทำงานที่มีความรับผิดชอบสูง ความก้าวหน้าในงานที่ทำ การมีความมั่นคงและการได้เลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤษดา เชียรวัฒนสุข และ ปริญญ์ ศุกรีเขตร (2564) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ของการรับรู้ความสามารถของตนเองและแรงจูงใจในการทำงานกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า แรงจูงใจในการทำงานเป็นอีกปัจจัยสำคัญที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน เนื่องจากการสร้างแรงจูงใจโดยการยกย่องหรือการชมเชยเป็นเครื่องมือที่องค์กรนำมาใช้และสามารถกระตุ้นให้พนักงาน เกิดความพึงพอใจในการทำงานและทุ่มเททำงานด้วยความพยายามจนทำให้งานประสบผลสำเร็จตามที่องค์กรคาดหวัง สอดคล้องกับงานวิจัยของ มาลินี คำเครือ และ นิรุตต์ จรเจริญ (2564) ได้ศึกษาแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานที่มีต่อประสิทธิผลของบริษัทในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า แรงจูงใจในการทำงาน มีความสำคัญและส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานขององค์กร เนื่องจากแรงจูงใจในการทำงานจะกระตุ้นให้พนักงานทำงานให้สำเร็จทันตามเป้าหมายขององค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัชรินทร์ ทองหม่อมราม และ บุญอนันต์ พินัยทรัพย์ (2564)ได้ศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากร องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอเคียนซา จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจ ด้านลักษณะของงาน มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอเคียนซา จังหวัดสุราษฎร์ธานี เนื่องจากบุคลากรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีความพึงพอใจที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบงานที่ทำตรงกับคุณวุฒิและตรงตามตำแหน่งงานของตนเอง และเป็นงานที่ท้าทายความสามารถที่ไม่เคยปฏิบัติมาก่อน ทำให้เกิดแรงกระตุ้นให้ต้องปฏิบัติงานโดยใช้ความรู้ ความสามารถที่มากขึ้น จึงส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานเพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ นริศรา แดงเทโพธิ์ (2562) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจูงใจในการทำงานกับประสิทธิผลการทำงานของนักวิชาการเงินและบัญชีในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม พบว่า ปัจจัยจูงใจในการทำงาน ด้านความรับผิดชอบ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิผลการ

ทำงานโดยรวม เนื่องจากการปฏิบัติงานของนักวิชาการเงินและบัญชี เป็นงานที่ต้องมีความรับผิดชอบสูงมาก เพราะต้องปฏิบัติงานตามกฎ ระเบียบ และข้อบังคับ จึงทำให้ผู้ปฏิบัติงานต้องใช้ทักษะ ความรู้ความสามารถ เพื่อให้ได้ผลงานที่มีความถูกต้อง มีความน่าเชื่อถือและสอดคล้องกับงานวิจัยของ พนมพร วงษ์เหมือน และ เนตร์พัณณา ยาวิราช (2564) ได้ศึกษาอิทธิพลของแรงจูงใจในการทำงานและคุณภาพชีวิตการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการทำงานเป็นทีมของบุคลากรสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี พบว่า แรงจูงใจในการทำงาน ด้านความเจริญเติบโตก้าวหน้า มีอิทธิพลและส่งผลกระทบเชิงบวกต่อประสิทธิผลการทำงาน เป็นทีมของบุคลากรสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เนื่องจากบุคลากรสายสนับสนุนได้รับการส่งเสริมความเจริญก้าวหน้าในระดับที่สูงขึ้น จึงเป็นแรงจูงใจให้บุคลากรเกิดความตั้งใจในการปฏิบัติงาน และทำงานให้ประสบความสำเร็จ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ผลการวิจัย พบว่า แรงจูงใจในการทำงาน ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ด้านลักษณะของงาน ด้านความรับผิดชอบ และด้านความก้าวหน้า มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการทำงานโดยรวม จากผลการวิจัยดังกล่าวผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายเพื่อสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้กับพนักงาน โดยการยกย่องหรือชมเชยพนักงาน การสนับสนุนให้พนักงานมีการพัฒนาความรู้ความสามารถในระดับที่สูงขึ้น เช่น การฝึกอบรม การศึกษาต่อ การสร้างแรงจูงใจโดยส่งเสริมให้มีโอกาสในการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้น รวมถึงการมอบหมายหน้าที่ในการปฏิบัติงานให้มีความเหมาะสมกับความรู้ความสามารถของพนักงาน และมอบหมายหน้าที่ปฏิบัติงานให้มีความน่าสนใจ และมีความท้าทายในการปฏิบัติงานของพนักงาน

2. ผลการวิจัย พบว่า นักวิชาการพัสดุสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานโดยรวม และเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก และมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงานโดยรวม และเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่านักวิชาการพัสดุสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดมหาสารคามได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานและประสิทธิภาพการทำงาน ดังนั้น ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาควรกำหนดนโยบายที่เหมาะสม เพื่อสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้กับพนักงานและเพื่อให้การปฏิบัติงานเกิดประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth-Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลเพิ่มเติมและรายละเอียดที่ตรงประเด็นที่มากขึ้น

2. ควรศึกษาความสัมพันธ์จากปัจจัยอื่นที่ไม่ใช่แรงจูงใจในการทำงานที่มีต่อประสิทธิภาพการทำงาน เช่น การวางแผนการปฏิบัติ เพื่อศึกษาว่าการวางแผนการปฏิบัติงานจะมีความสัมพันธ์หรือส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานหรือไม่ อย่างไร

3. ควรมีการศึกษาตัวแปรตามหรือปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการทำงาน เช่น คุณภาพการทำงาน เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับคุณภาพการทำงานจะมีความสัมพันธ์กันหรือไม่ อย่างไร

เอกสารอ้างอิง

กฤช จรินโท และ ลัดดาวัลย์ ฤทธิ์สมบูรณ์. (2563). *การบริหารจัดการองค์กรและแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานในธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์: นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี.* **วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์,** 3(2): 1-15.

กฤษดา เชียรวัฒนสุข และปริญญ์ ศุกรีเขตร. (2564). *ความสัมพันธ์ของการรับรู้ความสามารถของตนเองและแรงจูงใจในการทำงานกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร.* **วารสารรัชต์ภาคย์,** 15(40): 96-110.

กองการเจ้าหน้าที่ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. (2565). **ค้นหาบุคลากร.** ค้นเมื่อวันที่ 14 มกราคม 2565, จาก http://www.pd.msu.ac.th/pd4/hr-สถิติบุคลากร.

กองบริหารงานบุคคล มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. (2565). **สถิติบุคลากร.** ค้นเมื่อวันที่ 14 มกราคม 2565, จาก http://www.personnel.rmu.ac.th.

งานบุคคล มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตมหาสารคาม. (2565). **บุคลากร.** ค้นเมื่อวันที่ 14 มกราคม 2565, จาก https://www.tnsumk.ac.th/web.

ชัชรินทร์ ทองหม่อมราม และ บุญอนันต์ พินัยทรัพย์. (2564). *แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากร องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอเคียนซา จังหวัดสุราษฎร์ธานี.* **วารสารการเมืองการปกครอง,** 11(1): 118-139.

ดวงใจ เผ่าเวียงคำ. (2560). **ผลกระทบของการวางแผนการปฏิบัติงานที่ดีที่มีต่อประสิทธิภาพการทำงานของผู้อำนวยการกองคลังสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย.** ปริญญานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

เทพอินทร เสนีย์วงศ์ ณ อยุธยา และสุวิทย์ อุดมพาณิชย์. (2562). *แรงจูงใจที่มีผลต่อการปฏิบัติงานตามสมรรถนะหลักของนักวิชาการสาธารณสุขที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล จังหวัดร้อยเอ็ด.* **วารสารวิจัยสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น,** 12(2): 42-51.

ธีระ กุลสวัสดิ์. (2558). **การหาคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัย**. คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

นริศรา แดงเทโพธิ์. (2562*). ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจูงใจในการทำงานกับประสิทธิผลการทำงานของนักวิชาการเงินและบัญชีในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม.* **วารสารการบัญชีและการจัดการ,** 11(3): 168-178.

นิราวัลย์ ศรีทอง. (2563). **แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก เขตพื้นที่บางพระ.** ปริญญานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.

บุญชม ศรีสะอาด. (2553). **การวิจัยเบื้องต้น.** กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

พงศกร ศรีรงค์ทอง. (2563). *ความหลากหลายของแนวคิดการจัดการภาครัฐแนวใหม่กับแนวโน้มการจัดการภาครัฐในอนาคต.* **วารสารจันทรเกษมสาร,** 26(1): 31-44.

พนมพร วงษ์เหมือน และ เนตร์พัณณา ยาวิราช. (2564). *อิทธิพลของแรงจูงใจในการทำงานและคุณภาพชีวิตการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการทำงานเป็นทีมของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.* **วารสารสังคมศาสตร์วิจัย,** 12(2): 77-95.

พนิดา เกรียงทวีทรัพย์ และ สุรมงคล นิ่มจิตต์. (2561). *รูปแบบการสื่อสารที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการทำงานภายในองค์กร: กรณีศึกษา สำนักงานบริหารหนี้สาธารณะ.* **วารสารอิเล็กทรอนิกส์ Veridian มหาวิทยาลัยศิลปากร (มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และศิลปะ),** 11(3): 3374-3394.

พัชรี พันธุ์แตงไทย. (2564). **แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์.** ปริญญานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์.

ภีรดา ศิลปชัย และ ณัฐชา ธำรงโชติ. (2561). *ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจูงใจและความมีประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรภายในหน่วยงานด้านชุมชนสัมพันธ์ของรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่ง.* **วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร,** 1(2): 217-235.

มาลินี คำเครือ และนิรุตต์ จรเจริญ. (2564). *แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานที่มีต่อประสิทธิผลของบริษัทในเขตกรุงเทพมหานคร.* **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์,** 41(4): 122-147.

วิชชาภรณ์ เลิศสุบินรักษ์. (2561). **ผลกระทบของความเป็นเลิศในการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องที่มีต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรการประปาส่วนภูมิภาคเขต 8**. ปริญญานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

สมใจ ลักษณะ. (2552). **การพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน.** กรุงเทพฯ: คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา.

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2564). **เกี่ยวกับ สกอ.** ค้นเมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2564, จาก http://www.mua.go.th/index2.html.

สุพรรณี ทัพธานี. (2560). **ความสัมพันธ์ระหว่างความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงานกับประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานบัญชีในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา.** ปริญญานิพนธ์ บัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

อโณทัย ธีระทีป. (2563). **ความต้องการแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุน.** งานวิจัย คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

Herzberg, W.H. (1959). **The Motivation to Work.** New York: McGraw-Hill.

Hinkle, D.E. (1998). **Applied Statistics for the Behavior Sciences.** 4th ed. New York: Houghton Mifflin.

Nunnally, J.C. (1978). **Psychometric Theory.** 2nd ed. New York: McGraw-Hill.

Yamane, T. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis.** New York: Harper & Row.

แนวทางการพัฒนาการทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนล่าง ประเทศไทย

Approach to Development of Local Economic Capital to Increase the Capacity of Community Enterprise Entrepreneurs in The Lower Northern Region of Thailand

แก้วตา ผิวพรรณ
อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
E-mail: kaewta.phi@pcru.ac.th
Kaewta Phiwphun
Lecturer, Faculty of Management Science, Phetchabun Rajabhat University

รับเข้า: *25 กันยายน 2565* **แก้ไข:** *11 ตุลาคม 2565* **ตอบรับ:** *5 พฤศจิกายน 2565*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่น 2) สร้างแนวทางการพัฒนาการทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่น และ 3) ตรวจสอบแนวทางการพัฒนาการทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนล่าง ประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยแบ่งออก 3 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนล่าง ประเทศไทย จำนวน 360 คน กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 5 คน และกลุ่มที่ 3 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 9 คน โดยใช้เครื่องมือวิจัย 3 แบบ ประกอบด้วย แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ชนิดกึ่งโครงสร้าง และแบบประเมิน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเทคนิคการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย พบว่า 1) ผลวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุเป็นแบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ค่อนข้างดี พิจารณาจาก ค่า Chi-square Probability Level เท่ากับ 161.389 Relative Chi-square เท่ากับ 1.416 Goodness of Fit Index เท่ากับ .956 และ Root Mean Square Error of Approximation เท่ากับ .026 2) ผลการสร้างแนวทางการพัฒนาการทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่น คือ ทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นมีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ส่วนด้านกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดกับด้านทุนทางสังคมมีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางตรงกับทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่น และมีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางอ้อมกับเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันที่ส่งผ่านทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่น และ 3) ผลตรวจสอบแนวทางมีด้านความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และด้านความมีประโยชน์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด

คำสำคัญ: ทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่น เพิ่มขีดความสามารถ วิสาหกิจชุมชน

Abstract

The research objectives were to: 1) analyze the causal relationship paths influencing local economic capital, 2) create guidelines for the development of local economic capital, and 3) examine guidelines for the development of local economic capital to increase the capacity of community enterprise entrepreneurs in the lower northern region of Thailand. The sample in this research was divided into 3 groups; the first was 360 people from community enterprises in the lower northern region of Thailand, the second was 5 key informants, and the third was 9 experts. Three types of research tools were used, comprising a questionnaire, a semi-structured interview form, and an assessment form. The data were analyzed using statistical techniques, structural equation modeling, mean, standard deviation, and content analysis. The results showed that 1) The causal correlation path analysis model was fairly consistent with the empirical data, considering the Chi-square Probability Level of 161.389, Relative Chi-square of 1.416, Goodness of Fit Index of .956, and Root Mean Square Error of Approximation of .026. 2) The development of local economic capital had a causal relationship with increasing competitiveness. As for the strategy of marketing mix and social capital, there was a direct causal relationship with local economic capital, and there was an indirect causal relationship with increased competitiveness transmitted through local economic capital. and 3) The guidelines in terms of the aspects of accuracy, appropriateness, feasibility, and usefulness overall were at the highest average level.

Keywords: local economic capital, empowerment, community enterprise

บทนำ

การประกอบการเพื่อการจัดการ “ทุนของชุมชน” อย่างสร้างสรรค์ เพื่อการพึ่งตนเอง ทั้งนี้ “ทุนของชุมชน” ไม่ได้หมายถึงแต่เพียงเงิน แต่รวมถึงทรัพยากร ผลผลิต ความรู้ ภูมิปัญญา ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม (สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2564: 15) แม้ว่าวิสาหกิจชุมชนจะเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ แต่อย่างไรก็ตาม วิสาหกิจชุมชนก็ยังเป็นธุรกิจที่มีขนาดไม่ถึงวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) หรือสหกรณ์ และยังมีวิสาหกิจจำนวนหนึ่งที่ยังอยู่ในระดับที่ไม่พร้อมในการแข่งขันทางการค้าทั้งในระดับภายในประเทศและระหว่างประเทศ (สำนักงาน

เลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2564: 19) โดยที่ผ่านมาการประกอบการของวิสาหกิจชุมชนยังคงประสบปัญหาหลายประการ โดยเฉพาะการเพิ่มมูลค่าของสินค้าโดยเอกลักษณ์ไทยหรือภูมิปัญญาท้องถิ่นยังมีน้อย ขาดการออกแบบและการมีตรายี่ห้อหรือตราสินค้าผลิตภัณฑ์ที่เป็นของไทยโดยตรง ดังนั้นในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าของวิสาหกิจชุมชนให้มากขึ้นจึงจำเป็นต้องพัฒนาการออกแบบและการมีตรายี่ห้อหรือตราสินค้าผลิตภัณฑ์ให้ก้าวหน้าต่อไป จากปัญหาดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนบางส่วนยังมีปัญหาในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงส่งผลต่อการกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน จากแนวคิดการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันไดมอนโมเดลโดย Porter (1990) ถูกนำมาศึกษาต่อในด้านการจัดการการท่องเที่ยวโดยมีการนำเสนอแนวคิดการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของจุดหมายปลายทาง หรือเมืองท่องเที่ยวซึ่งมุ่งเน้นการพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันที่เกิดจากความพร้อมของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวต่อการสร้างคุณค่าทั้งในระยะสั้นและยาวมีการเชื่อมโยงกับสภาพแวดล้อมทั้งในระดับมหภาคและจุลภาคเพื่อแสวงหาตำแหน่งการท่องเที่ยวและตลาดการท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างในการแข่งขัน (Ritchie and Crouch, 2003) โดยแนวคิดตราสินค้าและการสร้างตราสินค้า (Brand and Branding) เป็นส่วนหนึ่งของแนวคิดการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันบนพื้นฐานการตลาดสมัยใหม่ที่มีการศึกษามาอย่างต่อเนื่องธุรกิจและองค์กรใช้การสร้างตราสินค้าเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ทำให้ธุรกิจเติบโตและมีผลกำไร (Kapferer, 2005) ในด้านการความสามารถในการแข่งขัน (Destination Branding) หมายถึง การคัดเลือกองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเพื่อนำเสนอสิ่งที่ดีที่สุดเพื่อนำไปสู่การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีที่สุด (Cai, 2002) กล่าวได้ว่า ความสามารถในการแข่งขัน คือ กระบวนการรวบรวมอัตลักษณ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเสนอผ่านชื่อ สัญลักษณ์โลโก้ ภายใต้วัตถุประสงค์ในการสร้างความแตกต่างเพื่อการสร้างการจดจำซึ่งเป็นการผสมผสานระหว่างแนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวและแนวคิดการตลาดสมัยใหม่นำไปสู่การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ดังนั้นเจ้าของธุรกิจหรือผู้ประกอบการจึงต้องเป็นผู้บริหารที่มีคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ มีความสามารถในการบริหารจัดการเพื่อรับมือกับความท้าทาย สามารถปฏิบัติงานได้ตามแผนกลยุทธ์ที่ได้วางแผนไว้ (Dess, Lumpkin and Eisner, 2007) และต้องให้ความสนใจในเรื่องนวัตกรรม จึงเปรียบเสมือนนวัตกร (Innovator) เพราะนวัตกรรมและเทคโนโลยีคือเครื่องมือที่เปิดโอกาสทางการตลาดให้กับผู้ประกอบการ ในการสร้างความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage) นำไปสู่ความสำเร็จในการประกอบการ (Robert and Jintons, 2011) โดยผู้ประกอบการมีการขับเคลื่อนการประกอบการด้วยนวัตกรรม (Innovation Driven Entrepreneurship) หรือ IDE (ดนชนก เบื่อนอย, 2559) โดยการพัฒนานวัตกรรมในระดับบุคคลและองค์การ ต้องอาศัยปัจจัยหลายประการ เพราะเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยสิ่งที่กำหนดนวัตกรรมในองค์กรนั้น

ผู้ประกอบการต้องมีภาวะผู้นำด้านนวัตกรรม (Innovation leadership) เป็นผู้ที่มองเห็นความสำคัญและสนับสนุนให้มีการสร้างนวัตกรรม มีการยกระดับทางการจัดการ (Managerial levering) ซึ่งเป็นสิ่งที่สัมพันธ์กับภาวะผู้นำเพราะเป็นผู้ที่ตัดสินใจและปฏิบัติตามกลยุทธ์ หรือแนวคิดที่วางไว้ โดยมีการจัดโครงสร้างระบบการจัดการ การจัดสรรทรัพยากร ที่ก่อให้เกิดนวัตกรรม จนเกิดกระบวนการทางธุรกิจ (Business process) เป็นการเปลี่ยนแปลงที่ทำให้เกิดปัจจัยในการเป็นนวัตกรรม โดยทำให้นวัตกรรมที่สร้างขึ้นเป็นธุรกิจในระดับองค์การได้ (Crossan and Apaydin, 2010)

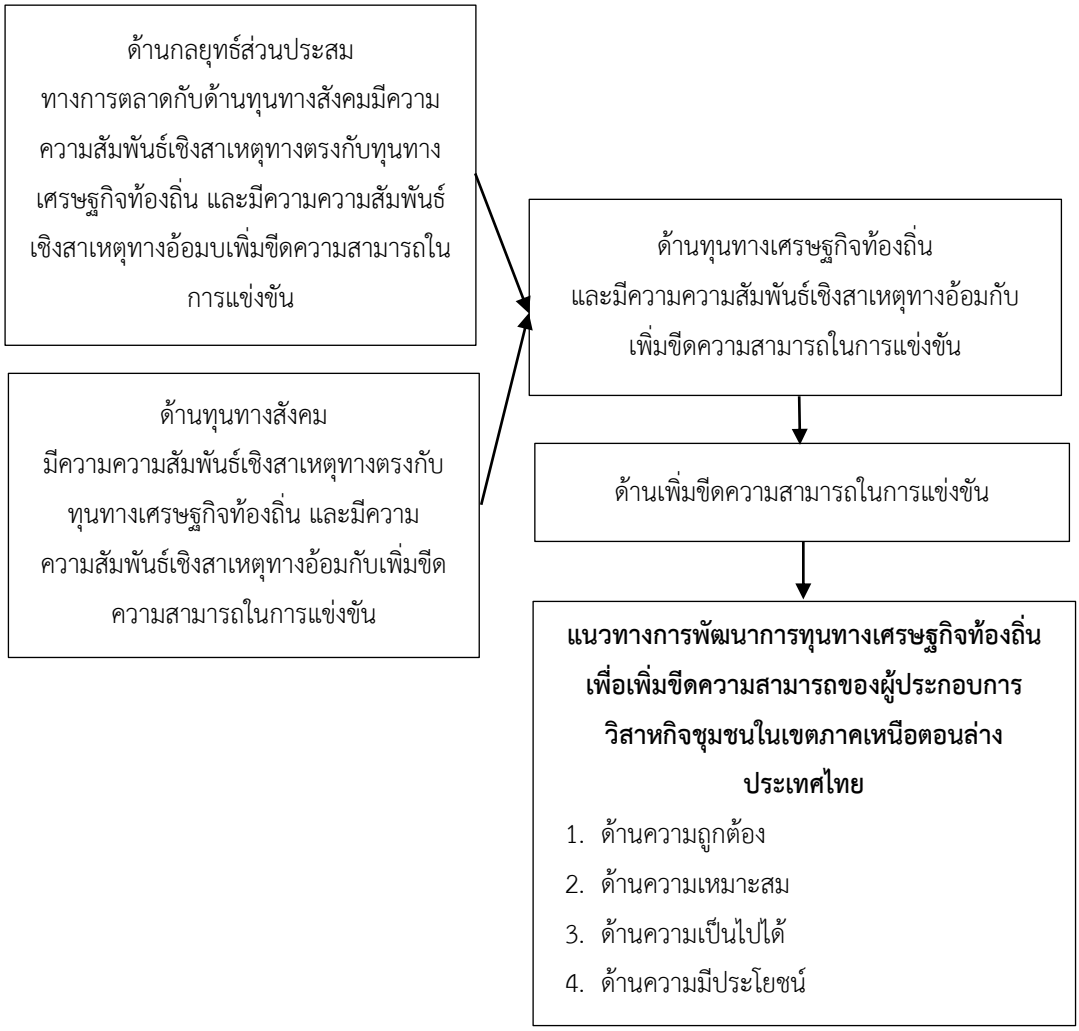
จากความสำคัญของการท่องเที่ยวที่มีผลต่อภาคเศรษฐกิจสังคมของประเทศ ข้อมูลการเติบโตของนักท่องเที่ยวต่างชาติของประเทศในอาเซียนที่มีการเติบโตเกือบทุกประเทศ และข้อมูล กระแสความเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวทำให้ประเทศไทยกำลังเผชิญกับการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นจากประเทศในภูมิภาคอาเซียน และในทวีปเอเชีย ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาแนวทางการพัฒนาการทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนล่าง ประเทศไทย เพื่อนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปใช้พัฒนาประสิทธิภาพการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อแนวทางการพัฒนาการทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนล่าง ประเทศไทย
2. เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาการทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนล่าง ประเทศไทย
3. เพื่อตรวจสอบแนวทางการพัฒนาการทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนล่าง ประเทศไทย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัยเป็นวิธีวิจัยการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นการวิจัยที่มุ่งหาข้อเท็จจริงและข้อสรุปเชิงปริมาณโดยการใช้ข้อมูลที่เป็นตัวเลขเป็นหลักฐานยืนยันความถูกต้องของข้อค้นพบและข้อสรุปต่าง ๆ มีรายละเอียด ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง กำหนดประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออก 3 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 สำหรับข้อมูลวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุใช้ประชากร คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนล่าง ประเทศไทย ใช้วิธีการเพื่อประมาณค่าพารามิเตอร์ด้วยวิธี Maximum

Likelihood ตามข้อเสนอของ Hair, Black, Babin and Anderson (2010) ได้แนะนำว่าขนาดของตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยควรมีขนาดตัวอย่าง 10-20 คนต่อตัวแปรในการวิจัยหนึ่งตัวแปร ซึ่งโมเดลเชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นในงานวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยทั้งหมด 18 ตัวแปร ดังนั้นขนาดตัวอย่างขั้นสูงที่เหมาะสม คือ 360 คน (18 ตัวแปร X 20 คนต่อตัวแปร) กลุ่มที่ 2 สำหรับสร้างแนวทางใช้ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ 2 กลุ่ม จำนวน 5 คน (Dworkin, 2012; Onwuegbuzie and Leech, 2007) ได้แก่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนประเทศไทยกับกลุ่มภาคีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ และกลุ่มที่ 3 สำหรับตรวจสอบกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ รวมทั้งหมด 3 กลุ่ม จำนวน 9 คน จากกลุ่มผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชนในของวิสาหกิจชุมชนส่งเสริมเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และผู้มีส่วนร่วมอื่น ๆ ประกอบด้วยกลุ่มนักวิชาการเครือข่ายแปรรูปเกษตร ผู้เชี่ยวชาญภายนอก และกลุ่มนักวิชาการในสถาบันการศึกษา ผู้เชี่ยวชาญภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร (Fusch and Ness, 2015; Guest, Bunce, and Johnson, 2006)

เครื่องมือในการวิจัย แบ่งออกเป็น 3 เครื่องมือตามขั้นตอนการวิจัย ประกอบด้วย

1. วิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อแนวทางการพัฒนาการทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนล่างประเทศไทย ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้ เป็นแบบสอบถาม แบ่งเป็น 6 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นคำถามปลายปิดแบบเลือกตอบ ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของปัจจัยกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของปัจจัยด้านทุนทางสังคม ตอนที่ 4 ความคิดเห็นของปัจจัยทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นของวิสาหกิจชุมชน ตอนที่ 5 ความคิดเห็นของปัจจัยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยตอนที่ 2-5 เป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด

2. สร้างแนวทางการพัฒนาแนวทางการพัฒนาการทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนล่าง ประเทศไทย ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ชนิดกึ่งโครงสร้าง มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด

3. การตรวจสอบแนวทางการพัฒนาการทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนล่าง ประเทศไทยผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบประเมินตรวจแนวทางการพัฒนา เป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า

ผู้วิจัยได้การยืนยันสร้างความเที่ยงตรง ความครอบคลุมเนื้อหา และความถูกต้องในสำนวนภาษาของแบบสอบถาม นำแบบสอบถามเสนอผู้เชี่ยวชาญ 5 คน ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามโครงสร้างความเที่ยงตรงตามเนื้อหา ความชัดเจนของข้อความ ความเหมาะสมและความสอดคล้องของเครื่องมือวิจัย (McKeen, James D. and Smith, Heather A., 2003) โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถาม ได้ค่าเฉลี่ยของค่า IOC ทั้งฉบับเท่ากับ 0.87 กับวิเคราะห์หาความตรงของเนื้อหาของ

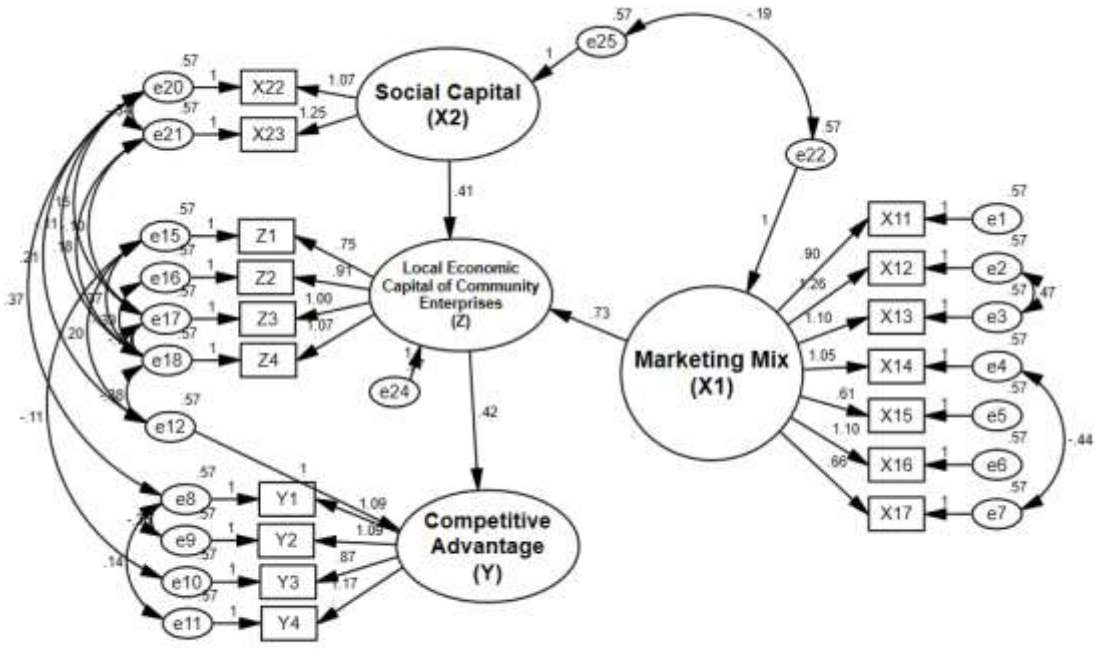
แบบสอบถามด้วยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่า (α-Coefficient) ตามวิธีการของ Cronbach (2001: 164) โดยกำหนดให้มีการทดลองเก็บข้อมูลเบื้องต้น (pilot test) กับตัวอย่างผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนบน ประเทศไทยจำนวน 30 คน โดยความเที่ยงตรง (Validity) ทั้งฉบับ เท่ากับ 0.814 คิดเป็น 81.40 เปอร์เซ็นต์ อยู่ในเกณฑ์ใช้ได้มีค่าความสัมพันธ์ มากกว่า 0.70 แสดงถึงมีค่าความเชื่อมั่นระดับสูง แบบสัมภาษณ์ชนิดกึ่งโครงสร้าง ได้ค่าเฉลี่ยของค่า IOC ทั้งฉบับ เท่ากับ 1.00 และแบบประเมินตรวจแนวทางการพัฒนา ได้ค่าเฉลี่ยของค่า IOC ทั้งฉบับ เท่ากับ 1.00 มากกว่า 0.80 มีค่าความเชื่อมั่นอยู่ระดับสูงมาก

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ข้อมูลสัมภาษณ์แบบประเมินโดยใช้ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2560) และการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสถิติเชิงอนุมาน เป็นการนำวิธีทางสถิติมาใช้สำหรับทดสอบสมมติฐาน เพื่อหาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทุกตัวแปร การวิเคราะห์เส้นทาง (Structural Equation Modeling: SEM) ด้วยโปรแกรม AMOS (กริช แรงสูงเนิน, 2554)

ผลการวิจัย

1. ผลวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อแนวทางการพัฒนาการทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนล่าง ประเทศไทย



Chi-square = 161.389 df = 114 p-value = .145 GFI = .956 RMSEA = .026

ภาพที่ 1 โมเดลรูปแบบเส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ผ่านการปรับโมเดล

จากภาพที่ 1 เมื่อพิจารณาตัวแปรเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนล่าง ประเทศไทย ผลรวมอิทธิพล พบว่า ตัวแปรเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลทางตรงต่อปัจจัยทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นของวิสาหกิจชุมชน (Z) และอิทธิพลทางอ้อมต่อปัจจัยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (Y) ที่ส่งผ่านปัจจัยทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นของวิสาหกิจชุมชน (Z) มากที่สุด คือ ปัจจัยด้านกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (X_1) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (X_{11}) ปัจจัยด้านราคา (X_{12}) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X_{13}) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (X_{14}) ปัจจัยด้านบุคคล (X_{15}) ปัจจัยด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ (X_{16}) ปัจจัยด้านกระบวนการ (X_{17}) โดยมีค่าผลรวมอิทธิพลในทิศเดียวกันเท่ากับ .729 (อิทธิพลทางตรงบวกอิทธิพลทางอ้อม) รองลงมา คือ ปัจจัยด้านทุนทางสังคม (X_2) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านทุนทางสัญลักษณ์ (X_{22}) ปัจจัยด้านทุนทรัพยากรธรรมชาติ (X_{23}) โดยมีค่าผลรวมอิทธิพลในทิศเดียวกันเท่ากับ .410 (อิทธิพลทางตรงบวกอิทธิพลทางอ้อม) ปัจจัยทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นของวิสาหกิจชุมชน (Z) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านทุนทางกายภาพ (Z_1) ปัจจัยด้านทุนสินทรัพย์ทางการเงิน (Z_2) ปัจจัยด้านทุนภูมิปัญญาวัฒนธรรม (Z_3) ปัจจัยด้านทุนทรัพยากรมนุษย์ (Z_4) เชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลทางตรงต่อปัจจัยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (Y) มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านต้นทุนที่ต่ำ (Y_1) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม (Y_2) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านตลาด (Y_3) ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ (Y_4) โดยมีค่าผลรวมอิทธิพลในทิศเดียวกันเท่ากับ .425

ตารางที่ 1 เกณฑ์และผลการตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบทางทฤษฎีกับข้อมูลเชิงประจักษ์

สัญลักษณ์	ค่าสถิติ	วัตถุประสงค์	เกณฑ์	ผลการวิจัย	ผลการพิจารณา
Chi-square	Chi-square	ค่าไคสแควร์	df = 114	161.389	
CMIN/df	Relative Chi-square	ตรวจสอบว่าตัวแบบมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์	< 3	1.416	สอดคล้อง/ผ่านเกณฑ์
CMIN-p	Chi-square Probability Level	เพื่อตรวจสอบค่าความน่าจะเป็นของไคสแควร์ซึ่งจะต้องไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	ρ>.05	.145	สอดคล้อง/ผ่านเกณฑ์
GFI	Goodness of Fit index	เพื่อวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบโดยมีค่า	> .90	.956	สอดคล้อง/ผ่านเกณฑ์

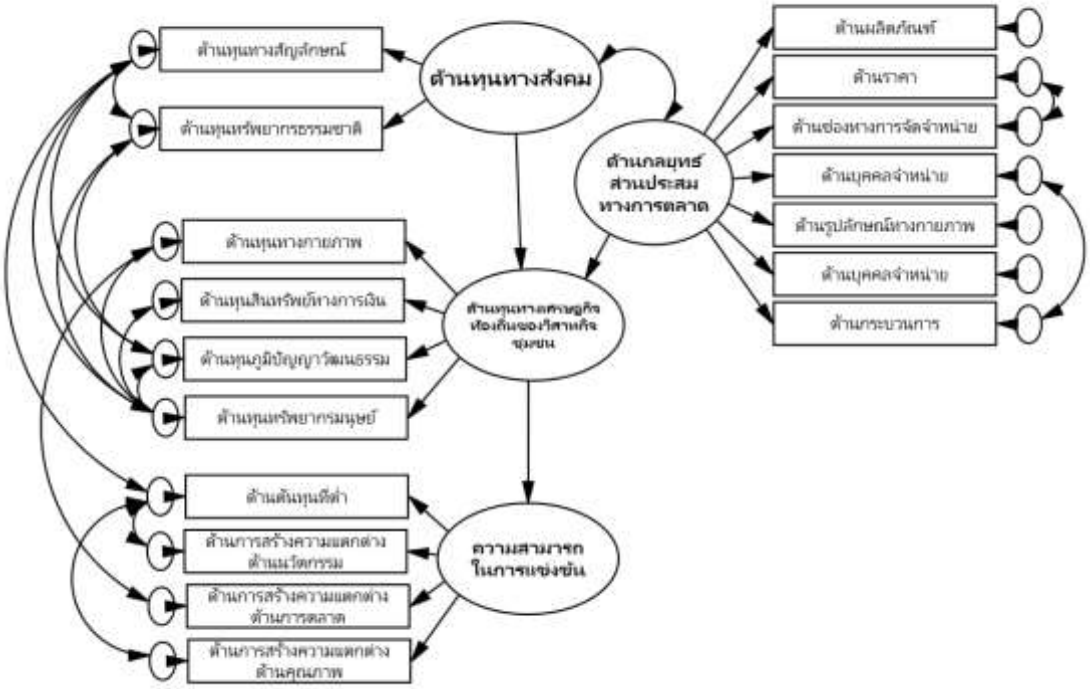
ระหว่าง 0-1.00

ตารางที่ 1 เกณฑ์และผลการตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบทางทฤษฎีกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (ต่อ)

สัญลักษณ์	ค่าสถิติ	วัตถุประสงค์	เกณฑ์	ผลการวิจัย	ผลการพิจารณา
RMSEA	Root Mean Square Error of Approximation	เพื่อบอกค่าความคลาดเคลื่อนของตัวแบบในรูปของรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อน โดยประมาณค่าระหว่าง 0-1.00	< .08	.026	สอดคล้อง/ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 1 ผลการวิจัยที่ได้ผ่านการตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบทางทฤษฎี (โมเดลต้นแบบ) กับข้อมูลเชิงประจักษ์ซึ่งมีความสอดคล้องกัน โดยขอแสดงข้อมูลการตรวจสอบความสอดคล้องกันของโมเดลหรือตรวจสอบความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปรว่ามีความสอดคล้องกันหรือไม่ ถ้าสอดคล้องกันก็สามารถนำมาวิเคราะห์ได้ และถ้าตัวแปรไม่มีความสอดคล้องกันแล้ว ตัวแบบสมการโครงสร้างจะไม่สามารถนำมาคำนวณได้ ผู้วิจัยต้องดำเนินการปรับโมเดลจนมีความสมบูรณ์เป็นที่ยอมรับและน่าเชื่อถือตามหลักของกระบวนการวิจัย ดังนั้นการพัฒนาโมเดลให้มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์นั้น นิยมเรียกว่า “Model Fit” ซึ่งผลการวิจัยพบว่า โมเดลตัวแบบเชิงประจักษ์กับตัวแบบทางทฤษฎี (โมเดลต้นแบบ) มีความสอดคล้องกัน ซึ่งผ่านเกณฑ์การตรวจสอบโมเดล ดังนี้ 1) ค่า Chi-square Probability Level: CMIN-p เท่ากับ 161.389 2) Relative Chi-square: CMIN/df เท่ากับ 1.416 3) Goodness of Fit Index: GFI เท่ากับ .956 และ 4) Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA เท่ากับ .026

2. ผลศึกษาการสร้างแนวทางการพัฒนาการทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนล่าง ประเทศไทย



ภาพที่ 2 แนวทางการพัฒนาทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนล่าง ประเทศไทย

จากภาพที่ 2 ผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งหมด 5 ท่าน เห็นด้วยกับแนวทางการพัฒนาการทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนล่าง ประเทศไทย โดยมีเส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนล่าง ประเทศไทย พบว่า ปัจจัยทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นของวิสาหกิจชุมชน มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านทุนทางกายภาพ ปัจจัยด้านทุนสินทรัพย์ทางการเงิน ปัจจัยด้านทุนภูมิปัญญาวัฒนธรรม ปัจจัยด้านทุนทรัพยากรมนุษย์ มีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับปัจจัยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านต้นทุนที่ต่ำ ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรม ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านตลาด ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ ส่วนปัจจัยด้านกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการกับปัจจัยด้านทุนทางสังคม มีตัวแปรสังเกตประกอบด้วย ปัจจัยด้านทุนทางสัญลักษณ์ ปัจจัยด้านทุนทรัพยากรธรรมชาติ มีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับปัจจัยทุน

ทางเศรษฐกิจท้องถิ่นของวิสาหกิจชุมชน และมีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางอ้อมกับปัจจัยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ที่ส่งผ่านปัจจัยทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นของวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 100

3. ผลการตรวจสอบแนวทางการพัฒนาการทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนล่าง ประเทศไทย

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ ความมีประโยชน์ของแนวทางการพัฒนาทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนล่าง ประเทศไทย

	รายการประเมิน	**ระดับ**		
		$\bar{X}$	SD	**ความหมาย**
1	ความถูกต้อง	4.41	0.49	มากที่สุด
2	ความเหมาะสม	4.40	0.54	มากที่สุด
3	ความเป็นไปได้	4.34	0.52	มากที่สุด
4	ความมีประโยชน์	4.38	0.52	มากที่สุด
	ภาพรวม	**4.38**	**0.52**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลการประเมินความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ ความมีประโยชน์ของแต่แนวทางการพัฒนาทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนล่าง ประเทศไทย ตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิคือ มีความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ ความมีประโยชน์ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ระดับมากที่สุด ($\bar{X}$=4.38, SD=0.52) และค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.34-4.41 นั่นคือ ผู้เชี่ยวชาญเห็นว่ารูปแบบมีความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ ความมีประโยชน์อยู่ในระดับมากที่สุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสูงสุด มีค่าเท่ากับ 0.52 ถือว่า ผู้เชี่ยวชาญ คิดเห็นที่สอดคล้องมากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ไม่เกิน 0.75 มีเกณฑ์ที่ยอมรับได้ สรุปได้แนวทางการพัฒนาทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนล่าง ประเทศไทยมีความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ ความมีประโยชน์ใช้แนวทางนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนาการทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทยได้

อภิปรายผล

1. การวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนล่าง ประเทศไทยโดยแบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ค่อนข้างดี พิจารณาจาก ค่า Chi-square Probability Level: CMIN-p เท่ากับ 161.389 Relative Chi-square: CMIN/df เท่ากับ 1.416 Goodness of Fit Index: GFI เท่ากับ .956 และ Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA เท่ากับ .026 ทั้งเนื่องจากทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นไทยสู่การศึกษาตลอดชีวิตจะส่งผลให้คนใช้ชีวิตร่วมกันอย่างสันติสุข ช่วยสร้างสมดุลระหว่างคนกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทั้งช่วยให้คนดำรงตนและปรับเปลี่ยนให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงจากผลกระทบที่เกิดจากสังคมภายนอก ตลอดทั้งช่วยส่งเสริมการพัฒนาอาชีพของคนในชุมชนให้มีรายได้เลี้ยงครอบครัว ซึ่งชุมชนเข้มแข็งได้ด้วยภูมิปัญญา ภูมิปัญญาท้องถิ่นนั้นมีความสำคัญต่อการพัฒนาชุมชนและผู้นำชุมชนรวมถึงสถาบันครอบครัว ชุมชน องค์กรชุมชน ควรมีความร่วมมือร่วมใจในการผลิตสินค้าจากภูมิปัญญาพื้นบ้าน เพื่อเป็นการส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชนโดยการจัดกระบวนการการเรียนรู้ภายในชุมชน เพื่อให้ชุมชนมีการจัดการศึกษาและทุนทรัพยากรมนุษย์ รู้จักเลือกสรรภูมิปัญญาและวิทยาการต่าง ๆ เพื่อบูรณาการให้สอดคล้องกับสภาพปัญหาและความต้องการ รวมทั้งหาวิธีการสนับสนุนให้มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์พัฒนาระหว่างชุมชน อันแสดงถึงความยั่งยืนในการพัฒนาคุณภาพการศึกษาและสร้างความมั่นคงให้กับสังคมและประเทศชาติต่อไป ยังสอดคล้องกับงาน ตวงทอง ลาภเจริญทรัพย์ (2563) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อคุณค่าของจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในประเทศไทย ในการทดสอบสมมติฐาน ผลการวิจัย พบว่า ค่าเฉลี่ยของประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในประเทศไทย เท่ากับ 4.02 ความภักดีต่อตราสินค้าของจุดหมายปลายทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 การรับรู้ตราสินค้าของจุดหมายปลายทางและคุณค่าตราสินค้าของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.98 การรับรู้คุณภาพตราสินค้าของจุดหมายปลายทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 และภาพลักษณ์สินค้าของจุดหมายปลายทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การรับรู้ตราสินค้าของจุดหมายปลายทาง ภาพลักษณ์ตราสินค้าของจุดหมายปลายทาง การรับรู้คุณภาพตราสินค้าของจุดหมายปลายทาง มีอิทธิพลต่อความภักดีต่อตราสินค้าของจุดหมายปลายทางและคุณค่าตราสินค้าของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบว่า ความภักดีต่อตราสินค้าของจุดหมายปลายทางมีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณค่าตราสินค้าของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว ทั้งนี้สอดคล้องกับการรับรู้ตราสินค้าของจุดหมายปลายทาง เป็นการรับรู้ตราสินค้า การแสดงให้เห็นถึงความแข็งแกร่งของตราสินค้ามีอยู่ในใจลูกค้า การรับรู้ตราสินค้าได้จากประสบการณ์ตรงหรือการท่องเที่ยวครั้งก่อนของนักท่องเที่ยว (Konecnik and Gartner, 2007) การรับรู้เป็นการศึกษาถึงความ

เข้าใจ ความรู้ ความคิดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่และการตัดสินใจมาเที่ยวซ้ำ บางครั้งการรับรู้ตราสินค้าอาจเป็นไปในทางลบเช่น ความไม่ปลอดภัย อากาศที่ไม่พึงประสงค์ ความไม่เป็นมิตรของคนในท้องถิ่น ดังนั้นแบรนด์ที่แข็งแกร่งก็จะนำไปสู่ความจงรักภักดีต่อตราสินค้าด้วยเช่นกัน (Im, Kim, Elliot, and Han, 2012)

2. ผลการสร้างแนวทางการพัฒนาการทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่น คือ ทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นมีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ส่วนด้านกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดกับด้านทุนทางสังคม มีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางตรงกับทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่น และมีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางอ้อมกับเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันที่ส่งผ่านทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่น ทั้งเนื่องจากผู้บริโภคหรือลูกค้ายังไม่เคยเห็นฉลากตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนรูปแบบใหม่มาก่อน ซึ่งผู้บริโภคหรือลูกค้าย่อมมีความตระหนักรู้ และสัมผัสได้ถึงนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ในสิ่งที่เป็นอัตลักษณ์และองค์ประกอบของตราสินค้า ในขณะที่ ผู้ประกอบการหากไม่มีการเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ดูดี และทันสมัย ทำให้ผู้บริโภคหรือลูกค้ายังมีความจงรักภักดีในสิ่งที่เป็นคุณค่าตราสินค้าที่พวกเขาได้มีประสบการณ์การรับรู้กับตราสินค้า อันได้แก่ การตระหนักรู้ในตราสินค้า ความรู้สึกเชื่อมโยงกับตราสินค้า และการรับรู้ถึงคุณภาพของสินค้า จนกลายเป็นส่วนของพฤติกรรมผู้บริโภคหรือลูกค้า คือ ความภักดีต่อตราสินค้า และความตั้งใจในการตัดสินซื้อซ้ำเองได้ ยังสอดคล้องกับงานของ สุธีรา อะทะวงษา (2557) ทำการศึกษาเรื่องคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการ ผลการศึกษา พบว่า คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อลักษณะของสถานประกอบการ และพบว่าลักษณะของสถานประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อการเจริญเติบโตโดยมีลักษณะของสถานประกอบการที่สำคัญ คือ กลยุทธ์การตลาด องค์การมีการทำงานเชิงรุก และมีนวัตกรรมองค์การ สรุปได้ว่าการที่ผู้ประกอบการมีคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการจะส่งผลให้การทำงานในสถานประกอบการมีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น ทำให้เกิดการพัฒนาผลประกอบการและเกิดการเติบโตในของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย

3. ผลตรวจสอบแนวทางมีด้านความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และด้านความมีประโยชน์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด สรุปแนวทางนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนาการทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทยได้ ทั้งเนื่องจาก รูปแบบที่มีการใช้เทคนิคที่เหมาะสมเพื่อให้ได้ข้อสรุป เป็นข้อค้นพบและรูปแบบที่เพียงพอสำหรับการตัดสินคุณค่าของสิ่งที่ประเมินและถูกต้องเป็นไปตามแนวคิดของ McMillan and Schumacher (2001: 143) ได้กล่าวว่า ในปี ค.ศ. 1981 คณะกรรมการด้านการประเมินผลทางการศึกษาของประเทศสหรัฐอเมริกา ได้พัฒนาและกำหนดมาตรฐานสำหรับการประเมินผลระบบแผนงาน โครงการและวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ประกอบด้วย

มาตรฐาน 4 ด้าน คือ 1) มาตรฐานการใช้ประโยชน์ 2) มาตรฐานความเป็นไปได้ 3) มาตรฐานความถูกต้อง และ 4) มาตรฐานความเหมาะสม สอดคล้องกับแนวคิดของ ศรายุทธ รัตนปัญญา (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนารูปแบบการประเมินสมรรถนะโดยประยุกต์ใช้การประเมินแบบเสริมพลังอำนาจสำหรับผู้บริหารสถานศึกษาใหม่ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ผลการวิจัยพบว่า ผลการตรวจสอบคุณภาพของรูปแบบการประเมินสมรรถนะโดยประยุกต์ใช้การประเมินแบบเสริมพลังอำนาจสำหรับผู้บริหารสถานศึกษาใหม่ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน โดยภาพรวมมีคุณภาพระดับมาก ทั้งด้านความเป็นประโยชน์ ความเป็นไปได้ ความเหมาะสม ความถูกต้อง และความพึงพอใจ ผู้บริหารสถานศึกษาใหม่มีความรู้ความเข้าใจเพิ่มขึ้นและมีความพึงพอใจต่อการพัฒนาสมรรถนะในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. การพัฒนาเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนควรให้ผู้ประกอบการมีการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชน เพิ่มศักยภาพและมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การเพิ่มประสิทธิภาพภาคการผลิต การวิจัย การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การบรรจุภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานเพื่อเพิ่มมูลค่า เป็นต้น

2. การพัฒนาทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นควรให้วิสาหกิจชุมชนมีการส่งเสริมการปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยมหลักให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว วิสาหกิจชุมชนมีการส่งเสริมให้แก่เด็กและเยาวชนมามีส่วนร่วมในการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยต่อไป

ควรศึกษาแนวทางการพัฒนาการทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนโดยสร้างกลยุทธ์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน และสร้างการทุนทางเศรษฐกิจท้องถิ่น เพื่อรับรู้คุณภาพสินค้าของวิสาหกิจชุมชนเพื่อเกิดจุดหมายปลายทางอย่างต่อเนื่อง ไม่หยุดการประชาสัมพันธ์ทุกช่องทางการสื่อสาร เพื่อสร้างการจดจำอย่างต่อเนื่อง

เอกสารอ้างอิง

กริช แรงสูงเนิน. (2554). **การวิเคราะห์ปัจจัยด้วย SPSS และ AMOS เพื่อการวิจัย**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2560). **สถิติสำหรับงานวิจัย: หลักการเลือกใช้เทคนิคทางสถิติในงานวิจัย พร้อมทั้งอธิบายผลลัพธ์ที่ได้จาก SPSS**. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ: สามลดา.

ดนชนก เบื่อนอย. (2559). *นวัตกรรมกับความคิดสร้างสรรค์.* **วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี**, 3(1): 1-12.

ตวงทอง ลาภเจริญทรัพย์. (2563). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อคุณค่าของจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในประเทศไทย.* **วารสารรามคำแหง ฉบับบัณฑิตวิทยาลัย**, 3(2): 59-75.

ศรายุทธ รัตนปัญญา. (2559). *การพัฒนารูปแบบการประเมินสมรรถนะโดยประยุกต์ใช้การประเมินแบบเสริมพลังอำนาจสำหรับผู้บริหารสถานศึกษาใหม่ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน.* **วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร**, 13(60): 201-212.

สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2564). **คู่มือการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน.** ค้นเมื่อวันที่ 11 มีนาคม 2565, จาก http://smce.doae.go.th/.

สุธีรา อะทะวงษา. (2557). **คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ ปริญญาดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

Cai, L. A. (2002). *Cooperative branding for rural destination.* **Annals of Tourism Research**, 29(3): 720-742.

Cronbach, Lee J. (2001). **Essentials of psychological testing.** 5th ed. New York: Harper Collins

Crossan, M. M., & Apaydin, M. (2010). *A Multi-Dimensional Framework of Organizational Innovation: A Systematic Review of the Literature.* **Journal of Management Studies**, 47: 1154-1191.

Dess, Gregory G., Lumpkin G.T. and Eisner Alan B. (2007). **Strategic management: Text & Case**. 3rd ed. Boston: McGraw-Hill.

Dworkin, S. L. (2012). *Sample size policy for qualitative studies using in-depth interviews.* **Archives of Sexual Behavior**, 41(6), 1319-1320. doi:10.1007/s10508- 012-0016-6

Fusch, P. I., & Ness, L. R. (2015). *Are We There Yet? Data Saturation in Qualitative Research.* **The Qualitative Report**, 20(9): 1408-1416.

Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). *How many interviews are enough? An experiment with Data Saturation and variability.* **Field Methods**, 18(1): 59-82.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). **Multivariate data analysis: A global perspectives**. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education, International.

Im, H. H., Kim, S. S., Elliot, S., & Han, H. (2012). *Conceptualizing destination brand equity dimensions from a customer–based brand equity perspective.* **Journal of Travel & Tourism Marketing**, 29: 385–403.

Kapferer J.N. (2005). *The post-global brand.* **Journal of Brand Management**, 12(5): 319-324.

Konecnik, M., & Gartner, C. W. (2007). *Customer-based brand equity for a destination.* **Annals of Tourism Research**, 34(2): 400-421.

McKeen, James D.,& Smith, Heather A. (2003). **Making IT Happen: Critical Issues in IT Management**. Ontario: Wiley.

McMillan, J.H., & Schumacher. (2001). **Research in Education**. 5th ed. New York: Addison Wesley Longman, Inc.

Onwuegbuzie, A. J., & Leech, N. L. (2007). *A Call for Qualitative Power Analyses.* **Quality and Quantity**, 41, 105-121.

Porter, M. E. (1990). **The Competitive Advantage of Nations**. London: Macmillan.

Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. I. (2003). **The competitive destination: A Sustainable Tourism Perspective**. Wallingford, United Kingdom: CABI.

Robert A. Baron and Jintong Tang. (2011). *The role of entrepreneurs in firm-level innovation: Joint effects of positive affect, creativity and environmental dynamism.* **Journal of Business Venturing**, 26: 49-60.