



JOURNAL OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES RAJAPRUK UNIVERSITY

ปีที่ 11 ฉบับที่ 1

วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
ISSN 2985-0355 (Online)



โทรศัพท์ 02-432-6101-5 ต่อ 1204
อีเมล ejournal@rpu.ac.th
<https://so03.tci-thaijo.org/index.php/rpu>

บทบรรณาธิการ

วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ฉบับนี้ได้เข้าสู่ปีที่ 11 ฉบับที่ 1 (มกราคม – เมษายน 2568) การจัดทำวารสารฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแหล่งเสริมสร้างความเข้มแข็งทางวิชาการและเผยแพร่ผลงานที่เป็นองค์ความรู้ทางวิชาการใหม่ ๆ ที่เป็นบทความวิจัย บทความวิชาการ บทความปริทัศน์ และบทวิจารณ์หนังสือ ที่เกี่ยวข้องกับศาสตร์ต่าง ๆ ทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์หรือศาสตร์สาขาอื่น ๆ ที่ใกล้เคียง วารสารฉบับนี้ประกอบด้วยบทความวิชาการจำนวน 2 บทความ บทความวิจัย จำนวน 27 บทความ ซึ่งเป็นบทความที่ให้ความรู้และเป็นประโยชน์ที่ผู้สนใจสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาคุณภาพการปฏิบัติงานหรือสร้างสรรค์ธุรกิจด้านต่าง ๆ

บทความที่ได้รับการตีพิมพ์ในฉบับนี้ ผ่านการตรวจสอบและประเมินคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิที่มาจากหลากหลายสถาบันและมีความเชี่ยวชาญในศาสตร์ที่เกี่ยวข้องจำนวน 3 ท่านต่อบทความ เพื่อให้ทุก ๆ บทความมีคุณภาพตามมาตรฐานทางวิชาการ ทั้งนี้เนื้อหาในทุกบทความที่ตีพิมพ์เป็นความคิดเห็นของผู้เขียนหรือผู้วิจัย กองบรรณาธิการทำหน้าที่ตีพิมพ์ เผยแพร่เพื่อการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้เท่านั้น

กองบรรณาธิการขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้พิจารณาผลงานทางวิชาการ ขอบคุณผู้เขียนที่ได้ส่งบทความลงตีพิมพ์ และขอบคุณผู้อ่านทุกท่านที่ให้การสนับสนุนและให้ความสนใจในการติดตามอ่านวารสารของมหาวิทยาลัย และท้ายสุดกองบรรณาธิการขอเชิญชวนผู้สนใจทุกท่านร่วมส่งผลงานเพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนและเผยแพร่ผลงานในวารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ โดยสามารถศึกษาคำแนะนำในการเตรียมต้นฉบับได้ที่เว็บไซต์ <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/rpu>

อรุณี สำเภาทอง
บรรณาธิการ

บรรณาธิการ

อรุณี สำเภาทอง

กองบรรณาธิการวารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัญณภัทร	นิธิศวราภากุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิติมา	โหล้ยอง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล รัตนโกสินทร์
รองศาสตราจารย์ ดร.ทิวต์	มณีโชติ	สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
ศาสตราจารย์พจน์	เชยจรรยา	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนงค์	ไต้วัลย์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ดร.พัชร	พิลึก	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
ดร.จุฬาร	กระเทศ	สำนักวิชาการกระทรวงสาธารณสุข
รองศาสตราจารย์ ดร.วชิระ	บุญเนตร	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.รัชลิดา	ลิปิกรณ์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.สมถวิล	วิจิตรวรรณ	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กรัณย์พัฒน์	อัมประเสริฐ	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
ดร.สุกัญญา	สุदारรัตน์	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
อาจารย์แก้วกัญญา	เสวกสุริยวงศ์	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ

ศาสตราจารย์ ดร.พัลลภ	พิริยะสุรวงศ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
รองศาสตราจารย์ ดร.ดวงกมล	ไตรวิจิตรคุณ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.วรางคณา	โตโพธิ์ไทย	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.พูนสุข	อุดม	มหาวิทยาลัยทักษิณ
รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ	ประจักษ์เนตร	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.กำจร	หลุยยะพงศ์	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.ภัทราวดี	มากมี	มหาวิทยาลัยบูรพา
รองศาสตราจารย์ ดร.สมถวิล	วิจิตรวรรณนา	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
รองศาสตราจารย์ ดร.ทิวต์	มณีโชติ	สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
รองศาสตราจารย์ ดร.สุติเทพ	ศิริพิพัฒน์กุล	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.ลัดดาวัลย์	เพชรโรจน์	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
รองศาสตราจารย์ ดร.โกสุม	สายใจ	มหาวิทยาลัยชินวัตร
รองศาสตราจารย์ ดร.พิชิต	ฤทธิ์จรูญ	ข้าราชการบำนาญ
รองศาสตราจารย์ ดร.อัสรา	ประเสริฐสิน	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
รองศาสตราจารย์ ดร.เดช	บุญประจักษ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
รองศาสตราจารย์ ดร.พยุ	มีสัง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยะนาถ	บุญมีพิพิธ	มหาวิทยาลัยเกริก
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัดสาตรี	ดิถียนต์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญเดือน	เกิดอำแพง	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนงค์	ไต้วัลย์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จักรพันธ์	กิตตินรรัตน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภชัย	เหมือนโพธิ์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาวิน	ชินะโชติ	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พันทิพา	อมรฤทธิ์	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิรินธร	สินจินดาวงศ์	มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สำเร็จ	อ่อนสัมพันธุ์	มหาวิทยาลัยชินวัตร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนันตพร	พุทฺธสสะ	มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิษฐา	หรรณเกษม	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อภิญา	สุพิชญ์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณฐาพัชร	วรพงศ์พัชร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทวีศิลป์	กุลนภาดล	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยุทธนาถ	บุญยะชัย	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณฐินี	พงศ์ไพฑูรย์สิน	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรณ	เจตธำรงชัย	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติวรรณ	สินธุนาวา	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กรณีย์พัฒน์	อิมประเสริฐ	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ศรินทร์	ขันติวัฒนกุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ฐิตินันท์	ผิวนิล	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ดร.พงศ์ศรัณย์	พลศรีเลิศ	นักวิชาการอิสระ
ดร.ณัฐรินทร์	ปรีวงศ์กุลธร	มหาวิทยาลัยพะเยา
ดร.อรรณวิท	ศิลาณ้อย	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ดร.ศัสยมน	สังเว	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
ดร.สุปราณี	วรรณรุ่ม	วิทยาลัยดุสิตธานี
ดร.สันทกช	วิทยาภรณ์	มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด
ดร.เมธภาพร	อินคำ	วิทยาลัยดุสิตธานี
ดร.ณัฐกิตติ์	ตันสมรส	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก
ดร.นันทพงศ์	ชุ่มมมงคล	นักวิชาการอิสระ
ดร.นิติศักดิ์	ไพโรจน์	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
ดร.ธนสิน	จันทเดช	มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด
ดร.วิไลจิตร	นิลสวัสดิ์	ข้าราชการบำนาญ
ดร.ปทุม	ศรีรักษา	ข้าราชการบำนาญ
ดร.ดวงตา	อินทรนาถ	มหาวิทยาลัยตาปี
ดร.เรวีตา	สายสุด	มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด
ดร.ภานนท์	คุ้มสุภา	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สารบัญ

บทความวิชาการ

- ❖ การประยุกต์ใช้ไมโครเลิร์นนิ่งในการเรียนรู้แบบยูบิควิตัส
: จิรัชฎา ศรีธรรม และ บุญรัตน์ แผลงศรี 1
- ❖ สมรรถนะผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
: สัมพันธ์ นิตยโชติ, เพ็ญศรี ฉิรินัง, ชาญ ธาระวาส และ วิวัฒน์ กรมดิษฐ์ 15

บทความวิจัย

- ❖ ทศนคติและความพึงพอใจของชาวไทยในจังหวัดนนทบุรีที่มีต่อการคัดเลือกรูปแบบการเกณฑ์ทหารเพื่อเข้ารับราชการทหารกองประจำการ
: พิศาลัน เจริญถัมภ์ วิโรตม์ เอื้อยะตะกุล และอวยพร พานิช 30
- ❖ การบริหารงานทีมงานที่มีคุณภาพของโรงเรียนเฉลิมรัชวิทยาคม จังหวัดแม่ฮ่องสอน
: พงษ์นรินทร์ ดีสีไล, ธรรมรส โชติบุญขร และ สังวาล วังแจ่ม 44
- ❖ ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารแบบมีส่วนร่วมของผู้บริหารกับการดำเนินงานประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จังหวัดชลบุรี
: ภูมิรัฐจิรา ประมาพันธ์ และ มังกร หิริรักษ์ 58
- ❖ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายหลังสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดนนทบุรี
: จิตภา ธีบุญรัตนวานิช 72
- ❖ การพัฒนาหลักสูตรการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐานเพื่อสร้างทักษะอาชีพในท้องถิ่นเรื่องข้าวแต่นและขนมวงโบราณ โรงเรียนบ้านเวียงแหงสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3
: สิริลักษณ์ ผาบบิจวงศ์, อธิระภัทร ประสมสุข และ พงษ์ไทย บัววัด 88
- ❖ ทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาหนองบัวลำภู เขต 2
: สุกัญญา เมืองผง, พิมพ์ฤทธิ์ เทียงภักดี และ สุรัชย์ เทียนขาว 107
- ❖ ศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตลาดกอจ้าน จังหวัดภูเก็ต
: วชรินทร์ เกิดทรัพย์, กนิษฐา เกิดฤทธิ์, ขวัญชนก สุวรรณพงศ์ และ เศรษฐวิรุฬห์ คงกะพันธ์ 124



- ❖ การบริหารสถานศึกษาด้วยหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารในศูนย์พัฒนาคุณภาพการศึกษาบูรพาประเทือง
วิทย์ อำเภอแม่สาย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3
: ภัทรวัต ต๊ะป่าตาล, อีระภัทร ประสมสุข และ ปรีชาชาญ อินทรชิต 143
- ❖ การศึกษาปัจจัยและเจตนาในการบริโภคกราฟต์เบียร์ในกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์และเจนเนอเรชันวายใน
ประเทศไทยโดยขยายทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนด้วยแนวคิดการมีอัตลักษณ์และแนวคิดความต้องการ
บริโภคสินค้าที่มีเอกลักษณ์
: ปรัชญา แปลกจิตร และ บุษกรณ์ ลิ้ใจวาระ 158
- ❖ การจัดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี
: วันทิกา หิรัญเทศ และ อุทุมพร อยู่สุข 175
- ❖ การบริหารการจัดการเรียนรู้ตามแนว Active Learning ของโรงเรียนทุ่งหัวช้างพิทยาคม จังหวัดลำพูน
: สุพัตรา ผูกพันธ์ และ อีระภัทร ประสมสุข 189
- ❖ ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคกลุ่ม
เจนเนอเรชันเอ็กซ์ และเจนเนอเรชันวาย ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก
: ชุติสรา หงษ์สูง และ เทียนแก้ว เลี่ยมสุวรรณ 203
- ❖ การศึกษาการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากพฤติกรรมการเดินทางของนิสิต มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
: เบญญาภา ขวัญเย็น 221
- ❖ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดผ่านโมบายมาร์เก็ตติ้งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม
ผู้บริโภคสูงอายุ ในเขตพระนครกรุงเทพมหานคร
: วิภาวรรณ พิสิฐเวช 235
- ❖ ความตั้งใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรผ่านแพลตฟอร์มทางออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานครและ
ปริมณฑล
: มรรยาท ลิ้มโอฬารสุขสกุล, รอฟีกี หวันเหลี่ยม และ ฉัตรวิรัชญ์ สกุลสุขสมบูรณ์ 248
- ❖ ความเป็นมืออาชีพและการบริการงานด้านบัญชีของผู้ทำบัญชีที่มีผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของ
ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดนนทบุรี
: เณฐ์ธนา สุริยะโอภาไชย 268
- ❖ ปัจจัยการบริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของครูในโรงเรียน สังกัด
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1
: สุวัฒน์ นนตานอก, ลินดา นาคโปย และ พรทิพย์ อ้นเกษม 282



- ❖ นวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ตของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชัน C ในเขตกรุงเทพมหานคร
: สุนทรีย์ สองเมือง 297
- ❖ ปัจจัยในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาที่วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคตะวันออก (อี.เทค)
: ไพโรจน์ เลิศกิจเจริญผล และ มังกร ทิริรักษ์ 311
- ❖ ประสิทธิภาพเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการให้บริการผู้โดยสารภาคพื้นดินของสายการบินท่าอากาศยานดอนเมือง
: วีรวรรณ กุลชล 326
- ❖ การจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค Picture Me Reading เพื่อพัฒนาทักษะการอ่านพยัญชนะภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2
: สุพัฒน์ แซ่ลิว 340
- ❖ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจจองที่พัก Airbnb ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Generation Z
: สุภาพร วิชัยดิษฐ์ 354
- ❖ ทฤษฎีสมคบคิดของราคาตัวเครื่องบินหลังโควิด-19
: เศรษฐพงศ์ วัฒนพลาชัยกุล 373
- ❖ แนวทางการพัฒนาการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร
: วาริท วสยางกูร, อนิรุทธิ์ เจริญสุข, กิตติยา แก้วสะเทือน และ มนชिरดา ทองเกิด 392
- ❖ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดยุคใหม่ในมุมมองลูกค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางช้อปปิ้งออนไลน์ในเขตตลาดกระบี่ กรุงเทพมหานคร
: ทิพมาศ รัตนพิทักษ์, ทักษพร ดาวขาว และ นเรศ ล้วนไพรินทร์ 410
- ❖ แนวทางการพัฒนาการจัดการเรียนการสอนรูปแบบจากสหกิจศึกษาและการบูรณาการการทำงานกับการเรียนรู้ที่เหมาะสมสำหรับองค์กรผู้ใช้บัณฑิตภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรม
: มะลิวรรณ ช่องงาม 425
- ❖ ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการรับนักศึกษาเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของสถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ 4
: ศัพทสร ทองดี 436

แนวทางการประยุกต์ใช้ไมโครเลิร์นนิงในการเรียนรู้แบบยูบิควิตัส Guidelines for Applying Microlearning in Ubiquitous Learning.

จิรัฐา ศรีธรรม

สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

E-mail: jisrit@rpu.ac.th

บุญรัตน์ แผลงศร

อาจารย์ประจำภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

E-mail: fedubrp@ku.ac.th

Jiratttha Sritham

Office of Academic Affairs and Educational Standards, Rajapruk University

Boonrat Plangsorn

Lecturer, Department of Educational Technology, Faculty of Education, Kasetsart University

รับเข้า : 4 กันยายน 2567

แก้ไข : 28 กันยายน 2567

ตอบรับ : 2 ตุลาคม 2567

บทคัดย่อ

การเรียนรู้และการศึกษาในยุคดิจิทัลได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างยืดหยุ่นและตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียน โดยการเรียนรู้แบบยูบิควิตัสและไมโครเลิร์นนิงมีความสำคัญและสอดคล้องกับนโยบายการศึกษาของไทยที่มุ่งเน้นการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลในการสนับสนุนการเรียนรู้ บทความนี้สังเคราะห์คุณลักษณะสำคัญของไมโครเลิร์นนิงในการเรียนรู้แบบยูบิควิตัส ซึ่งประกอบด้วย 1) การเรียนรู้ที่เข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา 2) การปรับเนื้อหาการเรียนรู้ให้เข้ากับพฤติกรรมผู้เรียน 3) การออกแบบที่ตอบสนองความต้องการของผู้เรียน 4) การใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้แบบยืดหยุ่น และ 5) การส่งเสริมการเรียนรู้แบบต่อเนื่อง คุณลักษณะเหล่านี้เน้นการออกแบบเนื้อหาที่เรียบง่าย ยืดหยุ่น และปรับตามความต้องการเฉพาะของผู้เรียน รองรับการใช้งานบนอุปกรณ์หลากหลาย เช่น สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต และคอมพิวเตอร์ เพื่อเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงและลดข้อจำกัดในการเรียนรู้ แนวคิดนี้สอดคล้องกับทฤษฎีภาระทางปัญญา ซึ่งช่วยลดภาระที่ไม่จำเป็นและสนับสนุนการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อให้การเรียนรู้มีประสิทธิภาพสูงสุด อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่พบคือการนำไปปฏิบัติจริงและการออกแบบเนื้อหาไมโครเลิร์นนิงให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับบริบทการเรียนรู้ที่หลากหลาย วัตถุประสงค์ของบทความนี้คือการนำเสนอแนวทางการออกแบบไมโครเลิร์นนิงร่วมกับ

การเรียนรู้แบบยูบิควิตัสที่เหมาะสม โดยผู้อ่านจะได้รับแนวทางการออกแบบเนื้อหาที่สามารถนำไปปรับใช้ในการเรียนการสอนหรือการพัฒนาทรัพยากรการเรียนรู้ดิจิทัล เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพสูงสุด

คำสำคัญ: ไมโครเลิร์นนิง การเรียนรู้แบบยูบิควิตัส ทฤษฎีภาระทางปัญญา

Abstract

Learning and education in the digital age have changed to be flexible and responsive to the needs of learners. Ubiquitous learning and microlearning are important and consistent with Thailand's educational policy that emphasizes the use of digital platforms to support learning. The characteristics of microlearning in a ubiquitous learning context emphasize the design of simple, flexible content tailored to individual learner needs, supporting use on various devices such as smartphones, tablets, and computers to enhance accessibility and reduce learning limitations. This concept aligns with the Cognitive Load Theory, which helps reduce unnecessary burden and supports continuous learning for maximum learning efficiency. However, the challenges lie in practical implementation and designing effective microlearning content that is consistent with diverse learning contexts. The objective of this article is to propose guidelines for designing microlearning in conjunction with ubiquitous learning, whereby readers will gain insights into designing content that can be adapted for teaching and learning or the development of digital learning resources to achieve maximum learning effectiveness.

Keywords: Microlearning, Ubiquitous Learning, Cognitive Load Theory

บทนำ

ในยุคปัจจุบันที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญในทุกด้านของชีวิต การเรียนรู้และการศึกษาได้เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ยืดหยุ่นและปรับตัวได้ตามความต้องการของผู้เรียน ตามที่กระทรวงศึกษาธิการได้ประกาศนโยบายและจุดเน้นในปิงบประมาณ พ.ศ. 2566 “จัดการเรียนรู้ตามความสนใจรายบุคคลของผู้เรียนผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์มที่หลากหลายและแพลตฟอร์มการเรียนรู้อัจฉริยะที่รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการจัดการเรียนรู้ สื่อการสอนคุณภาพสูง รวมทั้งมีการ

ประเมินและพัฒนาผู้เรียน” (กระทรวงศึกษาธิการ, 2566) สอดคล้องกับกฎกระทรวง มาตรฐานการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 หมวด 2 ข้อ 12 (4) “การพัฒนาคณาจารย์ในเรื่องการจัดกระบวนการเรียนรู้ ทั้งในระบบชั้นเรียนและผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้วยเทคนิควิธีการ ต่าง ๆ ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ การประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้และการพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียน” (กระทรวงศึกษาธิการ, 2565)

จากนโยบายและมาตรฐานการศึกษาดังกล่าวจะเห็นได้ว่ากระทรวงศึกษาธิการมุ่งมั่นที่จะส่งเสริมการจัดการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับความสนใจและความต้องการของผู้เรียน พร้อมนำเทคโนโลยีดิจิทัลและการประเมินผลมาสนับสนุนการเรียนรู้ โดยเน้นให้เกิดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่เป็นรูปธรรม ซึ่งการพัฒนาการเรียนรู้แบบไมโครเลิร์นนิ่งและการเรียนรู้แบบยูบิควิตัสจึงมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนเป้าหมายดังกล่าว โดยไมโครเลิร์นนิ่งซึ่งเป็นแนวทางการเรียนรู้ที่จัดเนื้อหาให้เป็นส่วนย่อยสั้น กระชับ และเน้นการเข้าถึงได้ง่ายทุกที่ทุกเวลา มีความสอดคล้องกับแนวคิดของการเรียนรู้แบบยูบิควิตัส ซึ่งเป็นการเรียนรู้ที่ไม่ถูกจำกัดด้วยสถานที่หรือเวลา ทำให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้อย่างต่อเนื่องในชีวิตประจำวัน ดังนั้น การนำไมโครเลิร์นนิ่งมาประยุกต์ใช้ในสภาพแวดล้อมการเรียนรู้แบบยูบิควิตัสจึงเป็นแนวทางที่น่าสนใจและมีประสิทธิภาพในการยกระดับคุณภาพการศึกษาของประเทศ

การใช้ไมโครเลิร์นนิ่งในสภาพแวดล้อมการเรียนรู้แบบยูบิควิตัส ช่วยให้การเรียนรู้เกิดขึ้นได้ทุกที่ทุกเวลา ด้วยเนื้อหาที่กระชับและยืดหยุ่น ตอบโจทย์ความต้องการของผู้เรียนในยุคดิจิทัล ผู้อ่านจะได้แนวทางการออกแบบเนื้อหาที่เหมาะสมกับการเรียนรู้แบบไมโครเลิร์นนิ่งและสามารถนำไปปรับใช้ในการเรียนการสอนเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ ในบทความนี้จะกล่าวถึง (1) การเรียนรู้แบบยูบิควิตัส (2) แนวคิดไมโครเลิร์นนิ่ง (3) ทฤษฎีการะทางปัญญา และ (4) การประยุกต์ใช้ไมโครเลิร์นนิ่งในการเรียนรู้แบบยูบิควิตัส รายละเอียดดังนี้

การเรียนรู้แบบยูบิควิตัส

การเรียนรู้แบบยูบิควิตัส (Ubiquitous Learning) หรือการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นได้ทุกที่ทุกเวลา เป็นแนวคิดที่เน้นให้ผู้เรียนสามารถเข้าถึงความรู้ได้อย่างไม่จำกัด ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลที่เข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวัน อุปกรณ์เช่น สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต และคอมพิวเตอร์ช่วยให้ผู้เรียนสามารถเชื่อมต่อและเข้าถึงข้อมูลได้ทุกที่ทุกเวลา (Ogata & Yano, 2004) แนวคิดนี้จึงเป็นรากฐานสำคัญของการสร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่สะดวกและเป็นธรรมชาติ สอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในยุคปัจจุบัน

การเรียนรู้แบบยูบิควิตัสเป็นแนวทางที่สามารถใช้ประโยชน์จากการเชื่อมโยงข้อมูลผ่านเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตเพื่อสร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่ผู้เรียนสามารถเข้าถึงความรู้ได้อย่าง

ยืดหยุ่น แนวคิดนี้ยังสามารถช่วยลดข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ในการเรียนรู้ได้เป็นอย่างดี อีกทั้งการเรียนรู้แบบยูบิควิตัสยังสามารถทำให้ผู้เรียนจัดการและพัฒนาการเรียนรู้ของตนเองตามความสะดวกได้ ส่งเสริมการเรียนรู้ที่ยั่งยืนในระยะยาว (นพพล ผู้มีจรรยา และสิทธิชัย ลายเสมา, 2558) คุณลักษณะสำคัญของการเรียนรู้แบบยูบิควิตัส (Yahya et al., 2010) ประกอบด้วย

1. การคงสภาพ ของข้อมูล (Permanency) ข้อมูลการเรียนรู้จะยังคงอยู่เสมอ เว้นแต่ผู้เรียนจะลบข้อมูลนั้นออกไปเอง ซึ่งช่วยให้ผู้เรียนสามารถทบทวนและกลับมาดูเนื้อหาซ้ำได้ตามต้องการ
2. ความสามารถในการเข้าถึงได้ทุกเมื่อ (Accessibility) ผู้เรียนสามารถเข้าถึงข้อมูลและเนื้อหาการเรียนรู้ได้ทุกเมื่อที่ต้องการ โดยไม่จำกัดที่อุปกรณ์หรือสถานที่
3. ความรวดเร็วในการเรียกข้อมูล (Immediacy) ข้อมูลสามารถเรียกดูได้ทันทีเมื่อผู้เรียนต้องการ ซึ่งทำให้การเรียนรู้เกิดขึ้นได้โดยไม่ต้องรอ
4. การมีปฏิสัมพันธ์ (Interactivity) ผู้เรียนสามารถโต้ตอบกับเพื่อนร่วมเรียน ครู และผู้เชี่ยวชาญได้อย่างมีประสิทธิภาพผ่านสื่อที่หลากหลาย
5. การตระหนักถึงบริบทของผู้เรียน (Context-Awareness) สภาพแวดล้อมการเรียนรู้สามารถปรับตัวตามสถานการณ์จริงของผู้เรียน เพื่อให้ข้อมูลที่เหมาะสมกับสถานการณ์นั้น ๆ

แนวคิดไมโครเลิร์นนิง

ไมโครเลิร์นนิง (Microlearning) มาจากคำว่า micro มีรากศัพท์มาจากคำว่า μικρός (มิก-โครส) ในภาษากรีกโบราณ มีความหมายว่า “เล็ก” จึงอาจจะหมายถึงการเรียนรู้ที่ถูกแยกย่อยให้มีขนาดเล็กลงตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ที่เฉพาะเจาะจง เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเข้าใจและจดจำข้อมูลความรู้ได้ง่ายในเวลาอันสั้น แนวคิดนี้ได้กลายเป็นหนึ่งในแนวทางการศึกษาใหม่ที่เข้ามาตอบสนองต่อความต้องการการเรียนรู้ที่มีความยืดหยุ่นและมีประสิทธิภาพในยุคดิจิทัล แนวทางนี้เน้นการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบที่กระชับและตรงประเด็น โดยใช้ระยะเวลาการเรียนรู้ที่สั้นมาก ซึ่งมักจะอยู่ที่ประมาณ 3-5 นาทีต่อหัวข้อโดยใช้สื่อหลากหลายรูปแบบ เช่น วิดีโอสั้น อินโฟกราฟิก คลิปเสียง หรือข้อความสั้น ๆ

คุณลักษณะที่สำคัญของไมโครเลิร์นนิง มี 7 ประการ (ศยามน อินสะอาด, 2564) ดังนี้

1. เนื้อหามีระยะเวลา 3-5 นาทีต่อเรื่อง
2. เป้าหมายต้องระบุถึงสิ่งที่จะกระทำ และนำไปสู่การกำหนดกิจกรรมที่รองรับได้ชัดเจน
3. ง่ายต่อการเก็บรักษารวบรวมความจำสำหรับผู้เรียน
4. พร้อมใช้งานได้ตามความต้องการของผู้เรียน
5. เข้าถึงเนื้อหาได้ง่ายเหมาะกับอุปกรณ์เคลื่อนที่
6. ออกแบบมาเพื่อให้ผู้เรียนฝึกในสภาพแวดล้อมการทำงาน

7. อนุญาตให้ผู้เรียนศึกษาเนื้อหาเรียนรู้ซ้ำได้

ดังนั้น แนวคิดไมโครเลิร์นนิ่งคือการจัดการเรียนรู้โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็นส่วนย่อย ๆ ที่มีขนาดเล็กลง สื่อที่ใช้อาจรวมถึงวิดีโอสั้น อินโฟกราฟิก ข้อความสั้น และแบบฝึกหัดออนไลน์ โดยเน้นการนำเสนอที่กระชับ ตรงประเด็น และง่ายต่อการเข้าใจในระยะเวลาสั้น ๆ ช่วยให้ผู้เรียนสามารถจดจำ เข้าใจเนื้อหาได้อย่างรวดเร็ว และมีความยืดหยุ่นในการเรียนรู้ทุกที่ทุกเวลา ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพในยุคปัจจุบันที่ผู้เรียนสามารถกำหนดเวลาและสถานที่เรียนรู้ได้ด้วยตนเอง การออกแบบเนื้อหาสั้น ๆ ที่ตรงประเด็นนี้ส่งผลให้การเรียนรู้มีความเข้มข้นและเข้าใจง่ายขึ้น ช่วยลดภาระที่ไม่จำเป็นและส่งเสริมการจดจำได้ดี สอดคล้องกับทฤษฎีภาระทางปัญญา (Cognitive Load Theory) ซึ่งจะช่วยให้ผู้สอนเข้าใจวิธีการจัดการเนื้อหาและภาระทางการเรียนรู้ในรูปแบบที่ไม่ซับซ้อนและสนับสนุนให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ได้อย่างเต็มที่

ทฤษฎีภาระทางปัญญา

ในยุคที่การเรียนรู้ต้องการความยืดหยุ่นและสามารถเข้าถึงได้จากทุกที่ การนำเสนอเนื้อหาที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพจึงเป็นสิ่งสำคัญ ทฤษฎีภาระทางปัญญา (Cognitive Load Theory: CLT) เป็นหนึ่งในทฤษฎีที่ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อช่วยให้ผู้เรียนสามารถจัดการกับข้อมูลจำนวนมากและซับซ้อนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทฤษฎีนี้เน้นถึงวิธีการที่สมองมนุษย์ประมวลผลข้อมูลและความรู้ เพื่อให้การเรียนรู้เกิดขึ้นได้อย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ

ทฤษฎีภาระทางปัญญา ถูกพัฒนาโดย John Sweller ในปี 1988 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเรียนรู้ในสภาพแวดล้อมการศึกษาที่มีการจัดการข้อมูลจำนวนมาก ทฤษฎีนี้แบ่งภาระทางปัญญออกเป็นสามประเภทหลัก ได้แก่

1. Intrinsic Load: ภาระที่เกิดจากความซับซ้อนของเนื้อหา การเรียนรู้ที่มีความซับซ้อนสูงมักจะทำให้เกิดภาระทางปัญญาในระดับสูง ซึ่งอาจทำให้ผู้เรียนรู้สึกหนักหน่วงและไม่สามารถประมวลผลข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. Extraneous Load: ภาระที่เกิดจากวิธีการสอนหรือการนำเสนอข้อมูลที่อาจทำให้ผู้เรียนสับสน ตัวอย่างเช่น การใช้สื่อที่ไม่ชัดเจน หรือการจัดการเรียนการสอนที่ไม่เป็นระเบียบ ซึ่งอาจทำให้เกิดภาระทางปัญญาที่ไม่จำเป็น และส่งผลกระทบต่อการเรียนรู้

3. Germane Load: ภาระที่ส่งเสริมการเรียนรู้ โดยเป็นผลจากการทำกิจกรรมที่ช่วยให้เกิดการเชื่อมโยงความรู้และประสบการณ์ การเพิ่ม Germane Load จะช่วยให้ผู้เรียนสามารถประมวลผลข้อมูลและสร้างความเข้าใจในเนื้อหาได้ดีขึ้น

การจัดการภาระทางปัญญาเป็นสิ่งสำคัญในกระบวนการเรียนรู้ เนื่องจากการเรียนรู้ที่มีภาระทางปัญญาสูงอาจทำให้ผู้เรียนรู้สึกเครียดและไม่สามารถจดจำเนื้อหาได้ ดังนั้น การออกแบบการเรียนรู้ที่ช่วยลด Extraneous Load และเพิ่ม Germane Load จึงเป็นสิ่งจำเป็นในการสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในบริบทของไมโครเลิร์นนิงและการเรียนรู้แบบยูบิควิตัสที่มีข้อมูลที่ต้องจัดการจำนวนมาก

การนำทฤษฎีภาระทางปัญญามาปรับใช้ในไมโครเลิร์นนิงจึงช่วยสร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่ลดภาระเกินจำเป็น และสนับสนุนให้ผู้เรียนจดจำเนื้อหาได้ง่ายขึ้น การนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบกระชับและเป็นระบบยังช่วยให้ผู้เรียนสามารถประมวลผลข้อมูลได้ดีขึ้น ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของไมโครเลิร์นนิงที่สอดคล้องกับความต้องการการเรียนรู้ในยุคดิจิทัล

นอกจากนี้ การเรียนรู้แบบยูบิควิตัสที่นำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการเรียนรู้อย่างช่วยให้ผู้เรียนสามารถเข้าถึงข้อมูลและเนื้อหาการเรียนได้ทุกที่ทุกเวลา การออกแบบการเรียนรู้ในบริบทยูบิควิตัส โดยใช้หลักการจากทฤษฎีภาระทางปัญญา ทำให้การนำเสนอเนื้อหามีความชัดเจน เข้าใจง่าย และยืดหยุ่นตามความสะดวกของผู้เรียน ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ได้ทุกที่ทุกเวลาอย่างแท้จริง (Ogata & Yano, 2004)

การประยุกต์ใช้ไมโครเลิร์นนิงในการเรียนรู้แบบยูบิควิตัส

การเรียนรู้แบบยูบิควิตัสเป็นรูปแบบการเรียนรู้ที่สามารถเกิดขึ้นได้ทุกที่ทุกเวลา อาศัยเทคโนโลยีในการสนับสนุนการเรียนรู้ให้เข้าถึงได้ง่ายและสะดวก ซึ่งช่วยให้ผู้เรียนสามารถเชื่อมต่อและเรียนรู้ได้แม้อยู่ในสถานการณ์ที่แตกต่างกันไป การเรียนรู้แบบนี้มีคุณสมบัติที่สำคัญ เช่น การเข้าถึงข้อมูลตลอดเวลา การมีปฏิสัมพันธ์กับเนื้อหาหรือผู้สอน และการรับรู้ถึงบริบทการเรียนรู้ของผู้เรียน (Yahya et al., 2010) เมื่อนำหลักการของไมโครเลิร์นนิง (microlearning) มาใช้ร่วมกับการเรียนรู้แบบยูบิควิตัส จะช่วยให้การเรียนรู้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เพราะไมโครเลิร์นนิงเน้นการแบ่งเนื้อหาเป็นส่วนย่อยที่กระชับ ใช้เวลาในการเรียนรู้ไม่นาน แต่ให้ผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพและสามารถนำไปใช้ได้ทันที (Hug, 2005)

คุณลักษณะของไมโครเลิร์นนิงในการเรียนรู้แบบยูบิควิตัส

คุณลักษณะของไมโครเลิร์นนิงในการเรียนรู้แบบยูบิควิตัสเป็นไปในลักษณะที่ทำให้การเรียนรู้เกิดขึ้นอย่างยืดหยุ่นและตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะบุคคล โดยมีลักษณะสำคัญ ดังนี้

1. การเรียนรู้ที่เข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา

ไมโครเลิร์นนิงในสภาพแวดล้อมยูบิควิตัสทำให้ผู้เรียนสามารถเข้าถึงเนื้อหาการเรียนรู้อย่างสะดวกจากอุปกรณ์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต หรือคอมพิวเตอร์ เนื้อหาถูกออกแบบให้เหมาะสม

กับการเรียนรู้ผ่านมือถือ ทำให้ผู้เรียนสามารถจัดสรรเวลาเรียนรู้ได้ตามสะดวก (Hug, 2005) เช่น การเข้าดูวิดีโอสั้น ๆ ระหว่างเดินทางหรือในช่วงเวลาพัก ส่งเสริมให้การเรียนรู้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องในชีวิตประจำวัน

2. การปรับเนื้อหาการเรียนรู้ให้เข้ากับพฤติกรรมผู้เรียน

เน้นทำข้อมูลให้สั้น กระชับ และตรงประเด็น ผู้เรียนสามารถเข้าใจและทบทวนได้ง่ายผ่านเนื้อหาห้อย 3 - 5 นาทีในรูปแบบหลากหลาย เช่น วิดีโอ อินโฟกราฟิก หรือบทความสั้น ๆ (Hug, 2005) นอกจากนี้ยังปรับเนื้อหาตามระดับความรู้ของผู้เรียน โดยเริ่มจากพื้นฐานไปสู่เนื้อหาที่ซับซ้อนขึ้น เพื่อไม่ให้เกิดความเครียด ผู้เรียนยังสามารถเลือกหัวข้อที่สนใจและทำแบบทดสอบสั้น ๆ เพื่อประเมินความเข้าใจ ทำให้การเรียนรู้มีความยืดหยุ่นและมีประสิทธิภาพตามความต้องการของแต่ละคน (Buchem & Hamelmann, 2010)

3. การออกแบบที่ตอบสนองความต้องการของผู้เรียน

ไมโครเลิร์นนิ่งถูกออกแบบให้ตอบโจทย์ความต้องการเฉพาะของผู้เรียน เน้นเนื้อหาที่ตรงประเด็นและตอบสนองเป้าหมายการศึกษาอย่างชัดเจน เช่น การสอนทักษะเฉพาะในเวลาสั้น ๆ หรือการให้ข้อมูลที่จำเป็นโดยไม่ซับซ้อน ทำให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมและรู้สึกกระตือรือร้นในการเรียนรู้มากขึ้น ซึ่งส่งผลต่อการจดจำและเข้าใจเนื้อหานั้น ๆ

4. การใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้แบบยืดหยุ่น

เทคโนโลยีที่สนับสนุนไมโครเลิร์นนิ่งในประเทศไทย เช่น Thai MOOC และแอปพลิเคชันมือถือ ช่วยให้ผู้เรียนเลือกเรียนตามตารางเวลาที่เหมาะสมกับตนเอง ระบบ Learning Management System (LMS) เหล่านี้ช่วยให้การติดตามความก้าวหน้าการเรียนรู้เป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถทบทวนเนื้อหาต่าง ๆ ได้ทุกที่ทุกเวลา การใช้เทคโนโลยีแบบนี้ช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นในการเรียนรู้และลดข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่

5. การส่งเสริมการเรียนรู้แบบต่อเนื่อง

ไมโครเลิร์นนิ่งในบริบทยูนิควิตัสช่วยสนับสนุนการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ผู้เรียนสามารถทบทวนเนื้อหาและพัฒนาความรู้ได้ตลอดเวลา ไม่ว่าจะต้องการทบทวนข้อมูลเพื่อเตรียมการปฏิบัติงานหรือพัฒนาทักษะเฉพาะด้าน ทำให้เกิดการเรียนรู้ที่ยั่งยืนและสะสมความรู้ในระยะยาว เนื้อหาที่ถูกจัดทำขึ้นในรูปแบบไมโครเลิร์นนิ่งยังทำให้ผู้เรียนสามารถดูซ้ำและทบทวนได้ตามต้องการ

อย่างไรก็ตาม ควรมีการพิจารณาถึงมุมมองที่แตกต่าง ตัวอย่างเช่น ข้อจำกัดด้านสมาธิของผู้เรียนในการเรียนรู้เนื้อหากระชับสั้นหลายๆ ครั้ง อาจเป็นอุปสรรคต่อการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ความท้าทายในการออกแบบเนื้อหาไมโครเลิร์นนิ่งให้มีความต่อเนื่องและเชื่อมโยงกันเหมาะสม เพื่อให้ผู้เรียนสามารถสร้างความเข้าใจในระดับที่ลึกซึ้งได้ จึงเป็นประเด็นที่ควรนำมาพิจารณาด้วย

แนวทางการออกแบบไมโครเลิร์นนิ่งร่วมกับการเรียนรู้แบบยูบิควิตัส

1. ออกแบบแบบ Responsive

การออกแบบที่รองรับการใช้งานบนอุปกรณ์หลากหลายประเภท ไม่ว่าจะเป็นคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ หรือแท็บเล็ต ช่วยให้ผู้เรียนสามารถเข้าถึงบทเรียนได้จากทุกอุปกรณ์ การออกแบบที่ปรับตามขนาดหน้าจอ (Responsive Design) ยังช่วยให้ผู้เรียนมีประสบการณ์การใช้งานที่สะดวกและราบรื่น (สุมาลี สุนทรา, 2566) ซึ่งได้สรุปข้อดีของการออกแบบ Responsive ดังนี้

1) เข้าถึงได้จากทุกอุปกรณ์

การออกแบบที่รองรับการแสดงผลได้ทั้งบนคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ และแท็บเล็ต ช่วยให้ผู้เรียนสามารถเลือกใช้อุปกรณ์ตามสะดวก ส่งผลให้การเรียนรู้เกิดขึ้นได้ทุกที่ทุกเวลา (สุมาลี สุนทรา, 2566)

2) ประสบการณ์การใช้งานที่ราบรื่น

การออกแบบที่ปรับตามขนาดหน้าจอช่วยให้ผู้เรียนใช้งานได้อย่างราบรื่น ไม่ว่าจะเป็นใช้หน้าจอขนาดเล็กหรือใหญ่ ลดความเครียดและปัญหาในการอ่านหรือใช้งาน (Ogata & Yano, 2004)

3) รองรับการเรียนรู้ที่ยืดหยุ่น

ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้อย่างต่อเนื่องแม้จะเปลี่ยนอุปกรณ์ เนื่องจากข้อมูลและเนื้อหาจะถูกจัดเรียงใหม่ให้อ่านง่าย ไม่ว่าจะเป็นรูปภาพ ข้อความ หรือปุ่มเมนู (Buchem & Hamelmann, 2010)

ซึ่งการออกแบบที่ยืดหยุ่นและปรับตามอุปกรณ์ผู้ใช้จะช่วยลดปัญหาในการเข้าถึงเนื้อหา การเรียนรู้บนแพลตฟอร์มที่หลากหลาย ควรใช้เครื่องมือสร้างสื่อที่สามารถรองรับการแสดงผลได้ทั้งในคอมพิวเตอร์และมือถือ เช่น Canva, Google Slides, Articulate 360, หรือ Adobe Captivate ที่มีความสามารถในการสร้างเนื้อหา e-learning และมัลติมีเดียที่ responsive และรองรับการแสดงผลในหลายอุปกรณ์ แต่ยังมีข้อควรระมัดระวังในการออกแบบ Responsive ดังที่ สุธรรม นกสี และสุมาลี สุนทรา (2564) สรุปไว้ ดังนี้

1) ใช้เวลาในการออกแบบมากกว่าปกติ เนื่องจากต้องคำนึงถึงการแสดงผลบนหน้าจอขนาดต่าง ๆ ของแต่ละอุปกรณ์ ซึ่งต้องมีการปรับรูปแบบการแสดงผลให้เหมาะสมกับอุปกรณ์ที่หลากหลาย

2) ต้องมีความเชี่ยวชาญด้านโปรแกรมที่ใช้พัฒนา เช่น Atom, Adobe Captivate 9 เป็นต้น จำเป็นต้องมีทักษะเฉพาะในการออกแบบและพัฒนาให้สอดคล้องกับการเรียนรู้ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่

3) การออกแบบต้องมีความคิดสร้างสรรค์สูงเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้เรียนและทำให้บทเรียนมีความน่าสนใจ จึงต้องมีการออกแบบที่ตอบสนองต่อประสบการณ์การใช้งานของผู้ใช้ได้เหมาะสมและดึงดูดใจ

2. ออกแบบเนื้อหาให้เรียบง่าย ยืดหยุ่น

ควรหลีกเลี่ยงการใช้กราฟิกที่มีขนาดใหญ่หรือการใส่เนื้อหาที่ซับซ้อนเกินไป เพราะอาจทำให้การแสดงผลและการใช้งานบนมือถือช้าลง นอกจากนี้ ควรให้ความสำคัญกับขนาดของตัวอักษรและการจัดระยะห่างที่เหมาะสม เพื่อให้การอ่านเนื้อหาบนหน้าจอขนาดเล็กไม่ยากลำบาก ตามที่ศิริลักษณ์ บุญมาพันธ์ และธนกฤต จันทรชิตฟ้า (2567) ได้ทำการศึกษาแนวทางการออกแบบสื่อการเรียนรู้แบบไมโครเลิร์นนิ่งหลายรูปแบบ ดังนี้

1) สื่อประเภทวิดีโอ (Video)

ควรมีหนึ่งวัตถุประสงค์การเรียนรู้ต่อหนึ่งวิดีโอเท่านั้น ขอบเขตของเนื้อหาจึงต้องแคบและตรงประเด็น ใช้ภาพที่มีความเกี่ยวข้อง สื่ออารมณ์ เข้าถึงได้ ออกแบบการผสมผสานระหว่างข้อความและภาพอย่างเหมาะสม และใช้เสียงอย่างมีประสิทธิภาพ

2) สื่อประเภทแอนิเมชัน (Animation)

ควรเขียนสคริปต์สั้น ๆ ตรงประเด็น กำหนดเนื้อเรื่องและจุดประสงค์การเรียนรู้หลักของแอนิเมชัน ใช้น้ำเสียงให้เหมาะสมเพื่อถ่ายทอดเรื่องราวที่น่าเสนอ และควรผสมผสานรูปแบบสื่อต่าง ๆ เช่น ดนตรี เสียงเอฟเฟ็กต์ ภาพเคลื่อนไหวของตัวละคร และรูปภาพ

3) สื่อประเภท Interaction PDFs (iPDF) เป็นรูปแบบไฟล์เพื่อนำเสนอเอกสารในลักษณะที่ไม่ขึ้นกับซอฟต์แวร์ ฮาร์ดแวร์ และระบบปฏิบัติการใด เป็นมาตรฐานสำหรับการแบ่งปันเอกสารทางอินเทอร์เน็ตและระหว่างระบบคอมพิวเตอร์ต่าง ซึ่งแตกต่างจาก PDF ทั่วไป โดยมีลักษณะแบบโต้ตอบ เช่น ไฮเปอร์ลิงก์ (Hyperlink) คลิกปุ่มได้ ช่องแบบฟอร์ม เสียง เป็นต้น ไมโครเลิร์นนิ่งแบบโต้ตอบควรคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของผู้เรียน สามารถอ่านได้บนอุปกรณ์ทุกชนิด มีความยืดหยุ่นสูงและสามารถปรับแต่งให้ตรงกับความต้องการของผู้เรียนและช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ที่ส่งผลให้จดจำเนื้อหาที่เรียนได้ดีขึ้น

4) สื่อประเภทอินโฟกราฟิก (Infographics)

เน้นที่หัวข้อหลักหัวข้อเดียว การวางองค์ประกอบเล่าเรื่องเข้าใจง่าย ไม่อัดแน่นจนเกินไป โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการเลือกใช้ภาพ กราฟิก สี เพื่อดึงดูดความสนใจ และทำไฟล์อินโฟกราฟิกให้เล็กเพื่อให้ผู้เรียนเข้าถึงและดาวน์โหลดข้อมูลได้ง่าย ใช้เวลาน้อยในการถ่ายโอนข้อมูล

5) สื่อประเภทสื่อสังคม (Social media)

เว็บไซต์และแอปพลิเคชัน ที่สามารถสร้างและแบ่งปันเนื้อหาหรือมีส่วนร่วมในเครือข่ายสังคมออนไลน์โดยการเข้าถึงเนื้อหาได้ง่ายและแชร์ (Share) ผ่านอุปกรณ์โดยใช้ฟีเจอร์ (Feature) ต่าง ๆ เช่น การส่งข้อความสนทนา (Chat) การแสดงความคิดเห็น (Comment) การแสดงความชื่นชอบ (Like) หรือการแบ่งปันไปยังเพื่อนคนอื่น ๆ ให้ทำงานร่วมกันและสื่อสารจากระยะไกลได้ในเวลาเดียวกันหรือคนละเวลา ช่วยให้เกิดการเรียนรู้ทางสังคม การสื่อสารขนาดพอดีคำที่เกิดขึ้นบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่โดดเด่นด้วยการเลือกข้อมูลขนาดเล็กมีความสอดคล้องกับไมโครเลิร์นนิ่งเป็นอย่างมาก เพื่อให้การสร้างสื่อไมโครเลิร์นนิ่งบนสังคมออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6) สื่อประเภทพอดแคสต์ (Podcasts)

พอดแคสต์เป็นไฟล์เสียงที่มีเนื้อหาที่น่าสนใจเพื่อให้ผู้ฟังมีส่วนร่วม การเรียนรู้สามารถเกิดขึ้นได้ผ่านพอดแคสต์และด้วยวิธีที่สะดวกมาก เช่น ผู้เรียนสามารถฟังพอดแคสต์ได้ในขณะเดินทาง และเรียนรู้ทักษะต่าง ๆ ตัวอย่างเช่น เมื่อต้องการเรียนรู้วิธีตีดีดกีตาร์ ก็ได้รับความช่วยเหลือมากมายจากหลักสูตรการเรียนรู้ด้วยภาพขนาดเล็ก การฟังพอดแคสต์เพียง 5 นาทีต่อวันก็ช่วยให้เกิดการเรียนรู้ได้ เพราะเนื้อหาที่เรียนรู้จะเข้าถึงความจำโดยใช้ระยะเวลาไม่นาน การฟังเสียงในขณะเดินทาง ทำกิจกรรม หรือในเวลาใดก็ได้ของวันเป็นวิธีที่ดีวิธีหนึ่งในการเรียนรู้โดยไม่พลาดกิจกรรมประจำวัน

3. ทดสอบการใช้งานในหลายอุปกรณ์

ทำการทดสอบสื่อการเรียนรู้เพื่อทดสอบการแสดงผลและการใช้งานจริงในอุปกรณ์หลายชนิด เช่น คอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต และสมาร์ตโฟน เพื่อให้แน่ใจว่าสื่อสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะใช้ในแพลตฟอร์มใด สอดคล้องกับ กิตติพันธ์ นาคมงคล (2562) ทดสอบประสิทธิภาพของรูปแบบยูเลิร์นนิ่งโดยการทดสอบแบบหนึ่งต่อหนึ่ง และทดสอบกลุ่มเล็กซึ่งคือนักศึกษาที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อสังเกตพฤติกรรมในขณะทีนักศึกษาทดลองใช้งาน สัมภาษณ์และนำข้อมูลมาปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปใช้งานจริง และควรทำการทดสอบ 3 ขั้นตอน คือ การทดสอบการออกแบบเบื้องต้น การทดสอบในระยะพัฒนาขึ้นกลาง และการทดสอบก่อนเปิดใช้งานจริง เพื่อทดสอบว่าองค์ประกอบต่าง ๆ ทำงานได้ดีและตอบสนองต่อการใช้งานของผู้ใช้ ทั้งนี้เน้นให้ดูความง่ายในการใช้งาน การแสดงผลที่เหมาะสมในทุกอุปกรณ์ ความเร็วในการโหลด และความถูกต้องของเนื้อหา (นพดล ผู้มีจรรยา และสิทธิชัย ลายเสมา, 2558)

เพื่อให้เห็นภาพชัดเจนยิ่งขึ้น ในภาคธุรกิจมีงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการนำไมโครเลิร์นนิ่งมาใช้ในการพัฒนาทักษะพนักงาน เช่น การศึกษาของ อภิญญา แซ่ชิง (2565) ที่ได้พัฒนาไมโครเลิร์นนิ่งตามแนวทางการเรียนรู้โดยใช้สถานการณ์เป็นฐานสำหรับโมบายเลิร์นนิ่งแพลตฟอร์ม เพื่อส่งเสริมทักษะการพัฒนาตนเองของพนักงานระดับปฏิบัติการ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของไมโครเลิร์นนิ่ง

ในการนำเสนอเนื้อหาที่กระชับและเข้าถึงได้ง่ายผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ เพื่อพัฒนาทักษะเฉพาะทางของบุคลากร

นอกจากนี้ ในบริบททางการแพทย์และสาธารณสุข ก็มีการนำไมโครเลิร์นนิ่งมาใช้ในการพัฒนาความรู้เฉพาะทางสำหรับบุคลากร เช่น งานวิจัยของ ภัสรา ตริรัตน์ประยูร และสิรินธร สิ้นจินดาวงศ์ (2567) ที่ได้พัฒนาบทเรียนโปรแกรมผ่านอีเลิร์นนิ่งโดยใช้เทคนิคไมโครเลิร์นนิ่ง เพื่อส่งเสริมความรู้เรื่องความปลอดภัยในการตรวจด้วยเครื่องสร้างภาพสนามแม่เหล็กไฟฟ้า สำหรับบุคลากรทางการแพทย์ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงประโยชน์ของไมโครเลิร์นนิ่งในการนำเสนอเนื้อหาที่เน้นเฉพาะเจาะจงและสามารถเข้าถึงได้ง่าย เพื่อพัฒนาความรู้และทักษะที่จำเป็นในการปฏิบัติงาน

อย่างไรก็ตาม การนำแนวทางการออกแบบไมโครเลิร์นนิ่งไปใช้อาจมีข้อจำกัดและความท้าทายที่ควรพิจารณาในแต่ละบริบท ตัวอย่างเช่น ในบริบทที่ผู้เรียนมีความแตกต่างกันอย่างมากในด้านพื้นฐานความรู้และทักษะ การออกแบบเนื้อหาไมโครเลิร์นนิ่งที่ตอบสนองต่อความหลากหลายนี้อาจเป็นเรื่องที่ท้าทาย นอกจากนี้ การรักษาความต่อเนื่องและความเชื่อมโยงของเนื้อหาในรูปแบบไมโครเลิร์นนิ่งเพื่อให้ผู้เรียนสามารถสร้างความเข้าใจในระดับที่ลึกซึ้งได้ ก็เป็นอีกประเด็นที่ต้องให้ความสำคัญในการออกแบบและการนำไปใช้

บทสรุป

จากการศึกษาแนวทางการประยุกต์ใช้ไมโครเลิร์นนิ่งร่วมกับการเรียนรู้แบบยูนิควิตัสพบว่า การเรียนรู้ในยุคดิจิทัลได้ปรับตัวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้เรียน โดยเน้นเนื้อหาที่สั้น กระชับ และยืดหยุ่น ทำให้ผู้เรียนสามารถเข้าถึงเนื้อหาได้ทุกที่ทุกเวลา ทั้งยังสอดคล้องกับนโยบายการศึกษาของไทยที่มุ่งเน้นการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลในการสนับสนุนการเรียนรู้ ซึ่งคุณลักษณะสำคัญของไมโครเลิร์นนิ่งในบริบทยูนิควิตัส คือการออกแบบเนื้อหาที่เรียบง่ายและปรับให้เข้ากับความต้องการเฉพาะของผู้เรียน รวมถึงรองรับการใช้งานบนอุปกรณ์หลากหลายเพื่อลดข้อจำกัดในการเข้าถึง การออกแบบเนื้อหาที่กระชับและง่ายต่อการเข้าใจ ช่วยลดภาระทางปัญญาและส่งเสริมการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยืดหยุ่น

ในการนำไปใช้จริง การประยุกต์ใช้ไมโครเลิร์นนิ่งในการเรียนรู้แบบยูนิควิตัสยังคงมีข้อจำกัดและความท้าทายที่ควรพิจารณาอย่างละเอียด ตัวอย่างเช่น ความแตกต่างของบริบทและลักษณะของผู้เรียนแต่ละกลุ่มอาจส่งผลต่อประสิทธิภาพของการเรียนรู้แบบไมโครเลิร์นนิ่ง การขาดการออกแบบเนื้อหาที่มีความต่อเนื่องและเชื่อมโยงกันอาจทำให้ผู้เรียนไม่สามารถสร้างความเข้าใจในระดับที่ลึกซึ้งได้ นอกจากนี้ การเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียระหว่างวิธีการเรียนรู้แบบไมโครเลิร์นนิ่งกับการสอน

แบบอื่น ๆ จะช่วยให้เห็นภาพรวมและสามารถเลือกใช้วิธีการที่เหมาะสมกับบริบทและวัตถุประสงค์การเรียนรู้ได้ดียิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

การใช้ไมโครเลิร์นนิ่งในการเรียนรู้แบบยูนิควิตส์อาจเป็นเรื่องท้าทายสำหรับผู้เรียนบางกลุ่มที่ขาดแรงจูงใจหรือทักษะในการจัดการเวลา ควรใช้เทคนิคและกลยุทธ์การสอนที่หลากหลายเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้เรียน เพื่อให้การนำไปปฏิบัติมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ข้อเสนอแนะสำหรับการนำแนวคิดนี้ไปใช้ในการเรียนการสอน อาจรวมถึงการเริ่มต้นจากการวิเคราะห์ความต้องการของผู้เรียนและบริบทการเรียนรู้ การออกแบบเนื้อหาไมโครเลิร์นนิ่งให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การเรียนรู้ที่ชัดเจน การใช้สื่อที่หลากหลายและเหมาะสมกับอุปกรณ์ต่าง ๆ การบูรณาการกิจกรรมที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมและการปฏิสัมพันธ์ และการประเมินผลการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับลักษณะของไมโครเลิร์นนิ่ง นอกจากนี้ ควรมีการศึกษาลักษณะของการนำไปใช้ในบริบทต่าง ๆ และการวิเคราะห์ข้อจำกัดและความท้าทายในการประยุกต์ใช้ไมโครเลิร์นนิ่งในการเรียนรู้แบบยูนิควิตส์อย่างละเอียด

บรรณานุกรม

- กิตติพันธ์ นาคมงคล. (2562). การพัฒนารูปแบบยูนิควิตส์ด้วยวิทัศน์สถานการณ์แบบมีปฏิสัมพันธ์และการสะท้อนคิดเพื่อส่งเสริมความสามารถในการแก้ปัญหาของนักศึกษาทางไกลระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยเปิด [วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย].
- นพดล ผู้มีจรรยา, & สิริชัย ลายเสมา. (2558). รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ครั้งที่ 7. นครปฐม: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- ภัสรา ตรีรัตนประยูร, & สิริธร สิ้นจินดาวงศ์. (2567). การพัฒนาบทเรียนโปรแกรมผ่านอีเลิร์นนิ่งโดยใช้เทคนิคไมโครเลิร์นนิ่ง เพื่อส่งเสริมความรู้เรื่องความปลอดภัยในการตรวจด้วยเครื่องสร้างภาพสนามแม่เหล็กไฟฟ้า สำหรับบุคลากรทางการแพทย์. วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 14(3), 68–80.
- ศยามน อินสะอาด. (2564). การออกแบบไมโครเลิร์นนิ่งยุคดิจิทัล. วารสารเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา, 16(20), 16–31.

- ศิริลักษณ์ บุญมาพันธ์, & ธนฤต จันทร์จิตฟ้า. (2567). แนวทางการออกแบบสื่อไมโครเลิร์นนิง. *วารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม*, 23(1), C1–C10.
- สุมาลี สุนทรา. (2566). การพัฒนา M-Learning แบบ Responsive Web Design ร่วมกับการจัดการเรียนรู้ด้วยตนเองเพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสำหรับนักศึกษาวิชาชีพครูสาขาคอมพิวเตอร์ศึกษา. *Journal of Information and Learning*, 34(1), 34–45.
- สุธรรม นกสี, & สุมาลี สุนทรา. (2564). การพัฒนาโมบายเลิร์นนิงแบบ Responsive Web Design เรื่องการสร้างบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนด้วยโปรแกรม Adobe Captivate 9 ร่วมกับการจัดการเรียนรู้แบบห้องเรียนกลับด้าน สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม. *Journal of Inclusive and Innovative Education*, 5(2), 25–39.
- อภิญา แซ่ชิง. (2565). การพัฒนาไมโครเลิร์นนิงตามแนวทางการเรียนรู้โดยใช้สถานการณ์เป็นฐานสำหรับโมบายเลิร์นนิงแพลตฟอร์มเพื่อส่งเสริมทักษะการพัฒนาตนเองของพนักงานระดับปฏิบัติการ [วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย].
- Buchem, I., & Hamelmann, H. (2010). *Microlearning: A strategy for ongoing professional development*. Retrieved October 4, 2024, from https://www.researchgate.net/publication/341323117_Microlearning_a_strategy_for_ongoing_professional_development
- Hug, T. (2005). *Micro learning and narration: Exploring possibilities of utilization of narrations and storytelling for the designing of "micro units" and didactical micro-learning arrangements*. Retrieved September 8, 2024, from https://www.researchgate.net/publication/237558117_Micro_Learning_and_Narration
- Ogata, H., & Yano, Y. (2004). Context-aware support for computer-supported ubiquitous learning. Retrieved September 22, 2024, from https://www.researchgate.net/publication/4066302_Contextaware_support_for_computer-supported_ubiquitous_learning
- Sornlertlamvanich, V., Aksorn, N., & Charoenporn, T. (2019). Proceedings of the Language Technologies for All (LT4All). Paris, UNESCO Headquarters: 20–22.
- Yahya, S., Ahmad, E., & Jalil, K. A. (2010). The definition and characteristics of ubiquitous learning: A discussion. *International Journal of Education and*

Development using Information and Communication Technology, 6(1), 117–127.

สมรรถนะผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม Competency of Small and Medium Enterprises.

สัมพันธ์ นิตยโชติ

นักศึกษาลัทธิรัฐประศาสนศาสตร์ดุสิตบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

E-mail: samphan.mr@gmail.com

เพ็ญศรี จิรินัง

อาจารย์ลัทธิรัฐประศาสนศาสตร์ดุสิตบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

E-mail: pensri.chi@rmutr.ac.th

ชาญ ธาระวาส

อาจารย์ลัทธิรัฐประศาสนศาสตร์ดุสิตบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

E-mail: dr.charn94@gmail.com

วิวัฒน์ กรมดิษฐ์

อาจารย์ลัทธิรัฐประศาสนศาสตร์ดุสิตบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

E-mail: viwat@amata.com

Samphan Nitchote

Doctor of public administration student, Rajamangala University of Technology Rattanakosin

Pensri Chirinang

Lecturer, Public Administration, Rajamangala University of Technology Rattanakosin

Charn Tharawas

Lecturer, Public Administration, Rajamangala University of Technology Rattanakosin

Viwat Kromadit

Lecturer, Public Administration, Rajamangala University of Technology Rattanakosin

รับเข้า : 9 เมษายน 2566

แก้ไข : 30 มิถุนายน 2566

ตอบรับ : 1 กรกฎาคม 2566

บทคัดย่อ

บทความนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาสมรรถนะผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตามแนวคิดของ เดวิด ซี. แมคเคลแลนด์ (1973) จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการควรมี 1) สมรรถนะด้านความรู้โดยมีความรู้ในการบริหารจัดการกลยุทธ์ การผลิต และการตลาด 2) สมรรถนะด้านทักษะ โดยมีทักษะด้านเทคนิค มนุษยสัมพันธ์ และการตัดสินใจ 3) สมรรถนะด้านความสามารถ

ที่อยู่ภายในตัวบุคคล ต้องมีการคิดตัดสินใจที่รวดเร็ว สร้างแรงจูงใจ ฝึกอบรม สร้างเครือข่าย และมีความสามารถในการติดต่อสื่อสาร 4) สมรรถนะด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง ควรสนับสนุนให้มีอัตมโนทัศน์เชิงบวกที่ดี รู้สำนึกในตนเอง และการรู้จักและเข้าใจตนเอง และ 5) สมรรถนะด้านแรงจูงใจ ควรเสริมสร้างและพัฒนาแรงจูงใจและกระตุ้นแรงขับภายใน หากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีสมรรถนะครบทั้ง 5 ด้านจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถแก้ไขปัญหาและป้องกันความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นกับธุรกิจ สามารถบริหารจัดการให้อยู่รอดท่ามกลางวิกฤตการเปลี่ยนแปลงของโลก และเจริญเติบโตได้อย่างมั่นคง ยั่งยืน

คำสำคัญ: สมรรถนะผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ความเสี่ยงของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

Abstract

This article aims to present the competency of small and medium enterprises based on David C. McClelland (1973) concepts. The researcher found that entrepreneurs should have 1) competence and knowledge in strategic management, manufacturing, and marketing 2) Technical proficiency in decision-making and interpersonal skills and 3) innate competence for those who want immediacy, motivation, training, networking, and communication. 4) self-opinion competency A positive self-concept should be encouraged, self-conscious and knowing and understanding oneself., and 5) motive competency, Motivation and internal drives should be strengthened and developed. If entrepreneurs of small and medium enterprises have all five competencies, they will be able to solve problems and prevent risks that will occur with the business, survive in the midst of the global climate change crisis, and grow steadily and sustainably.

Keywords: entrepreneur competency, small and medium enterprises, risks of small and medium enterprises

บทนำ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างยิ่งของระบบเศรษฐกิจ โดยหากประเทศมีผู้ประกอบการ SMEs ที่มีความรู้ความสามารถในการพัฒนาสินค้า/บริการ/กระบวนการผลิต มีความเข้มแข็ง และมีความคิดในเชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรม สามารถสร้างคน สร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า/บริการ สร้างทักษะฝีมือ สร้างเงินตราเข้าประเทศ และสามารถสร้างความยั่งยืนให้กับระบบเศรษฐกิจของประเทศ (จิรพันธ์ สุกฤณา และวีระพงศ์ มาลัย, 2556) ดังนั้น ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจไทย ทั้งในด้านการสร้างรายได้ประชาชาติ การสร้างการจ้างงาน รวมถึงเป็นกลไกสำคัญของกระบวนการผลิต โดยมุ่งพัฒนาเอสเอ็มอี ให้เพิ่มขีดความสามารถและยกระดับในการแข่งขัน โดยเฉพาะธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นธุรกิจหนึ่งที่สามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจได้เป็นอย่างดี ซึ่งความสำคัญที่ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทำให้เกิดประโยชน์ต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศโดยรวม พอจะกล่าวได้ดังนี้คือธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นแหล่งรองรับการจ้างงานขนาดใหญ่และกระจายอยู่ทั่วประเทศ ทั้งนี้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เป็นหน่วยเศรษฐกิจที่มีความสำคัญ และมีบทบาทอย่างยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ครอบคลุมกิจการผลิตสินค้า กิจการบริการ กิจการการค้าส่งและการค้าปลีก ซึ่งเป็นตัวช่วยให้โครงสร้างของสังคมและเศรษฐกิจดีขึ้น เนื่องจากเป็นแหล่งการผลิต และแหล่งการสร้างงาน ช่วยให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่น สำหรับขนาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กำหนดได้จากมูลค่าของสินทรัพย์ถาวร หรือจำนวนการจ้างงานไม่เกินกว่าเกณฑ์ที่กำหนด โดยมูลค่าสูงสุดสินทรัพย์ถาวร(ไม่รวมที่ดิน) ไม่เกิน 200,000,000 บาท และจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 200 คน ปัจจุบันมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประมาณร้อยละ 99 ของธุรกิจทั้งหมด จากข้อมูลของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในปัจจุบัน SMEs มีจำนวน 3,176,053 บริษัท และมีบทบาทในการช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก GDP ในปี 2563 มีมูลค่า 5,376,066 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 34.2 ของ GDP รวมของประเทศ โดยเป็นการบริการ 44.5% ภาคการผลิต 32% และการค้า 21.6% ซึ่งถือเป็นกลไกขับเคลื่อนที่สำคัญของระบบเศรษฐกิจประเทศสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจของประเทศ โดย SMEs มีอยู่สามรูปแบบ คือ ด้านการผลิต ด้านการค้า และการบริการ จึงกล่าวได้ว่า ธุรกิจ SMEs เป็นแหล่งที่สร้างมูลค่าให้กับประเทศและสร้างตลาดแรงงานที่สำคัญของไทย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2564: 29)

ประเทศไทยเป็นประเทศที่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของกระแสโลกาภิวัตน์ เช่นเดียวกันกับประเทศพัฒนาแล้ว โดยเฉพาะการบริหารจัดการภาคส่วนธุรกิจที่ต้องมีการปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงของโลกโดยการยกระดับเสริมสร้างบริหารจัดการทางด้านทรัพยากรมนุษย์ให้มี

ทักษะ สมรรถนะความรู้ความสามารถก้าวหน้าทันทัดเทียม ทั้งนี้หน่วยงานภาครัฐได้กำหนดนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ในการดำเนินการพัฒนาประเทศและการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจเพื่อนำพาประเทศไปสู่ความมั่งคั่ง มั่นคง และยั่งยืนตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ซึ่งเป็นนโยบายในการพัฒนาเศรษฐกิจที่เน้นการขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม โดยการมุ่งหวังให้ผู้ประกอบการภาคส่วนธุรกิจขนาดใหญ่ รวมทั้งผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนทั้งขนาดกลางและขนาดย่อมขับเคลื่อน สามารถนำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ ๆ มาสร้างมูลค่าเพิ่มและบริการให้กับธุรกิจของตนเองได้ สอดคล้องกับการบริหารและพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564) ที่มีทิศทางการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ โดยยึดคนเป็นศูนย์กลางการพัฒนาด้วยการให้ความสำคัญกับการพัฒนาคนเพื่อมุ่งสู่สังคมที่มีคุณภาพ มุ่งพัฒนาเศรษฐกิจโดยการสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการโดยเฉพาะผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยการมุ่งเน้นที่การใช้ นวัตกรรม เทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์เพื่อยกระดับกระบวนการการผลิตให้ได้คุณภาพผลิตภัณฑ์ ได้มาตรฐาน ทดแทนการนำเข้า สร้างความมั่นคง ยั่งยืน รวมทั้งการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอันจะเป็นการสร้างภูมิคุ้มกันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลก

ผู้ประกอบการ หรือ เจ้าของกิจการ เป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่ง ในสังคมตลาดการค้าเสรี เนื่องจากผู้ประกอบการเป็นผู้มองเห็นโอกาสและไขว่คว้าโอกาสนั้น ๆ โดยนำความรู้ ประสบการณ์ ทักษะทั้งทางการเงินและทางสังคมที่ตนมีอยู่มาลงทุนเพื่อสร้างองค์กรธุรกิจขึ้นมา และใช้ทุนเหล่านั้นในการดำเนินกิจกรรมในเชิงธุรกิจ ผลักดันให้เกิดการสร้างสรรค นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่ก่อให้เกิดนวัตกรรม สร้างสิ่งที่มีคุณค่า และเป็นทางเลือกใหม่ ๆ ให้กับสังคม ตลอดจนเพื่อการบรรลุวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ ดังนั้น ผู้ประกอบการที่ไม่มีความพร้อมในการแข่งขันหรือไม่มี ความได้เปรียบทางด้านต้นทุน ซึ่งได้รับผลกระทบที่เกิดขึ้นโดยตรง เนื่องมาจากการลดอุปสรรคใน ด้านการค้า และการลงทุนต่าง ๆ ทำให้ผู้ประกอบการจากต่างชาติสามารถเข้าสู่ตลาดได้มากขึ้น และ เพิ่มการแข่งขันในตลาดให้สูงขึ้น

ดังนั้น ในระยะยาวแล้วปัจจัยที่จะตัดสินอนาคตขององค์กร จึงไม่ใช่สินค้าหรือบริการ แต่จะเป็นสมรรถนะขององค์กร ตามความหมายของ McClelland (1973: 68) หมายถึง บุคลิกลักษณะที่ ซ่อนอยู่ภายในบุคคล ซึ่งสามารถผลักดันให้บุคคลนั้น สร้างผลการปฏิบัติงานที่ดี หรือตามเกณฑ์ที่ กำหนดในงานที่รับผิดชอบ สมรรถนะบุคคลมีที่มาจากพื้นฐานความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) วิธีคิด (Self-Concept) และคุณลักษณะส่วนบุคคล (Attributes) ที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ของการ ทำงานของบุคคลนั้น ๆ สมรรถนะจะทำให้บุคคลแสดงออกถึงพฤติกรรมการทำงาน และผลสัมฤทธิ์ที่ ดีของงานตามท้องที่การต้องการ ทำให้เกิดเป็นความสามารถที่เฉพาะขององค์กร ซึ่งเกี่ยวข้องกับ สมรรถนะบุคคลโดยตรง เพราะถ้าบุคลากรในองค์กรมีสมรรถนะที่ดีแล้ว จะทำให้มีความสามารถในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงนับเป็นโอกาสสำคัญ สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาด

กลางและขนาดย่อมที่จะต้องเร่งปรับตัวและใช้โอกาสลดอุปสรรคทางการค้าและการลงทุนต่าง ๆ ให้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่

ในที่ผ่านมาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ส่วนใหญ่ยังขาดสมรรถนะในการประกอบการทั้งทางด้านเทคโนโลยี เครือข่าย การผลิต การจัดการ การตลาดและ การเงิน นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังขาดการพัฒนา การนำเข้าส่งออก การจับคู่ธุรกิจ การผลิตสินค้ายังไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ทำให้ไม่สามารถแข่งขันกับวิสาหกิจขนาดใหญ่ได้ ประกอบกับสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงบ่อย ๆ และสถานการณ์ทางเศรษฐกิจโลกตกต่ำ ราคาพลังงานภายในประเทศที่มีความผันผวน การแข่งขันทั้งภายในและภายนอกประเทศ ผู้บริโภคมีการลดปริมาณการบริโภค จึงทำให้ต้องลดการจ้างงาน ส่งผลต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประสบปัญหาในด้านต่าง ๆ อาทิเช่น สมรรถนะผู้ประกอบการเกิดจากการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ รวมถึงเครือข่ายทางการค้าที่เพิ่มมากขึ้นทำให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ต้องบริหารจัดการเครือข่ายทางการค้าเหล่านี้ให้ดีมีประสิทธิภาพ รวมถึงการจัดการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นอีกหนึ่งปัญหาที่ทางผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ต้องเอาใจใส่เป็นอย่างมาก มิฉะนั้นจะส่งผลกระทบต่อศักยภาพองค์กรที่มียุทธศาสตร์ประกอบทางด้านความรู้การทำงานและการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าที่เป็นปัจจัยส่งเสริมให้ธุรกิจเป็นองค์กรที่ดี มีความเป็นเลิศในด้านต่าง ๆ

ทั้งนี้ สมรรถนะ จึงเป็นเรื่องสำคัญที่ไม่ควรมองข้าม เพราะเป็นเครื่องมือหนึ่งที่สามารถใช้เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของบุคคลและองค์กรได้เป็นอย่างดี ด้วยเหตุนี้ บทความนี้จึงมีความสนใจในการศึกษาสมรรถนะผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการควรมีรูปแบบการพัฒนาสมรรถนะความรู้ ทักษะ ความสามารถด้านคุณลักษณะ ความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง และแรงจูงใจอย่างไรจึงจะสามารถนำไปสู่การประสบความสำเร็จทางด้านธุรกิจได้อย่างมั่นคง และยั่งยืน โดยได้นำเอาแนวคิดสมรรถนะของผู้ประกอบการ และแนวคิดวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมาอธิบายเพื่อให้เห็นภาพของการพัฒนาสมรรถนะผู้ประกอบการ อันจะส่งผลนำไปสู่การเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จทางด้านธุรกิจ

แนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะและสมรรถนะผู้ประกอบการ

สมรรถนะของบุคคลเป็นปัจจัยหนึ่งในการทำงานที่เพิ่มขีดความสามารถภายในองค์กรและก่อให้เกิดการแข่งขันให้มีการพัฒนา โดยที่สมรรถนะจะเป็นตัวผลักดันให้บุคคลสามารถปฏิบัติงานตามภาระหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพรวมทั้งยังสามารถดำเนินการตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ และจากสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของโลกที่ทำให้องค์กรต่าง ๆ ต้องหันมาทบทวนพิจารณาสมรรถนะขององค์กรเพื่อให้องค์กรสามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงที่รุนแรงจากภายนอกได้ ถ้าหากองค์กรใดต้องการที่จะสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน สร้างขีดความสามารถที่จะต้านทานต่อกระแสการ

เปลี่ยนแปลงนั้นได้จำเป็นต้องพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรในองค์กรเสียก่อน ซึ่งบุคลากรในองค์กรถือเป็นปัจจัยสำคัญในการที่จะช่วยส่งเสริมผลักดันให้องค์กรสามารถประสบความสำเร็จได้ โดยมีนักวิชาการและผู้รู้ได้ให้ความหมายของคำว่าสมรรถนะไว้ดังนี้

David C. McClelland (1973: 68) นักจิตวิทยาแห่งมหาวิทยาลัย Harvard และที่ปรึกษาองค์กรธุรกิจ ได้กล่าวถึงสมรรถนะว่า สมรรถนะเป็นความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะที่ดีของบุคคลในองค์กรกับระดับความรู้ (knowledge) ทักษะ (skill) และความสามารถ (capability) โดยกล่าวว่า การวัดความสามารถทางเขาวนปัญญา และการทดสอบบุคลิกภาพ ยังไม่เหมาะสมในการทำนายความสามารถหรือ สมรรถนะของบุคคลได้ เพราะไม่ได้สะท้อนความสามารถที่แท้จริงออกมา นอกจากนี้ David C. McClelland ยังได้ทำการศึกษาวิจัยสาเหตุที่ทำให้บุคลากรที่ทำงานในตำแหน่งเดียวกันมีผลงานที่แตกต่างกัน ผลการศึกษาพบว่าบุคลากรที่มีผลการปฏิบัติงานดีจะมีสิ่งหนึ่งที่เรียกว่าสมรรถนะ และได้เขียนบทความวิชาการเรื่อง “Testing for Competence Rather Than Intelligence” ซึ่งถือเป็นจุดกำเนิดของแนวคิดเรื่องสมรรถนะที่สามารถอธิบายบุคลิกลักษณะของบุคคลว่าเปรียบเสมือนภูเขาน้ำแข็ง ส่วนคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการจะต้องอาศัยคุณสมบัติของความมุ่งมั่นที่จะประสบความสำเร็จ รวมทั้งการมีความมั่นใจในตนเอง กล้าที่จะเผชิญกับปัญหาและอุปสรรคเฉพาะหน้า มีแนวคิดในการประกอบธุรกิจอย่างชัดเจน มีกลยุทธ์และวิธีการการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ มีแผนงานที่เป็นระบบ มีความสามารถในการบริหารการเงิน มีความสามารถทางการตลาดมองเห็นสภาพของการแข่งขันในอนาคต มีแหล่งสนับสนุนที่ดี มีทักษะในการประสานงาน มีภาวะผู้นำ และมีการจัดองค์กรที่เหมาะสม

Boyatzis, R. E (2008: 58) ได้กล่าวถึงสมรรถนะว่า สมรรถนะ ประกอบด้วย การมีความรู้ (knowledge) ทักษะ (skill) ความสามารถ (ability) และคุณลักษณะด้านอื่น ๆ ที่จำเป็นต่อหน้าที่รับผิดชอบ

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา (2562: 9) ได้สรุปความหมายของสมรรถนะไว้ว่า เป็นความสามารถของบุคคลในระดับที่สามารถปฏิบัติงานใดงานหนึ่งได้สำเร็จ โดยใช้ความรู้ ทักษะ เจตคติ/ คุณลักษณะที่ตนมีอยู่ ทั้งนี้สมรรถนะเป็นพฤติกรรมที่แสดงออกถึงความสามารถของบุคคลในการนำความรู้ ทักษะและคุณลักษณะเฉพาะของตน มาประยุกต์ใช้ในงาน ได้จนประสบความสำเร็จในการทำงาน การแก้ปัญหา และการดำรงชีวิต

สรุปได้ว่า สมรรถนะ หมายถึง คุณลักษณะของบุคคลที่สามารถปฏิบัติงานได้ตามกฎเกณฑ์ข้อกำหนดขององค์กรผ่านระบบและโครงสร้าง สร้างความเชื่อมโยงจนสามารถนำองค์กรไปสู่การประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ประกอบด้วย สมรรถนะด้านความรู้ สมรรถนะด้านทักษะ สมรรถนะด้านคุณลักษณะ สมรรถนะด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง และสมรรถนะด้านแรงจูงใจ ซึ่งเป็นตามแนวคิดของ David C. McClelland (1973: 68)

สมรรถนะผู้ประกอบการ เป็นความสามารถของผู้นำองค์กรในการสื่อสารวิสัยทัศน์เชิงกลยุทธ์ ขององค์กรสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เหมาะสม ประสานงานกิจกรรมร่วมกับเครือข่ายพันธมิตร ส่งเสริม องค์กรความรู้ใหม่ ๆ เพื่อสร้างมูลค่าให้องค์กร และสามารถช่วยให้ SMEs เพิ่มส่วนแบ่งการตลาด (Zahoor et al., 2021: 442) สมรรถนะของผู้ประกอบการเป็นปัจจัยในการทำงานที่เพิ่มขีดความสามารถภายในองค์กรก่อให้เกิดการแข่งขันให้มีการพัฒนาซึ่งสมรรถนะเป็นคุณลักษณะที่ซ่อนอยู่ในตัวบุคคล เป็นคุณลักษณะเชิงพฤติกรรม ทำให้บุคคลสามารถปฏิบัติงานตามหน้าที่ความรับผิดชอบได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถดำเนินการตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ (Esubalew & Raghurama, 2020: 2-3) องค์ประกอบสมรรถนะผู้ประกอบการ คือ สมรรถนะภายในจิตใจ และสมรรถนะภายนอก คือ ความสามารถในการปฏิบัติการที่เป็นเลิศ ซึ่งเป็นกลไกต่อความสำเร็จขององค์กร (ธีรพงษ์ บุญรักษา, นันทิยา ดวงกุ่มเมศ และ กรณัญญ์ เตชะวงศ์เสถียร, 2563: 145)

Ahmad et al (2010: 182) ได้กล่าวถึงปัจจัยด้านสมรรถนะผู้ประกอบการนั้นมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจ และผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สมรรถนะผู้ประกอบการ ประกอบด้วย สมรรถนะด้านการกำหนดกลยุทธ์ ด้านแนวความคิด ด้านโอกาส ด้านความสัมพันธ์ ด้านการจัดการ ด้านส่วนบุคคล ด้านความมุ่งมั่น ด้านจริยธรรม และด้านครอบครัวนิยม

สรุปได้ว่า สมรรถนะผู้ประกอบการ หมายถึง คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการที่ถูกซ่อนอยู่ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมที่มีความจำเป็นต่อการปฏิบัติงานให้บรรลุผลสำเร็จ การอยู่รอดและการเจริญเติบโตของธุรกิจ นอกจากนี้สมรรถนะผู้ประกอบการเป็นความสามารถของผู้นำในการสร้างวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ ให้องค์กรเพื่อให้เกิดการพัฒนา สร้างโอกาสการตลาด และเพิ่มขีดความสามารถทางแข่งขัน ความสำเร็จตามเป้าหมายองค์กรได้ นอกจากนี้จะต้องพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ ๆ ที่ทันสมัยเข้ากับยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงการพัฒนาด้านเทคโนโลยี พัฒนาสมรรถนะทางด้านธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งพัฒนาการรู้คิดในบทบาทเชิงธุรกิจ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องสมรรถนะผู้ประกอบการ

อัจฉรา อัญญาลคุปต์ (2560: 103-104) ได้ทำการศึกษาสมรรถนะหลักของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตกรุงเทพมหานครเพื่อรองรับประชาคมอาเซียน พบว่าสมรรถนะหลักของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อรองรับประชาคมอาเซียน ประกอบด้วย ด้านมนุษยสัมพันธ์ ด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร ด้านความรู้ ด้านแรงงานและการผลิต ด้านความมุ่งมั่น ด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ด้านการจัดการทางอารมณ์ และด้านภาษา ผลดังกล่าวสมรรถนะหลักเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงความมุ่งมั่นความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ความรู้ ทักษะ ความเชื่อ แรงจูงใจ และอุปนิสัยของบุคลากรในองค์กรโดยรวมที่จะช่วยสนับสนุนในองค์การบรรลุเป้าหมาย

องค์ประกอบสมรรถนะ

McClelland (1973: 68) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของสมรรถนะว่าประกอบด้วย 1) ความรู้ หมายถึง ข้อมูลและความรู้ที่เป็นสาระสำคัญ 2) ทักษะ ซึ่งทักษะที่เกิดขึ้นได้นั้นพื้นฐานต้องมาจาก ความรู้และความสามารถในการปฏิบัติงาน 3) อัตมโนทัศน์หรือความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง หมายถึง เจตคติ ค่านิยม และความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของตน 4) อุปนิสัย เช่น เป็นคนที่น่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้ และมีลักษณะของความเป็นผู้นำ และ 5) แรงจูงใจ เป็นแรงจูงใจ หรือแรงขับภายใน ซึ่งทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมที่มุ่งไปสู่เป้าหมาย หรือมุ่งสู่ความสำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับ เอกพงษ์ หริ่ม เจริญ (2565: 33) ได้ทำการศึกษาสมรรถนะของผู้ประกอบการภาคธุรกิจอุตสาหกรรมแปรรูป การเกษตรของไทย พบว่า สมรรถนะของผู้ประกอบการภาคธุรกิจอุตสาหกรรมแปรรูปการเกษตรของไทย ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลักได้แก่ 1) ด้านความรู้ (Knowledge) ประกอบด้วย 7 องค์ประกอบย่อย 2) ด้านทักษะ (Skill) ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบย่อย และ 3) ด้านเจตคติ การเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Attitude) ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบย่อย และสอดคล้องกับ พนิดา วัชรระรังษี (2560: 116) ได้ทำการศึกษาสมรรถนะและคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ของผู้เรียนในหลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาลัยราชพฤกษ์ มหาวิทยาลัยในเครือข่ายเบญจมมิตร พบว่า สมรรถนะในการเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ ความรู้ ทักษะ อุตมโนทัศน์ แรงจูงใจ อุปนิสัย

ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะประกอบธุรกิจขายสินค้า ผลิตภัณฑ์ หรือ

ให้บริการ โดยประเทศไทยใช้การกำหนดลักษณะตามกฎกระทรวงอุตสาหกรรมกำหนดจำนวนการจ้างงานและมูลค่าสินทรัพย์ โดยลักษณะ SMEs ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 และตามประมวลรัษฎากร ถูกกำหนดหลักเกณฑ์ไว้ดังนี้

ลักษณะวิสาหกิจ	จำนวนการจ้างงาน (คน)		จำนวนสินทรัพย์ถาวร (ล้านบาท)	
	ขนาดย่อม	ขนาดกลาง	ขนาดย่อม	ขนาดกลาง
กิจการผลิตสินค้า	ไม่เกิน 50	51-200	ไม่เกิน 50	51-200
กิจการค้าส่ง	ไม่เกิน 25	26-50	ไม่เกิน 50	51-100
กิจการค้าปลีก	ไม่เกิน 15	16-30	ไม่เกิน 30	31-60
กิจการให้บริการ	ไม่เกิน 50	51-200	ไม่เกิน 50	51-200

(กรมสรรพากร, <https://www.rd.go.th/publish/38056.0.html>, 27 กันยายน 2563)

ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

ในการประกอบธุรกิจไม่ว่าจะเป็นวิสาหกิจขนาดย่อม ขนาดกลางหรือขนาดใหญ่ สิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องการคือ ความสำเร็จในการทำธุรกิจ ซึ่งวิธีหนึ่งที่นิยมใช้กันมากในการวัดความสำเร็จคือการดูจากการเติบโตของธุรกิจหรือผลกำไรของธุรกิจ ในบางธุรกิจอาจใช้วิธีการกำหนดเป้าหมายและวัดการประสบความสำเร็จ โดยการเทียบผลงานกับเป้าหมายที่กำหนดไว้

คุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ได้แก่ 1) ความกล้าเสี่ยง 2) ต้องการมุ่งความสำเร็จ 3) มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ 4) รู้จักผูกพันต่อเป้าหมาย 5) ความสามารถโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น 6) ยืนหยัดต่อสู้ทำงานหนัก 7) เอาประสบการณ์ในอดีตมาเป็นบทเรียน 8) มีความสามารถในการบริหารงานและมีความเป็นผู้นำที่ดี 9) มีความเชื่อมั่นในตนเอง 10) มีวิสัยทัศน์กว้างไกล 11) มีความรับผิดชอบ 12) มีความกระตือรือร้น และไม่หยุดนิ่ง 13) ใฝ่หาความรู้เพิ่มเติม 14) กล้าตัดสินใจและมีความมานะพยายาม 15) อย่าตั้งความหวังไว้กับผู้อื่น 16) มองเหตุการณ์ปัจจุบันเป็นหลัก 17) สามารถปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อม 18) รู้จักประมาณตนเอง 19) ต้องมีความร่วมมือและแข่งขัน 20) ประหยัดเพื่ออนาคต และ 21) มีความซื่อสัตย์ (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2558, <https://www.ryt9.com/s/ryt9/112106>) ซึ่งสอดคล้องกับ อัจฉรา อัญญาลคุปต์ (2560: 103) ได้ทำการศึกษาสมรรถนะหลักของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตกรุงเทพมหานครเพื่อรองรับประชาคมอาเซียน พบว่า ความคิดเห็นความสำเร็จของผู้ประกอบการเพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียน ที่ควรมีนั่นแบ่งออกเป็น 7 ด้าน ดังนี้ 1. ด้านความมุ่งมั่น 2. ด้านภูมิปัญญา 3. ด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต 4. ด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ 5. ด้านความฉลาดรู้ทางอารมณ์ 6. ด้านทักษะการแก้ปัญหาและตัดสินใจ และ 7. ด้านการบริหารเวลา

ปัญหาและความเสี่ยงของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การดำเนินการธุรกิจทุกประเภทย่อมเกิดปัญหาและอุปสรรค ที่อาจขัดขวางความก้าวหน้าของธุรกิจตลอดทั้งบนทอนกำลังใจของผู้ประกอบการ ซึ่งอาจเกิดขึ้นได้จากทุกทางทั้งสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ และข้อจำกัดด้านศักยภาพของธุรกิจ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประสบปัญหาหลายประการ ซึ่งสอดคล้องกับ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2558, http://www.sara-dd.com/index.php?option=com_content&view=article&id=199:main-problems-for-smes&catid=25:the-project&Itemid=72) พบว่าปัญหาโดยรวมของ SMEs ที่ประสบปัญหาที่ผ่านมาสรุปได้คือ 1. ปัญหาด้านการตลาด 2. ปัญหาขาดแคลนเงินทุน 3. ปัญหาด้านแรงงาน 4. ปัญหาข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีการผลิต 5. ข้อจำกัดด้านการจัดการ 6. ปัญหาการเข้าถึงการส่งเสริมของรัฐ 7. ปัญหาข้อจำกัดด้านการให้บริการ และ 8. ปัญหาข้อจำกัดในการรับรู้ข่าวสาร

ข้อมูล และสอดคล้องกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประสบปัญหาหลายประการดังนี้ (บริษัท ประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม, 2564, https://www.tcg.or.th/news_inside.php?news_id=37)

1. การขาดซึ่งจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการ
2. การจัดการและการบริหารไม่มีประสิทธิภาพ
3. การขาดบุคลากร หรือ ผู้เชี่ยวชาญธุรกิจ SMEs
4. การขาดแรงงานที่มีฝีมือ
5. ต้นทุนการผลิตสูงการจัดการไม่ดี
6. การแข่งขันสูงสภาพการแข่งขันและแข่งขันในปัจจุบัน
7. ประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่ำ
8. ปัญหาด้านการส่งเสริมและการให้บริการของทางภาครัฐ

วัฒนา มณฑา (2562: 5) ได้ทำการวิจัยแล้วพบว่า ผู้ประกอบการของธุรกิจ MSME มีความคิดเห็นว่าการจัดการความเสี่ยงมีผลในเชิงบวกต่อธุรกิจ MSME 3 ด้าน ได้แก่ การกำหนดวัตถุประสงค์ การระบุปัจจัยเสี่ยง และการประเมินความเสี่ยง ซึ่งสอดคล้องกับ อุมาวดี เดชธำรงค์ และคณะ (2562: 77) ได้ทำการวิจัยแล้วพบว่า การบริหารความเสี่ยง ด้านการกำหนดวัตถุประสงค์ กิจกรรมควบคุม และการติดตามประเมินผล มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สอดคล้องกับ ญาณิศา เผื่อนพะพะ (2562: 191) ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การที่ผู้ประกอบการต้องตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการความเสี่ยงอย่างแท้จริง มีแผนการจัดการความเสี่ยงแบบเป็นองค์รวม และ มีความเข้าใจในการบริหารต้นทุนของกิจการ สอดคล้องกับ สมยศ อวเกียรติ และ สิทธิพร ประวัตรุ่งเรือง (2560: 48) ได้สรุปไว้ว่า ธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความเสี่ยงในด้านลูกค้า ด้านการเงิน และด้านการเรียนรู้ พัฒนาเหมือนกับธุรกิจขนาดใหญ่ ซึ่งเป็นความเสี่ยงที่จะส่งผลกระทบต่อผลดำเนินงานของธุรกิจ โดยสามารถบริหารความเสี่ยง 4 ด้าน คือ ด้านการประเมินความเสี่ยง การระบุความเสี่ยง การจัดการความเสี่ยง และการติดตามประเมินผล ซึ่งหากสามารถบริหารความเสี่ยงได้ครบทั้ง 4 ด้านได้ชัดเจนจะทำให้ผลการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมดีขึ้นด้วย และสอดคล้องกับ ณัฐรดา ไหมมาลา (2564: 230) ที่กล่าวว่า ด้านการประเมินความเสี่ยง ในการระบุความเสี่ยงนั้น จะต้องระบุให้ถูกต้องเสียก่อนเพราะหากระบุผิดพลาดแทนที่จะเป็นปัจจัยสนับสนุนให้แก่การจัดการความเสี่ยงอาจจะเป็นอุปสรรคกีดขวางต่อการจัดการความเสี่ยงได้

สรุปผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในปัจจุบันประสบปัญหาด้านการจัดการภายในที่ยังไม่ดีพอ การมีต้นทุนการผลิตที่สูง มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ต่ำ มีการแข่งขันทางด้านธุรกิจที่สูง ขาดบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ และขาดการส่งเสริมและให้บริการของทางภาครัฐ ทำให้มีความเสี่ยงทางด้านต้นทุน ที่มาจากปัจจัยการผลิตด้านแรงงาน เนื่องจากขาด

แคลนแรงงานทักษะขั้นสูง ผลผลิตภาพแรงงานโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำโดยเฉพาะทักษะด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี และใช้ภาษาต่างประเทศ และทักษะทางวิชาชีพที่สอดคล้องกับความต้องการของวิสาหกิจ และปัจจัยความเสี่ยงที่มาจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่ไม่มีอิสระในการทำงานของทีมงานเนื่องจากการควบคุมของผู้บริหาร และขาดทรัพยากรและเงินลงทุนในการวิจัยและพัฒนา ความเสี่ยงด้านลูกค้าที่มีอำนาจต่อรองมากกว่าสามารถเปลี่ยนแปลงไปซื้อสินค้าจากผู้ผลิตรายอื่นได้ และด้านเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และเป็นกลไกขับเคลื่อนธุรกิจในปัจจุบัน โดยผู้ประกอบการจะต้องพัฒนาสมรรถนะตนเองเพื่อที่จะสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ป้องกันความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในอนาคตแก่ธุรกิจ

ผลการศึกษา

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะของ McClelland (1973: 68) ประกอบด้วย สมรรถนะด้านความรู้ สมรรถนะด้านทักษะ สมรรถนะด้านความสามารถที่อยู่ในตัวบุคคล สมรรถนะด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง และสมรรถนะด้านแรงจูงใจรวมถึงปัญหาและความเสี่ยงของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ควรมีสมรรถนะดังนี้

1. สมรรถนะด้านความรู้ ควรประกอบด้วย

1) ความรู้ความสามารถในการวางวิสัยทัศน์ แผนกลยุทธ์ ที่มาจากการบูรณาการความรู้ด้านต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ทำให้เกิดวางแผนงานโครงสร้างภายในองค์กรให้เกิดประสิทธิภาพ ประสพความสำเร็จทั้งในด้านการบริหารจัดการองค์กร ทำให้สามารถแก้ปัญหาการบริหารจัดการที่ยังไม่ดีพอ รวมถึงการแข่งขันที่สูงได้ ซึ่งช่วยลดความเสี่ยงจากลูกค้าที่มีอำนาจต่อรองมากกว่าได้

2) ความรู้ในการบริหารจัดการด้านการผลิตโดยการนำนวัตกรรมเทคโนโลยีมาปรับประยุกต์ใช้ในกระบวนการผลิต การผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งเป็นความรู้จากประสบการณ์ ผสมผสานกับความรู้จากการทดลองปฏิบัติ ซึ่งจะช่วยแก้ไขปัญหาเรื่องต้นทุนการผลิตที่สูง และแก้ไขการมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่ำ รวมถึงช่วยลดความเสี่ยงด้านต้นทุนที่มาจากขาดแรงงานที่มีทักษะด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี

3) ความรู้ในการบริหารจัดการทางด้านการตลาดโดยการส่งเสริมการขายเพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้บริโภค รวมทั้งหาช่องทางในการติดต่อค้าขายทั้งลูกค้าภายในประเทศและต่างประเทศ มีการอบรมสัมมนาเกี่ยวกับธุรกิจร่วมกับเครือข่ายเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ภายใต้นวัตกรรม เทคโนโลยี สามารถปรับประยุกต์การบริหารจัดการให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงของตลาดโลก ซึ่งเป็นความรู้ที่มาจากการสังเกตสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ และคู่แข่งในท้องตลาด ทำให้สามารถแก้ไขปัญหาด้านการแข่งขันที่สูง และลดความเสี่ยงจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์

2. สมรรถนะด้านทักษะ ควรประกอบด้วย

1) ทักษะด้านเทคนิค เกิดจากการฝึกอบรมทักษะความรู้ให้ผู้ปฏิบัติงาน เพื่อที่จะสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพตามภาระหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ซึ่งจะช่วยแก้ไขปัญหาการขาดบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ และการผลิตที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่ำ

2) ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ โดยการเปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติงานได้แลกเปลี่ยนความรู้ แสดงความคิดเห็น วิสัยทัศน์ของการทำงานร่วมกัน ซึ่งจะช่วยแก้ไขปัญหาด้านการจัดการได้ เนื่องจากได้รับฟังความคิดเห็นจากผู้ปฏิบัติงานจริง

3) ทักษะด้านแก้ปัญหาและตัดสินใจ โดยการส่งเสริมความรู้ความสามารถของผู้ปฏิบัติงานโดยการศึกษา อบรม ดูงานทั้งในและต่างประเทศ หรือการเข้าร่วมแข่งขันทักษะ ความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรม เทคโนโลยี ทำให้สามารถนำความรู้ที่ได้มาพัฒนาต่อยอดเป็นทักษะการแก้ปัญหา ซึ่งช่วยแก้ไขปัญหาด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่ำ การส่งเสริมและการให้บริการของทางภาครัฐ เนื่องจากจะสามารถเข้าถึงการฝึกอบรมและประชาสัมพันธ์ของรัฐได้อย่างต่อเนื่อง และทันต่อสถานการณ์ ช่วยลดความเสี่ยงด้านเทคโนโลยี เนื่องจากได้เรียนรู้และมีทักษะรองรับแล้ว

3. สมรรถนะด้านความสามารถที่อยู่ในตัวบุคคล ควรประกอบด้วย

1) มีการคิดตัดสินใจที่รวดเร็ว
2) สร้างแรงจูงใจเพื่อกระตุ้นให้บุคลากรในองค์กรปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3) มีกระบวนการฝึกอบรมเพื่อให้เกิดความเชี่ยวชาญในงาน และการมอบอำนาจในการตัดสินใจ

4) มีการประสานเชื่อมโยงเครือข่าย

5) มีความสามารถในการติดต่อสื่อสาร

4. สมรรถนะด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง หรืออัตมโนทัศน์ ควรประกอบด้วย

1) ควรสนับสนุนให้มีอัตมโนทัศน์เชิงบวกที่ดีควรส่งเสริมให้มีลักษณะต่าง ๆ ดังนี้ ให้รับรู้ในความสามารถของตน ภูมิใจในตนเอง มีทัศนคติที่ดีในตนเอง เห็นคุณค่าในตนเอง ได้รับการยอมรับจากสังคม และมีสัมพันธภาพที่ดีกับบุคคลอื่น ๆ นอกจากนี้ อัตมโนทัศน์มีทั้งร่างกายและจิตใจ ทางด้านจิตใจมีพื้นฐานเกี่ยวข้องกับความคิด ความรู้สึก และอารมณ์ ความสามารถปรับตัว และความมั่นใจในตนเอง ในทางตรงข้ามอัตมโนทัศน์เชิงลบส่งผลต่อความรู้สึกที่ไม่ดีต่อตนเอง อาจเป็นด้านใดด้านหนึ่ง ซึ่งล้วนส่งผลเสียต่อการทำงานทั้งสิ้น

2) รู้สำนึกในตนเอง หัวใจสำคัญของการตระหนักรู้ตนเอง คือ การรับรู้ตามความเป็นจริง ตรงไปตรงมา เชื่อสัตย์กับความรู้สึก และความต้องการของตนเอง ยอมรับในจุดแข็งและจุดอ่อน จะทำให้ชีวิตการทำงานที่ดี

3) การรู้จักและเข้าใจตนเอง เมื่อเรารู้จักและเข้าใจตนเองแล้วย่อมทำให้ผู้ประกอบการพร้อมที่จะเรียนรู้ที่จะรู้จักและเข้าใจยอมรับผู้อื่นได้นำไปสู่การมีสัมพันธภาพที่ดีต่อกันและร่วมมือกันทำงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

5. สมรรถนะด้านแรงจูงใจ ควรประกอบด้วย

1) ควรเสริมสร้างและพัฒนาแรงจูงใจในด้านสภาวะการทำงาน ด้านการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการพิจารณาค่าตอบแทน และการยอมรับนับถือ ควรส่งเสริมและปลูกฝังให้บุคลากรมีความสามัคคี ให้มีความร่วมมือในการปฏิบัติงาน เพื่อให้บุคลากรได้รับความไว้วางใจจากผู้ประกอบการและเพื่อนร่วมงานในการทำงาน

2) ควรมีบทบาทในการเสริมสร้างแรงจูงใจและกระตุ้นแรงขับภายในที่อยู่ภายใต้บังคับบัญชาโดยเฉพาะด้านความต้องการความก้าวหน้าในงานอาชีพ ด้านความต้องการมีสัมพันธภาพที่ดีในหน่วยงาน และความต้องการได้รับมอบหมายงานที่ท้าทายหรือความรับผิดชอบที่สูงขึ้น เพื่อสร้างแรงจูงใจให้เกิดขึ้น

สรุป

แนวคิดสมรรถนะผู้ประกอบการที่เด่นชัดด้วยธรรมาภิบาลเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะนำพาธุรกิจไปสู่การประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย โดยเฉพาะการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่ต้องมีสมรรถนะด้านความรู้บริหารจัดการกลยุทธ์ การผลิต และการตลาด สมรรถนะด้านทักษะด้านเทคนิค มนุษยสัมพันธ์ และการตัดสินใจ รวมถึงสมรรถนะด้านความสามารถที่อยู่ในตัวบุคคล ต้องมีการคิดตัดสินใจที่รวดเร็ว สร้างแรงจูงใจ ฝึกอบรม สร้างเครือข่าย และความสามารถในการติดต่อสื่อสารทำให้เกิดกระบวนการผลิตแบบทันเวลาพอดี ลดการสูญเสียเปล่า เพิ่มความสามารถในการผลิตนวัตกรรมใหม่ ๆ เพิ่มประสิทธิภาพและศักยภาพ พัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ หุ่นยนต์อัตโนมัติ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ลดการนำเข้า ทำให้ได้ต้นทุนต่อหน่วยต่ำลง และสินค้ามีคุณภาพมาตรฐาน เกิดทักษะองค์กรทั้งห่วงโซ่อุปทาน อันจะส่งผลทำให้ผู้ประกอบการสามารถบริหารจัดการธุรกิจให้อยู่รอดท่ามกลางวิกฤตการเปลี่ยนแปลงของโลกและสามารถนำพาธุรกิจไปสู่ความสำเร็จ เจริญเติบโตมีความมั่นคงและยั่งยืนได้ต่อไปในอนาคต

บรรณานุกรม

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2558). *คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ*.

สืบค้นเมื่อ 24 มิถุนายน 2566, จาก <https://www.ryt9.com/s/ryt9/112106>

- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2558). ปัญหาของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Main problems for SMEs). สืบค้นเมื่อ 24 มิถุนายน 2566, จาก http://www.sara-dd.com/index.php?option=com_content&view=article&id=199:main-problems-for-smes&catid=25:the-project&Itemid=72
- กรมสรรพากร. (2563). ลักษณะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2563, จาก <https://www.rd.go.th/publish/38056.0.html>
- จิรพันธ์ สุกญา, & วีระพงษ์ มาลัย. (2556). วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกับการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ. *Executive Journal*, 33, 219–223.
- ญาณิศา เฟื่อนพะพะ. (2562). การจัดการความเสี่ยงในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*, 21(1), 191–200.
- ณัฐรดา ไหมมาลา. (2564). การระบุนความเสี่ยง: ปัญหาและการตีความ. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 12(1), 230–246.
- ธีรพงษ์ บุญรักษา, นันทิยา ดวงภูมิเมศ, และกรรณัญญ์ เตชะวงศ์เสถียร. (2563). สมรรถนะผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมในศตวรรษที่ 21. *วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์*, 16(1), 143–158.
- บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม. (2564). สถิติจำนวน SMEs ในประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2564, จาก https://www.tcg.or.th/news_inside.php?news_id=37
- พนิดา วัชรรังษี. (2560). สมรรถนะและคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการของผู้เรียนในหลักสูตรบริหารธุรกิจ มหบัณฑิต มหาวิทยาลัยในเครือข่ายเบญจมิตร. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 3(2), 116–126.
- วัฒนา มณฑา. (2562). ความสำเร็จในการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจ MSME ในจังหวัดนนทบุรี (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สมยศ อวเกียรติ, & สิทธิพร ประวัตรุ่งเรือง. (2560). การบริหารความเสี่ยงที่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานี. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น*, 11(4), 48–62.
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2562). *เข้าใจสมรรถนะอย่างง่าย ๆ ฉบับประชาชน และเข้าใจหลักสูตรฐานสมรรถนะอย่างง่าย ๆ ฉบับครู ผู้บริหาร และบุคลากรทางการศึกษา*. กรุงเทพฯ: 21 เซ็นจูรี จำกัด.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2564). รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2563. สืบค้นเมื่อ 10 กรกฎาคม 2564, จาก <https://sme.go.th>

- อัจฉรา อัญญาลักษณ์. (2560). การศึกษาสมรรถนะหลักของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานครเพื่อรองรับประชาคมอาเซียน (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- อุมาวดี เดชธำรงค์, นาริรัตน์ ภักดีศิริวงษ์, & วิระพงษ์ จันทน์สนาม. (2562). อิทธิพลของการบริหารความเสี่ยงที่มีต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 39(1), 77–95.
- เอกพงษ์ หริ่มเจริญ. (2565). สมรรถนะของผู้ประกอบการภาคธุรกิจอุตสาหกรรมแปรรูปการเกษตรของไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 8(1), 33–49.
- Ahmad, N. H., Ramayah, T., Wilson, C., & Kummerow, L. (2010). Is entrepreneurial competency and business success relationship contingent upon business environment? *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 16(3), 182–203.
- Boyatzis, R. E. (2008). Competencies in the 21st century. *Journal of Management Development*, 27(1), 5–12.
- Esubalew, A. A., & Raghurama, A. (2020). The mediating effect of entrepreneurs' competency on the relationship between bank finance and performance of micro, small, and medium enterprises (MSMEs). *European Research on Management and Business Economics*, 26(2), 1–9.
- McClelland, D. C. (1973). Testing for competence rather than for "intelligence". *American Psychologist*, 28(1), 1–14.
- McClelland, D. C. (1999). Identifying competencies with behavioral-event interviews. *Psychological Science*, 9(5), 331–339.
- Zahoor, N., Pepple, D. G., & Choudrie, J. (2021). Entrepreneurial competencies and alliance success: The role of external knowledge absorption and mutual trust. *Journal of Business Research*, 136(5), 440–450.

ทัศนคติและความพึงพอใจของชายไทยในจังหวัดนนทบุรีที่มีต่อการตรวจเลือกการเกณฑ์ทหาร
เพื่อเข้ารับราชการทหารกองประจำการ

The attitudes and satisfaction of Thai men in Nonthaburi province towards
the selection of surplus soldiers to serve in the active duty army.

พิศวัตน์ เจริญถัมภ์

คณะนิเทศศาสตร์ สาขาวิชาคอนเทนต์การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

E-mail: phchar@rpu.ac.th

วิโรตม์ เอียะตะกุล

คณะนิเทศศาสตร์ สาขาวิชาคอนเทนต์การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

E-mail: wieiet@rpu.ac.th

อวยพร พานิช

คณะนิเทศศาสตร์ สาขาวิชาคอนเทนต์การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

E-mail: uapani@rpu.ac.th

Phitsawat Charoentum

Faculty of Communication Arts, Advertising and Public Relations Content Program, Rajapruk University

E-mail: phchar@rpu.ac.th

Wirot Eietagoon

Faculty of Communication Arts, Advertising and Public Relations Content Program, Rajapruk University

E-mail: wieiet@rpu.ac.th

Uayporn Panich

Faculty of Communication Arts, Advertising and Public Relations Content Program, Rajapruk University

E-mail: uapani@rpu.ac.th

รับเข้า : 9 เมษายน 2566

แก้ไข : 30 มิถุนายน 2566

ตอบรับ : 1 กรกฎาคม 2566

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ทัศนคติของชายไทยในจังหวัดนนทบุรีที่มีต่อการเลือกทหารกองเกินเพื่อเข้ารับราชการทหารกองประจำการ 2) ความพึงพอใจของชายไทยในจังหวัดนนทบุรีที่มีต่อการเลือกทหารกองเกินเพื่อเข้ารับราชการทหารกองประจำการ โดยมีกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ทั้งสิ้นจำนวน

ทั้งสิ้น 400 คน เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลคือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) ของร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Means)

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อการเกณฑ์ทหารในประเด็นต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์ดังนี้ 1.ด้านชีวิตและครอบครัว กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อการเกณฑ์ทหารในประเด็นที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตที่ลดลง เช่น การแต่งงานจากงานเดิม (Mean 4.43 SD 2.58) 2. ด้านสังคมกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อการเกณฑ์ทหารในประเด็นที่ว่าเกณฑ์ทหารทำให้ผู้ที่ไม่มีอาชีพได้มีงานทำ (Mean 4.19 SD 0.78) 3. ด้านการเมืองกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อการเกณฑ์ทหารในประเด็นที่ว่าเกณฑ์ทหารมีผลให้กองทัพเข้ามาบีบคั้นทางการเมืองมากที่สุด (Mean 4.23 SD 0.70) 4.ด้านการทหาร ควรมีทหารจำนวนมากจะทำให้การบริหารงานกองทัพรวดเร็วและไม่มีอุปสรรค (Mean 4.30 SD 0.73) และกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการเกณฑ์ทหารด้านต่าง ๆ ดังนี้ 1.ด้านกระบวนการและขั้นตอนการคัดเลือก กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อกระบวนการและขั้นตอนการตรวจเลือกการเกณฑ์ทหารมากที่สุดคือการติดประกาศเผยแพร่หรือแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนและระยะเวลาในการตรวจเลือกการเกณฑ์ทหาร (Mean 4.37 SD 0.64) รองลงมา มีลำดับขั้นตอนก่อนหลัง (Mean 4.34 SD 2.57) 2.ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการให้บริการในประเด็นเจ้าหน้าที่แต่งกายสะอาด เรียบร้อยมากที่สุด (Mean 4.40 SD 0.72) รองลงมาคือเจ้าหน้าที่มีความรู้ ความสามารถในการให้บริการเช่นสามารถตอบคำถามชี้แจงข้อสงสัย ให้คำแนะนำได้อย่างชัดเจน (Mean 4.36 SD 0.71) 3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการมีป้ายสัญลักษณ์ ประชาสัมพันธ์บอกจุดบริการ (Mean 3.71 SD 1.00) รองลงมาคือมีช่องทางการให้บริการเข้าถึงสะดวก (Mean 3.64 SD 1.01) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ทัศนคติกับความพึงพอใจชายไทยในจังหวัดนนทบุรีที่มีต่อการเลือกทหารกองเกินเพื่อเข้ารับราชการทหารกองประจำการมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐาน

คำสำคัญ : ทัศนคติ ความพึงพอใจ การเกณฑ์ทหาร

Abstract

This research is a survey research. The objectives are to study the attitudes of Thai men in Nonthaburi Province towards the selection of military conscripts to join the military service and to study the satisfaction of 400 Thai men. The data collection instruments are questionnaires. The statistics used in the research are percentages, means, and Pearson's product moment correlation coefficient, which are processed using a ready-made statistical program.

The results of the research found that the sample group had attitudes towards military conscription in various issues according to the objectives as follows: 1. Life and family: The

sample group had attitudes towards military conscription in issues that reduced their quality of life, such as unemployment from their previous jobs (Mean 4.43 SD 2.58). 2. Social: The sample group had attitudes towards military conscription in issues that military conscription provided jobs to those without jobs (Mean 4.19 SD 0.78). 3. Political: The sample group had attitudes towards military conscription in issues that military conscription resulted in the military having the greatest role in politics (Mean 4.23 SD 0.70). 4. Military: There should be a lot of soldiers to make the army administration fast and without obstacles (Mean 4.30 SD 0.73). The sample group was satisfied with the military recruitment in various aspects as follows: 1. In terms of the selection process and steps, the sample group was most satisfied with the selection process and steps of the military recruitment, which was the posting of announcements or notifications of information about the steps and duration of the selection of the military recruitment (Mean 4.37 SD 0.64), followed by the order of the steps (Mean 4.34 SD 2.57). 2. In terms of service officers, the sample group was most satisfied with the service in terms of officers dressing cleanly and neatly (Mean 4.40 SD 0.72). The next was that officers had knowledge and ability to provide services, such as being able to answer questions, clarify doubts, and provide clear advice (Mean 4.36 SD 0.71). 3. In terms of facilities, the sample group was most satisfied with having symbol signs. Public relations inform service points (Mean 3.71 SD 1.00), followed by having convenient service channels (Mean 3.64 SD 1.01). The results of the hypothesis testing found that the attitudes and satisfaction of Thai men in Nonthaburi Province towards the selection of military conscripts to join the military service were statistically significant at the 0.01 level, therefore it was in accordance with the hypothesis.

Keywords: Attitude, Satisfaction, Military Service.

บทนำ

ในประเทศไทยการเกณฑ์ทหารเป็นกฎหมายที่บัญญัติไว้ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ซึ่งเป็นหน้าที่ของชายไทย ส่วนในทางปฏิบัติพระราชบัญญัติรับราชการทหาร พ.ศ. 2497 กำหนดหน้าที่นี้ให้เฉพาะชาย ที่มีสัญชาติเป็นไทย ตามกฎหมายมีหน้าที่ต้องเข้ารับราชการทหารด้วยตนเองทุกคน พระราชบัญญัตินี้ดังกล่าวกำหนดขั้นตอนเกี่ยวกับการรับราชการทหารไว้ตั้งแต่การลงบัญชีทหารกองเกิน การรับหมายเรียก การตรวจเลือกคนเข้ากองประจำการ การเรียกพล การระดมพล และการปลด

การที่ประเทศชาติต้องมีการเกณฑ์พลเมืองเข้ามารับราชการทหารนั้น มีวัตถุประสงค์อยู่ 2 ประการคือ

1. เพื่อให้พลเมืองที่เป็นชายฉกรรจ์ได้มีโอกาสหมุนเวียนกันเข้ามารับการฝึกทหาร
2. เพื่อเป็นการเตรียมสรรพกำลังไว้ให้พร้อมที่จะทำการป้องกันและรักษาไว้ซึ่งประเทศชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ และรัฐธรรมนูญ ให้พ้นจากศัตรูทั้งภายในและภายนอกพระราชอาณาจักร

จากวัตถุประสงค์จะเห็นได้ว่าทหารนั้นเป็นกำลังสำคัญอย่างยิ่งในการพิทักษ์ รักษาเอกราชของชาติมีหน้าที่ดำรงไว้ซึ่งประเทศชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ และรัฐธรรมนูญให้คงอยู่สืบไป จึงเป็นหน้าที่ของทางราชการที่จะต้องทำการคัดเลือกบุคคลเข้ามารับราชการเป็นทหารกองประจำการ เพื่อรับการฝึกอบรมวิชาการทหาร พร้อมเป็นกำลังสำคัญของกองทัพและประเทศชาติหมุนเวียนกันทุกๆปี โดยกำหนดคุณสมบัติของผู้ที่จะสมัครเป็นทหารกองประจำการ ดังนี้

1. เป็นทหารกองเกิน ซึ่งมีอายุระหว่าง 18-29 ปีบริบูรณ์ (นับตามกฎหมายว่าด้วยการรับราชการทหารฯ)
2. จะต้องเป็นผู้ที่มีร่างกายสมบูรณ์ดี ไม่เป็น โรคที่ขัดต่อการรับราชการทหาร
3. ต้องมีความสูงตั้งแต่ 160 เซนติเมตรขึ้นไป และขนาดรอบอกตั้งแต่ 76 เซนติเมตรขึ้นไปเวลาหายใจออก
4. ต้องไม่เป็นผู้ซึ่งอยู่ในระหว่างเป็นผู้ต้องหา หรือจำเลยในคดีอาญาหรืออยู่ในระหว่างถูกคุมประพฤติ

แม้ว่าการเกณฑ์ทหารจะเป็นหน้าที่ของประชาชนไทยทุกคนที่ต้องปฏิบัติ และได้กำหนดไว้เป็นกฎหมาย ผู้ใดหลบเลี่ยงหรือหลีกเลี่ยงนี้ถือว่าไม่ปฏิบัติตามกฎหมายและมีบทลงโทษแต่ก็มีประชาชนบางคนที่ยังไม่มีความเข้าใจดีว่าการเข้ามาเป็นทหารนั้นดีและมีประโยชน์อย่างไร หรืออาจมีทัศนคติผิดคิดว่าการถูกเกณฑ์มารับราชการทหารนั้นเป็นการเสียเวลาทำมาหากิน ทำให้ขาดผลประโยชน์ส่วนตัวอันพึงมีพึงได้ในช่วงที่มารับราชการทหาร หรือคิดว่าการเป็นทหารนั้นต้องถูกฝึกลำบากลำบาก ถูกบังคับ ขาดอิสระเสรีภาพ ด้วยเหตุผลดังกล่าวทำให้มีชายไทยบางส่วนยังพยายามหลีกเลี่ยงที่จะเข้ารับการคัดเลือกทหาร จากสาเหตุดังกล่าวข้างต้นอาจส่งผลต่อความพึงพอใจในการเข้ากระบวนการคัดเลือกทหารกองเกินเพื่อเข้ารับราชการทหารกองประจำการ ซึ่งผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาทัศนคติและความพึงพอใจกลุ่มเป้าหมายที่เป็นชายไทยที่มีต่อการคัดเลือกทหารกองเกินเพื่อเข้ารับราชการทหารกองประจำการ ทั้งนี้เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปศึกษาเพื่อพัฒนาการวางแผน

กระบวนการคัดเลือกทหารกองเกินเพื่อเข้ารับราชการทหารกองประจำการให้เกิดทัศนคติและความพึงพอใจที่ดีต่อหน่วยงานทางการทหารต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาทัศนคติของชายไทยในจังหวัดนนทบุรีที่มีต่อการเลือกทหารกองเกินเพื่อเข้ารับราชการทหารกองประจำการ
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของชายไทยในจังหวัดนนทบุรีที่มีต่อการเลือกทหารกองเกินเพื่อเข้ารับราชการทหารกองประจำการ

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับความพึงพอใจของชาวไทยในจังหวัดนนทบุรีที่มีต่อการเลือกทหารกองเกินเพื่อเข้ารับราชการทหารกองประจำการ

สมมติฐาน

ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของชาวไทยในจังหวัดนนทบุรีที่มีต่อการเลือกทหารกองเกินเพื่อเข้ารับราชการทหารกองประจำการ

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ เยาวชนทั้งเพศชายที่มีอายุระหว่าง 18-29 ปี หรือกำลังศึกษาอยู่ในระดับอาชีวศึกษา(ปวส.)และระดับปริญญาตรีที่สถานศึกษาอยู่ในจังหวัดนนทบุรี และ ประชาชนทั่วไปที่มีคุณสมบัติตรงตามลักษณะของกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ ซึ่งมีประชากรจำนวนทั้งสิ้น 4,336,865 คน

กลุ่มตัวอย่าง

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้มาจากการเปิดตารางสำเร็จรูป Taro Yamane ณ ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซนต์ ยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อน (e) ของการประมาณค่าเกิดขึ้นได้ในระดับหรือที่ระดับนัยสำคัญ .05 ได้จำนวนตัวอย่างเท่ากับ 400 คน

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสร้างแบบสอบถามซึ่งได้มาจากการค้นคว้า การดัดแปลงจากแนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่มีผู้เคยวิจัยมาก่อนหน้านี้เพื่อได้มาซึ่งข้อมูลที่ครอบคลุมมากที่สุดโดยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นนี้เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close – ended Questionnaire) โดยแบ่งโครงสร้างของแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอนดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ และรายได้ เป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบเพียง 1 คำตอบ (Nominal Scale)

ตอนที่ 2 ทัศนคติของชาวไทยที่มีต่อการเลือกทหารกองเกินเพื่อเข้ารับราชการทหารกองประจำการ (Interval Scale)มี 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านชีวิตและครอบครัว2) ด้านสังคม3) ด้านการเมือง

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจต่อการเลือกทหารกองเกินเพื่อเข้ารับราชการทหารกองประจำการเป็นแบบสอบถามประมาณค่า (Interval Scale) มี 2 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านกระบวนการขั้นตอน 2) ด้านเจ้าหน้าที่บุคลากรที่เกี่ยวข้อง

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือเมื่อสร้างแบบสอบถามเสร็จเรียบร้อยแล้วนั้นทำได้โดยการที่ผู้วิจัยนำเอาเครื่องมือดังกล่าวไปตรวจสอบความเที่ยง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยขั้นตอนในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือมี 2 ขั้นตอนดังนี้

1. การตรวจสอบความเที่ยง (Validity) โดยนำแบบสอบถามที่ได้เรียบเรียงแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งได้แก่อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงของเนื้อหา (Content Validity) ตลอดจนความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องเหมาะสมในการนำไปเก็บข้อมูลโดยตรวจสอบคุณภาพเบื้องต้นของแบบสอบถามโดยนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ทำการตรวจสอบโดยใช้เกณฑ์การพิจารณาค่าความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับหรือมากกว่า 0.5 โดยข้อคำถามที่มีความ IOC เท่ากับหรือมากกว่า 0.5 แสดงว่าข้อคำถามมีความเหมาะสมสามารถนำมาใช้ได้ ส่วนคำถามที่มีค่า IOC น้อยกว่า 0.5 ต้องนำไปปรับปรุงแก้ไขก่อนจะนำไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง

2. การตรวจสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปตรวจสอบความเชื่อถือโดยการทดสอบความเชื่อมั่นที่ 95 เปอร์เซนต์แล้วจึงนำไปทดลองใช้ (Try-out) กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างแต่มีคุณสมบัติทางประชากรเหมือนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบว่าคำถามในแต่ละขั้นตอนของแบบสอบถามมีความเหมาะสมหรือไม่ สามารถสื่อความหมาย ได้ตรงตามที่ผู้วิจัยต้องการหรือไม่ หลังจากนั้นจึงนำมาตรวจสอบหาความเชื่อถือได้และนำมาแก้ไขปรับปรุงให้เหมาะสม ซึ่งการตรวจสอบความเชื่อถือได้นั้นผู้วิจัยใช้การคำนวณหาความเชื่อถือได้หรือ Alpha Coefficient ตามวิธีของ Cronbach โดยใช้เกณฑ์ค่าความเชื่อถือได้ไม่น้อยกว่า 0.70 ซึ่งได้ค่าความเชื่อถือได้ดังนี้ ทศนคติเท่ากับ 0.75 ความพึงพอใจ 0.79 ดังนั้นแบบสอบถามที่ได้จึงมีความน่าเชื่อถือได้ดี

การวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูล คือ

1. ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ผู้วิจัยใช้การแจกแจงความถี่ แสดงตารางแบบร้อยละ เพื่ออธิบายข้อมูลทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา และรายได้ การหาค่าเฉลี่ยเพื่ออธิบายทัศนคติและความพึงพอใจของชายไทยในจังหวัดนนทบุรีที่มีต่อการเลือกทหารกองเกินเพื่อเข้ารับราชการทหารกองประจำการ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Analysis) ใช้สถิติการคำนวณหาความสัมพันธ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์

ตารางที่ 1 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
18-21 ปี	123	30.8
22-25 ปี	255	63.7
26-29 ปี	22	5.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 22-25 ปีมีจำนวนมากที่สุด คือร้อยละ 63.7 รองลงมาคือกลุ่มอายุ 18-21 ปี ร้อยละ 30.8 และกลุ่ม 26-29 ปีมีจำนวนน้อยที่สุดคือ 26-29 ปี ร้อยละ 5.5

ตารางที่ 2 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	3	0.8
มัธยมศึกษาตอนต้นและเทียบเท่า	10	2.5
มัธยมศึกษาตอนปลายและเทียบเท่า	108	27.0
ปริญญาตรี	279	69.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมีจำนวนมากที่สุดคือ ร้อยละ 69.8 รองลงมาคือมัธยมศึกษาตอนปลายและเทียบเท่า ร้อยละ 27.0 และต่ำประถมศึกษามีจำนวนน้อยที่สุดคือร้อยละ 0.8

ตารางที่ 3 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 15,000 บาท	101	25.3
15,001-30,000 บาท	287	71.8
30,001 บาทขึ้นไป	12	3.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ไม่เกิน 15,001-30,000 บาทมีจำนวนมากที่สุด คือร้อยละ 71.8 รองลงมาคือ ไม่เกิน 15,000 บาท ร้อยละ 25.3 และ รายได้ 30,001 บาทขึ้นไป มีจำนวนน้อยที่สุดคือร้อยละ 3.0

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการตรวจเลือกการเกณฑ์ทหาร

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติที่มีต่อการตรวจเลือกการเกณฑ์ทหาร

ทัศนคติต่อการเกณฑ์ทหาร	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	แปลผล
1.ด้านชีวิตและครอบครัว	4.43	2.58	สูง
1.1) การเกณฑ์ทหารมีผลต่อคุณภาพชีวิตที่ลดลง เช่น การตักงานจากงานเดิม			
1.2) จากการนำเสนอข่าวของสื่อมีทหารเกณฑ์ถูกซ้อม ลงโทษรุนแรงทำให้ทหารเกณฑ์ไม่มีความปลอดภัย	4.26	0.69	สูง
1.3) การเกณฑ์ทหารมีผลต่อการศึกษาต่อ ถ้าหากไม่ได้มีการผ่อนผันไว้ก่อน	4.25	0.71	สูง
1.4) การเกณฑ์ทหารถือว่าเป็นอาชีพที่มีความมั่นคง	4.10	0.77	สูง
1.5) การได้เกณฑ์ทหารสักครั้งในชีวิตถือว่าเป็นสิ่งที่มีเกียรติ	4.14	0.76	สูง
1.6) ท่าน/คนในครอบครัวที่เป็นเสาหลักของครอบครัวได้ถูกเกณฑ์ทหารจะมีผลกระทบต่อครอบครัว	4.35	2.64	สูง
1.7) การเกณฑ์ทหารนั้นเป็นสิ่งที่ลูกผู้ชายควรทำ	4.14	0.70	สูง
2. ด้านสังคม			
2.1) การเกณฑ์ทหารมีผลให้สังคมมีความมั่นคงขึ้น	4.07	0.82	สูง
2.2) การเกณฑ์ทหารทำให้ผู้ที่ไม่มีอาชีพได้มีงานทำ	4.19	0.78	สูง
2.3) ในสถานการณ์ที่ไม่มีสงครามการเกณฑ์ทหารไม่มีความจำเป็น	4.19	0.73	สูง
2.4) คำพูดที่ว่า “ทหารเกณฑ์เป็นผู้ที่รับกับหม้อฆ่ากับมด”	4.19	0.70	สูง

ทัศนคติต่อการเกณฑ์ทหาร	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	แปลผล
3. ด้านการเมือง			
3.1) การเกณฑ์ทหารมีผลให้การเมืองมีความมั่นคงขึ้น	4.18	0.65	สูง
3.2) การเกณฑ์ทหารมีผลต่อความเป็นประชาธิปไตยที่ดีขึ้น	4.15	0.66	สูง
3.3) การเกณฑ์ทหารมีผลให้กองทัพเข้ามามีบทบาททางการเมือง	4.23	0.70	สูง
4. ด้านการทหาร			
4.1) การเกณฑ์ทหารมีผลให้กองทัพมีความมั่นคงขึ้น	4.22	0.72	สูง
4.2) การเกณฑ์ทหารทำให้กำลังพลเพียงพอเมื่อมีสถานการณ์ฉุกเฉิน	4.26	0.71	สูง
4.3) การมีทหารจำนวนมากจะทำให้การบริหารงานของกองทัพรวดเร็วและไม่มีอุปสรรค	4.30	0.73	สูง

จากตารางที่ 4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อการเกณฑ์ทหารในประเด็นต่างๆ โดยรวมอยู่ในระดับสูง โดยมีด้านต่างๆดังต่อไปนี้

1. ด้านชีวิตและครอบครัว กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อการเกณฑ์ทหารในประเด็นที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตที่ลดลง เช่น การตกงานจากงานเดิม (ค่าเฉลี่ย4.43) รองลงมา คือ กลุ่มตัวอย่างหรือคนในครอบครัวที่เป็นเสาหลักของครอบครัวได้ถูกเกณฑ์ทหารจะมีผลกระทบต่อการครอบครัว (ค่าเฉลี่ย4.35) และน้อยที่สุดคือทัศนคติที่มีต่อการเกณฑ์ทหารถือว่าเป็นอาชีพที่มีความมั่นคง (ค่าเฉลี่ย4.10)

2. ด้านสังคมกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อการเกณฑ์ทหารในประเด็นที่ว่าเกณฑ์ทหารทำให้ผู้ที่ไม่มีอาชีพได้มีงานทำ (ค่าเฉลี่ย4.19) รองลงมา ในสถานการณ์ที่ไม่มีสงครามการเกณฑ์ทหารไม่มีความจำเป็น (ค่าเฉลี่ย4.19) และน้อยที่สุดคือการเกณฑ์ทหารมีผลให้สังคมมีความมั่นคงขึ้น(ค่าเฉลี่ย4.07)

3. ด้านการเมืองกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อการเกณฑ์ทหารในประเด็นที่ว่าเกณฑ์ทหารมีผลให้กองทัพเข้ามามีบทบาททางการเมืองมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย4.23) รองลงมาคือเกณฑ์ทหารมีผลให้การเมืองมี

ความมั่นคงขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.18) และน้อยที่สุดคือการเกณฑ์ทหารมีผลต่อความเป็นประชาธิปไตยที่ดีขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.15)

4.ด้านการทหารกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อการเกณฑ์ทหารในประเด็นที่ว่า การมีทหารจำนวนมากจะทำให้การบริหารงานของกองทัพรวดเร็วและไม่มีอุปสรรคมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.30) รองลงมาคือการเกณฑ์ทหารทำให้กำลังพลเพียงพอเมื่อมีสถานการณ์ฉุกเฉิน (ค่าเฉลี่ย 4.26) และน้อยที่สุดคือการเกณฑ์ทหารมีผลให้กองทัพมีความมั่นคงขึ้น ค่าเฉลี่ย 4.22)

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อการตรวจเลือกการเกณฑ์ทหารของชายไทย ในด้านต่างๆ

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจที่มีต่อการตรวจเลือกการเกณฑ์ทหารของชายไทย ในด้านต่างๆ

ความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	แปลผล
1.ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการคัดเลือก	4.37	0.64	สูง
1.1) การตีตประกาศเผยแพร่หรือแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนและระยะเวลาในการตรวจเลือกการเกณฑ์ทหาร			
1.2) ขั้นตอนในการตรวจเลือกการเกณฑ์ทหารไม่ยุ่งยากซับซ้อน	4.21	0.67	สูง
1.3) มีลำดับขั้นตอนก่อนหลัง	4.34	2.57	สูง
1.4) มีความรวดเร็วทันตามกำหนดเวลา	4.24	0.66	สูง
1.5) มีการลดขั้นตอนเพื่อประหยัดเวลาในการให้บริการ	4.33	2.56	สูง
2. ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ	4.36	0.71	สูง
2.1) มีความรู้ ความสามารถในการให้บริการเช่นสามารถตอบคำถามชี้แจงข้อสงสัย ให้คำแนะนำได้อย่างชัดเจน			
2.2) มีความเอาใจใส่กระตือรือร้นและเต็มใจให้บริการ	4.35	0.72	สูง
2.3) การแต่งกายสะอาด เรียบร้อย	4.40	0.72	สูง
2.4) การให้บริการด้วยความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส	4.34	0.76	สูง

ความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	แปลผล
2.5) มีความซื่อสัตย์สุจริตไม่เรียกร้อง ผลประโยชน์	4.19	0.82	สูง
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก			
3.1) มีป้ายสัญลักษณ์ ประชาสัมพันธ์ บอก จุดบริการ	3.71	1.00	สูง
3.2) มีช่องทางการให้บริการเข้าถึงสะดวก	3.64	1.01	สูง
3.3) ความอุปกรณ์ของอุปกรณ์สำหรับ กรอกข้อมูล เช่น ปากกา	3.56	1.04	สูง
3.4) มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกเช่น น้ำดื่ม ที่พักคอยรอรับการคัดเลือก	3.13	1.11	ปาน กลาง
3.5) ความสะอาดของสถานที่ให้บริการ	2.76	1.10	ปาน กลาง

จากตารางที่ 5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการเกณฑ์ทหารในประเด็นต่างๆ โดยรวมอยู่ในระดับสูง โดยมีด้านต่างๆดังต่อไปนี้

1. ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการคัดเลือก กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อกระบวนการ/ขั้นตอนการตรวจเลือกการเกณฑ์ทหารมากที่สุดคือการติดประกาศเผยแพร่หรือแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนและระยะเวลาในการตรวจเลือกการเกณฑ์ทหาร(ค่าเฉลี่ย4.37) รองลงมา มีลำดับขั้นตอนก่อนหลัง (ค่าเฉลี่ย4.34) และน้อยที่สุดคือ ขั้นตอนในการตรวจเลือกการเกณฑ์ทหารไม่ยุ่งยากซับซ้อน(ค่าเฉลี่ย4.21)

2. ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการให้บริการในประเด็นเจ้าหน้าที่แต่งกายสะอาด เรียบร้อยมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.40) รองลงมาคือเจ้าหน้าที่มีความรู้ ความสามารถในการให้บริการเช่นสามารถตอบคำถามชี้แจงข้อสงสัย ให้คำแนะนำได้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.36) และน้อยที่สุดคือ มีความซื่อสัตย์สุจริตไม่เรียกร้องผลประโยชน์ (ค่าเฉลี่ย4.19)

3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการมีป้ายสัญลักษณ์ ประชาสัมพันธ์บอกจุดบริการ (ค่าเฉลี่ย3.71) รองลงมาคือมีช่องทางการให้บริการเข้าถึงสะดวก (ค่าเฉลี่ย3.64) และน้อยที่สุดคือมีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกเช่น น้ำดื่ม ที่พักคอยรอรับการคัดเลือก (ค่าเฉลี่ย3.13)

ผลการทดสอบสมมติฐาน : ทศนคคมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของชายไทยในจังหวัดนนทบุรีที่มีต่อการเลือกทหารกองเกินเพื่อเข้ารับราชการทหารกองประจำการ

ตารางที่ 6 ทศนคติมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของชายไทยในจังหวัดนนทบุรีที่มีต่อการเลือกทหารกองเกินเพื่อเข้ารับราชการทหารกองประจำการ

ตัวแปร/ค่าสถิติ	ความพึงพอใจ		
	จำนวน	r	P- Value
ทศนคติ	400	.000	.429**

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 6 พบว่าทศนคติกับความพึงพอใจชายไทยในจังหวัดนนทบุรีที่มีต่อการเลือกทหารกองเกินเพื่อเข้ารับราชการทหารกองประจำการมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐาน

อภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ของกลุ่มตัวอย่างมีทศนคติในด้านชีวิตและครอบครัว ด้านกลุ่มสังคม และด้านการเมืองประกอบด้วยความเชื่อ และความรู้สึกที่มีต่อการเกณฑ์ทหารพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมากทั้งหมด สามารถอธิบายได้ว่าชายไทยมีทศนคติเชิงบวกต่อการเกณฑ์ทหาร ตามคำกล่าวของ Assael (2004) ที่กล่าวว่าทศนคติเป็น การประเมินค่าความเชื่อ หรือความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อ สิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นทิศทางที่สอดคล้องกับความรู้สึกเชิงบวก หรือเชิงลบ โดยปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาทศนคติคือ ความคิด ความเชื่อ และประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ผ่านแหล่งข้อมูลต่าง ๆ

ซึ่งทศนคติด้านการเมืองสอดคล้องกับผลการศึกษานักวิชาการหลายท่านดังต่อไปนี้ ราวี (2553), ปรีชญา (2552), ภูสิทธิ์ (2553), และ มยุรี(2554) เพราะภายใต้บริบทการมีส่วนร่วมทางการเมืองของทหารในสังคมไทยเกิดการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากกว่าที่เคยเป็น ทหารเริ่มเข้าใจถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อวิถีการดำรงชีวิตของตนหากเกิดกระบวนการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองขึ้นประกอบกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่ทำให้ทหารสามารถรับรู้ถึงข้อมูลและข่าวสารที่เปลี่ยนแปลงไปของสังคมได้โดยง่าย

ด้านความพึงพอใจต่อการเกณฑ์ทหารในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ด้านกระบวนการและขั้นตอนการคัดเลือก กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อกระบวนการและขั้นตอนการตรวจเลือกการเกณฑ์ทหารมากที่สุดคือการติดประกาศเผยแพร่หรือแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนและระยะเวลาในการตรวจเลือกการเกณฑ์ทหารรองลงมา มีลำดับขั้นตอนก่อนหลัง
2. ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการให้บริการในประเด็นเจ้าหน้าที่แต่งกายสะอาด ระเบียบร้อยมากที่สุด รองลงมาคือเจ้าหน้าที่มีความรู้ ความสามารถในการให้บริการเช่นสามารถตอบคำถามชี้แจงข้อสงสัย ให้คำแนะนำได้อย่างชัดเจน
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการมีป้ายสัญลักษณ์ ประชาสัมพันธ์บอกจุดบริการ รองลงมาคือมีช่องทางให้บริการเข้าถึงสะดวก

จากการวิเคราะห์ผลการวิจัยทั้ง 3 ด้านพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจทุกด้านอยู่ในระดับสูงซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ เคอร์รี่ และ เวด (Curry and Wade, 1968) ที่ว่ามนุษย์จะเลือกอย่างมีเหตุผลเช่นเลือกประเพณี ปฏิบัติ หรือตัดสินใจในทางที่จะให้ความพึงพอใจสูงสุดแก่ตน ซึ่งความพึงพอใจสูงสุดมิใช่เป็นการบรรลุถึงปริมาณที่มากที่สุด แต่เป็นความชอบและได้รับประโยชน์มากที่สุดนอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Katz and other (1974) ที่ว่าความต้องการของบุคคลสามารถใช้สื่อต่างๆตอบสนองความพึงพอใจได้และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสุพรรณา จิตเลขา (2545) แนวทางการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของทหารกับการตัดสินใจสมัครเป็นทหารกองประจำการของชายไทย พบว่า กองทัพเป็นหน่วยงานหลักในการทำประชาสัมพันธ์ ในส่วนของกองทัพเรือและกองทัพอากาศจะดำเนินการประชาสัมพันธ์ตามแผนที่กองทัพอากาศวางไว้ สื่อที่ใช้ในการทำประชาสัมพันธ์ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อมวลชน และอื่นๆ นอกจากนี้การเปิดรับข่าวสารของชายไทยที่ได้รับการเกณฑ์ทหารแล้วกับผู้ที่ยังไม่ได้รับการเกณฑ์ทหารแตกต่างกัน โดยผู้ที่ได้รับการเกณฑ์ทหารแล้วความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารมากกว่าผู้ที่ยังไม่ได้รับการเกณฑ์ทหารและภาพลักษณ์ของทหารในสายตาของชายไทยที่ได้รับการเกณฑ์ทหารแตกต่างกัน โดยภาพลักษณ์ของทหารในสายตาของผู้ที่ได้รับการเกณฑ์ทหารแล้วต่ำกว่าผู้ที่ยังไม่ได้รับการเกณฑ์ทหาร

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จำนวนชายไทยที่เข้ารับการเกณฑ์ทหารควรครอบคลุมในหลายภูมิภาคและหลายจังหวัดเพื่อกระจายตัวของแรงความคิดเห็นต่อการรับบริการ การเกณฑ์ทหาร
2. ความหลากหลายของประชากรที่ประกอบอาชีพโดยเพิ่มเติมการสำรวจในประชากรในสายอาชีพ เกษตร ประมง ทำไร่ เลี้ยงสัตว์ ภาคอุตสาหกรรมขนาดเล็กจนกระทั่งถึงขนาดใหญ่

บรรณานุกรม

- กิตติ จอมศรี. (2556). ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการทหารชั้นประทวนสังกัดกรมการทหารสื่อสาร (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกริก.
- กิตติพงษ์ ศรีโยธิน. (2546). ความพึงพอใจในการทำงานของนายทหารชั้นประทวนในสังกัดกองพันทหารปืนใหญ่ (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พรณี ชูทัยเจนจิต. (2545). จิตวิทยาการเรียนรู้การสอน. กรุงเทพฯ: บริษัท เมธิทิส์ จำกัด.
- รัตนารณ มั่นศรีจันทร์. (2559). ทักษะคิดของประชาชนที่มีต่อการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนจังหวัดเพชรบุรี: ศึกษากรณีในห้วงเวลาปี 2559 (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกริก.
- ศักดิ์สิทธิ์ เชิดบุญเมือง. (2551). ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการกรมการเงินทหารเรือ (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา.

- สุพรรณ จิตเลขา. (2545). แนวทางการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของทหารกับการตัดสินใจสมัครเป็นทหารกองประจำการของชายไทย (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- องค์การบริหารส่วนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. (2556). ศึกษาการบริหารงานในห้วงเวลา พ.ศ. 2556 (สารนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). วิทยาลัยสื่อสารการเมือง, มหาวิทยาลัยเกริก.
- อาเขตต์ ชันธชัย. (ไม่ปรากฏปี). ทักษะคติของประชาชนชาวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มีต่อการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนจังหวัด (เอกสารต้นฉบับ).
- Carter, V. G. (1959). *Attitude*. Retrieved October 25, 2009, from <http://www.novabizz.ace/Attitude.htm>
- Cullen, R. (2001). Perspectives on user satisfaction surveys. *Library Trends*, 49(Spring), 602–686.
- Hackman, J. R., & Oldham, G. R. (1980). *Work redesign*. California: Addison Wesley Publishing Company Inc.
- Likert, R. (1932). The method of constructing an attitude scale. In M. Fishbein (Ed.), *Attitude theory and measurement* (pp. 90–95). New York: Wiley & Sons.
- Munn, N. L. (1971). *Introduction to psychology*. Boston: Houghton Mifflin.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1991). *Consumer behavior* (4th ed.). New Jersey: Englewood Cliffs.
- Weber, M. (1966). *The theory of social and economic organization* (T. Parsons & A. M. Henderson, Trans.). New York: Free Press. (Original work published 1922).

การบริหารงานทีมงานที่มีคุณภาพของโรงเรียนเฉลิมรัชวิทยาคม จังหวัดแม่ฮ่องสอน
Quality Team Management of Chalermrushwittayakom School,
Mae Hong Son Province.

พงษ์นรินทร์ ดีสีใส

นักศึกษาหลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่

E-mail: deeseesai@gmail.com

ธรรมรส โชติบุญชร

อาจารย์ประจำ คณะสังคมศาสตร์และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่

E-mail: thammaros@northcm.ac.th

สังวาร์ วังแจ่ม

อาจารย์ประจำ คณะสังคมศาสตร์และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่

E-mail: sungw_edq@yahoo.co.th

Pongnarin Deeseesai

Student, Educational Administration, North-Chiang Mai University

Thammaros Chotigunjara

Lecturer, Faculty of Social Sciences and Liberal Arts, North-Chiang Mai University

Sangwan Wangcham

Lecturer, Faculty of Social Sciences and Liberal Arts, North-Chiang Mai University

รับเข้า : 30 มีนาคม 2566

แก้ไข : 18 เมษายน 2566

ตอบรับ : 21 เมษายน 2566

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริหารงานทีมงานที่มีคุณภาพและศึกษาแนวทางการพัฒนา การบริหารงานทีมงานที่มีคุณภาพของโรงเรียนเฉลิมรัชวิทยาคม จังหวัดแม่ฮ่องสอน ประชากร คือ ผู้บริหาร ครูบุคลากรทางการศึกษา และผู้ปกครองนักเรียน จำนวน 50 คน โดยเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามและแบบบันทึกการสนทนากลุ่ม วิเคราะห์ข้อมูลโดยค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย พบว่า การบริหารงานทีมงานที่มีคุณภาพของโรงเรียนเฉลิมรัชวิทยาคม จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu=4.54$) ประกอบไปด้วย ด้านการวางแผน ด้านการปฏิบัติตามแผน ด้านการตรวจสอบประเมินผล และด้านการปรับปรุงและพัฒนา แนวทางพัฒนาการ

บริหารงานทีมงานที่มีคุณภาพของโรงเรียนเฉลิมรัชวิทยาคม จังหวัดแม่ฮ่องสอน ควรมีการจัดสรรงบประมาณให้สอดคล้องกับโครงการ โดยยึดมั่นในระเบียบแบบแผนข้อปฏิบัติ กำกับติดตามและนิเทศโดยให้ทุกคนมีส่วนร่วม เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น และใช้กระบวนการวิจัยในการพัฒนาปรับปรุงการบริหารสถานศึกษาให้เกิดประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: การบริหาร ทีมงานคุณภาพ โรงเรียนเฉลิมรัชวิทยาคม

Abstract

This research aimed to study the management of quality teamwork and the guidelines for the development of the quality team management of Chalermratwittayakom School, Mae Hong Son Province. The target group was the administrators, teachers, educational personnel and parents, a total of 50 people by using purposive sampling. The tools used were a questionnaire and group discussion. The data were analyzed by statistical methods of arithmetic averages, standard deviations and content analysis.

The result revealed that the quality team management of Chalermratwittayakom School, Mae Hong Son Province, in overall, was at the highest level ($\mu=4.54$), consisting of planning, compliance with the plan, monitoring, evaluation, and improvement and development. The guidelines for the development of the quality team management of Chalermratwittayakom School, Mae Hong Son Province were that there should be budget allocation in line with the project by adhering to the protocol, supervising, and monitoring that everyone should participate, allowing all stakeholders to participate, express their opinions, and use the research process to develop and improve the management of the school to be effective.

Keywords: management, quality team, Chalermrashwittayakom School

บทนำ

การบริหารสถานศึกษาที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ นั้น ปัจจัยที่มีความสำคัญคือ ผู้บริหารสถานศึกษา หากผู้บริหารสถานศึกษามีวิสัยทัศน์ มีคุณธรรม

จริยธรรม จรรยาบรรณวิชาชีพ ย่อมทำให้การบริหารจัดการสถานศึกษาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลต่อผู้รับการศึกษา การทำอย่างไรให้ครูบุคลากรทางการศึกษาและบุคคลที่มีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาทำงานให้บรรลุเป้าประสงค์ให้เกิดความสำเร็จได้นั้น คือ ผู้บริหารสถานศึกษา จะต้องรู้จักวิธีการสร้างแรงจูงใจให้ครู ผู้ได้บังคับบัญชา ผู้ร่วมจัดการศึกษาในการพัฒนา จัดการศึกษา ของโรงเรียน ผู้บริหารสถานศึกษาสามารถสร้างแรงจูงใจให้เกิดกับข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา กลไกสำคัญในการขับเคลื่อนให้เกิดการดำเนินงานให้บรรลุตามเป้าหมายนั้น ผู้บริหารต้องเป็นผู้กำหนดทิศทางการทำงาน มีความมุ่งมั่นที่จะไปสู่เป้าหมาย ทুমเทพลังกายและความคิดอย่างเต็มกำลัง ความเป็นผู้นำ มีความคิดริเริ่ม มีวิสัยทัศน์ มีความรอบรู้ เป็นที่พึ่งทางวิชาการให้แก่ ผู้ได้บังคับบัญชาได้ มีความสามารถในการจัดองค์การและบุคลากรภายในสถานศึกษาให้มีศักยภาพ และเหมาะสมสอดคล้องกับภาระงานในสถานศึกษาซึ่งสอดคล้องกับ ดุจดาว จิตใส (2554: 4) กล่าวถึง บทบาทและความสำคัญของผู้บริหารสถานศึกษาไว้ว่าการบริหารจัดการของผู้บริหารต้องใช้ทั้งศาสตร์ และศิลป์ในการบริหารงานกล่าวคือ ต้องรู้จักวิธีโน้มน้าวผู้ร่วมงานให้เข้ามามีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน และเกิดความรู้สึกผูกพันต่อสถานศึกษา

ซึ่งนอกจากจะเป็นผู้ที่มีความรู้แล้วต้องทำตนให้เป็นที่เลื่อมใสศรัทธาของผู้ร่วมงาน ผู้บริหาร จึงจำเป็นต้องมีเทคนิคและวิธีการบริหารที่หลากหลายรูปแบบ สามารถนำไปบริหารสถานศึกษา เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานสูงสุด และให้สถานศึกษาประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ สถานศึกษากำหนด การปฏิรูปการศึกษาจำเป็นต้องมีผู้บริหารการศึกษาและผู้บริหารสถานศึกษา จะต้องมีความเป็นมืออาชีพ จึงจะนำสถานศึกษาบรรลุความสำเร็จตามภารกิจและบทบาทหน้าที่ของ สถานศึกษาสอดคล้องกับ Jesse (1999: 138) ที่กล่าวถึงการบริหารสถานศึกษาคือการทำงานที่เป็นหน้าที่ที่ต้องกระทำเพื่อการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้กับงานสอนนักเรียนที่เข้ามารับ การศึกษาในสถาบันการศึกษา การเป็นผู้บริหารมืออาชีพจะต้องอาศัยความรู้ ความสามารถและ คุณลักษณะเฉพาะ และอาศัยกระบวนการบริหารที่เน้นการมีส่วนร่วมของบุคลากรและทุกฝ่าย การ บริหารแบบมีส่วนร่วมภายในองค์กร ช่วยให้ทราบถึงความต้องการของบุคลากรในองค์กร และช่วย เพิ่มพูนประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรในสถานศึกษาให้สูงขึ้น ดังนั้นการที่องค์กรจะประสบ ความสำเร็จได้นั้น ผู้บริหารจะต้องจัดองค์การให้มีความรับผิดชอบในหน้าที่และในสถานศึกษา การ จัดการศึกษาจะต้องมีการจัดโดยการกระจายอำนาจให้ผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบได้ทำงานในหน้าที่ของ ตนเอง (เมตต์ เมตต์การุณจิต, 2547: 173-174)

โรงเรียนเฉลิมรัชวิทยาคม สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาแม่ฮ่องสอน จัด การศึกษาระดับระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ถึงชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในการประเมินผลคุณภาพภายนอก รอบสามของสถานศึกษา โรงเรียนเฉลิมรัชวิทยาคม ด้านบริหารการจัดการศึกษา ตัวบ่งชี้ที่ 11 ผลการ ดำเนินโครงการพิเศษเพื่อส่งเสริมบทบาทของสถานศึกษา ระดับคุณภาพดี โดยมีข้อเสนอแนะเพื่อเป็น

การพัฒนาตามกฎกระทรวงว่าด้วยระบบ หลักเกณฑ์ และวิธีการประกันคุณภาพการศึกษา พ.ศ. 2553 ด้านการบริหารจัดการศึกษา เพื่อเป็นจุดที่ควรพัฒนา สถานศึกษามีการบริหารจัดการดีแล้ว แต่ควรเปิดโอกาสให้ทุกคนได้ทำหน้าที่หัวหน้า ทำหน้าที่ผู้บริหาร เช่น หัวหน้าฝ่าย รองผู้อำนวยการ ฯลฯ เพื่อเตรียมความพร้อมทำหน้าที่ผู้บริหารที่มีคุณภาพในอนาคต จัดการเรียนการสอนให้ผู้เรียนทำโครงการที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และภูมิปัญญาท้องถิ่นให้มากขึ้น (สำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา, 2555: 3)

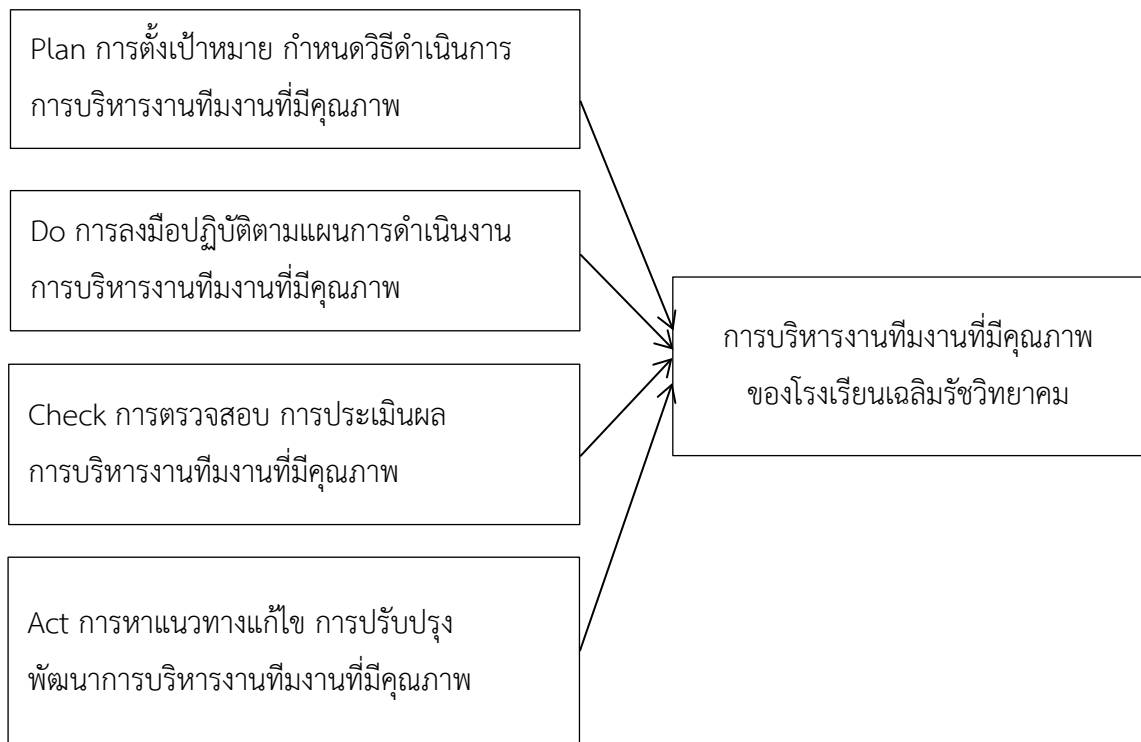
จากข้อเสนอแนะในประเด็นดังกล่าวผู้บริหารโรงเรียนเฉลิมรัชวิทยาคม ซึ่งเป็นผู้มีวิสัยทัศน์เชิงกลยุทธ์ยึดหลักการบริหารแบบมีส่วนร่วม มีคุณธรรมจริยธรรม มีการจัดการศึกษาโดยยึดแผนพัฒนาคุณภาพสถานศึกษาที่มุ่งเน้นพัฒนานักเรียนทุกกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน มีความเป็นประชาธิปไตย สามารถบริหารและจัดการสถานศึกษาให้มีผลงานโดดเด่น มีการสร้างขวัญกำลังใจให้แก่ครู บุคลากรทางการศึกษาได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและมีความพึงพอใจ มีการระดมการทำงานเชิงระบบครบวงจรโดยยึดหลักการของ PDCA คือ การวางแผน (Plan) การลงมือปฏิบัติ (Do) การตรวจสอบ/ประเมินผล (Check) และการปรับปรุงพัฒนา (Act) สอดคล้องกับ Katz (1994: 55–58) ที่กล่าวถึงผู้บริหารจะต้องมีทักษะด้านเทคนิค วิธีการ มีความสามารถ ใช้ความรู้เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่จำเป็นในการปฏิบัติภารกิจ อย่างใดอย่างหนึ่งอย่างเชี่ยวชาญ ซึ่งการดำเนินงานของโรงเรียนเฉลิมรัชวิทยาคมนี้ ยังไม่ได้ดำเนินการสรุปและประเมินผลอย่างเป็นระบบ ผู้วิจัยจึงสนใจทำการศึกษาค้นคว้าผลการดำเนินงานและศึกษาการบริหารงานทีมงานที่มีคุณภาพของโรงเรียนเฉลิมรัชวิทยาคม จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยการประเมินกระบวนการทำงานเพื่อวิเคราะห์จุดเด่นจุดด้อย ทำให้ปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงานได้อย่างทันที่ สอดคล้องในการนำไปใช้ในการประเมินและสามารถช่วยให้ผู้บริหารสามารถตัดสินใจในการพัฒนาการบริหารงานในครั้งต่อไปให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลตลอดจนนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุง รวมถึงการวางแผนการดำเนินงานของสถานศึกษาในครั้งต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการบริหารงานทีมงานที่มีคุณภาพของโรงเรียนเฉลิมรัชวิทยาคม จังหวัดแม่ฮ่องสอน
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการบริหารงานทีมงานที่มีคุณภาพของโรงเรียนเฉลิมรัชวิทยาคม จังหวัดแม่ฮ่องสอน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการบริหารงานทีมงานที่มีคุณภาพของโรงเรียนเฉลิมรัชวิทยาคม จังหวัดแม่ฮ่องสอนโดยยึดหลักการของวงจรคุณภาพ PDCA Deming (1986) เพื่อสร้างกรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเลือกแบบเจาะจงจากผู้อำนวยการสถานศึกษา 1 คน คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน 15 คน คณะครูบุคลากรสถานศึกษา จำนวน 24 คน ผู้ปกครองนักเรียนจำนวน 10 คน ประชากรรวม 50 คน ผู้ให้ข้อมูลในการสนทนากลุ่มเลือกแบบเจาะจงจากผู้ทรงคุณวุฒิของคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน จำนวน 4 คน หัวหน้าฝ่ายบริหารงาน จำนวน 4 คน ครูและบุคลากรทางการศึกษา จำนวน 4 คน รวม 12 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

1. แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง กำหนดนิยามศัพท์เฉพาะและสร้างประเด็นคำถามโดยมีการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัยด้วยการประเมินค่าดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ (The Index of Item-Objective Congruence: IOC) โดยพิจารณาข้อที่มีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.60 เป็นต้นไปและวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.87 ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-list)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเพื่อประเมินการบริหารงานทีมงานที่มีคุณภาพของโรงเรียนเฉลิมรัชวิทยาคม จังหวัดแม่ฮ่องสอน เป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) สอบถามผู้อำนวยการ

สถานศึกษา คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน คณะครูบุคลากรสถานศึกษา และตัวแทนผู้ปกครองนักเรียน ใน 4 ด้านตามวงจรคุณภาพ PDCA

2. การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) กับผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 12 คน โดยคัดเลือกแบบเจาะจง ผู้ให้ข้อมูลสำหรับการสนทนากลุ่มที่มีความหลากหลายประกอบด้วย คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน จำนวน 4 คน หัวหน้าฝ่ายบริหารงาน จำนวน 4 คน ครูและบุคลากรทางการศึกษา จำนวน 4 คน

สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการบริหารงานทีมงานที่มีคุณภาพของโรงเรียนเฉลิมรัชวิทยาคม จังหวัดแม่ฮ่องสอน

การบริหารงานทีมงานที่มีคุณภาพ	ระดับปฏิบัติ		
	μ	σ	แปลผล
1. การวางแผน (Plan)	4.38	0.59	มาก
2. การปฏิบัติ ตามแผนการดำเนินงาน (Do)	4.60	0.52	มากที่สุด
3. การตรวจสอบ ประเมินผล (Check)	4.70	0.53	มากที่สุด
4. การปรับปรุงและพัฒนา (Act)	4.52	0.60	มากที่สุด
รวม	4.54	0.57	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า การบริหารงานทีมงานที่มีคุณภาพของโรงเรียนเฉลิมรัชวิทยาคม จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu=4.54$, $\sigma=0.57$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ Check การตรวจสอบประเมินผลมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu=4.70$, $\sigma=0.53$) รองลงมา คือ Do การปฏิบัติตามแผนการดำเนินงาน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu=4.60$, $\sigma=0.52$) Act การปรับปรุงและพัฒนา อยู่ในระดับมากที่สุดและด้านที่มีค่าเฉลี่ยลำดับสุดท้าย คือ Plan การวางแผนอยู่ในระดับมาก ($\mu=4.38$, $\sigma=0.59$)

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการวางแผนการบริหารงานทีมงานที่มีคุณภาพของโรงเรียนเฉลิมรัชวิทยาคม จังหวัดแม่ฮ่องสอน ด้านการวางแผน (Plan)

การวางแผน (Plan)	ระดับปฏิบัติ		
	μ	σ	แปลผล
1. มีการประชุมวางแผนสร้างความเข้าใจในการปฏิบัติงาน แก่บุคลากรที่เกี่ยวข้องอย่างทั่วถึง	4.56	0.50	มากที่สุด

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการวางแผนการบริหารงานที่มงานที่มีคุณภาพ
ของโรงเรียนเฉลิมรัชวิทยาคม จังหวัดแม่ฮ่องสอน ด้านการวางแผน (Plan) (ต่อ)

2. มีการตั้งเป้าหมายการดำเนินการชัดเจนและแจ้งบุคลากรทราบ	4.50	0.51	มาก
3. มีการกำหนดวิธีดำเนินการชัดเจนสามารถปฏิบัติได้	4.40	0.53	มาก
4. มีการกำหนดแนวทางปรับปรุงแผนงานไว้อย่างชัดเจน	4.36	0.60	มาก
5. มีการมอบหมายบุคลากรรับผิดชอบที่มีความเหมาะสม	4.32	0.59	มาก
6. มีการจัดสรรงบประมาณอย่างเหมาะสมเพียงพอต่อการดำเนินงาน	4.20	0.70	มาก
7. มีการกำหนดวิธีวัดและประเมินผลอย่างชัดเจนและครอบคลุม	4.30	0.58	มาก
รวม	4.38	0.59	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า การวางแผนการบริหารงานที่มงานที่มีคุณภาพของโรงเรียนเฉลิมรัชวิทยาคม จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu=4.38$, $\sigma=0.59$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ มีการประชุมวางแผนสร้างความเข้าใจในการปฏิบัติงานแก่บุคลากรที่เกี่ยวข้องอย่างทั่วถึงอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu=4.56$, $\sigma=0.50$) รองลงมา คือ มีการตั้งเป้าหมายการดำเนินการชัดเจนและแจ้งบุคลากรทราบอยู่ในระดับมาก ($\mu=4.50$, $\sigma=0.51$) และมีการกำหนดวิธีดำเนินการชัดเจนสามารถปฏิบัติได้ อยู่ในระดับมาก ($\mu=4.40$, $\sigma=0.53$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยลำดับสุดท้าย คือ มีการจัดสรรงบประมาณอย่างเหมาะสมเพียงพอต่อการดำเนินงาน อยู่ในระดับมาก ($\mu=4.30$, $\sigma=0.58$) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการปฏิบัติ ตามแผนการดำเนินงาน การบริหารงานที่มงานที่มีคุณภาพของโรงเรียนเฉลิมรัชวิทยาคม จังหวัดแม่ฮ่องสอน ด้านการปฏิบัติตามแผนการดำเนินงาน (Do)

การปฏิบัติ ตามแผนการดำเนินงาน (Do)	ระดับปฏิบัติ		
	μ	σ	แปลผล
1. ปฏิบัติตามแผนการสร้างความไว้วางใจในการปฏิบัติงาน	4.58	0.50	มากที่สุด
2. ปฏิบัติตามแผนสร้างความเห็นอกเห็นใจซึ่งกันและกัน	4.56	0.50	มากที่สุด
3. ปฏิบัติตามแผนการเคารพतिकามารยาทต่อกัน	4.48	0.58	มาก
4. ปฏิบัติตามแผนการหันหน้าเข้าหากันเมื่อเกิดปัญหา	4.58	0.50	มากที่สุด
5. ปฏิบัติตามแผนบริหารงานสถานศึกษาให้ผู้ปฏิบัติงานพึงพอใจ	4.50	0.54	มาก

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการปฏิบัติ ตามแผนการดำเนินงาน การบริหารงานที่มงานที่มีคุณภาพของโรงเรียนเฉลิมรัชวิทยาคม จังหวัดแม่ฮ่องสอน ด้านการปฏิบัติตามแผนการดำเนินงาน (Do) (ต่อ)

6. ปฏิบัติตามแผนการให้โอกาส	4.68	0.47	มากที่สุด
7. ปฏิบัติตามแผนการยอมรับซึ่งกันและกัน	4.62	0.49	มากที่สุด
8. ปฏิบัติตามแผนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้	4.84	0.37	มากที่สุด
รวม	4.60	0.52	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 พบว่า การปฏิบัติตามแผนการดำเนินงาน การบริหารงานที่มงานที่มีคุณภาพของโรงเรียนเฉลิมรัชวิทยาคม จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu=4.60$, $\sigma=0.52$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ปฏิบัติตามแผนในลักษณะของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในระดับมากที่สุด ($\mu=4.84$, $\sigma=0.37$) รองลงมา คือ ปฏิบัติตามแผนในลักษณะของการให้โอกาส อยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu=4.68$, $\sigma=0.47$) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยลำดับสุดท้าย คือ ปฏิบัติตามแผนในลักษณะของการเคารพสิทธิการมาทต่อกัน อยู่ในระดับมาก ($\mu=4.48$, $\sigma=0.58$)

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตรวจสอบดำเนินการบริหารงานที่มงานที่มีคุณภาพของโรงเรียนเฉลิมรัชวิทยาคม จังหวัดแม่ฮ่องสอน ด้านการตรวจสอบดำเนินงาน (Check)

การตรวจสอบประเมินผล (Check)	ระดับปฏิบัติ		
	μ	σ	แปลผล
1. มีการนิเทศ กำกับ ติดตามการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง	4.68	0.47	มากที่สุด
2. มีการตรวจสอบการดำเนินตามแผนอย่างสม่ำเสมอ	4.72	0.45	มากที่สุด
3. การประเมินผลการปฏิบัติตามแผนที่วางไว้	4.74	0.44	มากที่สุด
4. มีการปรับปรุงวิธีกำกับ ติดตามการดำเนินงานเหมาะสม	4.86	0.35	มากที่สุด
5. มีการรายงานผล การปฏิบัติตามแผน การปฏิบัติงานที่วางไว้	4.48	0.76	มาก
รวม	4.70	0.53	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 พบว่า การตรวจสอบประเมินผลการบริหารงานที่มงานที่มีคุณภาพของโรงเรียนเฉลิมรัชวิทยาคม จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu=4.70$, $\sigma=0.53$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ มีการปรับปรุงวิธีกำกับติดตามการดำเนินงานเหมาะสมกับสถานการณ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu=4.86$, $\sigma=0.35$) รองลงมา คือ การประเมินผลการปฏิบัติตามแผนที่วางไว้ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu=4.74$, $\sigma=0.44$) และมีการตรวจสอบการดำเนินตามแผนอย่างสม่ำเสมอ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu=4.72$, $\sigma=0.45$) ข้อที่มี

ค่าเฉลี่ยลำดับสุดท้าย คือ มีการรายงานผล การปฏิบัติตามแผนการปฏิบัติงานที่วางไว้ อยู่ในระดับมาก ($\mu=4.48$, $\sigma=0.76$)

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการปรับปรุงและพัฒนาการบริหารงานทีมงานที่มีคุณภาพของโรงเรียนเฉลิมรัชวิทยาคม จังหวัดแม่ฮ่องสอนด้านการปรับปรุงและพัฒนา (Act)

การปรับปรุงและพัฒนา (Act)	ระดับปฏิบัติ		
	μ	σ	แปลผล
1. มีการวิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้งานไม่ประสบความสำเร็จ	4.66	0.63	มากที่สุด
2. มีการหาแนวทางแก้ไขปัญหา	4.36	0.63	มาก
3. มีการปรับปรุงการดำเนินงานเพื่อพัฒนาให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น	4.66	0.48	มากที่สุด
4. มีการสรุปผลและรายงานผลการดำเนินงาน	4.50	0.61	มาก
5. มีการประเมินความสำเร็จของโครงการ	4.48	0.76	มาก
รวม	4.52	0.60	มากที่สุด

จากตารางที่ 5 พบว่า การปรับปรุงและพัฒนาการบริหารงานทีมงานที่มีคุณภาพของโรงเรียนเฉลิมรัชวิทยาคม จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu=4.52$, $\sigma=0.60$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ มีการวิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้งานไม่ประสบความสำเร็จ และมีการปรับปรุงการดำเนินงานเพื่อพัฒนาให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น อยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu=4.66$, $\sigma=0.48$) รองลงมา คือ มีการสรุปผลและรายงานผลการดำเนินงานเมื่อสิ้นสุดโครงการอยู่ในระดับมาก ($\mu=4.50$, $\sigma=0.61$) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยลำดับสุดท้าย คือ มีการหาแนวทางแก้ไขปัญหายุ่งอยู่ในระดับมาก ($\mu=4.36$, $\sigma=0.63$)

จากการศึกษา การบริหารงานทีมงานที่มีคุณภาพของโรงเรียนเฉลิมรัชวิทยาคม จังหวัดแม่ฮ่องสอน พบข้อคำถามที่แต่ละด้านที่นำมาเป็นประเด็นในการสนทนากลุ่ม (Focus group discussion) เพื่อหาแนวทางพัฒนาการบริหารงานทีมงานที่มีคุณภาพของโรงเรียนเฉลิมรัชวิทยาคม จังหวัดแม่ฮ่องสอน ดังนี้

1. ด้านการวางแผน สถานศึกษาควรมีการวางแผนการจัดสรรงบประมาณ แผนงาน งาน/โครงการ ให้มีความเชื่อมโยงกับผลผลิตและผลลัพธ์ตามตัวชี้วัดความสำเร็จของสถานศึกษาจัดทำกรอบประมาณการรายจ่าย โดยวิเคราะห์นโยบายที่มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม วิเคราะห์ผลการดำเนินงานปีงบประมาณที่ผ่านมาของสถานศึกษา เพื่อปรับการดำเนินการในปีต่อไป พร้อมกับปรับแผนงานและกิจกรรม ให้มีความสอดคล้องกับงบประมาณของสถานศึกษาอย่างเหมาะสมเพียงพอ

2. ด้านการปฏิบัติตามแผนการดำเนินงาน สถานศึกษาควรจัดทำคำสั่งการปฏิบัติงาน ให้มีความชัดเจน ส่งเสริมการปฏิบัติงานให้เกิดคุณธรรมจริยธรรม ยึดมั่นในระเบียบแบบแผน ข้อปฏิบัติ รวมถึงการมีวินัยทั้งต่อตนเองและสังคม
3. ด้านการตรวจสอบประเมินผล สถานศึกษาควรประชุมวางแผนการปฏิบัติงาน เพื่อสร้างความเข้าใจของผู้ปฏิบัติงาน โดยทีมบริหารสถานศึกษา กำกับ ติดตามและนิเทศ โดยให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะ
4. ด้านการปรับปรุงและพัฒนา ผู้บริหารควรเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษาเข้ามามีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น ใช้กระบวนการวิจัยในการพัฒนาปรับปรุงการบริหารสถานศึกษาให้เกิดการพัฒนา

อภิปรายผล

การบริหารงานทีมงานที่มีคุณภาพของโรงเรียนเฉลิมรัชวิทยาคม จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากสถานศึกษามีการดำเนินงานอย่างเป็นระบบขั้นตอน ได้แก่ Plan การวางแผน Do การปฏิบัติตามแผนการ Check การตรวจสอบประเมินผล และ Act การปรับปรุงและพัฒนาทำให้ผลการปฏิบัติงานการบริหารสถานศึกษา อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นที่พึงพอใจของผู้บริหารสถานศึกษา คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน ครูบุคลากรทางการศึกษาและผู้ปกครองนักเรียน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิรมล รอดไพ และคณะ (2565: 78-79) ที่ศึกษาการพัฒนารูปแบบการประกันคุณภาพภายในสถานศึกษาของผู้บริหารโรงเรียนมัธยมศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานครสวรรค์ตามหลักทฤษฎีปาปนิคสูตร ใช้การบริหารงานตามวงจรคุณภาพ (PDCA) ร่วมกับการมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย พบว่า การประเมินรูปแบบการประกันคุณภาพภายในสถานศึกษาของผู้บริหารโรงเรียนมัธยมศึกษาในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานครสวรรค์ตามหลักทฤษฎีปาปนิคสูตร อยู่ในระดับมากที่สุด

หากพิจารณาเป็นรายด้านสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

Plan การวางแผน อยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากว่า สถานศึกษามีการประชุมวางแผนสร้างความเข้าใจในการปฏิบัติงานแก่บุคลากรที่เกี่ยวข้องอย่างทั่วถึง มีการตั้งเป้าหมายการดำเนินการชัดเจนและแจ้งบุคลากรทราบ สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิระวดี สินทร (2564: 21) ที่ศึกษาการบริหารระบบข้อมูลสารสนเทศเพื่อการจัดการที่ยั่งยืนของโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน พบว่า ด้านการวางแผนโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีการแต่งตั้งคณะกรรมการก่อนการดำเนินการให้ชัดเจนในการบริหารจัดการระบบสารสนเทศระดับสถานศึกษา

Do การปฏิบัติ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก สถานศึกษาร่างความไว้วางใจในการปฏิบัติงาน สร้างความเห็นอกเห็นใจซึ่งกันและกัน การให้ออกาส มีการยอมรับซึ่งกันและกัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการทำงานเป็นทีม ของโรงเรียนเฉลิมรัชวิทยาคมมีการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติ์ดนัย แจ่มแสงทอง และ เสาวณีย์ ลีขาบัณทิต (2564: 309) ที่ศึกษารูปแบบการบริหารการประกันคุณภาพการศึกษาภายในสถานศึกษาระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน พบว่า ขั้น Do การดำเนินงานตามแผน อยู่ในระดับมากที่สุด มีการดำเนินงานตามแผนพัฒนาการจัดการศึกษาของสถานศึกษา ประเมินผลและตรวจสอบคุณภาพการศึกษาของสถานศึกษา

Check โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก สถานศึกษามีการปรับปรุงวิธีการกำกับติดตามการดำเนินงานเหมาะสม มีการประเมินผลการปฏิบัติตามแผนที่วางไว้ และตรวจสอบการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชนก เสี่ยงบุญ (2564: 160 -174) ที่ศึกษาการพัฒนาแนวทางการบริหารสู่มาตรฐานการศึกษาขั้นพื้นฐาน พบว่า ด้าน Check การตรวจสอบ ดำเนินงานอยู่ในระดับมากที่สุด มีการจัดส่งแผนฉบับร่างให้ทุกฝ่ายตรวจสอบ โดยให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงพัฒนาแผนให้สมบูรณ์

Act โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก สถานศึกษามีการปรับปรุงการดำเนินงานเพื่อพัฒนาให้ก้าวหน้า มีการวิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้งานไม่ประสบความสำเร็จ และรายงานผลการดำเนินงานเมื่อสิ้นสุดโครงการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พัทญ์พิชา จันทา (2563: 87) ที่ศึกษาแนวทางการบริหารวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษานครนายก พบว่า ด้าน Act การปรับปรุงและพัฒนา อยู่ในระดับมากที่สุด สถานศึกษาใช้กระบวนการวิจัยเพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษา เป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาการปฏิบัติงานของสถานศึกษา

แนวทางการพัฒนาการบริหารงานทีมงานที่มีคุณภาพของโรงเรียนเฉลิมรัชวิทยาคม จังหวัดแม่ฮ่องสอน สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ด้านการวางแผน สถานศึกษาควรมีการวางแผน การจัดสรรงบประมาณแผนงาน งาน/โครงการ ให้มีความเชื่อมโยงกับผลผลิตและผลลัพธ์ตามตัวชี้วัดความสำเร็จของสถานศึกษาจัดทำกรอบประมาณการรายจ่าย โดยวิเคราะห์นโยบายที่มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม วิเคราะห์ผลการดำเนินงานปีงบประมาณที่ผ่านมาของสถานศึกษา เพื่อปรับเป้าหมายผลผลิตที่ต้องการดำเนินการในปีข้างหน้า พร้อมกับปรับแผนงาน งาน/โครงการ และกิจกรรมหลัก ให้สอดคล้องกับประมาณรายได้ของสถานศึกษาทั้งจากเงินงบประมาณ และเงินนอกงบประมาณอย่างเหมาะสมเพียงพอสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิระวิดี สินทร (2564: 24) ที่ศึกษาการบริหารระบบข้อมูลสารสนเทศเพื่อการจัดการที่ยั่งยืนของโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน พบว่า ด้านการวางแผน ควรมีการวางแผน สำรวจความต้องการสร้างความตระหนักและวางแผนเพื่อการพัฒนา

2. ด้านการปฏิบัติ ตามแผนการดำเนินงาน สถานศึกษาควรจัดทำคำสั่ง การปฏิบัติงานให้มีความชัดเจน ส่งเสริมการปฏิบัติงานให้เกิดคุณธรรมจริยธรรม ยึดมั่นในระเบียบแบบแผน ข้อปฏิบัติ รวมถึงการมีวินัยทั้งต่อตนเองและสังคมสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติ์ดนัย แจ่มแสงทอง และ เสาวณีย์ สีขาวขนิท (2564: 312) ที่ศึกษารูปแบบการบริหารการประกันคุณภาพการศึกษาภายใน สถานศึกษาระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน พบว่า ด้านการดำเนินงานตามแผน ผู้ปฏิบัติงาน ต้องมีการกำกับ ติดตามอย่างต่อเนื่อง โดยผู้บริหารสถานศึกษา รองผู้อำนวยการ และครูที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบงาน

3. ด้านการตรวจสอบประเมินผล สถานศึกษาควร ประชุมวางแผนการปฏิบัติงาน เพื่อสร้างความเข้าใจของผู้ปฏิบัติงาน โดยทีมบริหารสถานศึกษา กำกับติดตาม และนิเทศ โดยให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชนก เสียงบุญ (2564: 175-183) ที่ศึกษาการพัฒนาแนวทางการบริหารสู่มาตรฐานการศึกษาขั้นพื้นฐาน พบว่า ด้านการตรวจสอบ ทุกฝ่ายควรช่วยกันตรวจสอบและแก้ไขปรับปรุงรายงาน เพื่อให้มีรายละเอียดครบถ้วน สมบูรณ์ และถูกต้อง มีคณะกรรมการตรวจสอบรายงานและให้ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปปรับปรุงหรือส่งเสริมให้ดีขึ้นต่อไป

4. ด้านการปรับปรุงและพัฒนา ผู้บริหารควรเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษาเข้ามามีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น ใช้กระบวนการวิจัยในการพัฒนาปรับปรุงการบริหาร สถานศึกษาให้เกิดการพัฒนา สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิชญ์พิชา จันทา (2563: 130) ที่ศึกษาแนวทางการบริหารวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครนายก พบว่า ด้านการปรับปรุงและพัฒนา ควรมีการปรับปรุงจุดที่ควรพัฒนา การดำเนินการ ภายในสถานศึกษาที่ยังไม่บรรลุวัตถุประสงค์ วิเคราะห์ปัจจัย สภาพแวดล้อม เมื่อได้ข้อสรุปนำไป จัดทำแผนปฏิบัติการประจำปีที่เกิดจากการมีส่วนร่วมและการยอมรับของผู้ที่เกี่ยวข้อง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการศึกษาการบริหารงานทีมงานที่มีคุณภาพของโรงเรียนเฉลิมรัชวิทยาคม จังหวัดแม่ฮ่องสอนผู้วิจัยมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้ ดังนี้

1. ควรมีการวางแผน การจัดสรรงบประมาณแผนงาน ให้มีความเชื่อมโยงความสำเร็จของสถานศึกษา วิเคราะห์ผลการดำเนินงาน เพื่อปรับเป้าหมายการดำเนินการในปีต่อไป
2. ควรจัดทำคำสั่ง การปฏิบัติงานให้มีความชัดเจน ส่งเสริมการปฏิบัติงานให้เกิดคุณธรรมจริยธรรม ยึดมั่นในระเบียบแบบแผน ข้อปฏิบัติรวมถึงการมีวินัยทั้งต่อตนเองและสังคม

3. ควรประชุมวางแผนการปฏิบัติงาน เพื่อสร้างความเข้าใจของผู้ปฏิบัติงาน โดยทีมบริหารสถานศึกษา กำกับติดตาม และนิเทศ โดยให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะ

4. ควรเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษาเข้ามามีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น ใช้กระบวนการวิจัยในการพัฒนาปรับปรุงการบริหารสถานศึกษาให้เกิดการพัฒนา

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาการพัฒนาการวางแผนการบริหารงานทีมงานที่มีคุณภาพของโรงเรียนเฉลิมรัชวิทยาคม จังหวัดแม่ฮ่องสอน เพื่อการพัฒนาการบริหารสถานศึกษาอย่างต่อเนื่องทำให้เกิดประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานของสถานศึกษา

2. ควรศึกษาการพัฒนาการบริหารงานทีมงานที่มีคุณภาพของโรงเรียนมัธยมศึกษาจังหวัดแม่ฮ่องสอน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาแม่ฮ่องสอน เพื่อให้เห็นแนวทางการบริหารสถานศึกษาในภาพรวมของโรงเรียนมัธยมศึกษาจังหวัดแม่ฮ่องสอน นำไปสู่แนวทางการบริหารสถานศึกษาที่เป็นแบบอย่างให้กับสถานศึกษาได้

บรรณานุกรม

- กิตติ์ดนัย แฉ่งแสงทอง, & เสาวนีย์ สิกขาบัณฑิต. (2564). การบริหารระบบข้อมูลสารสนเทศเพื่อการจัดการที่ยั่งยืนของโรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 6(5), 309.
- จิระวดี สินทร. (2564). การบริหารระบบข้อมูลสารสนเทศเพื่อการจัดการที่ยั่งยืนของโรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 7(4), 21.
- ดุจดาว จิตใส. (2554). การใช้หลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารกับการบริหารงานบุคคลในสถานศึกษา สังกัดเทศบาล กลุ่มการศึกษาท้องถิ่นที่ 5 (วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นิรมล รอดไพ, & คณะ. (2565). การพัฒนารูปแบบการประกันคุณภาพภายในสถานศึกษาของผู้บริหารโรงเรียนมัธยมศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา นครสวรรค์ ตามหลักทฤษฎีปาปนิคสูตร. *วารสารวิจัยวิชาการ*, 5(6), 78–79.
- พัชัญพิชา จันทา. (2563). แนวทางการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครนายก (วิทยานิพนธ์ครุศาสตรบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- เมตต์ เมตต์การุณจิต. (2553). การบริหารจัดการศึกษาแบบมีส่วนร่วมประชาชนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและราชการ. นนทบุรี: บุ๊คพอยท์.

รัชนก เสี่ยงบุญ. (2564). *การพัฒนาแนวทางการบริหารสู่มาตรฐานการศึกษาขั้นพื้นฐาน* (วิทยานิพนธ์ การศึกษามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

สำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา. (2555). *ผลการประเมินคุณภาพภายนอก ของสถานศึกษา*. กรุงเทพฯ: สมศ.

nes & Noble Books.

Deming, W. E. (1986). *Out of the crisis*. MIT Press.

Jesse. (1999). *Essentials of psychological testing*. Harper & Row.

Katz. (1994). *The impressionists* (New rev. ed.). Harper & Row.

ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารแบบมีส่วนร่วมของผู้บริหาร
กับการดำเนินงานประกันคุณภาพ ภายในของสถานศึกษา
สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จังหวัดชลบุรี

The Relationship Between Participatory Management of Administrators
and Internal Quality Assurance Work in Colleges under the Office of
the Vocational Education Commission in Chonburi Province.

ณัฐจิรา ประมาพันธ์

นักศึกษา หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธนบุรี E-mail: Natjeerapook@gmail.com

มังกร หิริรักษ์

อาจารย์ประจำหลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธนบุรี E-mail: mangkorn_h@yahoo.com

Natjeera Pramaphan

Student, Master Educational Administration, Thonburi University

Mongkorn Hariruk

Lecture, Master Educational Administration, Thonburi University

รับเข้า : 4 กันยายน 2567

แก้ไข : 28 กันยายน 2567

ตอบรับ : 2 ตุลาคม 2567

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการบริหารแบบมีส่วนร่วมของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จังหวัดชลบุรี 2) ศึกษาการดำเนินงานประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จังหวัดชลบุรี 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารแบบมีส่วนร่วมของผู้บริหารกับงานประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริหารของวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน และครู สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จังหวัดชลบุรี ปีการศึกษา 2566 จำนวน 282 คน โดยวิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (stratified random sampling) โดยจำแนกตามตำแหน่ง และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ .932 เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารแบบมีส่วนร่วมของผู้บริหารกับงานประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา โดยการ

วิเคราะห์ หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product-Moment Coefficient of Correlation)

ผลการวิจัยพบว่า 1) การบริหารแบบมีส่วนร่วมของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ส่วนด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด 2) การดำเนินงานประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการจัดทำแผนพัฒนาสถานศึกษา ส่วนด้านการกำหนดมาตรฐานการศึกษา มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด 3) การบริหารแบบมีส่วนร่วมของผู้บริหารมีความสัมพันธ์กันทางบวก ในระดับต่ำ กับงานประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ : การบริหารแบบมีส่วนร่วม ผู้บริหารสถานศึกษา การประกันคุณภาพภายใน
การอาชีวศึกษาศึกษา

Abstract

The objectives of this research were to: 1) study the level of participatory management of administrators in colleges under the Office of the Vocational Education Commission in Chonburi Province, 2) study the implementation of internal quality assurance work in colleges under the Office of the Vocational Education Commission in Chonburi Province, and 3) examine the relationship between participatory management of administrators and internal quality assurance work in colleges under the Office of the Vocational Education Commission in Chonburi Province. The sample consisted of 282 administrators and teachers from private vocational colleges under the Office of the Vocational Education Commission in Chonburi Province for the academic year 2023. By means of stratified random sampling, classified according to location. and confidence value (Reliability) of the entire questionnaire was equal to .932. Data were collected using a questionnaire, and the relationship between participatory management and internal quality assurance was analyzed using Pearson's Product-Moment Correlation Coefficient.

The research findings revealed that: 1) The overall level of participatory management of college administrators under the Office of the Vocational Education Commission in Chonburi Province was very high. When analyzed by individual aspects, the highest average was in participation in evaluation, followed by participation in decision-making, with participation in implementation having the lowest average. 2) The overall implementation of internal quality assurance work in colleges under the Office of the Vocational Education Commission in Chonburi Province was very high. When analyzed by individual aspects, the highest average was in the development of educational institution plans, with the lowest average in the establishment of educational standards. 3) There was a statistically significant positive correlation at the 0.01 level between participatory management of administrators and internal quality assurance work in colleges under the Office of the Vocational Education Commission in Chonburi Province, although the correlation was low.

Keywords: Participatory management, Educational institution administrators, Internal quality assurance college administrator, vocational education

บทนำ

การบริหารจัดการสถานศึกษาผู้บริหารต้องกระจายอำนาจและการมีส่วนร่วมของบุคคลที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการสถานศึกษาโดยใช้วิธีการบริหารจัดการที่หลากหลายแตกต่างกันไปตามศักยภาพและสถานศึกษานั้น การให้อิสระในการดำเนินการด้วยตนเอง จะทำให้เกิดความคล่องตัวสามารถพัฒนาเปลี่ยนแปลงได้ทันต่อเหตุการณ์ และเพื่อให้การดำเนินงานนั้นบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ผู้บริหารสถานศึกษาในฐานะผู้นำทางการศึกษา เป็นผู้ที่มีบทบาทหน้าที่สำคัญ ในการบริหารงานของสถานศึกษา ให้บรรลุตามเป้าหมาย ผู้บริหารจึงจำเป็นต้องมีเทคนิค และวิธีการบริหารหลากหลายรูปแบบ สามารถนำไปใช้ปฏิบัติงาน ในหน้าที่เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานสูงสุด และเกิดผลสำเร็จขององค์กร การปฏิรูปการศึกษาจำเป็นต้องใช้ ผู้บริหารการศึกษาและผู้บริหารสถานศึกษามีอาชีพ จึงจะนำสถานศึกษาบรรลุความสำเร็จตามภารกิจและบทบาทหน้าที่ของสถานศึกษา การเป็นผู้บริหารมืออาชีพจะต้องอาศัยความรู้ ความสามารถและคุณลักษณะเฉพาะ และอาศัยกระบวนการบริหาร ที่เน้นการมีส่วนร่วมของบุคลากรและทุกฝ่ายทุกสถาบัน ทุกองค์กรที่เกี่ยวข้องภายนอกสถานศึกษาและการบริหารโดยใช้คณะบุคคล ตลอดจนทั้งนำการบริหารโดยอาศัยการบริหารแบบมีส่วนร่วมด้วยการเปิดโอกาส ให้ผู้ร่วมงานทุกคนแสดงออกถึงแนวคิดต่าง ๆ แต่คงไว้ซึ่ง

เป้าหมายและวัตถุประสงค์ ซึ่งถือเป็นกระบวนการที่เปิดโอกาสให้บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานตั้งแต่การเริ่มคิด การวางแผนการนำไปปฏิบัติและการประเมินผล รวมทั้งได้รับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นเพื่อให้การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ร่วมกัน การบริหารแบบมีส่วนร่วมไว้ว่าเป็นการทำงานร่วมกันเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพความคิด ความเชื่อและความยึดมั่นของแต่ละบุคคล แต่ละหน่วยงาน แต่ละองค์กร อีกทั้งยังขึ้นอยู่กับกาลเวลาแต่ละยุคแต่ละสมัยอีกด้วย โดยการมีส่วนร่วมเป็นหัวใจสำคัญในการเสริมสร้างพลังการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม (Teamwork) ที่มีประสิทธิภาพในการพัฒนา เพราะทำให้ผู้เกี่ยวข้องหรือผู้มีส่วนร่วมเข้าใจสถานการณ์และทิศทางมากยิ่งขึ้นเพื่อการเปลี่ยนแปลงและพัฒนา (ทำนอง ภูเกิตพิมพ์, 2551)

การประกันคุณภาพการศึกษาเป็นกระบวนการที่สามารถยกระดับคุณภาพการศึกษาได้ เนื่องจากตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ.2545 กำหนดไว้ในมาตรา 45 ระบุไว้ว่า ให้หน่วยงานต้นสังกัดและสถานศึกษาจัดให้มีระบบการประกันคุณภาพภายในสถานศึกษาและให้ถือว่าการประกันคุณภาพภายใน เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการบริหารการศึกษาที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นสถานศึกษาทุกแห่งจะต้องประกาศระดับมาตรฐานการศึกษาของตนเองตามบริบทของโรงเรียน และให้สอดคล้องกับมาตรฐานการศึกษาขั้นพื้นฐาน และสถานศึกษาต้องจัดการศึกษาให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด โดยหนึ่งในมาตรฐานที่สำคัญที่ทุกโรงเรียนต้องมีคือ มาตรฐานด้านคุณภาพของผู้เรียน โดยเกี่ยวข้องกับผลสัมฤทธิ์ทางวิชาการของผู้เรียน และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ อีกทั้งยังมีมาตรฐานด้านกระบวนการบริหารและการจัดการของผู้บริหารสถานศึกษา ซึ่งมาตรฐานเหล่านี้เป็นสิ่งที่สถานศึกษาต้องประกาศ เพื่อเป็นการประกันการจัดการศึกษาให้ได้ตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ การประกันคุณภาพการศึกษามีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการจัดการศึกษาของสถานศึกษาในการทำให้ผู้รับผิดชอบในการจัดการศึกษามุ่งบริหารจัดการศึกษาไปสู่คุณภาพและมาตรฐานการศึกษาอย่างจริงจัง ป้องกันการจัดการศึกษาที่ไม่มีคุณภาพ ทำให้เกิดความเสมอภาคในโอกาสของประชาชนที่จะได้รับบริการทางการศึกษาที่มีคุณภาพอย่างทั่วถึง และทำให้ประชาชนได้รับข้อมูลคุณภาพการศึกษาที่เชื่อถือได้ เกิดความเชื่อมั่นและตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานศึกษาที่มีคุณภาพและมาตรฐาน (สำนักงานมาตรฐานการอาชีวศึกษาและวิชาชีพ, 2555)

สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา เป็นหน่วยงานต้นสังกัดของสถานศึกษาอาชีวศึกษามีหน้าที่พิจารณาเสนอนโยบาย แผนพัฒนา มาตรฐานและหลักสูตรการอาชีวศึกษาทุกระดับ ที่สอดคล้องกับความต้องการตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนการศึกษาแห่งชาติ คำนึงถึงคุณภาพและความเป็นเลิศทางวิชาชีพและวิชาการ ได้จัดทำหลักเกณฑ์และแนวปฏิบัติการประกันคุณภาพการศึกษา เพื่อให้สถานศึกษาอาชีวศึกษาในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาใช้เป็นแนวทางในการประกันคุณภาพการศึกษาของสถานศึกษา ที่จะนำไปสู่คุณภาพตามมาตรฐานการศึกษาของสถานศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในการประเมินคุณภาพภายในเป็นส่วน

หนึ่งของการบริหารจัดการเพื่อให้ทราบขีดความสามารถในการจัดการสถานศึกษาตามมาตรฐานการศึกษาของสถานศึกษา และนำผลการประเมินไปแก้ไขข้อบกพร่องเพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งกระบวนการหรือการประเมินตนเองของสถานศึกษาที่กระทำโดยบุคลากรภายในหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเป็นหลัก จะสะท้อนภาพความสำเร็จที่ชัดเจนทั้งในด้านผู้เรียนและผู้สำเร็จการศึกษา ด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนอาชีวศึกษา ด้านการบริหารจัดการสถานศึกษา ด้านการบริหารจัดการศึกษา เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ช่วยในการปรับปรุงพัฒนาให้บรรลุเป้าหมายและไปสู่การพัฒนาปรับปรุงตนเองให้พร้อมที่จะรับการประเมินคุณภาพภายนอก (สำนักงานมาตรฐานการอาชีวศึกษาและวิชาชีพ, 2555) และจะเห็นได้ว่า การบริหารงานของผู้บริหารสถานศึกษาเป็นหัวใจสำคัญและมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานที่จะนำพาสถานศึกษาไปสู่ความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ให้ผู้เรียนได้รับการพัฒนาศักยภาพสูงสุด มีความรู้และทักษะที่แข็งแกร่งและเหมาะสม เป็นพื้นฐานสำคัญในการเรียนรู้ระดับสูง ในการจัดการศึกษานั้นผู้บริหารมีบทบาทที่สำคัญในการพัฒนานักเรียนให้มีคุณภาพตามมาตรฐานการศึกษา มีการกำกับ ติดตาม ส่งเสริมสนับสนุนให้บุคลากร ได้รับการพัฒนาความสามารถของตน และสามารถนำความรู้มาพัฒนาการจัดการศึกษาให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งทักษะการของผู้บริหารนอกจากที่จะสำคัญมากแล้ว การบริหารสถานศึกษาจะสำเร็จได้ต้องมีการประกันคุณภาพภายในสถานศึกษาเพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จและบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้

จากปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่อง การบริหารแบบมีส่วนร่วมของผู้บริหารกับการดำเนินงานประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จังหวัดชลบุรี เพราะระบบการประกันคุณภาพการศึกษาเป็นกลไกสำคัญที่จะช่วยในการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำหน้าที่ส่งเสริมและผลักดันให้กระบวนการทำงานของหน่วยงานต่าง ๆ ในทุกระดับของวงการศึกษากับบุคลากรที่เกี่ยวข้องดำเนินไปอย่างประสานสอดคล้องกันเป็นระบบ มุ่งหน้าไปในทิศทางที่ได้ร่วมกันกำหนดไว้ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการปฏิรูปการศึกษาอย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่ การพัฒนาคุณภาพผู้เรียน โดยที่ตั้งอยู่บนรากฐานของหลักวิชาการ ข้อเท็จจริง หลักฐานเชิงประจักษ์และความสมเหตุสมผลเป็นสำคัญ และสามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์และเป็นแนวทางการพัฒนาการประกันคุณภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการบริหารแบบมีส่วนร่วมของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จังหวัดชลบุรี

2. เพื่อศึกษาการดำเนินงานประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จังหวัดชลบุรี

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารแบบมีส่วนร่วมของผู้บริหารกับการดำเนินงานประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จังหวัดชลบุรี

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารของวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชน และครู สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จังหวัดชลบุรี จำนวนประชากร 958 คน จาก 24 วิทยาลัย กลุ่มตัวอย่างมาจากประชากรโดยวิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (stratified random sampling) โดยจำแนกตามตำแหน่ง กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane (Taro Yamane, 1973) ได้จำนวน 282 คน ดังนี้

ตารางที่ 1 กลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified random sampling)

ตำแหน่ง	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
ผู้อำนวยการ	24	7
รองผู้อำนวยการ	70	21
ครู	864	254
รวม	958	282

ที่มา : ข้อมูล อศจ. จังหวัดชลบุรี

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม สร้างขึ้นตามแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีลักษณะของแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามที่เกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องเพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งปัจจุบัน และประสบการณ์การทำงาน มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (checklist)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับบริหารแบบมีส่วนร่วมของผู้บริหาร ตามแนวคิดของ Cohen & Uphoff ประกอบด้วย 1. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ 2. การมีส่วนร่วมในการดำเนินการ 3. การมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบและรับผลประโยชน์ 4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการดำเนินงานประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษา ประกอบด้วย

1. การกำหนดมาตรฐานการศึกษา
2. การจัดทำแผนพัฒนาสถานศึกษา
3. การดำเนินงานตามแผนพัฒนาการจัดการศึกษา
4. การประเมินผลและตรวจสอบคุณภาพการศึกษา
5. การติดตามผลการดำเนินการ
6. การรายงานผลการประเมินตนเอง

ผู้วิจัยตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านตรวจสอบเพื่อพิจารณาความเที่ยงตรง (Validity) ความถูกต้องของเนื้อหา (Content) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้โดยพิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์มาวิเคราะห์หาค่า IOC (Index of item Objective Congruence) โดยทุกข้อคำถามมีค่ามากกว่า 0.5 นำแบบสอบถามที่ผ่านการวิเคราะห์หาค่า IOC เรียบร้อยแล้วนำไปทดลองใช้ (Try-out) กับครูที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ จำนวน 30 ชุด วิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach Alpha Coefficient) ทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ .932 โดยค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามการบริหารแบบมีส่วนร่วมของผู้บริหาร มีค่าเท่ากับ .945 และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามการดำเนินงานประกันคุณภาพในสถานศึกษา มีค่าเท่ากับ .846

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ขออนุญาตจากสำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธนบุรี เพื่อขอความร่วมมือไปยังผู้บริหารสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จังหวัดชลบุรี เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย
2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปให้กับสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จังหวัดชลบุรี แต่ละแห่งด้วยตนเอง
3. ดำเนินการเก็บรวบรวมแบบสอบถามคืนด้วยตนเอง
4. เมื่อได้แบบสอบถามกลับคืน จึงตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์และจัดลำดับข้อมูล โดยได้รับแบบสอบถามกลับคืนที่สมบูรณ์จำนวน 282 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100
5. นำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์และประมวลผลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

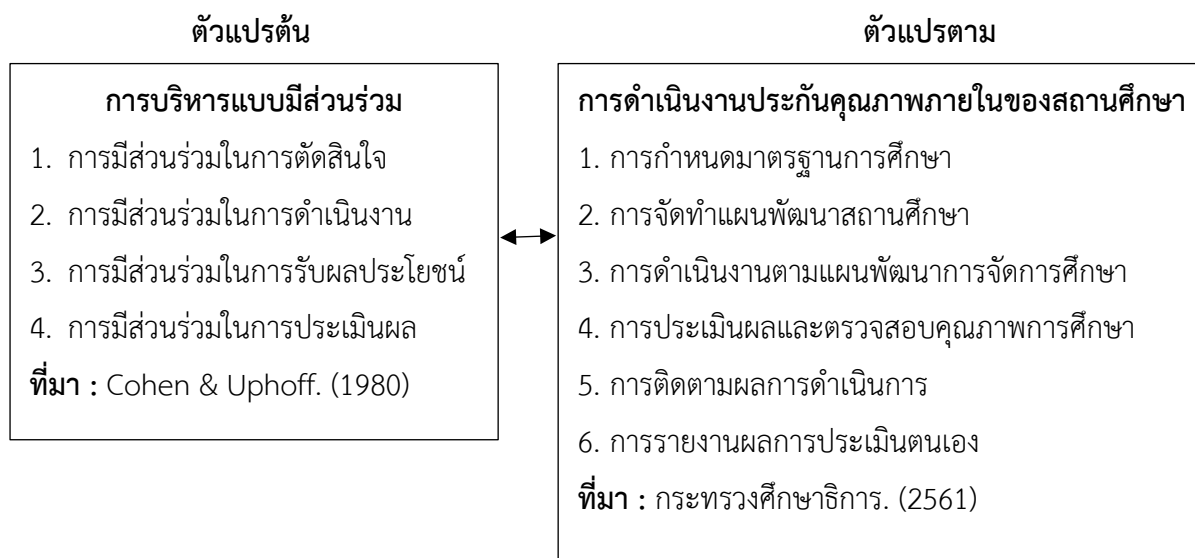
1. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (checklist) โดยการคำนวณหาค่าความถี่ (Frequency) และหาร้อยละ (Percentage)

2. การวิเคราะห์ระดับการบริหารแบบมีส่วนร่วมของผู้บริหาร และการดำเนินงานประกันคุณภาพในสถานศึกษา โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารแบบมีส่วนร่วมของผู้บริหารกับงานประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แนวคิดการบริหารแบบมีส่วนร่วม ตามแนวคิดของ Cohen & Uphoff (1980) โดยมีแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารแบบมีส่วนร่วมของผู้บริหารสถานศึกษา ดังนี้ 1) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ 2) การมีส่วนร่วมในการดำเนินการ 3) การมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบ และรับผลประโยชน์ 4) การมีส่วนร่วมในการประเมินผล ส่วนการดำเนินงานประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษา ตามแนวคิดของ กระทรวงศึกษาธิการ (2561) สามารถแสดงกรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาระดับการบริหารแบบมีส่วนร่วมของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 2 การบริหารแบบมีส่วนร่วมของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จังหวัดชลบุรี

(n = 282)

การบริหารแบบมีส่วนร่วมของผู้บริหาร สถานศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล	4.58	0.54	มากที่สุด
2. ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	4.55	0.55	มากที่สุด
3. ด้านการมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบและรับ ผลประโยชน์	4.55	0.56	มากที่สุด
4. ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินการ	4.52	0.56	มากที่สุด
รวม	4.55	0.55	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับการบริหารแบบมีส่วนร่วมของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.55$, S.D. = 0.55) เมื่อพิจารณาตามตารางเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.58$, S.D. = 0.54) รองลงมาได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ($\bar{X} = 4.55$, S.D. = 0.55) ส่วนด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 4.52$, S.D. = 0.56)

2. ผลการศึกษาระดับการดำเนินงานประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 3 ระดับการดำเนินงานประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จังหวัดชลบุรี

(n = 282)

การดำเนินการประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านการจัดทำแผนพัฒนาสถานศึกษา	4.57	0.54	มากที่สุด
2. ด้านการติดตามผลการดำเนินการ	4.56	0.54	มากที่สุด
3. ด้านการรายงานผลการประเมินตนเอง	4.54	0.57	มากที่สุด
4. ด้านการประเมินผลและตรวจสอบคุณภาพการศึกษา	4.54	0.55	มากที่สุด
5. ด้านการดำเนินงานตามแผนพัฒนาการจัดการศึกษา	4.52	0.54	มากที่สุด
6. ด้านการกำหนดมาตรฐานการศึกษา	4.51	0.56	มากที่สุด
รวม	4.54	0.55	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 ระดับการดำเนินงานประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.54$, S.D. = 0.55) เมื่อพิจารณาตามตารางเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการจัดทำแผนพัฒนาสถานศึกษา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.57$, S.D. = 0.54) รองลงมาได้แก่ ด้านการติดตามผลการดำเนินการ ($\bar{X} = 4.56$, S.D. = 0.54) ส่วนการกำหนดมาตรฐานการศึกษา มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 4.51$, S.D. = 0.56)

3. ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารแบบมีส่วนร่วมของผู้บริหารกับการดำเนินงานประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารแบบมีส่วนร่วมของผู้บริหารกับการ

ดำเนินงานประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จังหวัดชลบุรี

(n = 282)

การบริหารแบบมีส่วนร่วม (X)	การดำเนินงานประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษา (Y)						
	การกำหนดมาตรฐานการศึกษา	การจัดทำแผนพัฒนาสถานศึกษา	การดำเนินงานตามแผนพัฒนาการจัด	การประเมินผลและตรวจสอบคุณภาพ	การติดตามผลการดำเนินการ	การรายงานผลการประเมินตนเอง	การดำเนินงานประกันคุณภาพภายในของ
ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	.228**	.028	-.050	.007	-.044	-.080	.047
ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินการ	.232**	.078	.054	-.004	-.036	-.116	.085
ด้านการมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบและรับผลประโยชน์	.263**	.055	.107	.016	-.118*	-.041	.115
ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล	.276**	.035	-.019	.042	-.026	-.012	.120*
ด้านการบริหารแบบมีส่วนร่วมของผู้บริหารโดยรวม	.443**	.515**	.569**	.531**	.478**	.330**	.138*

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการบริหารแบบมีส่วนร่วม (X) กับการดำเนินงานประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษา (Y) สังกัดสำนักงานคณะกรรมการ การอาชีวศึกษา จังหวัดชลบุรี มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 อยู่ในระดับต่ำ (0.138)

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารแบบมีส่วนร่วมของผู้บริหารกับการดำเนินงานประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยครั้งนี้สามารถอภิปรายตามลำดับของผลการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ระดับการบริหารแบบมีส่วนร่วมของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อมีการพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่สูงที่สุด คือ ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล รองลงมาคือ ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินการ ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากผู้บริหารสถานศึกษามีการเปิดโอกาสให้ครูได้มีส่วนร่วมในการประเมินผล การตัดสินใจ และมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบและรับผลประโยชน์ รวมถึงการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ซึ่งผลงานวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริกร ทิตยวงษ์ (2556) เช่นเดียวกับ งานวิจัยของ ชัยอนันท์ แก้วเงิน (2563) ที่พบว่า ระดับการบริหารแบบมีส่วนร่วมทั้งภาพรวมและรายด้านของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา ในภาพรวมอยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าทุกด้านมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ในการดำเนินงานต่อไป

2. ระดับการดำเนินการประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อมีการพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการจัดทำแผนพัฒนาสถานศึกษา รองลงมา คือ ด้านการติดตามผลการดำเนินการ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการกำหนดมาตรฐานการศึกษา ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากการดำเนินการตามมาตรฐานการประกันคุณภาพภายในเป็นหัวใจสำคัญในการบริหารจัดการตามมาตรฐานการศึกษาทั้ง 3 ด้าน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก สถานศึกษาแต่ละแห่งจะมีการจัดทำแผนพัฒนาสถานศึกษาในแต่ละปี เพื่อให้เป็นรูปธรรม ครูและบุคลากรจะได้นำไปปฏิบัติเพื่อให้สถานศึกษาประสบความสำเร็จเป็นที่ยอมรับของผู้ปกครอง ชุมชน และสถานประกอบการ ซึ่งผลงานวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของชุดิมา ทาสุนิทร์ (2564, หน้า 82)

3. ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารแบบมีส่วนร่วมของผู้บริหารกับการดำเนินงานประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จังหวัดชลบุรี พบว่า

ระดับการบริหารแบบมีส่วนร่วมของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จังหวัดชลบุรี มีความสัมพันธ์กับการดำเนินงานประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จังหวัดชลบุรี โดยรวมมีความสัมพันธ์กันทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ในระดับต่ำ ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องจากการดำเนินงานของสถานศึกษาเปิดโอกาสให้ครู และบุคลากรทางการศึกษา และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานประกันคุณภาพภายใน แต่ด้วยจำนวนบุคลากรในแต่ละสถานศึกษามีภาระงานทั้งงานสอน และงานบริหาร ซึ่งอาจจะทำให้ประสิทธิภาพในการดำเนินงานประกันคุณภาพภายในสถานศึกษาไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่า ทางสถานศึกษาให้ทุกฝ่ายเข้ามามีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนการพัฒนาคุณภาพการศึกษาของสถานศึกษา เปิดโอกาสและให้การสนับสนุนอย่างเต็มที่ แต่ด้วยภาระงานและเวลา ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ อนงค์ อาจจทอง และปริญญา มีสุข (2558, หน้า 153 - 163) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารแบบมีส่วนร่วมกับประสิทธิผลของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2 นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนิดา ชัยสุภวัฒน์ (2559, หน้า 55 - 60) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารแบบมีส่วนร่วมกับประสิทธิผลของงานวิชาการของสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรปราการ เขต 1 ผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ของการบริหารแบบมีส่วนร่วมกับประสิทธิผลของงานวิชาการของสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน ในภาพรวมและรายด้าน มีความสัมพันธ์กันทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ ดังนี้

1.1 จากผลการวิจัยการบริหารแบบมีส่วนร่วมของผู้บริหารสถานศึกษา ขอเสนอแนะว่า ผู้บริหารสถานศึกษาควรกำหนดผู้รับผิดชอบในการติดตามตรวจสอบคุณภาพการศึกษาของสถานศึกษาให้ชัดเจน ทำเป็นคำสั่งแต่งตั้ง และมีการรายงานผลการดำเนินงานเป็นระยะ เป็นสำคัญ

1.2 จากผลการวิจัยการดำเนินงานประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษา ขอเสนอแนะว่า ผู้บริหารควรมีการกำกับดูแลให้มีการรายงานอย่างต่อเนื่อง และนำระบบสารสนเทศมาเข้ามาช่วยในการจัดเก็บข้อมูลในการดำเนินงานประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา

1.3 จากผลการวิจัยการบริหารแบบมีส่วนร่วมของผู้บริหารมีความสัมพันธ์กับงานประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษา ขอเสนอแนะว่า ผู้บริหารสถานศึกษาควรดำเนินงานประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา โดยใช้วงจร PDCA เข้าร่วมในการดำเนินงาน

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรนำแนวคิด ทฤษฎี การบริหารแบบมีส่วนร่วมของผู้บริหารสถานศึกษา มาใช้ในงานวิจัยกับการบริหารงานด้านวิชาการ หรือด้านกระบวนการบริหารสถานศึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการนำมาใช้ในการบริหารสถานศึกษาให้เกิดประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

2.2 ควรศึกษาเกี่ยวกับการดำเนินงานประกันคุณภาพภายในของแต่ละฝ่ายในสถานศึกษา เนื่องจากการระดมทรัพยากรทางด้านงบประมาณและด้านการบริหารจัดการการศึกษาเป็นตัวชี้วัดอย่างหนึ่งของความสำเร็จ

2.3 ควรศึกษาเกี่ยวกับการดำเนินงานประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษา กับบุคลากรในสถานศึกษา จะได้นำไปปรับประยุกต์ให้เหมาะกับสถานศึกษาแต่ละแห่งและเขตพื้นที่การศึกษาที่มีความแตกต่างกัน

บรรณานุกรม

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2561). พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 (แก้ไขเพิ่มเติม ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562. พริกหวานกราฟฟิค.
- กมลชนก ศรีวรรณ. (2561). การบริหารแบบมีส่วนร่วมที่ส่งผลต่อการทำงานเป็นทีมในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 2 (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- ชัยอานนท์ แก้วเงิน. (2563). ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารแบบมีส่วนร่วมกับประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา (การศึกษาปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- ชนิตา ชัยสุขวัฒน์. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารการศึกษาแบบมีส่วนร่วมกับประสิทธิผลของงานวิชาการของสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรปราการ เขต 1 (วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- จิราภา เพชรสงคราม. (2564). การมีส่วนร่วมของครูในการพัฒนาการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาโรงเรียนในสังกัดกรุงเทพมหานคร เขตบางขุนเทียน (สารนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ชุติมา ทาสุนิทร์. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาภายในของสถาบันเทคโนโลยีปทุมวัน (การศึกษามหาบัณฑิต สาขาการจัดการการอุดมศึกษา). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- เดือนเพ็ญ ยลไชย. (2562). การบริหารแบบมีส่วนร่วมในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบุรีรัมย์ เขต 1 (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- ทำนอง ภูเกิดพิมพ์. (2551). แนวคิดการบริหารแบบมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาของชุมชน. สืบค้นจาก <http://gotoknow.org/blog/mathu/334443>
- ปรัชญา มานะวงศ์. (2564). การพัฒนาการดำเนินงานประกันคุณภาพภายในโรงเรียนบ้านสามขา มิตรภาพที่ 3 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรสาคร (ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา). มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- ปฏิพล จำลอง. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมกับการดำเนินงานประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 33 (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- พิเชษฐ์ วายูวรรณ. (2550). การประกันคุณภาพการศึกษาภายในสถานศึกษาที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษากาญจนบุรี เขต 1 (วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา). มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ไศภิดา คล้ายหนองสรวง. (2558). การบริหารแบบมีส่วนร่วมที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาร้อยเอ็ด เขต 3 (วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สิริกร ทิตยวงศ์. (2556). การบริหารแบบมีส่วนร่วมที่ส่งผลต่อการบริหารงานวิชาการของสถานศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สำนักงานมาตรฐานการอาชีวศึกษาและวิชาชีพ. (2555). มาตรฐานการอาชีวศึกษา พ.ศ. 2555 เพื่อการประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา. กระทรวงศึกษาธิการ.
- อนงค์ อัจจงทอง. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารแบบมีส่วนร่วมกับประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2 (วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- Cohen, J. M., & Uphoff, N. T. (1980). *Rural development participation: Concept and measures for project design, implementation, and evaluation*. Cornell University.
- Likert, R. (1967). The method of constructing an attitude scale. In M. Fishbein (Ed.), *Attitude theory and measurement* (pp. 90–113). Wiley & Son.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). Harper & Row.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาด
กลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายหลังสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อ
ไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดนนทบุรี

Factors Affecting the Sustainable Organizational Development of Small
and Medium Enterprises (SMEs) after the COVID-19 Pandemic in
Nonthaburi Province.

จิตาภา ธัญญรัตน์วานิช

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

E-mail: chsudt@rpu.ac.th

Chidapa Thanyarattanavanich

Lecture, Faculty of Business Administration Program in Management, Rajapruk University

รับเข้า : 26 กันยายน 2567

แก้ไข : 30 ตุลาคม 2567

ตอบรับ : 1 พฤศจิกายน 2567

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายหลังสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดนนทบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลใน จังหวัดนนทบุรี จำนวนทั้งสิ้น 420 ราย ใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multistage Random Sampling) สถิติที่ใช้ในการวิจัยคือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์สมการถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยการตั้งเป้าหมายส่งผลต่อการพัฒนาองค์กร ด้านการเงิน (Adjust $R^2 = 0.022$) ปัจจัยการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กร ด้านสิ่งแวดล้อม (Adjust $R^2 = 0.089$) แต่ปัจจัยไม่ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กร ด้านสังคม และปัจจัยการจัดการคุณภาพและประสิทธิภาพธุรกิจส่งผลต่อการพัฒนาองค์กรโดยรวมทุกด้าน (Adjust $R^2 = 0.034$) ภายหลังสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดนนทบุรี ตัวแปรต้นอย่างน้อย 1 ตัว มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานในการวิจัยที่ตั้งไว้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กร การพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

Abstract

This research has the objective to study the factors affecting the sustainable organizational development of small and medium-sized enterprises (SMEs) after the outbreak of the coronavirus disease 2019 in Nonthaburi Province. The sample group used in the research was small and medium business entrepreneurs that is registered as a legal entity in Nonthaburi Province A total of 420 cases were used using a multistage random sampling method. Statistics used in the research were frequency, percentage, mean and standard deviation. And analyzed multiple regression equations (Multiple Regression Analysis). The research results found that goal setting factors affect organizational development in finance (Adjust $R^2 = 0.022$). Business opportunity seeking factors Affecting organizational development Environmental factors (Adjust $R^2 = 0.089$), but the factors did not affect organizational development. Social aspects and quality management and business efficiency factors affected overall organizational development (Adjust $R^2 = 0.034$) after the situation of the outbreak of the virus infection. Corona 2019 in Nonthaburi Province At least one primary variable influences the dependent variable. This is consistent with the research hypothesis set at statistical significance at the 0.05 level.

Keywords: factors affecting organizational development, sustainable organizational development, Small and medium sized enterprise operators (SMEs)

บทนำ

ประเทศไทยมีการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่องผ่านกลไกต่าง ๆ ภายใต้ความเสี่ยงและความท้าทายจากปัจจัยภายในและภายนอก หลังจากการคลาไคลด์หลังจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทั่วโลก โอกาสที่เศรษฐกิจที่จะฟื้นตัวอย่างรวดเร็วยังเป็นไปได้อยาก เพราะมีปัจจัยหลายอย่างที่ไม่เอื้ออำนวย รวมทั้งมีความเสี่ยงจากหลายปัญหา กองทุนการเงินระหว่างประเทศ หรือไอเอ็มเอฟ ได้ประเมินสถานการณ์โดยรวม และมองว่าอัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจโลกโดยรวมยังไม่น่าเป็นที่พอใจ โดยปัจจัยหลักคือ ปัญหาด้านห่วงโซ่อุปทานที่ยังรุนแรง

ไอเอ็มเอฟมองว่าโดยภาพรวมดุลของความเสี่ยงในสถานะเศรษฐกิจโลกยังอยู่ในด้านล่าง อันเป็นผลจากอัตราเงินเฟ้อที่เพิ่มขึ้น โดยราคาสินค้าอุปโภคที่เพิ่มขึ้น และความไม่สมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทาน หลังจากมี แพ้ระบาดของโรคโควิด-19 สร้างผลกระทบในระบบห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ได้สร้างปัญหาความขาดแคลนของสินค้าประเภทต่าง ๆ ทำให้ราคาสินค้าสำหรับผู้บริโภคสูงขึ้น และสถานะสินค้าราคาแพงจะยังคงอยู่นั้นเป็นผลที่จะทำให้ธนาคารกลางในแต่ละประเทศต้องปรับอัตราดอกเบี้ยเป็นขาขึ้นในเวลาเร็วกว่าเดิม เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาอัตราเงินเฟ้อสูงจนยากต่อการควบคุมธุรกิจภาคบริการต่าง ๆ และการค้าปลีกอาจยังมีความเสี่ยงการขาดแคลน แรงงาน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการทำงานของเศรษฐกิจ และความกังวลเกี่ยวกับปัญหาสุขภาพเพราะความยืดหยุ่นในการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้ทุกภาคเศรษฐกิจได้รับผลกระทบ (เสาวณี จันทะพงษ์, 2566)

การพัฒนาองค์กรให้ยั่งยืน (Sustainable Organization) คือการที่ธุรกิจให้ความสำคัญกับการเติบโตทางเศรษฐกิจโดยมีระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการบริหารความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพควบคู่กับการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน ต้องเผชิญกับความท้าทายหลากหลายด้าน ทั้งปัจจัยภายนอก และปัจจัยภายในที่เกิดขึ้นที่เข้ามากระทบ นำมาซึ่งความเสี่ยงและโอกาส ดังนั้นธุรกิจจึงต้องมีปรับตัวและพัฒนาตนเองอยู่เสมอ เพื่อให้สามารถอยู่รอดและเติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน การพัฒนาองค์กรสู่ความยั่งยืนจึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2564) ในด้านของความเข้มแข็ง และความสามารถในการเจริญเติบโตก้าวหน้าขององค์กรว่าเป็นไปได้ แม้องค์กรต้องเผชิญกับเศรษฐกิจของโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยความสามารถในการสร้าง ความยั่งยืนขององค์กรให้สามารถอยู่รอดบนเวทีทางการค้าได้อย่างต่อเนื่องนั้น องค์กรต้องมีความสามารถในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านความสามารถในการทำกำไร (Profitability) ที่องค์กรต้องมี ความสามารถในการสร้าง กำไรทั้งในระยะสั้นและระยะยาวได้ ด้านความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) ซึ่งองค์กรต้องสามารถสร้างกลยุทธ์ทางการค้า เพื่อการบริหารจัดการ องค์กรให้เกิดความได้เปรียบจากคู่แข่งในตลาดเดียวกัน ด้านผลิตภาพ (Productivity) ที่องค์กร ต้องสามารถผลิตหรือบริการที่มีประสิทธิภาพ มีคุณภาพทั้งในด้านปริมาณและเวลา โดยความสามารถดังกล่าวจะส่งผลที่ดีต่อองค์กรในระยะยาว ด้านความร่วมมือของบุคลากร (Collaborative Personnel) การดำเนินธุรกิจต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของบุคลากรทุกระดับ เพราะบุคลากรช่วยให้เกิดกิจกรรมทางธุรกิจหลายรูปแบบ ส่งผลให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดได้ (วิลาสินี ทองเฉลิม, 2558) ทั้งนี้องค์กรต้อง มีการพัฒนากระบวนการภายในขององค์กรอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ เพื่อช่วยลดต้นทุน และให้มีกำไรมากขึ้น ซึ่งการพัฒนาองค์กร จำเป็นต้องใช้ข้อมูลที่มีคุณภาพและทราบแนวทางการนำข้อมูลนั้นมาปรับใช้ในการสร้างคุณค่าของ ผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจ SMEs จำเป็นต้องมีความสามารถในด้านกลยุทธ์การเพิ่มมูลค่า สินค้า เพื่อให้ธุรกิจมีความสามารถในการ

แข่งขันและอยู่รอดได้ในระยะยาว ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงการศึกษาปัจจัยการพัฒนางานองค์กรอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด 2019 ในจังหวัดนนทบุรี เพื่อเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จังหวัดนนทบุรี ให้ดำรงอยู่ อยู่รอดและเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน

ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงต้องการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนางานองค์กรอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายหลังสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดนนทบุรี ในการพัฒนางานองค์กรอย่างยั่งยืน 3 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านการเงิน 2. ด้านสังคม 3. ด้านสิ่งแวดล้อม มีปัจจัยที่ส่งผล 5 ด้าน ได้แก่ 1. ปัจจัยด้านการตั้งเป้าหมาย 2. ปัจจัยด้านการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ 3. ปัจจัยด้านการจัดการคุณภาพและประสิทธิภาพ 4. ปัจจัยด้านควบคุมและวางแผน 5. ปัจจัยด้านการประเมินความเสี่ยง ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำผลการวิจัยไปใช้วางแผนปรับปรุงพัฒนางานองค์กรอย่างยั่งยืนเป็นประโยชน์กับผู้ประกอบการในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนางานองค์กรอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายหลังสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดนนทบุรี

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยด้านการตั้งเป้าหมายส่งผลต่อการพัฒนางานองค์กรอย่างยั่งยืน (a) ด้านการเงิน (b) ด้านสังคม และ (c) ด้านสิ่งแวดล้อม ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายหลังสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดนนทบุรี
2. ปัจจัยด้านการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ ส่งผลต่อการพัฒนางานองค์กรอย่างยั่งยืน (a) ด้านการเงิน (b) ด้านสังคม และ (c) ด้านสิ่งแวดล้อม ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายหลังสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดนนทบุรี
3. ปัจจัยด้านการจัดการ คุณภาพและประสิทธิภาพส่งผลต่อการพัฒนางานองค์กรอย่างยั่งยืน (a) ด้านการเงิน (b) ด้านสังคม และ (c) ด้านสิ่งแวดล้อม ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายหลังสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดนนทบุรี

4. ปัจจัยด้านควบคุมและวางแผน ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน (a) ด้านการเงิน (b) ด้านสังคม และ (C) ด้านสิ่งแวดล้อม ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายหลังสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดนนทบุรี

5. ปัจจัยด้านการประเมินความเสี่ยงส่งผลต่อการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน (a) ด้านการเงิน (b) ด้านสังคม และ (C) ด้านสิ่งแวดล้อม ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายหลังสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดนนทบุรี

วิธีการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลระหว่างปี 2563 ถึง 2566 ในจังหวัดนนทบุรี จำนวนทั้งสิ้น 16,202 ราย (ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2566 สืบค้น ณ 1 ตุลาคม 2566)

กลุ่มตัวอย่างใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลใน จังหวัดนนทบุรี จำนวนทั้งสิ้น 420 ราย ใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multistage Random Sampling) โดยขั้นตอนที่ 1 แบ่งกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) คือ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลระหว่างปี 2563 ถึง 2566 แบ่งตามเขตการปกครองของ กรมการปกครอง ออกเป็น 6 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองนนทบุรี อำเภอบางกรวย อำเภอบางใหญ่ อำเภอบางบัวทอง อำเภอไทรน้อย และอำเภอปากเกร็ด จากนั้นสุ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนประชากร โดยใช้วิธีการสุ่มแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) และแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นขั้นตอนสุดท้าย รายละเอียดจำนวนกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยแสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 รายละเอียดจำนวนกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

อำเภอ	ประชากร (คน)	กลุ่มตัวอย่าง (คน)
อำเภอเมืองนนทบุรี	4,500	100
อำเภอบางกรวย	3,000	76
อำเภอบางใหญ่	2000	50
อำเภอบางบัวทอง	2600	67
อำเภอไทรน้อย	2102	51
อำเภอปากเกร็ด	3,000	76
รวม	16,202	420

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อคำถามสอบถามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบเพียงข้อเดียว (check list)

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายหลังสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดนนทบุรี

ส่วนที่ 3 การพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายหลังสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดนนทบุรี

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-Ended)

การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เกณฑ์ค่า IOC มากกว่า 0.5 หมายความว่า ผ่านเกณฑ์ แบบประเมินทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ที่ได้รับการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน มีค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 0.67 – 1.00 ถือว่ามีความสอดคล้องอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้

นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วไปทดลอง (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ราย เพื่อหาความเชื่อมั่น (Reliability of the Test) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Alpha Cronbach Coefficient) ซึ่งค่าอัลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของคำถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มากแสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง โดยค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในแต่ละส่วน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล 1. การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) 2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) คือการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อคำถามสอบถามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ข้อคำถามสอบถามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อจำแนกตามเพศพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นชาย รองลงมาเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41-50 ปีมากที่สุด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจ 11-15 ปี รูปแบบธุรกิจห้างหุ้นส่วนจำกัด/บริษัทจำกัดมากที่สุด มีมูลค่าสินทรัพย์ถาวร 1-50 ล้านบาท มีจำนวนพนักงาน 1-15 คน มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ 6-10 ปี มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ 1-5 ปี

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายหลังสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดนนทบุรี

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับการพัฒนาของปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายหลังสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	$\bar{X}$	SD	ระดับการพัฒนา
1) ด้านการตั้งเป้าหมาย	3.82	0.75	มาก
2) ด้านการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ	4.27	0.60	มาก
3) ด้านการจัดการคุณภาพและประสิทธิภาพ	4.21	0.60	มาก
4) ด้านการควบคุมและวางแผน	3.98	0.61	มาก
5) ด้านการประเมินความเสี่ยง	3.94	0.63	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.04$, $SD=0.64$) พิจารณารายด้านพบว่า อันดับที่ 1 ด้านการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ ค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}=4.27$, $SD=0.60$) อยู่ในระดับมาก อันดับที่ 2 ด้านการจัดการคุณภาพและประสิทธิภาพ ($\bar{X}=4.21$, $SD=0.60$) อยู่ในระดับมาก อันดับที่ 3 ด้านการควบคุมและวางแผน ($\bar{X}=3.98$, $SD=0.61$) อยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่ 4 ด้านการประเมินความเสี่ยง ($\bar{X}=3.94$, $SD=0.63$) อยู่ในระดับปานกลาง .อันดับที่ 5 ด้านการตั้งเป้าหมาย ($\bar{X}=3.82$, $SD=0.75$) อยู่ในระดับมาก

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ระดับการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายหลังสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดนนทบุรี

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับสำคัญการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายหลังสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดนนทบุรี

ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	$\bar{X}$	SD	ระดับความสำคัญ
1) ด้านการเงิน	4.07	0.66	มาก
2) ด้านสังคม	4.10	0.66	มาก
3) ด้านสิ่งแวดล้อม	4.22	0.63	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า การพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.13$, $SD=0.65$) พิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่ 1 สิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X}=4.22$, $SD=0.63$) อยู่ในระดับมาก ด้านที่ 2 สังคม ($\bar{X}=4.10$, $SD=0.66$) อยู่ในระดับมาก ด้านที่ 3 การเงิน ($\bar{X}=4.07$, $SD=0.66$) อยู่ในระดับมาก

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กรของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายหลังสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดนนทบุรี วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression)

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กร ด้านการเงิน ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายหลังสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดนนทบุรี

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กร	การพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน (ด้านการเงิน)				
	b	Std.error	β	t	sig
ปัจจัยการตั้งเป้าหมาย	0.180	0.032	0.116	3.635	0.000*
ปัจจัยการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ	0.107	0.038	0.032	0.857	0.397

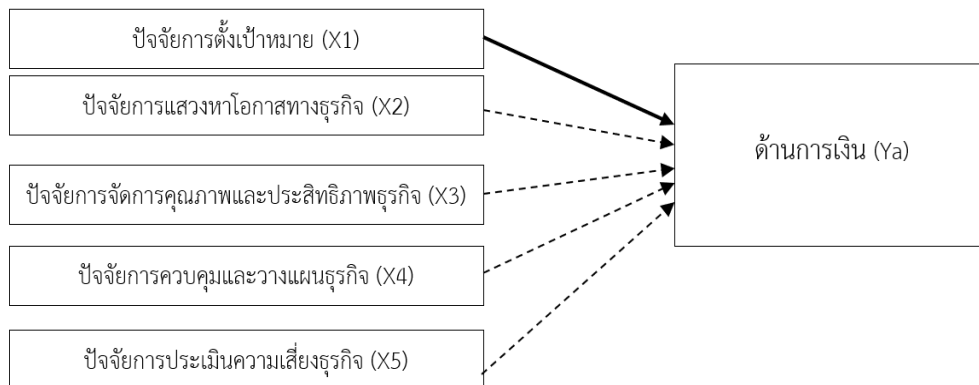
ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กร ด้านการเงิน ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายหลังสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดนนทบุรี (ต่อ)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กร	การพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน (ด้านการเงิน)				
	b	Std.error	β	t	sig
ปัจจัยการจัดการคุณภาพและประสิทธิภาพ	0.084	0.039	0.006	0.169	0.865
ปัจจัยการควบคุมและวางแผน	0.036	0.040	-0.042	-1.046	0.295
ปัจจัยการประเมินความเสี่ยง	0.073	0.035	0.003	0.096	0.923

$R^2 = 0.034$, Adjust $R^2 = .022$, $F=2.972$, $p < 0.05$

จากตารางที่ 3 ผลวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กร ด้านการเงิน ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายหลังสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดนนทบุรี พบว่า ปัจจัยการตั้งเป้าหมาย ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กรด้านการเงิน ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายหลังสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดนนทบุรี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

โดยพิจารณาจากค่า Significance เมื่อวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด ($\text{Adjust } R^2 = 0.022$) โดยมีตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยการตั้งเป้าหมาย สามารถอธิบายการผันแปรของตัวแปรตาม คือ การพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนด้านการเงิน โดยการวิเคราะห์ค่าสถิติทดสอบ $F = 2.972$ ค่า Sig มีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ตัวแปรต้นอย่างน้อย 1 ตัว มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานในการวิจัยที่ตั้งไว้ อธิบายได้จากสมการและแผนภาพที่ 4.2 ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 แสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กร ด้านการเงิน ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

————— ตัวแปรที่ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน ด้านการเงิน
----- ตัวแปรที่ไม่ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน ด้านการเงิน

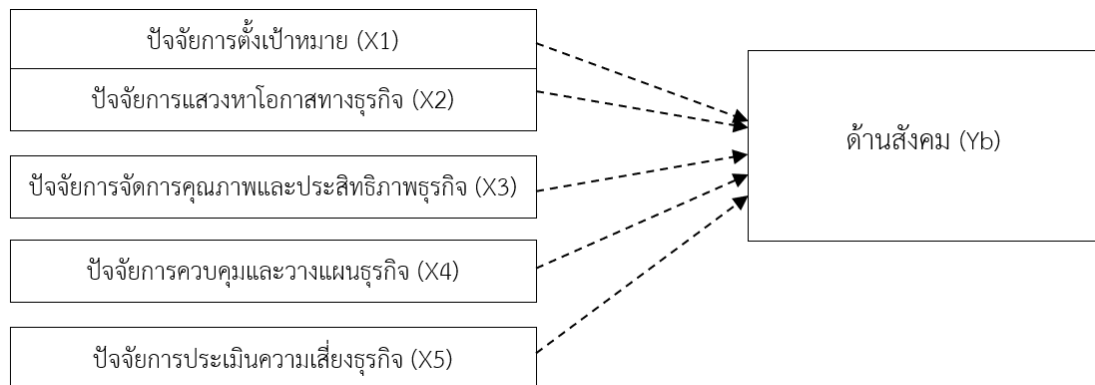
สรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กร ด้านการเงิน ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายหลังจากสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดนนทบุรี ได้แก่ ปัจจัยการตั้งเป้าหมาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กร ด้านสังคม ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายหลังจากสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดนนทบุรี

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กร	การพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน (ด้านสังคม)				
	b	Std.error	β	t	sig
ปัจจัยการตั้งเป้าหมาย	0.009	0.030	-0.049	-1.649	0.099
ปัจจัยการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ	0.024	0.035	-0.045	-1.289	0.197
ปัจจัยการจัดการคุณภาพและประสิทธิภาพ	0.091	0.037	0.018	0.502	0.615
ปัจจัยการควบคุมและวางแผน	0.136	0.037	0.062	1.650	0.099
ปัจจัยการประเมินความเสี่ยง	0.119	0.033	0.054	1.615	0.107

$R^2 = 0.020$, Adjust $R^2 = .008$, $F = 1.760$, $p < 0.05$

จากตารางที่ 4 ผลวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพัฒนาองค์กร ด้านสังคม ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายหลังสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดนนทบุรี พบว่า ไม่ส่งผลกระทบต่อพัฒนาองค์กร ด้านสังคม ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายหลังสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานในการวิจัยที่ตั้งไว้ อธิบายได้จากสมการและแผนภาพที่ 4.3 ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2 แสดงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพัฒนาองค์กรของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

————— ตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่อพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน ด้านสังคม
 ----- ตัวแปรที่ไม่ส่งผลกระทบต่อพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน ด้านสังคม

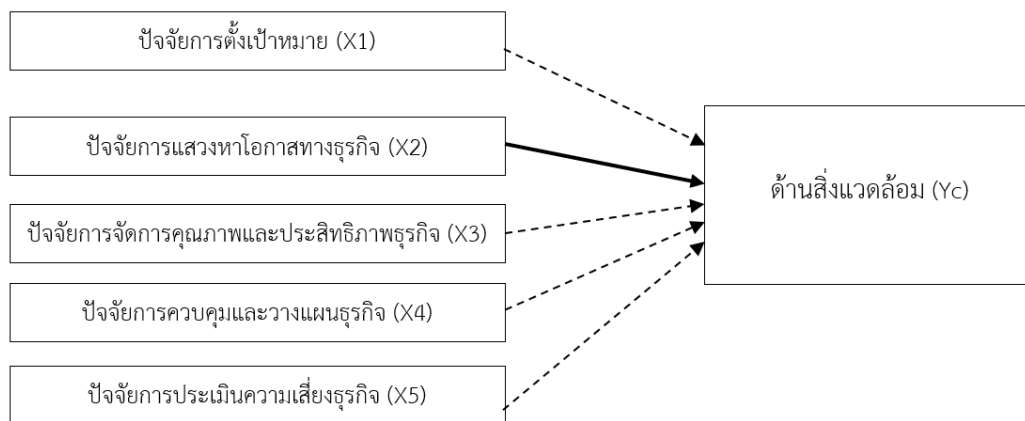
สรุปได้ว่า ปัจจัยไม่ส่งผลกระทบต่อพัฒนาองค์กร ด้านสังคม ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายหลังสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพัฒนาองค์กร ด้านสิ่งแวดล้อม ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายหลังสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดนนทบุรี

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพัฒนาองค์กร	การพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน (ด้านสิ่งแวดล้อม)				
	b	Std.error	β	t	sig
ปัจจัยการตั้งเป้าหมาย	0.051	0.027	-0.002	-0.087	0.930
ปัจจัยการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ	0.152	0.032	0.089	2.765	0.005*
ปัจจัยการจัดการคุณภาพและประสิทธิภาพ	0.268	0.033	0.202	6.040	3.416
ปัจจัยการควบคุมและวางแผน	0.048	0.034	-0.018	-0.530	0.596
ปัจจัยการประเมินความเสี่ยง	0.060	0.030	0.001	0.042	0.966

$R^2 = 0.100$, Adjust $R^2=0.089$, $F=9.283$, $p < 0.05$

จากตารางที่ 5 ผลวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กร ด้านสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายหลังสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดนนทบุรี พบว่า ปัจจัยการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กรของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายหลังสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดนนทบุรี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยพิจารณาจากค่า Significance เมื่อวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด (Adjust $R^2 = 0.089$) โดยมีตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ สามารถอธิบายการผันแปรของตัวแปรตาม คือ การพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน โดยการวิเคราะห์ค่าสถิติทดสอบ $F = 2.972$ ค่า Sig มีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ตัวแปรต้นอย่างน้อย 1 ตัว มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานในการวิจัยที่ตั้งไว้ อธิบายได้จากสมการและแผนภาพที่ 4.4 ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 3 แสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กร ด้านสิ่งแวดล้อม ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

————— ตัวแปรที่ส่งผลต่อการพัฒนากรอย่างยั่งยืน ด้านสิ่งแวดล้อม
 ----- ตัวแปรที่ไม่ส่งผลต่อการพัฒนากรอย่างยั่งยืน ด้านสิ่งแวดล้อม

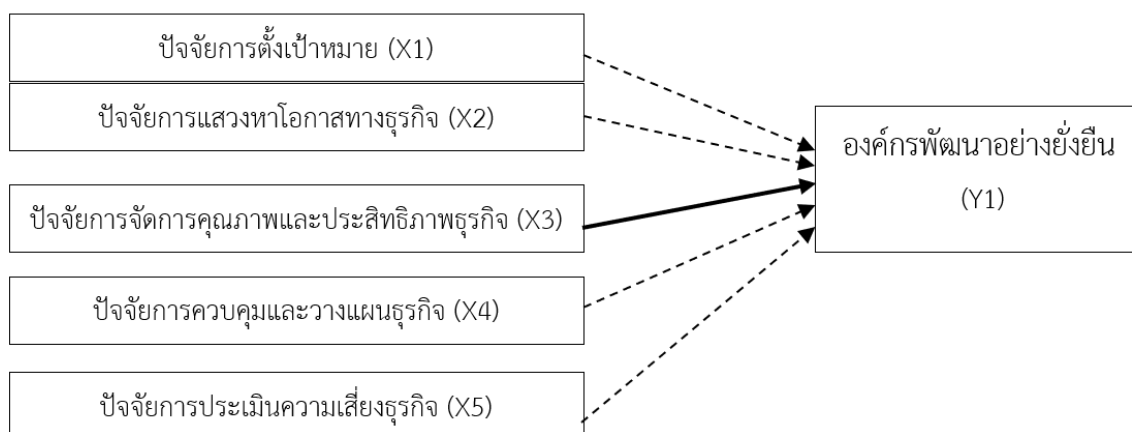
สรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กรของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายหลังสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดนนทบุรี ได้แก่ ปัจจัยการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ตาราง ที่ 6 วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กร รวมทุกด้าน ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายหลังสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดนนทบุรี

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กร	การพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน (รวมทุกด้าน)				
	b	Std.error	β	t	sig
ปัจจัยการตั้งเป้าหมาย	0.054	0.054	0.021	1.304	0.192
ปัจจัยการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ	0.063	0.063	0.025	1.289	0.197
ปัจจัยการจัดการคุณภาพและประสิทธิภาพ	0.116	0.116	0.075	3.721	0.000*
ปัจจัยการควบคุมและวางแผน	0.041	0.041	0.000	0.030	0.975
ปัจจัยการประเมินความเสี่ยง	0.055	0.055	0.019	1.061	0.289

$R^2 = 0.046$, Adjust $R^2 = .034$, $F = 4.011$, $p < 0.05$

จากตารางที่ 6 ผลวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กร ทุกด้าน ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายหลังสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดนนทบุรี พบว่า ปัจจัยการจัดการคุณภาพและประสิทธิภาพ ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กรของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายหลังสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดนนทบุรี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยพิจารณาจากค่า Significance เมื่อวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด (Adjust $R^2 = 0.034$) โดยมีตัวแปรอิสระคือ ปัจจัยการจัดการคุณภาพและประสิทธิภาพ สามารถอธิบายการผันแปรของตัวแปรตาม คือ การพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน โดยการวิเคราะห์ค่าสถิติทดสอบ $F = 4.011$ ค่า Sig มีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ตัวแปรต้นอย่างน้อย 1 ตัว มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานในการวิจัยที่ตั้งไว้ อธิบายได้จากสมการและแผนภาพที่ 4.4 ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 4 แสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กรของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

————— ตัวแปรที่ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน รวมทุกด้าน
----- ตัวแปรที่ไม่ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน รวมทุกด้าน

สรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กร ทุกด้าน ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายหลังสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดนนทบุรี ได้แก่ ปัจจัยการจัดการคุณภาพและประสิทธิภาพธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

อภิปรายผล

ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายหลังสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดนนทบุรี ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กร ได้แก่ 1. ปัจจัยด้านการตั้งเป้าหมาย 2. ปัจจัยด้านการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ 3. ปัจจัยด้านการจัดการคุณภาพและประสิทธิภาพ 4. ปัจจัยด้านควบคุมและวางแผน 5. ปัจจัยด้านการประเมินความเสี่ยง ตัวแปรตาม คือ องค์กรพัฒนาอย่างยั่งยืน 3 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านการเงิน 2. ด้านสังคม 3. ด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งผู้วิจัย ได้แบ่งประเด็นในการอภิปรายตามผลการศึกษาและสมมุติฐานการวิจัยดังนี้

ปัจจัยด้านการตั้งเป้าหมายเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน ด้านการเงินผู้ประกอบการจะประเมินความสามารถของตนเองและทีมงาน จะไม่ทำอะไรเกินตัวเกินความเป็นจริงที่สามารถจะทำได้ เรียกได้ว่าพอเพียงเป็นที่สุด มีการตั้งเป้าหมายที่ชัดเจน เฉพาะเจาะจง มีกำหนดระยะเวลาที่สามารถบรรลุเป้าหมาย และจะเป็นผู้ทำงานให้บรรลุเป้าหมายอย่างเต็มความสามารถทำงานอย่างเต็มพละกำลัง ประเมินว่าเต็มร้อยอย่างน้อยไป ต้องสอดคล้องกับความชำนาญและความสามารถที่มี จัดหนัก จัดเต็ม พร้อมทั้งจะเผชิญกับงานภายใต้สถานการณ์ที่มีความกดดัน โดยยึดการบรรลุเป้าหมายที่วางไว้เป็นหลัก สภาวะพัฒนาที่องค์กรยังคงให้ความสำคัญกับการเติบโตทางเศรษฐกิจ การสร้างผลประกอบการที่ดี มีเงินทุนและผลกำไรในการขยายกิจการให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง มีผลตอบแทนที่ดีกับผู้ถือหุ้น เพราะเป็น เป้าหมายหลักของการดำเนินธุรกิจ เป้าหมายจึงเป็นสิ่งสำคัญที่สุดก็คือองค์กรต้องมีเป้าหมายที่ชัดเจน มีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล ตลอดจนมีทิศทางเดินไปสู่จุดหมายให้เห็น เมื่อมีเป้าหมายที่ชัดเจนแล้วย่อมต้องมีนโยบายธุรกิจตลอดจนนโยบายองค์กรที่ออกมาเป็นแนวทางปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วย เป้าหมายที่ชัดเจน นโยบายที่มีประสิทธิภาพ จะมีส่วนที่ทำให้องค์กรพัฒนาได้อย่างรวดเร็ว มีทิศทาง และมีศักยภาพเพิ่มขึ้นด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Rodrigues, Franco, Silva, and Oliveira, C (2021) ซึ่งศึกษา

เรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของ SME:การศึกษาเชิงประจักษ์ซึ่งเป็นแนวทางโดยความสามารถเชิงพลวัตและมุมมองที่อ้างอิงกับแหล่งข้อมูล โดยผลของงานวิจัยดังกล่าวรายงานว่า ปัจจัยด้านการตั้งเป้าหมายทางการเงินเป็นตัวขับเคลื่อนการเติบโตอย่าง ยั่งยืนและการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันสำหรับ SME ในภูมิภาค

ปัจจัยด้านการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ เป็นปัจจัยที่ ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม การแสวงหากำไรอย่างยั่งยืน ไม่ใช่แสวงหากำไรสูงสุด (Sustainable profit not maximized profit) แต่ทำเพื่อประโยชน์ของลูกค้าและสังคม ไม่ใช่เพื่อลูกค้าเพียงอย่างเดียว (Customer and Social Benefit not only Customer) เพราะนอกจากธุรกิจจะต้องเสียภาษีแล้วยังจะต้องจัดสรรงบประมาณจำนวนหนึ่งเพื่อช่วยเหลือสิ่งแวดล้อมและสังคมทุกปี เช่น จัดตั้งมูลนิธิเกี่ยวกับ สิ่งแวดล้อม และการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ รวมไปถึงการรักษาและฟื้นฟูสภาพแวดล้อมที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจ สวงหากำไรอย่างยั่งยืน ไม่ใช่แสวงหากำไรสูงสุด (Sustainable profit not maximized profit) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chandler (2007) ที่กล่าวว่า ผู้ประกอบการชาย และหญิงมีวิถีคิด วิถีปฏิบัติ ที่แตกต่างกันในการริเริ่มธุรกิจใหม่ในการแสวงหาโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการหญิงมองโลกผ่านมุมมองที่แตกต่างและทำ ในสิ่งที่แตกต่างจากผู้ประกอบการชาย โดยไม่ใช่ เพียงแต่ประเภทธุรกิจที่ทำแต่รวมถึงวิธีการทำธุรกิจ

ปัจจัยด้านการจัดการคุณภาพและประสิทธิภาพส่งผลต่อการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนโดยรวมทุกด้าน ณัฐวรท ผ่องสุวรรณ (2559) ได้ให้ความหมายของคำว่า ประสิทธิภาพใน การบริหารงานด้านทางธุรกิจในความหมายอย่างแคบว่า หมายถึงการลดต้นทุนในการผลิต และความหมายอย่างกว้างหมายถึงคุณภาพของการมีประสิทธิภาพ (quality of effectiveness) และความสามารถในการผลิต (competence and capability) และในการดำเนินงานทางด้านธุรกิจที่จะถือว่ามีประสิทธิภาพสูงสุดก็เพื่อสามารถผลิตสินค้าหรือบริการในปริมาณและ คุณภาพที่ต้องการที่เหมาะสมและต้นทุนน้อยที่สุดเพื่อคำนึงถึงสถานการณ์และข้อผูกพันด้านการเงินที่มีอยู่ดังนั้น แนวความคิดของคำว่า ประสิทธิภาพในด้านธุรกิจมีองค์ประกอบ 5 ประการคือ ต้นทุน (cost) คุณภาพ (quality) ปริมาณ (quantity) และวิธีการ (method) ในการผลิต นอกจากนี้ การกระทำของแต่ละบุคคลที่มีความสามารถและความพร้อมที่จะทุ่มเทให้กับการทำงานอย่างเต็มที่ที่มีกระบวนการและขั้นตอนในการทำงานอย่างชัดเจนให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพงานถูกต้อง ได้ปริมาณตามที่กำหนดและเสร็จทันเวลาตามมาตรฐาน

ปัจจัยด้านควบคุมและวางแผนและปัจจัยการประเมินความเสี่ยงธุรกิจ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน การดำเนินธุรกิจต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงในหลายๆ ด้าน ส่งผลให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายหลังสถานการณ์การระบาดของโรคติด

เชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ต้องเตรียมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค มีการนำกฎระเบียบและนโยบายทางภาษีมาเป็นเครื่องมือสร้างโอกาสและความได้เปรียบทางการค้ามากขึ้น รวมถึงเรื่องการค้าคลนทรัพยากรและผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศ ถือเป็นความท้าทายของทรัพยากรและพลังงานให้มีเพียงพอต่อความต้องการ รวมถึงการบรรเทาภาวะโลกร้อน ซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศที่มีแนวโน้มรุนแรงขึ้นในอนาคต ประเด็นเหล่านี้คือปัจจัยส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของโลก นำมาซึ่งโอกาสและความเสี่ยงที่ทำให้ธุรกิจต่าง ๆ ต้องปรับตัวเตรียมการรับมือกับเรื่องดังกล่าว เพื่อให้องค์กรสามารถอยู่รอดได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภายหลังจากสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดนนทบุรี ทำให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ต้องปรับตัวเตรียมการรับมือกับเรื่องดังกล่าว เพื่อให้องค์กรสามารถอยู่รอดได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

การกำหนดนโยบายของภาครัฐบาลเพื่อส่งเสริมสนับสนุนธุรกิจ SMEs ของไทย ควรนำปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจของผู้ประกอบการ SMEs ที่ส่งผลกระทบต่อพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม เป็นแนวคิดในการพัฒนาอย่างยั่งยืนของธุรกิจ การเผยแพร่ผลงานวิจัยของธุรกิจ SMEs นักวิจัยส่วนใหญ่จะเน้นการเผยแพร่ผ่าน บทความวิชาการที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ ซึ่งอาจไม่ถูกเข้าถึงเป้าหมายผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ดังนั้นควรมีการเผยแพร่ผลงานวิจัยโดยการจัดอบรมสัมมนาแก่ผู้ประกอบการ SMEs ร่วมด้วย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรจะศึกษาให้ครอบคลุมถึงปัจจัยหลาย ๆ ด้านที่ส่งผลกระทบต่อพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน
2. ควรจะศึกษาจากผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศ เรื่องนี้ถือเป็นความท้าทายว่าจะทำอย่างไรเราถึงจะมีทรัพยากรและพลังงานเพียงพอต่อความต้องการ

บรรณานุกรม

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2566). ข้อมูลสถิติการจดทะเบียนตั้งใหม่ของนิติบุคคลแยกเป็นรายจังหวัด.

ค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2566, จาก <https://opendata.dbd.go.th/dataset/>

- ณัฐวรท ฝ่องสุวรรณ. (2559). ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานราชการส่วนกลางของกรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย (วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2564). การบริหารกลุ่มหลักทรัพย์ลงทุน (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: บริษัทบุญศิริการพิมพ์ จำกัด.
- วิลาสินี ทองเฉลิม. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงินกับความอยู่รอดขององค์กรของธุรกิจ SMEs ประเภทไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- เสาวณี จันทะพงษ์. (2566). การปรับเปลี่ยนระบบห่วงโซ่อุปทานโลกหลังโควิด 19. ธนาคารแห่งประเทศไทย. ค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2566, จาก <https://www.bot.or.th/th/research>
- Rodrigues, M., Franco, M., Silva, R., & Oliveira, C. (2021). Success factors of SMEs: Empirical study guided by dynamic capabilities and resources-based view. *Sustainability*, 13(12301), 1–17. <https://doi.org/10.3390/su132212301>

การพัฒนาหลักสูตรการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐานเพื่อสร้างทักษะอาชีพ
ในท้องถิ่นเรื่องข้าวแต๋นและขนมวงโบราณ โรงเรียนบ้านเวียงแหง
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3
Community-Based Learning Curricular Development to Enhance
the Local Career Skills on the Rice Cracker and Traditional Doughnut
at Ban Wiang Haeng School under the Chiang Mai Primary Educational
Service Area Office 3.

สิริลักษณ์ ผาบปิศาจวงศ์

นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่

E-mail: siriloveten@gmail.com

ธีระภัทร ประสมสุข

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่

E-mail: teerapat@northcm.ac.th

พงษ์ไทย บัววัด

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกสาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่

E-mail: pongthai@northcm.ac.th

Sirilak Pabpijjawong

Student, Master of Education Program in Educational Administration,

North-Chiang Mai University

Teerapat Prasomsuk

Lecturer, Master of Education Program in Educational Administration,

North-Chiang Mai University

Pongthai Bouwat

External expert, Master of Education Program in Educational Administration,

North-Chiang Mai University

รับเข้า : 11 มีนาคม 2566

แก้ไข : 1 เมษายน 2566

ตอบรับ : 5 เมษายน 2566

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความต้องการในการพัฒนาหลักสูตร เพื่อสร้างตรวจสอบคุณภาพ ทดลองใช้ และประเมินผลการใช้หลักสูตรการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐานเพื่อสร้างทักษะอาชีพในท้องถิ่นเรื่องข้าวแต๋นและขนมวงโบราณ โรงเรียนบ้านเวียงแหง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3 ประชากร คือ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1/2 ผู้ปกครองนักเรียน ผู้บริหาร ครูและบุคลากรทางการศึกษา คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน ครูภูมิปัญญาท้องถิ่น จำนวน 60 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสำรวจความต้องการในการพัฒนาหลักสูตร แบบประเมินความเหมาะสม ความสอดคล้ององค์ประกอบของหลักสูตร แผนการจัดการเรียนรู้และแบบประเมินความพึงพอใจในการใช้หลักสูตร วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1)ความต้องการในการพัฒนาหลักสูตรของนักเรียน ผู้ปกครองนักเรียน ครูภูมิปัญญาท้องถิ่น ผู้บริหาร ครูและบุคลากรทางการศึกษา คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน อยู่ในระดับมากที่สุด โครงสร้างของหลักสูตรประกอบด้วย จุดหมายของหลักสูตร โครงสร้างของเนื้อหา/เวลาเรียน มาตรฐานการเรียนรู้ ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง สารการเรียนรู้ แนวการจัดการเรียนรู้ คำอธิบายรายวิชา สื่อ/แหล่งเรียนรู้ และการวัดผลประเมินผล 2)การตรวจสอบคุณภาพหลักสูตร ด้านความเหมาะสมมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก และด้านความสอดคล้องของหลักสูตร ทุกประเด็น มีความสอดคล้องกัน 3)ผลการทดลองใช้หลักสูตร พบว่า ด้านทักษะการปฏิบัติงาน ด้านผลงาน ทักษะอาชีพและด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีเยี่ยมทุกด้าน และ 4)ผลการประเมินความพึงพอใจในการใช้หลักสูตรโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ: หลักสูตรการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐาน ทักษะอาชีพ ข้าวแต๋นและขนมวงโบราณ

Abstract

This research aimed to explore the need for curriculum development to establish, monitor, test and evaluate the use of community-based learning management curriculum to enhance the local career skills on the rice cracker and traditional doughnut at Ban Wiang Haeng School under the Chiang Mai Primary Educational Service Area Office 3. The population consisted of 60 Pratom Suksa 1/2 students, parents, administrators, teachers, educational personnel, the school committees, and local wisdom teachers. The curriculum development needs surveys, appropriateness assessment, curriculum composition consistency assessment, learning

management plan, and curriculum satisfaction assessment. The data was analyzed by the statistical methods of arithmetic averages, standard deviation, and content analysis.

The results showed that 1) the curriculum development needs of students, parents, administrators, teachers and educational personnel, the school committees and local wisdom teachers were at the highest level. The curriculum structure consisted of the curriculum destination, the structure of the content/ learning time, learning standards, expected learning outcomes, learning subjects, learning management practices, course descriptions, materials/resources, measurement and evaluation, quality assessment, 2) curriculum appropriateness, the overall average was at a high level. The consistency of the curriculum, all issues were consistent. 3) The results of the curriculum trial showed that the performance skills, career skills, and academic achievement averages were at an excellent level. and 4) The overall curriculum satisfaction assessment was at the highest level.

Keywords: Community Based Learning Management Curriculum, career skills, rice cracker and traditional doughnut

บทนำ

หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551(ฉบับปรับปรุง 2560) เป็นหลักสูตรที่กำหนดขึ้นตาม พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2545 เป็นหลักสูตรแกนกลางของประเทศ ที่มีจุดประสงค์จะพัฒนาคุณภาพผู้เรียน ให้เป็นคนดี มีปัญญา มีคุณภาพชีวิตที่ดี มีขีดความสามารถ ในการแข่งขัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเพิ่ม ศักยภาพผู้เรียนให้สูงขึ้น สามารถดำรงชีวิตอยู่อย่างมีความสุขได้ บนพื้นฐานของความเป็นไทยและ ความเป็นสากล รวมทั้งมีความสามารถในการประกอบอาชีพหรือ ศึกษาต่อตามความถนัดและ ความสามารถของแต่ละบุคคล หลักสูตรแกนกลางของประเทศจึงเป็นกรอบทิศทางการจัดทำ หลักสูตรสถานศึกษา โดยมีมาตรฐานเป็นข้อกำหนดคุณภาพของผู้เรียน สถานศึกษา ต้องนำสาระและ มาตรฐานการเรียนรู้ที่กำหนด ในหลักสูตรไปจัดทำหลักสูตรสถานศึกษาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับ สภาพปัญหาชุมชนและสังคม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ให้ผู้เรียนเป็นสมาชิก ที่ดีของครอบครัว ชุมชน สังคม ประเทศชาติ และพลโลก (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษา ขั้นพื้นฐาน, 2551: 3-8)

จากการศึกษาสภาพชุมชนบ้านเวียงแหง พบว่าอำเภอเวียงแหงเปรียบเสมือนศูนย์รวมของ
ผู้คนหลายกลุ่มชาติพันธุ์ กลุ่มที่ตั้งถิ่นฐานกระจายอยู่บริเวณที่ราบลุ่มริมฝั่งแม่น้ำแดง และ
บริเวณทิวเขาสูง ซึ่งในปัจจุบันความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีเข้ามามีอิทธิพลต่อการ
ดำเนินชีวิตของคนในพื้นที่สูงแห่งนี้เช่นเดียวกับพื้นที่ทั่วไป คนรุ่นใหม่ไม่สนใจสืบสานทักษะอาชีพ
ของชุมชน หากเวลาเนิ่นนานไปภูมิปัญญาและวัฒนธรรมดั้งเดิมเหล่านี้จะถูกครอบงำโดยวัฒนธรรม
ต่างถิ่น ทำให้อัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์เดิมสูญหายไปในที่สุด ดังนั้นอัตลักษณ์และ
เอกลักษณ์ของชาติพันธุ์ควรได้รับการสืบทอดเช่นทักษะอาชีพของชุมชนในท้องถิ่นที่มีอยู่เพื่อให้
เยาวชนรุ่นหลังเกิดความภาคภูมิใจในบรรพบุรุษ ถิ่นกำเนิดของตนและร่วมกันสืบสานให้คงอยู่สืบไป

หลักสูตรสถานศึกษาของโรงเรียนบ้านเวียงแหง กำหนดขึ้นโดยสอดคล้องกับสภาพท้องถิ่น
เป็นไปตามเป้าหมายการศึกษา กล่าวคือ การดำเนินจัดทำหลักสูตรท้องถิ่น มีข้อสรุปจากการประเมิน
คุณภาพภายนอกโดยสำนักรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา (สมศ.) ซึ่งเข้าประเมิน
โรงเรียน เมื่อวันที่ 7 - 9 เดือนมกราคม พ.ศ. 2563 ซึ่งมีข้อเสนอแนะ ไว้ว่า ในชุมชนบ้านเวียงแหง
มีจุดเด่นหลายประการ โดยเฉพาะภูมิปัญญาท้องถิ่น แหล่งเรียนรู้ หลากหลายสามารถนำมาพัฒนา
ใช้ในการจัดการเรียนการสอน สรรหาภูมิปัญญาท้องถิ่น จัดทำเป็นหลักสูตรท้องถิ่นจัดกิจกรรม
การเรียนการสอนให้เรียนรู้ตามหลักสูตรอย่างต่อเนื่อง โรงเรียนบ้านเวียงแหงสามารถจัดการศึกษา
เพื่อให้เกิดความเข้มแข็งของชุมชน โดยศักยภาพของชุมชนที่มีอยู่แบ่งปันช่วยเหลือ จัดการศึกษา
ให้นักเรียน เรียนรู้สิ่งต่าง ๆ ใกล้ตัวชุมชนที่อาศัยอยู่ โดยการที่ชุมชนนำภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ามา
มีส่วนร่วมในการพัฒนาหลักสูตรสถานศึกษา ได้เรียนรู้เกี่ยวกับทักษะอาชีพของชุมชนท้องถิ่นตนเอง
ซึ่งผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาของชุมชนเวียงแหงที่สร้างอาชีพและรายได้แก่ชุมชน ที่สำคัญได้แก่
ข้าวแต่น ชนมวงโบราณ ไข่เค็ม กระเทียมดอง ถั่วเน่าแชบ น้ำพริกควัทราย ชาใบหม่อน กาแฟ
ไวน์ผลไม้ แยมผลไม้ ใส่อั่ว และแคบหมู ทำให้นักเรียนรู้จักและเข้าใจท้องถิ่น (โรงเรียนบ้านเวียงแหง
พ.ศ.2565:20)

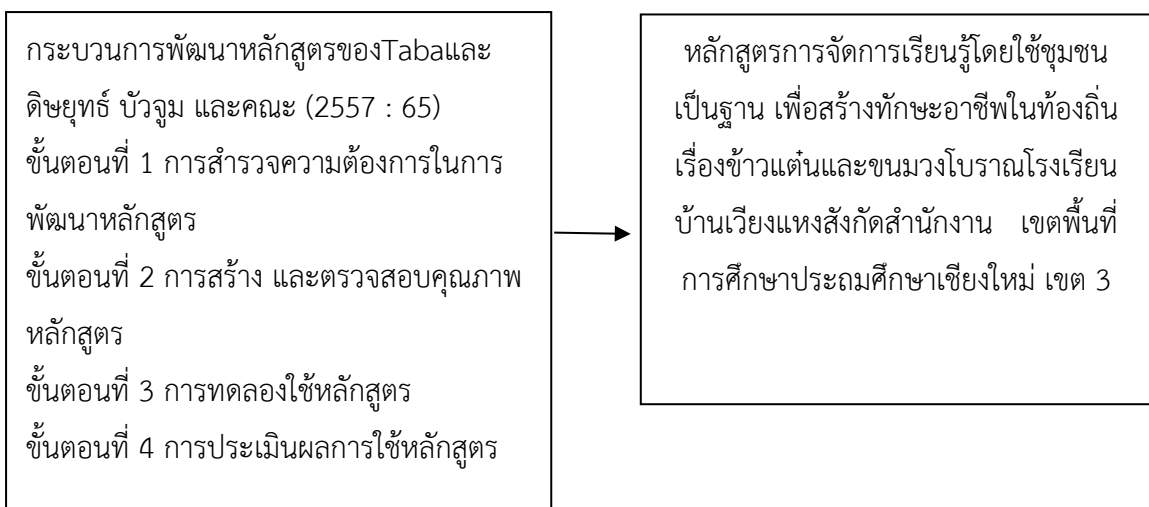
ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ที่จะทำวิจัยเรื่องการพัฒนาหลักสูตรการจัดการเรียนรู้โดยใช้
ชุมชนเป็นฐาน เพื่อสร้างทักษะอาชีพในท้องถิ่น เรื่องข้าวแต่นและชนมวงโบราณ โรงเรียน
บ้านเวียงแหง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3 เพื่อสืบทอดภูมิปัญญา
ท้องถิ่น โดยคำนึงถึงความเหมาะสมกับศักยภาพของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่1/2 และเพื่อให้เกิด
ความรู้ ทักษะอาชีพ ความตระหนักและเห็นความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่มีอยู่ให้กับคนรุ่นหลัง
รวมทั้งมีความภาคภูมิใจในบรรพบุรุษและถิ่นกำเนิดของตนและร่วมกันพัฒนาให้เป็นที่รู้จักต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจความต้องการในการพัฒนาหลักสูตรการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐาน เพื่อสร้างทักษะอาชีพในท้องถิ่นเรื่องข้าวแต่นและขนมวงโบราณ โรงเรียนบ้านเวียงแหง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3
2. เพื่อสร้างและตรวจสอบคุณภาพของหลักสูตรการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐาน เพื่อสร้างทักษะอาชีพในท้องถิ่นเรื่องข้าวแต่นและขนมวงโบราณ โรงเรียนบ้านเวียงแหง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3
3. เพื่อทดลองใช้หลักสูตรการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐาน เพื่อสร้างทักษะอาชีพในท้องถิ่นเรื่องข้าวแต่นและขนมวงโบราณ โรงเรียนบ้านเวียงแหง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3
4. เพื่อประเมินผลการใช้หลักสูตรการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐาน เพื่อสร้างทักษะอาชีพในท้องถิ่นเรื่องข้าวแต่นและขนมวงโบราณโรงเรียนบ้านเวียงแหง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง นำมาประมวลเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ได้ดังนี้ ขั้นตอนของการดำเนินการพัฒนาหลักสูตร (Taba, 1962: 456-459) อ้างถึงใน พิจิตรา ธงพานิช (2561:1-2) และดิษยุทธิ์ บัวจุม และคณะ (2557: 65) ดังนี้ขั้นตอนที่ 1 การสำรวจความต้องการในการพัฒนาหลักสูตร ขั้นตอนที่ 2 การสร้าง และตรวจสอบคุณภาพหลักสูตร ขั้นตอนที่ 3 การทดลองใช้หลักสูตร ขั้นตอนที่ 4 การประเมินผลการใช้หลักสูตร นำมาประมวลเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1/2 โรงเรียนบ้านเวียงแหงปีการศึกษา 2565 จำนวน 1 ห้อง รวม 25 คน ผู้บริหารและครูผู้สอน ผู้ปกครองนักเรียน กรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน และครูภูมิปัญญาท้องถิ่น รวม 60 คน

ใช้ประชากรในการสำรวจความต้องการพัฒนาหลักสูตรการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐาน เพื่อสร้างทักษะอาชีพในท้องถิ่นเรื่องการพัฒนาข้าวแต่นและขนมวงโบราณ ประกอบด้วยผู้บริหารและครูผู้สอนจำนวน 3 คน นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1/2 จำนวน 25 คน ผู้ปกครอง 25 คน กรรมการสถานศึกษาจำนวน 5 คนและครูภูมิปัญญาท้องถิ่นจำนวน 2 คน รวม 60 คน

ผู้ทรงคุณวุฒิในการประเมินความเหมาะสม ความสอดคล้องของหลักสูตรฯ ประกอบด้วยอาจารย์ในมหาวิทยาลัย 1 คน ศึกษานิเทศก์ 1 คน ผู้บริหารสถานศึกษา 1 คน รวม 3 คน

กลุ่มเป้าหมายในการประเมินความพึงพอใจในการใช้หลักสูตรการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐาน เพื่อสร้างทักษะอาชีพในท้องถิ่นเรื่องข้าวแต่นและขนมวงโบราณ โรงเรียนบ้านเวียงแหง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3 ประกอบด้วยครูภูมิปัญญาท้องถิ่น 2 คน ผู้ปกครอง 25 คน และนักเรียน 25 รวม 52 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย

1. แบบสำรวจความต้องการในการพัฒนาหลักสูตร เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามแบบของลิเคิร์ท (Likert) โดยนำผลการวิเคราะห์ทางสถิติมาแปลผล ตามเกณฑ์ของบุญชม ศรีสะอาด (2556: 121) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00	แปลความหมายว่า	มีความต้องการระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50	แปลความหมายว่า	มีความต้องการระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50	แปลความหมายว่า	มีความต้องการระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50	แปลความหมายว่า	มีความต้องการระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50	แปลความหมายว่า	มีความต้องการระดับน้อยที่สุด

2. แบบประเมินความเหมาะสมองค์ประกอบของหลักสูตร เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามแบบของลิเคิร์ท (Likert) โดยนำผลการวิเคราะห์ทางสถิติมาแปลผลตามเกณฑ์ของบุญชม ศรีสะอาด (2556: 121)

3. แบบประเมินความสอดคล้ององค์ประกอบของหลักสูตร ด้วยเทคนิค IOC (Index of Item-objective Congruence) โดยพิจารณาจากค่า IOC ที่มากกว่า 0.5 ขึ้นไป (บุญชม ศรีสะอาด, 2554 : 97) โดยมีการกำหนดคะแนนที่ผู้เชี่ยวชาญให้ ดังนี้

+ 1 หมายถึงคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยหรือนิยามปฏิบัติการ

0 หมายถึงไม่แน่ใจว่าคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยหรือนิยามปฏิบัติการ

- 1 หมายถึงคำถามไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยหรือนิยามปฏิบัติการ

4. แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสาระการเรียนรู้เพิ่มเติมกลุ่มสาระการเรียนรู้
การงานและเทคโนโลยีเรื่องข้าวแต๋นและขนมวงโบราณ จำนวน 20 ข้อ

เกณฑ์การประเมิน

ได้ 18-20 คะแนน ระดับคุณภาพ 4 ดีเยี่ยม

ได้ 16-17 คะแนน ระดับคุณภาพ 3 ดีมาก

ได้ 10-15 คะแนน ระดับคุณภาพ 2 ปานกลาง

ได้ 1-9 คะแนน ระดับคุณภาพ 1 น้อย

เกณฑ์การตัดสิน ปฏิบัติได้ตั้งแต่ระดับคุณภาพ ดีมาก ขึ้นไปถือว่าผ่านเกณฑ์

5. แบบประเมินผลงานนักเรียน

เกณฑ์การประเมิน

ได้ 4 คะแนน ระดับคุณภาพ 4 ดีเยี่ยม

ได้ 3 คะแนน ระดับคุณภาพ 3 ดีมาก

ได้ 2 คะแนน ระดับคุณภาพ 2 ปานกลาง

ได้ 1 คะแนน ระดับคุณภาพ 1 น้อย

เกณฑ์การตัดสิน ปฏิบัติได้ตั้งแต่ระดับคุณภาพ ดีมาก ขึ้นไปถือว่าผ่านเกณฑ์

6. แบบวัดทักษะการปฏิบัติงาน

เกณฑ์การประเมิน เหมือนกับ แบบประเมินผลงานนักเรียน

7. แบบประเมินความพึงพอใจในการใช้หลักสูตร เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ
(Rating Scale) ตามแบบของลิเคิร์ท (Likert) โดยนำผลการวิเคราะห์ทางสถิติมาแปลผล ตามเกณฑ์
ของบุญชม ศรีสะอาด (2556: 121)

การหาคุณภาพของเครื่องมือ ดำเนินการดังนี้

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) และการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น
(Reliability) ของแบบสอบถาม เพื่อนำมาปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความชัดเจนและเหมาะสม ดังนี้

1. การทดสอบหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) ด้วยการนำแบบสอบถามเรื่องความต้องการ
ในการพัฒนาหลักสูตร แบบประเมินความสอดคล้องของหลักสูตร แบบประเมินความเหมาะสมของ
หลักสูตรและแบบประเมินความพึงพอใจการใช้หลักสูตร ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น ได้ขอคำแนะนำจาก
อาจารย์ที่ปรึกษา

2. นำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คนทำการตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ด้วยเทคนิค IOC (Index of Item-objective Congruence) โดยพิจารณาจากค่า IOC ที่มากกว่า 0.5 ขึ้นไป (บุญชม ศรีสะอาด, 2554: 97)

โดยมีการกำหนดคะแนนที่ผู้เชี่ยวชาญให้ ดังนี้

- + 1 หมายถึงคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยหรือนิยามปฏิบัติการ
- 0 หมายถึงไม่แน่ใจว่าคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยหรือนิยามปฏิบัติการ

- 1 หมายถึงคำถามไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยหรือนิยามปฏิบัติการ

3. หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) หรือความสอดคล้องภายในด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Alpha Cronbach Coefficient) โดยการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (try out) กับผู้บริหารสถานศึกษา ครูและบุคลากรทางการศึกษา จำนวน 30 คน จากโรงเรียนบ้านนวมและโรงเรียนบ้านกงลม โดยคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าแอลฟาตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป (บุญชม ศรีสะอาด, 2554: 99) ได้ค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถาม ความต้องการฯ เท่ากับ 0.95 แบบสอบถามความเหมาะสมของหลักสูตร เท่ากับ 0.89 และแบบประเมินความพึงพอใจเท่ากับ 0.97

4. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิ และมีความสมบูรณ์นำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากรต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย ผลการวิจัยสรุปได้ ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ความต้องการในการพัฒนาหลักสูตรผู้วิจัยได้ดำเนินการสอบถามความต้องการในการพัฒนาหลักสูตรของนักเรียน

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความต้องการในการพัฒนาหลักสูตรการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐาน เพื่อสร้างทักษะอาชีพในท้องถิ่น เรื่องข้าวแต่นและขนมวงโบราณ โรงเรียนบ้านเวียงแหง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3 ของนักเรียน

ที่	ประเด็นความต้องการ	ระดับความ		แปลผล
		ต้องการ		
		μ	σ	
ด้านจุดหมายของหลักสูตร				
1	นักเรียนต้องการสืบทอดงานอาชีพข้าวแต่นและขนมวงโบราณโรงเรียนบ้านเวียงแหง	4.88	0.32	มากที่สุด

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความต้องการในการพัฒนาหลักสูตรการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐาน เพื่อสร้างทักษะอาชีพในท้องถิ่นเรื่องข้าวแต่นและขนมวงโบราณ โรงเรียนบ้านเวียงแหง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3 ของนักเรียน (ต่อ)

ที่	ประเด็นความต้องการ	ระดับความต้องการ		แปลผล
		μ	σ	
2	นักเรียนต้องการให้โรงเรียนจัดกิจกรรมการเรียนรู้อาชีพข้าวแต่นและขนมวงโบราณเพื่อให้นักเรียนเกิดความภูมิใจในถิ่นกำเนิดของตนเอง	4.80	0.40	มากที่สุด
3	นักเรียนต้องการให้โรงเรียนจัดกิจกรรมการเรียนรู้อาชีพข้าวแต่นและขนมวงโบราณเพื่อส่งเสริมการมีนิสัยรักการทำงาน	4.84	0.37	มากที่สุด
4	นักเรียนต้องการเรียนทำข้าวแต่นและขนมวงโบราณ เพื่อเป็นพื้นฐาน ในการประกอบอาชีพ	4.80	0.40	มากที่สุด
5	นักเรียนต้องการมีความรู้ เรื่องอาชีพข้าวแต่นและขนมวงโบราณ	4.84	0.37	มากที่สุด
6	นักเรียนต้องการมีทักษะการทำข้าวแต่นและขนมวงโบราณ	4.88	0.32	มากที่สุด
7	นักเรียนต้องการมีผลงานข้าวแต่นและขนมวงโบราณตามหลักสูตรการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐานเพื่อสร้างทักษะอาชีพในท้องถิ่นเรื่องอาชีพข้าวแต่นและขนมวงโบราณ	4.84	0.37	มากที่สุด
ด้านเนื้อหา				
8	นักเรียนต้องการให้โรงเรียนนำเนื้อหาเรื่อง อาชีพข้าวแต่นและขนมวงโบราณมาพัฒนาเป็นหลักสูตรการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐานเพื่อสร้างทักษะอาชีพในท้องถิ่น ของสถานศึกษา	4.84	0.37	มากที่สุด

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความต้องการในการพัฒนาหลักสูตร การจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐาน เพื่อสร้างทักษะอาชีพในท้องถิ่น เรื่องข้าวแต่นและขนมวงโบราณ โรงเรียนบ้านเวียงแหง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3 ของนักเรียน (ต่อ)

ด้านการจัดการเรียนการสอน				
9	นักเรียนต้องการให้ครูภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านอาหาร สอนทำ ข้าวแต่นและขนมวงโบราณแก่นักเรียน	4.84	0.37	มากที่สุด
10	นักเรียนต้องการเรียนอาชีพข้าวแต่นและขนมวงโบราณโดยใช้สถานที่ฝึกของกลุ่มครูภูมิปัญญาท้องถิ่น	4.80	0.40	มากที่สุด
11	นักเรียนต้องการเรียนอาชีพข้าวแต่นและขนมวงโบราณโดยใช้เครื่องมือ และอุปกรณ์ของกลุ่มครูภูมิปัญญาท้องถิ่น	4.84	0.37	มากที่สุด
12	นักเรียนต้องการเรียนวิชาอาชีพข้าวแต่นและขนมวงโบราณในช่วงเวลาหลังเลิกเรียน	4.96	0.20	มากที่สุด
13	นักเรียนต้องการให้โรงเรียนจัดกิจกรรมการเรียนรู้ทำ ข้าวแต่นและขนมวงโบราณโดยการปฏิบัติจริง	4.84	0.37	มากที่สุด
ด้านการบริหารจัดการหลักสูตร				
14	นักเรียนต้องการให้โรงเรียนจัด หลักสูตรการจัดการเรียนรู้ โดยใช้ชุมชนเป็นฐานเพื่อสร้างทักษะอาชีพในท้องถิ่น เรื่อง อาชีพข้าวแต่นและขนมวงโบราณในระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1	4.96	0.20	มากที่สุด
15	นักเรียนต้องการให้โรงเรียนจัดทำหลักสูตรการจัดการเรียนรู้ โดยใช้ชุมชนเป็นฐานเพื่อสร้างทักษะอาชีพในท้องถิ่น เรื่อง อาชีพข้าวแต่นและขนมวงโบราณในกลุ่มสาระการเรียนรู้เพิ่มเติม	4.88	0.32	มากที่สุด
16	นักเรียนต้องการให้การเรียนอาชีพข้าวแต่นและขนมวง โบราณเป็นวิชา เลือกเรียนตามความสนใจของนักเรียน	4.80	0.40	มากที่สุด
17	นักเรียนต้องการให้อาชีพข้าวแต่นและขนมวงโบราณเป็น ผลงานที่ทำให้โรงเรียนมีชื่อเสียง	4.84	0.37	มากที่สุด

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความต้องการในการพัฒนาหลักสูตรการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐาน เพื่อสร้างทักษะอาชีพในท้องถิ่นเรื่องข้าวแต่นและขนมวงโบราณ โรงเรียนบ้านเวียงแหง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3 ของนักเรียน (ต่อ)

ด้านการวัดผลประเมินผลการเรียน				
18	นักเรียนต้องการให้มีการประเมินผลการเรียน อาชีพข้าวแต่นและขนมวงโบราณโดยใช้แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน	4.76	0.43	มากที่สุด
19	นักเรียนต้องการให้มีการประเมินผลการเรียนอาชีพข้าวแต่นและขนมวงโบราณโดยวัดทักษะการปฏิบัติงาน	4.92	0.27	มากที่สุด
20	นักเรียนต้องการให้มีการประเมินผลการเรียน อาชีพข้าวแต่นและขนมวงโบราณโดยประเมินชิ้นงานข้าวแต่นและขนมวงโบราณ	4.84	0.37	มากที่สุด
โดยรวม		4.85	0.35	มากที่สุด

จากตาราง 1 พบว่าระดับความต้องการในการพัฒนาหลักสูตรการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐาน เพื่อสร้างทักษะอาชีพในท้องถิ่นเรื่องการพัฒนาข้าวแต่นและขนมวงโบราณโรงเรียนบ้านเวียงแหง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3 ของนักเรียน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu=4.85, \sigma=0.35$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ นักเรียนต้องการเรียนวิชาอาชีพข้าวแต่นและขนมวงโบราณในช่วงเวลาหลังเลิกเรียนอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu=4.96, \sigma=0.20$) รองลงมาคือนักเรียนต้องการให้มีการประเมินผลการเรียนอาชีพข้าวแต่นและขนมวงโบราณโดยวัดทักษะการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu=4.92, \sigma=0.27$) และต้องการสืบทอดงานอาชีพข้าวแต่นและขนมวงโบราณ, มีทักษะการทำข้าวแต่นและขนมวงโบราณในกลุ่มสาระการเรียนรู้เพิ่มเติม ทั้ง 3 ประเด็นมีค่าเท่ากัน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu=4.88, \sigma=0.32$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้ายคือ นักเรียนต้องการให้มีการประเมินผลการเรียนอาชีพข้าวแต่นและขนมวงโบราณโดยใช้แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu=4.76, \sigma=0.43$)

2. ผลการประเมินคุณภาพหลักสูตรโดยผู้เชี่ยวชาญ พิจารณาความสอดคล้องขององค์ประกอบหลักสูตร

ตารางที่ 2 ค่าดัชนีความสอดคล้อง(IOC)องค์ประกอบหลักสูตรการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐาน เพื่อสร้างทักษะอาชีพในท้องถิ่นเรื่องข้าวแต่นและขนมวงโบราณโรงเรียนบ้านเวียงแหง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3

ที่	ประเด็นความสอดคล้อง	ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC)	สอดคล้อง
1	สภาพปัญหากับจุดหมายของหลักสูตร	0.67	สอดคล้อง
2	จุดหมายของหลักสูตรเนื้อหาสาระของหลักสูตร	1.00	สอดคล้อง
3	มาตรฐานการเรียนรู้และผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง	1.00	สอดคล้อง
4	จุดหมายของหลักสูตรกับการวัดผลประเมินผล	1.00	สอดคล้อง
5	เนื้อหาของหลักสูตรกับแนวการจัดการเรียนรู้	1.00	สอดคล้อง
6	เนื้อหาของหลักสูตรกับสื่อการเรียนรู้	1.00	สอดคล้อง
7	โครงสร้างของเนื้อหากับเวลาเรียน	1.00	สอดคล้อง
8	กิจกรรมการเรียนรู้กับวิธีการประเมินผล	1.00	สอดคล้อง
9	สื่อการเรียนรู้กับการวัดผลประเมินผล	1.00	สอดคล้อง
10	คำอธิบายรายวิชากับการวัดผลประเมินผล	1.00	สอดคล้อง
โดยรวม		0.97	สอดคล้อง

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้เชี่ยวชาญประเมินความสอดคล้อง ของหลักสูตรการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐาน เพื่อสร้างทักษะอาชีพในท้องถิ่นเรื่องข้าวแต่นและขนมวงโบราณโรงเรียนบ้านเวียงแหง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3 องค์ประกอบของหลักสูตรทุกองค์ประกอบมีความสอดคล้องกันโดยมีค่าดัชนีความสอดคล้องของหลักสูตรโดยรวม 0.97

3. การประเมินผลการเรียนตามหลักสูตรการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐานเพื่อสร้างทักษะอาชีพในท้องถิ่นเรื่องข้าวแต่นและขนมวงโบราณ โรงเรียนบ้านเวียงแหง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3 โดยการนำคะแนนจากการประเมินผลเทียบกับเกณฑ์ในคู่มือการวัดผลประเมินผลของโรงเรียนบ้านเวียงแหง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3

ตารางที่ 3 ผลการเรียนรู้ของนักเรียนจากการปฏิบัติกิจกรรมการเรียนการสอนด้วยหลักสูตรการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐาน เพื่อสร้างทักษะอาชีพในท้องถิ่นเรื่องข้าวแต๋นและขนมวงโบราณ โรงเรียนบ้านเวียงแหง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3 โดยรวม

การประเมินผลการเรียน	ผลการประเมิน			ระดับคุณภาพ
	คะแนนเต็ม	คะแนนเฉลี่ย	ร้อยละนักเรียนผ่านเกณฑ์	
1. ทักษะการปฏิบัติงาน	4	3.85	100	ดีเยี่ยม
2. ผลงานทักษะอาชีพ	4	3.88	100	ดีเยี่ยม
3. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน	10	8.58	100	ดีเยี่ยม

จากตารางที่ 3 พบว่านักเรียนที่เรียนตามหลักสูตรการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐาน เพื่อสร้างทักษะอาชีพในท้องถิ่นเรื่องข้าวแต๋นและขนมวงโบราณ โรงเรียนบ้านเวียงแหง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3 ด้านทักษะการปฏิบัติงาน มีคะแนนเฉลี่ย 3.85 นักเรียนผ่านเกณฑ์การประเมินคิดเป็นร้อยละ 100 จากนักเรียนทั้งหมดจำนวน 25 คน ระดับคุณภาพดีเยี่ยม ด้านผลงานทักษะอาชีพ มีคะแนนเฉลี่ย 3.88 นักเรียนผ่านเกณฑ์การประเมินคิดเป็นร้อยละ 100 จากนักเรียนทั้งหมดจำนวน 25 คน ระดับคุณภาพดีเยี่ยม และมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเฉลี่ย 8.58 นักเรียนผ่านเกณฑ์คิดเป็นร้อยละ 100 จากนักเรียนทั้งหมดจำนวน 25 คน ระดับคุณภาพดีเยี่ยม ตามลำดับ

4. ผลการประเมินความพึงพอใจในการพัฒนาหลักสูตรการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐาน เพื่อสร้างทักษะอาชีพในท้องถิ่น เรื่องข้าวแต๋นและขนมวงโบราณโรงเรียนบ้านเวียงแหง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3 ของนักเรียน

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความพึงพอใจของนักเรียน ที่มีต่อการเรียน ด้วยหลักสูตรการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐาน เพื่อสร้างทักษะอาชีพในท้องถิ่น เรื่องข้าวแต๋นและขนมวงโบราณโรงเรียนบ้านเวียงแหง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3

ที่	ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		แปลผล
		μ	σ	
1	นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการกำหนดจุดประสงค์ของการจัดการเรียนการสอนตามหลักสูตรเรื่องข้าวแต๋นและขนมวงโบราณ	4.92	0.27	มากที่สุด
2	นักเรียนมีความพึงพอใจต่อเนื้อหาสาระการเรียนรู้ตามหลักสูตรเรื่องข้าวแต๋นและขนมวงโบราณ	3.76	1.24	มาก
3	นักเรียนมีความพึงพอใจต่อครูภูมิปัญญาท้องถิ่นเรื่องข้าวแต๋นและขนมวงโบราณ	4.80	0.40	มากที่สุด
4	นักเรียนมีความพึงพอใจต่อวิธีการให้ความรู้ของครูภูมิปัญญาท้องถิ่นเรื่องข้าวแต๋นและขนมวงโบราณ	4.96	0.20	มากที่สุด
5	นักเรียนมีความพึงพอใจต่อสื่ออุปกรณ์การเรียนตามหลักสูตรเรื่องข้าวแต๋นและขนมวงโบราณ	4.88	0.32	มากที่สุด
6	นักเรียนมีความพึงพอใจต่อเรื่องข้าวแต๋นและขนมวงโบราณ	5.00	0.00	มากที่สุด
7	นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการกำหนดผลการเรียนรู้ตามหลักสูตรเรื่องข้าวแต๋นและขนมวงโบราณ	4.84	0.37	มากที่สุด
8	นักเรียนมีความพึงพอใจต่อครูในการดูแลช่วยเหลือนักเรียนในขณะปฏิบัติกิจกรรมเรื่องข้าวแต๋นและขนมวงโบราณ	4.96	0.20	มากที่สุด
9	นักเรียนมีความพึงพอใจต่อทางโรงเรียนที่จัดให้เรียนเรื่องข้าวแต๋นและขนมวงโบราณในช่วงเวลาหลังเลิกเรียน	4.64	0.74	มากที่สุด
10	นักเรียนมีความพึงพอใจต่อทางโรงเรียนที่กำหนดระยะเวลาในการจัดกิจกรรมเรียนการสอน 2 ชั่วโมงต่อวัน	4.64	0.69	มากที่สุด
11	นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการจัดสรรเงินค่าวัสดุฝึกสำหรับการจัดการเรียนการสอนตามหลักสูตร	4.92	0.27	มากที่สุด
12	นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการอำนวยความสะดวกจากทางโรงเรียน	5.00	0.00	มากที่สุด

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความพึงพอใจของนักเรียน ที่มีต่อการเรียน ด้วยหลักสูตรการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐาน เพื่อสร้างทักษะอาชีพในท้องถิ่น เรื่องข้าวแต่นและขนมวงโบราณโรงเรียนบ้านเวียงแหง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3 (ต่อ)

ที่	ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		แปลผล
		μ	σ	
13	นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการอำนวยความสะดวกของครูภูมิปัญญาท้องถิ่น	5.00	0.00	มากที่สุด
14	นักเรียนมีความพึงพอใจต่อทางโรงเรียนที่เปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการเรียนการสอน	4.96	0.20	มากที่สุด
15	นักเรียนมีความพึงพอใจต่อทางโรงเรียนที่นำเอาความรู้เรื่องข้าวแต่นและขนมวงโบราณมาพัฒนาเป็นหลักสูตรการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐาน เพื่อสร้างทักษะอาชีพในท้องถิ่น	4.88	0.32	มากที่สุด
16	นักเรียนมีความพึงพอใจต่อความรู้และทักษะในเรื่องข้าวแต่นและขนมวงโบราณที่นักเรียนได้รับจากการจัดการเรียนรู้ตามหลักสูตร	4.96	0.20	มากที่สุด
17	นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการประเมินผลตามหลักสูตรเรื่อง ข้าวแต่นและขนมวงโบราณ	5.00	0.00	มากที่สุด
18	นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการประเมินผลโดยใช้แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน	4.84	0.37	มากที่สุด
19	นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการประเมินผลโดยวัดทักษะการปฏิบัติงาน	4.92	0.27	มากที่สุด
20	นักเรียนมีความพึงพอใจต่อผลงานตามหลักสูตรเรื่องข้าวแต่นและขนมวงโบราณ	4.96	0.20	มากที่สุด
โดยรวม		4.84	0.31	มากที่สุด

จากตาราง 4 พบว่า ความพึงพอใจของนักเรียน ที่มีต่อการเรียนด้วยหลักสูตรการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐาน เพื่อสร้างทักษะอาชีพในท้องถิ่นเรื่องข้าวแต่นและขนมวงโบราณโรงเรียนบ้านเวียงแหง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3 โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu=4.84, \sigma=0.31$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด

3 อันดับแรก คือ นักเรียนมีความพึงพอใจต่อเรื่องข้าวแต่นและขนมวงโบราณ, การอำนวยความสะดวกจากทางโรงเรียน, การอำนวยความสะดวกของครูภูมิปัญญาท้องถิ่น, การประเมินผลตามหลักสูตรเรื่องข้าวแต่นและ ขนมวงโบราณ ทั้ง 4 ประเด็น มีค่าเท่ากัน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu=5.00, \sigma=0.00$) รองลงมา คือ นักเรียนมีความพึงพอใจต่อวิธีการให้ความรู้ของครูภูมิปัญญาท้องถิ่นเรื่องข้าวแต่นและขนมวงโบราณ, ครูให้การดูแลช่วยเหลือนักเรียนในขณะปฏิบัติกิจกรรม, โรงเรียนที่เปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการเรียนการสอน, ความรู้และทักษะในเรื่องข้าวแต่นและขนมวงโบราณที่ได้รับ, ผลงานตามหลักสูตร ทั้ง 5 ประเด็น มีค่าเท่ากัน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu=4.96, \sigma=0.20$) และนักเรียนมีความพึงพอใจต่อการกำหนดจุดประสงค์ของการจัดการเรียนการสอนตามหลักสูตรเรื่องข้าวแต่น และขนมวงโบราณ, การจัดสรรเงินค่าวัสดุฝึกสำหรับการจัดการเรียนการสอนตามหลักสูตร, การประเมินผลโดยวัดทักษะการปฏิบัติงาน, ทั้ง 3 ประเด็น มีค่าเท่ากัน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu=4.92, \sigma=0.27$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้ายคือนักเรียนมีความพึงพอใจต่อเนื้อหาสาระการเรียนรู้ตามหลักสูตรเรื่องข้าวแต่นและขนมวงโบราณ อยู่ในระดับมาก ($\mu=3.76, \sigma=1.24$) นักเรียนได้ให้ข้อเสนอแนะว่า หลักสูตรควรมีเนื้อหาสาระการเรียนรู้ที่หลากหลายมากขึ้นเพื่อเพิ่มทักษะการเรียนรู้และทักษะอาชีพที่สามารถนำไปต่อยอดได้ในอนาคต

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า 1)ความต้องการในการพัฒนาหลักสูตรของนักเรียน ผู้ปกครองนักเรียน ครูภูมิปัญญาท้องถิ่น ผู้บริหาร ครูและบุคลากรทางการศึกษา คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน อยู่ในระดับมากที่สุด โครงสร้างของหลักสูตรประกอบด้วย จุดหมายของหลักสูตร โครงสร้างของเนื้อหา/เวลาเรียน มาตรฐานการเรียนรู้ ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง สาระการเรียนรู้ แนวการจัดการเรียนรู้ คำอธิบายรายวิชา สื่อ/แหล่งเรียนรู้ และการวัดผลประเมินผล 2)การตรวจสอบคุณภาพหลักสูตร ด้านความเหมาะสมมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก และด้านความสอดคล้องของหลักสูตรทุกประเด็น มีความสอดคล้องกัน 3)ผลการทดลองใช้หลักสูตร พบว่า ด้านทักษะการปฏิบัติงาน ด้านผลงาน ทักษะอาชีพและด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีเยี่ยมทุกด้าน และ4)ผลการประเมินความพึงพอใจในการใช้หลักสูตรโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

อภิปรายผล

การสำรวจความต้องการในการพัฒนาหลักสูตรการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐาน เพื่อสร้างทักษะอาชีพในท้องถิ่น พบว่า ค่าเฉลี่ยผลสำรวจความต้องการในการพัฒนาหลักสูตรการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐานเพื่อสร้างทักษะอาชีพในท้องถิ่น นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1/2 ผู้ปกครองนักเรียน ครูภูมิปัญญาท้องถิ่น ผู้บริหาร ครูและบุคลากรทางการศึกษา คณะกรรมการ

สถานศึกษาขั้นพื้นฐาน อยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากความต้องการปลูกฝังจิตสำนึกให้นักเรียนมีความภูมิใจในท้องถิ่น ต้องการส่งเสริมให้นักเรียนเห็นคุณค่าและความสำคัญของงานและอาชีพสุจริต ต้องการมีส่วนร่วมมือกับโรงเรียนในการบริหารจัดการหลักสูตรการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐานเพื่อสร้างทักษะอาชีพในท้องถิ่นเรื่องข้าวแต่นและขนมวงโบราณ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิย สุติสฺสตี (2562) ที่ได้ศึกษายุทธศาสตร์การบริหารหลักสูตรสถานศึกษา เพื่อส่งเสริมอาชีพและการมีงานทำในโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาแนวตะเข็บชายแดน จังหวัดเชียงราย ผลการวิจัยพบว่า สามารถกำหนดวิสัยทัศน์ คือ เป็นโรงเรียนสร้างโอกาส บูรณาการวิชาการเพื่อส่งเสริมอาชีพ และการมีงานทำสอดคล้องกับท้องถิ่น ยุทธศาสตร์เน้นโครงสร้างหลักสูตร ที่พัฒนาเพื่อใช้ในการจัดการ เรียนการสอนมีทักษะพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการประกอบอาชีพที่สนใจ ที่ใช้ได้จริงเห็นความสำคัญ ของการสร้างอาชีพสุจริต ประเมินทางเลือกในการประกอบอาชีพที่สอดคล้องกับความรู้ความถนัดและ ความสนใจของตนเอง โดยโรงเรียนกลุ่มตัวอย่างมีการดำเนินการระดับชั้นเรียนเหมือนกันจัดกิจกรรม ตามสภาพของโรงเรียนและชุมชน เหมาะสมกับงบประมาณ โดยครูผู้สอนมีบทบาทและมีความสำคัญต่อการเรียนการสอน

การสร้างและตรวจสอบคุณภาพหลักสูตรการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐานเพื่อสร้างทักษะอาชีพในท้องถิ่น การตรวจสอบความสอดคล้องของหลักสูตรโดยผู้เชี่ยวชาญ พบว่า ทุกประเด็นมีความสอดคล้องกัน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการกำหนดแหล่งเรียนรู้สื่อการเรียนมีความเหมาะสม การกำหนดสื่อการเรียนมีความเหมาะสมกับสาระการเรียนรู้ และประเด็นหลักสูตรมีความเหมาะสมกับสภาพชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประเมศร์ แก้วดุกและกาญจนา บุญส่ง (2565) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบการบริหารหลักสูตรท้องถิ่นโดยใช้ชุมชนเป็นฐานของโรงเรียนยางชุมวิทยา จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการวิจัยพบว่า ผลการตรวจพิจารณาคุณภาพองค์ประกอบของหลักสูตรท้องถิ่น และผลการตรวจพิจารณาคุณภาพแบบทดสอบวัดความรู้หลักสูตรท้องถิ่น เรื่องสับปะรดที่ บ้านรวมไทย ของโรงเรียนยางชุมวิทยา จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีความถูกต้องเหมาะสมซึ่งสามารถนำไปใช้ได้ทั้งฉบับ

การทดลองใช้หลักสูตรการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐานเพื่อสร้างทักษะอาชีพในท้องถิ่น โดยประเมินผลการเรียนของนักเรียน 3 ด้านคือ 1) ประเมินทักษะการปฏิบัติงานระหว่างเรียนโดยใช้แบบวัดทักษะการปฏิบัติงาน 2) ประเมินผลงานเรื่องข้าวแต่นและขนมวงโบราณ ของนักเรียนโดยใช้แบบประเมินผลงานของนักเรียน และ 3) วัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียน โดยใช้แบบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนแบบปรนัย 4 ตัวเลือก จำนวน 20 ข้อ พบว่านักเรียน ที่เรียนตามหลักสูตร การจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐาน เพื่อสร้างทักษะอาชีพในท้องถิ่น ด้านทักษะการปฏิบัติงาน ด้านผลงานทักษะอาชีพและด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีเยี่ยมทุกด้าน สอดคล้องกับงานวิจัยของ อุมพร อ่อนคำ (2561) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องการพัฒนาแบบ

การจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐาน เพื่อสร้างทักษะอาชีพในท้องถิ่นของนักเรียนโรงเรียนขยายโอกาส พบว่า ผู้เรียนมีความกระตือรือร้นในการเรียน ส่งผลให้ผู้เรียนมีพฤติกรรมในทางบวก มีทักษะการคิดวิเคราะห์และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนดีขึ้น

การประเมินผลความพึงพอใจของการใช้หลักสูตรการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐานเพื่อสร้างทักษะอาชีพในท้องถิ่น พบว่าค่าเฉลี่ยผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากนักเรียนมีความพึงพอใจต่อการกำหนดผลการเรียนรู้ตามหลักสูตรเรื่องข้าวแต่นและขนมวงโบราณ มีความพึงพอใจต่อการอำนวยความสะดวกของครูภูมิปัญญาท้องถิ่น มีความพึงพอใจต่อการประเมินผลตามหลักสูตรเรื่องข้าวแต่นและขนมวงโบราณ สอดคล้องกับงานวิจัยของชฎานิส ช่วยบำรุง (2564) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง การพัฒนาหลักสูตรสถานศึกษา เรื่องการถนอมอาหารจากผลไม้ท้องถิ่น จังหวัดระยอง สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 มีความพึงพอใจต่อหลักสูตรสถานศึกษาอยู่ในระดับมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่องข้าวแต่นและขนมวงโบราณ โรงเรียนบ้านเวียงแหง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3 มีข้อเสนอแนะดังนี้

ผู้บริหารสถานศึกษา ครู ควรจัดอบรมวิธีการสร้างแบบประเมินผลการเรียนโดยแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและในการพัฒนาหลักสูตรควรกำหนดเนื้อหาสาระการเรียนรู้ทักษะอาชีพที่หลากหลาย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรทำการวิจัยเรื่องการพัฒนาแบบประเมินผลการเรียนโดยแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน โรงเรียนบ้านเวียงแหง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3

ควรทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาหลักสูตรการเรียนรู้ทักษะอาชีพที่หลากหลายโรงเรียนบ้านเวียงแหง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3

สรุปผลการวิจัยที่เป็นองค์ความรู้ใหม่

การดำเนินการพัฒนาหลักสูตรเรื่องข้าวแต่นและขนมวงโบราณ โรงเรียนบ้านเวียงแหง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3 มีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 การสำรวจความต้องการในการพัฒนาหลักสูตร ขั้นตอนที่ 2 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพหลักสูตร ขั้นตอนที่ 3 การทดลองใช้หลักสูตร ขั้นตอนที่ 4 การประเมินผลการใช้หลักสูตร

จากผลการวิจัยพบว่า มีประเด็นที่ผู้บริหารสถานศึกษา ครู ควรให้ความสำคัญกับการจัดอบรมวิธีการสร้างแบบประเมินผลการเรียนโดยแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และควรมีการพัฒนาหลักสูตรที่มีเนื้อหาสาระการเรียนรู้ทักษะอาชีพที่หลากหลาย

บรรณานุกรม

- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2551). *หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.
- โรงเรียนบ้านเวียงแหง. (2565). *แผนปฏิบัติการประจำปีการศึกษา 2565*. เชียงใหม่: โรงเรียนบ้านเวียงแหง.
- พิจิตรา ธงพานิช. (2561). การพัฒนาแบบจำลอง NPU Model: เพื่อส่งเสริมการพัฒนาหลักสูตรและนวัตกรรมจัดการเรียนรู้. *Silpakorn Educational Research Journal*, 10(1), 61–71.
- ดิษยุทธิ์ บัวจุม และคณะ. (2551). *การพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐาน เพื่อสร้างความสนใจและทักษะในอาชีพท้องถิ่นของนักเรียนโรงเรียนบ้านพะนางวิทยา*. สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). *หลักการวิจัยเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2554). *หลักการวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ปิย สุติสุสติ. (2562). ยุทธศาสตร์การบริหารหลักสูตรสถานศึกษาเพื่อส่งเสริมอาชีพ และการมีงานทำในโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาแนวตะเข็บชายแดนจังหวัดเชียงราย. *วารสารมหาจุฬานาครทรรค*, 6(8), 59–69.
- ปรเมศร์ แก้วดุก, & กาญจนา บุญส่ง. (2565). การพัฒนารูปแบบการบริหารหลักสูตรท้องถิ่นโดยใช้ชุมชนเป็นฐานของโรงเรียนยางชุมวิทยา จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. *วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์*, 7(2), 1–15.
- อุมาพร อ่อนคำ. (2561). การพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐาน เพื่อสร้างทักษะอาชีพในท้องถิ่นของนักเรียนโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ. *วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 5(2), 50–65.
- ชฎานิศ ช่วยบำรุง. (2564). *การพัฒนาหลักสูตรสถานศึกษาเรื่องการถนอมอาหารจากผลไม้ท้องถิ่น จังหวัดระยอง สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2* [วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี].

ทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพ
โรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาหนองบัวลำภู เขต 2
Administrative skills of School Administrators in the 21th Century
Influencing School Effectiveness under the Nongbualamphu Primary
Educational Area 2.

สุกัญญา เมืองผอง

นักศึกษาหลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยพิจญ์บัณฑิต E-mail: sukan2521@gmail.com

พิมพฤทธิ์ เทียงภักดิ์

อาจารย์ประจำหลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยพิจญ์บัณฑิต E-mail: pimparit.t1107@gmail.com

สุรัชชัย เทียนขาว

อาจารย์ประจำหลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยพิจญ์บัณฑิต E-mail: surachai.tienkhaw@gmail.com

Sukanya Mueangphong

Student, Master of Education program, Pitchayabundit College

Pimparit Tiangpak

Lecturer Master of Education Program, Pitchayabundit College

Surachai Tienkhaw

Lecturer Master of Education Program, Pitchayabundit College

รับเข้า : 22 กุมภาพันธ์ 2567

แก้ไข : 8 มีนาคม 2567

ตอบรับ : 23 มีนาคม 2567

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 2) ประสิทธิภาพโรงเรียน 3) ความสัมพันธ์ของทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 กับประสิทธิภาพโรงเรียน และ 4) อำนาจพยากรณ์ของทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาหนองบัวลำภู เขต 2 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาหนองบัวลำภู เขต 2 ทำการสุ่มแบบแบ่งชั้น จำนวน 285 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่าง 0.80-1.00 ทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.89 และด้านประสิทธิภาพโรงเรียน มีค่า

ความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.90 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสหสัมพันธ์อย่างง่ายแบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ แบบมีขั้นตอน

ผลการวิจัย พบว่า 1) ทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 โดยรวมอยู่ในระดับมาก 2) ประสิทธิภาพโรงเรียน โดยรวมอยู่ในระดับมาก 3) ทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 (X) กับประสิทธิภาพโรงเรียน (Y) โดยรวม มีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ 4) ทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 มีตัวแปรพยากรณ์ (X) จำนวน 5 ตัวแปร ได้แก่ ทักษะด้านสังคมและข้ามวัฒนธรรม X_3 ทักษะด้านการศึกษา X_5 ทักษะด้านภาวะผู้นำและความรับผิดชอบ X_4 ทักษะด้านสารสนเทศ สื่อ และเทคโนโลยี X_1 และทักษะด้านการริเริ่มสร้างสรรค์และการเป็นตัวเอง X_2 ที่ร่วมกันส่งผลต่อการพยากรณ์ความแปรปรวนของประสิทธิภาพโรงเรียน (Y) สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาหนองบัวลำภู เขต 2 ได้ ร้อยละ 47.60 ($R^2=0.476$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในด้านทักษะด้านการศึกษาในศตวรรษที่ 21 ผู้บริหารสถานศึกษาควรนำผลการวิจัยไปใช้ ในการส่งเสริมให้ครูมีความก้าวหน้าทางวิชาการและมีการนิเทศติดตามการเรียนการสอนอย่างสม่ำเสมอ

คำสำคัญ: ทักษะการบริหาร ผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 ประสิทธิภาพโรงเรียน

Abstract

This research aims to study 1) the administrative skills of school administrators in the 21st century 2) the school effectiveness 3) the relationship between the administrative skills of school administrators in the 21st century and school effectiveness. 4) The predictive power of administrative skills of school administrators in the 21st century that affects school effectiveness. The sample group in this research was school administrators and teachers under the Nong Bua Lamphu Primary Educational Area 2. Stratified random was used by sampling to determine the proportion of educational institutions to school size 285 people. The research instrument was a questionnaire with a consistency index between 0.80-1.00 and management skills of school administrators in the 21st century, the reliability value was 0.89, and in terms of school effectiveness the confidence value is equal to 0.90. Statistics used in data analysis include mean, standard deviation Pearson's product - moment correlation coefficient and Stepwise Multiple Regression Analysis.

The research results found that: 1) Administrative skill level of educational institution administrators in the 21st century and school effectiveness Overall there

were at a high level. 2) Administrative skills of school administrators in the 21st century (X) and overall school effectiveness (Y) were found to have a positive relationship with statistical significance at .01. and 3) Administrative skills of school administrators in the 21st century. Nong Bua Lamphu Primary Educational Service Area Office, Area 2 has 5 predictor variables (X): social and cross-cultural skills X_3 , educational skills X_5 . Leadership and responsibility skills X_4 Information skills Media and technology X_1 Creativity and independence skills X_2 . That together affect the predicting of variance in school effectiveness (Y) of Nong Bua Lamphu Primary Educational Service Area Office, Area 2 at 47.60 percent ($R^2 = 0.476$) with statistical significance at the .05 level with statistical significance at the .05 level, can be written as an equation in the form of raw scores and standard score equations are as follows. In terms of educational skills in the 21st century Educational institution administrators should use the research results. To encourage teachers to progress academically and there was regular supervision and monitoring of teaching and learning.

Keywords: administrative skills, school administrators in the 21st century, school effectiveness

บทนำ

ประสิทธิผลโรงเรียนหรือผลสำเร็จในการบริหารจัดการศึกษาในโรงเรียนการที่ผู้นำผู้บริหารสามารถบริหารจัดการในโรงเรียนโดยอาศัยหลักการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมาย ความสามารถในการบูรณาการผสมผสานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของโรงเรียนที่ตั้งไว้ (จารี เสงฆองแบน, 2556) หรือประสิทธิผลโรงเรียน หมายถึงการบรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ในการจัดการศึกษา โดยพิจารณาจากผลผลิตที่เกิดจากการจัดการศึกษาของสถานศึกษาที่ได้ดำเนินงานตามภารกิจของการจัดการศึกษา เพื่อพัฒนาผู้เรียนให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งร่างกาย จิตใจ สติปัญญา ความรู้ และคุณธรรมและวัฒนธรรมในการดำรงชีวิตสามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข (วิทยา สอนกุลหลาบ, 2558)

อังสนา เข้มไคร (2560) ได้กล่าวว่า ประสิทธิภาพโรงเรียนหมายถึง ความสำเร็จของโรงเรียนในการการบริหารสถานศึกษา ผลิตรายการที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงนักเรียนมีทัศนคติทางบวกสามารถปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอทั้งภายในภายนอกอย่างดี สามารถแก้ปัญหา

ภายในโรงเรียน มีความยืดหยุ่นและการบูรณาการผสมผสานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของโรงเรียนที่ตั้งไว้ โดย สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (2550) ได้กำหนดประสิทธิภาพโรงเรียนในการบริหารและจัดการศึกษา โดยแบ่งขอบข่ายงานบริหารสถานศึกษาได้ 4 ด้าน คือ ด้านการบริหารงานวิชาการ การบริหารงานงบประมาณ การบริหารงานบุคคล การบริหารงานทั่วไป

ในยุคศตวรรษที่ 21 มีการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลกระทบต่อสถานศึกษาการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่รวดเร็วทำให้สถานศึกษาต้องมีการปรับเปลี่ยนให้อยู่รอดและมีความเหมาะสมกับสถานการณ์ดังกล่าว ผู้บริหารสถานศึกษาในฐานะผู้นำองค์กรจำเป็นต้องปฏิรูปตนเอง และการเปลี่ยนแปลงองค์กรครั้งใหญ่เพื่อนำพาไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายที่ต้องการโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้บริหารสถานศึกษามีบทบาทสำคัญที่จะต้องบริหารจัดการทรัพยากรทางการศึกษาให้เกิดประสิทธิภาพและความสมดุลเพื่อให้บริหารจัดการศึกษาบรรลุผลสำเร็จ ผู้บริหารต้องเป็นตัวแปรสำคัญในการจัดการศึกษาให้มีคุณภาพ จึงต้องมีความรู้ความสามารถ ทักษะและประสบการณ์ทางการบริหารการศึกษาเพื่อพัฒนาสถานศึกษาให้ทันสมัยและเหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงของโลกสังคมยุคอุตสาหกรรมในศตวรรษที่ 19 และ 20 เปลี่ยนผ่านเข้าสู่สังคมยุคความรู้ในศตวรรษ ที่ 21 ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เนื่องมาจากการใช้เทคโนโลยีเพื่อเชื่อมโยงข้อมูลต่าง ๆ ของทุกภูมิภาคของโลกเข้าด้วยกัน พลังขับเคลื่อนของเทคโนโลยียุคดิจิทัลส่งผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและเป็นความรวดเร็วที่นักวิชาการเห็นตรงกันว่าเพิ่งจะเริ่มต้นเท่านั้น ในระยะถัดไปจะยิ่งทวีความรวดเร็วมากตามไปด้วยอย่างไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ สถานศึกษาจึงต้องมีความตื่นตัวและเตรียมพร้อมในการจัดการเรียนรู้เพื่อเตรียมความพร้อมให้นักเรียนมีทักษะสำหรับการออกไปดำรงชีวิตในโลกในศตวรรษที่ 21 ซึ่งส่งผลให้มีการเปลี่ยนแปลงการจัดการเรียนรู้เพื่อเด็กในศตวรรษที่ 21 ยิ่งขึ้นเป็นทวีคูณ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางการศึกษา (สมหมาย อ่ำดอนกลอย, 2556)

ผู้บริหารสถานศึกษาจึงเป็นกลไกและตัวแปรสำคัญในด้านจัดการศึกษาให้มีคุณภาพและมีอิทธิพลสูงสุดต่อคุณภาพของผลลัพธ์ที่เกิดจากการบริหาร ดังนั้น ผู้บริหารสถานศึกษาในยุคศตวรรษที่ 21 จึงต้องมีคุณลักษณะโดดเด่น มีความรู้เชิงทฤษฎี ทักษะ บทบาทหน้าที่ คุณธรรมและประสบการณ์ทางการบริหารการศึกษายุคใหม่ เพื่อนำพาสถานศึกษาให้ประสบผลสำเร็จสามารถตอบสนองต่อการแข่งขัน เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงของโลก (ชัยยนต์ เพาพาน, 2559)

ผู้บริหารสถานศึกษามีบทบาทสำคัญในฐานะผู้นำสถานศึกษาต้องใช้ทักษะการบริหารที่เหมาะสม เพื่อให้สถานศึกษาพัฒนาไปสู่เป้าหมายที่ต้องการ โดยทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 นั้น มีนักวิชาการได้กล่าวถึงตัวแปรของทักษะการบริหารไว้มากมายล้วนเป็นทักษะที่จำเป็นที่ผู้บริหารสถานศึกษาจะนำไปปรับใช้ให้เข้ากับบริบทของสถานศึกษา (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานองบัวลำภู เขต 2, 2565)

วัตถุประสงค์การวิจัย

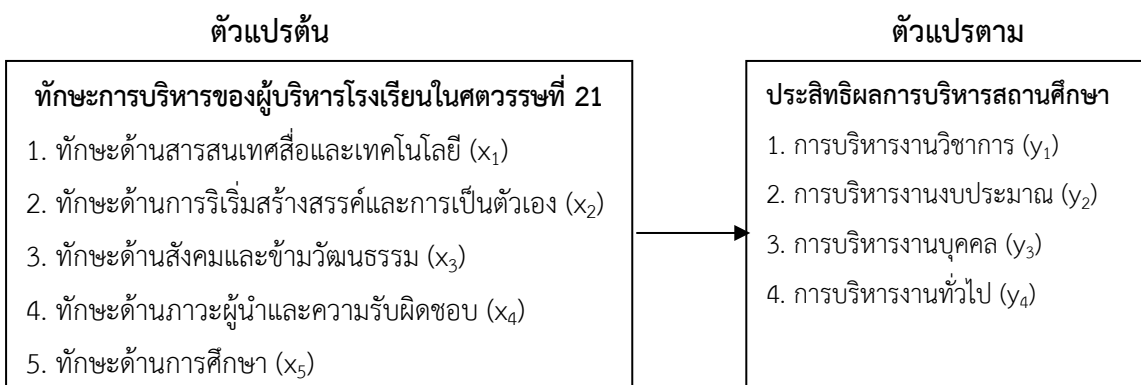
1. เพื่อศึกษาทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาหนองบัวลำภู เขต 2
2. เพื่อศึกษาประสิทธิผลโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาหนองบัวลำภู เขต 2
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 กับประสิทธิผลโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาหนองบัวลำภู เขต 2
4. เพื่อศึกษาอำนาจพยากรณ์ของทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาหนองบัวลำภู เขต 2

สมมติฐานการวิจัย

1. ทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 กับประสิทธิผลโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาหนองบัวลำภู เขต 2 มีความสัมพันธ์กันในทางบวก
2. ผู้บริหารสถานศึกษามีทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 อย่างน้อย 1 ปัจจัย ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาหนองบัวลำภู เขต 2

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการสังเคราะห์ทักษะการบริหารในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษาจากนักวิชาการหลายท่าน เช่น วรพจน์ วงศ์กิจรุ่งเรือง และ อธิป จิตตฤกษ์ (2556); กรรณิกา เรตมอนด์ (2559); ชัยยนต์ เพาพาน (2558); ไชยา ภาวะบุตร (2560); Sergiojanni (1994); Katz (2005) และแนวคิดประสิทธิผลโรงเรียนของ (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2550)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาหนองบัวลำภู เขต 2 จำนวนโรงเรียน 102 โรงเรียน เป็นผู้อำนวยการสถานศึกษา จำนวน 102 คน และครูผู้สอน จำนวน 980 คน จำแนกตามขนาดสถานศึกษา ตามขนาดโรงเรียน 3 ขนาด คือ โรงเรียนขนาดเล็ก จำนวน 245 คน โรงเรียนขนาดกลาง จำนวน 735 คน และโรงเรียนขนาดใหญ่ จำนวน 110 คน รวมทั้งสิ้น 1,090 คน

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาหนองบัวลำภู เขต 2 การกำหนดขนาดตัวอย่างใช้ตารางสำเร็จรูปของ Krejcie and Morgan (1970) ผู้วิจัยจึงทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จากนั้นทำการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) เพื่อกำหนดสัดส่วนของสถานศึกษา จำแนกตามขนาดโรงเรียน 3 ขนาด คือ โรงเรียนขนาดเล็ก จำนวน 65 คน โรงเรียนขนาดกลาง จำนวน 191 คน และโรงเรียนขนาดใหญ่ จำนวน 29 คน จากนั้นกำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละโรงเรียน โดยทำการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้วิธีการจับสลาก ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 285 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 และประสิทธิผลโรงเรียน ซึ่งมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ มี 2 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ตำแหน่ง ขนาดโรงเรียน และประสบการณ์ทำงาน มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 ประกอบด้วย 5 ทักษะ ประกอบด้วย 1) ทักษะด้านสารสนเทศ สื่อและเทคโนโลยี 2) ทักษะด้านการริเริ่มสร้างสรรค์และการเป็นตัวเอง 3) ทักษะด้านสังคมและข้ามวัฒนธรรม 4) ทักษะด้านภาวะผู้นำและความรับผิดชอบ และ 5) ทักษะด้านการศึกษา

ตอนที่ 3 แบบสอบถามประสิทธิผลโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาหนองบัวลำภู เขต 2 ประกอบด้วย 1) การบริหารงานวิชาการ 2) การบริหารงานงบประมาณ 3) การบริหารงานบุคคล และ 4) การบริหารงานทั่วไป

การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือ

1. ศึกษาทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยรวมทั้งตัวอย่างเครื่องมือใดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาหนองบัวลำภู เขต 2 พร้อมทั้งกำหนดลักษณะที่ต้องการวัด
2. เขียนนิยามเชิงปฏิบัติการ จากนิยามเชิงปฏิบัติการนำมาสร้างข้อคำถามเพื่อใช้ในการวัดพฤติกรรมต่าง ๆ โดยศึกษาลักษณะการสร้างข้อคำถามจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง แบบวัดและแบบสอบถามที่ได้วิจัยในเรื่องคล้ายกัน โดยปรับปรุงภาษาให้เหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างและสอดคล้องกับนิยามเชิงปฏิบัติ
3. นำแบบสอบถามแต่ละฉบับที่สร้างเสร็จแล้วเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อพิจารณาตรวจสอบแก้ไขให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น
4. ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยนำแบบสอบถามฉบับร่างพร้อมนิยามเชิงปฏิบัติการของตัวแปรในการวิจัย เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญพิจารณาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เพื่อพิจารณาตรวจสอบลักษณะข้อคำถาม ความถูกต้องของเนื้อหา ความสอดคล้องกับนิยามศัพท์เฉพาะ ความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน
5. วิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับนิยามเชิงปฏิบัติการโดยใช้สูตร Index of Item Objective Congruence (สมบัติ ท้ายเรือคำ, 2551) ซึ่งได้ค่า IOC ระหว่าง 0.80 – 1.00
6. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
7. นำผลการทดลองใช้มาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ของเครื่องมือทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ เท่ากับ 0.89 และด้านประสิทธิผลโรงเรียน มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ เท่ากับ 0.90 และมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.90

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlations Coefficient) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise multiple regression analysis)

เมื่อวิเคราะห์แล้วดำเนินการแปลผลข้อมูล มีรายละเอียดดังนี้

1. การแปลความหมายค่าเฉลี่ย (Mean) โดยแปลค่าเฉลี่ยของคะแนนจากแบบสอบถาม ทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 และด้านประสิทธิผลโรงเรียน มีการแปลผลเหมือนกัน คือระดับทักษะการบริหาร และระดับประสิทธิผลโรงเรียน (จตุภูมิ เขตจัตุรัส, 2555)ดังนี้

- 4.51 - 5.00 หมายถึง มีระดับการปฏิบัติ อยู่ในระดับมากที่สุด
3.51 - 4.50 หมายถึง มีระดับการปฏิบัติ อยู่ในระดับมาก
1.51 - 3.50 หมายถึง มีระดับการปฏิบัติ อยู่ในระดับปานกลาง
1.51 - 2.50 หมายถึง มีระดับการปฏิบัติ อยู่ในระดับน้อย
1.00 - 1.50 หมายถึง มีระดับการปฏิบัติ อยู่ในระดับน้อยที่สุด

2. ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทักษะการบริหารของผู้บริหารโรงเรียนในศตวรรษที่ 21 กับประสิทธิผลโรงเรียน ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การแปลความหมาย ดังนี้ (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, 2549)

- 0.71 - 1.00 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันมาก
0.31 - 0.70 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันปานกลาง
0.01 - 0.30 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันน้อย
0.00 หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายแบบเพียร์สัน (Pearson's Product-Moment Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณทีละขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

1. ทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาหนองบัวลำภู เขต 2

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทักษะการบริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาหนองบัวลำภู เขต 2 ตามความคิดเห็นของผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอน โดยรวมและรายด้าน

ด้าน ที่	ทักษะการบริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21	ระดับทักษะการบริหาร			
		$\bar{X}$	SD	แปลผล	อันดับ
1	ทักษะด้านสารสนเทศ สื่อและเทคโนโลยี	4.12	0.40	มาก	2
2	ทักษะด้านการริเริ่มสร้างสรรค์และการเป็นตัวเอง	4.08	0.41	มาก	3
3	ทักษะด้านสังคมและข้ามวัฒนธรรม	4.26	0.45	มาก	1
4	ทักษะด้านภาวะผู้นำและความรับผิดชอบ	4.02	0.39	มาก	4
5	ทักษะด้านการศึกษา	3.93	0.44	มาก	5
รวม		4.08	0.31	มาก	

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาหนองบัวลำภูเขต 2 มีทักษะการบริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.08$, $SD=0.31$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่อยู่ในระดับมากที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ทักษะด้านสังคมและข้ามวัฒนธรรม ($\bar{X}=4.26$, $SD=0.45$) รองลงมา คือ ทักษะด้านสารสนเทศ สื่อและเทคโนโลยี ($\bar{X}=4.12$, $SD=0.40$) และด้านที่อยู่ในระดับมากที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ทักษะด้านการศึกษา ($\bar{X}=3.93$, $SD=0.44$)

2. ประสิทธิภาพโรงเรียน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาหนองบัวลำภู เขต 2

ตารางที่ 2 ระดับประสิทธิภาพโรงเรียน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาหนองบัวลำภู เขต 2 ตามความคิดเห็นของผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอน โดยรวมและรายด้าน

ด้านที่	ประสิทธิภาพโรงเรียน	ระดับประสิทธิภาพโรงเรียน			
		$\bar{X}$	SD	แปลผล	อันดับ
1	การบริหารงานวิชาการ	4.26	0.34	มาก	3
2	การบริหารงานงบประมาณ	4.47	0.39	มาก	1
3	การบริหารงานบุคคล	4.09	0.44	มาก	4
4	การบริหารงานทั่วไป	4.31	0.40	มาก	2
รวม		4.28	0.33	มาก	

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาหนองบัวลำภูเขต 2 มีระดับประสิทธิภาพโรงเรียน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.28$, $SD=0.33$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านการบริหารงานงบประมาณ ($\bar{X}=4.47$, $SD=0.39$) รองลงมา คือ ด้านการบริหารงานทั่วไป ($\bar{X}=4.31$, $SD=0.40$) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ด้านการบริหารงานบุคคล ($\bar{X}=4.09$, $SD=0.44$)

3. ความสัมพันธ์ระหว่างทักษะการบริหารของผู้บริหารโรงเรียนในศตวรรษที่ 21 กับ ประสิทธิภาพโรงเรียน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาหนองบัวลำภู เขต 2

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทักษะการบริหารของผู้บริหารโรงเรียนในศตวรรษที่ 21 กับประสิทธิผลโรงเรียน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาหนองบัวลำภู เขต 2

ตัวแปร	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X	Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄	Y
X ₁	1										
X ₂	0.41 ^{**}	1									
X ₃	0.41 ^{**}	0.42 ^{**}	1								
X ₄	0.39 ^{**}	0.40 ^{**}	0.49 ^{**}	1							
X ₅	0.49 ^{**}	0.38 ^{**}	0.37 ^{**}	0.49 ^{**}	1						
X	0.73 ^{**}	0.71 ^{**}	0.74 ^{**}	0.75 ^{**}	0.75 ^{**}	1					
Y ₁	0.44 ^{**}	0.44 ^{**}	0.54 ^{**}	0.52 ^{**}	0.47 ^{**}	0.66 ^{**}	1				
Y ₂	0.34 ^{**}	0.29 ^{**}	0.44 ^{**}	0.39 ^{**}	0.31 ^{**}	0.48 ^{**}	0.61 ^{**}	1			
Y ₃	0.40 ^{**}	0.34 ^{**}	0.46 ^{**}	0.46 ^{**}	0.46 ^{**}	0.58 ^{**}	0.63 ^{**}	0.52 ^{**}	1		
Y ₄	0.40 ^{**}	0.42 ^{**}	0.47 ^{**}	0.45 ^{**}	0.44 ^{**}	0.60 ^{**}	0.65 ^{**}	0.65 ^{**}	0.66 ^{**}	1	
Y	0.47 ^{**}	0.44 ^{**}	0.56 ^{**}	0.54 ^{**}	0.50 ^{**}	0.68 ^{**}	0.84 ^{**}	0.82 ^{**}	0.85 ^{**}	0.88 ^{**}	1

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้บริหารโรงเรียนมีทักษะการบริหารในศตวรรษที่ 21 (X) กับประสิทธิผลโรงเรียน (Y) โดยรวมพบว่ามีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.68 ส่วนทักษะการบริหารของผู้บริหารโรงเรียนในศตวรรษที่ 21 ทั้ง 5 ด้าน และประสิทธิผลโรงเรียนทั้ง 4 ด้าน มีความสัมพันธ์กันทางบวกในระดับปานกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.29-0.54

4. ทักษะการบริหารของผู้บริหารโรงเรียนในศตวรรษที่ 21 ที่ได้รับเลือกเข้าสมการพยากรณ์ประสิทธิผลโรงเรียน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาหนองบัวลำภู เขต

ตารางที่ 4 ทักษะการบริหารของผู้บริหารโรงเรียนในศตวรรษที่ 21 ที่ได้รับเลือกเข้าสมการพยากรณ์ ประสิทธิภาพโรงเรียน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาหนองบัวลำภู เขต 2

ทักษะการบริหารของผู้บริหารในศตวรรษที่ 21	B	Std.Error	β	t	p-value
constant	1.297	-	-	6.703	0.000
ด้านทักษะด้านสังคมและข้ามวัฒนธรรม (X_3)	0.221	0.039	0.298	5.633**	0.000
ด้านทักษะด้านภาวะผู้นำและความรับผิดชอบ (X_4)	0.174	0.046	0.207	3.779**	0.000
ด้านทักษะด้านการศึกษา (X_5)	0.137	0.041	0.180	3.321**	0.001
ด้านทักษะด้านสารสนเทศ สื่อและเทคโนโลยี (X_1)	0.108	0.044	0.130	2.455*	0.015
ด้านทักษะด้านการริเริ่มสร้างสรรค์และการเป็น ตัวเอง (X_2)	0.087	0.041	0.109	2.129*	0.034
Adjusted R Square=0.476, R=0.690, $R^2=0.476$, Std.Error=0.194					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้บริหารสถานศึกษามีทักษะการบริหารในศตวรรษที่ 21 สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาหนองบัวลำภู เขต 2 มีตัวแปรพยากรณ์ (X) จำนวน 5 ตัวแปร ได้แก่ ทักษะด้านสังคมและข้ามวัฒนธรรม X_3 ทักษะด้านภาวะผู้นำและความรับผิดชอบ X_4 ทักษะด้านการศึกษา X_5 ทักษะด้านสารสนเทศ สื่อและเทคโนโลยี X_1 ทักษะด้านการริเริ่มสร้างสรรค์และการเป็นตัวเอง X_2 ที่ร่วมกันส่งผลต่อการพยากรณ์ความแปรปรวนของประสิทธิภาพโรงเรียน (Y) สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาหนองบัวลำภู เขต 2 ได้ร้อยละ 47.60 ($R^2=0.476$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สามารถเขียนเป็นสมการในรูปคะแนนดิบ และสมการคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

$$\text{สมการคะแนนดิบ } \hat{Y} = 1.297 + 0.221X_3 + 0.137X_5 + 0.174X_4 + 0.108X_1 + 0.087X_2$$

$$\text{สมการคะแนนมาตรฐาน } \hat{Z} = 0.298Z_{X_3} + 0.180Z_{X_5} + 0.207Z_{X_4} + 0.130Z_{X_1} + 0.109Z_{X_2}$$

อภิปรายผล

1. ผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาหนองบัวลำภูเขต 2 มีทักษะการบริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้บริหารสถานศึกษามีทักษะด้านสังคมและข้ามวัฒนธรรมรองลงมา คือ ทักษะด้านสารสนเทศ สื่อและเทคโนโลยี และด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ทักษะด้านการศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัยยนต์ เพาพาน. (2558). ได้ทำการศึกษาเรื่อง ผู้บริหารสถานศึกษายุคใหม่ในศตวรรษที่ 21 ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริหารสถานศึกษาเป็นกลไกสำคัญ และเป็นตัวแปรสำคัญในด้านการจัดการศึกษาให้มีคุณภาพ

และมีอิทธิพลสูงสุดต่อคุณภาพของผลลัพธ์ที่เกิดจากการบริหาร ดังนั้นผู้บริหารสถานศึกษาในยุคใหม่ในศตวรรษที่ 21 จึงต้องมีคุณลักษณะโดดเด่นเหมาะสมมีความรู้เชิงทฤษฎีทักษะบทบาทหน้าที่คุณธรรมและประสบการณ์ทางการบริหารการศึกษายุคใหม่เพื่อนำพาสถานศึกษาให้ประสบผลสำเร็จสามารถสนองตอบต่อการแข่งขันและทันสมัยเหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงของโลก และ ศิริธัญญ์ ประสุนงค์ (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ทักษะการบริหารงานในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 25 ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอนมีความคิดเห็นต่อทักษะการบริหารงานในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 25 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทักษะการบริหารงานในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษาอยู่ในระดับมาก ทั้ง 6 ทักษะ โดยมีข้อสังเกตว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ทักษะด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ รองลงมาคือ ทักษะการสร้างทีมงาน ข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ทักษะด้านการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ และผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับทักษะการบริหารงานในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 25 โดยภาพรวม จำแนกตามสถานภาพ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อเปรียบเทียบจำแนกตามขนาดของสถานศึกษา พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ คือ สถานศึกษาขนาดกลางกับสถานศึกษาขนาดใหญ่ โดยสถานศึกษาขนาดกลางมีทักษะการบริหารงานในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษามากกว่าขนาดเล็กและขนาดใหญ่

2. ผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาหนองบัวลำภูเขต 2 มีการบริหารที่มีระดับประสิทธิผลโรงเรียน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้บริหารสถานศึกษามีการพัฒนาและส่งเสริมให้มีทะเบียนแหล่งเรียนรู้ภายในและภายนอกห้องเรียน และใช้ชุมชนเป็นแหล่งเรียนรู้ โรงเรียนมีการวางแผนงานพัสดุ โรงเรียนมีการส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรในโรงเรียนอยู่เป็นประจำ และโรงเรียนมีการวางแผน ส่งเสริมในงานกิจการนักเรียน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรวรรณ มั่นจิตร (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ภาวะผู้นำทีมของผู้อำนวยการโรงเรียนที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการบริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 22 ผลการวิจัยพบว่า ระดับภาวะผู้นำทีมของผู้อำนวยการโรงเรียนและประสิทธิผลการบริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 22 โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ผู้อำนวยการโรงเรียน รองผู้อำนวยการโรงเรียน หัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้และครูผู้สอน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำทีมของผู้อำนวยการโรงเรียนและประสิทธิผล โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จำแนกตามโรงเรียนที่มีขนาดแตกต่างกัน พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จำแนกตามการปฏิบัติหน้าที่ในโรงเรียนที่มีที่ตั้งในจังหวัดแตกต่างกัน พบว่า โดยรวมและรายด้านทุกด้านไม่แตกต่างกัน ภาวะผู้นำทีมของผู้อำนวยการโรงเรียนทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิผลการบริหารสถานศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3. ผู้บริหารโรงเรียนมีทักษะการบริหารในศตวรรษที่ 21 (X) กับประสิทธิผลโรงเรียน (Y) โดยรวมพบว่ามีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าโรงเรียนมีการพัฒนาและส่งเสริมให้มีทะเบียนแหล่งเรียนรู้ภายในและภายนอกห้องเรียน และใช้ชุมชนเป็นแหล่งเรียนรู้ โรงเรียนมีการวางแผนงานพัสดุ โรงเรียนมีการดำเนินงานธุรการ งานสารบรรณ การรับ-ส่งงาน ในหน้าที่อย่างถูกต้องตามระเบียบราชการและโรงเรียนมีการวางแผน ส่งเสริมในงานกิจการนักเรียน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิมาลย์ สีทอง (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยการบริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการบริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ในจังหวัดสกลนคร ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยการบริหารและประสิทธิผลการบริหารสถานศึกษา โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก 2) ปัจจัยการบริหาร ตามความคิดเห็นของผู้บริหารโรงเรียนและครูผู้สอน จำแนกตามสถานภาพตำแหน่งและประเภทโรงเรียน โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จำแนกตามประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน ไม่แตกต่างกัน 3) ประสิทธิผลการบริหารสถานศึกษา ตามความคิดเห็นของผู้บริหารโรงเรียนและครูผู้สอนจำแนกตามสถานภาพการดำรงตำแหน่ง ประสบการณ์ในการปฏิบัติงานและประเภทโรงเรียน โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 4) ปัจจัยการบริหารกับประสิทธิผลการบริหารสถานศึกษา โดยรวมพบว่ามี ความสัมพันธ์ทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

4. ผู้บริหารสถานศึกษามีทักษะการบริหารในศตวรรษที่ 21 สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาหนองบัวลำภู เขต 2 มีตัวแปรพยากรณ์ (X) จำนวน 5 ตัวแปร ได้แก่ ทักษะด้านสังคมและข้ามวัฒนธรรม X_3 ทักษะด้านการศึกษา X_5 ทักษะด้านภาวะผู้นำและความรับผิดชอบ X_4 ทักษะด้านสารสนเทศ สื่อและเทคโนโลยี X_1 ทักษะด้านการริเริ่มสร้างสรรค์และการเป็นตัวเอง X_2 ที่ร่วมกันส่งผลต่อการพยากรณ์ความแปรปรวนของประสิทธิผลโรงเรียน (Y) สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาหนองบัวลำภู เขต 2 ได้ร้อยละ 47.60 ($R^2=0.476$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้บริหารมีความสามารถในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนต่อชุมชนเพื่อการประชาสัมพันธ์โรงเรียนที่หลากหลาย ผู้บริหารมีความสามารถในการคิดวิเคราะห์ คิดสร้างสรรค์มีวิจรรย์ญาณ คิดไตร่ตรองอย่างรอบคอบ ผู้บริหารมีความเป็นกันเองทำงานแบบครอบครัวและเพื่อนร่วมงาน ผู้บริหารปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ผู้บริหารส่งเสริมให้ครูมีความก้าวหน้าทางวิชาการ โรงเรียนมีการพัฒนาและส่งเสริมให้มีทะเบียนแหล่งเรียนรู้ภายในและภายนอกห้องเรียน และใช้ชุมชนเป็นแหล่งเรียนรู้โรงเรียนมีการวางแผนด้านการพัฒนาระบบประกันคุณภาพภายในและมาตรฐานการศึกษา โรงเรียนมีการวางแผนงานพัสดุ โรงเรียนมีการดำเนินงานธุรการ งานสารบรรณ การรับ-ส่งงานในหน้าที่อย่างถูกต้องตามระเบียบราชการ และโรงเรียนมีการวางแผน ส่งเสริมในงานกิจการนักเรียน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มฤดาณี อิมบุตร และ เกรียงศักดิ์ ศรีสมบัติ (2565) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 ที่ส่งผลต่อประสิทธิผล ของสถานศึกษา สังกัด

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาร้อยเอ็ดเขต 2 การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 2) ศึกษาประสิทธิผล ของสถานศึกษา 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทักษะการบริหารของผู้บริหาร สถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 กับ ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของสถานศึกษา 4) ศึกษาทักษะการบริหาร ของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 ที่ส่งผลต่อ ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของสถานศึกษา โดยมีกลุ่ม ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยผู้บริหาร สถานศึกษา จำนวน 169 คน และข้าราชการครู จำนวน 332 คน รวมจำนวน 501 คน เครื่องมือที่ใช้ใน การวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการถดถอยพหุคูณแบบ มีขั้นตอน ผลการวิจัย พบ ว่า 1) ทักษะการบริหารในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษาโดยรวมอยู่ในระดับมาก 2) ประสิทธิภาพของสถานศึกษาโดยรวมอยู่ในระดับมาก 3) ความสัมพันธ์ระหว่างทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษา ในศตวรรษที่ 21 ที่ส่งผลต่อ ประสิทธิภาพของสถานศึกษามีความสัมพันธ์กันทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ 4) ทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของสถานศึกษามี 2 ตัวแปร ที่สามารถพยากรณ์ประสิทธิภาพของสถานศึกษา ได้แก่ ทักษะการสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ (X_3) และ ทักษะการคิดวิเคราะห์และการคิดสร้างสรรค์ (X_1) สามารถพยากรณ์เกี่ยวกับประสิทธิภาพการท างานของ สถานศึกษา ได้ร้อยละ 27.70

5. ผู้บริหารสถานศึกษามีทักษะการบริหารในศตวรรษที่ 21 ทักษะด้านสังคมและข้าม วัฒนธรรม (X_3) ส่งผลต่อการพยากรณ์ความแปรปรวนของประสิทธิผลโรงเรียน (Y) มีค่าสัมประสิทธิ์ ถดถอยของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐานสูงสุด ($\beta = 0.298$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่าผู้บริหารมีความเข้าใจความต้องการของบุคคล รับฟังและเข้าใจผู้อื่นยอมรับการแสดงความคิดเห็น และมีความเป็นกันเองทำงานแบบครอบครัวและเพื่อนร่วมงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ไกรศร เจียมทอง (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ทักษะของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 32 ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับความคิดเห็นของประธานกรรมการสถานศึกษา ผู้บริหารสถานศึกษาและครูที่เป็นกรรมการสถานศึกษาเกี่ยวกับทักษะของผู้บริหารสถานศึกษาโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก 2) เปรียบเทียบทักษะของผู้บริหารสถานศึกษาจำแนกตามสถานภาพและขนาดสถานศึกษา โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน 3) แนวทางการพัฒนาเกี่ยวกับทักษะของผู้บริหารสถานศึกษา คือ ผู้บริหารสถานศึกษาควรพัฒนาด้านภาษาเพื่อการสื่อสารเทคโนโลยี

6. ผู้บริหารสถานศึกษามีทักษะการบริหารในศตวรรษที่ 21 ด้านทักษะด้านภาวะผู้นำและความรับผิดชอบ (X_4) ส่งผลต่อการพยากรณ์ความแปรปรวนของประสิทธิผลโรงเรียน (Y) มีค่าสัมประสิทธิ์ ถดถอยของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐานสูงรองลงมา ($\beta = 0.207$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้บริหารปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริตผู้บริหารมีจิตใจ โอบอ้อมอารีต่อผู้ร่วมงาน และยอมรับในความสามารถที่แตกต่างกันของผู้ร่วมงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ

วัชรพงษ์ อัยวงศ์ (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง สมรรถนะของผู้บริหารโรงเรียนที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการบริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 20 ผลการวิจัยพบว่า สมรรถนะของผู้บริหารโรงเรียนและประสิทธิผลการบริหารสถานศึกษา โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก สมรรถนะของผู้บริหารโรงเรียน ตามความคิดเห็นของผู้บริหารโรงเรียนและครูผู้สอนจำแนกตามสถานภาพการดำรงตำแหน่ง ขนาดของโรงเรียนและประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ประสิทธิผลการบริหารสถานศึกษา ตามความคิดเห็นของผู้บริหารโรงเรียนและครูผู้สอนจำแนกตามสถานภาพการดำรงตำแหน่ง ขนาดของโรงเรียนและประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ความสัมพันธ์ของสมรรถนะของผู้บริหารโรงเรียนที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการบริหารสถานศึกษา ตามความคิดเห็นของผู้บริหารโรงเรียนและครูผู้สอน พบว่า ตัวแปรที่ศึกษาส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กันในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ด้านทักษะด้านการศึกษา ผู้บริหารควรมีให้การส่งเสริมให้ครูมีความก้าวหน้าทางวิชาการ และ ผู้บริหารควรมีผู้บริหารมีการนิเทศการสอนอย่างสม่ำเสมอ
2. ด้านทักษะภาวะผู้นำและความรับผิดชอบ ผู้บริหารควรปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต และผู้บริหารมีจิตใจโอปอ้อมอารีต่อผู้ร่วมงาน
3. ด้านการบริหารงานบุคคล ผู้บริหารควรมีการส่งเสริมการประเมินวิทยฐานะข้าราชการครู ยกย่องเชิดชูเกียรติ และมีการส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรในโรงเรียนอยู่เป็นประจำ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. รูปแบบการบริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อ ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลโรงเรียนของผู้บริหารโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาอื่น
2. การศึกษาโมเดลโครงสร้างการศึกษาทักษะการบริหารของผู้บริหารโรงเรียนในศตวรรษที่ 21 ที่ส่งผลต่อประสบความสำเร็จในการบริหารงานโรงเรียนที่มีการจัดการเป็นเลิศ
3. แนวทางการพัฒนาทักษะการบริหารของผู้บริหารโรงเรียนในศตวรรษที่ 21 กับประสิทธิผลโรงเรียน

บรรณานุกรม

จตุภูมิ เขตจัตุรัส. (2555). การวิจัยทางการศึกษา: จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

- จารี เสงี่ยมอนันต์. (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างสภาพการจัดการศึกษาและประสิทธิผลโรงเรียน
อนุบาลระยอง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาระยอง เขต 1 (วิทยานิพนธ์
การศึกษามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา.
- จิราวรรณ มั่นจิตร. (2558). ภาวะผู้นำทีมของผู้อำนวยการโรงเรียนที่ส่งผลต่อประสิทธิผลโรงเรียน
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 22 (วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต).
มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- ชัยยนต์ เพาพาน. (2558). ผู้บริหารสถานศึกษายุคใหม่ในศตวรรษที่ 21. ใน การประชุมวิชาการ
ระดับชาติครุศาสตร์ ครั้งที่ 1 การจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาท้องถิ่นสู่ประชาคมอาเซียน:
ทิศทางใหม่ในศตวรรษที่ 21.
- ชัยยนต์ เพาพาน. (2559). ผู้บริหารโรงเรียนยุคใหม่ในศตวรรษที่ 21. วารสารคณะครุศาสตร์
มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์, 1(1), 304–306.
- ไชยา ภาวะบุตร. (2560). ภาวะผู้นำทางวิชาการ (ฉบับปรับปรุง 2560). สกลนคร: มหาวิทยาลัยราช
ภัฏสกลนคร.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2549). ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ:
จามจุรีโปรดักท์.
- มธุภาณี อิมบุตร, & เกรียงศักดิ์ ศรีสมบัติ. (2565). ทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาใน
ศตวรรษที่ 21 ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา
ประถมศึกษาร้อยเอ็ด เขต 2. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, 11(2), 86–98.
- วรพจน์ วงศ์กิจรุ่งเรือง, & อธิป จิตตฤกษ์. (2556). ทักษะแห่งอนาคตใหม่: การศึกษาเพื่อศตวรรษที่
21. กรุงเทพฯ: โอเพ่นเวิลด์.
- วัชรพงษ์ อู่วงศ์. (2561). สมรรถนะของผู้บริหารโรงเรียนที่ส่งผลต่อประสิทธิผลโรงเรียนสังกัด
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 20 (วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต).
มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- วิทยา สอนกุลลาบ. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการจัดการศึกษาของสถานศึกษาสังกัด
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 (วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหา
บัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- วิมาลย์ สีทอง. (2563). ปัจจัยการบริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิผลโรงเรียน สังกัดสำนักงาน
คณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ในจังหวัดสกลนคร (วิทยานิพนธ์ครุศาสตรบัณฑิต).
มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.

- ศิริธัญญ์ ประสุนงค์. (2559). ทักษะการบริหารงานในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 25 (วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหาจุฬาราชวิทยาลัย.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2550). แนวทางการประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา. กรุงเทพฯ: ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาหนองบัวลำภู เขต 2. (2565). แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565. ค้นเมื่อวันที่ 30 กันยายน 2566, จาก <https://nb2.go.th/wp-content/uploads/2022/02/%E0%B9%81%E0%B8%9C%E0%B8%99%E0%B8%9B%E0%B8%8F%E0%B8%B4%E0%B8%9A%E0%B8%B1%E0%B8%95%E0%B8%B4%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3-65.pdf>
- สมบัติ ท้ายเรือคำ. (2551). ระเบียบวิธีวิจัยสำหรับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. กภาพสินธุ์: ประสานการพิมพ์.
- สมหมาย อ่าดอนกลอย. (2560). บทบาทผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21. วารสารบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, 7(1), 1–7.
- อังสนา เข้มไคร. (2560). รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุปัจจัยทางการบริหารของผู้บริหารสตรีที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วารสารราชพฤกษ์, 14(3), 65–71.
- Sergiovanni, T. J. (1994). *Building community in schools*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.

ศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตลาดกอจาน จังหวัดภูเก็ต
The Potential of Community-Based Tourism Management at
Lard Gor-Jan, Phuket Province.

วัชรินทร์ เกิดทรัพย์

อาจารย์ประจำสาขาวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
ศูนย์การศึกษานอกสถานที่ตั้งจังหวัดภูเก็ต E-mail: wakead@rpu.ac.th

กนิษฐา เกิดฤทธิ์

อาจารย์ประจำสาขาวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
ศูนย์การศึกษานอกสถานที่ตั้งจังหวัดภูเก็ต E-mail: kakerd@rpu.ac.th

ขวัญชนก สุวรรณพงศ์

อาจารย์ประจำสาขาวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
ศูนย์การศึกษานอกสถานที่ตั้งจังหวัดภูเก็ต E-mail: khsuwa@rpu.ac.th

เศรษฐวิรุทธิ์ คงกะพันธ์

อาจารย์ประจำสาขาวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
ศูนย์การศึกษานอกสถานที่ตั้งจังหวัดภูเก็ต E-mail: sekong@rpu.ac.th

Watcharin Keadsap

Department of Tourism Industry, Faculty of Business Administration,
Rajapruk University Phuket Campus

Kanittha Kerdrut

Department of Tourism Industry, Faculty of Business Administration,
Rajapruk University Phuket Campus

Khwanchanok Suwannaphong

Department of Tourism Industry, Faculty of Business Administration,
Rajapruk University Phuket Campus

Setthawit Kongkaphan

Department of Digital Marketing, Faculty of Business Administration,
Rajapruk University Phuket Campus

รับเข้า : 27 กุมภาพันธ์ 2568

แก้ไข : 22 มีนาคม 2568

ตอบรับ : 4 เมษายน 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของหลาดกอจ้าน จังหวัดภูเก็ต 2) ศึกษาแนวทางการเสริมสร้างศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของหลาดกอจ้าน จังหวัดภูเก็ต เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเลือกแบบเจาะจงสัมภาษณ์ด้วยวิธีการสนทนากลุ่ม จากตัวแทนเทศบาลนครภูเก็ต 2 คน กรรมการชุมชนสี่สิบห้อง 2 คน กรรมการชุมชนซอยตันโพธิ์ 2 คน และสมาชิกชุมชนสี่สิบห้องและซอยตันโพธิ์ 4 คน รวมทั้งหมด 10 คน ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา โดยมุ่งเน้นการค้นหาข้อสรุปและการตีความข้อมูล

ผลการวิจัย พบว่า 1. ศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของหลาดกอจ้าน จังหวัดภูเก็ต 1.1) ด้านสิ่งดึงดูดใจ เป็นพื้นที่ประวัติศาสตร์ มีคลองบางใหญ่เคยใช้เป็นเส้นทางสัญจรในอดีต มีภูมิทัศน์ที่น่าพักผ่อนหย่อนใจ 1.2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ได้รับการสนับสนุนด้านโครงสร้างพื้นฐานจากเทศบาลนครภูเก็ต 1.3) ด้านกิจกรรม สินค้าหลักของชุมชนคืออาหารและขนมท้องถิ่น 1.4) ด้านการประชาสัมพันธ์ ทางเทศบาลสร้างเพจให้ทางชุมชน รวมถึงจะมีป้ายประชาสัมพันธ์ 5) ด้านความร่วมมือของชุมชน ความร่วมมืออยู่ในเกณฑ์ดี แต่เนื่องจากประธานชุมชนได้ลาออกไป จึงทำให้ขาดผู้นำหลักไป 2. แนวทางการเสริมสร้างศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน 2.1) ด้านสิ่งดึงดูดใจ ควรปรับปรุงภูมิทัศน์ให้มีความสวยงาม 2.2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ควรสร้างห้องน้ำสาธารณะ ไฟरोอบริมคลองบางใหญ่ และการสร้างสะพาน 2.3) ด้านกิจกรรม ควรส่งเสริมกลุ่มวิสาหกิจในการผลิตสินค้าชุมชน 2.4) ด้านการประชาสัมพันธ์ ควรกำหนดผู้ดูแลเพจ โดยการส่งไปอบรมยังหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อให้มีความชำนาญในการใช้เครื่องมือดังกล่าว 2.5) ด้านความร่วมมือของชุมชน ควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ

คำสำคัญ: ศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวโดยชุมชน หลาดกอจ้าน

Abstract

This research aimed to 1) study the potential of community tourism management in Lard Gor-Jan, Phuket Province, and 2) propose strategic recommendations to enhance the potential of community tourism management in Lard Gor-Jan, Phuket Province. This research employs a qualitative research. The main informants were selected purposively and interviewed using focus group discussions with 2 representatives of Phuket City Municipality, 2 members of the Forty Rooms Community Committee, 2 members of the Soi Ton Pho Community Committee, and

4 members of the Forty Rooms and Soi Ton Pho Communities, totaling 10 people. Data were analyzed using descriptive content analysis .

The research results found that: 1. Potential for community tourism management of Lard Gor-Jan, Phuket Province 1.1) In terms of attractions, it is a historical area with Bang Yai Canal, which was used as a route in the past. It has a relaxing landscape. 1.2) In terms of facilities, it is supported infrastructure by Phuket City Municipality. 1.3) In terms of activities, the main products of the community are local food and snacks. 1.4) In terms of public relations, the municipality created a community page, including a public relations sign. 5) In terms of community cooperation, it was good, but since the community leader resigned, there was a lack of a main leader. 2. Guidelines for enhancing the potential for community tourism management 2.1) In terms of attractions, the landscape should be improved to be beautiful. 2.2) In terms of facilities, public toilets, lights along Bang Yai Canal, and bridges should be built. 2.3) In terms of activities, community product manufacturing enterprise groups should be promoted. 2.4) In terms of public relations, page administrators should be designated by sending them to various training agencies to gain expertise in using such tools. 2.5) In terms of community cooperation, the community participation in various activities should be promoted systematically.

Keywords: Potential of community tourism management, Community tourism, Lard Gor-Jan

บทนำ

การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชน มีหลักการคือ ชุมชนเป็นเจ้าของ ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทาง และตัดสินใจ ส่งเสริมความภาคภูมิใจในตนเอง ยกย่องคุณภาพชีวิต มีความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม คงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น ก่อให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม เคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่าง และศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ เกิดผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่คนท้องถิ่น มีการกระจายรายได้สู่สาธารณประโยชน์ของชุมชน (พงศ์ประสิทธิ์ อ่อนจันทร์, 2561) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิราภรณ์ แก้วมณี และคณะ (2563) ที่พบว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนสามารถเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของท้องถิ่น ได้อย่างยั่งยืน หากมีการบริหารจัดการที่ดีและการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างเข้มแข็ง

ตลาดกอเจ้าน จังหวัดภูเก็ต เป็นอีกพื้นที่ที่ชุมชนต้องการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยเริ่มให้บริการเมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2563 ถือได้ว่าเป็นจุดเช็กอินจุดใหม่ของคนภูเก็ต ที่เหมาะกับทุก

เพศ ทุกวัย ตั้งอยู่ที่บริเวณชุมชนสี่สิบห้องจนถึงซอยต้นโพธิ์เลียบคลองบางใหญ่ เปิดให้บริการทุกวันศุกร์ เวลา 16.00-22.00 น. (travel.truelD, 2020) โดยมีคณะกรรมการจากชุมชนสี่สิบห้อง และชุมชนต้นโพธิ์เป็นกลุ่มผู้ดำเนินการร่วมกัน ซึ่งในช่วงแรกผู้คนให้ความสนใจเป็นจำนวนมาก แต่ในช่วงหลังพบว่ามีความสนใจน้อยลงเรื่อย ๆ ประกอบกับเกิดการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้หลายกิจการปิดตัวลงในที่สุด โดยข้อมูล สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2563) ระบุว่าผลกระทบของโควิด-19 ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อภาคการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่อาศัยนักท่องเที่ยวในประเทศเป็นหลัก

จากข้อมูลข้างต้น แม้ว่าหลายกิจการจะได้รับการส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน แต่ยังคงขาดการประเมินศักยภาพด้านต่าง ๆ ที่เป็นระบบ ทำให้ขาดแนวทางในการพัฒนาที่ยั่งยืน งานวิจัยนี้จึงมีความสำคัญในการเติมเต็มช่องว่างขององค์ความรู้ ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ควรมีการประเมินศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน จึงทำการศึกษาเรื่อง “ศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของหลายกิจการ จังหวัดภูเก็ต” เพื่อนำข้อมูลมาเป็นแนวทางการเสริมสร้างศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของหลายกิจการ จังหวัดภูเก็ตต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของหลายกิจการ จังหวัดภูเก็ต
2. เพื่อศึกษาแนวทางการเสริมสร้างศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของหลายกิจการ จังหวัดภูเก็ต

แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

กษมณ วงศ์คำ (2562) กล่าวว่า ศักยภาพ หมายถึง ความสามารถในการดึงดูดใจทางด้านการท่องเที่ยว โดยอาศัยเอกลักษณ์เฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดตรัง ประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว ความสามารถในการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมการท่องเที่ยว การบริการขั้นพื้นฐาน และรายการสำเร็จรูปที่จัดไว้ใช้ในการท่องเที่ยว

Shirley (1993) กล่าวถึง การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน สิ่งสำคัญควรประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยผู้มีหน้าที่พัฒนาการท่องเที่ยวไม่เพียงแต่ทำตามแผน แต่ต้องประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาร่วมพัฒนาร่วมด้วย

จิตาภา บำรุงศิลป์ (2564) สรุปว่าศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประกอบด้วย 5 ด้าน ดังนี้

- 1) ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ได้แก่ ชุมชนมีความโดดเด่นด้านสถาปัตยกรรมอาคาร บ้านเรือน มีการดูแลรักษาสภาพเดิมของชุมชนให้คงความเป็นดั้งเดิมของชุมชน มีความเป็นมาทาง

ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณีที่สืบค้นได้ มีความน่าสนใจและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี และมีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน

2) ด้านความสามารถในการเข้าถึง ได้แก่ สามารถสัญจรเข้า-ออกในชุมชนได้สะดวก มีความปลอดภัยในการเข้า-ออกชุมชน คุณภาพของถนนหรือเส้นทางน้ำใช้ได้ตลอดปี และมีสัญลักษณ์และป้ายบอกเส้นทางการเข้าถึงชุมชนได้อย่างชัดเจน

3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ชุมชนมีที่อำนวยความสะดวกสำหรับพื้นที่จอดรถ ร้านอาหารภายในชุมชนสามารถรองรับนักท่องเที่ยว มีห้องสุขาที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยว และมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ตู้กดเงิน ร้านสะดวกซื้อ

4) ด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ได้แก่ ประชากรในชุมชนมีการเตรียมพร้อมสำหรับการรองรับนักท่องเที่ยว ความพร้อมของชุมชนในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประชากรในชุมชนมีการให้บริการด้านความรู้และข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน และมีการจัดตั้งคณะกรรมการชุมชน

5) ด้านข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การเตรียมเอกสารเผยแพร่ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว การให้บริการติดต่อสื่อสารสำหรับนักท่องเที่ยว และความพอใจในคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยชุมชน

สรุปได้ว่า การศึกษาศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตลาดกอกจาน จังหวัดภูเก็ตในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเอาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการประเมินศักยภาพด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านสิ่งดึงดูดใจ 2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 3) ด้านกิจกรรม 4) ด้านการประชาสัมพันธ์ 5) ด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน มาทำการประเมินเพื่อให้เกิดความเหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวที่จัดการโดยคนในชุมชน

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและมีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตลาดกอกจาน จังหวัดภูเก็ต แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม โดยคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จากคณะกรรมการตลาดกอกจาน เทศบาลนครเมืองภูเก็ต ประชาชนในพื้นที่ ได้แก่ ชุมชนสี่สิบห้อง และชุมชนซอยตันโพธิ์ การคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกบุคคลที่มีความรู้และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการวิจัย รวมถึงสามารถให้ข้อมูลที่มีความลึกและครอบคลุม ซึ่งถือเป็นหลักการสำคัญในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยเชิงคุณภาพ

1) คณะกรรมการหลาดกอจ้านหรือตัวแทน จำนวน 4 คน โดยเลือกคณะกรรมการจากหน่วยงานที่มีบทบาทในการกำหนดนโยบายและการจัดการในพื้นที่เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความสำคัญและมีความละเอียดสูง

2) ตัวแทนกองการสวัสดิการสังคม เทศบาลนครภูเก็ต จำนวน 2 คน โดยเลือกตัวแทนจากหน่วยงานที่ดูแลด้านสวัสดิการสังคมในพื้นที่เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์และปัญหาของประชาชนในระดับการบริหาร

3) ตัวแทนประชาชนในพื้นที่ ได้แก่ ชุมชนสี่สิบห้อง และ ชุมชนซอยตันโพธิ์ จำนวน 4 คน โดยเลือกตัวแทนจากชุมชนที่มีความหลากหลายและเป็นตัวแทนของกลุ่มประชาชนในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

การเลือกจำนวนผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 10 รายนี้ คำนึงถึงหลักการ Data Saturation ซึ่งเมื่อได้ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวนหนึ่งแล้ว ข้อมูลที่ได้รับจะเริ่มไม่แตกต่างหรือซ้ำซ้อนกัน (Creswell, 2015) ซึ่งในกรณีนี้ จำนวน 10 ราย ถือว่าเพียงพอในการทำให้ข้อมูลที่ได้มีความหลากหลายพอสมควร โดยไม่เกินความจำเป็นที่อาจทำให้เกิดข้อมูลที่ซ้ำซ้อนมากเกินไป ในกรณีที่ข้อมูลมีความหลากหลายและครบถ้วน ข้อมูลที่ได้ก็จะสามารถสะท้อนภาพรวมที่ชัดเจนของกลุ่มเป้าหมายได้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสัมภาษณ์ด้วยวิธีการสนทนากลุ่ม ประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์เกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์ ประกอบด้วย ผู้ให้สัมภาษณ์ วัน/เดือน/ปีที่สัมภาษณ์ ชื่อ-สกุลผู้ให้สัมภาษณ์ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ตำแหน่ง และสถานที่ทำงาน

ตอนที่ 2 ศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของหลาดกอจ้าน จังหวัดภูเก็ต ประกอบด้วย 5 ประเด็น จำแนกเป็น 1) ด้านสิ่งดึงดูดใจ 2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 3) ด้านกิจกรรม 4) ด้านการประชาสัมพันธ์ และ 5) ด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ตอนที่ 3 แนวทางในการเสริมสร้างศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของหลาดกอจ้าน จังหวัดภูเก็ต มีลักษณะเป็นแบบสัมภาษณ์ปลายเปิด (Open-end-Form)

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ ระบุค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม (IOC - Item-Objective Congruence Index) ซึ่งทุกข้อมีค่ามากกว่า 0.5 การตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) หรือความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ใช้วิธีการทดสอบสัมภาษณ์นำร่อง (Pilot Study) ก่อนดำเนินการสัมภาษณ์เพื่อให้แน่ใจว่าคำถามมีความเหมาะสมและตรงประเด็น

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเป็นการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยมุ่งเน้นการค้นหาข้อสรุปและการตีความข้อมูล แล้วสรุปแบบบรรยาย จากการสนทนากลุ่ม (Focus group) โดยผู้วิจัยทำการศึกษาประเด็นที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตลาดกอจ้าน จังหวัดภูเก็ต เพื่อทราบถึงศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตลาดกอจ้าน จังหวัดภูเก็ต และแนวทางในการเสริมสร้างศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตลาดกอจ้าน จังหวัดภูเก็ตต่อไป

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การศึกษาศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตลาดกอจ้าน จังหวัดภูเก็ต สามารถจำแนกออกเป็น 5 ด้าน โดยผลการวิจัยพบว่า

ด้านที่ 1: ด้านสิ่งดึงดูดใจ

ตลาดกอจ้าน เป็นตลาดชุมชนที่เกิดจากความร่วมมือของสองชุมชน คือ ชุมชนสี่สิบห้องและชุมชนตันโพธิ์ ทั้งสองชุมชนนี้มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่ยาวนานและเชื่อมโยงกัน ตั้งอยู่ในทำเลที่พิเศษริมคลองบางใหญ่ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ของภูเก็ตมาตั้งแต่ในอดีต ในสมัยก่อนบริเวณนี้เคยเป็นท่าเรือที่สำคัญ มีเรือกอจ้านสัญจรไปมา ทำให้เกิดการค้าขายและแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เอกลักษณ์ที่โดดเด่นของตลาดกอจ้าน คือ บรรยากาศที่แตกต่างจากตลาดใหญ่ โดยตลาดกอจ้านเน้นความเป็นธรรมชาติเรียบง่าย และมีพื้นที่โล่งกว้างติดริมคลองบางใหญ่ เหมาะสำหรับการพักผ่อนหย่อนใจ นั่งเล่นรับลมเย็น ๆ และรับประทานอาหารร่วมกันในครอบครัว นอกจากนี้ ในอดีตชาวบ้านในชุมชนประกอบอาชีพประมง ทำให้ตลาดกอจ้านมีชื่อเสียงในเรื่องของอาหารทะเลที่สดใหม่ มีรสชาติอร่อย และยังมีอาหารพื้นเมืองอื่นๆ ที่น่าสนใจอีกมากมาย

นอกจากนี้ ตลาดกอจ้านยังมีกิจกรรมที่น่าสนใจ เช่น การแสดงดนตรีสดจากเด็กนักเรียน การสาธิตการทำอาหารพื้นเมือง และการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมชม

ด้านที่ 2: ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ตลาดกอจ้านตั้งอยู่ในทำเลที่ค่อนข้างสะดวก ใกล้กับสถานศึกษาแหล่งชุมชนและแหล่งธุรกิจ การเดินทางมายังตลาดกอจ้านจึงไม่ยากลำบากนัก อย่างไรก็ตามสิ่งอำนวยความสะดวกในตลาดกอจ้านยังคงมีข้อจำกัดอยู่บ้าง โดยเฉพาะในเรื่องของที่จอดรถ ซึ่งแม้จะมีพื้นที่จอดรถเพียงพอ แต่เนื่องจากสภาพพื้นที่ค่อนข้างกว้าง ผู้ที่มาเที่ยวอาจรู้สึกว่าจะต้องจอดรถไกลและเดินไกลกว่าจะถึงตัวตลาด แต่ทางชุมชนก็ได้มีการจัดเจ้าหน้าที่ อปพร. มาคอยอำนวยความสะดวกในการจอดรถ และจัดระเบียบการจอดรถให้ ในส่วนของห้องน้ำ ในวันเปิดตลาดจะมีห้องน้ำสาธารณะมาจัดให้บริการ แต่ก็อาจมีความไม่สะดวกอยู่บ้าง ทางชุมชนจึงมีแนวคิดที่จะให้ชาวบ้านในชุมชนเปิดบ้าน

ให้บริการห้องน้ำ เพื่อเป็นการสร้างรายได้อีกหนึ่งทางหนึ่ง และอาจขอให้เทศบาลช่วยจัดสรรงบประมาณในการจัดทำห้องน้ำสาธารณะ เพื่อเพิ่มความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว สำหรับเรื่องแสงสว่าง ทางเทศบาลนครภูเก็ตได้ให้ความช่วยเหลือในการติดตั้งและประดับไฟ เพื่อให้มีแสงสว่างเพียงพอทั่วทั้งตลาด และยังได้เพิ่มหลอดไฟ LED เพื่อเพิ่มความสวยงามอีกด้วย

นอกจากนี้ ภายในตลาดยังมีการรองรับการชำระเงินด้วยแอปพลิเคชันเป่าตัง ซึ่งเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน แต่ยังไม่มียูเอทีเอ็ม ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถใช้บริการตู้ ATM ในบริเวณใกล้เคียงได้

ด้านที่ 3: ด้านกิจกรรม

ตลาดกอกจันมีกิจกรรมที่หลากหลาย เพื่อสร้างความบันเทิงและความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การแสดงดนตรีสด การแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นเมือง การสาธิตการทำอาหาร และการจำหน่ายสินค้าต่าง ๆ ในส่วนของสินค้า มีทั้งสินค้าจากสมาชิกในชุมชน เช่น อาหาร ขนม เครื่องดื่ม และสินค้าหัตถกรรม และสินค้าจากพ่อค้าแม่ค้าภายนอก ซึ่งทางชุมชนจะคัดเลือกสินค้าให้มีความหลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตาม กิจกรรมที่สื่อถึงเอกลักษณ์ของชุมชนโดยตรงยังมีน้อย ซึ่งในอนาคตควรมีการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์และวัฒนธรรมของชุมชนให้มากขึ้น เช่น การแสดงมโนราห์ การสาธิตการทำเรือกอกจัน การเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ชุมชน เป็นต้น

ด้านที่ 4: ด้านการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ตลาดกอกจัน มีทั้งการประชาสัมพันธ์แบบออนไลน์และออฟไลน์ โดยทางเทศบาลได้ให้การสนับสนุนในการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ เช่น รถประชาสัมพันธ์ เพจตลาดกอกจัน ป้ายประชาสัมพันธ์ และวิทยุ นอกจากนี้ ยังมีการจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์ที่สวยงามและมีเอกลักษณ์ โดยได้รับความช่วยเหลือจากคณาจารย์จากมหาวิทยาลัยศิลปากร เช่น ป้ายตลาดกอกจัน รูปเรือกอกจัน และถุงผ้าที่มีโลโก้เป็นรูปเรือกอกจัน

อย่างไรก็ตาม การประชาสัมพันธ์ยังสามารถพัฒนาให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น เช่น การใช้สื่อสังคมออนไลน์ การจัดทำเว็บไซต์ การร่วมมือกับบริษัททัวร์ เป็นต้น

ด้านที่ 5: ด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ความสำเร็จของตลาดกอกจัน เกิดจากความร่วมมือของคนในชุมชน ผู้นำชุมชน และหน่วยงานต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความร่วมมือจากคนในชุมชนทั้งสองชุมชน คือ ชุมชนสี่สิบห้อง และชุมชนตันโพธิ์ ซึ่งถือเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนตลาดกอกจันให้ประสบความสำเร็จ แม้ว่าในปัจจุบัน ประธานชุมชนจะลาออกไป ทำให้ขาดผู้นำหลัก แต่คณะกรรมการชุมชนและสมาชิกชุมชนก็ยังคงมีความตั้งใจที่จะพัฒนาตลาดกอกจันต่อไป

โดยรวมจะเห็นได้ว่า ตลาดก้อจ้านเป็นตลาดชุมชนที่เกิดจากความร่วมมือของชุมชนสี่สิบห้อง และชุมชนต้นโพธิ์ ซึ่งมีประวัติศาสตร์ยาวนาน มีบรรยากาศที่เรียบง่ายและเป็นธรรมชาติ พร้อมอาหารทะเลสดใหม่และอาหารพื้นเมือง อีกทั้งยังมีกิจกรรม เช่น การแสดงดนตรีสด การสาธิต ทำอาหาร และสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ตลาดตั้งอยู่ในทำเลที่เข้าถึงง่าย แต่ยังมีข้อจำกัด เช่น ที่จอดรถที่อาจอยู่ไกล ห้องน้ำที่ต้องพัฒนาเพิ่มเติม และขาดตู้ ATM อย่างไรก็ตาม มีไฟส่องสว่างทั่วตลาดและรองรับการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเปาตัง ด้านกิจกรรม ตลาดก้อจ้านมีกิจกรรมบันเทิงและส่งเสริมวัฒนธรรม แต่ยังคงขาดกิจกรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนโดยตรง ควรเพิ่มการแสดงมโนราห์ การสาธิตทำเรือก้อจ้าน และการเล่าเรื่องประวัติศาสตร์เพื่อสร้างความน่าสนใจมากขึ้น ด้านการประชาสัมพันธ์ ตลาดได้รับการโปรโมตผ่านเพจออนไลน์ บ้ายประชาสัมพันธ์ และรถกระจายเสียง รวมถึงได้รับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยศิลปากร อย่างไรก็ตาม ควรขยายช่องทางออนไลน์และร่วมมือกับบริษัททัวร์เพื่อเพิ่มการเข้าถึงนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน แม้ว่าจะมีการบริหารจัดการที่เข้มแข็งจากคนในชุมชน แต่การลาออกของประธานชุมชนทำให้ขาดผู้นำหลัก อย่างไรก็ตาม คณะกรรมการและสมาชิกชุมชนยังคงตั้งใจพัฒนาตลาดต่อไป

แต่อย่างไรก็ตาม ตลาดยังต้องพัฒนาในด้านที่จอดรถ สิ่งอำนวยความสะดวก การเพิ่มกิจกรรมที่สะท้อนเอกลักษณ์ ขยายช่องทางประชาสัมพันธ์ และเสริมสร้างโครงสร้างการบริหารจัดการ เพื่อให้ตลาดก้อจ้านเติบโตอย่างยั่งยืนและเป็นเอกลักษณ์ของภูเก็ต

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การศึกษาแนวทางการเสริมสร้างศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตลาดก้อจ้าน จังหวัดภูเก็ต โดยแนวทางการส่งเสริม จำแนกเป็น 5 ด้าน โดยผลการวิจัยพบว่า

ด้านที่ 1: ด้านสิ่งดึงดูดใจ ควรมีการจัดโซนสินค้าให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เช่น สินค้าวัฒนธรรม สินค้าแฟชั่น เป็นต้น เพื่อให้ตอบโจทย์เป้าหมายกลุ่มครอบครัว ทั้งวัยรุ่นและวัยทำงานมากยิ่งขึ้น ควรนำเรือแคนูมาให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเพื่อพายชมบรรยากาศของคลองก้อจ้าน โดยต้องมีการควบคุมการเปิด-ปิดประตูน้ำให้มีระดับน้ำในคลองเพียงพอที่จะสามารถล่องเรือตามวันและเวลาของการเปิดทำการของตลาด เพื่อสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงไปยังเส้นทางอื่น ๆ ในอนาคตต่อไป นอกจากนี้ควรมีจุด Check in ที่โดดเด่นและสื่อถึงเอกลักษณ์ของชุมชน เช่น เสาประภาคาร เรือก้อจ้าน เป็นต้น และควรปรับภูมิทัศน์ เพื่อให้มีทิวทัศน์ที่สวยงาม น่าพักผ่อนหย่อนใจ รวมทั้งติดไฟรอบริมคลอง

ด้านที่ 2: ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ควรมีสะพานข้ามคลอง เพื่อให้นักท่องเที่ยวถ่ายรูปพร้อมติดไฟประดับ และหากมีอิเว้นท์ใหญ่ ก็ขอสนับสนุนรถสุขาเคลื่อนที่ ควรมีพื้นที่ที่ชัดเจนและแยกออกมาอย่างชัดเจน เช่น กองอำนวยการ หรือประชุมของคณะกรรมการชุมชน เพราะจะได้ไม่

รบกวนพื้นที่เปิดร้านของชาวบ้าน และจุดที่เห็นว่าเหมาะสมคือ บริเวณสนามเด็กเล่นของชุมชน รวมถึงควรมีอาคารเก็บของในการดูแลตลาดที่เป็นสัดส่วนชัดเจนเพื่อสะดวกในการใช้งานต่าง ๆ และควรจัดให้มีตู้ ATM เพิ่มเติมในบริเวณตลาด และเพิ่มสัญญาณ Wi-fi ของภาครัฐ นอกจากนี้ควรเพิ่มสะพานข้ามคลอง เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่จอดรถฝั่งวิทยาลัยสารพัดช่างสามารถข้ามมาได้สะดวกและร่นระยะทางในการเดิน และเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ถ่ายรูป เพื่อทำการประชาสัมพันธ์ไปในตัวอีกด้วย

ด้านที่ 3: ด้านกิจกรรม ล่องเรือในคลองกอจ้าน ที่ผ่านมามีการเล็งเห็นให้คนในชุมชนนำอาหารสดมาขายในตลาด แต่เนื่องจากตลาดเปิดทำการเพียงแค่สัปดาห์ละ 1 ครั้งเท่านั้น จึงเป็นอุปสรรคหลักต่อการขายที่อาจส่งผลกระทบต่อผลกำไรของเหล่าพ่อค้าแม่ค้าในอนาคตรัฐบาลสามารถเปิดตลาดได้มากกว่า 1 วัน/สัปดาห์ อาจเพิ่มโอกาสให้คนในชุมชนมาขายอาหารสดจากทะเลมากยิ่งขึ้น เนื่องจากทางตลาดยังมีกิจกรรมต่าง ๆ คล้ายคลึงกับตลาดอื่น ๆ จึงขาดเอกลักษณ์ ดังนั้นจึงควรรณรงค์ให้ชาวบ้านในชุมชนมีกิจกรรมสาธิตการทำขนมท้องถิ่นตลอด ไม่ใช่เพียงแค่ระยะแรก ๆ ของการเปิดตลาด เพื่อแสดงถึงภูมิปัญญาชาวบ้าน เพื่อแสดงความเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น และควรเพิ่มการขายสินค้าให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เนื่องจากตลาดกอจ้านตั้งอยู่ในพื้นที่ที่สถานศึกษาหลายแห่ง เช่น วิทยาลัยอาชีวศึกษาภูเก็ต วิทยาลัยสารพัดช่าง โรงเรียนบ้านบางเหนียว โรงเรียนเฉลิมพระเกียรติ ฯ รวมถึงสินค้าที่ทำจากภูมิปัญญาท้องถิ่น

ด้านที่ 4: ด้านการประชาสัมพันธ์ ควรเพิ่มองค์ความรู้เกี่ยวกับเครื่องมือในการทำการประชาสัมพันธ์ให้กับชุมชน เพิ่มการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบป้าย LED ตามแยกสัญญาณไฟจราจร โดยลงภาพบรรยากาศในการเปิดทำการของตลาด และควรมีหน่วยงานให้คำแนะนำเกี่ยวกับการทำการประชาสัมพันธ์รวมถึงการตลาดในช่องทางออนไลน์อื่น ๆ เพิ่มเติมให้แก่ชุมชน

ด้านที่ 5: ด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ชุมชนต้องมีแกนนำที่เข้มแข็งและมีความหนักแน่น เพิ่มองค์ความรู้ในการบริหารจัดการ การจัดสรรรายได้ ให้แก่คณะกรรมการ หน่วยงานภาครัฐควรสนับสนุนโดยการนำชาวบ้านในชุมชนไปศึกษาดูงานเชิงลึกที่มีการบอกเล่าจุดเริ่มต้นปัญหาและอุปสรรคที่ต้องพบเจอ รวมถึงวิธีการรับมือหรือการแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการก่อตั้งตลาดของชุมชน เพื่อให้ชุมชนมีความเข้าใจเชิงลึกและสามารถรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ รวมถึงจะได้ทราบค่าใช้จ่ายและต้นทุนที่เกี่ยวข้องอย่างรอบด้านด้วย

อภิปรายผล

จากผลของการวิจัยเรื่อง ศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตลาดกอจ้าน จังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัยนำผลที่ได้จากการวิจัยมาอภิปรายผลดังต่อไปนี้

1. การศึกษาศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตลาดกอจ้าน จังหวัดภูเก็ต มีรายละเอียดทั้ง 5 ด้าน ดังนี้

1.1 ด้านสิ่งดึงดูดใจ ตลาดกอจ้านเป็นชุมชนที่อยู่ร่วมกันระหว่างชุมชนสี่สิบห้องและชุมชนตันโพธิ์ มีวิถีชีวิต ประวัติความเป็นมาที่มีความเชื่อมโยงกัน โดยเป็นพื้นที่ประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน โดยมีสัญลักษณ์ที่สำคัญของชุมชนคือ เรือกอจ้าน รวมถึงมีคลองสายสำคัญ คือ คลองบางใหญ่ แสดงให้เห็นว่าศักยภาพของชุมชนยังคงมีประวัติศาสตร์ที่มีความสำคัญ ควรค่าแก่การส่งเสริมให้เป็นที่รู้จักแก่บุคคลภายนอก รวมถึงนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับ ชนัณท์ธินิดา กิตติอนันต์ธาดา และคณะ (2563) ที่ได้ศึกษาการพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบริเวณพื้นที่สามเหลี่ยมปากแม่น้ำยม - น่าน จังหวัดนครสวรรค์ ที่แนะนำให้มีการจัดการการท่องเที่ยวบน ฐานทรัพยากรธรรมชาติ และวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมมีการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ทางวัฒนธรรมประจำตำบลเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจกับนักท่องเที่ยว และการจัดกิจกรรมเสริมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในพื้นที่ เป็นการท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์ ซึ่งการนำเสนออัตลักษณ์ของชุมชน การเล่าเรื่องราวในอดีต เป็นสิ่งที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ ประกอบกับการที่ชุมชนกอจ้าน มีพื้นที่ใกล้กับทะเลและป่าโกงกาง รวมถึงสามารถนั่งพักผ่อนหย่อนใจ รับประทานอาหารกับครอบครัว ย่อมเป็นสิ่งดึงดูดแก่นักท่องเที่ยวให้เกิดความประทับใจ

1.2 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ตลาดกอจ้านได้รับการสนับสนุนจากเทศบาลนครภูเก็ต ในการอำนวยความสะดวก ทั้งในเรื่องไฟฟ้า รถห้องน้ำสาธารณะ และรวมทั้งมีเจ้าหน้าที่อาสาสมัครป้องกันภัยฝ่ายพลเรือน (อปพร.) มาอำนวยความสะดวกในการจอดรถ รวมถึงสถาบันศึกษาเข้ามามีส่วนร่วมในการสนับสนุน เช่น การนำนักเรียนมาร่วมแสดงต่าง ๆ แสดงให้เห็นว่า การดำเนินการของตลาดกอจ้าน จำเป็นจะต้องอาศัยการร่วมมือกัน การสร้างเครือข่ายทั้งจากภายในและภายนอกชุมชน สอดคล้องกับ วารุต มาลาแวจันทร์ และวรภรณ์ เทพสัมฤทธิ์พร (2559) ที่ศึกษาแนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาท้องถิ่น องค์การบริหารส่วนตำบลเชิงทะเล อำเภอลาดพร้าว จังหวัดภูเก็ต งานวิจัยนี้ศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาท้องถิ่น ปัญหาอุปสรรค และแนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วม พบว่าระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนอยู่ในระดับปานกลาง และเสนอแนวทางการส่งเสริม เช่น การให้ความรู้ด้านระเบียบกฎหมาย การสร้างจิตสำนึกประชาธิปไตย และการตอบสนองต่อปัญหาและความต้องการของประชาชน และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Shirley (1993) กล่าวถึง การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน สิ่งสำคัญควร ประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยผู้มีส่วนที่พัฒนาการท่องเที่ยวไม่เพียงแต่ทำตามแผน แต่ต้องประสานหน่วย

งานที่เกี่ยวข้องเข้ามาร่วมพัฒนาร่วมด้วย เช่น แผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อบต. และเทศบาล) แผนพัฒนาของสำนักงานนโยบาย และแผนสิ่งแวดล้อม แผนพัฒนาจังหวัด เป็นต้น รวมทั้งการมีส่วนร่วมและสร้างเครือข่ายในการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกับท้องถิ่น ทั้งนี้เป็นเพราะการเริ่มต้นของการจัดการการท่องเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือของหน่วยงานภาคต่าง ๆ รวมถึงเครือข่ายจากภายนอก

1.3 ด้านกิจกรรม ตลาดก้อจ้านมีกิจกรรมที่ดำเนินการ ประกอบไปด้วยสินค้าที่นำมาจำหน่าย มีหลายประเภท คือ หลัก ๆ จะแบ่งออกเป็น 1) สินค้าของสมาชิกในชุมชนสี่สิบห้อง และชุมชนต้นโพธิ์ ส่วนใหญ่ก็จะเป็นอาหาร ขนม และร้านของชุมชนสี่สิบห้อง ที่เปิดเป็นปกติอยู่แล้ว ส่วนใหญ่เป็นพวกอาหารและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวก็มาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น 2) สินค้าของพ่อค้าแม่ค้า ภายนอกที่มาติดต่อแผงเช่าที่ เพื่อขายสินค้า แสดงให้เห็นว่า การดำเนินกิจกรรมการขายสินค้า มีทั้งส่วนที่เป็นของชุมชนเองและของพ่อค้าแม่ค้าภายนอกที่นำมาจำหน่าย แสดงให้เห็นว่าตลาดก้อจ้าน ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการจัดการในการนำสินค้าของชุมชนเองมาจำหน่ายด้วย ซึ่งทำให้สมาชิกชุมชนมีรายได้เพิ่มเติมจากการจำหน่ายด้วย สอดคล้องกับ ผลวิจัยของพัชรินทร์ ฤชวรารักษ์ และคณะ (2564) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง การปรับตัวของตลาดชุมชน: ทางเลือกเพื่อการพัฒนาเกษตรผสมผสาน ผลวิจัยพบว่า เงื่อนไขของชุมชนที่เหมาะสมต่อการจัดตั้งตลาดชุมชนคือ คนส่วนใหญ่ในชุมชน มีผลผลิตเกินพอต่อการบริโภค มีความพร้อมและสนใจที่จะเข้าร่วมกิจกรรมของตลาดชุมชน แต่อย่างไรก็ตาม ผลวิจัยกลับพบว่า ตลาดก้อจ้านไม่ค่อยมีสินค้า หรือกิจกรรมการแสดงผลสินค้าที่สื่อถึงอัตลักษณ์ของชุมชน จึงทำให้ขาดความโดดเด่นในการนำเสนอกิจกรรมให้เป็นที่สนใจแก่นักท่องเที่ยว สอดคล้องกับ เมธาวิ จำเนียร (2564) ที่พบว่า “อัตลักษณ์” ของผลิตภัณฑ์ชุมชนมีความจำเป็นต่อการสร้างความน่าสนใจแก่ผู้บริโภคให้มีความต้องการในการซื้อหาผลิตภัณฑ์เหล่านั้นผ่านการสื่อสารอัตลักษณ์ ซึ่งอัตลักษณ์และการสื่อสารอัตลักษณ์นี้เอง จะสามารถนำไปสู่การสร้างและสื่อสารแบรนด์ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกทั้งหมดในทิศทางเดียวกันต่ออัตลักษณ์ ของผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้น ๆ และจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเพิ่มขึ้นอีกด้วย

1.4 ด้านการประชาสัมพันธ์ ตลาดก้อจ้านได้รับการสนับสนุนจากทางเทศบาลจะมีรถวิ่งประชาสัมพันธ์ในทุกวัน ก่อนถึงวันศุกร์ โดยจะวิ่งรอบตัวเมืองภูเก็ต และ ทางเทศบาลสร้างเพจตลาดก้อจ้านให้ทางชุมชน มีป้ายประชาสัมพันธ์ เป็นไว้นิล ติดบริเวณพื้นที่ตลาด และพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อให้รถที่ผ่านไปมาได้เห็นได้ชัด โดยมีป้ายประชาสัมพันธ์บอกเส้นทางเข้า-ออกตลาด บริเวณที่จอดรถ รวมถึงป้าย Check in และยังมีคณาจารย์จาก มหาวิทยาลัยศิลปากร ช่วยทำป้ายประชาสัมพันธ์ โดยทำป้ายตลาดก้อจ้าน เป็นรูปเรือก้อจ้าน เพื่อเป็นสัญลักษณ์ของตลาด และสนับสนุนถุงผ้าที่มีโลโก้เป็นรูปเรือก้อจ้าน สำหรับแจกและขายนักท่องเที่ยว และมีการประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ โดยชุมชนจะมีค่าใช้จ่าย 3,000 บาท/ แต่อย่างไรก็ตาม การดำเนินการส่วนใหญ่ยังคงพึ่งพาทางเทศบาลในการ

ช่วยเหลือทั้งงบประมาณ และการจัดการ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องเรียนรู้รูปแบบการประชาสัมพันธ์ รวมถึงการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง เพื่อให้เกิดการใช้งบประมาณที่คุ้มค่าที่สุด และเพื่อให้สามารถสื่อสารได้ตรงกลุ่มนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ ยุทธศาสตร์ ภาครัฐวิสาหกิจ และ เทศบาล ช่วย บำรุง (2562) ที่พบว่า ผู้ทำการตลาด (ชุมชน) ทำการประชาสัมพันธ์ที่สร้างแรงบันดาลใจให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายซื้อสินค้า หรือ ใช้ บริการของชุมชน โดยการพัฒนาศักยภาพในด้านนี้ จำเป็น ที่ต้องให้ผู้ทำการส่งเสริมการตลาด มีคุณลักษณะในการ วิเคราะห์นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย รู้จักพฤติกรรมและเข้าใจว่ากระบวนการประชาสัมพันธ์รูปแบบใดที่จะสามารถ โน้มน้าวใจลูกค้า ให้ซื้อสินค้าบริการ หรือตัดสินใจเดิน ทางมาท่องเที่ยวในชุมชนได้

1.5 ด้านความร่วมมือของตลาดท้องถิ่น ความร่วมมือของชุมชน ซึ่งความร่วมมืออยู่ในเกณฑ์ดี การร่วมมือเวลาเตรียมการต่าง ๆ ก่อนการเปิดตลาด ก็จะมีการคุยกัน ประชุมกัน ระหว่าง คณะกรรมการชุมชน และสมาชิกชุมชนบางคน เนื่องจากส่วนใหญ่ที่ไม่ได้เข้าร่วมเนื่องจากมีงานประจำ และเวลาไม่ตรงกัน แต่เมื่อมีเวลาวางจะเข้ามาให้ความร่วมมือทุกครั้ง มีการสื่อสารผ่านไลน์ กลุ่มของชุมชนเป็นหลัก ก็จะแจ้งให้สมาชิกในชุมชนทั้งสี่สิบห้องและต้นโพธิ์ ได้ทราบข่าว แต่การทำงานอาจมีความล่าช้าเนื่องจากผู้นำ (ประธานชุมชน) ลาออก ยังไม่มีใครมาแทน แสดงให้เห็นว่าการร่วมมือของชุมชนไม่มีความเข้มแข็งมากนัก ทำให้การดำเนินการของคณะกรรมการชุมชน ขาดทิศทางที่ชัดเจน ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการขับเคลื่อนกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชน ทั้งนี้การขาดผู้นำชุมชน อาจส่งผลกระทบต่อชุมชนในอนาคตข้างหน้าได้ สอดคล้องกับ สุเมธิ จิตต์ภักดิ์ (2562) ที่ได้ศึกษา บทบาทของผู้นำชุมชนในการสร้างการมีส่วนร่วมในโครงการขยะเหลือศูนย์ กรณีศึกษา เทศบาลตำบล โนนดินแดง จังหวัดบุรีรัมย์: การศึกษานี้พบว่าผู้นำชุมชนมีบทบาทสำคัญในการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในโครงการจัดการขยะ โดยการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและการสร้างความเข้าใจร่วมกันเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมความสำเร็จของโครงการ และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน) (2565) ที่ได้กำหนดลักษณะชุมชนเข้มแข็งและยั่งยืนไว้ว่า 1) สมาชิกชุมชนมีความเชื่อมั่นว่าตนเองและคนในชุมชนสามารถแก้ไขปัญหาและพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของตนเองได้ 2) สมาชิกในชุมชนรักที่จะพึ่งตนเอง มีความเอื้ออาทร รักห่วงใยกันและพร้อม ที่จะจัดการกับปัญหาของตนเองและชุมชนร่วมกัน 3) สมาชิกชุมชนเลือกผู้นำชุมชน ผู้นำการเปลี่ยนแปลง และผู้แทนชุมชนด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง 4) มีการตัดสินใจและทำงานร่วมกันอย่างต่อเนื่อง จนเป็นวิถีชีวิตของชุมชน โดยมีผู้นำชุมชนร่วมผลักดันอย่างแข็งขัน 5) สมาชิกชุมชนมีส่วนร่วมประเมินสภาพปัญหาของชุมชน ร่วมกำหนดอนาคตของชุมชน ร่วมคิด ตัดสินใจ ดำเนินการงาน ติดตามและประเมินผลการแก้ไขปัญหา และการพัฒนาของชุมชน 6) สมาชิกชุมชนเรียนรู้ที่จะ พัฒนาตนเองและชุมชน จากการเข้าร่วมเวทีชาวบ้านและการทำงานร่วมกัน 7) มีแผนของชุมชนในการพัฒนาทุกด้าน โดยมุ่งพึ่งตนเอง เอื้อประโยชน์ต่อสมาชิกชุมชนทุก ๆ คน และหวังผลการพัฒนา ที่

ยั่งยืน 8) การพึ่งภายนอกเป็นการพึ่งพาเพื่อให้ชุมชนสามารถพึ่งตนเองได้ในที่สุด ไม่ใช่การพึ่งพาตลอดไป 9) มีเครือข่ายความร่วมมือกับชุมชนอื่นหรือหมู่บ้านอื่น ท้องถิ่นหน่วยงานและบุคคลต่างๆ ในลักษณะความสัมพันธ์แบบเพื่อนแท้ ทั้งนี้เป็นเพราะการจะทำให้ชุมชนเข้มแข็งได้นั้น จะต้องเกิดจากแรงขับเคลื่อนของสมาชิก คณะกรรมการชุมชน ตลอดจนผู้นำชุมชน จะต้องร่วมมือรวมใจกัน ในการบรรลุเป้าหมายหรือภารกิจของชุมชนในมิติต่าง ๆ

2. แนวทางการเสริมสร้างศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตลาดกอกจ้าน จังหวัดภูเก็ต มีรายละเอียดทั้ง 5 ด้าน ดังนี้

2.1 ด้านสิ่งดึงดูดใจ ควรมีการจัดโซนสินค้าให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เช่น สินค้าวัฒนธรรม สินค้าแฟชั่น เป็นต้น เพื่อให้ตอบโจทย์เป้าหมายกลุ่มครอบครัว ทั้งวัยรุ่นและวัยทำงานมากยิ่งขึ้น ควรนำเรือแคนูมาให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเพื่อพายชมบรรยากาศของคลอง โดยต้องมีการควบคุมการเปิด-ปิดประตูน้ำให้มีระดับน้ำในคลองเพียงพอที่จะสามารถล่องเรือตามวันและเวลาของการเปิดทำการของตลาด เพื่อสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงไปยังเส้นทางอื่น ๆ ในอนาคตต่อไป นอกจากนี้ควรมีจุด Check in ที่โดดเด่นและสื่อถึงเอกลักษณ์ของชุมชน เช่น เสาประภาคาร เรือกอกจ้าน เป็นต้น และต้องมีการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ รวมถึงการให้ความสำคัญของสมาชิกชุมชน ในการร่วมมือการสร้างสรรคสิ่งดึงดูดใจ ไม่ว่าจะเป็นการมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน การปรับปรุงภูมิทัศน์ของบริเวณตลาดและริมคลองให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างจุดขาย ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวแหล่งใหม่ของจังหวัดภูเก็ต สอดคล้องกับแนวคิดของ ปพน ศรีนทร์ญา และคณะ (2562) ได้กล่าวว่า สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) คือ สิ่งที่สามารถดึงดูดใจ ให้เกิดความสนใจต้องการที่จะไปยังแหล่งท่องเที่ยว พื้นที่ที่นักท่องเที่ยวไปนั้นจะต้องเป็นพื้นที่ที่มีสิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญในแหล่งท่องเที่ยวจะมีจุดที่เป็นจุดที่น่าสนใจดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวจุดหนึ่งหรือหลายจุด หากพื้นที่ใดมีแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดใจหลายจุดแหล่งท่องเที่ยวนั้นจะมีนักท่องเที่ยวให้สนใจเดินทางมาเพื่อท่องเที่ยวกันมากขึ้น

2.2 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ควรมีสะพานข้ามคลอง เพื่อให้นักท่องเที่ยวถ่ายรูป พร้อมติดไฟประดับ และหากมีอิเว้นท์ใหญ่ ก็ขอสนับสนุนรถสุขาเคลื่อนที่ ควรมีพื้นที่ที่ชัดเจนและแยกออกมาอย่างชัดเจน เช่น กองอำนวยการ หรือประชุมของคณะกรรมการชุมชน เพราะจะได้ไม่รบกวนพื้นที่เปิดร้านของชาวบ้าน และจุดที่เห็นว่าเหมาะสมคือ บริเวณสนามเด็กเล่นของชุมชน รวมถึงควรมีอาคารเก็บของในการดูแลตลาดที่เป็นสัดส่วนชัดเจนเพื่อสะดวกในการใช้งานต่างๆ และควรจัดให้มีตู้ ATM เพิ่มเติมในบริเวณตลาด และเพิ่มสัญญาณ Wi-fi ของภาครัฐ นอกจากนี้ควรเพิ่มสะพานข้ามคลอง เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่จอดรถฝั่งวิทยาลัยสารพัดช่างสามารถข้ามมาได้สะดวกและร่นระยะทางในการเดิน และเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ถ่ายรูป เพื่อทำการประชาสัมพันธ์ไปในตัวอีกด้วย แสดงให้เห็นว่าแนวทางการส่งเสริมศักยภาพของชุมชน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นการให้แนวทางเกี่ยวกับ

ความสะดวกเน้นในด้านสถานที่จอดรถ และนอกจากนี้ การหอน้ำสาธารณะซึ่งเป็นสิ่งสำคัญแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งถ้าจะพึงพารถสุขาเคลื่อนที่หรือใช้บริการบ้านเรือนของสมาชิกชุมชน อาจทำให้ไม่สะดวกแก่นักท่องเที่ยว สอดคล้องกับ นิสากร ยินดีจันทร์ และคณะ (2563) ที่ได้เสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพชุมชนแบบมีส่วนร่วมสู่ชุมชนท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยเสนอว่าการพัฒนาศักยภาพของการท่องเที่ยวชุมชน คือ มีการดำเนินการในรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว ให้ตรงความต้องการของนักท่องเที่ยว จะต้องอาศัยความร่วมมือกันให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการโดยศักยภาพของสถานที่พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่ในชุมชนให้เกิดความน่าสนใจ รวมถึงมีสิ่งอำนวยความสะดวกในขั้นพื้นฐานต่าง ๆ เพื่อให้สามารถรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ มีการวางแผนจัดเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชนที่ปลอดภัยโดยกำหนดจุดพักระหว่างเส้นทาง รวมไปถึงความสะดวกในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ใกล้เคียง มีบริการรับ-ส่ง นักท่องเที่ยวเพื่อเดินทางไปชุมชนท่องเที่ยว ใกล้เคียง เพื่อให้เกิดเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างชุมชนด้วยกัน

2.3 ด้านกิจกรรม ควรจัดให้มีบริการเรือล่องในคลอง ในอนาคตควรเปิดตลาดได้มากกว่า 1 วัน/สัปดาห์ อาจเพิ่มโอกาสให้คนในชุมชนมาขายอาหารสดจากทะเลมากยิ่งขึ้นที่ผ่านมาการเลี้ยงเห็นให้คนในชุมชนนำอาหารสดมาขายในตลาด แต่เนื่องจากตลาดเปิดทำการเพียงแค่สัปดาห์ละ 1 ครั้งเท่านั้น จึงเป็นอุปสรรคหลักต่อการขายที่อาจส่งผลกระทบต่อผลกระทบบางอย่างของเหลือ เนื่องจากทางตลาดยังมีกิจกรรมต่าง ๆ คล้ายคลึงกับตลาดอื่น ๆ จึงขาดเอกลักษณ์ ดังนั้นจึงควรรณรงค์ให้ชาวบ้านในชุมชนมีกิจกรรมสาธิตการทำขนมท้องถิ่นตลอด ไม่ใช่เพียงแค่ระยะแรก ๆ ของการเปิดตลาด เพื่อแสดงถึงภูมิปัญญาชาวบ้าน เพื่อแสดงความเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น และควรเพิ่มการขายสินค้าให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เนื่องจากตลาดกอเจียนตั้งอยู่ในพื้นที่ที่สถานศึกษาหลายแห่ง เช่น วิทยาลัยอาชีวศึกษาภูเก็ต วิทยาลัยสารพัดช่าง โรงเรียนบ้านบางเหนียว โรงเรียนเฉลิมพระเกียรติฯ แสดงให้เห็นว่าแนวทางในการเสริมสร้างศักยภาพของชุมชน ด้านกิจกรรม มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการมีกิจกรรมการล่องเรือเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว และการส่งเสริมอัตลักษณ์ของชุมชน โดยการสาธิตสินค้าหรือการขายสินค้าที่สะท้อนความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน รวมทั้งเน้นความหลากหลายของสินค้าเพื่อตอบโจทย์กลุ่มนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย สอดคล้องกับ เมธาวิ จำเนียร (2564) ที่พบว่า “อัตลักษณ์” ของผลิตภัณฑ์ชุมชนมีความจำเป็นต่อการสร้างความน่าสนใจแก่ผู้บริโภคให้มีความต้องการในการซื้อหาผลิตภัณฑ์เหล่านั้นผ่านการสื่อสารอัตลักษณ์ ซึ่งอัตลักษณ์และการสื่อสารอัตลักษณ์นี้เอง จะสามารถนำไปสู่การสร้างและสื่อสารแบรนด์ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกทั้งหมดในทิศทางเดียวกันต่ออัตลักษณ์ ของผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้น ๆ และจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเพิ่มขึ้นอีกด้วย ทั้งนี้สินค้าที่ชุมชนผลิตขึ้นมา ควรมีที่มา หรือเรื่องราวของวิถีชีวิตของชุมชน รวมถึงการทอวิถีชีวิต เรื่องราวความเป็นมาต่าง ๆ ในรูปแบบกิจกรรมอื่น ๆ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจมากยิ่งขึ้น

2.4 ด้านการประชาสัมพันธ์ ควรเพิ่มองค์ความรู้เกี่ยวกับเครื่องมือในการทำการประชาสัมพันธ์ให้กับชุมชน เพิ่มการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบป้าย LED ตามแยกสัญญาณไฟจราจร โดยลงภาพบรรยากาศในการเปิดทำการของตลาด และควรมีหน่วยงานให้คำแนะนำเกี่ยวกับการทำการประชาสัมพันธ์รวมถึงการตลาดในช่องทางออนไลน์อื่น ๆ เพิ่มเติมให้แก่ชุมชน สอดคล้องกับ ยุคลวัชร ภัคดีจักริวิธ และ เทิดชาย ช่วยบำรุง (2562) ที่พบว่า ผู้ทำการตลาด (ชุมชน) ทำการประชาสัมพันธ์ที่สร้างแรงบันดาลใจให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายซื้อสินค้า หรือ ใช้บริการของชุมชน โดยการพัฒนาศักยภาพในด้านนี้จำเป็นต้องให้ผู้ทำการส่งเสริมการตลาด มีคุณลักษณะในการวิเคราะห์นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย รู้จักพฤติกรรมและเข้าใจว่ากระบวนการประชาสัมพันธ์รูปแบบใดที่จะสามารถ โน้มน้าวใจลูกค้าให้ซื้อสินค้าบริการ หรือตัดสินใจเดิน ทางมาท่องเที่ยวในชุมชนได้

2.5 ด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ชุมชนต้องมีแกนนำที่เข้มแข็งและมีความหนักแน่น ทั้งประธานและคณะกรรมการ รวมถึงสมาชิกชุมชน เพิ่มองค์ความรู้ในการบริหารจัดการ มีความมุ่งมั่นตั้งใจทำงานและโปร่งใส ซื่อสัตย์สุจริต ทำเพื่อประโยชน์ส่วนรวมเป็นสำคัญ การจัดสรรรายได้ให้แก่คณะกรรมการ หน่วยงานภาครัฐควรสนับสนุนโดยการนำชาวบ้านในชุมชนไปศึกษาดูงานเชิงลึก ที่มีการบอกเล่าจุดเริ่มต้น ปัญหาและอุปสรรคที่ต้องพบเจอ รวมถึงวิธีการรับมือหรือการแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการก่อตั้งตลาดของชุมชน เพื่อให้ชุมชนมีความเข้าใจเชิงลึกและสามารถรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ รวมถึงจะได้ทราบค่าใช้จ่ายและต้นทุนที่เกี่ยวข้องอย่างรอบด้านด้วย แสดงให้เห็นว่า การร่วมมือของชุมชน จะต้องควบคู่ขนาดกันทั้ง ผู้นำ คณะกรรมการ และสมาชิกชุมชน จะต้องมีความเป็นหนึ่งเดียวกัน เพื่อขับเคลื่อนกิจกรรมของชุมชนให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ สอดคล้องกับ กรรณิการ์ ไกรกิจราษฎร์ และคณะ (2567) ที่พบว่า แนวทางในการบริหารจัดการด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน เพราะคนในชุมชนคือเจ้าของชุมชน ในการจัดให้บริการด้านสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ต้องเริ่มจากการเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผน การตัดสินใจ การลงมือปฏิบัติ ร่วมกันของคนในชุมชน จะต้องมีการติดตามประเมินกิจกรรมที่ทำร่วมกัน เพื่อพัฒนาปรับปรุงกิจกรรมการท่องเที่ยวให้ดีขึ้นได้มาตรฐาน มีความได้เปรียบทางการแข่งขัน เพื่อยกระดับต่อยอดการท่องเที่ยวของชุมชนให้ เป็นที่ยอมรับ จนขยายผลเชื่อมโยงการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ ร่วมกันอนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรม และ ประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตชุมชน ให้เกิดความเข้มแข็ง อย่างยั่งยืนได้ในที่สุด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

จากผลวิจัยดังกล่าวกลุ่มเป้าหมายที่จะนำไปใช้ประโยชน์ได้แก่ สมาชิกชุมชนตลาดกอกจ๊าด กองสวัสดิการเทศบาลนครภูเก็ต โดยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ ควรปรับปรุงทัศนคลองให้สวยงามเป็นจุดพักผ่อน และศึกษาภูมิหลังความเป็นมาของตลาดก้อจ้านจากคนรุ่นเก่า เพื่อนำเรื่องราวมาเผยแพร่ผ่านโซเชียลมีเดียสร้างการรับรู้แก่นักท่องเที่ยว
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ควรสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติม ได้แก่ ห้องน้ำสาธารณะ ไฟส่องสว่างริมคลอง สะพานข้ามคลอง และรถบริการรับ-ส่งนักท่องเที่ยวในวันเปิดตลาด
3. ด้านกิจกรรม ควรสนับสนุนชุมชนผลิตสินค้าที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น เช่น อาหาร ขนม พร้อมสาธิตการให้นักท่องเที่ยวชมและซื้อสินค้า
4. ด้านการประชาสัมพันธ์ กำหนดผู้ดูแลเพจและโซเชียลมีเดียอื่น ๆ พร้อมส่งเสริมความรู้การใช้สื่อแก่นักท่องเที่ยว และควรกำหนดกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม
5. ด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน เน้นความร่วมมือจากทุกฝ่าย ทั้งชุมชน เครือข่ายชุมชน ภาคเอกชน และภาครัฐ โดยเฉพาะชุมชนต้องร่วมมือกันอย่างเข้มแข็ง มีผู้นำที่ซื่อสัตย์สุจริต คณะกรรมการที่เสียสละ และสมาชิกชุมชนที่ร่วมใจกันเพื่อให้ตลาดก้อจ้านสำเร็จอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะสำหรับครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ หากมีการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาเพิ่มเติมในการทำวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อให้เห็นถึงระดับปัญหาที่ชัดเจนขึ้น ตลอดจนการสร้างโมเดลความสัมพันธ์ระหว่างปัญหาวิจัย กับตัวแปรอื่น ๆ เช่น แนวทางการพัฒนา หรือกลยุทธ์ในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นต้น

บรรณานุกรม

- กชมน วงศ์คำ. (2562). การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านหัวขัว ตำบลแกดำ อำเภอกำแพง จังหวัดมหาสารคาม. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- กรณิการ์ ไกรกิจราษฎร์, และคณะ. (2567). การบริหารจัดการศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบยั่งยืนเครือข่ายท่องเที่ยวโดยชุมชนสุโขทัย. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 9(9), 403–412.
- จิราภรณ์ แก้วมณี, และคณะ. (2563). การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในชุมชนบ้านหัวเขาจีน อำเภอบางท้อ จังหวัดราชบุรี. มหาวิทยาลัยศิลปากร. สืบค้นจาก https://www.thapra.lib.su.ac.th/objects/thesis/fulltext/snamcn/Jirapohn_Kaewmanee/Jirapohn_Kaewmanee_fulltext.pdf

- ชนันท์ธิดา กิตติอนันต์ธาดา, และคณะ. (2563). การพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบริเวณพื้นที่สามเหลี่ยมปากแม่น้ำยม - น่าน จังหวัดนครสวรรค์. *วารสารวิจัยวิชาการ*, 3(1), 97–110.
- ฐิตาภา บำรุงศิลป์, และคณะ. (2564). ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษาชุมชนมีนบุรี อุปถัมภ์ กรุงเทพมหานคร. *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*, 3(2), 78–94.
- นิสากร ยินดีจันทร์, ฐริพัฒน์ แก้วตาธนาวัฒนา, & สันตสุธิ์ บริวงศ์ตระกูล. (2564). การพัฒนาศักยภาพชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาเครือข่ายท่องเที่ยวโดยชุมชนจันทบุรี. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม*, 11(1), 257–258.
- ปพน บุญมลาย, และคณะ. (2563). การมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตกรรม: กรณีศึกษาตำบลหน้าถ้ำ อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา. ใน *Proceedings การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางแสน ครั้งที่ 17* (หน้า 4412–4425).
- พงศ์ประสิทธิ์ อ่อนจันทร์. (2561). แนวทางการพัฒนาองค์กรชุมชนเพื่อเตรียมความพร้อมรองรับการท่องเที่ยวโดยชุมชน: กรณีศึกษาผู้นำชุมชนและชมรมการท่องเที่ยว อำเภอพิบูล จังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารมหาจุฬานาครธรรม์*, 5(1), 79–89.
- พัชรินทร์ ฤชวรารักษ์, จตุพร ดอนโสม, & อพิชัย โสสุทธิ. (2564). พัฒนาการและการปรับตัวของตลาดชุมชน: กลยุทธ์การพัฒนาเกษตรผสมผสาน. *วารสารมนุษยศาสตร์*, 19(1), 227–250.
- เมธาวี จำเนียร. (2564). อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การสร้างและสื่อสารแบรนด์ กรณีศึกษา: การแสดงรำไท่นกพิทิต. *วารสารราชพฤกษ์*, 19(2), 1–12.
- ยุคลวัชร ภัคดีจักริฐ, & เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2562). ศักยภาพชุมชนด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวแก่แหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยาและพื้นที่เชื่อมโยง. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*, 7(2), 254–264.
- วารุต มาลาแวจันทร์, & วราภรณ์ เทพสัมฤทธิ์พร. (2559). แนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาท้องถิ่น องค์การบริหารส่วนตำบลเชิงทะเล อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต*, 12(1), 103–122.
- สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน). (2565). *การพัฒนาชุมชนเข้มแข็งพึ่งพาตนเอง และเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงโดยอาศัยการดำเนินงานอย่างบูรณาการ*. สหมิตรพรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิง จำกัด.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2563). ผลกระทบของโควิด-19 ต่อภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทย.

สืบค้นจาก

https://www.nso.go.th/nsoweb/storage/infomotion/2023/20230428005427_65820.pdf

Creswell, J. (2015). *Research design: Qualitative, quantitative and mixed methods approaches*. Pearson Education Inc.

Shirley, E. (1993). *Beyond the green horizon: Principles for sustainable tourism*. Heinemann.

Travel.TrueID. (2020, February 14). หลาดกอจ้าน ณ คลองบางใหญ่ @ภูเก็ต. Retrieved from <https://travel.trueid.net/detail/ymLwwwQlYrEM>.

การบริหารสถานศึกษาด้วยหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารในศูนย์พัฒนาคุณภาพ
การศึกษานูราพาประเทืองวิทย์ อำเภอแม่เมาะ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา
ประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3

School Administration with Good Governance Principles of School
Administrators in Burapa Pratuengwit Educational Quality
Development Center in Mae Ai District under the Chiang Mai
Primary Educational Service Area Office 3.

ภัทรวัต ต๊ะป่าตาล

นักศึกษา หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่

E-mail: kunnaphat231@gmail.com

ธีระภัทร ประสมสุข

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่

E-mail: teerapat@northcm.ac.th

ปรีชาชาญ อินทรชิต

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกสาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่

E-mail: preechachan@northcm.ac.th

Phattawat Thapatal

Students of the Master of Education Program North-Chiang Mai University

Teerapat Prasomsook

Lecturer, Master of Education Program in Educational Administration,

North-Chiang Mai University

Preechachan Intarachit

External expert, Master of Education Program in Educational Administration,

North-Chiang Mai University

รับเข้า : 16 มีนาคม 2566

แก้ไข : 21 เมษายน 2566

ตอบรับ : 22 เมษายน 2566

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริหารสถานศึกษาด้วยหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหาร
และเพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาการบริหารสถานศึกษาด้วยหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารในศูนย์พัฒนา

คุณภาพการศึกษาบูรพาประเทืองวิทย์ อำเภอแม่เอย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา
ประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ครูผู้สอนในศูนย์พัฒนาคุณภาพการศึกษาบูรพา
ประเทืองวิทย์ ประจำปีการศึกษา 2565 จำนวน 80 คน และผู้บริหารสถานศึกษาในศูนย์พัฒนา
คุณภาพการศึกษาบูรพาประเทืองวิทย์ จำนวน 6 คน เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสอบถามและแบบ
สัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง

ผลการวิจัย พบว่า การบริหารสถานศึกษาด้วยหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารในศูนย์พัฒนา
คุณภาพการศึกษาบูรพาประเทืองวิทย์ อำเภอแม่เอย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา
เชียงใหม่ เขต 3 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.03$, $SD=0.14$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่
ในระดับมาก 5 ด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านหลักความคุ้มค่าอยู่ในระดับ
มาก ($\bar{X}=4.44$, $SD=0.53$) ด้านหลักคุณธรรมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.15$, $SD=0.50$) ด้านหลักการมีส่วนร่วม
อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.13$, $SD=0.48$) ด้านหลักความรับผิดชอบอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.02$,
 $SD=0.62$) ด้านหลักนิติธรรมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.94$, $SD=0.48$) ส่วนด้านหลักความโปร่งใสอยู่ใน
ระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.48$, $SD=0.67$) แนวทางการพัฒนาการบริหารสถานศึกษาด้วยหลักธรรมาภิ
บาลของผู้บริหารในศูนย์พัฒนาคุณภาพการศึกษาบูรพาประเทืองวิทย์ อำเภอแม่เอย สังกัดสำนักงาน
เขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3 คือ การนำหลักธรรมาภิบาลมาใช้ในการบริหาร
จัดการสถานศึกษาให้เกิดความโปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้

คำสำคัญ: การบริหารสถานศึกษา หลักธรรมาภิบาล ศูนย์พัฒนาคุณภาพการศึกษาบูรพาประเทืองวิทย์

Abstract

This research aimed to study the School Administration with Good Governance Principles of School Administrators in Burapa Pratuengwit Educational Quality Development Center in Mae Ai District under the Chiang Mai Primary Educational Service Area Office 3. The samples included 80 teachers in the Burapa Pratuengwit Educational Quality Development Center for the academic year 2022 by a simple random method and 6 school administrators in the Burapa Pratuengwit Quality Development Center by a specific selection method. The tools used included questionnaires and interviews.

The results of the study showed that school administration according to Good Governance principles of school administrators in Burapa Pratuengwit Educational Quality Development Center in Mae Ai District under the Chiang Mai Primary Educational Service Area Office 3 in overall was at a high level ($\bar{X}=4.03$, $SD=0.14$),

when considered individually, with the average values in descending order, the factors order was as followed; the cost-effectiveness was at a high level ($\bar{X}=4.44$, $SD=0.53$), the morality was at a high level ($\bar{X}=4.15$, $SD=0.50$), the participation was at a high level ($\bar{X}=4.13$, $SD=0.48$), the responsibility was at a high level ($\bar{X}=4.02$, $SD=0.62$), the jurisprudence was at a high level ($\bar{X}=3.94$, $SD=0.48$), and the transparency was at a moderate level ($\bar{X}=3.48$, $SD=0.67$), respectively. The guideline for school administration according to Good Governance principles of school administrators in Burapa Pratuengwit Educational Quality Development Center in Mae Ai District under the Chiang Mai Primary Educational Service Area Office 3 was adopting good governance principles in school management to ensure transparency and accountability.

Keywords: school administration, good governance, Burapa Pratuengwit Educational Quality Development Center

บทนำ

การเปลี่ยนผ่านของโลกเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์ มีอิทธิพลส่งผลทำให้การบริหารงานของภาครัฐทั่วโลกจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงในหลาย ๆ รวมถึงประเทศไทย จนต้องมีการปฏิรูประบบราชการเพื่อสร้างให้การบริหารงานมีประสิทธิภาพเพิ่มสูงขึ้น อันนำไปสู่การตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนได้อย่างมีคุณภาพ ในปัจจุบันสภาพการณ์ของประเทศไทยได้มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากทั้งในด้านเศรษฐกิจสังคม และการเมือง ซึ่งส่งผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อวิถีชีวิตของประชาชนอย่างกว้างขวาง (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2556: 24)

ธรรมาภิบาล เป็นการบริหารงานของภาครัฐในทุกด้านโดยชอบธรรมและมีประสิทธิภาพ โดยเน้นการใช้กระบวนการมีส่วนร่วมจากทุกส่วนของสังคม ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐเอกชนหรือประชาชนอย่างจริงจังและต่อเนื่อง เพื่อให้ประเทศมีพื้นฐานประชาธิปไตยที่เข้มแข็ง มีความชอบธรรมด้านกฎหมาย มีเสถียรภาพ มีโครงสร้างการบริหารที่มีประสิทธิภาพ มีความโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้ หากจะให้ประเทศมีการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนการมุ่งดำเนินธุรกิจ หรือปฏิบัติราชการต่าง ๆ โดยไม่ให้ความสนใจถึงเรื่องของสังคม ประชาชน และสิ่งแวดล้อมจึงเป็นไปไม่ได้อีกต่อไป ด้วยเหตุนี้การบริหารจัดการที่ดีจึงเข้ามาเป็นเรื่องที่ทุกภาคส่วนให้ความสำคัญ และเริ่มมีการนำไปปฏิบัติกันมากขึ้น ธรรมาภิบาลนับเป็นกระแสที่ทุกภาคส่วนไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน และภาคประชาชน ให้ความสนใจและนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานขององค์กร ด้วยหลักธรรมาภิบาลประกอบด้วยหลักสำคัญ 6 ประการ คือ หลักนิติธรรม หลักคุณธรรม หลักความโปร่งใส หลักการมี

ส่วนร่วม หลักสำนึกรับผิดชอบ และหลักความคุ้มค่า นอกจากนี้แล้วยังทำให้บุคคลภายนอกที่เกี่ยวข้อง ศรัทธาและเชื่อมั่นในองค์กรนั้น ๆ อันจะทำให้เกิดการพัฒนายอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น หากความไว้วางใจที่พลเมืองมีต่อรัฐบาล ผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐ หรือข้าราชการระดับสูง ย่อมสะท้อนถึงคามมีธรรมาภิบาลในระดับที่สูงของสังคมหรือรัฐนั้น (พระครูปลัดประวิทย์ วรธมโม, 2564: 35)

สถานศึกษาเป็นหน่วยงานสำคัญในการบริหารจัดการศึกษาและให้การศึกษาแก่ประชาชน จึงมีความจำเป็นที่จะต้องนำหลักธรรมาภิบาลมาบูรณาการในการบริหารจัดการศึกษา ผู้บริหารสถานศึกษาเป็นบุคคลสำคัญในการบริหารจัดการศึกษาให้มีคุณภาพ โดยเฉพาะผู้บริหารสถานศึกษาในยุคใหม่ในศตวรรษที่ 21 จะต้องมีความรู้ที่โดดเด่น เหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน และอนาคตอันใกล้ และมีประสบการณ์ทางการบริหารการศึกษายุคใหม่ เพื่อให้สถานศึกษาประสบผลสำเร็จ สามารถสนองตอบความต้องการของชุมชน ทันสมัย พร้อมรับกับการเปลี่ยนแปลงการศึกษาไทยในปัจจุบัน เป็นยุคแห่งการเรียนรู้ที่มีการเปิดกว้างมีหลากหลายรูปแบบให้มนุษย์ได้ศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเองอย่างรวดเร็ว โดยการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาพัฒนารูปแบบการจัดการศึกษา เพื่อให้ก้าวทันโลกยุคใหม่ที่ไร้ขอบเขตภายใต้จินตนาการของมนุษย์ที่สร้างขึ้น การศึกษาเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นได้ทุกที่ทุกเวลา ดังนั้นระบบการศึกษาจึงเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณภาพที่ยั่งยืน จึงควรต้องนำหลักธรรมาภิบาลมาบริหารงานในสถานศึกษา เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล (พิณสุตา สิริธรรังศรี, 2556 อ้างถึงใน พงษ์กฤตย์ นามปพนอังกูร และคณะ, 2562: 7)

ศูนย์พัฒนาคุณภาพการศึกษาบูรพาประเทืองวิทย์ เข้าใจถึงสภาพปัญหาในการบริหารจัดการสถานศึกษาในปัจจุบัน จึงให้ความสำคัญในการใช้หลักธรรมาภิบาลในการบริหารการศึกษาให้เป็นไปตามมาตรฐาน ตามเป้าหมาย และนโยบายของหน่วยงานต้นสังกัด โดยการนำหลักธรรมาภิบาลมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการและการดำเนินงานของสถานศึกษาในศูนย์พัฒนาคุณภาพการศึกษาบูรพาประเทืองวิทย์ ประกอบด้วยหลักสำคัญ 6 ประการ คือ หลักนิติธรรม หลักคุณธรรม หลักความโปร่งใส หลักการมีส่วนร่วม หลักสำนึกรับผิดชอบ และหลักความคุ้มค่า ตามบริบทของสถานศึกษา

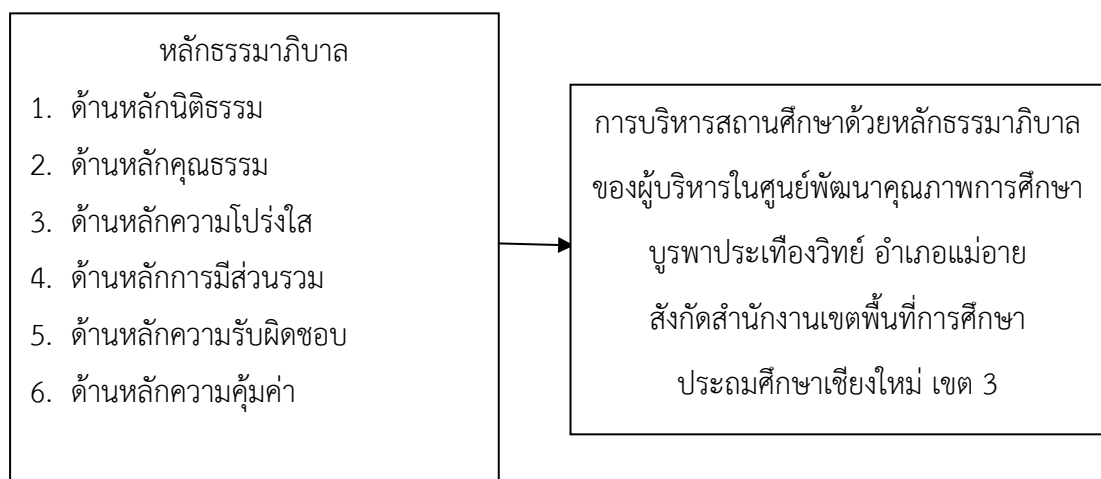
ด้วยเหตุดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจและได้ศึกษาเกี่ยวกับการบริหารสถานศึกษาด้วยหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารในศูนย์พัฒนาคุณภาพการศึกษาบูรพาประเทืองวิทย์ อำเภอแม่สาย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3 ตลอดจนศึกษาสภาพปัญหา รวมทั้งแนวทางในการใช้หลักธรรมาภิบาลในสถานศึกษา ช่วยเพิ่มศักยภาพในการศึกษา มีความโปร่งใส การมีส่วนร่วมในการบริหาร สร้างความเชื่อมั่นในการบริหารการศึกษา และเป็นแนวทางในการพัฒนาศาสตร์ทางการบริหารการศึกษาเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการบริหารสถานศึกษาด้วยหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารในศูนย์พัฒนาคุณภาพการศึกษาบูรพาประเทืองวิทย อำเภอมะนวย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3
2. เพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมพัฒนาการบริหารสถานศึกษาด้วยหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารในศูนย์พัฒนาคุณภาพการศึกษาบูรพาประเทืองวิทย อำเภอมะนวย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และสังเคราะห์แนวคิดเกี่ยวกับหลักธรรมาภิบาล (คณะทำงานส่งเสริมธรรมาภิบาลของสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี, 2565: ออนไลน์) และประมวลเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาตามภาพที่ 1 ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ครูผู้สอนในศูนย์พัฒนาคุณภาพการศึกษาบูรพาประเทืองวิทย อำเภอมะนวย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3 ประจำปีการศึกษา 2565 จำนวน 80 คน และผู้บริหารสถานศึกษาในศูนย์พัฒนาคุณภาพการศึกษาบูรพาประเทืองวิทย จำนวน 6 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview)

1. แบบสอบถามการบริหารสถานศึกษาด้วยหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารในศูนย์พัฒนาคุณภาพการศึกษาบูรพาประเทืองวิทย อำเภอมะออย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3 แบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามการบริหารสถานศึกษาด้วยหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารในศูนย์พัฒนาคุณภาพการศึกษาบูรพาประเทืองวิทย อำเภอมะออย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3 เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

2. แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) เกี่ยวกับแนวทางการบริหารสถานศึกษาด้วยหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารในศูนย์พัฒนาคุณภาพการศึกษาบูรพาประเทืองวิทย อำเภอมะออย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3

การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือ

1. ศึกษาค้นคว้าจากตำรา เอกสาร ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องภายในประเทศและต่างประเทศ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. กำหนดขอบเขต และโครงสร้างของแบบสอบถามเพื่อให้ครอบคลุมการบริหารสถานศึกษาด้วยหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารในศูนย์พัฒนาคุณภาพการศึกษาบูรพาประเทืองวิทยอำเภอมะออย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3 ร่างแบบสอบถามเพื่อขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา พร้อมทั้งมีการตรวจและแก้ไข ปรับปรุงเพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3. นำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไข ตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา และให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบพิจารณาหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) คือพิจารณาข้อคำถามที่สร้างขึ้นมาว่ามีความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาสาระของเครื่องมือกับเนื้อหาสาระของสิ่งที่ต้องการศึกษา โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับลักษณะเฉพาะกลุ่มพฤติกรรมนั้น และคัดเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่าความตรง ตั้งแต่ 0.66 ขึ้นไป โดยนำเครื่องมือที่สร้างขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญแต่ละคน พิจารณาลงความเห็นและให้คะแนน (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2540: 116-117) ดังนี้

+1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นมีความสอดคล้อง

0 เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นมีความสอดคล้อง

-1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นไม่มีความสอดคล้อง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าข้อคำถามแต่ละข้อมีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 ซึ่งถือว่ามีความเที่ยงตรงตามเนื้อหา

4. นำแบบสอบถามที่ได้มีการปรับปรุงแก้ไขแล้ว นำไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างข้าราชการครูของโรงเรียนชุมชนวัดศรีดงเย็น โรงเรียนบ้านอ้าย และโรงเรียนบ้านหัวฝาย อำเภอยะโฮ

ปรากฏ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3 ที่ไม่ใช่กลุ่มประชากรที่ศึกษา โรงเรียนละ 10 คน รวมเป็นจำนวน 30 คน

5. นำแบบสอบถามที่ทดลองใช้มาตรวจสอบให้คะแนนและหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2540: 125-126) แบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.80

6. นำแบบสอบถามที่ได้แก้ไขปรับปรุงคุณภาพของเครื่องมืออีกครั้งเพื่อความสมบูรณ์จากข้อบกพร่องที่พบจากการตอบของกลุ่มตัวอย่าง

7. จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยต่อไป การวิจัยครั้งนี้ประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ ในการหาค่าร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผู้วิจัยได้ดำเนินการโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ดังนี้

1) วิเคราะห์สถานภาพทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้ ความถี่และค่าร้อยละ เสนอในรูปแบบตาราง

2) วิเคราะห์การบริหารสถานศึกษาด้วยหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารในศูนย์พัฒนาคุณภาพการศึกษาบูรพาประเทืองวิทย์ อำเภอแม่เมาะ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3 โดยการหาค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) โดยรวมและรายด้าน เสนอในรูปแบบตารางแล้วนำผลการวิเคราะห์ทางสถิติมาแปลผลของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามประมาณค่า 5 ระดับ (บุญชม ศรีสะอาด, 2560: 209)

4.51–5.00 แปลความหมายว่า มีการปฏิบัติ อยู่ในระดับมากที่สุด

3.51–4.50 แปลความหมายว่า มีการปฏิบัติ อยู่ในระดับมาก

2.51–3.50 แปลความหมายว่า มีการปฏิบัติ อยู่ในระดับปานกลาง

1.51–2.50 แปลความหมายว่า มีการปฏิบัติ อยู่ในระดับน้อย

1.00–1.50 แปลความหมายว่า มีการปฏิบัติ อยู่ในระดับน้อยที่สุด

3) วิเคราะห์เกี่ยวกับแนวทางการบริหารสถานศึกษาด้วยหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารในศูนย์พัฒนาคุณภาพการศึกษาบูรพาประเทืองวิทย์ อำเภอแม่เมาะ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3 โดยการนำแบบสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) และวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลเป็นเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย

1. การบริหารสถานศึกษาด้วยหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารในศูนย์พัฒนาคุณภาพการศึกษาบูรพาประเทืองวิทย์ อำเภอแม่เมาะ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การบริหารสถานศึกษาด้วยหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารในศูนย์พัฒนาคุณภาพการศึกษาบูรพาประเทืองวิทย์ อำเภอแม่เมาะ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3 โดยรวมและรายด้าน

ที่	รายการ	ระดับการปฏิบัติ		แปลผล
		$\bar{X}$	SD	
1	ด้านหลักนิติธรรม	3.94	0.48	มาก
2	ด้านหลักคุณธรรม	4.15	0.50	มาก
3	ด้านหลักความโปร่งใส	3.48	0.67	ปานกลาง
4	ด้านหลักการมีส่วนร่วม	4.13	0.48	มาก
5	ด้านหลักความรับผิดชอบ	4.02	0.62	มาก
6	ด้านหลักความคุ้มค่า	4.44	0.53	มาก
โดยรวม		4.03	0.14	มาก

การบริหารสถานศึกษาด้วยหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารในศูนย์พัฒนาคุณภาพการศึกษาบูรพาประเทืองวิทย์ อำเภอแม่เมาะ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3 มีระดับการปฏิบัติโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.03$, $SD=0.14$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านหลักความคุ้มค่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.44$, $SD=0.53$) ด้านหลักคุณธรรมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.15$, $SD=0.50$) ด้านหลักการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.13$, $SD=0.48$) ด้านหลักความรับผิดชอบอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.02$, $SD=0.62$) ด้านหลักนิติธรรมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.94$, $SD=0.48$) และด้านหลักความโปร่งใสอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.48$, $SD=0.67$) ตามลำดับ

2. แนวทางพัฒนาการบริหารสถานศึกษาด้วยหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารในศูนย์พัฒนาคุณภาพการศึกษาบูรพาประเทืองวิทย์ อำเภอแม่เมาะ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3 สรุปได้ ดังนี้

ด้านหลักนิติธรรม ผู้บริหารเป็นแบบอย่างในการปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับหรือแนวปฏิบัติของสถานศึกษา ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาควรมีบทบาทเป็นผู้นำในการพัฒนาสถานศึกษา เป็นผู้นำในการกำหนดเป้าหมาย นโยบาย แนวปฏิบัติ การบริหารสถานศึกษาด้วยหลักธรรมาภิบาล ผู้บริหารควรเป็นแบบอย่างในการปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับหรือแนวปฏิบัติของสถานศึกษา ผู้บริหารควรยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาล นำหลักนิติธรรม มาใช้ในการบริหารสถานศึกษา เพื่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาในการสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการและชุมชน

ด้านหลักคุณธรรม ผู้บริหารยึดมั่นในความถูกต้องดีงามมีคุณธรรมจริยธรรมปฏิบัติตามมาตรฐานและจรรยาบรรณวิชาชีพและเป็นแบบอย่างให้กับบุคลากร ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาควรมีคุณธรรมจริยธรรมปฏิบัติตามมาตรฐานและจรรยาบรรณวิชาชีพและเป็นแบบอย่างตามหลักธรรมาภิบาล ให้เกิดความโปร่งใสและสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ

ด้านหลักความโปร่งใส สถานศึกษามีการประเมินผลการดำเนินงานด้านต่าง ๆ โดยมีการเปิดเผยและสามารถตรวจสอบได้ ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาต้องมีบทบาทในการเป็นผู้นำในการใช้หลักธรรมาภิบาล โดยบริหารจัดการสถานศึกษาด้วยความโปร่งใส โดยบุคลากร ผู้รับบริการ และชุมชนมีส่วนร่วม สถานศึกษาควรให้ความสำคัญกับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารโครงการหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่ได้จัดทำขึ้น ให้ผู้รับบริการและชุมชนเกิดความเชื่อมั่นในการดำเนินงานของสถานศึกษา และมีการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะตามระเบียบของทางราชการ อันจะส่งผลให้รับบริการและชุมชนเกิดความเชื่อมั่นต่อสถานศึกษา

ด้านหลักการมีส่วนร่วม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินงานการตรวจสอบร่วมรับผิดชอบหรือร่วมรับประโยชน์ ได้แก่ สถานศึกษาต้องให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชน ได้แก่ การใช้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการสถานศึกษา คณะกรรมการสถานศึกษา ต้องมีบทบาทในการร่วมบริหารจัดการสถานศึกษาร่วมกับผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรในสถานศึกษา จัดระบบบริหารจัดการสถานศึกษา โดยให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินงานการตรวจสอบร่วมรับผิดชอบหรือร่วมรับประโยชน์ และผู้บริหารเป็นผู้นำในการส่งเสริมให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินงานการตรวจสอบร่วมรับผิดชอบหรือร่วมรับประโยชน์

ด้านหลักความรับผิดชอบ การส่งเสริมให้คณะกรรมการสถานศึกษาตระหนักในสิทธิหน้าที่ และร่วมรับผิดชอบต่อสถานศึกษาได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาเป็นผู้นำในการส่งเสริมให้คณะกรรมการสถานศึกษาตระหนักในสิทธิหน้าที่และร่วมรับผิดชอบต่อสถานศึกษา จัดประชุมคณะกรรมการสถานศึกษาให้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการสถานศึกษา การสร้างเครือข่ายการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานบริหารสถานศึกษา การแจ้งผลการดำเนินงานโครงการหรือกิจกรรมต่าง ๆ และจัดประชุมคณะกรรมการสถานศึกษาร่วมกับบุคลากรของสถานศึกษาเพื่อส่งเสริมตระหนักในสิทธิหน้าที่และร่วมรับผิดชอบต่อสถานศึกษา

ด้านหลักความคุ้มค่า สถานศึกษามีระบบบริหารทรัพยากรและจัดสรรทรัพยากร ด้วยความประหยัด คุ้มค่า และเกิดประโยชน์สูงสุด ได้แก่ ผู้บริหารต้องเป็นแบบอย่างที่ดีและเป็นผู้นำในการจัดระบบบริหารทรัพยากรและจัดสรรทรัพยากร ตามระเบียบของทางราชการ โดยยึดหลักธรรมาภิบาล ความประหยัด คุ้มค่า และเกิดประโยชน์สูงสุด สถานศึกษาดำเนินการจัดการทรัพยากรด้วยความประหยัด คุ้มค่า และเกิดประโยชน์สูงสุด และการประเมินผลและนำผลการดำเนินงานไปปรับปรุงพัฒนา โดยยึดหลักความคุ้มค่า ใช้ทรัพยากรด้วยความประหยัดและเกิดประโยชน์สูงสุด

อภิปรายผล

การบริหารสถานศึกษาด้วยหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารในศูนย์พัฒนาคุณภาพการศึกษาบูรพาประเทืองวิทย์ อำเภอมะนัง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3 โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านหลักความคุ้มค่าอยู่ในระดับมาก ด้านหลักคุณธรรมอยู่ในระดับมาก ด้านหลักการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก ด้านหลักความรับผิดชอบอยู่ในระดับมาก ด้านหลักนิติธรรมอยู่ในระดับมาก และด้านหลักความโปร่งใสอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ โดยอภิปรายผลได้ ดังนี้

ด้านหลักนิติธรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก เป็นเพราะว่า สถานศึกษามีกฎระเบียบข้อบังคับหรือแนวปฏิบัติที่มีความสอดคล้องกับทางราชการและหน่วยงานต้นสังกัดอย่างชัดเจน กฎระเบียบข้อบังคับหรือแนวปฏิบัติของสถานศึกษาทันสมัยเป็นธรรมเป็นที่ยอมรับในสังคม และบุคลากรมีส่วนร่วมในการกำหนดกฎระเบียบข้อบังคับหรือแนวปฏิบัติของสถานศึกษา สอดคล้องกับผลการวิจัยของสิรินญา ศิริประโคน (2561: 81) ได้ศึกษาการบริหารสถานศึกษาโดยใช้หลักธรรมาภิบาลของโรงเรียนบ้านมาบเตย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาระยอง เขต 1 ผลการศึกษาพบว่า ด้านหลักนิติธรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผู้บริหารนำพระราชบัญญัติพระราชกฤษฎีกากฎกระทรวงระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ มาใช้ในการบริหารสถานศึกษา และผู้บริหารให้ครูมีส่วนร่วมในการกำหนดกฎระเบียบข้อบังคับที่สถานศึกษากำหนดขึ้นเพื่อนำมาใช้ภายในสถานศึกษา

ด้านหลักคุณธรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก เป็นเพราะว่า การบริหารจัดการสถานศึกษาด้วยหลักคุณธรรมจริยธรรมและวัฒนธรรมอันดีงามของไทยและท้องถิ่น มีการส่งเสริมให้นักเรียนมีคุณธรรมจริยธรรมและคุณลักษณะอันพึงประสงค์ตามมาตรฐานการจัดการศึกษา และการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมให้ชุมชนตระหนักถึงการยึดมั่นในศีลธรรมคุณธรรมจริยธรรมไม่สร้างความเดือดร้อนในสังคม สอดคล้องกับผลการวิจัยของ พิชากรณ์ นาคเนียม (2556: 89) ได้ศึกษาเรื่อง การใช้หลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารสถานศึกษาบริหารสถานศึกษา ในอำเภอมะนัง จังหวัดยะลา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การ ประถมศึกษายะลา เขต 1 ผลการศึกษาพบว่า ระดับการใช้หลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารสถานศึกษาในอำเภอมะนัง จังหวัดยะลา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษายะลา เขต 1 ด้านหลักคุณธรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาให้คำปรึกษาแก่ครูในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ผู้บริหารสถานศึกษามีความประพฤติดีงามตามหลักศีลธรรมและจรรยา และผู้บริหารสถานศึกษาจัดกิจกรรมเสริมสร้างคุณธรรมแก่ครูและนักเรียน

ด้านหลักความโปร่งใส โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เป็นเพราะว่า การสร้างกระบวนการควบคุมตรวจสอบโดยการแต่งตั้งคณะกรรมการเพื่อความโปร่งใสในการดำเนินงาน การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารโดยประชาชนทั่วไปสามารถเข้าถึงได้ และการสร้างความเชื่อมั่นโดยการพัฒนาระบบบริหารจัดการสถานศึกษาให้มีความโปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พระครูปลัดประวิทย์ วรธมโม (2564: 46) ได้ศึกษาเรื่อง การนำหลักธรรมาภิบาลมา

ใช้กับการบริหารงานภาครัฐ ได้สรุปว่า การจัดการภาครัฐด้วยรูปแบบที่โปร่งใส มีส่วนร่วม ครอบคลุมอย่างทั่วถึงและรับผิดชอบต่อสาธารณะ สร้างความเชื่อมั่นต่อสาธารณะ และส่งเสริมการสร้างวัฒนธรรมความไว้วางใจในสังคม โดยการแสดงข้อมูลที่เปิดเผยต่อสาธารณะ

ด้านหลักการมีส่วนร่วม โดยรวมอยู่ในระดับมาก เป็นเพราะว่า การแต่งตั้งคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมตามกฎระเบียบข้อบังคับของทางราชการ การเปิดโอกาสให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการสถานศึกษา และการจัดตั้งสถานักเรียนเพื่อเปิดโอกาสให้นักเรียนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการสถานศึกษา สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ธงชัย คล้ายแสง (2562: 186) ได้ศึกษาเรื่อง หลักธรรมาภิบาลกับการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ ได้กล่าวว่า การส่งเสริมระบบการบริหารกิจการบ้านเมืองแบบร่วมมือ ได้แก่ การส่งเสริมให้หน่วยงานราชการทบทวนบทบาทและภารกิจของตนให้มีความเหมาะสม โดยให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน มุ่งเน้นการพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างภาครัฐกับภาคส่วนอื่น

ด้านหลักความรับผิดชอบต่อสังคม โดยรวมอยู่ในระดับมาก เป็นเพราะว่า มีการส่งเสริมให้นักเรียนตระหนักในสิทธิหน้าที่และสำนึกในความรับผิดชอบต่อสถานศึกษา ผู้บริหารมีความตระหนักในสิทธิหน้าที่และสำนึกในความรับผิดชอบต่อสถานศึกษา และมีการส่งเสริมให้ชุมชนตระหนักและร่วมรับผิดชอบต่อสถานศึกษา สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พงษ์กฤตย์ นามปพนอังกูร (2564: 1) ได้ศึกษาเรื่อง ธรรมาภิบาล: หัวใจของการบริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 กล่าวสรุปไว้ว่า การบริหารสถานศึกษาหากนำหลักธรรมาภิบาลไปปรับใช้ให้สอดคล้องกับบริบทของสถานศึกษา จะทำให้การบริหารงานนั้นสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ทั้งนี้ในด้านหลักความรับผิดชอบต่อสังคมจะต้องให้ผู้ที่มีส่วนร่วมในการดำเนินการจัดการศึกษาได้ตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อส่วนรวมในผลของการจัดการศึกษา

ด้านหลักความคุ้มค่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก เป็นเพราะว่า มีการส่งเสริมให้นักเรียนใช้ทรัพยากรด้วยความประหยัด คุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด ผู้บริหารเป็นแบบอย่างในการใช้ทรัพยากรด้วยความประหยัด คุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด และมีการบำรุงรักษา พัฒนาทรัพยากรในสถานศึกษา เพื่อความประหยัด คุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สิริปัญญา ศิริประโคน (2561: 82) ได้ศึกษาการบริหารสถานศึกษาโดยใช้หลักธรรมาภิบาลของโรงเรียนบ้านมาบเตย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสระแก้ว เขต 1 พบว่า ด้านหลักความคุ้มค่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก เป็นเพราะว่า ผู้บริหารรณรงค์ส่งเสริมให้บุคลากรและนักเรียนมีจิตสำนึกในการใช้ทรัพยากรอย่างประหยัด ผู้บริหารจัดสรรทรัพยากรที่มีอย่างจำกัดได้อย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด

แนวทางการพัฒนาการบริหารสถานศึกษาด้วยหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารในศูนย์พัฒนาคุณภาพการศึกษาบูรพาประเทืองวิทย อำเภอมะนัง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3 จากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 6 ท่าน อภิปรายผลได้ ดังนี้

ด้านหลักนิติธรรม ผู้บริหารเป็นแบบอย่างในการปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับหรือแนวปฏิบัติของสถานศึกษา ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาควรมีบทบาทเป็นผู้นำในการพัฒนาสถานศึกษา เป็นผู้นำในการกำหนดเป้าหมาย นโยบาย แนวปฏิบัติ การบริหารสถานศึกษาด้วยหลักธรรมาภิบาล ผู้บริหารควรเป็นแบบอย่างในการปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับหรือแนวปฏิบัติของสถานศึกษา ผู้บริหารควรยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาล นำหลักนิติธรรม มาใช้ในการบริหารสถานศึกษา เพื่อความโปร่งใส และการสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการและชุมชน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สิริญา ศิริประโคน (2561: 81) ได้ศึกษาการบริหารสถานศึกษาโดยใช้หลักธรรมาภิบาลของโรงเรียนบ้านมาบเตย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสระแก้ว เขต 1 ผลการศึกษาพบว่า ด้านหลักนิติธรรม ได้แก่ ผู้บริหารนำพระราชบัญญัติพระราชกฤษฎีกากฎกระทรวงระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ มาใช้ในการบริหารสถานศึกษา และผู้บริหารให้ครูมีส่วนร่วมในการกำหนดกฎระเบียบข้อบังคับที่สถานศึกษากำหนดขึ้นเพื่อนำมาใช้ภายในสถานศึกษา

ด้านหลักคุณธรรม ผู้บริหารยึดมั่นในความถูกต้องดีงามมีคุณธรรมจริยธรรมปฏิบัติตามมาตรฐานและจรรยาบรรณวิชาชีพและเป็นแบบอย่างให้กับบุคลากร ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาควรมีคุณธรรมจริยธรรมปฏิบัติตามมาตรฐานและจรรยาบรรณวิชาชีพและเป็นแบบอย่างตามหลักธรรมาภิบาล ภาพลักษณ์ของผู้บริหารย่อมส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษา ผู้บริหารควรประพฤติตนเป็นแบบอย่างของครู บุคลากร นักเรียน และชุมชนมีคุณธรรมจริยธรรมปฏิบัติตามมาตรฐานและจรรยาบรรณวิชาชีพ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ พิชากรณ์ นาคเนียม (2556: 89) ได้ศึกษาเรื่องการใช้หลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารสถานศึกษาบริหารสถานศึกษา ในอำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การ ประถมศึกษายะลา เขต 1 ผลการศึกษาพบว่า ระดับการใช้หลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารสถานศึกษาในอำเภอเมือง จังหวัดยะลา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษายะลา เขต 1 ด้านหลักคุณธรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาให้คำปรึกษาแก่ครูในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ผู้บริหารสถานศึกษามีความประพฤติดีงามตามหลักศีลธรรมและจรรยา และผู้บริหารสถานศึกษาจัดกิจกรรมเสริมสร้างคุณธรรมแก่ครูและนักเรียน

ด้านหลักความโปร่งใส สถานศึกษามีการประเมินผลการดำเนินงานด้านต่าง ๆ โดยมีการเปิดเผยและสามารถตรวจสอบได้ ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาต้องมีบทบาทในการเป็นผู้นำในการใช้หลักธรรมาภิบาล โดยบริหารจัดการสถานศึกษาด้วยความโปร่งใส โดยบุคลากร ผู้รับบริการ และชุมชนมีส่วนร่วม สถานศึกษาควรให้ความสำคัญกับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร โครงการหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่ได้จัดทำขึ้น ให้ผู้รับบริการและชุมชนเกิดความเชื่อมั่นในการดำเนินงานของสถานศึกษา และมีการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะตามระเบียบของทางราชการ อันจะส่งผลให้รับบริการและชุมชนเกิดความเชื่อมั่นต่อสถานศึกษา สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พระครูปลัดประวิทย์ วรธมโม (2564: 46) ได้ศึกษาเรื่อง การนำหลักธรรมาภิบาลมาใช้ในการบริหารงานภาครัฐ ได้สรุปว่า การจัดการภาครัฐด้วยรูปแบบที่โปร่งใส มีส่วนร่วม ครอบคลุมอย่างทั่วถึงและรับผิดชอบรายงานต่อสาธารณะ สร้างความ

เชื่อมั่นต่อสาธารณะ และส่งเสริมการสร้างวัฒนธรรมความไว้วางใจในสังคม โดยการแสดงข้อมูลที่เปิดเผยต่อสาธารณะ

ด้านหลักการมีส่วนร่วม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินงานการตรวจสอบร่วมรับผิดชอบหรือร่วมรับประโยชน์ ได้แก่ สถานศึกษาต้องให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชน ได้แก่ การใช้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการสถานศึกษา คณะกรรมการสถานศึกษาต้องมีบทบาทในการร่วมบริหารจัดการสถานศึกษาร่วมกับผู้บริหารสถานศึกษาและบุคลากรในสถานศึกษา จัดระบบบริหารจัดการสถานศึกษา โดยให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินงานการตรวจสอบร่วมรับผิดชอบหรือร่วมรับประโยชน์ และผู้บริหารเป็นผู้นำในการส่งเสริมให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินงานการตรวจสอบร่วมรับผิดชอบหรือร่วมรับประโยชน์ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พงษ์กฤตย์ นามปพนอังกู (2564: 1) ได้ศึกษาเรื่อง ธรรมชาติของการบริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 พบว่า การบริหารสถานศึกษาหากนำหลักธรรมาภิบาลไปปรับใช้ให้สอดคล้องกับบริบทของสถานศึกษา จะทำให้การบริหารงานนั้นสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ทั้งนี้ในด้านหลักความรับผิดชอบต่อผู้บริหารจะต้องให้ผู้ที่มีส่วนร่วมในการดำเนินการจัดการศึกษาได้ตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อส่วนรวมกันในการจัดการศึกษา

ด้านหลักความรับผิดชอบต่อส่วนรวม การส่งเสริมให้คณะกรรมการสถานศึกษาตระหนักในสิทธิหน้าที่ และร่วมรับผิดชอบต่อสถานศึกษา ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาเป็นผู้นำในการส่งเสริมให้คณะกรรมการสถานศึกษาตระหนักในสิทธิหน้าที่และร่วมรับผิดชอบต่อสถานศึกษา จัดประชุมคณะกรรมการสถานศึกษาให้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการสถานศึกษา การสร้างเครือข่ายการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานบริหารสถานศึกษา การแจ้งผลการดำเนินงานโครงการหรือกิจกรรมต่าง ๆ และจัดประชุมคณะกรรมการสถานศึกษาร่วมกับบุคลากรของสถานศึกษาเพื่อส่งเสริมตระหนักในสิทธิหน้าที่และร่วมรับผิดชอบต่อสถานศึกษา สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พงษ์กฤตย์ นามปพนอังกู (2564: 1) ได้ศึกษาเรื่อง ธรรมชาติของการบริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 สรุปได้ว่าการบริหารสถานศึกษาหากนำหลักธรรมาภิบาลไปปรับใช้ให้สอดคล้องกับบริบทของสถานศึกษา จะทำให้การบริหารงานนั้นสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ทั้งนี้ในด้านหลักความรับผิดชอบต่อผู้บริหารจะต้องให้ผู้ที่มีส่วนร่วมในการดำเนินการจัดการศึกษาได้ตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อส่วนรวมกันในการจัดการศึกษา

ด้านหลักความคุ้มค่า สถานศึกษามีระบบบริหารทรัพยากรและจัดสรรทรัพยากร ด้วยความประหยัด คุ้มค่า และเกิดประโยชน์สูงสุด ได้แก่ ผู้บริหารต้องเป็นแบบอย่างที่ดีและเป็นผู้ดำเนินการจัดระบบบริหารทรัพยากรและจัดสรรทรัพยากรตามระเบียบของทางราชการ โดยยึดหลักธรรมาภิบาล ความประหยัด คุ้มค่า และเกิดประโยชน์สูงสุด สถานศึกษาดำเนินการจัดการทรัพยากรด้วยความประหยัด คุ้มค่า และเกิดประโยชน์สูงสุด และการประเมินผลและนำผลการดำเนินงานไปปรับปรุงพัฒนา โดยยึดหลักความคุ้มค่า ใช้ทรัพยากรด้วยความประหยัดและเกิดประโยชน์สูงสุด สอดคล้องกับผล

การศึกษาของ สิริธนา ศิริประโคน (2561: 82) ได้ศึกษาการบริหารสถานศึกษาโดยใช้หลักธรรมาภิบาลของโรงเรียนบ้านมาบเตย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพะเยา เขต 1 สรุปว่าผู้บริหารรรรงค์ส่งเสริมให้บุคลากรและนักเรียนมีจิตสำนึกในการใช้ทรัพยากรอย่างประหยัด ผู้บริหารจัดสรรทรัพยากรที่มีอย่างจำกัดได้อย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ควรกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการบริหารสถานศึกษาด้วยหลักธรรมาภิบาล ได้แก่ การดำเนินการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะของสถานศึกษา การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและชุมชน การส่งเสริมการมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสถานศึกษาของคณะกรรมการสถานศึกษา และการจัดระบบบริหารทรัพยากรและจัดสรรทรัพยากรด้วยหลักความคุ้มค่า
2. สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา ควรวางแผนการดำเนินงานเกี่ยวกับการบริหารสถานศึกษาด้วยหลักธรรมาภิบาล ได้แก่ การดำเนินการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะของสถานศึกษา การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและชุมชน การส่งเสริมการมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสถานศึกษาของคณะกรรมการสถานศึกษา และการจัดระบบบริหารทรัพยากรและจัดสรรทรัพยากรด้วยหลักความคุ้มค่า
3. สถานศึกษา ควรดำเนินการเกี่ยวกับการบริหารสถานศึกษาด้วยหลักธรรมาภิบาล ได้แก่ การดำเนินการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะของสถานศึกษา การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและชุมชน การส่งเสริมการมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสถานศึกษาของคณะกรรมการสถานศึกษา และการจัดระบบบริหารทรัพยากรและจัดสรรทรัพยากรด้วยหลักความคุ้มค่า
4. ครู ควรมีส่วนร่วมในการดำเนินการเกี่ยวกับการบริหารสถานศึกษาด้วยหลักธรรมาภิบาล ได้แก่ การดำเนินการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะของสถานศึกษา การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและชุมชน การส่งเสริมการมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสถานศึกษาของคณะกรรมการสถานศึกษา และการจัดระบบบริหารทรัพยากรและจัดสรรทรัพยากรด้วยหลักความคุ้มค่า

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรวิจัยเรื่อง การดำเนินการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะของสถานศึกษาของโรงเรียนศูนย์พัฒนาคุณภาพการศึกษาบูรพาประเทืองวิทย อำเภอมะนวย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3
2. ควรวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและชุมชนของโรงเรียนในศูนย์พัฒนาคุณภาพการศึกษาบูรพาประเทืองวิทย อำเภอมะนวย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3

3. ควรวินิจฉัยเรื่อง การส่งเสริมการมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสถานศึกษาของคณะกรรมการสถานศึกษาของโรงเรียนในศูนย์พัฒนาคุณภาพการศึกษาบูรพาประเทืองวิทย อำเภอมะอวย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3

4. ควรวินิจฉัยเรื่อง การจัดระบบบริหารทรัพยากรและจัดสรรทรัพยากรด้วยหลักความคุ้มค่าของผู้บริหารในศูนย์พัฒนาคุณภาพการศึกษาบูรพาประเทืองวิทย อำเภอมะอวย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3

บรรณานุกรม

- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2556). *การคิดเชิงอนาคต*. กรุงเทพฯ: ชัดเชสมิเดีย.
- กระทรวงศึกษาธิการ. (2561). *คู่มือการบริหารโรงเรียนขั้นพื้นฐานที่เป็นนิติบุคคล*. กรุงเทพฯ: องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์.
- คณะทำงานส่งเสริมธรรมาภิบาลของสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี. (2565). *ธรรมาภิบาล ส.ส.ค.* สืบค้นเมื่อ 20 เมษายน 2565, จาก <http://www.socgg.soc.go.th/History2.html>
- ธงชัย คล้ายแสง. (2562). หลักธรรมาภิบาลกับการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่. *วารสารวิจัยวิชาการ*, 2(2), 177–188.
- พงษ์กฤตย์ นามปพนอังกูร, และคณะ. (2562). ธรรมาภิบาล: หัวใจของการบริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21. *วารสารบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม*, 16(1), 1–14.
- พระครูปลัดประวิทย์ วรธมโม. (2564). การนำหลักธรรมาภิบาลมาใช้ในการบริหารงานภาครัฐ. *วารสารมหาจุฬานาครทรรศน์, วิทยาลัยสงฆ์พุทธปัญญาศรีทวารวดี*.
- พิณสุตา สิริธรรงค์. (2556). *รูปแบบการบริหารจัดการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน* [รายงานการวิจัยและพัฒนา]. สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา.
- พิชากรณ นาคเนียม. (2556). *การใช้หลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารสถานศึกษาในอำเภอมะอวย จังหวัดยะลา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษายะลา เขต 1* [วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา].
- สิรินญา ศิริประโคน. (2561). *การบริหารสถานศึกษาโดยใช้หลักธรรมาภิบาลของโรงเรียนบ้านมาบเตย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาระยอง เขต 1* [การศึกษาค้นคว้าอิสระศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกริก].

การศึกษาปัจจัยและเจตนาในการบริโภคคราฟต์เบียร์ในกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจน
เนอเรชั่นวายในประเทศไทยโดยขยายทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนด้วยแนวคิดการมี
อัตลักษณ์และแนวคิดความต้องการบริโภคสินค้าที่มีเอกลักษณ์

A Study of Factors and Intentions of Craft Beer Consumption among
Generation X and Generation Y in Thailand: An Extension of the Theory
of Planned Behavior with Concepts of Self-identity and Desire for
unique consumer products.

ปรัชญา แพลกจิตร

นักศึกษาลัทธิบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

E-mail: Pratchaya_Plakjit@kkumail.com

บุษกรณ์ ลีเจียวระ

อาจารย์ประจำวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

E-mail: bussle@kku.ac.th

Pratchaya Plakjit

Students, Master of Business Administration, College of Graduate Study in Management,

Khon Kaen University

Bussagorn Leejoeiwara

Lecturer, College of Graduate Study in Management, Khon Kaen University

รับเข้า : 18 กันยายน 2566

แก้ไข : 17 ตุลาคม 2567

ตอบรับ : 24 ตุลาคม 2567

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยและเจตนาในการบริโภคคราฟต์เบียร์ในกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจนเนอเรชั่นวายในประเทศไทย โดยใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนร่วมกับปัจจัยด้านการมีอัตลักษณ์และปัจจัยด้านความต้องการบริโภคสินค้าที่มีเอกลักษณ์ ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจนเนอเรชั่นวายในประเทศไทยที่เกิดขึ้นระหว่างปี พ.ศ. 2508-2539 จำนวน 500 คน รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามผ่านกูเกิลฟอร์ม และใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ผลการศึกษา พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 57.80) อายุระหว่าง 31 - 35 ปี (ร้อยละ 22.80) ระดับ

การศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า (ร้อยละ 83.60) ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 50.40) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 45,000 บาท (ร้อยละ 41.40) และมีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง (ร้อยละ 63.40)

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยและเจตนาในการบริโภคคราฟต์เบียร์ในกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจนเนอเรชั่นวายในประเทศไทยโดยขยายทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนด้วยแนวคิดการมีอัตลักษณ์และแนวคิดความต้องการบริโภคสินค้าที่มีเอกลักษณ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านทัศนคติ ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ด้านการมีอัตลักษณ์ ด้านความต้องการบริโภคสินค้าที่มีเอกลักษณ์ และด้านเจตนาในการบริโภคคราฟต์เบียร์ในระดับที่เห็นด้วยมาก ($\bar{x}$ = 3.89, 3.83, 3.96, 3.63, 3.84 และ 3.78 ตามลำดับ) จากผลการศึกษานี้สามารถนำมาเป็นแนวทางให้แก่ผู้ประกอบการในการปรับปรุง และพัฒนาผลิตภัณฑ์คราฟต์เบียร์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

คำสำคัญ: คราฟต์เบียร์ เจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ เจนเนอเรชั่นวาย

Abstract

This research aimed to investigate the factors influencing craft beer consumption intention among Generation X and Generation Y in Thailand, extending the Theory of Planned Behavior with concepts of identity and the need for unique products. The study employed purposive sampling, collecting data from 500 consumers of Generation X and Generation Y in Thailand, born between 1965 and 1996. Data were collected via a Google Forms questionnaire, and descriptive statistical techniques were utilized for data analysis.

The results showed that the majority of the sample were female (57.80%), aged between 31 and 35 years old (22.80%), with a bachelor's degree or equivalent (83.60%), employed in the private sector (50.40%), having a monthly income of 30,001 - 45,000 baht (41.40%), and residing in the central region of Thailand (63.40%). The investigation into factors and intentions influencing craft beer consumption among Thai Generation X and Y consumers, extending the Theory of Planned Behavior to incorporate the concepts of Self-identity and Desire for unique consumer products, revealed that respondents exhibited a high level of agreement regarding Attitude, Subjective norms, Perceived behavioral control, Self-identity, Desire for unique consumer products, and intention to consume craft beer (mean = 3.89, 3.83, 3.96, 3.63, 3.84, and 3.78, respectively). These

results provide valuable insights for businesses to enhance and innovate their craft beer offerings to align with consumer preferences.

Keywords: Craft beer, Generation X, Generation Y

บทนำ

ตลาดเบียร์ทั่วโลกมีมูลค่าสูงถึง 821,390 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2023 และมีการคาดว่าตลาดจะมีมูลค่าถึง 1,072,500 ล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2030 โดยมีอัตราเติบโตเฉลี่ยสะสมต่อปี (CAGR) ที่ 2.7% ในช่วงปี 2023-2030 (Imarc, 2022) เนื่องจากเบียร์กลายเป็นเครื่องดื่มที่นิยมอย่างแพร่หลายทั่วโลก โดยรวมแล้วเบียร์เป็นเครื่องดื่มที่มีการบริโภคมากเป็นอันดับ 4 ของโลกรองจาก น้ำ กาแฟ และชา และในหมวดหมู่ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เบียร์ยังเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผู้บริโภคนิยมดื่มมากที่สุดในโลก (Bootstrap, 2022)

เบียร์เป็นเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ชนิดแรกของโลกถูกค้นพบว่าเกิดขึ้นเมื่อ 2800 ปีก่อนคริสตกาลในยุคสมัยเมโสโปเตเมีย (Mesopotamia) โดยเบียร์ถูกแบ่งเป็นสองประเภทหลัก คือ เบียร์ลาเกอร์ (Lager) และเบียร์เอล (Ale) ซึ่งแบ่งโดยใช้กระบวนการหมักในการกำหนดประเภทของเบียร์ คราฟต์เบียร์ คือเบียร์ที่ผลิตโดยโรงเบียร์ขนาดเล็ก หรือ โรงเบียร์ฝีมือ ซึ่งเป็นโรงเบียร์ที่ผลิตเบียร์ในปริมาณน้อย และส่วนใหญ่เป็นโรงเบียร์ของผู้ประกอบการรายย่อย โดยเน้นไปที่รสชาติ คุณภาพ และความแปลกใหม่ มากกว่าการผลิตจำนวนมาก ในทวีปยุโรปตลาดคราฟต์เบียร์มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยมีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของโรงผลิตคราฟต์เบียร์ คราฟต์เบียร์และเบียร์ระดับพรีเมียมกำลังเป็นที่นิยมของผู้บริโภคในยุโรป เนื่องจากผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อคราฟต์เบียร์ เช่นเดียวกันกับเอเชียแปซิฟิก ซึ่งได้รับผลในเชิงบวกจากความต้องการที่เพิ่มขึ้นสำหรับรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ของคราฟต์เบียร์ และการขยายตัวของเมืองอย่างรวดเร็ว โดยในปี ค.ศ. 2021 เอเชียแปซิฟิกมีส่วนแบ่งการตลาดคราฟต์เบียร์ที่ 37.4% โดยมีมูลค่าตลาดประมาณ 37,300 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และมีการคาดการณ์ว่าจะมีอัตราเติบโตเฉลี่ยสะสมต่อปี (CAGR) ประมาณ 11% ในปี 2022-2030 ตลาดคราฟต์เบียร์ของจีนเติบโตขึ้นกว่า 250% มีโรงผลิตคราฟต์เบียร์มากกว่า 1,000 แห่งในประเทศจีน ในปี 2021 การบริโภคคราฟต์เบียร์ในจีนอยู่ที่ 1,000 ล้านลิตร และมีมูลค่าตลาดสูงถึง 10,943 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (Research & Markets, 2022)

อุตสาหกรรมคราฟต์เบียร์มีการเติบโตอย่างมากในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา โดยได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นทั่วโลกและในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทั้งการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค โดยเฉพาะผู้บริโภคเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) และเจนเนอเรชันเอ็กซ์ (Generation X) ซึ่งเป็นฐานผู้บริโภคกลุ่มใหญ่ของผู้บริโภคคราฟต์เบียร์ เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และใน

เอเชีย (Statista, 2022) วงการคราฟต์เบียร์ของประเทศไทยกำลังขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยโรงเบียร์ขนาดเล็กและบาร์ คราฟต์เบียร์กำลังได้รับความสนใจจากคนรุ่นใหม่ ด้วยความมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของคราฟต์เบียร์ ทำให้คราฟต์เบียร์ได้รับการยอมรับและเป็นที่นิยมของผู้บริโภคในประเทศไทยอย่างรวดเร็ว จากข้อมูลของตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทเบียร์ คราฟต์เบียร์มีสัดส่วนในตลาดเบียร์ไม่ถึง 1% ซึ่งในปี พ.ศ. 2560 คราฟต์เบียร์มีมูลค่าทางการตลาดเพียง 500 ล้านบาท และมีแบรนด์คราฟต์เบียร์ไทยประมาณ 40-50 ราย แม้ว่าตลาดของคราฟต์จะเป็นเพียงตลาดที่มีขนาดเล็กแต่กลับมีการขยายตัวของตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2565 ตลาดคราฟต์เบียร์ในประเทศไทยมีมูลค่าอยู่ที่ 2,000-4,000 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วน 0.5-1% ของมูลค่าตลาดเบียร์รวม และในปี 2566 พบว่ามีแบรนด์คราฟต์เบียร์ที่ผลิตเพื่อจำหน่ายอย่างถูกต้องและร้านจำหน่ายคราฟต์เบียร์รายย่อยทั่วประเทศกว่า 1000 แห่ง (THE STANDARD WEALTH, 2023)

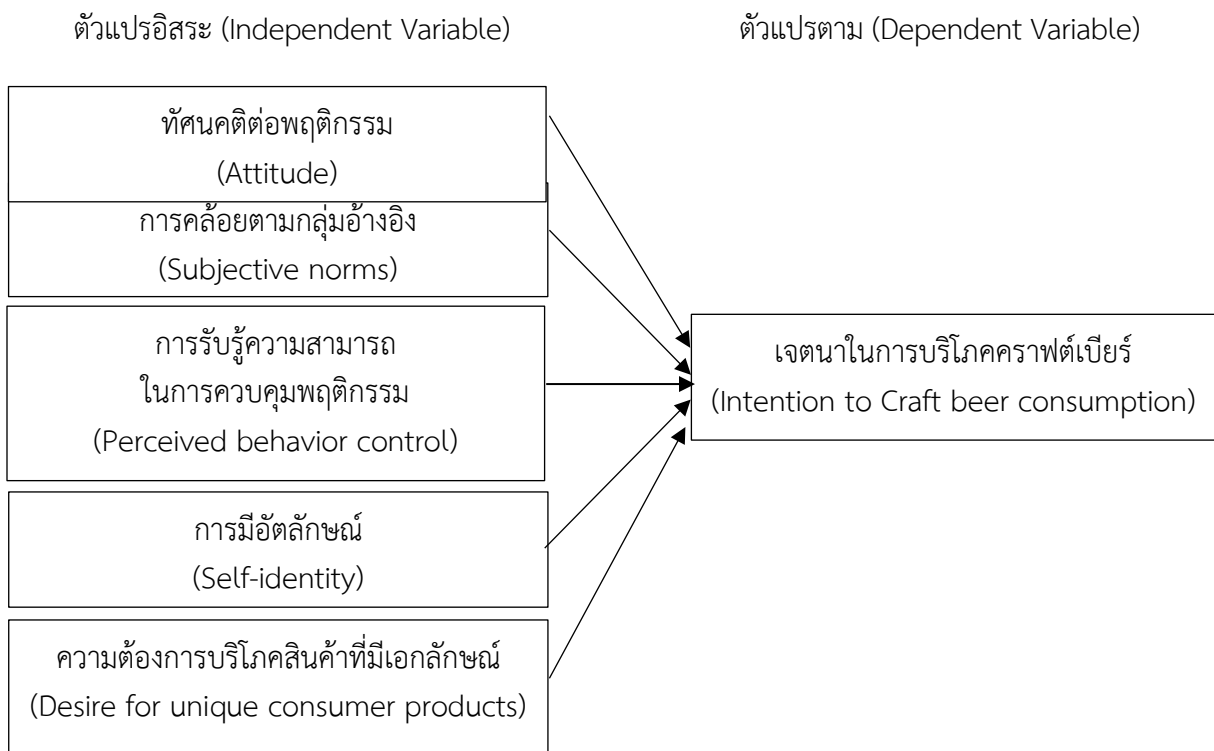
จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าการเติบโตของตลาดคราฟต์เบียร์มีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และจากแนวโน้มการบริโภคคราฟต์เบียร์ของคนไทยที่กำลังเป็นที่นิยมเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจนเนอเรชั่นวาย ในขณะที่งานวิจัยที่เฉพาะเจาะจงในเรื่องที่มีความเกี่ยวข้องกับคราฟต์เบียร์และการบริโภคคราฟต์เบียร์ของทั้งสองเจนเนอเรชั่นนี้ พบว่ายังไม่มีการศึกษาวิจัยที่เฉพาะเจาะจงของกลุ่มผู้บริโภคทั้งสองกลุ่มนี้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญในการศึกษาโมเดลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเจตนาในการบริโภคคราฟต์เบียร์ในกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ และเจนเนอเรชั่นวายในประเทศไทย โดยจะมีการนำแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนมาเป็นแนวทางในการศึกษาหลัก และยังมีปัจจัยที่ต้องการศึกษาเพิ่มคือแนวคิดเกี่ยวกับการมีอัตลักษณ์และแนวคิดเกี่ยวกับความต้องการบริโภคสินค้าที่มีเอกลักษณ์ เพื่อให้ทราบว่ามีปัจจัยที่มีความสำคัญต่อเจตนาในการบริโภคคราฟต์เบียร์ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจนเนอเรชั่นวายในประเทศไทย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาและอธิบายปัจจัยด้านทัศนคติของเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจนเนอเรชั่นวายต่อเจตนาในการบริโภคคราฟต์เบียร์
2. เพื่อศึกษาและอธิบายปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงของเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจนเนอเรชั่นวายต่อเจตนาในการบริโภคคราฟต์เบียร์
3. เพื่อศึกษาและอธิบายปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมของเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจนเนอเรชั่นวายต่อเจตนาในการบริโภคคราฟต์เบียร์
4. เพื่อศึกษาและอธิบายปัจจัยด้านการมีอัตลักษณ์ของเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจนเนอเรชั่นวายต่อเจตนาในการบริโภคคราฟต์เบียร์
5. เพื่อศึกษาและอธิบายปัจจัยด้านความต้องการบริโภคสินค้าที่มีเอกลักษณ์ของเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจนเนอเรชั่นวายต่อเจตนาในการบริโภคคราฟต์เบียร์

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ศึกษาโดยใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior) ของ Ajzen and Fishbein (1985) ศึกษาพร้อมกับแนวคิดเกี่ยวกับการมีอัตลักษณ์ (Self-Identity) เป็นแนวคิดที่พัฒนาจากทฤษฎีอัตลักษณ์ (Identity Theory) ของ Sheldon Stryker (1980) แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการบริโภคสินค้าที่มีเอกลักษณ์ (Desire for Unique Consumer Product) ของ Lynn and Harris (1997) ผู้วิจัยจึงได้นำเอาข้อมูลที่ศึกษาจากเอกสาร แนวคิดและทฤษฎี รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมากำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการศึกษาและวิจัย ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยเลือกใช้การกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกลุ่มเป้าหมายในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นผู้บริโภคคราฟต์เบียร์กลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจนเนอเรชั่นวายที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2508-2539 ในประเทศไทย ซึ่งถือว่ามีความหนาแน่นประชากรที่ใหญ่ และไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอนได้ จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตรของคอกแรน

(Cochran, 1977) ด้วยสมมติฐานว่าข้อมูลมีการกระจาย ตัวแบบปกติ (Normal Distribution) และกำหนดระดับความแปรปรวนสูงสุด คือ $p = 0.5$ และ $q = 0.5$ กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และยอมรับความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างที่ระดับ 0.05 ดังสมการนี้

$$n = \frac{(p)(1-p)Z^2}{e^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

p = สัดส่วนของลักษณะประชากรที่สนใจ

e = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

Z = ค่า Z ที่ระดับความเชื่อมั่นหรือระดับนัยสำคัญ

ถ้าระดับความเชื่อมั่น 95% (นัยสำคัญ 0.05) มีค่า $Z = 1.96$

แทนค่า

$$n = \frac{(0.05)(1-0.05)1.96^2}{0.05^2}$$

$$n = 384.16$$

จากการคำนวณ ขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำที่ได้คือ 384 คน เพื่อเพิ่มความแม่นยำของข้อมูล ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับการวิจัยครั้งนี้เป็นประมาณ 500 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองและแบบสอบถามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วยเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา โดยเป็นแบบสอบถามลักษณะให้เลือกตอบ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการบริหารโครคราฟต์เปียร์โดยเป็นแบบสอบถามลักษณะให้เลือกตอบเช่นเดียวกับส่วนที่ 1

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจบริหารโครคราฟต์เปียร์ เป็นแบบสอบถามลักษณะมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับของ Likert Scale (เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย เห็นด้วยน้อยที่สุด) โดยแบ่งข้อคำถามออกเป็น 6 ด้าน ดังนี้

1) แบบสอบถามด้านทัศนคติต่อเจตนาในการบริหารโครคราฟต์เปียร์ โดยคำถามในส่วนนี้เกี่ยวข้องกับทัศนคติที่ส่งผลต่อเจตนาในการบริหารโครคราฟต์เปียร์ จำนวน 6 ข้อคำถาม ซึ่งได้ประยุกต์ใช้และดัดแปลงข้อคำถามจากงานวิจัยของ Rivaroli, Lindenmeier and Spadoni (2019)

2) แบบสอบถามด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงต่อเจตนาในการบริโภคกราฟต์เปียร์ โดยคำถามในส่วนนี้เกี่ยวข้องกับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงที่ส่งผลต่อเจตนาในการบริโภคกราฟต์เปียร์ จำนวน 5 ข้อคำถาม ซึ่งได้ประยุกต์ใช้และดัดแปลงข้อคำถามจากงานวิจัยของ Smith et al. (2007)

3) แบบสอบถามด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมต่อเจตนาในการบริโภคกราฟต์เปียร์ โดยคำถามในส่วนนี้เกี่ยวข้องกับการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมที่ส่งผลต่อเจตนาในการบริโภคกราฟต์เปียร์ จำนวน 5 ข้อคำถาม ซึ่งได้ประยุกต์ใช้และดัดแปลงข้อคำถามจากงานวิจัยของ Rivaroli et al. (2019)

4) แบบสอบถามด้านการมีอัตลักษณ์ต่อเจตนาในการบริโภคกราฟต์เปียร์ คำถามในส่วนนี้เกี่ยวข้องกับการมีอัตลักษณ์ที่ส่งผลต่อเจตนาในการบริโภคกราฟต์เปียร์ จำนวน 5 ข้อคำถาม ซึ่งได้ประยุกต์ใช้และดัดแปลงข้อคำถามจากงานวิจัยของ Sparks and Shepherd's (1992)

5) แบบสอบถามด้านความต้องการบริโภคสินค้าที่มีเอกลักษณ์ต่อเจตนาในการบริโภคกราฟต์เปียร์ โดยคำถามในส่วนนี้เกี่ยวข้องกับความต้องการบริโภคสินค้าที่มีเอกลักษณ์ของกราฟต์เปียร์ที่ส่งผลต่อเจตนาในการบริโภคกราฟต์เปียร์ จำนวน 5 ข้อคำถาม ซึ่งได้ประยุกต์ใช้และดัดแปลงข้อคำถามจากงานวิจัยของ Lynn and Harris's (1997)

การทดสอบคุณภาพเครื่องมือแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบหาค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับเนื้อหา (Index of Item Objective Congruence, IOC) ในกระบวนการทางสถิติ โดยผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามไปหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหาจากการให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านตรวจสอบ ในการศึกษารั้งนี้ เมื่อนำแบบสอบถามมาทำการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา มีค่า IOC เท่ากับ 1.00 ซึ่งมีความมากกว่า 0.50 (อารยา องค์เอี่ยม และพงศ์ธรา วิจิตเวชไพศาล, 2561) สามารถนำไปใช้เก็บแบบสอบถามต่อไปได้

ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือในการวิจัยหลังจากการแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา โดยผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Test) ของกลุ่มตัวอย่างนำร่อง จำนวน 30 คน ก่อนจะนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 500 คน โดยได้ทำการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์ครอนบัคแอลฟา (Cronbach's Alpha) ซึ่งมีค่าระหว่าง 0 ถึง 1 หากค่า Cronbach's Alpha มีค่าใกล้เคียง 1 มากแสดงว่ามีความน่าเชื่อถือสูง โดยเกณฑ์ที่มีประสิทธิภาพน่าเชื่อถือและยอมรับได้สำหรับงานวิจัย คือค่า Cronbach's Alpha มีค่ามากกว่า 0.7 (Hair et al., 1998) โดยค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ของแบบสอบถามที่มีการปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้เก็บข้อมูลจริง (Pre-Test) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติเหมือนกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน โดยแบบสอบถามที่มีการพัฒนา และปรับปรุงแล้วมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ในช่วง 0.748 จนถึง 0.965 ซึ่งมากกว่า 0.7 ในทุกด้าน ซึ่งทำให้ทราบว่าสามารถนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริงได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยเริ่มจากการสร้างแบบสอบถามออนไลน์โดยโปรแกรม Google Forms จากนั้นนำคิวอาร์โค้ดของแบบสอบถามไปวางกลุ่มของผู้ที่ดื่มคราฟต์เบียร์ในแพลตฟอร์ม Facebook เนื่องจากเป็นแหล่งที่ผู้บริโภคนิยมพูดคุยสอบถามเกี่ยวกับคราฟต์เบียร์ และตามร้านที่มีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทคราฟต์เบียร์ โดยผู้วิจัยได้แนะนำตนเองและชี้แจงวัตถุประสงค์ในการวิจัย พร้อมทั้งขอความอนุเคราะห์ให้กลุ่มตัวอย่างช่วยตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

เมื่อทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้อย่างครบถ้วนแล้ว จึงนำข้อมูลที่ได้มารวบรวมและทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลในแบบสอบถาม ก่อนจะทำการแปลงข้อมูล เข้ารหัส และทำการวิเคราะห์ผลข้อมูลที่ได้จากการแจกแบบสอบถามด้วยวิธีทางสถิติผ่านโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ซึ่งเป็นสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำข้อมูลที่ได้มาเสนอในรูปตาราง พร้อมทั้งทำการแปลความเชิงบรรยายโดยใช้การอธิบายประกอบ

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 500 กลุ่มตัวอย่างในด้านเพศ พบว่าส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 57.80 และเพศชาย จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 42.20 ด้านอายุ ส่วนใหญ่มีอายุ 31 - 35 ปี จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 22.80 รองลงมา อายุ 36 - 42 ปี จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 20.60 ด้านระดับการศึกษา พบว่าส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 418 คน คิดเป็นร้อยละ 83.60 รองลงมา ปริญญาโทหรือเทียบเท่า จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 12.80 ด้านอาชีพ พบว่าส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 50.40 รองลงมา รับราชการ/พนักงานของรัฐ จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 15.40 ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ย 30,001 - 45,000 บาท จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 41.40 รองลงมา 15,000 - 30,000 บาท จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 และด้านภูมิภาค พบว่าส่วนใหญ่อาศัยอยู่ภาคกลาง จำนวน 317 คน คิดเป็นร้อยละ 63.40 รองลงมา ภาคตะวันออก จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 9.80

ผลวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อปัจจัยและเจตนาในการบริโภคคราฟต์เบียร์ของเจนเนอเรชั่น เอ็กซ์และเจนเนอเรชั่นวายในประเทศไทย

1. ปัจจัยด้านทัศนคติ

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมาตรฐานด้านทัศนคติ

ตัวย่อ	ด้านทัศนคติ	$\bar{x}$	SD.	แปลค่า
ATT1	ฉันคิดว่ากราฟต์เบียร์มีรสชาติที่ดี	4.21	0.82	เห็นด้วยมากที่สุด
ATT2	ฉันคิดว่ากราฟต์เบียร์เป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อตัวฉัน	3.94	0.81	เห็นด้วยมาก
ATT3	ฉันคิดว่าการดื่มกราฟต์เบียร์เป็นสิ่งที่สร้างสรรค์	4.00	0.84	เห็นด้วยมาก
ATT4	ฉันคิดว่าการดื่มกราฟต์เบียร์เป็นสิ่งที่ดีต่อสุขภาพ	3.37	0.81	เห็นด้วยปานกลาง
ATT5	ฉันรู้สึกเพลิดเพลินเมื่อได้ดื่มกราฟต์เบียร์	3.81	0.80	เห็นด้วยมาก
ATT6	ฉันพึงพอใจในการดื่มกราฟต์เบียร์	3.95	0.76	เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย		3.89	0.81	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 1 ผลวิเคราะห์ปัจจัยด้านทัศนคติ โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 3.89 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.81 อยู่ในเกณฑ์ระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในประเด็น “ฉันคิดว่ากราฟต์เบียร์มีรสชาติที่ดี” ($\bar{x} = 4.21$) รองลงมา “ฉันคิดว่าการดื่มกราฟต์เบียร์เป็นสิ่งที่สร้างสรรค์” ($\bar{x} = 4.00$) “ฉันพึงพอใจในการดื่มกราฟต์เบียร์” ($\bar{x} = 3.95$) “ฉันคิดว่ากราฟต์เบียร์เป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อตัวฉัน” ($\bar{x} = 3.94$) “ฉันรู้สึกเพลิดเพลินเมื่อได้ดื่มกราฟต์เบียร์” ($\bar{x} = 3.81$) และ “ท่านคิดว่ากราฟต์เบียร์เป็นสิ่งที่ดีต่อสุขภาพ” ($\bar{x} = 3.37$)

2. ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมาตรฐานด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง

ตัวย่อ	ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง	$\bar{x}$	SD.	แปลค่า
SN1	เพื่อนของฉันหลายคนดื่มกราฟต์เบียร์	3.89	0.79	เห็นด้วยมาก
SN2	สมาชิกในครอบครัวของฉันดื่มกราฟต์เบียร์	3.62	0.88	เห็นด้วยมาก
SN3	บุคคลที่ฉันติดตามในโซเชียลมีเดียดื่มกราฟต์เบียร์	3.83	0.76	เห็นด้วยมาก
SN4	บุคคลรอบตัวของฉันให้การยอมรับในการดื่มกราฟต์เบียร์	3.94	0.76	เห็นด้วยมาก
SN5	บุคคลรอบตัวของฉันให้การสนับสนุนในการดื่มกราฟต์เบียร์	3.86	0.78	เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย		3.83	0.79	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 2 ผลวิเคราะห์ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง โดย รวมมีค่าเฉลี่ย 3.83 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.79 อยู่ในเกณฑ์ระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในประเด็น “บุคคลรอบตัวของฉันให้การยอมรับในการดื่มกราฟต์เบียร์” ($\bar{x} = 3.94$) รองลงมา “เพื่อนของฉันหลายคนดื่มกราฟต์เบียร์” ($\bar{x} = 3.89$) “บุคคลรอบตัวของฉันให้การสนับสนุนในการดื่มกราฟต์เบียร์” ($\bar{x} = 3.86$) “บุคคลที่ฉันติดตามในโซเชียลมีเดียดื่มกราฟต์เบียร์” ($\bar{x} = 3.83$) และ “สมาชิกในครอบครัวของฉันดื่มกราฟต์เบียร์” ($\bar{x} = 3.62$)

3. ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมาตรฐานด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

ตัวย่อ	ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม	$\bar{x}$	SD.	แปลค่า
PBC1	การดื่มคราฟต์เบียร์เป็นเรื่องที่ง่ายสำหรับฉัน	4.00	0.81	เห็นด้วยมาก
PBC2	ฉันสามารถเข้าถึงคราฟต์เบียร์ที่มีความหลากหลาย	3.96	0.76	เห็นด้วยมาก
PBC3	ฉันมีความรู้เพียงพอเกี่ยวกับคราฟต์เบียร์เพื่อประกอบการตัดสินใจในการดื่มคราฟต์เบียร์	3.85	0.76	เห็นด้วยมาก
PBC4	ฉันสามารถแยกแยะระหว่างคราฟต์เบียร์กับเบียร์ทั่วไปได้	3.94	0.80	เห็นด้วยมาก
PBC5	ฉันสามารถควบคุมพฤติกรรมการดื่มคราฟต์เบียร์ของฉันได้	4.06	0.75	เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย		3.96	0.77	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 3 ผลวิเคราะห์ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมโดยรวมมีค่าเฉลี่ย 3.96 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.77 อยู่ในเกณฑ์ระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในประเด็น “ฉันสามารถควบคุมพฤติกรรมการดื่มคราฟต์เบียร์ของฉันได้” ($\bar{x} = 4.06$) รองลงมา “การดื่มคราฟต์เบียร์เป็นเรื่องที่ง่ายสำหรับฉัน” ($\bar{x} = 4.00$) “ฉันสามารถเข้าถึงคราฟต์เบียร์ที่มีความหลากหลาย” ($\bar{x} = 3.96$) “ฉันสามารถแยกแยะระหว่างคราฟต์เบียร์กับเบียร์ทั่วไปได้” ($\bar{x} = 3.94$) และ “ฉันมีความรู้เพียงพอเกี่ยวกับคราฟต์เบียร์เพื่อประกอบการตัดสินใจในการดื่มคราฟต์เบียร์” ($\bar{x} = 3.85$)

4. ปัจจัยด้านเครื่องมืออัตลักษณ์

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมาตรฐานด้านเครื่องมืออัตลักษณ์

ตัวย่อ	ด้านเครื่องมืออัตลักษณ์	$\bar{x}$	SD.	แปลค่า
SI1	การดื่มคราฟต์เบียร์เป็นสิ่งที่บ่งบอกความเป็นตัวตนของฉัน	3.39	0.80	เห็นด้วยปานกลาง
SI2	การดื่มคราฟต์เบียร์เป็นสิ่งที่มีความหมายสำหรับฉัน	3.35	0.73	เห็นด้วยปานกลาง
SI3	การดื่มคราฟต์เบียร์เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตของฉัน	3.77	0.76	เห็นด้วยมาก
SI4	การดื่มคราฟต์เบียร์เป็นสิ่งที่ทำให้ฉันมีภาพลักษณ์ที่ดี	3.74	0.74	เห็นด้วยมาก
SI5	ฉันจะรู้สึกเสียใจหากถูกบังคับให้เลิกดื่มคราฟต์เบียร์	3.88	0.81	เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย		3.63	0.77	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4 ผลวิเคราะห์ปัจจัยด้านเครื่องมืออัตลักษณ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 3.63 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.77 อยู่ในเกณฑ์ระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในประเด็น “ฉันจะรู้สึกเสียใจหากถูกบังคับให้เลิกดื่มคราฟต์เบียร์” ($\bar{x} = 3.88$) รองลงมา “การดื่มคราฟต์เบียร์เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตของฉัน” ($\bar{x} = 3.77$) “การดื่มคราฟต์เบียร์เป็นสิ่งที่ทำให้ฉันมีภาพลักษณ์ที่ดี” ($\bar{x} = 3.74$) “การดื่มคราฟต์เบียร์เป็นสิ่งที่บ่งบอกความเป็นตัวตนของฉัน” ($\bar{x} = 3.39$) และ “การดื่มคราฟต์เบียร์เป็นสิ่งที่มีความหมายสำหรับฉัน” ($\bar{x} = 3.35$)

5. ปัจจัยด้านความต้องการบริโภคสินค้าที่มีเอกลักษณ์

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยความเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านความต้องการบริโภคสินค้าที่มีเอกลักษณ์

ตัวย่อ	ด้านความต้องการบริโภคสินค้าที่มีเอกลักษณ์	$\bar{x}$	SD.	แปลค่า
DUCP1	ฉันรู้สึกสนใจในคราฟต์เบียร์ที่หาดื่มได้ยาก	3.93	0.81	เห็นด้วยมาก
	ฉันมักจะเลือกดื่มคราฟต์เบียร์ที่มีรสชาติที่มีเอกลักษณ์			เห็นด้วยมาก
DUCP2	เฉพาะตัว	3.79	0.79	
DUCP3	ฉันมักจะเลือกดื่มคราฟต์เบียร์ที่มีรสชาติแปลกใหม่	3.88	0.81	เห็นด้วยมาก
	ฉันมักจะเลือกดื่มคราฟต์เบียร์ที่มีเรื่องราวและผลิตขึ้นมา			เห็นด้วยมาก
DUCP4	พิเศษ	3.76	0.78	
DUCP5	ฉันมักจะทดลองดื่มคราฟต์เบียร์ชนิดใหม่ ๆ	3.84	0.79	เห็นด้วยมาก
DUCP6	ฉันมักจะดื่มคราฟต์เบียร์เพราะบรรจุภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์	3.91	0.82	เห็นด้วยมาก
DUCP7	ฉันมักจะดื่มคราฟต์เบียร์ในสถานที่จำหน่ายที่แปลกใหม่	3.75	0.81	เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย		3.84	0.80	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 5 ผลวิเคราะห์ปัจจัยด้านความต้องการบริโภคสินค้าที่มีเอกลักษณ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 3.84 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.80 อยู่ในเกณฑ์ระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในประเด็น “ฉันรู้สึกสนใจในคราฟต์เบียร์ที่หาดื่มได้ยาก” ($\bar{x} = 3.93$) รองลงมา “ฉันมักจะดื่มคราฟต์เบียร์เพราะบรรจุภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์” ($\bar{x} = 3.91$) “ฉันมักจะเลือกดื่มคราฟต์เบียร์ที่มีรสชาติแปลกใหม่” ($\bar{x} = 3.88$) “ฉันมักจะทดลองดื่มคราฟต์เบียร์ชนิดใหม่ ๆ” ($\bar{x} = 3.84$) “ฉันมักจะเลือกดื่มคราฟต์เบียร์ที่มีรสชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว” ($\bar{x} = 3.79$) “ฉันมักจะเลือกดื่มคราฟต์เบียร์ที่มีเรื่องราวและผลิตขึ้นมาพิเศษ” ($\bar{x} = 3.76$) และ “ฉันมักจะดื่มคราฟต์เบียร์ในสถานที่จำหน่ายที่แปลกใหม่” ($\bar{x} = 3.75$)

อภิปรายผล

ปัจจัยด้านทัศนคติ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านทัศนคติ อยู่ในเกณฑ์ระดับเห็นด้วยมาก โดยประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากที่สุดคือ คราฟต์เบียร์มีรสชาติที่ดี รองลงมาคือ การดื่มคราฟต์เบียร์เป็นเรื่องที่สร้างสรรค์ ความพึงพอใจในการดื่มคราฟต์เบียร์ คราฟต์เบียร์เป็นสิ่งที่มีความรู้สึกรู้สึกเพลิดเพลินเมื่อได้ดื่มคราฟต์เบียร์ และประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยน้อยที่สุดคือ คราฟต์เบียร์เป็นสิ่งที่ดีต่อสุขภาพ แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในเชิงบวกต่อคราฟต์เบียร์ สะท้อนถึงความพึงพอใจในรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ของคราฟต์เบียร์ สรุปได้ว่ารสชาติ ความสร้างสรรค์ และความเพลิดเพลิน เป็นปัจจัยที่สำคัญต่อเจตนาในการบริโภคคราฟต์เบียร์

ของเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจนเนอเรชั่นวายในประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Rivaroli et al. (2019) ที่ศึกษาแรงจูงใจในการดื่มคราฟต์เบียร์ของเจนเนอเรชั่นวายที่กำลังศึกษาในสาธารณรัฐเช็ก พบว่าทัศนคติเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการดื่มคราฟต์เบียร์ และยังพบว่า รสชาติของคราฟต์เบียร์และประสบการณ์ในการดื่มคราฟต์เบียร์ยังส่งผลต่อความตั้งใจดื่มคราฟต์เบียร์ของเจนเนอเรชั่นวายในสาธารณรัฐเช็ก

ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากที่สุดคือ บุคคลรอบตัวให้การยอมรับในการดื่มคราฟต์เบียร์ รองลงมาคือ เพื่อนหลาย ๆ คนดื่มคราฟต์เบียร์ บุคคลรอบตัวให้การสนับสนุนในการดื่มคราฟต์เบียร์ บุคคลที่ติดตามในโซเชียลมีเดียดื่มคราฟต์เบียร์ และประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยน้อยที่สุดคือ สมาชิกในครอบครัวดื่มคราฟต์เบียร์ สะท้อนให้เห็นว่าการยอมรับจากคนใกล้ชิดมีผลอย่างมากต่อการตัดสินใจบริโภคคราฟต์เบียร์ สรุปได้ว่า การยอมรับและการสนับสนุนจากบุคคลรอบข้าง โดยเฉพาะเพื่อนและคนใกล้ชิด เป็นปัจจัยที่สำคัญต่อเจตนาในการบริโภคคราฟต์เบียร์ของเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจนเนอเรชั่นวายในประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Rivaroli et al. (2019) ที่ศึกษาแรงจูงใจในการดื่มคราฟต์เบียร์ของเจนเนอเรชั่นวายที่กำลังศึกษาในสาธารณรัฐเช็ก พบว่าการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการดื่มคราฟต์เบียร์ของเจนเนอเรชั่นวายในสาธารณรัฐเช็ก

ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากที่สุดคือ สามารถควบคุมพฤติกรรมการดื่มคราฟต์เบียร์ของตนเองได้ รองลงมาคือ การดื่มคราฟต์เบียร์เป็นเรื่องที่ง่ายสามารถเข้าถึงคราฟต์เบียร์ที่มีความหลากหลาย สามารถแยกแยะระหว่างคราฟต์เบียร์กับเบียร์ทั่วไปได้ และประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยน้อยที่สุดคือ มีความรู้เพียงพอเกี่ยวกับคราฟต์เบียร์เพื่อประกอบการตัดสินใจในการดื่มคราฟต์เบียร์ สะท้อนถึงความต้องการที่จะแสวงหาประสบการณ์การดื่มที่แตกต่างและไม่เหมือนใคร สรุปได้ว่า ความหายาก ความแปลกใหม่ ความหลากหลาย และความพิเศษของคราฟต์เบียร์ เป็นปัจจัยที่สำคัญต่อเจตนาในการบริโภคคราฟต์เบียร์ของเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจนเนอเรชั่นวายในประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Smith et al. (2007) ที่พบว่า การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมส่งผลต่อความตั้งใจบริโภค หากบุคคลมีการรับรู้ว่าจะสามารถควบคุมพฤติกรรมบริโภคของตนเองได้ก็จะส่งผลให้มีความตั้งใจบริโภคมากยิ่งขึ้น

ปัจจัยด้านการมีอัตลักษณ์

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านการมีอัตลักษณ์อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากที่สุดคือ รู้สึกเสียใจหากถูกบังคับให้เลิกดื่มคราฟต์เบียร์ รองลงมาคือ การดื่มคราฟต์เบียร์เป็นส่วนหนึ่งในชีวิต การดื่มคราฟต์เบียร์เป็นสิ่งที่ทำให้มีภาพลักษณ์ที่ดี การดื่มคราฟต์เบียร์เป็นสิ่งที่บ่งบอกความเป็นตัวตน และประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยน้อยที่สุดคือ การดื่มคราฟต์เบียร์เป็นสิ่งที่มีความหมาย สะท้อนถึงความผูกพันทางอารมณ์กับคราฟต์เบียร์ สรุปได้ว่า ความสำคัญของคราฟต์เบียร์ในชีวิตของผู้บริโภค ทั้งในแง่ของความผูกพันทางอารมณ์ การสร้างภาพลักษณ์ และการบ่งบอกความเป็นตัวตน เป็นปัจจัยที่สำคัญต่อเจตนาในการบริโภคคราฟต์เบียร์ของเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจนเนอเรชั่นวายในประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ปวันสา บุญญพิพัฒน์ (2564) ที่พบว่า การมีอัตลักษณ์ เป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการดื่มคราฟต์เบียร์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล โดย การมีอัตลักษณ์ หมายถึงความรู้สึกของบุคคลที่แสดงออกถึงตัวตน ความเป็นตัวเอง และการเชื่อมโยงกับกลุ่มสังคมใดสังคมหนึ่ง ในกรณีนี้ การดื่มคราฟต์เบียร์ไม่ได้เป็นเพียงแค่การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่ยังเป็นการแสดงถึง ตัวตนและค่านิยม ที่เชื่อมโยงกับการเลือกบริโภคคราฟต์เบียร์

ปัจจัยด้านความต้องการบริโภคสินค้าที่มีเอกลักษณ์

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านความต้องการบริโภคสินค้าที่มีเอกลักษณ์อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากที่สุดคือรู้สึกสนใจในคราฟต์เบียร์ที่หาดื่มได้ยาก รองลงมาคือ มักจะดื่มคราฟต์เบียร์เพราะบรรจุภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ มักจะเลือกดื่มคราฟต์เบียร์ที่มีรสชาติแปลกใหม่ มักจะทดลองดื่มคราฟต์เบียร์ชนิดใหม่ ๆ มักจะเลือกดื่มคราฟต์เบียร์ที่มีรสชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มักจะเลือกดื่มคราฟต์เบียร์ที่มีเรื่องราวและผลิตขึ้นมาพิเศษ และประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยน้อยที่สุดคือ มักจะดื่มคราฟต์เบียร์ในสถานที่จำหน่ายที่แปลกใหม่ สะท้อนถึงความต้องการที่จะแสวงหาประสบการณ์การดื่มที่แตกต่างและไม่เหมือนใคร สรุปได้ว่า ความหายาก ความแปลกใหม่ ความหลากหลาย และความพิเศษ เป็นปัจจัยที่สำคัญต่อเจตนาในการบริโภคคราฟต์เบียร์ของเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจนเนอเรชั่นวายในประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ภุชนันท์ พันธุ์ประภากิจ (2563) ที่พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคคราฟต์เบียร์ของผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของคราฟต์เบียร์เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ วัตถุดิบพิเศษที่ใช้ในการผลิตคราฟต์เบียร์ บรรจุภัณฑ์ และปริมาณของแอลกอฮอล์ ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ปัจจัยด้านทัศนคติ ผู้ผลิตและนักการตลาดควรเน้นพัฒนาคราฟต์เบียร์ที่มีรสชาติและคุณภาพโดดเด่น เนื่องจากรสชาติเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อทัศนคติและความพึงพอใจของผู้บริโภค กลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และวาย การสื่อสารถึงความสร้างสรรค์และประสบการณ์ที่เพลิดเพลินในการดื่มคราฟต์เบียร์จะช่วยเสริมสร้างความภักดีของผู้บริโภค นอกจากนี้ ควรเน้นการตลาดที่นำเสนอคราฟต์เบียร์เป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวเพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย
2. ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การยอมรับและการสนับสนุนจากบุคคลรอบข้าง โดยเฉพาะเพื่อนและคนใกล้ชิด มีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจบริโภคคราฟต์เบียร์ของเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจนเนอเรชั่นวายในประเทศไทย ผู้ผลิตและนักการตลาดควรให้ความสำคัญกับการสร้างกลุ่มผู้บริโภคที่สนับสนุนการดื่มคราฟต์เบียร์ผ่านกิจกรรมทางสังคมและการตลาดบนโซเชียลมีเดีย เพื่อส่งเสริมการยอมรับและกระตุ้นเจตนาในการบริโภคในกลุ่มเป้าหมาย
3. ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ความหายาก ความแปลกใหม่ ความหลากหลาย และความพิเศษของคราฟต์เบียร์เป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจบริโภคคราฟต์เบียร์ของเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจนเนอเรชั่นวายในประเทศไทย ผู้ผลิตควรมุ่งเน้นการสร้างคราฟต์เบียร์ที่มีความโดดเด่นและหลากหลาย พร้อมทั้งพัฒนาแหล่งข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับคราฟต์เบียร์ให้ผู้บริโภคเข้าถึงง่ายขึ้น เพื่อเสริมสร้างความมั่นใจและเพิ่มโอกาสในการตัดสินใจบริโภคคราฟต์เบียร์
4. ปัจจัยด้านการมีอัตลักษณ์ ความผูกพันทางอารมณ์กับคราฟต์เบียร์ รวมถึงการที่คราฟต์เบียร์สะท้อนภาพลักษณ์และบ่งบอกความเป็นตัวตน เป็นปัจจัยสำคัญต่อเจตนาในการบริโภคของเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และวายในประเทศไทย ผู้ผลิตและนักการตลาดควรเน้นสร้างประสบการณ์ที่เชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ของผู้บริโภค โดยใช้กลยุทธ์การตลาดที่สื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์และการมีส่วนร่วมทางอารมณ์ เพื่อสร้างความผูกพันและเสริมสร้างความภักดีต่อแบรนด์คราฟต์เบียร์
5. ปัจจัยด้านความต้องการบริโภคสินค้าที่มีเอกลักษณ์ ความหายาก ความแปลกใหม่ ความหลากหลาย และความพิเศษของคราฟต์เบียร์เป็นปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นความสนใจและการตัดสินใจบริโภคคราฟต์เบียร์ของเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และวายในประเทศไทย ผู้ผลิตควรมุ่งเน้นการสร้างคราฟต์เบียร์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทั้งในด้านรสชาติ บรรจุภัณฑ์ และเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มองหาประสบการณ์การดื่มที่แตกต่างและไม่เหมือนใคร

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) โดยรวมการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริโภคคราฟต์เบียร์ เพื่อทำความเข้าใจแรงจูงใจ ทัศนคติ และประสบการณ์ใน

การบริโภคอย่างละเอียด นอกจากนี้ การศึกษาระยะยาวจะช่วยสังเกตการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม
บริโภคเมื่อเวลาผ่านไป

2. ควรศึกษาให้ครอบคลุมถึงกลุ่มประชากรอื่นๆและบริบททางวัฒนธรรมอื่นๆ จะช่วยเพิ่ม
ข้อมูลเชิงลึกและองค์ความรู้ทางวิชาการเกี่ยวกับพฤติกรรมบริโภคกราฟต์เบียร์ในบริบทที่
หลากหลาย

3. ควรให้ความสำคัญกับการศึกษา ความแตกต่างของตลาดและรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ของ
แต่ละภูมิภาค เพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมบริโภคกราฟต์เบียร์ที่แตกต่างกันในแต่ละภูมิภาคของ
ประเทศไทย เพื่อช่วยให้เห็นภาพรวมชัดเจนถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกบริโภค เช่น ความชื่นชอบใน
รสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ของเบียร์ในแต่ละพื้นที่ หรือผลกระทบของวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีต่อการบริโภค
กราฟต์เบียร์

บรรณานุกรม

- กฤษนันท์ พันธุ์ประภากิจ. (2563). *การพัฒนาผลิตภัณฑ์กราฟต์เบียร์โดยเทคนิคการวิเคราะห์แบบ
คอนจอยท์* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ].
- ปวันสา บุญญพิพัฒน์. (2564). การศึกษาทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผนและตัวแปรส่วนขยายที่มีผล
ต่อความตั้งใจบริโภคกราฟต์เบียร์. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัย
นครพนม*, 11(2), 32–43.
- ปิยะ แก้วบัวดี, ชุตติกร ประเกียรติ, กาญจนา ชุมสงค์, & พรหมจิรา เจาลา. (2562). ความสัมพันธ์
ระหว่างการรับรู้สื่อสังคมออนไลน์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มคนเจนเนอ
เรชั่นวาย. *วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 12(2), 143–
162.
- อารยา องค์เอี่ยม, & พงศ์ธรรมา วิจิตรเวชไพศาล. (2561). การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย. *วิสัย
สาร*, 44(1), 36–42.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1985). From intentions to actions: A theory of planned
behavior. In J. Kuhl & J. Beckmann (Eds.), *Action-control: From cognition to
behavior* (pp. 11–39). Heidelberg: Springer.
- Armitage, C. J., & Conner, M. (2001). Efficacy of the theory of planned behaviour: A
meta-analytic review. *British Journal of Social Psychology*, 40(4), 471–499.
<https://doi.org/10.1348/014466601164939>

- Bootstrap. (2022). *7 most consumed beverages around the world*. Retrieved September 11, 2022, from <https://bootstrapbeverages.com/blog/most-consumed-beverages-around-the-world>
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Garavaglia, C., & Swinnen, J. (Eds.). (2018). *Economic perspectives on craft beer: A revolution in the global beer industry*. Cham: Palgrave Macmillan.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). *Multivariate data analysis*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Imarc. (2022). *Beer market: Global industry trends, share, size, growth, opportunity and forecast 2022–2027*. Retrieved September 11, 2022, from <https://www.imarcgroup.com/beer-market>
- Lynn, M., & Harris, J. (1997). The desire for unique consumer products: A new individual differences scale. *Psychology & Marketing*, 14(6), 601–616.
- Research and Markets. (2022). *Craft beer market: Global industry trends, share, size, growth, opportunity and forecast 2022–2027*. Retrieved September 11, 2022, from <https://www.researchandmarkets.com/reports/5562520/craft-beer-market-global-industry-trends-share#tag-pos-1.html>
- Rivaroli, S., Lindenmeier, J., & Spadoni, R. (2019). Attitudes and motivations toward craft beer consumption: An explanatory study in two different countries. *Journal of Food Products Marketing*, 25(3), 276–294. <https://doi.org/10.1080/10454446.2019.1602247>
- Sheldon, S. (1980). *Symbolic interactionism: A social structural version*. Menlo Park, CA: Benjamin/Cummings.
- Smith, J., Terry, D., Manstead, A., Louis, W., Kotterman, D., & Wolfs, J. (2007). Interaction effects in the theory of planned behavior: The interplay of self-identity and past behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 37, 2726–2750.
- Sparks, P., & Shepherd, R. (1992). Self-identity and the theory of planned behavior: Assessing the role of identification with “green” consumerism. *Social Psychology Quarterly*, 55(4), 388–399.
- Statista. (2022). *Beer – Worldwide*. Retrieved September 11, 2022, from <https://www.statista.com/outlook/cmo/alcoholic-drinks/beer/worldwide>

THE STANDARD WEALTH. (2023). *'Craft beer' is an industry that accounts for only 0.5–1% or 2 billion baht from a total market value of 270 billion baht that is waiting for the government to unlock for growth.* Retrieved November 5, 2023, from <https://thestandard.co/craft-beer-industry/>.

การสร้างสรรค้เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี
The Creation of Gastronomy Tourism Route in Bang Kruai District,
Nonthaburi Province.

วันทิกา หิรัญเทศ

สาขาวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

Email: wuhiru@rpu.ac.th

อุทุมพร อยู่สุข

สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

Email: utyoos@rpu.ac.th

Wuntika Hirunthet

Department of Tourism Industry, Administration Faculty; Rajapruk University

Utumporn Yoosuk

Department of Logistics and Supply chain Management, Administration Faculty;

Rajapruk University

รับเข้า : 24 กุมภาพันธ์ 2568

แก้ไข : 6 มีนาคม 2568

ตอบรับ : 4 เมษายน 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพทั่วไปและบริบทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี และ 2) นำเสนอการสร้างสรรค้เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการสร้างสรรค้เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ได้แก่ ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน นักท่องเที่ยว และประชาชนในพื้นที่อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี จำนวน 25 คน โดยคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยวิธีการพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี มีลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบลุ่มมีคลองหลายสายซึ่งส่งผลให้การคมนาคมทางน้ำเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ แม้จะประสบปัญหาน้ำท่วมในบางช่วงเวลา การเปลี่ยนแปลงจากการเกษตรกรรมเป็นพื้นที่อยู่อาศัยและอุตสาหกรรมทำให้

จำนวนร้านอาหารเพิ่มขึ้น อาหารพื้นถิ่นของอำเภอนี้มีเอกลักษณ์โดยใช้กะทิและรสชาติหวานนำ แม้ว่าความนิยมในอาหารพื้นถิ่นจะลดลง แต่การท่องเที่ยวเชิงอาหารได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นจากนักท่องเที่ยวที่สนใจอาหารท้องถิ่นและรีวิวกจากอินฟลูเอนเซอร์ ส่งผลให้อำเภอบางกรวยกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารที่มีชื่อเสียง และผู้วิจัยพิจารณาสร้างสรรค์เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารของอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ได้ทั้งหมด 4 เส้นทาง ได้แก่ เส้นทางที่ 1 ลิ้มรสวันวานสำราญริมคลอง เส้นทางที่ 2 ย้อนยุคสุดชิลคลิกความสุขริมคลอง เส้นทางที่ 3 หม้อไฟร้อน ผักสดกรอบ ข้าวต้มเด็ด และเส้นทางที่ 4 ท่องรสตามตำนานจากข้าวหมุกรอบถึงคาเฟ่น้องหมี ซึ่งแต่ละเส้นทางจะครอบคลุมประเภทของเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร 3 ประเภท คือ 1) การตามรอยเส้นทางอาหาร (food tours or routes) 2) การท่องเที่ยวเชิงอาหารริมทาง (Street Food) และ 3) การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น (Local food tourism)

คำสำคัญ: การสร้างสรรค์เส้นทางท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงอาหาร อาหารพื้นถิ่น

Abstract

This research aims to 1) study general condition and context of Gastronomy Tourism attractions in Bang Kruai District, Nonthaburi Province and 2) create the Gastronomy Tourism Route in Bang Kruai District, Nonthaburi Province. The sample used in this study comprises 25 people who are stakeholders in creating Gastronomy Tourism routes of Bang Kruai District Nonthaburi Province from government sector, private sector, tourist, and local people. The sample was selected Non-random by purposive sampling and the tool for collecting data is an interview. The researcher analyzed qualitative data by content analysis and description.

The research findings indicate that Bang Kruai District, Nonthaburi Province, features a lowland landscape with numerous canals, which has led to the distinctiveness of waterborne transportation in the area. Despite occasional flooding issues, the transformation from agricultural land to residential and industrial zones has increased the number of restaurants. The local cuisine of the district is characterized by the use of coconut milk and predominantly sweet flavors. Although the popularity of traditional local food has declined, food tourism has gained increasing interest, particularly from tourists drawn to local cuisine and reviews from influencers. As a result, Bang Kruai has become a well-known food tourism destination. The researcher developed four food tourism routes for Bang Kruai

District, Nonthaburi Province, namely: Route 1 – "Tasting the Past by the Canal," Route 2 – "Retro Chic: A Click of Happiness by the Canal," Route 3 – "Hot Pot, Fresh Vegetables, and Delicious Rice Porridge," and Route 4 – "Following the Culinary Legends: From Crispy Pork Rice to Bear-themed Cafes." Each route encompasses three food tourism categories: 1) Food tours or routes, 2) Street food tourism, and 3) Local food tourism.

Keywords: The Creation of Tourism Route, Gastronomy Tourism, Local Food

บทนำ

อาหารถือเป็นองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในบริบทของยุคปัจจุบันที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในการบริโภคอาหารท้องถิ่นเพื่อสร้างประสบการณ์และเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมของพื้นที่ที่เยี่ยมชม ทั้งนี้ อาหารไม่ได้เป็นเพียงปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิต แต่ยังมีบทบาทสำคัญในเชิงเศรษฐกิจ โดยสามารถสร้างรายได้ในระดับประเทศอย่างมีนัยสำคัญ ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกอาหารกว่า 1.1 ล้านล้านบาท และจัดอยู่ในอันดับที่ 13 ของประเทศผู้ส่งออกอาหารรายใหญ่ของโลก นอกจากนี้ อาหารไทยยังทำหน้าที่เป็น Soft Power ที่ช่วยเผยแพร่เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมไทยสู่ประชาคมโลก โดยเมนูอาหารไทยหลายรายการได้รับการยกย่องในระดับสากล เช่น แกงมัสมั่น ข้าวซอย และแกงพะแนง ซึ่งได้รับการจัดอันดับให้เป็นอาหารยอดเยี่ยมของโลก (จุลสารวิชาการการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2567: ออนไลน์) ในระดับนานาชาติ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง รายงานจาก Global Culinary Tourism Market 2020-2027 ระบุว่าตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาหารทั่วโลกมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยปีละ 16.8% และคาดการณ์ว่ามูลค่าทางเศรษฐกิจของตลาดดังกล่าวจะเพิ่มขึ้นถึง 1,796.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2027 (จุลสารวิชาการการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2566: ออนไลน์) แนวโน้มดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมอาหารต่อภาคการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจโดยรวม ตลอดจนบทบาทของอาหารในการเสริมสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณค่าแก่ผู้บริโภคในระดับโลก

ในมุมมองของการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม แผนพัฒนาแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560–2564) ได้เน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยเชื่อมโยงกับนโยบาย Thailand 4.0 และการพัฒนาเกษตรอัจฉริยะ (Smart Farming) อุตสาหกรรมอาหารและการท่องเที่ยวได้รับการบูรณาการผ่านแนวคิด Food Innopolis และการท่องเที่ยวแบบ Authentic Local Tourism ซึ่งเน้นความเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ตัวอย่างของการส่งเสริมนี้รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่

มุ่งเน้นความยั่งยืน เช่น ฟาร์มออร์แกนิก และอาหารเพื่อสุขภาพ เป็นต้น (กองวิจัยการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560: ออนไลน์)

จังหวัดนนทบุรีเป็นตัวอย่างหนึ่งของพื้นที่ที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ด้วยที่ตั้งใกล้กรุงเทพฯ และความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ อาหารพื้นเมืองของนนทบุรีสะท้อนถึงวัฒนธรรมที่ผสมผสานกัน ทั้งอาหารไทยแท้และอาหารของชาวมอญ เช่น แกงหมูเทโพ แกงคั่วหอยขม และข้าวแช่ เป็นต้น นอกจากนี้ ตลาดน้ำและสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมยังเป็นจุดดึงดูดสำคัญ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรีจึงได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านโครงการ "ตลาดน้ำนาเกลือเมืองนนทบุรี" ซึ่งช่วยเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน และสร้างความยั่งยืนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (สยามรัฐออนไลน์, 2562: ออนไลน์) อีกทั้ง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยเฉพาะการจัดงานเทศกาลที่เน้นวัฒนธรรมอาหารและวิถีชีวิตท้องถิ่น หนึ่งในกิจกรรมที่สำคัญ ได้แก่ งาน "หลงเสน่ห์บางกรวย" ซึ่งจัดขึ้นระหว่างวันที่ 27-29 ตุลาคม พ.ศ. 2566 โดยการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) ร่วมกับเทศบาลเมืองบางกรวยและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) นอกจากนี้ ยังมีการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืน เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาสัมผัสประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมและอาหารท้องถิ่น (สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (ITD), 2568: ออนไลน์)

อีกหนึ่งปัจจัยสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารคือ การเดินทางที่สะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย ช่วยให้การท่องเที่ยวเป็นไปอย่างราบรื่น และเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว สามารถช่วยให้นักท่องเที่ยวลดต้นทุนในการเดินทางท่องเที่ยวซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการระบบโลจิสติกส์ท่องเที่ยวที่ดี จากรายงานขององค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นแนวโน้มที่กำลังมาแรงและได้รับความสนใจทั่วโลก ดังนั้น การจัดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย เพื่อให้เกิดความยั่งยืนและสามารถแข่งขันในระดับสากลได้ (ภาณุวัฒน์ ไช่มุก และพรวิศิน ศิริสวัสดิ์, 2565)

จากประเด็นสำคัญที่องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ได้ตีพิมพ์รายงาน Global Report on Food Tourism ซึ่งได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism) เป็นแนวโน้มการท่องเที่ยวที่กำลังมาแรงและน่าจับตามอง อีกทั้ง แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560–2564) มีเป้าหมายในการยกระดับศักยภาพการแข่งขันทางเศรษฐกิจของไทยโดยกล่าวถึงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารร่วมไปกับการพัฒนา จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาเรื่อง “การสร้างสรรค์เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร ในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี” ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีความหลากหลายทางด้านการท่องเที่ยว ทั้งวัฒนธรรม อาหาร ประกอบกับสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรีมีการสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัด นอกจากนี้ผู้วิจัยยัง

เล็งเห็นว่าการทำวิจัยนี้เป็นประโยชน์ในการผลักดันการพัฒนาการสร้างสรรค์เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีให้เป็นที่รู้จัก และเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปและบริบทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อนำเสนอการสร้างสรรค์เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการวิจัยในครั้งนี้คือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholders) ในการสร้างสรรค์เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารของอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี โดยมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 25 คน ที่ผู้วิจัยเลือกแบบเจาะจง ประกอบด้วย

- 1) หน่วยงานภาครัฐ จำนวน 5 คน ได้แก่ ตัวแทนจากองค์การบริหารส่วนตำบลบางกรวย เทศบาลตำบลปลายบาง และเทศบาลเมืองบางกรวย ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวระดับท้องถิ่น
- 2) หน่วยงานภาคเอกชน จำนวน 5 คน ได้แก่ เจ้าของธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี
- 3) ประชาชนในพื้นที่ จำนวน 5 คน ได้แก่ บุคคลที่อาศัยอยู่ในชุมชนตั้งแต่กำเนิดและเป็นคนในพื้นที่โดยมีระยะเวลาที่อาศัยในชุมชนตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป และรับรู้วิถีชีวิตการท่องเที่ยวในพื้นที่รวมถึงอาหารพื้นบ้าน
- 4) นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 10 คน ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยท่องเที่ยวและรับประทานอาหารในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี

เครื่องมือในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์ (Interview Form) โดยข้อคำถามมีจำนวน 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร อำเภอบางกรวย
จังหวัดนนทบุรี

การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยสร้างข้อคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ และนำแบบสัมภาษณ์ไปตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยผู้เชี่ยวชาญ (Expert Review) จำนวน 3 คน ประเมินความเหมาะสมของคำถามในแบบสัมภาษณ์ว่ามีความชัดเจน ครบคลุม และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยหรือไม่ จากนั้นคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหา (Content Validity Index: CVI) ให้ผู้เชี่ยวชาญให้คะแนนคำถามแต่ละข้อ และนำข้อมูลมาคำนวณหาค่า IOC (Item-Objective Congruence Index) โดยชุดแบบสัมภาษณ์ได้ค่าเหมาะสมอยู่ที่ 0.7 จากนั้นนำแบบสัมภาษณ์ลงเก็บข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยผู้วิจัยลงพื้นที่ด้วยตนเอง โดยมีขั้นตอนดังนี้

ผู้วิจัยลงพื้นที่รอบที่ 1 เพื่อศึกษาสภาพโดยรวมและบริบทแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี และนัดวันสัมภาษณ์กับหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน ประชาชนในพื้นที่

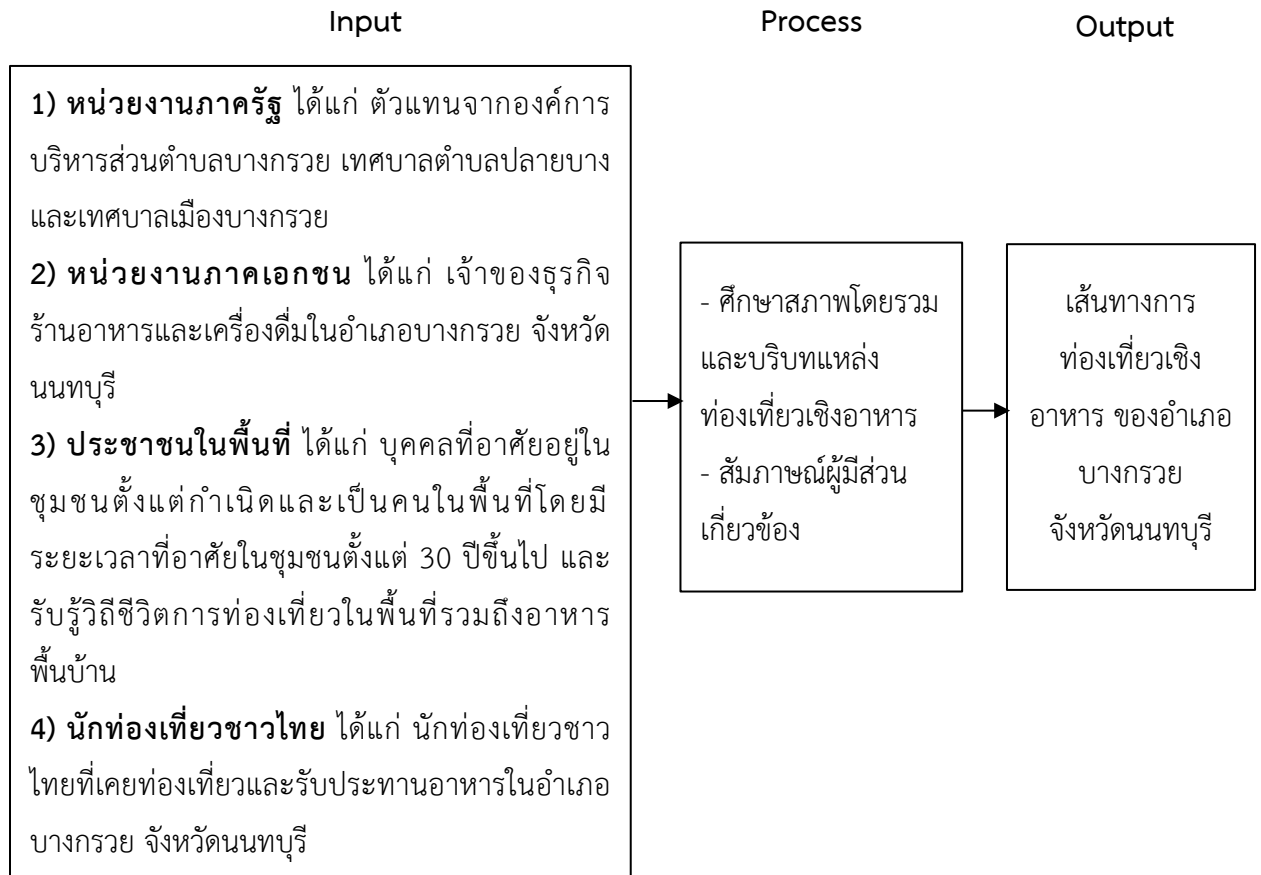
ผู้วิจัยลงพื้นที่รอบที่ 2 เพื่อสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ซึ่งประกอบด้วย ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนในพื้นที่

ผู้วิจัยลงพื้นที่รอบที่ 3 เพื่อสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี

สถิติที่ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้อง

กรอบดำเนินการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบดำเนินการวิจัย

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 พบว่า อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี เป็นอำเภอที่มีขนาดพื้นที่เล็กที่สุดในจังหวัดและตั้งอยู่ติดกับกรุงเทพมหานคร ลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบลุ่ม มีคลองไหลผ่านหลายสาย อาทิ คลองบางกอกน้อยและคลองบางกรวย ซึ่งส่งผลให้การคมนาคมทางน้ำเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ อย่างไรก็ตาม ในช่วงฤดูน้ำลดหรือฤดูน้ำหลาก อำเภอบางกรวยมักประสบปัญหาน้ำท่วม ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการเดินทางท่องเที่ยว ในอดีตประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเพาะปลูก โดยเฉพาะการทำสวนผลไม้ อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงของพื้นที่จากสวนเกษตรกรรมสู่เขตที่อยู่อาศัยและภาคอุตสาหกรรม ส่งผลให้จำนวนร้านอาหารในพื้นที่เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก

อาหารพื้นถิ่นของอำเภอบางกรวยมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยนิยมใช้กะทิและมีรสชาติหวานนำ อาทิ แกงหมูเทโพ แกงซี่เหล็กปลาย่าง แกงคั่วหอยขม แกงคั่วกระท้อน แกงคั่วหมูย่าง และแกงเลียงหัวปลี วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการปรุงอาหารส่วนใหญ่มาจากพืชผักพื้นบ้านที่ขึ้นตามฤดูกาล อย่างไรก็ตาม

ก็ตาม การเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิตและพฤติกรรมการบริโภคของคนรุ่นใหม่ ส่งผลให้ความนิยมในอาหารพื้นถิ่นลดลง และไม่ได้รับการส่งเสริมเท่าที่ควร ปัจจุบันกระแสการบริโภคอาหารสำเร็จรูปและอาหารนานาชาติเพิ่มสูงขึ้น ขณะเดียวกัน การท่องเที่ยวเชิงอาหารได้รับความนิยมมากขึ้น โดยเฉพาะจากนักท่องเที่ยวที่สนใจอาหารท้องถิ่น รวมถึงการท่องเที่ยวตามกระแสวีวของอินฟลูเอนเซอร์ ปัจจัยดังกล่าวส่งผลให้อาเภอบางกรวยกลายเป็นพื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารที่มีชื่อเสียงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จากนั้นจึงนำข้อมูลดังกล่าวมาสร้างสรรค์เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ดังนี้

1) ข้อมูลทั่วไปจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบไปด้วย

1) หน่วยงานภาครัฐ จำนวน 5 คน ซึ่งเป็นพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลบางกรวย จำนวน 2 คน สมาชิกสภาเทศบาล (ส.ท.) เทศบาลตำบลปลายบาง จำนวน 1 คน และพนักงานเทศบาลเมืองบางกรวย จำนวน 2 คน 2) หน่วยงานเอกชน จำนวน 5 คน เป็นผู้ประกอบการและพนักงานร้านค้าเพื่อบ้านหมี่ ร้านปั้นปลุก ร้านธรรมชาติโอชา ร้านส้มตำป่าตอง และบ้านโบราณ 100 ปี 3) ประชาชนในพื้นที่ เป็นบุคคลที่อาศัยอยู่ในชุมชนตั้งแต่กำเนิดและเป็นคนในพื้นที่โดยมีช่วงระยะเวลาที่อาศัยในชุมชน ตั้งแต่ 30-64 ปี ซึ่งอยู่ในพื้นที่มานานและรับรู้วิถีชีวิตการท่องเที่ยวในพื้นที่รวมถึงอาหารพื้นบ้าน และ 4) นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 10 คน เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี มีอายุระหว่าง 30-62 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และรับจ้าง

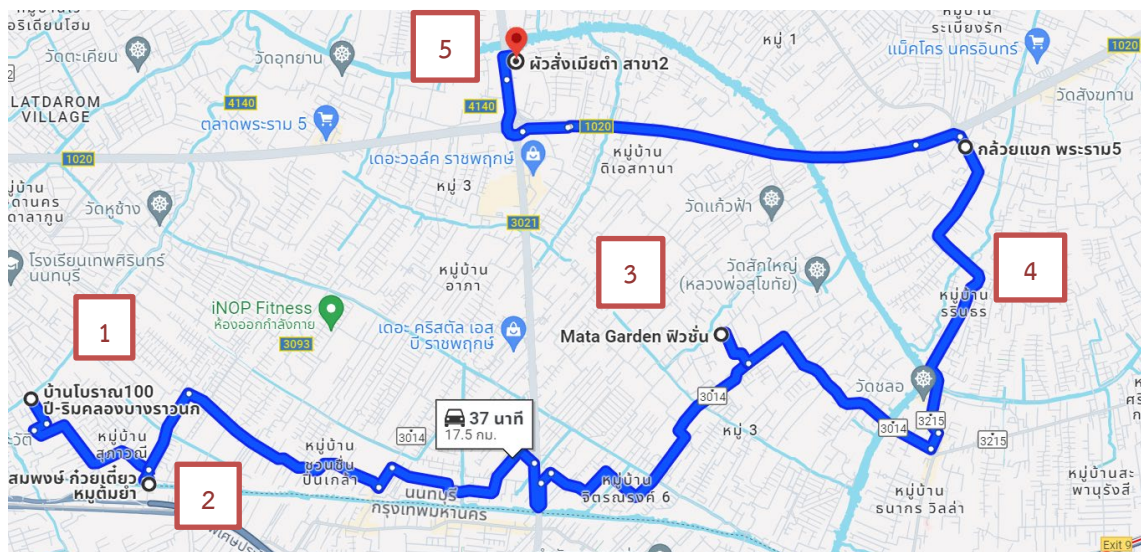
2) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน ประชาชนในพื้นที่ และนักท่องเที่ยวชาวไทย สามารถสรุปการสัมภาษณ์เป็นประเด็นสำคัญ ได้แก่ 1) ด้านจุดเด่น/เอกลักษณ์ ของอาหารในท้องถิ่น อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี พบว่า มีเอกลักษณ์โดดเด่นในอาหารดั้งเดิมที่สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น แม้ว่าจะมีการประยุกต์ให้ทันสมัยตามยุคสมัย แต่ยังคงรักษารสชาติและลักษณะเฉพาะของอาหารพื้นถิ่นไว้ วัตถุประสงค์ที่ใช้ในการปรุงอาหารส่วนใหญ่เป็น วัตถุประสงค์ที่ประชาชนในพื้นที่ปลูกเองหรือพบได้ตามธรรมชาติ บางเมนูมีการผสมสมุนไพรเพื่อเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการและสร้างรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ อาหารเหล่านี้ได้รับการยอมรับว่ามีรสชาติดีและสะอาด กลุ่มอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของอำเภอบางกรวย คือ กลุ่มแกงโบราณ ได้แก่ แกงขี้เหล็ก คอหมูย่าง แกงเนื้อ แกงโบราณ หมี่กรอบ อาหารที่มีส่วนผสมของสมุนไพร และกลุ่มขนมหวาน ได้แก่ ขนมบั้ง โดยอาหารเหล่านี้สะท้อนถึงวัฒนธรรมการกินของคนในพื้นที่ และมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ของอำเภอบางกรวย ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาสัมผัสอาหารพื้นถิ่นและเรียนรู้วัฒนธรรมการประกอบอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น

2) ด้านร้านอาหารในเส้นทางท่องเที่ยวของอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ที่แนะนำ คือ ร้านอาหารธรรมชาติโอชา เป็นร้านที่ได้รับการกล่าวถึงมากที่สุดจากทุกภาคส่วน รองลงมาคือ บันปลุก และ The Glasshouse Café ซึ่งได้รับความนิยมสูงในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย นอกจากนี้ ร้านอาหารประเภทก๋วยเตี๋ยวและอาหารพื้นถิ่น เช่น ก๋วยเตี๋ยวสมพงษ์ ก๋วยเตี๋ยวปลาเฟื่องฟ้า และกล้วยแขกพระราม 5 เป็นที่นิยมในหมู่ประชาชนในพื้นที่ โดยผลการสัมภาษณ์ชี้ให้เห็นว่า ร้านอาหารในอำเภอบางกรวยมีความหลากหลายและสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นอาหารพื้นถิ่น อาหารไทยร่วมสมัย หรือคาเฟ่ที่มีบรรยากาศโดดเด่น ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของอำเภอบางกรวย และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาสัมผัสอาหารท้องถิ่นและบรรยากาศวัฒนธรรมในพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ 3) ด้านการท่องเที่ยวของอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ที่ควรได้รับการส่งเสริมให้เป็นที่รู้จักโด่งดัง คือ อาหารพื้นถิ่นของอำเภอบางกรวยสะท้อนถึงวัฒนธรรมการกินที่สืบทอดมายาวนาน และมีศักยภาพในการส่งเสริมให้เป็นที่รู้จักในระดับที่กว้างขึ้น โดยเฉพาะอาหารในกลุ่มแกงโบราณและขนมหวานโบราณ ซึ่งยังคงรักษาเอกลักษณ์ของรสชาติและวัตถุดิบพื้นบ้าน การประชาสัมพันธ์และพัฒนาแนวทางในการส่งเสริมอาหารเหล่านี้ให้เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) จะช่วยกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยวและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเศรษฐกิจท้องถิ่น ทั้งยังเป็นแนวทางในการอนุรักษ์ภูมิปัญญาด้านอาหารของชุมชนให้คงอยู่ต่อไปในอนาคต

3) ผู้วิจัยนำเสนอการสร้างสรรค์เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี โดยเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่าง และพิจารณาหัวข้อประเภทของเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร 3 ประเภท คือ 1) การตามรอยเส้นทางอาหาร (food tours or routes) 2) การท่องเที่ยวเชิงอาหารริมทาง (Street Food) และ 3) การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น (Local food tourism) ซึ่งผู้วิจัยพิจารณาสร้างสรรค์เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารของอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ได้ 4 เส้นทาง ซึ่งแต่ละเส้นทางจะมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารครอบคลุมประเภทของเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารทั้ง 3 ประเภทข้างต้น ดังนี้

เส้นทางที่ 1 ลิ้มรสวันวาน...สำราญริมคลอง

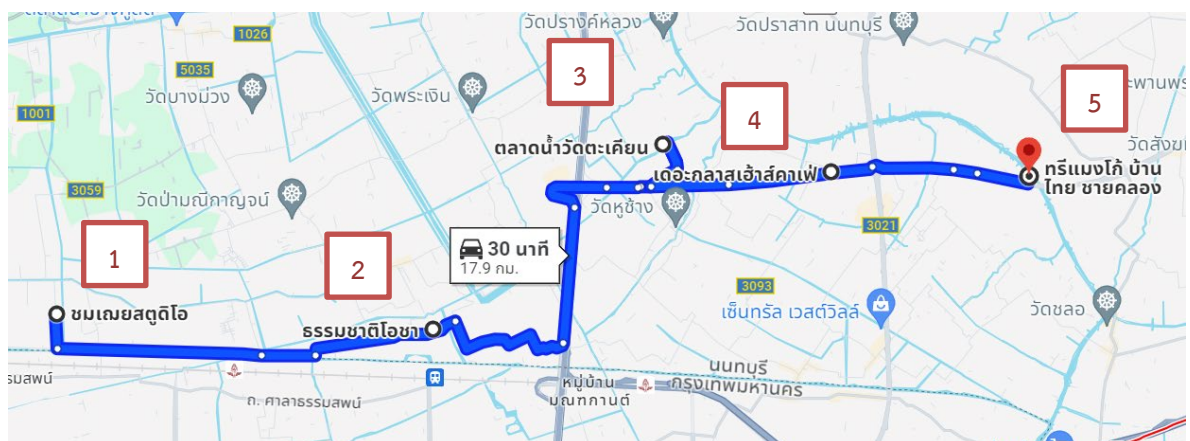
เป็นเส้นทางที่นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับอาหารโบราณพื้นถิ่น ชมสถาปัตยกรรมที่มีอายุมากกว่า 100 ปี ชิมก๋วยเตี๋ยวหมุดมยาโบราณริมคลองมหาสวัสดิ์ รับประทานอาหารอินเดียฟิวชั่น แวะซื้อกล้วยแขกเจ้าดังฝากคนที่บ้าน ปิดท้ายด้วยอาหารรสแซ่บที่ร้านอาหารแนวบ้านสวนริมน้ำ



ภาพที่ 2 เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี เส้นทางที่ 1

เส้นทางที่ 2 ย้อนยุคสุดชิค...คลิกความสุขริมคลอง

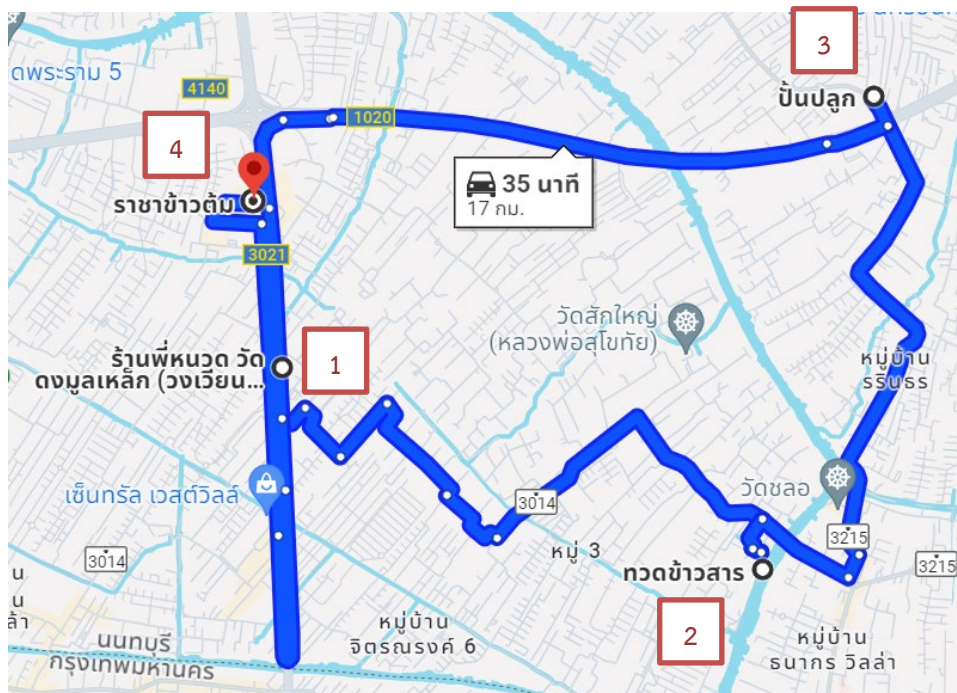
เป็นเส้นทางที่นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับสตูดิโอถ่ายภาพย้อนยุค โพสต์ท่าสุดชิค รับประทานอาหารกลางวันร้านดังท่ามกลางธรรมชาติโอชา เลือกชมผักผลไม้ของชาวสวนบางกรวยที่ตลาดน้ำทานตะวันหวานที่คาเฟ่ ปิดท้ายมื้อเย็นด้วยการนั่งห้อยขาทานอาหารอร่อยริมคลอง ณ จุดเช็คอินแห่งใหม่ของบางกรวย



ภาพที่ 3 เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี เส้นทางที่ 2

เส้นทางที่ 3 หม้อไฟร้อน ผักสดกรอบ ข้าวต้มเด็ด

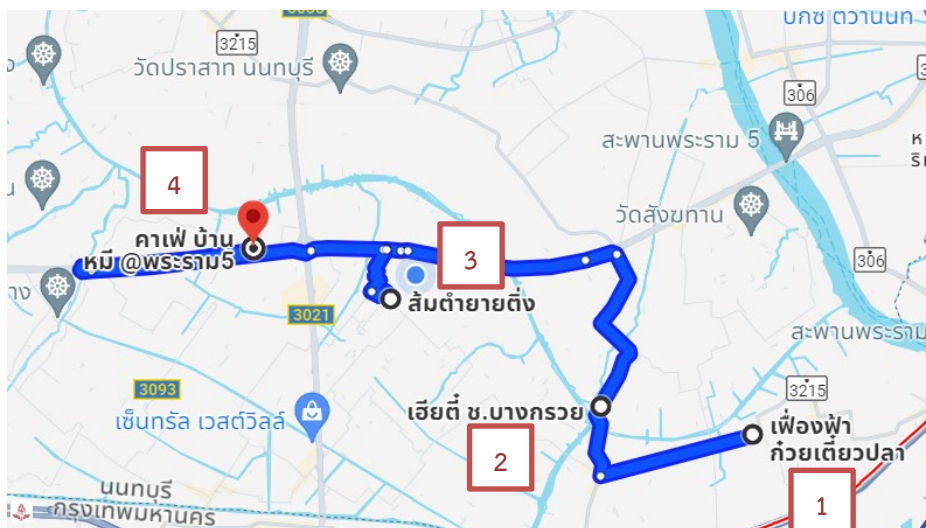
เป็นเส้นทางที่นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับก๋วยเตี๋ยวหม้อไฟรสเด็ด อาหารโบราณที่เป็นศูนย์รวมวิสาหกิจชุมชนริมคลองบางกอกน้อย เพลิดเพลินกับสวนผักไฮโดรโปนิคส์พร้อมเมนูทานกับผักสด ๆ ปิดท้ายของวันด้วยข้าวต้มร้านดังผักบุ้งลอยฟ้า



ภาพที่ 4 เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี เส้นทางที่ 3

เส้นทางที่ 4 ท่องรสตามตำนาน...จากข้าวหมูกรอบถึงคาเฟ่น้องหมี

เป็นเส้นทางที่นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับก๋วยเตี๋ยวเส้นพลาสติก ร้านข้าวหมูกรอบในตำนานที่
ฟูที่สุดในประเทศไทย ไปอย่างสัมผัสรสชาติเด็ด และคาเฟ่ น้องหมีสุดน่ารัก



ภาพที่ 5 เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี เส้นทางที่ 4

อภิปรายผล

อภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปและบริบทของแหล่ง
ท่องเที่ยวเชิงอาหารของอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัยพบว่า อาหารพื้นบ้านของอำเภอ

บางกรวยแต่เดิมนิยมใช้กะทิและวัตถุดิบตามฤดูกาล อย่างไรก็ตาม วิถีชีวิตและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงส่งผลให้อาหารพื้นถิ่นลดความนิยมลง ในทางกลับกัน การท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ได้รับแรงสนับสนุนจากกระแสอินฟลูเอนเซอร์ได้ส่งเสริมให้อำเภอบางกรวยกลายเป็นจุดหมายด้านอาหารที่มีชื่อเสียง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Ritchie & Crouch (2003) สนับสนุนว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นตลาดเฉพาะที่สามารถกระตุ้นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมและส่งเสริมรายได้แก่ชุมชน ผลการศึกษาของ Pullphothong & Sopa (2012) ยังชี้ว่าอาหารเป็นองค์ประกอบสำคัญที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง ขณะที่ กฤษฎา จตุรภัทร์ (2564) พบว่า ปัจจัยสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงอาหารคือความเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่น และ พิชญ์สินี บุญญา นุพงศ์ และ ปิยะลักษณ์ พุทธวงศ์ (2564) ระบุว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับรสชาติอาหารและความเป็นท้องถิ่นของร้านค้าในชุมชน ผลการศึกษาของ วรณภา อุดมผล (2565) สอดคล้องกันโดยชี้ว่าอาหารพื้นถิ่นสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชมชุมชนได้ ในขณะที่ กติกา กลิ่นจันทร์แดง (2563) ชี้ให้เห็นว่าปัญหาวัตถุดิบที่ขาดแคลนตามฤดูกาลและอิทธิพลของอาหารตะวันตกส่งผลให้คนรุ่นใหม่ลดการบริโภคอาหารท้องถิ่น

อภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อนำเสนอการสร้างสรรค์เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี พบว่า การสร้างสรรค์เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในอำเภอบางกรวย ถูกกำหนดให้เชื่อมโยงสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพและคุ้มค่า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Augustyn & Ho(1998) ที่กล่าวถึงความสำคัญของโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในการบริหารจัดการเส้นทางเพื่อลดต้นทุนและเพิ่มความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ภาณุวัฒน์ ไช่มุกข์ และ พรวิศิน ศิริสวัสดิ์ (2565) พบว่าการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวควรรวมกิจกรรมหลายรูปแบบเพื่อเพิ่มศักยภาพและความน่าสนใจ ขณะที่ อติศัย วรธนะภูติ และคณะ (2562) ระบุว่าโครงสร้างพื้นฐานที่หลากหลายช่วยเพิ่มโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น งานวิจัยของ ญาณเดช ชื่นจิตต์ และคณะ (2562) ยังสนับสนุนว่าการจัดเส้นทางท่องเที่ยวที่มีตัวเลือกหลากหลายสามารถเพิ่มระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้ งานวิจัยของ Jebotip (2021) ศึกษาการทบทวนเชิงวิพากษ์เกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศเคนยา พบว่า การวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศเคนยายังคงมีอยู่อย่างจำกัด จึงนำเสนอข้อเสนอแนะให้มีการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศเคนยา นอกจากนี้ วริศา ขาวสะอาด (2563) ศึกษาการจัดเส้นทางโลจิสติกส์ท่องเที่ยวและพบว่าการพิจารณาปัจจัยด้านเวลาและค่าใช้จ่ายเป็นเงื่อนไขสำคัญในการกำหนดความคุ้มค่าในการเดินทาง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ส่งเสริมอาหารท้องถิ่นของอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ให้เป็นที่รู้จักอย่างต่อเนื่องผ่าน การประชาสัมพันธ์ในสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ
2. ให้ความรู้ประชาชนในพื้นที่ ในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของตนเอง ส่งเสริมอาชีพจัดตั้งกลุ่ม ตั้งชมรมกลุ่มแม่บ้าน และจัดโครงการเพื่อพัฒนาศักยภาพเพิ่มพูนความรู้ใน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้กับคนในชุมชน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาสภาพปัญหาของการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่กระทบต่อการบริหารจัดการการ ท่องเที่ยวเชิงอาหาร ในมุมมองของประชาชนในชุมชน ผู้ประกอบการ ภาครัฐ เพื่อให้ได้ข้อมูลสภาพ ปัญหาเพิ่มมากขึ้น
2. ศึกษาประเด็นอื่น ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี เพิ่มเติม
3. ศึกษาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ในพื้นที่อื่น ๆ ในจังหวัดนนทบุรี

บรรณานุกรม

- กตিকা กลิ่นจันทร์แดง. (2563). *อัตลักษณ์การท่องเที่ยววัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นในเมืองรอง* *ทางการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1* [วิทยานิพนธ์ ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร].
- กองวิจัยการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560). *Food will keep us alive*. ค้นเมื่อ 9 ตุลาคม 2564, จาก <http://www.etatjournal.com/mobile/index.php/menu-read-tat/menu-2017/menu-12017/281-1212017-food-alive>
- กฤษฎา จตุรภัทร์. (2564). *การศึกษาและพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร แบบคูกักังเวเคชั่น ในประเทศไทย* [วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ].
- จุลสารวิชาการการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2566). *The power of flavor อาหาร ในยุค 2023*. ค้นเมื่อ 5 มีนาคม 2568, จาก <https://tatreviewmagazine.com/article/the-power-of-flavor/>
- จุลสารวิชาการการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2567). *Gen Z and Millennials Travel Trends 2025* ส่อง 10 แนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ประจำปี 2025. ค้นเมื่อ 12 กุมภาพันธ์ 2568, จาก https://tatreviewmagazine.com/e_magazine/vol-10-no-4-october-december-2024/

- ญาณเดช ชื่นจิตต์, และคณะ. (2562). แนวทางการจัดเส้นทางโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงพุทธใน จังหวัดนครราชสีมา. *วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์*, 3(2), 15–23.
- พิชญ์สินี บุญญานุพงศ์, และ ปิยะลักษณ์ พุทธวงศ์. (2564). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารและ ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัด เชียงใหม่. *Journal of Economics Maejo University*, 1(1), 37–47.
- ภาณุวัฒน์ ไช่มุกข์, และ พรพศิน ศิริสวัสดิ์. (2565). การจัดเส้นทางสำหรับโปรแกรมการท่องเที่ยวใน จังหวัดเชียงรายโดยการประยุกต์ใช้วิธีปัญหาการเดินทางของพนักงานขาย. ค้นเมื่อ 5 ตุลาคม 2565, จาก <https://postgrads.mfu.ac.th/wpcontent/uploads/2022/12/6151209263.pdf>
- วรรณภา อุดมผล. (2565). การศึกษาระดับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท่องเที่ยวใน เขตพื้นที่ภาคตะวันออก. รายงานวิจัย, คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัย บูรพา.
- วิศา ขาวสะอาด. (2563). การจัดการเส้นทางโลจิสติกส์ท่องเที่ยวเพื่อเดินทางสู่อำเภอเขาค้อ จังหวัด เพชรบูรณ์ [การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม].
- สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (ITD). (2568). ‘Gastrinable Tourism’ โอกาส ทองของอาเซียน. ค้นเมื่อ 4 มีนาคม 2568, จาก https://www.itd.or.th/itd-data-center/68_18/
- สยามรัฐออนไลน์. (2562). ชิม ช้อป ชม ตลาดน้ำน้ำเที่ยวเมืองนนทบุรี 6 แห่ง สัมผัสวิถีของดีเมือง นนทบุรี. ค้นเมื่อ 8 มกราคม 2565, จาก <https://siamrath.co.th/n/108045>
- อดิศักดิ์ วรรณะภูติ, และคณะ. (2562). การพัฒนารูปแบบการจัดการโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. รายงานวิจัย, มหาวิทยาลัยราชชมงคล สุวรรณภูมิ.
- Augustyn, M. M., & Ho, S. K. (1998). Service quality and tourism. *Journal of Travel Research*, 37.
- Jebotip, J. (2021). A critical review of gastronomic tourism development in Kenya. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 4(1), 27–39.
- Pullphothong, L., & Sopha, C. (2012). Gastronomic tourism in Ayutthaya, Thailand. Retrieved March 28, 2024, from http://www.ijbts-journal.com/images/main_1366796758/0043-Ladapha.pdf
- Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. I. (2003). *The competitive destination: A sustainable tourism perspective*. Wallingford, United Kingdom: CABI.

การบริหารจัดการเรียนรู้ตามแนว Active Learning
ของโรงเรียนทุ่งหัวช้างพิทยาคม จังหวัดลำพูน
Learning Management according to Active Learning Method of Tung
Hua Chang Pittayakom School in Lamphun Province.

สุพัตรา ผูกพันธ์

นักศึกษา หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่

E-mail: supattra@tcp.ac.th

ธีระภัทร ประสมสุข

อาจารย์ประจำ คณะสังคมศาสตร์และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่

E-mail: teerapat@northcm.ac.th

Supattra Pookpan

Student, Master of Education, North-Chiang Mai University

Teerapat Prasomsuk

Lecturer, Master of Social Faculty North-Chiang Mai University

รับเข้า : 18 มีนาคม 2566
แก้ไข : 16 เมษายน 2566
ตอบรับ : 21 เมษายน 2566

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษากระบวนการบริหารจัดการเรียนรู้ตามแนว Active Learning ของโรงเรียนทุ่งหัวช้างพิทยาคม จังหวัดลำพูน และ 2) ศึกษาแนวทางการส่งเสริมการบริหารจัดการเรียนรู้ตามแนว Active Learning ของโรงเรียนทุ่งหัวช้างพิทยาคม จังหวัดลำพูน ประชากร คือ ผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 2 คน ครูผู้สอน จำนวน 25 คน นักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2565 จำนวน 6 คน และคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน จำนวน 13 คน รวมทั้งหมด 46 คน เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แบบสัมภาษณ์ โดยวิเคราะห์ สังเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย พบว่า 1) การบริหารจัดการเรียนรู้ตามแนวทาง Active Learning ของโรงเรียนทุ่งหัวช้างพิทยาคม จังหวัดลำพูน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu=4.67$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านกำหนดนโยบายเกี่ยวกับกระบวนการจัดการเรียนรู้ตามแนว Active Learning ด้านการนิเทศการสอนตามแนว Active Learning ของครูและ

บุคลากรทางการศึกษาภายในสถานศึกษา ด้านส่งเสริมให้ครูและบุคลากรทางการศึกษาให้มีการวัด ประเมินผล ประเมินผลเกี่ยวกับการจัดการเรียนรู้ตามแนว Active Learning และด้านส่งเสริมให้ครู และบุคลากรทางการศึกษามีความรู้ ความสามารถในการปฏิบัติการกระบวนการจัดการเรียนรู้ตามแนว Active Learning ตามลำดับ 2) แนวทางการส่งเสริมการบริหารจัดการจัดการเรียนรู้ตามแนว Active Learning ของโรงเรียนทุ่งหัวช้างพิทยาคม จังหวัดลำพูน คือ ผู้บริหารสถานศึกษาควรกำหนด นโยบาย ส่งเสริม สนับสนุนให้ครูจัดการเรียนรู้ตามแนว Active Learning ครู บุคลากรทางการศึกษา วางแผนทำโครงการ/กิจกรรมตามที่วางแผนไว้ โดยมีผู้บริหารสถานศึกษาคอยตรวจสอบ ติดตาม และ ประเมินผล และจัดประชุมเพื่อสะท้อนผลการดำเนินงานและนำผลการประเมินมาวิเคราะห์และ พัฒนาต่อไป

คำสำคัญ: บริหารจัดการจัดการเรียนรู้ การจัดการเรียนรู้เชิงรุก

Abstract

The objectives of this research were to; 1) study level of learning management according to active Learning method of Tung Hua Chang Pittayakom school in Lamphun province, and 2) study the guidelines for promoting the Learning management according to active learning method of Tung Hua Chang Pittayakom school in Lamphun province. The population was 2 school administrators, 25 teachers, 6 teaching trainee students in second semester, the academic year of 2022, and 13 school committees, a total of 46 people. The research tool was a questionnaire and the data were analyzed by the statistical methods of percentage, mean, standard deviation. The content of interview form was analyzed and synthesized.

The result revealed that; 1) the learning management according to active learning method of Tung Hua Chang Pittayakom school in Lamphun province, in overall was at the highest level ($\mu=4.67$), when considering individually, with the average values in descending order, the factors order were as followed;. the policy setting on the Learning management process according to the active learning concept, followed by the supervision of teaching according to the active learning concept of teachers and educational personnel within the school, the encouragement for teachers and educational personnel to assess and evaluate and evaluate the results of the Learning management according to the active Learning concept, and the encouragement for

teachers and educational personnel to have the knowledge and ability to perform the learning management process according to the active learning concept, respectively.

2) The guidelines for promoting active learning management of Tung Hua Chang Pittayakom school in Lamphun province were that school administrators should formulate policies to encourage teachers to manage Learning according to the active learning concept. Teachers and educational personnel should plan projects or activities as planned. The school administrators will monitor, follow up and evaluate the results and hold meetings to reflect the performance and bring the results to analyze and develop further.

Keywords: Learning Management, Active Learning

บทนำ

การจัดการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) เป็นกระบวนการเรียนการสอนที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในชั้นเรียน สร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างครูผู้สอนกับผู้เรียน มุ่งให้ผู้เรียนลงมือปฏิบัติ โดยมีครูเป็นผู้อำนวยความสะดวก (Facilitator) สร้างแรงบันดาลใจ ให้คำปรึกษา ดูแล แนะนำ ทำหน้าที่เป็นโค้ชและพี่เลี้ยง (Coach & Mentor) แสวงหาเทคนิควิธีการจัดการเรียนรู้ และแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลาย ให้ผู้เรียนได้เรียนรู้อย่างมีความหมาย (Meaningful Learning) ผู้เรียนสร้างองค์ความรู้ได้ มีความเข้าใจในตนเอง ใช้สติปัญญา คิด วิเคราะห์ สร้างสรรค์ผลงานนวัตกรรมที่บ่งบอกถึงการมีสมรรถนะสำคัญในศตวรรษที่ 21 มีทักษะวิชาการ ทักษะชีวิต และทักษะวิชาชีพ บรรลุเป้าหมายการเรียนรู้ตามระดับช่วงวัย (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2562: 4)

ดังนั้นผู้บริหารจึงเป็นผู้นำทางวิชาการ มีหน้าที่ในการนำแนวคิดใหม่ ๆ ไปสู่การปฏิบัติเพื่อพัฒนาสถานศึกษาด้านต่าง ๆ ต้องทำตัวเป็นผู้จุดประกายความคิดในการพัฒนาคุณภาพงานในสถานศึกษา ผู้บริหารควรกำหนดนโยบาย ส่งเสริม สนับสนุน รวมถึงอำนวยความสะดวกให้ครูได้จัดการเรียนการสอนตามกระบวนการจัดการเรียนรู้ที่เน้นกระบวนการเรียนรู้มากกว่าเนื้อหาวิชา และส่งเสริมให้ครูวัดและประเมินผลนักเรียนตามสภาพจริงอย่างหลากหลาย และครูสามารถนำผลการประเมินไปใช้ในการพัฒนาผู้เรียน ส่งผลให้เกิดการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ ใช้เป็นแนวทางการปฏิบัติ จัดให้มีการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในสถานศึกษา ด้วยวิธีการที่หลากหลาย ตรวจสอบผลการดำเนินงานว่าบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้หรือไม่ มีส่วนใดต้องปรับปรุงแก้ไขเพื่อพัฒนาต่อไป โดยมีรูปแบบการประเมินที่หลากหลาย เป็นกระบวนการการบริหารจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาผู้เรียนส่งผลให้เกิดการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ ตามแนวคิดการบริหารจัดการเรียนรู้

ผู้บริหารโรงเรียนหรือผู้บริหารสถานศึกษาถือเป็นบุคลากรทางการศึกษาที่สำคัญที่สุดในสถานศึกษาที่จะสามารถบันดาลให้การปฏิรูปการเรียนรู้ในโรงเรียนเกิดขึ้นได้สำเร็จอย่างสมบูรณ์ครบถ้วนในกระบวนการ เพราะผู้บริหารโรงเรียนคือผู้นำที่จะชี้นำสั่งการ และวางกรอบทิศทางการบริหารจัดการศึกษาในโรงเรียนที่ ผู้บริหารสถานศึกษาจะต้องมีความเข้าใจในเรื่องการจัดการเรียนรู้ งานวิชาการและเป็นผู้ที่จะสร้างแรงบันดาลใจให้แก่ครูผู้สอนภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา จะต้องเป็นผู้นำทางวิชาการในยุค Active Learning ผู้บริหารสถานศึกษา จะต้องส่งเสริมให้ครูและบุคลากรทางการศึกษามีภาวะผู้นำทางวิชาการและมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปรัชญาการศึกษา หลักการสอนจิตวิทยาการเรียนรู้ การวัดผลประเมินผล และการยกระดับคุณภาพการศึกษา (พระมหาสมบุญสุธมโม (ทองแก้ว), 2557: 89)

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 35 มีความตระหนักในเรื่องการปรับเปลี่ยนบทบาทครู ให้เป็นครูยุคใหม่ที่มีคุณภาพ และประสิทธิภาพตรงตามความต้องการเป็นมืออาชีพ มีทักษะวิชาชีพขั้นสูงโดยปรับบทบาทจาก “ครูสอน” เป็น “โค้ช” หรือ “ผู้อำนวยความสะดวกการเรียนรู้” เพิ่มทักษะในการจัดการเรียนการสอน การออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ และการวัด ประเมินผล การจัดการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) โดยใช้กระบวนการนิเทศแบบชี้แนะและระบบพี่เลี้ยง (Coaching & Mentoring) เพื่อพัฒนาส่งเสริม ช่วยเหลือ แนะนำครูในเรื่องการจัดการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) ให้ผู้เรียนมีทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 เป็นคนดี เก่ง และมีคุณภาพตามเป้าหมายของการพัฒนาประเทศ (พลอยไพลิน นิลกรรณ, 2562: 1)

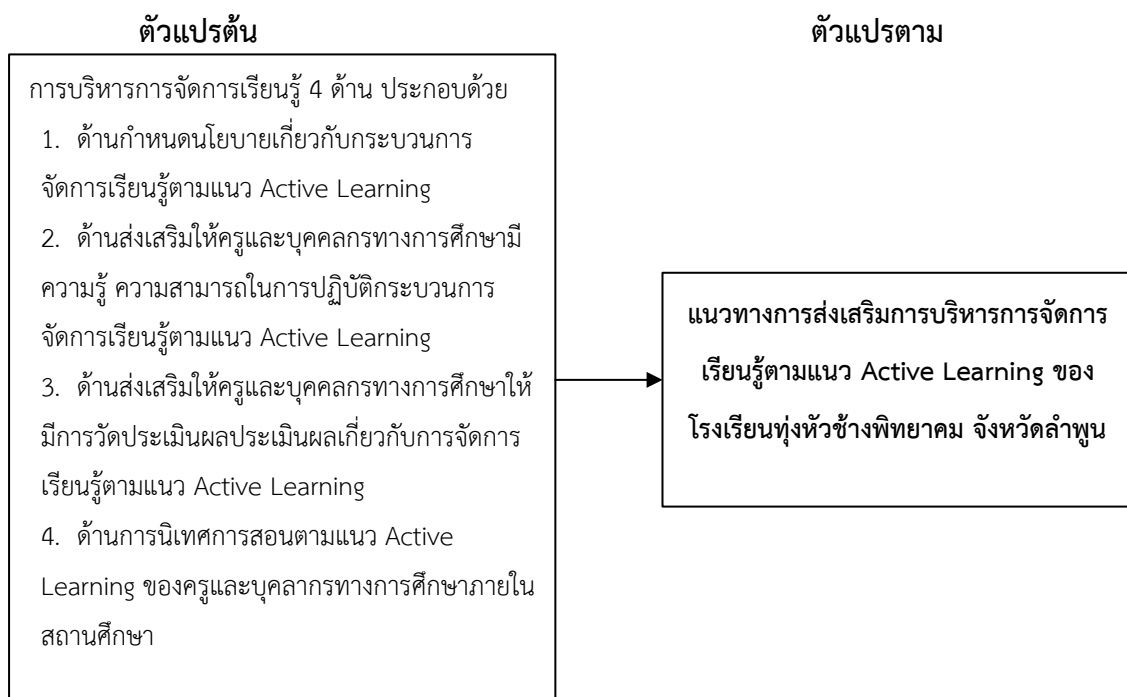
โรงเรียนทุ่งหัวช้างพิทยาคม จังหวัดลำพูน ได้พบปัญหาที่เกี่ยวกับการบริหารสถานศึกษาในการส่งเสริมการจัดการเรียนรู้ตามแนวทาง Active Learning ในเรื่องการได้รับการส่งเสริมจากผู้บริหารไม่ต่อเนื่อง ครูขาดประสบการณ์สอน ภาระงานนอกเหนือการสอนของครูผู้สอนก็มีมากจนเกินไป ครูผู้สอนยังไม่มี ความเข้าใจเกี่ยวกับ การสอนในรูปแบบ Active Learning และมีการวัดผล ประเมินผลจากการสอนแบบ Active Learning ที่ไม่สม่ำเสมอ ครูควรพัฒนาด้านการจัดการเรียนรู้การจัดการเรียนรู้แบบ Active Learning ต้องใช้เวลาในการเตรียมการ ดังนั้นหากผู้สอนที่มีภาระ งานสอนมากจะไม่สามารถใช้การเรียนรู้แบบ Active Learning ได้ (รายงานการประเมินตนเองของสถานศึกษา ประจำปีการศึกษา 2564) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการบริหารจัดการเรียนรู้ตามแนวทาง Active Learning ของโรงเรียนทุ่งหัวช้างพิทยาคม จังหวัดลำพูน ซึ่งผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการบริหารสถานศึกษาเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของการปฏิรูปการศึกษาต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการบริหารการจัดการเรียนรู้ตามแนว Active Learning ของโรงเรียนทุ่งหัวช้างพิทยาคม จังหวัดลำพูน
2. เพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมการบริหารการจัดการเรียนรู้ตามแนว Active Learning ของโรงเรียนทุ่งหัวช้างพิทยาคม จังหวัดลำพูน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการบริหารการจัดการเรียนรู้ตามแนว Active Learning 4 ด้าน คือ 1) ด้านกำหนดนโยบายเกี่ยวกับกระบวนการจัดการเรียนรู้ตามแนว Active Learning 2) ด้านส่งเสริมให้ครูและบุคลากรทางการศึกษามีความรู้ ความสามารถในการปฏิบัติกระบวนการจัดการเรียนรู้ตามแนว Active Learning 3) ด้านส่งเสริมให้ครูและบุคลากรทางการศึกษาให้มีการวัดประเมินผล ประเมินผลเกี่ยวกับการจัดการเรียนรู้ตามแนว Active Learning และ 4) ด้านการนิเทศการสอนตามแนว Active Learning ของครูและบุคลากรทางการศึกษาภายในสถานศึกษาภายในสถานศึกษา ชยพล ดีอ่อน (2565:6) การวิจัยนี้ จึงได้นำแนวคิดดังกล่าวมาใช้และประมวลเป็นกรอบแนวคิดการทำวิจัย ดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

ประชากรในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย ผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 2 คน ครูผู้สอน จำนวน 25 คน นักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2565 จำนวน 6 คน และคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน จำนวน 13 คน รวมทั้งหมด 46 คน

แหล่งข้อมูลการสัมภาษณ์ คือ ผู้อำนวยการโรงเรียนทุ่งหัวช้างพิทยาคม และหัวหน้าฝ่ายงาน ตามโครงสร้างของโรงเรียนทุ่งหัวช้างพิทยาคม จำนวน 5 คนรวมทั้งหมด 6 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย 1) แบบสอบถาม และ 2) แบบสัมภาษณ์ รายละเอียดของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีดังนี้

1. แบบสอบถาม เรื่องการบริหารการจัดการเรียนรู้ตามแนวทาง Active Learning ของโรงเรียนทุ่งหัวช้างพิทยาคม จังหวัดลำพูน มีจำนวน 2 ตอน ซึ่งมีเนื้อหาและรูปแบบดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง

ตอนที่ 2 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับการบริหารจัดการเรียนรู้ตามแนวทาง Active Learning ของโรงเรียนทุ่งหัวช้างพิทยาคม จังหวัดลำพูน เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยมีค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (The Index of Item-Objective Congruence) ระหว่าง 0.67-1.00 มีค่าความเชื่อมั่นโดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.80

2. แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง เรื่องแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการเรียนรู้ตามแนวทาง Active Learning ของโรงเรียนทุ่งหัวช้างพิทยาคม จังหวัดลำพูน ซึ่งมีเนื้อหาและรูปแบบดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามโดยระบุวันเวลาสถานที่ในการสัมภาษณ์

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการเรียนรู้ตามแนวทาง Active Learning ของโรงเรียนทุ่งหัวช้างพิทยาคม จังหวัดลำพูน ประเด็นการสัมภาษณ์มาจากการวิเคราะห์ข้อมูลการตอบแบบสอบถาม โดยนำเอาข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดมาเป็นประเด็นการสัมภาษณ์ ทั้ง 4 ด้าน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1.1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และตำแหน่งประสบการณ์การทำงานโดยใช้ค่าร้อยละเสนอในรูปแบบตาราง

1.2 วิเคราะห์ระดับการปฏิบัติของการบริหารจัดการการเรียนรู้ตามแนวทาง Active Learning ของโรงเรียนทุ่งหัวช้างพิทยาคม จังหวัดลำพูน โดยการหาค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) เป็นรายด้านและโดยรวม เสนอในรูปแบบตาราง

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ระดับการบริหารจัดการการเรียนรู้ตามแนว Active Learning สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการบริหารจัดการการเรียนรู้ตามแนว Active Learning ของโรงเรียนทุ่งหัวช้างพิทยาคม จังหวัดลำพูน โดยรวมและรายด้าน

มาตรการบริหารจัดการเรียนรู้ตามแนว Active Learning	ผลการปฏิบัติ		
	μ	σ	แปลผล
1. ด้านกำหนดนโยบายเกี่ยวกับกระบวนการจัดการเรียนรู้ตามแนว Active Learning	4.73	0.59	มากที่สุด
2. ด้านส่งเสริมให้ครูและบุคลากรทางการศึกษามีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติกระบวนการจัดการเรียนรู้ ตามแนว Active Learning	4.58	0.71	มากที่สุด
3. ด้านส่งเสริมให้ครูและบุคลากรทางการศึกษาให้มีการวัดประเมินผลประเมินผลเกี่ยวกับการจัดการเรียนรู้ตามแนว Active Learning	4.63	0.74	มากที่สุด
4. ด้านการนิเทศการสอนตามแนว Active Learning ของครูและบุคลากรทางการศึกษาภายในสถานศึกษา	4.72	0.67	มากที่สุด
รวม	4.67	0.68	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับความคิดเห็น การบริหารจัดการการเรียนรู้ตามแนวทาง Active Learning ของโรงเรียนทุ่งหัวช้างพิทยาคม จังหวัดลำพูน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu=4.67$, $\sigma=0.68$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยคือ ด้านกำหนดนโยบายเกี่ยวกับกระบวนการจัดการเรียนรู้ตามแนว Active Learning อยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu=4.73$, $\sigma=0.59$) รองลงมา คือ ด้านการนิเทศการสอนตามแนว Active Learning ของครูและบุคลากรทางการศึกษาภายในสถานศึกษา อยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu=4.72$, $\sigma=0.67$) ด้านส่งเสริมให้ครูและบุคลากรทางการศึกษาให้มีการวัดประเมินผลประเมินผลเกี่ยวกับการจัดการเรียนรู้ตามแนว Active Learning อยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu=4.63$, $\sigma=0.74$) และด้านส่งเสริมให้ครูและบุคลากรทางการศึกษา

มีความรู้ ความสามารถในการปฏิบัติกระบวนการจัดการเรียนรู้ตามแนว Active Learning อยู่ใน
ระดับมากที่สุด ($\mu=4.58$, $\sigma=0.71$)

แนวทางการส่งเสริมการบริหารจัดการเรียนรู้ตามแนว Active Learning ของโรงเรียนทุ่ง
หัวช้างพิทยาคม จังหวัดลำพูน โดยสรุปดังนี้

1. ด้านกำหนดนโยบายเกี่ยวกับกระบวนการจัดการเรียนรู้ตามแนว Active Learning
ประเด็น ส่งเสริมแหล่งเรียนรู้ให้เอื้อต่อการจัดการเรียนรู้ตามแนว Active Learning คือ ผู้บริหาร
สถานศึกษาควรกำหนดนโยบายที่ส่งเสริม สนับสนุนให้ครูใช้แหล่งเรียนรู้ที่เอื้อต่อการจัดการเรียนรู้
ตามแนว Active Learning ครู บุคลากรทางการศึกษาวางแผนทำโครงการ/กิจกรรมที่ส่งเสริมการใช้
แหล่งเรียนรู้ ครูจัดหาสื่อการเรียนรู้ พัฒนาห้องเรียน ห้องปฏิบัติการ เพื่ออำนวยความสะดวกและ
เตรียมความพร้อมให้นักเรียน ผู้บริหารจัดสรรงบประมาณเพื่อสนับสนุนให้ครูจัดเตรียมสื่อ แหล่ง
เรียนรู้ และประสานงาน จัดหา ขอความอนุเคราะห์ ด้านบุคลากร และวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ จาก
หน่วยงานภายนอก ผู้บริหารสถานศึกษามีการตรวจสอบ ติดตาม และประเมินผลการใช้แหล่งเรียนรู้
รวมถึงจัดให้มีการนำเสนอผลงาน/นวัตกรรมที่เกิดจากการใช้แหล่งเรียนรู้ เพื่อนำมาปรับปรุง พัฒนา
แหล่งเรียนรู้ให้เหมาะสมต่อการจัดการเรียนรู้ตามแนว Active Learning

2. ด้านส่งเสริมให้ครูและบุคลากรทางการศึกษามีความรู้ ความสามารถในการปฏิบัติ
กระบวนการจัดการเรียนรู้ตามแนว Active Learning ประเด็น ส่งเสริมให้ครูและบุคลากรทางการ
ศึกษามีการประเมินตัวเองในการจัดการเรียนรู้ตามแนว Active Learning ทุกเดือน ครูประเมิน
ตนเองในการจัดการเรียนรู้ ประเมินตนเองเพื่อแก้ปัญหาและนำมากำหนดเป็นแนวทางการปรับปรุง
พัฒนาการจัดการเรียนรู้ และผู้บริหารประเมินผลการทำงานของครู เพื่อจะได้ทราบข้อบกพร่องและ
แก้ไขในการพัฒนาต่อไป มีการจัดประชุมเพื่อสะท้อนผลการประเมินตนเองและนำผลการประเมินมา
วิเคราะห์และพัฒนาต่อไป

3. ด้านส่งเสริมให้ครูและบุคลากรทางการศึกษาให้มีการวัดประเมินผลประเมินผลเกี่ยวกับ
การจัดการเรียนรู้ตามแนว Active Learning ประเด็น มีการตรวจสอบติดตามเรื่องการวัดประเมินผล
ทุกเดือน คือ ผู้บริหารสถานศึกษาประชุมชี้แจงคณะครูเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการวัด
และประเมินผลผู้เรียน และชี้แจงปฏิทินการนิเทศติดตาม ผู้บริหารส่งเสริมและการมีการตรวจติดตาม
เรื่องการวัดประเมินผลทุกเดือน ครูประเมินผลการเรียนของผู้เรียน และรายงาน/นำเสนอในที่ประชุม
เพื่อร่วมรับทราบการสะท้อนผลและข้อเสนอแนะแนวทางแก้ไข เพื่อพัฒนาการดำเนินงานให้ดีขึ้น
และจัดให้มีการนำเสนอผลงานของนักเรียน เพื่อนำมาปรับปรุง พัฒนารูปแบบการวัดและประเมินผล และ
การจัดการเรียนรู้ให้เหมาะสมต่อไป

4. ด้านการนิเทศการสอนตามแนว Active Learning ของครูและบุคลากรทางการศึกษา ภายในสถานศึกษา ประเด็น มีการรวบรวม จำแนกและจัดกลุ่มของสภาพปัญหา คือ ผู้บริหารสถานศึกษากำหนดนโยบายและชี้แจงเกี่ยวกับการนิเทศการสอนจำแนกและจัดกลุ่มของสภาพปัญหา เพื่อหาแนวทางการแก้ไขปัญหาร่วมกัน ผู้บริหารสถานศึกษา คณะครู และผู้ที่เกี่ยวข้องร่วมกัน สรุปผลและชี้แจงเสนอแนะปัญหาที่เกิดขึ้น จัดทำข้อมูลสารสนเทศเพื่อเป็นร่องรอยในการสะท้อนผล อย่างเป็นระบบตลอดภาคเรียนหรือสะท้อนผลหลังจากสิ้นภาคเรียน ผู้บริหารสถานศึกษามีการ ตรวจสอบ ติดตาม และประเมินผลการวัดและประเมินผลของครู รวมถึงจัดประชุมชี้แจง สร้างความรู้ ความเข้าใจกระบวนการแก้ปัญหา ในรูปแบบชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (PLC) และมีการตรวจสอบ ติดตามและประเมินผล เพื่อจะได้ทราบข้อบกพร่องและแก้ไขต่อไปนำเสนอรายงานผลสะท้อนผลการ ดำเนินงาน รายงานสภาพปัญหา

สรุปแนวทางการส่งเสริมการบริหารจัดการการเรียนรู้ตามแนว Active Learning ของ โรงเรียนทุ่งหัวช้างพิทยาคม จังหวัดลำพูน คือ ผู้บริหารสถานศึกษาควรกำหนดนโยบาย ส่งเสริม สนับสนุนให้ครูจัดการเรียนรู้ตามแนว Active Learning ครู บุคลากรทางการศึกษา วางแผนทำ โครงการ/กิจกรรมตามที่วางแผนไว้ โดยมีผู้บริหารสถานศึกษาคอยตรวจสอบ ติดตาม และประเมินผล และจัดประชุมเพื่อสะท้อนผลการดำเนินงานและนำผลการประเมินมาวิเคราะห์และพัฒนาต่อไป

อภิปรายผล

จากการวิจัย การบริหารจัดการการเรียนรู้ตามแนว Active Learning ของโรงเรียนทุ่งหัวช้าง พิทยาคม จังหวัดลำพูน ผู้วิจัยพบประเด็นที่สำคัญ สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

การวิจัย การบริหารจัดการการเรียนรู้ตามแนวทาง Active Learning ของโรงเรียนทุ่งหัวช้าง พิทยาคม จังหวัดลำพูน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เป็นเพราะว่า โรงเรียนส่งเสริมการจัดการเรียนรู้ ตามแนว Active Learning ผู้บริหารสถานศึกษาศึกษาวิเคราะห์นโยบายเกี่ยวกับกระบวนการจัดการ เรียนรู้ ประชุม ชี้แจง นโยบายเกี่ยวกับกระบวนการจัดการเรียนรู้ตามแนว Active Learning ให้กับ ครูและบุคลากรทางการศึกษา ส่งเสริมให้ครูและบุคลากรทางการศึกษาคิดประเด็นท้าทายที่เกี่ยวกับ การจัดการเรียนรู้ จัดทำโครงการที่เกี่ยวกับการสอนแบบ Active Learning ให้ครูและบุคลากร ทางการศึกษาจับคู่ตามกลุ่มสาระเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ครูและบุคลากรทางการศึกษาดำเนินการ ประเมินผลตามสภาพจริง ฝ่ายบริหารตรวจสอบการวัดประเมินผลตามสภาพจริง นำผลการประเมิน ไปใช้ ในการพัฒนาผู้เรียนได้อย่างเต็มศักยภาพ ฝ่ายบริหาร ฝ่ายวิชาการทำการนิเทศการสอน กำหนดแนวทางและระยะเวลาการดำเนินงานการนิเทศการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการ Active Learning ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นวพร ชลารักษ์ (2558:64) ได้ศึกษาบทบาทของครูกับการ เรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 พบว่า การเปลี่ยนแปลงในยุคศตวรรษที่ 21 ต้องมุ่งเน้นให้ ผู้เรียนเกิด

การเรียนรู้การปฏิบัติและการสร้างแรงบันดาลใจไปพร้อมกัน กล่าวคือ จะไม่เป็นเพียงผู้รับ (Passive Learning) อีกต่อไป แต่ผู้เรียนต้องฝึกการเรียนรู้จากการลงมือ ปฏิบัติและการแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง (Active Learning) โดยมีครูเป็น “โค้ช” ที่คอยออกแบบการเรียนรู้ช่วยให้ผู้เรียนบรรลุผลได้ ประการสำคัญ คือ ครูในศตวรรษที่ 21 จะต้องไม่ตั้งตนเป็น “ผู้รู้” แต่ต้องแสวงหาความรู้ไปพร้อม ๆ กันกับผู้เรียนในขณะเดียวกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สลิตา รินสิริ (2558: 105) ศึกษาเรื่องการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของโรงเรียนในอำเภอเกาะจันทร์ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชลบุรี เขต 2 ผลการวิจัย พบว่า ในการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญนั้น บทบาทของผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอนมีความจำเป็น ได้แก่ ด้านการจัดการเรียนรู้ ด้านการประเมินผล ด้านการเตรียมการจัดการเรียนรู้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่จะช่วยให้ผู้เรียนได้มีโอกาสสร้างความรู้ด้วยตนเอง

หากพิจารณาเป็นรายด้านอภิปรายได้ดังนี้

ด้านกำหนดนโยบายเกี่ยวกับกระบวนการจัดการเรียนรู้ตามแนว Active Learning อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งเป็นเพราะโรงเรียนส่งเสริมการจัดการเรียนรู้ตามแนว Active Learning ผู้บริหารสถานศึกษาศึกษาวิเคราะห์นโยบายเกี่ยวกับกระบวนการจัดการเรียนรู้ ประชุม ชี้แจง นโยบายเกี่ยวกับกระบวนการจัดการเรียนรู้ตามแนว Active Learning ให้กับครูและบุคลากรทางการศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิพา พุมมา (2565: 76) แนวทางการบริหารงานโครงการลดเวลาเรียน เพิ่มเวลารู้รูปแบบ Active Learning ของผู้บริหารสถานศึกษาในกลุ่มโรงเรียนที่ 6 นครสวรรค์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพิษณุโลก เขต 1 ด้านการขับเคลื่อนนโยบาย พบว่า ผู้บริหารสถานศึกษาเน้นการมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย นำโดยผู้บริหารสถานศึกษา คณะครู คณะกรรมการสถานศึกษาร่วมกันศึกษาวิเคราะห์นโยบายเพื่อการขับเคลื่อนนโยบายตามโครงการลดเวลาเรียน เพิ่มเวลารู้รูปแบบ Active Learning สู่การปฏิบัติของสถานศึกษา แต่งตั้งผู้รับผิดชอบโครงการ คณะทำงานประชุมชี้แจงเพื่อสร้างความเข้าใจในการดำเนินงาน เพื่อใช้จัดทำข้อมูลสารสนเทศประกอบการวางแผนการจัดการเรียนรู้ จัดเตรียมสื่อ แหล่งเรียนรู้รวมถึงอาคารสถานที่สำหรับสนับสนุนเพื่อเป็นการกำหนดภาพของความสำเร็จในการดำเนินโครงการ

ด้านการนิเทศการสอนตามแนว Active Learning ของครูและบุคลากรทางการศึกษาภายในสถานศึกษา อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งเป็นเพราะส่งเสริมให้ครูและบุคลากรทางการศึกษาคิดประเด็นท้าทายที่เกี่ยวกับการจัดการเรียนรู้จัดทำโครงการที่เกี่ยวกับการสอนแบบ Active Learning ให้ครูและบุคลากรทางการศึกษาจับคู่ตามกลุ่มสาระเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ แสงรุณีย์ มีพร (2561: 99) ศึกษาเรื่องการพัฒนากระบวนการปฏิรูปการเรียนรู้สู่ผู้เรียนเชิงพื้นที่ พบว่า กระบวนการนิเทศของสถานศึกษามีโค้ชประจำโรงเรียนปฏิบัติการนิเทศร่วมกับผู้บริหารสถานศึกษา

ด้วยวิธีการนิเทศแบบ Coaching and Mentoring ผู้บริหารสถานศึกษาร่วมปฏิบัติการนิเทศครูผู้สอน ด้วย ทั้งโค้ชและผู้บริหารสถานศึกษาต่างก็ดูแลชี้แนะและเป็นพี่เลี้ยงครูอย่างกัลยาณมิตร

ด้านส่งเสริมให้ครูและบุคลากรทางการศึกษาให้มีการวัดประเมินผลประเมินผลเกี่ยวกับการจัดการเรียนรู้ตามแนว Active Learning อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งเป็นเพราะ ครูและบุคลากรทางการศึกษาดำเนินการประเมินผลตามสภาพจริง ฝ่ายบริหารตรวจสอบการวัดประเมินผลตามสภาพจริง นำผลการประเมินไปใช้ ในการพัฒนาผู้เรียนได้อย่างเต็มศักยภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุชีรา มะหิเมือง (2555: 79) ศึกษาเรื่องการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ พบว่า ขั้นตอนการสะท้อนผล เป็นขั้นตอนสำคัญที่ถูกกำหนดไว้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานได้ทบทวนถึงจุดแข็ง จุดอ่อน จุดควรปรับปรุงของกระบวนการดำเนินงาน เพื่อให้รู้วิธีการดำเนินงานที่เหมาะสม และสามารถสะท้อนต่อยอดการปฏิบัติงานนั้น ๆ เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

ด้านส่งเสริมให้ครูและบุคลากรทางการศึกษามีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติการกระบวนการจัดการเรียนรู้ตามแนว Active Learning อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งเป็นเพราะ ฝ่ายบริหารฝ่ายวิชาการทำการนิเทศการสอน กำหนดแนวทางและระยะเวลาการดำเนินงานการนิเทศการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการ Active Learning ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวรรณิ กันทะปิง (2562: 109) แนวทางการบริหารการจัดการเรียนรู้ของโรงเรียนบ้านแม่กอนใน อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ด้านครูผู้สอน ผู้บริหารต้องตระหนักถึงความสำคัญและจำเป็นที่ต้องกำหนดเป้าหมายที่ต้องการให้เกิดขึ้นกับผู้เรียนทั้งด้านความรู้และทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 และผู้บริหารต้องสร้างวิสัยทัศน์ร่วมกันในการบริหารการจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาครูให้เป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้ต้องส่งเสริมกระตุ้นครูให้รู้จักนำเทคนิควิธีการสอนแนวใหม่และนำความรู้จากการอบรมพัฒนาตนเองมาใช้กับผู้เรียนให้ได้มากที่สุด รู้จักการใช้ชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (PLC) เพื่อแก้ปัญหาและนำมากำหนดเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาการจัดการเรียนรู้

แนวทางการส่งเสริมการบริหารจัดการเรียนรู้ตามแนว Active Learning ของโรงเรียนทุ่งหัวช้างพิทยาคม จังหวัดลำพูน คือ ผู้บริหารสถานศึกษาควรกำหนดนโยบาย ส่งเสริม สนับสนุนให้ครูจัดการเรียนรู้ตามแนว Active Learning ครู บุคลากรทางการศึกษา วางแผนทำโครงการ/กิจกรรมตามที่วางแผนไว้ โดยมีผู้บริหารสถานศึกษาคอยตรวจสอบ ติดตาม และประเมินผล และจัดประชุมเพื่อสะท้อนผลการดำเนินงานและนำผลการประเมินมาวิเคราะห์และพัฒนาต่อไปซึ่งเป็นเพราะผู้บริหารสถานศึกษากำหนดนโยบายที่ส่งเสริม สนับสนุนให้ครูใช้แหล่งเรียนรู้ที่เอื้อต่อการจัดการเรียนรู้ตามแนว Active Learning ครู บุคลากรทางการศึกษาวางแผนทำโครงการ/กิจกรรมที่ส่งเสริมการใช้แหล่งเรียนรู้ ครูจัดหาสื่อการเรียนรู้ พัฒนาห้องเรียน ห้องปฏิบัติการ มีการประชุมชี้แจง สร้างความเข้าใจเรื่องครูประเมินตนเองในการจัดการเรียนรู้ ประเมินตนเองเพื่อแก้ปัญหาและนำมากำหนดเป็นแนวทางการปรับปรุงพัฒนาการจัดการเรียนรู้ ผู้บริหารสถานศึกษาประชุมเกี่ยวกับการวัดและ

ประเมินผลผู้เรียน และชี้แจงปฏิทินการนิเทศติดตาม ผู้บริหารส่งเสริม และผู้บริหารสถานศึกษา กำหนดนโยบาย กำกับและจัดกลุ่มของสภาพปัญหา เพื่อหาแนวทางการแก้ไขปัญหาร่วมกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิพา พุมมา (2565: 73) แนวทางการบริหารงานโครงการลดเวลาเรียน เพิ่มเวลารู้รูปแบบ Active Learning ของผู้บริหารสถานศึกษาในกลุ่มโรงเรียนที่ 6 นครสวรรค์ สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพิษณุโลก เขต 1 ด้านการขับเคลื่อนนโยบาย พบว่า ผู้บริหารสถานศึกษาควรมีความรู้ความเข้าใจมีหลักการเกี่ยวกับการวิเคราะห์นโยบายตามโครงการลด เวลาเรียน เพิ่มเวลารู้ รูปแบบ Active Learning ควรดำเนินการบริหารงานโดยเน้นการมีส่วนร่วม ของทุกฝ่าย และร่วมกันกำหนดความสำเร็จในการดำเนินโครงการ ด้านการนิเทศ กำกับ ติดตาม พบว่า ผู้บริหารสถานศึกษาควรประชุมชี้แจงเตรียมความพร้อมด้านเครื่องมือในการนิเทศของ สถานศึกษา ทำงานร่วมกันกับหลายฝ่ายในการนิเทศ และร่วมกัน สรุปผลและชี้แจงเสนอแนะปัญหาที่ เกิดขึ้นจากการนิเทศ ด้านการสะท้อนผลการดำเนินงานพบว่า ผู้บริหารสถานศึกษาควรร่วมกับคณะ ครูและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการสะท้อนผลการดำเนินการ วิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนปัญหาอุปสรรค และ แนวทางแก้ไขของการดำเนินโครงการ นำสรุปผลและรายงานผลการดำเนินงานตามโครงการ เพื่อร่วม รับทราบการสะท้อนผลและข้อเสนอแนะแนวทางการแก้ไขเพื่อพัฒนาการดำเนินงานให้ดีขึ้นต่อไป ด้านการนำผลไปใช้ในการปรับปรุง พบว่า ผู้บริหารสถานศึกษาควรส่งเสริมกระบวนการด้านการ บันทึบผลการดำเนินงานตามโครงการ นำข้อมูลสรุปสะท้อนผลการดำเนินงานที่ได้นำไปใช้ในการ ปรับปรุงพัฒนาตามข้อเสนอแนะต่าง ๆ นำสรุปผลการดำเนินงานมาใส่ในแผนปฏิบัติการประจำปีของ สถานศึกษาเพื่อพัฒนาต่อยอดโครงการให้มีประสิทธิภาพต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ผู้บริหารสถานศึกษาควร ส่งเสริมแหล่งเรียนรู้ให้เอื้อต่อการจัดการเรียนรู้ตามแนว Active Learning ส่งเสริมให้ครูและบุคลากรทางการศึกษามีการ ประเมินตนเองในการจัดการเรียนรู้ตามแนว Active Learning ทุกเดือน การตรวจติดตามเรื่องการวัดประเมินผลทุกเดือน และรวบรวม จำแนก และจัดกลุ่มของสภาพปัญหา
2. ครูและบุคลากรทางการศึกษาควร ส่งเสริมแหล่งเรียนรู้ให้เอื้อต่อการจัดการเรียนรู้ตาม แนว Active Learning ส่งเสริมให้ครูและบุคลากรทางการศึกษามีการ ประเมินตนเองในการจัดการ เรียนรู้ตามแนว Active Learning ทุกเดือน การตรวจติดตามเรื่องการวัดประเมินผลทุกเดือน และ รวบรวม จำแนกและจัดกลุ่มของสภาพปัญหา

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรวิจัยเรื่อง การส่งเสริมแหล่งเรียนรู้ให้เอื้อต่อการจัดการเรียนรู้ตามแนว Active Learning ของโรงเรียนทุ่งหัวช้างพิทยาคม จังหวัดลำพูน
2. ควรวิจัยเรื่อง การประเมินตนเองในการจัดการเรียนรู้ตามแนว Active Learning การประเมินตนเองในการจัดการเรียนรู้ตามแนว Active Learning ของโรงเรียนทุ่งหัวช้างพิทยาคม จังหวัดลำพูน
3. ควรวิจัยเรื่อง การตรวจติดตามเรื่องการวัดประเมินผล ของโรงเรียนทุ่งหัวช้างพิทยาคม จังหวัดลำพูน
4. ควรวิจัยเรื่อง การรวบรวมจำแนกและจัดกลุ่มของสภาพปัญหา ของโรงเรียนทุ่งหัวช้างพิทยาคม จังหวัดลำพูน

บรรณานุกรม

- ชยพล ดีอ่อน. (2565). การบริหารจัดการเรียนรู้ตามแนวทาง Active Learning ของสถานศึกษา ศูนย์เครือข่าย พัฒนาคุณภาพการศึกษาลุ่มน้ำลาง อำเภอบางมะป่าย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแม่ฮ่องสอน เขต 1 [การค้นคว้าอิสระ สาขาการบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่].
- ทิพา พุมมา. (2565). แนวทางการบริหารงานโครงการลดเวลาเรียน เพิ่มเวลารู้รูปแบบ Active Learning ของผู้บริหารสถานศึกษาในกลุ่มโรงเรียนที่ 6 นครสวรรค์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพิษณุโลก เขต 1 [สารนิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์].
- นวพร ชลารักษ์. (2558). บทบาทของครูกับการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 การเปลี่ยนแปลงในยุคศตวรรษที่ 21. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาอีสเทอร์น, 9(1), 64.
- พลอยไพลิน นิลกรณ. (2560). แนวทางการจัดการเรียนรู้เชิงรุก Active Learning โครงการการนิเทศการจัดการเรียนรู้เชิงรุกโดยใช้กระบวนการชี้แนะและการเป็นพี่เลี้ยง. ลำปาง: สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 35.
- พระมหาสมบุญสุธมโม (ทองแก้ว). (2557). บทบาทของผู้บริหารในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา. วารสารครุศาสตร์ปริทรรศน์ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, 1(1), 89.
- โรงเรียนทุ่งหัวช้างพิทยาคม. (2564). รายงานการประเมินตนเองของสถานศึกษา (Self Assessment Report: SAR) ประจำปีการศึกษา 2564.
- สลิตา รินสิริ. (2558). การจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของโรงเรียนในอำเภอเกาะจันทร์ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชลบุรี เขต 2 [วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา].

- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2562). แนวทางการนิเทศเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการจัดการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) ตามนโยบายลดเวลาเรียนเพิ่มเวลารู้. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน.
- สุชีรา มะหิเมือง. (2555). การพัฒนากระบวนการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ [วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา].
- สุวรรณี กันทะปิง. (2562). แนวทางการบริหารการจัดการเรียนรู้ของโรงเรียนบ้านแม่กอนใน อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ [วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่].
- แสงรุณีย์ มีพร. (2561). การพัฒนาระบบกลไกการปฏิรูปการเรียนรู้สู่ผู้เรียนเชิงพื้นที่. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด, 13(1), 99.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคกลุ่ม
เจนเนอเรชันเอ็กซ์ และเจนเนอเรชันวาย ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก
Factors Affecting The Decision of Generation X and Y Consumers in Purchasing
Eco-Friendly Products in The Eastern Economic.

ชุติสรา หงษ์สูง

นิสิต หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

E-mail: 62920035@go.buu.ac.th

เทียนแก้ว เลี่ยมสุวรรณ

อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

E-mail: tienkaew@go.buu.ac.th

Chutisara Hongsong

Student, Master Degree of Business Administration, Burapha University

Tienkaew Liemsuwan

Lecturer, Faculty of Business, Burapha University

รับเข้า : 25 ตุลาคม 2567

แก้ไข : 11 พฤศจิกายน 2567

ตอบรับ : 18 พฤศจิกายน 2567

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 2) ศึกษาความตระหนักรู้เกี่ยวกับปัญหาเรื่องสิ่งแวดล้อม 3) ศึกษาทัศนคติเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม 4) ศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 5) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ และ เจนเนอเรชันวาย ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ทำการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ จำนวน 270 คน และผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันวาย จำนวน 270 คน รวมทั้งสิ้น 540 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามวัดระดับ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณด้วยวิธี Enter

ผลการวิจัย พบว่า 1) ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก อย่างไรก็ตาม ความรู้ดังกล่าวไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันวาย 2) ความตระหนักรู้เกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ขณะที่ความตระหนักรู้

ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันวาย 3) ทศนคติเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์และผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันวายในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก 4) พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์อยู่ในระดับปานกลาง ขณะที่ผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันวายมีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อในระดับสูง 5) ปัจจัยด้านความรู้ ความตระหนักรู้ และทัศนคติส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ ส่วนในผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันวาย ปัจจัยทัศนคติมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

คำสำคัญ: ความรู้ ความตระหนักรู้ ทศนคติ พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ ผลกระทบที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

Abstract

This research aims to 1) study knowledge about eco-friendly products, 2) investigate awareness of environmental issues, 3) explore attitudes towards environmental conservation, 4) examine purchasing behavior for eco-friendly products, and 5) identify factors influencing the purchasing decisions for eco-friendly products among Generation X and Generation Y consumers in the Eastern Economic Corridor. Data were collected from 270 Generation X consumers and 270 Generation Y consumers, totaling 540 participants, using a multiple stage sampling method. The data collection tool was a level-based questionnaire. Statistical analysis included percentage, mean, standard deviation, Pearson correlation coefficient, and multiple regression analysis using the Enter method.

The research findings revealed that 1) knowledge about eco-friendly products influenced the purchasing of Generation X consumers in the Eastern Economic Corridor; however, this knowledge did not affect the purchasing decisions of Generation Y consumers in the same area. 2) Environmental awareness impacted the purchasing of Generation X consumers in the Eastern Economic Corridor, while it did not affect Generation Y consumers' purchasing. 3) Attitudes toward environmental conservation influenced the purchasing of both Generation X and Generation Y consumers in the Eastern Economic Corridor. 4) Generation X consumers demonstrated moderate purchasing behavior, while Generation Y consumers showed a high level of purchasing behavior. 5) Factors such as knowledge, awareness, and

attitudes influenced the purchasing of Generation X consumers, while attitudes affected purchasing decisions among Generation Y consumers.

Keyword: Knowledge, Awareness, Attitudes, Purchasing Behavior, Eco-Friendly products

บทนำ

ปัจจุบันหลายประเทศทั่วโลกกำลังประสบกับวิกฤตขยะมูลฝอย ที่มีจำนวนมหาศาลรวมไปถึงประเทศไทย เมื่อพิจารณาแนวโน้มขยะมูลฝอยเมื่อปี พ.ศ. 2566 พบว่าที่ผ่านมามาประเทศไทย มีจำนวนขยะมูลฝอยเกิดขึ้นประมาณ 26.95 ล้านตัน หรือ 73,840 ตันต่อวัน โดยกระจายตัวตามภูมิภาคต่าง ๆ และมีปริมาณเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ประมาณร้อยละ 5 สืบเนื่องจากเมื่อปี พ.ศ. 2566 ประเทศไทยได้กลับเข้าสู่ภาวะปกติหลังการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) และจากวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คนบางส่วนยังคงมีพฤติกรรมการใช้และบริโภคโดยการสั่งซื้อสินค้าและอาหารผ่านระบบออนไลน์ จึงทำให้ขยะมูลฝอยประเภทบรรจุภัณฑ์พลาสติกใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single use plastic) ยังคงมีปริมาณสูง โดยอัตราการเกิดขยะมูลฝอยเฉลี่ยต่อคนต่อวันถึง 1.12 กิโลกรัม (กรมควบคุมมลพิษ, 2566)

ทั้งนี้ภาครัฐจึงได้ดำเนินการวางแผนนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการขยะมูลฝอยของประเทศไทย โดยมี Roadmap การจัดการขยะพลาสติก พ.ศ. 2561-2573 ดำเนินการโดยทางกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้มีการกำหนดให้ขยะมูลฝอยเป็นวาระแห่งชาติตามแผนปฏิบัติการด้านการจัดการขยะพลาสติก ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566 – 2570) (กรมควบคุมมลพิษ, 2565) ดำเนินการต่อเนื่องจากแผนปฏิบัติการจัดการขยะพลาสติกในระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 – 2565) และแผนปฏิบัติการลดก๊าซเรือนกระจกของประเทศ ปี พ.ศ. 2564 – 2573 ครอบคลุมถึงการจัดการขยะพลาสติก ขยะบรรจุภัณฑ์ และอื่น ๆ (กรมควบคุมมลพิษ, 2566)

ผลการสำรวจของศูนย์วิจัยกสิกรไทยพบว่า แม้คนไทยจะให้ความสำคัญกับปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมมากขึ้น แต่การตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมหรือไม่นั้นอาจขึ้นอยู่กับหลายแนวคิดและปัจจัย (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2564) อย่างไรก็ตามผู้บริโภคยังถือเป็นตัวแปรสำคัญในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวแตกต่างกันตามช่วงเวลาของอายุที่เรียกว่า Generation (วนิชชา วรควาวิสันต์, 2563) และในปัจจุบันกลุ่มประชากรที่มีมากที่สุดในประเทศไทยคือ Generation Y ที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2524 ถึง 2543 มีจำนวนประมาณ 18.84 ล้านคน (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง, 2566) ถือว่าเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง ยังเป็นแรงงานที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม อีกทั้งยังสร้างแรงขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจและ

สังคมไทยอย่างต่อเนื่อง กำลังจะกลายเป็นกลุ่มผู้บริโภค และแรงงานกลุ่มใหญ่ที่สุดในโลก ซึ่งจะมีบทบาทในการกำหนดทิศทาง และอิทธิพลต่อเศรษฐกิจ (กรกมล ศรีวัฒน์, 2564) ส่วนกลุ่มผู้บริโภคที่มีจำนวนรองลงมา คือ Generation X ที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2507 ถึง 2523 มีจำนวนประมาณ 17.03 ล้านคน (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง, 2566) จากรายงานของ WGSN (World Global Style Network) พบว่า Generation X ร้อยละ 57 ให้ความสนใจกับผลิตภัณฑ์ที่มีความคุ้มค่า และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เลือกสรรสินค้า บริการที่สามารถใช้ประโยชน์ และไม่ก่อให้เกิดปัญหามลพิษต่อสิ่งแวดล้อมตามมา (ศูนย์พัฒนาวิชาการด้านตลาดการท่องเที่ยว, 2563)

การคาดการณ์ในช่วงปี 2566 – 2568 การขยายตัวตามภาวะเศรษฐกิจส่งผลต่ออัตราการมีส่วนร่วมในกำลังแรงงานสูงสุดของประเทศไทยอยู่ในกลุ่ม Generation Y และ Generation X (สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน, 2566) และธุรกิจนิคมอุตสาหกรรมที่มีทิศทางฟื้นตัวตามแนวโน้มการขยายตัวของการลงทุนในอุตสาหกรรมการผลิต ซึ่งนิคมอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มเติบโตโดดเด่นกว่าพื้นที่อื่น ๆ ได้แก่ นิคมอุตสาหกรรมพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC) (พุทธชาติ ลุนคำ, 2566) ส่งผลให้สถานการณ์ปริมาณขยะมูลฝอยในพื้นที่ EEC มีปริมาณเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงมีการวางแผนจัดการขยะอย่างเป็นระบบ ที่ให้ความสำคัญกับวิกฤตขยะพลาสติกที่เกิดขึ้นในท้องทะเลและในชุมชนต่าง ๆ รมณรงค์โดยนำหลักการเศรษฐกิจหมุนเวียนมาสร้างโมเดลในการนำขยะพลาสติกกลับมาใช้ซ้ำ (สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก, 2565) ส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมและสร้างความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อเป้าหมายในการพัฒนาประเทศ ร่วมกับระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ และ เจนเนอเรชันวาย ซึ่งผู้วิจัยนำแนวคิดปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของ Ramya and Mohamed (2016) ที่อธิบายถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลที่สามารถกำหนดพฤติกรรมอย่าง ความรู้ ความตระหนักรู้ และทัศนคติ นำมามีส่วนร่วมในการพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และเนื่องจาก Generation X และ Y เป็นกลุ่มประชากรกลุ่มใหญ่ เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงที่สุด และเป็นแรงงานหลัก โดยเลือกศึกษาภายใต้เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) เพื่อสอดคล้องกับนโยบายการจัดการขยะ และให้ความสำคัญต่อการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยการส่งเสริมการผลิตที่มีประสิทธิภาพทั้งกระบวนการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อยกระดับความสามารถของผู้ประกอบการไทยให้มีความเข้มแข็งด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

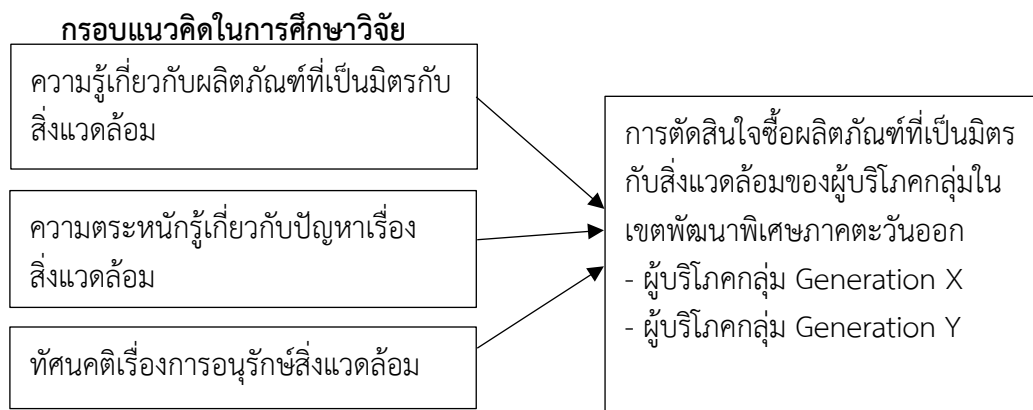
1. เพื่อศึกษาความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ และ เจนเนอเรชันวาย ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก
2. เพื่อศึกษาความตระหนักรู้เกี่ยวกับปัญหาเรื่องสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ และ เจนเนอเรชันวาย ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก
3. เพื่อศึกษาทัศนคติเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ และ เจนเนอเรชันวาย ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก
4. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ และ เจนเนอเรชันวาย ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก
5. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ และ เจนเนอเรชันวาย ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ และเจนเนอเรชันวาย ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

สมมติฐานที่ 2 ความตระหนักรู้เกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อม ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ และเจนเนอเรชันวาย ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

สมมติฐานที่ 3 ทัศนคติเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ และเจนเนอเรชันวาย ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก และผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันวาย ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2564) ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก จำนวน 270 คน และผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันวายในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก จำนวน 270 คน รวมทั้งสิ้น 540 คน กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดย การคำนวณขนาดตัวอย่างด้วยการวิเคราะห์อำนาจของการทดสอบ (Power analysis) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป G*Power 3.1.9.7 โดยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multiple Stage sampling) ประกอบด้วย

ขั้นตอนที่ 1 จังหวัดในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก 3 จังหวัด คือ ชลบุรี ระยอง และฉะเชิงเทรา โดยการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ ใช้สัดส่วนที่ไม่เท่ากัน (Proportional Stratified Sampling) แบ่งชั้นภูมิตามอำเภอ สุ่มเลือกจังหวัดละ 1 อำเภอ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Sampling Random Sampling) ด้วยวิธีการจับฉลาก

ขั้นตอนที่ 2 จากอำเภอในแต่ละจังหวัดตามขั้นตอนที่ 1 สุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ โดยใช้สัดส่วนที่ไม่เท่ากัน (Proportional Stratified Sampling) เพื่อสุ่มเลือกพื้นที่จากทั้งเขตเมือง (พื้นที่เขตเทศบาล และรูปแบบการปกครองพิเศษ) และเขตชนบท (พื้นที่เขตองค์การบริหารส่วนตำบล) ในแต่ละอำเภอ จากนั้นสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Sample Random Sampling) ได้กลุ่มตัวอย่างอำเภอละ 2 เขตพื้นที่ จำนวนทั้งสิ้น 6 เขตพื้นที่ ด้วยวิธีการจับฉลาก

ขั้นตอนที่ 3 จากเขตพื้นที่ ทั้ง 6 เขต ตามขั้นตอนที่ 2 การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ ในแต่ละพื้นที่ จำนวน 45 คน รวม 270 คน และจากผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันวาย จำนวน 45 คน รวม 270 คน ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 540 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบ่งเนื้อหาของแบบสอบถามออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามวัดความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นคำถามถูกผิด ข้อคำถามทั้งหมดมีเกณฑ์การตัดสิน แบ่งเป็น 2 อย่าง ใช่ และ ไม่ใช่

ตอนที่ 3 แบบสอบถามวัดความตระหนักรู้เกี่ยวกับปัญหาเรื่องสิ่งแวดล้อม มีลักษณะเป็นแบบสอบถามลำดับมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ

ตอนที่ 4 แบบสอบถามวัดทัศนคติเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีลักษณะเป็นแบบสอบถาม
ลำดับมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ

ตอนที่ 5 แบบสอบถามวัดพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของ
ผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ และ เจนเนอเรชันวาย ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก มีลักษณะ
เป็นแบบสอบถามลำดับมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

นำข้อคำถามทดสอบคุณภาพของเครื่องมือเพื่อการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา
(Content validity) ผู้วิจัยตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือ (Item of Objective
Congruence: IOC) เพื่อตรวจสอบความครอบคลุมตามองค์ประกอบที่กำหนด และประเมินความ
สอดคล้องระหว่างข้อคำถาม กับนิยามศัพท์เฉพาะของการวิจัย โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ผล
วิเคราะห์พบว่า ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index congruence: IOC) โดยเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC
มากกว่า .5 โดยนำแบบสอบถามไปทดสอบ (Try out) กับผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ และเจน
เนอเรชันวาย ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่า
สัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของครอนบาค (Cronbach, 1951) เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือ ผู้วิจัยนำข้อ
คำถามที่มีค่าเชื่อมั่นมากกว่า .70 ไปใช้ ซึ่งผลการตรวจสอบความเชื่อมั่น แบบสอบถามวัดความรู้
เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ใช้การวิเคราะห์ความยากของแบบวัดความรู้ (Difficulty
analysis) พบว่าค่า P แต่ละข้อมีค่าอยู่ระหว่าง .21 – .65 ค่าอำนาจจำแนกมีค่าอยู่ระหว่าง .20 –
.60 มีค่าความเชื่อมั่น ซึ่งวัดจากค่า KR 20 มีค่าเท่ากับ .74 (Cronbach, 1951) แบบสอบถามวัด
ความตระหนักรู้เกี่ยวกับปัญหาเรื่องสิ่งแวดล้อม มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .925 แบบสอบถามวัด
ทัศนคติเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .947 และแบบสอบถามวัดพฤติกรม
การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .975 (Nunnally, 1978)
สรุปว่าแบบสอบถามที่ได้สามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2548)

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ 1) เพศ 2) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
3) ระดับการศึกษา และ 4) อาชีพ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ
2. การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมโดยใช้สถิติเชิง
พรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐาน

3. การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความตระหนักรู้เกี่ยวกับปัญหาเรื่องสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
4. การวิเคราะห์ข้อมูลระดับทัศนคติเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
5. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
6. สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ และ เจนเนอเรชันวาย ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation) และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ซึ่งก่อนการวิเคราะห์ได้ทำการตรวจสอบเงื่อนไข โดยมีรายละเอียดดังนี้
 - 1) ตรวจสอบความผิดปกติของข้อมูล (Outlier) ทดสอบตัวแปรอิสระและตัวแปรตามว่ามีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงหรือไม่ ด้วยค่า Cook's Distance หากมีค่ามากกว่า 1 แสดงว่าชุดข้อมูลนั้นมีความผิดปกติ ซึ่งพบว่า ผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ มีค่าอยู่ระหว่าง 0 – 0.174 และ ผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันวาย มีค่าอยู่ระหว่าง 0 – 0.609
 - 2) ตรวจสอบตัวแปรตามและค่าความคลาดเคลื่อนเป็นตัวแปรที่มีการแจกแจงแบบปกติ (Normality) ด้วยสถิติ Kurtosis ไม่ควรเกิน ± 4 และ Skewness ไม่ควรเกิน ± 2 (Mishra, et. al., 2019) ซึ่งพบว่า ผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ มีตัวแปรความรู้ที่มีค่า Skewnes เกินจากเกณฑ์ ดังนั้นจึงใช้วิธี Box-Cox Transformation ในการแก้ปัญหาดังกล่าว และอ้างอิงทฤษฎีแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง (Central Limit Theorem) ระบุว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ทำให้การแจกแจงเป็นปกติควรมีค่ามากกว่า 30 (Bland, 1996; Kwak and Kim, 2017) ซึ่งในงานวิจัยมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ จำนวน 270 ตัวอย่าง ดังนั้นอาจถือได้ว่าตัวแปรตามและค่าความคลาดเคลื่อนเป็นตัวแปรที่มีความแจกแจงแบบปกติ ส่วนผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันวาย พบว่า ไม่มีตัวแปรที่มีค่า Kurtosis-Skewness เกินจากเกณฑ์
 - 3) ตรวจสอบค่าความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนเป็นค่าคงที่ (Homoscedasticity) โดยพิจารณาจากแผนภาพของกระจาย Scatter Plot พบว่า ผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ และ ผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันวาย มีค่าความคลาดเคลื่อนส่วนใหญ่กระจายอยู่เหนือและใต้ระดับ 0 ซึ่งกระจายอยู่ในช่วงแคบ ไม่ว่าค่า Y จะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใด ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าค่าความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนเป็นค่าคงที่
 - 4) ตรวจสอบค่าความคลาดเคลื่อนแต่ละค่าเป็นอิสระกัน (Autocorrelation) พิจารณาจากค่าสถิติ Durbin-Watson มีค่าอยู่ในช่วงระหว่าง 1.5 – 2.5 จะสามารถสรุปได้ว่าค่าความ

คลาดเคลื่อนมีความเป็นอิสระกัน (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2548) พบว่า ผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ มีค่า เท่ากับ 2.032 และ ผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันวาย มีค่าเท่ากับ 1.874

5) ตรวจสอบตัวแปรอิสระแต่ละตัวต้องไม่มีความสัมพันธ์กัน (Multicollinearity) โดยใช้ค่าสถิติ Tolerance < 0 และ Variance Inflation Factor (VIF) > 10 หากเกินจากค่าที่กำหนดแสดงว่าเกิดปัญหา Multicollinearity (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2553) ซึ่งพบว่า ผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ มีค่า Tolerance ของตัวแปรอิสระทุกตัวอยู่ระหว่าง .398 – .679 และค่า VIF อยู่ระหว่าง 1.473 – 2.713 ส่วน ผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันวาย พบว่า มีค่า Tolerance ของตัวแปรอิสระทุกตัวอยู่ระหว่าง .343 – .792 และค่า VIF อยู่ระหว่าง 1.263 – 2.912

ผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 48.89) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 – 30,000 (ร้อยละ 29.26) โดยส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี หรือเทียบเท่า (ร้อยละ 58.89) ซึ่งประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 47.04)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันวาย พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 61.48) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท มากที่สุด (ร้อยละ 37.78) โดยส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี หรือเทียบเท่า (ร้อยละ 61.11) ซึ่งประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด (ร้อยละ 42.59)

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ระดับความรู้ของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ และ ผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันวาย พบว่า มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมส่วนใหญ่อยู่ในระดับสูง ($\bar{X}$ =11.45, SD=1.19) และ ($\bar{X}$ =11.36, SD=1.18)

3. ผลการวิเคราะห์ระดับความตระหนักรู้เกี่ยวกับปัญหาเรื่องสิ่งแวดล้อม

ระดับความตระหนักรู้ของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ พบว่า มีความตระหนักรู้เกี่ยวกับปัญหาเรื่องสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ =3.42, SD=0.57) ส่วน ผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันวาย พบว่า มีความตระหนักรู้เกี่ยวกับปัญหาเรื่องสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =3.60, SD=0.52) เมื่อพิจารณารายด้านทั้งสองกลุ่ม พบว่า มีความตระหนักรู้ในด้านมลพิษและความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมมากที่สุด ($\bar{X}$ =3.57, SD=0.58) และ ($\bar{X}$ =3.72, SD=0.53)

4. ผลการวิเคราะห์ระดับทัศนคติเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ระดับทัศนคติของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ พบว่ามีทัศนคติเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.33$, $SD=0.49$) ส่วน ผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันวาย พบว่า มีทัศนคติเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับดี ($\bar{X}=3.58$, $SD=0.48$)

5. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ พบว่า มีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.25$, $SD=0.45$) ส่วนผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันวาย พบว่า มีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับสูง ($\bar{X}=3.54$, $SD=0.47$) เมื่อพิจารณารายด้านประกอบด้วย 1) ด้านการรับรู้ถึงความต้องการหรือปัญหา 2) ด้านการแสวงหาข้อมูล 3) ด้านการประเมินทางเลือก 4) ด้านการตัดสินใจซื้อ 5) ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ พบว่า ผู้บริโภคทั้งสองกลุ่ม มีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้านการรับรู้ถึงความต้องการหรือปัญหามากที่สุด ($\bar{X}=3.36$, $SD=0.44$) และ ($\bar{X}=3.66$, $SD=0.68$) รองลงมาคือ ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ($\bar{X}=3.28$, $SD=0.62$) และ ($\bar{X}=3.54$, $SD=0.56$) และ ด้านการประเมินทางเลือก ($\bar{X}=3.26$, $SD=0.53$) และ ($\bar{X}=3.53$, $SD=0.52$) ตามลำดับ

6. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ และ เจนเนอเรชันวาย ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์อำนาจพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

ตัวแปร	Generation X (n=270)						
	b	SE	β	t	P-value	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	-1.127	.286		-3.944	.000		
ปัจจัยความรู้	.126	.016	.333	7.679	.000	.679	1.473
ปัจจัยความตระหนักรู้	.145	.045	.183	3.224	.000	.398	2.511
ปัจจัยทัศนคติ	.733	.045	.805	13.675	.001	.369	2.713
$R^2 = .660$ $SEE = .263$ $F = 172.329$ $P\text{-value} = .000$							

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยความรู้ ปัจจัยความตระหนักรู้ และปัจจัยทัศนคติส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05 โดยตัวแปรดังกล่าวได้รวมพยากรณ์การตัดสินใจซื้อ ร้อยละ 66.00 โดยปัจจัยที่มี

ผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากที่สุด พบว่าเป็น ปัจจัยทัศนคติเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ($\beta=.805$) รองลงมาคือ ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ($\beta=.333$) และ ความตระหนักรู้เกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อม ($\beta=.183$) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์อำนาจพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันวาย ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

ตัวแปร	Generation Y (n=270)						
	b	SE	β	t	P-value	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	.781	.265		2.945	.004		
ปัจจัยความรู้	-.011	.015	-.028	-.725	.469	.792	1.263
ปัจจัยความตระหนักรู้	.061	.050	.068	1.221	.223	.379	2.637
ปัจจัยทัศนคติ	.744	.057	.764	13.117	.000	.343	2.912
$R^2 = .690$ SEE = .263 F = 197.783 P-value = .000							

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยทัศนคติเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันวายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05 โดยตัวแปรดังกล่าวได้รวมพยากรณ์การตัดสินใจซื้อ ร้อยละ 69.00 โดยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากที่สุด พบว่าเป็น ปัจจัยทัศนคติเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ($\beta=.764$) เท่านั้น

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ และ เจนเนอเรชันวาย ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก สามารถอภิปรายได้ดังนี้

ปัจจัยความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ทั้งนี้ อาจเนื่องจากผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์มีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต รวมไปถึงการจัดการซากของผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนช่วยในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้ จึงส่งผลให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมตามมา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมาของ เอกธนาช โตจิ้ว (2565) ที่พบว่า ความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อฉลากเพื่อสิ่งแวดล้อมและความไว้วางใจของผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภกัญญา จันทรูกา และ ทิพย์รัตน์ เลาหิเชียร (2566) พบว่า การรับรู้คุณภาพของสินค้าเพื่อสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลทางตรงต่อ

ความตั้งใจซื้อสินค้าเพื่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งหากผู้บริโภครับรู้ถึงคุณภาพของสินค้าว่ามีความใส่ใจสิ่งแวดล้อมและมีลักษณะสะท้อนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมจะส่งผลให้ผู้บริโภคมีความตั้งใจซื้อสินค้าเพื่อสิ่งแวดล้อม และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Moslehpour et.al (2022) พบว่า ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมมีส่วนสนับสนุนในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจซื้อสินค้าสีเขียวของผู้บริโภค

แต่สำหรับผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันวายในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ปัจจัยความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อาจเนื่องจากผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันวายที่เป็นกลุ่มตัวอย่างบางส่วน มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมยังไม่ครอบคลุม ยังมีบางส่วนไม่แน่ใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ อาจไม่มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ทั่วไปมากนัก และไม่แน่ใจว่าจะช่วยสิ่งแวดล้อมหรือไม่ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ บุชยมาส ชื่นเย็น และคณะ (2566) ที่พบว่าผู้บริโภคในกลุ่มเจนเนอเรชันที่แตกต่างกันมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สีเขียวแตกต่างกันส่งผลต่อค่านิยมการคำนึงถึงคนรุ่นหลังและเจตคติด้านสิ่งแวดล้อมที่มีต่อผลิตภัณฑ์สีเขียวของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันที่แตกต่างกัน เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Naz et.al (2020) ที่พบว่า ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตราทิพย์ บุญพิทักษ์ และคณะ (2565) ที่พบว่าความรู้เกี่ยวกับการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยของรัฐในกรุงเทพมหานคร อาจเนื่องจากความรู้ที่นิสิตอยู่ในระดับดีเป็นเรื่องของการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรทำให้เกิดความต้องการทรัพยากรเพิ่มมากขึ้น การเทน้ำซักผ้าลงแหล่งน้ำธรรมชาติทำให้น้ำเน่าเสีย และการทิ้งขยะลงในแม่น้ำเป็นสาเหตุให้น้ำท่วม ซึ่งยังคงมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมไม่ครอบคลุม จึงอาจส่งผลให้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ปัจจัยความตระหนักรู้เกี่ยวกับปัญหาเรื่องสิ่งแวดล้อมส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก อาจเนื่องจากผู้บริโภคมีความตระหนักในด้านมลพิษและความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อม มีการสังเกตเห็นถึงปัญหาความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นปัจจุบัน และอยากมีส่วนร่วมในการช่วยลดปัญหานี้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมาของ รมยนันท์ จันทรพานิช (2564) ที่พบว่า การตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อมในด้านข่าวปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม มีผลทำให้บุคคลปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ชีวิต ซึ่งส่งผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค เช่นเดียวกับงานวิจัยของ ณัฐวุฒิ รัตนะ (2565) โดยสรุปพบว่า ตัวแปรที่เป็นสิ่งกระตุ้นพฤติกรรมด้านจิตวิทยาของผู้บริโภค คือตัวแปรด้านการรับรู้และตระหนักรู้ถึงปัญหาสิ่งแวดล้อม มีความสำคัญและเป็นเหตุผลในการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค และยัง

สอดคล้องกับ Lalu Edy Herman et al. (2021) ที่พบว่า การโฆษณาและความเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมสามารถสร้างความตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อม และส่งผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

แต่สำหรับผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันวายในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ปัจจัยความตระหนักรู้เกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อาจเนื่องจาก ผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันวายที่เป็นกลุ่มตัวอย่างบางส่วน มีความตระหนักรู้เกี่ยวกับปัญหาเรื่องสิ่งแวดล้อมในเรื่องสภาวะความอดอยากและการเพิ่มขึ้นของประชากร ซึ่งมองได้ว่าผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหาด้านอื่น และอาจไม่แน่ใจว่าการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จะช่วยแก้ปัญหาได้อย่างไร ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ บุษยมาส ชื่นเย็น และคณะ (2024) ที่พบว่า ด้านการตระหนักรู้ถึงปัญหามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของกลุ่มเจนเนอเรชันวายแตกต่างกัน สอดคล้องกับ Erni Rusyani et al. (2021) พบว่า ความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวก และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อมยังเป็นปัจจัยที่สำคัญที่มีส่วนช่วยกำหนดการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตามผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ Adeela Rustam et al. (2020) พบว่า การตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อมไม่ส่งผลต่อความตั้งใจของผู้บริโภคที่ต้องการมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Kim and Lee. (2023) ที่พบว่า ความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อมไม่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เนื่องจากปัจจัยที่มีส่วนกระตุ้นพฤติกรรมการบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมาจากความน่าเชื่อถือของฉลากสีเขียว และความสะดวกในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

ปัจจัยทัศนคติเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ และเจนเนอเรชันวายในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก อาจเนื่องจากผู้บริโภคทั้งสองกลุ่มมีทัศนคติ มุมมองและความเข้าใจเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นอย่างดีในทิศทางเดียวกัน มีทัศนคติในการมีส่วนร่วมลดปริมาณการใช้ทรัพยากรต่างๆ เพื่อที่จะช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจึงอาจเป็นส่วนช่วยในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมาของ ปภาภรณ์ ไชยหาญชาญชัย และ สราวุธ อนันตชาติ (2565) ที่สรุปปัจจัยด้านจิตวิทยากับพฤติกรรมด้านสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค พบว่าทัศนคติสามารถชี้นำความคิด ทำนายหรือกำหนดพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้ สอดคล้องกับวิจัยของ Roh et.al (2022) พบว่า ความรู้และการรับรู้คุณค่าตราสินค้าสีเขียวส่งผลต่อทัศนคติของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญ และทัศนคติของผู้บริโภคและบรรทัดฐานส่วนบุคคลส่งผลเชิงบวกต่อการตั้งใจซื้ออาหารออร์แกนิก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Khan et.al (2020) ที่พบว่า

ทัศนคติด้านสิ่งแวดล้อมส่งผลต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อพฤติกรรมการปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม และยังส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อพฤติกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตามมา ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัคกร เต็มอุดมภาค (2565) พบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์สีเขียวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวจากบรรจุภัณฑ์สามารถย่อยสลายได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรัสวดี ศิริปัญญา และ ปิยะมาศ สือสวัสดิ์วินัย (2566) ที่พบว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อการจัดการโซ่อุปทานสีเขียวที่มุ่งเน้นการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะด้านการออกแบบสีเขียวในมิติของบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมที่นำเสนอแนวคิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมผ่านบรรจุภัณฑ์ที่สามารถย่อยสลายได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1) จากผลการศึกษาพบว่าในผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ ปัจจัยความรู้ ปัจจัยความตระหนักรู้ และปัจจัยทัศนคติส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ดังนั้นนโยบายในปี 2567 จากกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการขยะมูลฝอยของประเทศ รวมถึงการลดใช้พลาสติกตาม Road map ครอบคลุมถึงการจัดการขยะพลาสติก ขยะบรรจุภัณฑ์ ควรให้ความสำคัญกับการนำเสนอรายละเอียดข้อมูลนโยบาย เพื่อให้ผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ มีความรู้เรื่องการจัดการขยะมากยิ่งขึ้น ที่นอกเหนือจากการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อช่วยลดปริมาณขยะ แต่ยังมีเรื่องของการจัดการขยะเข้ามามีบทบาทตรงนี้เช่นกัน สร้างความตระหนักรู้ในเรื่องของการลดใช้พลาสติก บรรจุภัณฑ์ที่นำมาสู่การเพิ่มขึ้นของขยะมูลฝอย และเพื่อส่งผลให้มีทัศนคติที่ดีมากยิ่งขึ้นต่อการร่วมเป็นส่วนหนึ่งของนโยบาย

และจากผลการศึกษาพบว่าในผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันวาย ทัศนคติส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ดังนั้นทางกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ควรให้ความสำคัญกับทัศนคติที่มีต่อนโยบายการจัดการขยะมูลฝอยของประเทศ ครอบคลุมถึงการจัดการขยะพลาสติก ขยะบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้ผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันวายเกิดทัศนคติที่ดีต่อการร่วมเป็นส่วนหนึ่งของนโยบาย

2) จากผลการศึกษาพบว่าในผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ ความรู้ ความตระหนักรู้ และทัศนคติส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ดังนั้นผู้ประกอบการที่ผลิตผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่กำลังเจาะตลาดกลุ่มดังกล่าว สามารถเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์จากการให้ข้อมูลรายละเอียด คุณสมบัติ ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มความรู้ อธิบายผลกระทบไปจนถึงคุณประโยชน์ต่าง ๆ ที่จะได้รับจากการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อให้ตระหนัก

ถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้น และมีทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ส่งผลให้ผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ที่ใส่ใจด้านสิ่งแวดล้อม และยังไม่ใส่ใจหันมาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

และผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันวาย ทัศนคติส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ดังนั้นผู้ประกอบการที่ผลิตผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่กำลังเจาะตลาดกลุ่มดังกล่าว สามารถเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันวาย จากการแนะนำความคุ้มค่า ที่ตอบสนองความต้องการ และคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์อย่างละเอียดถี่ถ้วน เพื่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้นทั้งกับผู้บริโภคอยู่แล้ว และผู้ที่กำลังสนใจในผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นของตัวแปรด้านปัจจัยประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันอื่น ๆ เพื่อศึกษาความแตกต่างของเพศ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หรือ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

2) ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นของตัวแปรด้านความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันอื่น ๆ เพื่อศึกษาว่าผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันอื่น ๆ มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในปัจจุบันมากน้อยเพียงใด

3) ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นของตัวแปรด้านความตระหนักรู้เกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อม เพื่อศึกษาว่าผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันอื่น ๆ มีความตระหนักรู้เกี่ยวกับปัญหาเรื่องสิ่งแวดล้อมมากน้อยเพียงใด

4) ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นของตัวแปรด้านทัศนคติเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เพื่อศึกษาว่าผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันอื่น ๆ มีทัศนคติเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมหรือไม่

5) ควรศึกษาประเด็นอื่น ๆ เพิ่มเติมในด้านผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อรณรงค์และส่งเสริมให้ผู้บริโภคกลุ่มอื่น ๆ มีความรู้ ความตระหนักรู้ และทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

บรรณานุกรม

- กรมควบคุมมลพิษ. (2565). รายงานสถานการณ์สถานที่กำจัดขยะมูลฝอยชุมชนของประเทศไทย. ค้นเมื่อ 26 ธันวาคม 2565, จาก <https://www.pcd.go.th/publication/29509/>
- กรมควบคุมมลพิษ. (2566). ข้อมูลสถานการณ์ขยะมูลฝอยของประเทศ. ค้นเมื่อ 20 มกราคม 2567, จาก https://thaimsw.pcd.go.th/report_country.php
- กรกมล ศรีวัฒน์. (2564). *This is my Generation. This is our Generation* เข้าใจวัยที่แตกต่าง เพราะเราเติบโตจากโลกที่ต่างกัน. ค้นเมื่อ 16 เมษายน 2565, จาก <https://thepotential.org/social-issues/generation-gap/>
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2548). สถิติสำหรับงานวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิตราทิพย์ บุญพิทักษ์, นฤมล ศราธพันธุ์, & สุวิมล อุไกรษา. (2565). ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของนิสิตนักศึกษา มหาวิทยาลัยของรัฐในกรุงเทพมหานคร. *วารสารศึกษาศาสตร์ปริทัศน์*, 37(2), 69–78.
- ณัฐภูมิ รัตนะ. (2565). การศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าที่ใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหิดล].
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2548). การวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: วี.อินเตอร์ พรีนซ์.
- บุษยมาส ชื่นเย็น, อุมารินทร์ ราตรี, โชคมกามาต พลศรี, & รัตนภรณ์ แซ่ลี้. (2566). พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างของประเทศไทย. *วารสารศิลปการจัดการ*, 8(1), 288–307.
- ปภาภรณ์ ไชยหาญชาญชัย, & สราวุธ อนันตชาติ. (2565). การตัดสินใจเลือกแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อรับชมรายการบันเทิงของผู้บริโภคในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง].
- พุทธชาติ ลุนคำ. (2566). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมปี 2566-2568: ธุรกิจนิคมอุตสาหกรรม. ค้นเมื่อ 9 มิถุนายน 2566, จาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/real-estate/industrial-estate/io/io-industrial-estate-2023-2025>
- ภัคกร เต็มอุดมภาค. (2565). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวจากบรรจุภัณฑ์สามารถย่อยสลายได้ [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหิดล].
- รมยนันท์ จันทรพานิช. (2564). การตระหนักรู้และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมในการซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์สีเขียวของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ].
- วณิชชา วรคราวิสันต์. (2563). *เจาะลึก 5 Generations* เข้าใจผู้บริโภคมากขึ้น. ค้นเมื่อ 16 มิถุนายน 2564, จาก <https://goonlinethailand.com/blog/online-marketing/generations-for-marketing/>

- ศุภกัญญา จันทรุกขา, & ทิพย์รัตน์ เลหาวิเชียร. (2566). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าเพื่อสิ่งแวดล้อมกลุ่มเครื่องสำอางและบำรุงผิว. *วารสารวิชาการและวิจัยสังคมศาสตร์*, 18(2), 77–92.
- ศูนย์พัฒนาวิชาการด้านตลาดการท่องเที่ยว. (2563). *เจาะลึก 3 Gen ต่างวัย ต่างใจในการบริโภค*. ค้นเมื่อ 16 เมษายน 2565, จาก <https://tatacademy.com/th/publish/articles>
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2564). ผู้บริโภคเต็มใจจ่ายสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น หากราคายู้อยู่ในกรอบไม่เกิน 20% เทียบกับราคาปกติ. ค้นเมื่อ 5 มกราคม 2565, จาก <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/Eco-Product-z3194.aspx>
- สุรัสวดี ศิริปัญญา, & ปิยะมาศ สือสวัสดิ์วิชย์. (2566). ทศนคติและความพึงพอใจในการจัดการใช้อุปทานสีเขียว กรณีใช้บรรจุภัณฑ์เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแทนการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารและเครื่องดื่มในกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม*, 10(1), 55–66.
- สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก. (2565). *ปิดกรณีศึกษา "ระยองโมเดล" ต้นแบบบริหารจัดการขยะ เพื่อการพัฒนาพื้นที่ EEC อย่างยั่งยืน*. ค้นเมื่อ 30 พฤษภาคม 2566, จาก <https://doh.hpc.go.th/bs/topicDisplay.php?id=259>
- สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน. (2566). *สถานการณ์ด้านแรงงานประจำปี 2566 (มกราคม - ธันวาคม 2566)*. ค้นเมื่อ 25 มกราคม 2566, จาก <https://www.mhesi.go.th/images/THANWARAT/>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2564). *สถิติประชากรศาสตร์ ประชากรและเคหะ*. ค้นเมื่อ 28 มกราคม 2566, จาก <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/01.aspx>
- สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง. (2566). *สถิติประชากร รายจังหวัด ตามช่วงอายุที่ระบุ*. ค้นเมื่อ 10 เมษายน 2566, จาก <https://stat.bora.dopa.go.th/StatMIS/#/ReportStat/3>
- เอกธัช โตจั่ว, & ณัฐพล อัสสะรัตน์. (2565). การสำรวจความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ทางสิ่งแวดล้อมและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคในการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี*, 17(2), 60–75.
- Bland, J. M. (1996). Statistics notes: Transforming data. *BMJ*, 312(7033), 770. Retrieved June 21, 2023, from <http://www.bmj.com/content/312/7033/770.extract>
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297–334. <https://doi.org/10.1007/BF02310555>
- Khan, M. S., Saengon, P., Alganad, A. M. N., Chongcharoen, D., & Farrukh, M. (2020). Consumer green behavior: An approach towards environmental sustainability. *Sustainable Development*, 28(5), 1168–1180. <https://doi.org/10.1002/sd.2066>

- Kim, N., & Lee, K. (2023). Environmental consciousness, purchase intention, and actual purchase behavior of eco-friendly products: The moderating impact of situational context. *Sustainability*, 20(7), 1234. <https://doi.org/10.3390/su20071234> (หมายเหตุ: URL นี้เป็นตัวอย่างสมมุติ หากไม่มี DOI จจริงควรใช้ "Retrieved from" แทน)
- Kwak, S. G., & Kim, J. H. (2017). Central limit theorem: The cornerstone of modern statistics. *Korean Journal of Anesthesiology*, 70(2), 144–156. <https://doi.org/10.4097/kjae.2017.70.2.144>
- Massoud, M., Chau, K. Y., Du, L., Qiu, R., Lin, C.-Y., & Batbayar, B. (2022). Predictors of green purchase intention toward eco-innovation and green products: Evidence from Taiwan. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 36(2), 456–472. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2022.2132487>
- Mishra, P., Pandey, C. M., Singh, U., Gupta, A., Sahu, C., & Keshri, A. (2019). Descriptive statistics and normality tests for statistical data. *Annals of Cardiac Anaesthesia*, 22(1), 67–72. https://doi.org/10.4103/aca.ACA_157_18
- Naz, F., Olah, J., Vasile, D., & Magda, R. (2020). Green purchase behavior of university students in Hungary: An empirical study. *Sustainability*, 12(23), 10077. <https://doi.org/10.3390/su122310077>
- Ramya, N., & Mohamed, A. (2016). Factors affecting consumer buying behavior. *International Journal of Applied Research*, 2(10), 76–80. Retrieved from <http://www.allresearchjournal.com/archives/?year=2016&vol=2&issue=10&part=B&ArticleId=2587>
- Roh, T., Noh, J., Oh, Y., & Park, K.-S. (2022). Structural relationships of a firm's green strategies for environmental performance: The roles of green supply chain management and green marketing innovation. *Journal of Cleaner Production*, 356, 131869. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.131869>
- Rustam, A., Wang, Y., & Zameer, H. (2020). Environmental awareness, firm sustainability exposure and green consumption behaviors. *Journal of Cleaner Production*, 268, 122016. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122016>



การศึกษาการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากพฤติกรรมการเดินทางด้วยยานพาหนะส่วนบุคคล
ของนิสิตมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

A Study on the Greenhouse Gas Emissions from the Personal Vehicle
Commuting Behavior of Rajapruk University Students.

เบญญาภา ขวัญยืน

อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

E-mail: bekhwa@rpu.ac.th

Benyapa Khwanyuen

Lecturer, Logistics and Supply Chain Management Program, Faculty of Business Administration,

Rajapruk University

รับเข้า : 1 เมษายน 2568

แก้ไข : 19 เมษายน 2568

ตอบรับ : 20 เมษายน 2568

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาพฤติกรรมการเดินทางไป-กลับระหว่างมหาวิทยาลัยถึงที่พักของนิสิตมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ วิทยาเขตนนทบุรี และ (2) วิเคราะห์ค่าคาร์บอนฟุตพริ้นต์และประเมินปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยเก็บข้อมูลการใช้ยานพาหนะส่วนบุคคลในการเดินทางไป-กลับระหว่างมหาวิทยาลัยถึงที่พักของนิสิตมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ วิทยาเขตนนทบุรีในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2566 ประชากร คือ นิสิตมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ วิทยาเขตนนทบุรี กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และ 2) ข้อมูลการเดินทาง ได้แก่ ข้อมูลประเภทยานพาหนะ ข้อมูลของเครื่องยนต์ ข้อมูลประเภทเชื้อเพลิง และข้อมูลระยะทาง จากนั้นนำมาคำนวณหาปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกกับค่าสัมประสิทธิ์การปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Emission Factors: EF) และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ผลรวม ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการวิจัยพบว่า การเดินทางโดยรถจักรยานยนต์เป็นยานพาหนะที่นิสิตใช้มากที่สุด ร้อยละ 58.75 รองลงมา คือ รถเก๋ง ร้อยละ 34.75 และรถกระบะ ร้อยละ 6.5 ตามลำดับ ระยะทางการเดินทางไป-กลับระหว่างมหาวิทยาลัยถึงที่พักรวมทั้งสิ้น 15,102.10 กิโลเมตร หรือ 7,551.05 กิโลเมตรต่อเที่ยว มีระยะทางเฉลี่ยเท่ากับ 18.88 กิโลเมตรต่อคนต่อเที่ยว ส่งผลให้เกิดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งหมดจากการเดินทางของนิสิตอยู่ที่ 1,511.96 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า โดยรถเก๋งปล่อยก๊าซเรือนกระจกมากที่สุด 819.45 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ร้อยละ 54.20 รองลงมา คือ รถจักรยานยนต์ 456.66 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ร้อยละ 30.20 และรถกระบะ 235.85 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ร้อยละ 15.60 ตามลำดับ ทั้งนี้ ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อจำนวนนิสิต เฉลี่ยเท่ากับ 3.78 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อคน ผลกระทบจากการเดินทางถือเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ชี้ให้เห็นว่าการเดินทางด้วยยานพาหนะส่วนบุคคลในองค์กรมีผลต่อการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในสัดส่วนสูง

คำสำคัญ: การปล่อยก๊าซเรือนกระจก พฤติกรรมการเดินทาง นิสิตมหาวิทยาลัย

Abstract

The research article aims to (1) study the greenhouse gas emissions from the personal vehicle commuting behavior of Rajapruk University students, Nonthaburi Campus, and (2) analyze the carbon footprint and assess the amount of greenhouse gas emissions. This study utilized a survey methodology to collect data on the use of personal vehicles for commuting between the residences and Rajapruk University, Nonthaburi Campus. During the second semester of the academic year 2023, from a sample group of 400 people with purposive sampling, data were gathered using a questionnaire divided into 2 parts: 1) General information of respondents and 2) Commuting behavior information, including vehicle type, engine type, fuel type, and distance information, were then calculated using the Emission Factors (EF) determined. The sum, percentage, and mean are used in data analysis using basic statistics.

The research findings revealed that motorcycles were the most commonly used mode of transportation among the students, accounting for 58.75%. This was followed

by sedans at 34.75% and pickup trucks at 6.5%, respectively. The average round-trip distance between residence and university was 15,102.10 kilometers, or 7,551.05 kilometers per trip, with an average travel distance of 18.88 kilometers per person per trip. The total greenhouse gas emissions from the students' commuting activities amounted to 1,511.96 kilograms of carbon dioxide equivalent (kgCO_2eq). Sedans contributed the highest greenhouse gas emissions at 819.45 kgCO_2eq , or 54.20%. This was followed by motorcycles at 456.66 kgCO_2eq , or 30.20%, and pickup trucks at 235.85 kgCO_2eq , or 15.60%, respectively. The average greenhouse gas emissions per student amounted to 3.78 kgCO_2eq per person. The impact of commuting serves as a key indicator, highlighting that the use of personal vehicles within the organization contributes significantly to the overall greenhouse gas emissions.

Keywords: greenhouse gas emissions, commuting behavior, university students

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) มีแนวโน้มที่เพิ่มสูงขึ้นและส่งผลกระทบอย่างมากต่อโลก แต่ความสนใจเรื่องการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเพิ่งเริ่มได้รับความสนใจเป็นวงกว้างไม่นานมานี้ นานาประเทศกำลังตื่นตัวและให้ความสำคัญอย่างมาก การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศบนพื้นโลก ทำให้ระบบนิเวศเสื่อมโทรมและเกิดการทำลายถิ่นที่อยู่อาศัยของทั้งพันธุ์พืชและพันธุ์สัตว์หลากหลายชนิด การเปลี่ยนแปลงในลักษณะเช่นนี้ นอกจากจะส่งผลให้อุณหภูมิพื้นผิวของโลกเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ยังทำให้เกิดสภาพอากาศสุดขั้ว (Extreme Weather Events) ขึ้นรุนแรงและมีความถี่ขึ้นอีกด้วย เช่น น้ำท่วม ภัยแล้ง พายุหมุนเขตร้อน ความร้อนสุดขั้ว เป็นต้น ซึ่งอุณหภูมิของโลกที่เพิ่มสูงขึ้นเป็นผลมาจากปรากฏการณ์เรือนกระจก (Greenhouse Effect) โดยการสะสมก๊าซเรือนกระจกในชั้นบรรยากาศมีมากกว่าปกติ จึงเป็นสาเหตุหลักของการเกิดภาวะโลกร้อน (Global Warming) สถานการณ์การปล่อยก๊าซเรือนกระจกในระดับโลกมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยข้อมูลจาก Our World in Data ปี พ.ศ. 2565 พบว่า ค่าเฉลี่ยของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อหัวประชากรทั่วโลกอยู่ที่ประมาณ 4-5 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี ($\text{tCO}_2\text{e/ปี}$) ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นผลจากกิจกรรมของมนุษย์เป็นหลัก กิจกรรมส่วนใหญ่ที่มี

การปล่อยก๊าซเรือนกระจกระดับบุคคล เช่น การใช้พลังงานในที่พักอาศัย การเดินทางและการขนส่ง อุปกรณ์การบริโภค และการจัดการขยะ เป็นต้น ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ถือเป็นก๊าซเรือนกระจกที่มีสัดส่วนมากที่สุด ร้อยละ 76 รองลงมา คือ ก๊าซมีเทน ร้อยละ 16 ก๊าซไนตรัสออกไซด์ ร้อยละ 6 และกลุ่มก๊าซฟลูออรีน ร้อยละ 2 ตามลำดับ ซึ่งก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ส่วนใหญ่เกิดจากการเผาไหม้เชื้อเพลิงฟอสซิล เช่น น้ำมัน ถ่านหิน และก๊าซธรรมชาติ (องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก, 2567) นอกจากนี้ ยังพบว่า มีปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากบริการรถโดยสารสาธารณะในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีเท่ากับ 44,021,25 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปี ($\text{kgCO}_2\text{e/ปี}$) (อัญชิสา กาญจนเกตุ และลิขิต น้อยจ่ายสิน, 2561: 743) รวมถึงในการเดินทางมาแข่งขันเรือพายชิงแชมป์แห่งประเทศไทย มีปริมาณการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดจากการเดินทางทั้งหมด 14,103.58 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (kgCO_2e) (วนิชชา แก้วสุวรรณ, 2564: 50)

ข้อตกลงปารีส (Paris Agreement) ตามกรอบอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (United Nations Framework Convention on Climate Change: UNFCCC) จากการประชุมสมัชชาประเทศภาคีอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ครั้งที่ 28 (Conference of the Parties: COP28) จัดขึ้นที่เมืองดูไบ ประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ เมื่อปี พ.ศ. 2566 ที่ผ่านมา โดยประเทศสมาชิกกว่า 197 ประเทศทั่วโลกได้ตกลงที่จะร่วมกันในการจำกัดการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิโลกไม่ให้สูงขึ้นเกิน 1.5 องศาเซลเซียส และตั้งเป้าลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกภายในปี พ.ศ. 2573 (สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2566: 36) สำหรับประเทศไทยได้ให้ความสำคัญต่อการจัดการแก้ไขปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยดำเนินงานตามนโยบายสำคัญของประเทศในยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) และแผนแม่บทรองรับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (พ.ศ. 2558-2593) ซึ่งประกอบด้วยแนวทางการดำเนินงานใน 3 เรื่องหลัก ได้แก่ 1) การปรับตัวต่อผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ 2) การลดก๊าซเรือนกระจกและส่งเสริมการเติบโตที่ปล่อยคาร์บอนต่ำ และ 3) การสร้างขีดความสามารถด้านการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ทั้งนี้ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) ภายในปี พ.ศ. 2593 และเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Greenhouse Gas Emission) ภายในปี พ.ศ. 2608 (สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2558: 59)

มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์เป็นสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่สำคัญแห่งหนึ่ง ตั้งอยู่ในตำบลบางขนุน อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ปัจจุบันมหาวิทยาลัยจัดการเรียนการสอน 3 แห่ง ได้แก่ วิทยาเขต

นนทบุรี วิทยาเขตนนทบุรี และศูนย์การศึกษานอกสถานที่ตั้ง จังหวัดภูเก็ต โดยเปิดสอนระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก คณะผู้บริหารมหาวิทยาลัยได้ตระหนักถึงความสำคัญของการเปลี่ยนแปลง สภาพภูมิอากาศและผลกระทบที่เกิดขึ้น ทั้งยังพร้อมรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยการ สนับสนุนโครงการที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ อาทิ โครงการฟื้นฟูพื้นที่สีเขียว โครงการปลูกต้นไม้ เป็นต้น ซึ่งการขนส่งหรือการใช้น้ำมันเชื้อเพลิง การเดินทางไป-กลับระหว่างมหาวิทยาลัยถึงที่พัก ของนิสิตมีส่วนสำคัญกับการเพิ่มปริมาณก๊าซเรือนกระจกในองค์กรอย่างมาก ทั้งนี้ การเดินทางไป-กลับ ของบุคลากรในองค์กร (Employee Commuting) ด้วยยานพาหนะส่วนบุคคลนั้นเป็นส่วนหนึ่งของการ ประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นต์ขององค์กร (Carbon Footprint for Organization: CFO) ขอบเขตที่ 3 การ ปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่น ๆ (สถาบันการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ, 2566: 8-9)

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยได้ตระหนักถึงความสำคัญของการศึกษาพฤติกรรมการเดินทางไป-กลับระหว่าง มหาวิทยาลัยถึงที่พักของนิสิตมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ วิทยาเขตนนทบุรีเป็นกรณีศึกษา โดยการศึกษาจะช่วย ให้ทราบถึงแหล่งกำเนิดและปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐาน ในการกำหนดแนวทางการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเดินทางไป-กลับระหว่างมหาวิทยาลัยถึงที่พักของนิสิตมหาวิทยาลัย ราชพฤกษ์ วิทยาเขตนนทบุรี
2. เพื่อวิเคราะห์ค่าคาร์บอนฟุตพริ้นต์และประเมินปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดจาก การเดินทางไป-กลับระหว่างมหาวิทยาลัยถึงที่พักของนิสิตมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ วิทยาเขตนนทบุรี

วิธีการวิจัย

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมุ่งเน้นการประเมินค่าคาร์บอน ฟุตพริ้นต์ และปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ที่เกิดจากการเดินทางไป-กลับระหว่างมหาวิทยาลัยถึง ที่พักของนิสิตมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ วิทยาเขตนนทบุรี ที่เดินทางด้วยยานพาหนะส่วนบุคคล พื้นที่วิจัย คือ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ วิทยาเขตนนทบุรี ที่ตั้งเลขที่ 9 หมู่ 1 ถนนนครอินทร์ ตำบลบางขุน อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี 11130 โดยทำการเก็บข้อมูลในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2566

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นิสิตมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ วิทยาเขตนนทบุรี จำนวน 3,078 คน ที่เดินทางด้วยยานพาหนะส่วนบุคคล จากที่พักถึงมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ วิทยาเขตนนทบุรี (ข้อมูล ณ วันที่ 30 พฤศจิกายน 2566) กลุ่มตัวอย่าง คือ นิสิตมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ วิทยาเขตนนทบุรี จำนวน 354 คน เลือกด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 (สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 11 จังหวัด นครศรีธรรมราช, ม.ป.ป.) ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์และเพิ่มความแม่นยำของข้อมูล ผู้วิจัยจึงเก็บ ข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ซึ่งมากกว่าจำนวนขั้นต่ำที่กำหนดไว้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน และแหล่งที่พักของนิสิต มีลักษณะ เป็นคำถามปลายปิด และส่วนที่ 2 ข้อมูลการเดินทาง ได้แก่ ข้อมูลประเภทยานพาหนะ ข้อมูลของ เครื่องยนต์ ข้อมูลของเชื้อเพลิงที่ใช้ และข้อมูลของระยะทาง มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด การ ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้ 1) ความเที่ยงตรง (Validity) ด้วยการนำแบบสอบถาม ไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่านทำการตรวจสอบ ผลการตรวจสอบ พบว่า ความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ข้อคำถามในแบบสอบถามมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.67 ถึง 1.00 ซึ่งอยู่ใน เกณฑ์ที่ยอมรับได้ ตามเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ค่าที่คำนวณได้จะต้องมากกว่า 0.50 ($IOC > 0.50$) และ 2) ความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยการทดลองใช้แบบสอบถาม (Try Out) กับ กลุ่มนิสิตกลุ่มเล็ก จำนวน 10 คน ก่อนนำไปใช้จริง พบว่า แบบสอบถามมีความชัดเจน เข้าใจง่าย และ ผู้ตอบสามารถตอบได้อย่างครบถ้วน (กิตติพงษ์ พิพิธกุล, 2561, น.104-110)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามพฤติกรรมการเดินทางไป-กลับระหว่าง มหาวิทยาลัยถึงที่พักของนิสิตมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ วิทยาเขตนนทบุรี แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วน ที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน และแหล่งที่พักของนิสิต และ ส่วนที่ 2 ข้อมูลการเดินทาง ได้แก่ ข้อมูลประเภทยานพาหนะ ข้อมูลของเครื่องยนต์ ข้อมูลของเชื้อเพลิงที่ ใช้ และข้อมูลของระยะทาง

2. ข้อมูลทุติยภูมิ ได้จากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ ดังนี้

2.1 อัตราการสิ้นเปลืองเชื้อเพลิง (Fuel Consumption Rate) จำแนกตามข้อมูลประเภท ยานพาหนะ ข้อมูลของเครื่องยนต์ และข้อมูลของประเภทเชื้อเพลิง ดังตารางที่ 1 (ประกาศกรมเชื้อเพลิง ธรรมชาติ, 2565: 30-32)

ประเภทยานพาหนะ	ประเภทเชื้อเพลิง	หน่วย	อัตราการสิ้นเปลืองเชื้อเพลิง
รถยนต์ขนาดเล็ก (1500 cc)	เบนซิน	km/L	17.770
รถยนต์ขนาดกลาง (1600 cc)	เบนซิน	km/L	15.238
รถยนต์ขนาดกลาง (1800 cc)	เบนซิน	km/L	13.796
รถยนต์ขนาดใหญ่ (2000 cc)	เบนซิน	km/L	12.248
รถยนต์เฉลี่ยทุกขนาด	เบนซิน	km/L	14.763
รถกระบะบรรทุกเฉลี่ย	ดีเซล	km/L	6.369
รถกระบะส่วนบุคคลขนาด 1 ตัน	ดีเซล	km/L	11.111
รถ NGV	CNG	km/Kg	11.905
รถ LPG	LPG	km/L	8.929
รถจักรยานยนต์ 4 จังหวะ เครื่องยนต์เล็กกว่า 125 cc	เบนซิน	km/L	36.625
รถจักรยานยนต์ 4 จังหวะ เครื่องยนต์ขนาด 125 cc	เบนซิน	km/L	38.655
รถจักรยานยนต์ 2 จังหวะ เครื่องยนต์ขนาด 120 cc	เบนซิน	km/L	37.245
รถจักรยานยนต์ 2 จังหวะ เครื่องยนต์ขนาด 150 cc	เบนซิน	km/L	27.625
รถจักรยานยนต์ 4 จังหวะเฉลี่ยทุกขนาด	เบนซิน	km/L	37.640
รถจักรยานยนต์ 2 จังหวะเฉลี่ยทุกขนาด	เบนซิน	km/L	32.435

ตารางที่ 1 อัตราการสิ้นเปลืองเชื้อเพลิงของยานพาหนะ

2.2 ค่าสัมประสิทธิ์การปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Emission Factor: EF) เพื่อใช้ในการคำนวณปริมาณก๊าซเรือนกระจก ดังตารางที่ 2 (องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก, 2565)

ประเภทเชื้อเพลิง	หน่วย	ค่าสัมประสิทธิ์ (kgCO ₂ eq/หน่วย)
น้ำมันดีเซล (Gas/ Diesel Oil)	Liter	2.7406
น้ำมันเบนซิน (Motor Gasoline)	Liter	2.2394
LPG (Liquified Petroleum Gas)	Kg	1.7306
CNG (Compressed Natural Gas)	Liter	2.2609

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์การปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Emission Factor: EF)

การวิเคราะห์ข้อมูล

จากการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม แบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน และแหล่งที่พักของนิสิต ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ผลรวม ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

2. ข้อมูลการเดินทาง ได้แก่ ข้อมูลประเภทยานพาหนะ ข้อมูลของเครื่องยนต์ ข้อมูลของเชื้อเพลิงที่ใช้ และข้อมูลของระยะทาง ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

2.1 การคำนวณปริมาณน้ำมันที่ใช้งาน

การคำนวณปริมาณน้ำมันที่ใช้งานในการเดินทางไป-กลับระหว่างมหาวิทยาลัยถึงที่พักของนิสิตมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ วิทยาเขตนนทบุรี โดยใช้สมการดังนี้

$$\text{ปริมาณน้ำมันที่ใช้งาน} = \frac{\text{ระยะทาง}}{\text{อัตราการสิ้นเปลืองเชื้อเพลิง}}$$

โดยที่ระยะทางระหว่างมหาวิทยาลัยถึงที่พักของนิสิต ซึ่งวัดด้วยโปรแกรม Google Maps หน่วยเป็นกิโลเมตร และอัตราการสิ้นเปลืองเชื้อเพลิง ซึ่งค่าดังกล่าวแปรผันตามประเภทของยานพาหนะ ประเภทเครื่องยนต์ และประเภทของเชื้อเพลิง หน่วยเป็นกิโลเมตรต่อลิตร ผลลัพธ์ที่ได้จากสมการนี้จะ เป็นค่าปริมาณเชื้อเพลิงที่ใช้ในการเดินทาง ซึ่งนำไปใช้ในการคำนวณปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกใน ขั้นตอนถัดไป

2.2 การคำนวณปริมาณก๊าซเรือนกระจก

การคำนวณปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการเดินทางไป-กลับระหว่างมหาวิทยาลัยถึงที่พักของนิสิตมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ วิทยาเขตนนทบุรี โดยใช้สมการต่อไปนี้

$$\text{ปริมาณก๊าซเรือนกระจก} = \text{ปริมาณน้ำมันที่ใช้งาน} \times \text{ค่าสัมประสิทธิ์การปล่อยก๊าซเรือนกระจก}$$

เมื่อได้ค่าปริมาณเชื้อเพลิงที่ใช้ในการเดินทาง หน่วยเป็นลิตร และนำไปคำนวณกับค่าสัมประสิทธิ์การปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยเลือกค่าสัมประสิทธิ์การปล่อยก๊าซเรือนกระจกตามประเภทของเชื้อเพลิง มีหน่วยเป็นกิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (kgCO_2eq) ผลลัพธ์ที่ได้จากสมการนี้ แสดงถึงปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ปล่อยออกมาในการเดินทางของนิสิต ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ภาพรวมของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการเดินทางทั้งหมดในกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย แบ่งเป็น 2 ประเด็น ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. ผลการศึกษาพฤติกรรมการเดินทางไป-กลับระหว่างมหาวิทยาลัยถึงที่พักของนิสิตมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ วิทยาเขตนนทบุรี พบว่า การเดินทางด้วยยานพาหนะส่วนบุคคลไป-กลับระหว่างมหาวิทยาลัยถึงที่พัก เป็นเพศหญิง 222 คน ร้อยละ 55.5 และเพศชาย 178 คน ร้อยละ 44.5 ช่วงอายุ 21-30 ปี มีจำนวนมากที่สุด 392 คน ร้อยละ 98 และรายได้ที่มากที่สุด คือ รายได้ 10,001-15,000 บาท 181 คน ร้อยละ 45.25 ส่วนใหญ่เดินทางด้วยรถจักรยานยนต์ 235 คน ร้อยละ 58.75 รองลงมา คือ รถเก๋ง 139 คน ร้อยละ 34.75 และรถกระบะ 26 คน ร้อยละ 6.5 ตามลำดับ แหล่งที่พักของนิสิตมากที่สุด คือ นนทบุรี 209 คน ร้อยละ 52.25 รองลงมา คือ กรุงเทพมหานคร 151 คน ร้อยละ 37.75 และอื่นๆ 40 คน ร้อยละ 11.25 ได้แก่ ปทุมธานี สมุทรปราการ นครปฐม อโยธยา สุพรรณบุรี ราชบุรี และสมุทรสาคร ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์ค่าคาร์บอนฟุตพริ้นต์และประเมินปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดจากการเดินทางไป-กลับระหว่างมหาวิทยาลัยถึงที่พักของนิสิตมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ วิทยาเขตนนทบุรี พบว่า ประเภทเชื้อเพลิงยานพาหนะ ส่วนใหญ่ใช้น้ำมันเบนซิน 374 คน ร้อยละ 93.5 และน้ำมันดีเซล 26 คน ร้อยละ 6.5 และมีระยะทางไป-กลับรวมทั้งสิ้น 15,102.10 กิโลเมตร หรือ 7,551.05 กิโลเมตรต่อเที่ยว โดยมีระยะทางเฉลี่ยในการเดินทางเท่ากับ 18.88 กิโลเมตรต่อคนต่อเที่ยว

หากพิจารณาประเภทเชื้อเพลิงและระยะทางการเดินทาง พบว่า ยานพาหนะที่ใช้น้ำมันเบนซินมีระยะทาง 14,145.90 กิโลเมตร หรือ 7,072.95 กิโลเมตรต่อเที่ยว และน้ำมันดีเซลมีระยะทาง 956.20 กิโลเมตร หรือ 478.10 กิโลเมตรต่อเที่ยว ดังตารางที่ 3

ประเภท เชื้อเพลิง	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ระยะทางไปกลับ (กิโลเมตร)	ระยะทางต่อเที่ยว (กิโลเมตร)
เบนซิน	374	93.5	14,145.90	7,072.95
ดีเซล	26	6.5	956.20	478.10
รวมทั้งหมด			15,102.10	7,551.05
ระยะทางเฉลี่ยต่อคน			37.76	18.88

ตารางที่ 3 ร้อยละของประเภทเชื้อเพลิงและระยะทางการเดินทาง

จากผลการวิเคราะห์ระยะทางจากการเดินทางการเดินทางไป-กลับระหว่างมหาวิทยาลัยถึงที่พักและอัตราการสิ้นเปลืองเชื้อเพลิง พบว่า ปริมาณน้ำมันเชื้อเพลิงที่ใช้ไปรวมทั้งสิ้น 655.90 ลิตร แบ่งเป็นน้ำมันเบนซิน 569.84 ลิตร (รถเก๋ง 365.92 ลิตร และรถจักรยานยนต์ 203.92 ลิตร) ร้อยละ 86.88 และน้ำมันดีเซล 86.06 ลิตร (รถกระบะ) ร้อยละ 13.12

นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปริมาณน้ำมันเชื้อเพลิงที่ใช้ และค่าสัมประสิทธิ์การปล่อยก๊าซเรือนกระจก เมื่อนำมาคำนวณหาปริมาณก๊าซเรือนกระจก พบว่า มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ วิทยาเขตนนทบุรี มีปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่เกิดจากการเดินทางไป-กลับระหว่างมหาวิทยาลัยถึงที่พักของนิสิตทั้งหมด 1,511.96 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (kgCO_2eq) ซึ่งเกิดจากการเดินทางที่มีการใช้เชื้อเพลิงประเภทน้ำมันเบนซินเท่ากับ 1,276.11 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (kgCO_2eq) และน้ำมันดีเซลเท่ากับ 235.85 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (kgCO_2eq)

เมื่อทำการเปรียบเทียบปริมาณก๊าซเรือนกระจกตามประเภทของยานพาหนะพบว่า รถเก๋ง มีปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกมากที่สุด เท่ากับ 819.45 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (kgCO_2eq) ร้อยละ 54.20 รองลงมา คือ รถจักรยานยนต์เท่ากับ 456.66 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (kgCO_2eq) ร้อยละ 30.20 และรถกระบะเท่ากับ 235.85 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (kgCO_2eq) ร้อยละ 15.60 อีกทั้ง เมื่อพิจารณาปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อคนจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้ง 400 คน จะมีค่าเท่ากับ 3.78 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อคน ($\text{kgCO}_2\text{eq/คน}$) ดังตารางที่ 4

ยานพาหนะ	ประเภท เชื้อเพลิง	ปริมาณ เชื้อเพลิง (ลิตร)	ค่าสัมประสิทธิ์ ($\text{kgCO}_2\text{eq/หน่วย}$)	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือน กระจก (kgCO_2eq)
รถเก๋ง	เบนซิน	365.92	2.2394	819.45
รถจักรยานยนต์	เบนซิน	203.92	2.2394	456.66
รถกระบะ	ดีเซล	86.06	2.7406	235.85
รวมทั้งหมด				1,511.96
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเฉลี่ยต่อคน				3.78

ตารางที่ 4 ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการเดินทางไป-กลับ
ระหว่างมหาวิทยาลัยถึงที่พักของนิสิต

อภิปรายผล

งานวิจัยนี้พบว่า พฤติกรรมการเดินทางไป-กลับระหว่างมหาวิทยาลัยถึงที่พักของนิสิต มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ วิทยาเขตนนทบุรี ด้วยรถจักรยานยนต์มากที่สุด ร้อยละ 58.75 รถเก๋ง ร้อยละ 34.75 และรถกระบะ ร้อยละ 6.5 ใช้เชื้อเพลิงน้ำมันเบนซินมากที่สุด ร้อยละ 93.5 และน้ำมันดีเซล ร้อยละ 6.5 ระยะทางไป-กลับรวมทั้งสิ้น 15,102.10 กิโลเมตร หรือ 7,551.05 กิโลเมตรต่อเที่ยว โดยมีปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งหมดที่ 1,511.96 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (kgCO_2eq)

แบ่งเป็นน้ำมันเบนซิน 1,276.11 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (kgCO_2eq) และน้ำมันดีเซล เท่ากับ 235.85 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (kgCO_2eq) หากพิจารณาปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อจำนวนนิสิต เฉลี่ยเท่ากับ 3.78 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อคน ($\text{kgCO}_2\text{eq/คน}$) ผลกระทบจากการเดินทาง เป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ชี้ให้เห็นว่าการเดินทางด้วยยานพาหนะส่วนบุคคลในองค์กรมีผลต่อการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในสัดส่วนสูง สอดคล้องกับงานวิจัยของตระการ พรหมสำลี และทัศนีย์ เจียรพสุณันต์ (2564: 1122) พบว่า การเดินทางด้วยยานพาหนะส่วนบุคคลของนักศึกษาและบุคลากรมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ส่งผลให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกภายในมหาวิทยาลัย ร้อยละ 96.64 ของปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งหมดที่เกิดขึ้น

นอกจากนี้ การประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นต์และปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดจากการเดินทางไป-กลับระหว่างมหาวิทยาลัยถึงที่พักของนิสิตมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ วิทยาเขตนนทบุรี เป็นส่วนหนึ่งของการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นต์ขององค์กร ขอบเขตที่ 3 การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่นๆ ที่เกิดจากการเดินทางด้วยยานพาหนะส่วนบุคคลของบุคลากร พบว่า ส่งผลให้เกิดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในภาพรวมอย่างมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของภาณุพงศ์ พรหมมาร์ตัน (2561: 116-117) กล่าวว่า ผลการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นต์ขององค์กรของภาควิชาวิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยขอบเขตที่ 3 การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่นๆ ร้อยละ 41.2 มีสัดส่วนหลักมาจากการเดินทางไปกลับของนักศึกษาและบุคลากรเช่นกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษาวิจัย เรื่อง การศึกษาการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากพฤติกรรมการเดินทางด้วยยานพาหนะส่วนบุคคลของนิสิตมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางการลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกของมหาวิทยาลัย อันเนื่องมาจากพฤติกรรมการใช้ยานพาหนะส่วนบุคคลของนักศึกษาและบุคลากร ดังนี้

1. การปรับปรุงพฤติกรรมของผู้ขับขี่ ข้อมูลจากคู่มือแนวทางการประหยัดพลังงานในกิจการขนส่งระบุว่า 1) การควบคุมความเร็วในการขับขี่ด้วยความเร็วคงที่ อัตราความเร็วที่เหมาะสม คือ 60-80 กิโลเมตรต่อชั่วโมง 2) การลดการเหยียบคันเร่ง หรือเบรกกะทันหัน 3) การควบคุมลมยางให้ได้มาตรฐานของบริษัทผู้ผลิตราย โดยทั่วไปจะอยู่ที่ประมาณ 28-36 ปอนด์/ตารางนิ้ว หากความดันลมยางต่ำกว่ามาตรฐานทุกๆ 1 ปอนด์/ตารางนิ้ว จะสิ้นเปลืองน้ำมัน ร้อยละ 2 และ 4) การบำรุงรักษาสภาพเครื่องยนต์

ให้อยู่ในสภาพดี แนวทางข้างต้นจะช่วยลดปริมาณน้ำมันเชื้อเพลิงและประหยัดพลังงาน รวมทั้งลดการเกิด
ก๊าซเรือนกระจกที่แหล่งกำเนิดได้ (สถาบันพลังงานเพื่ออุตสาหกรรม, 2555: 72-74)

2. การใช้อยานยนต์ไฟฟ้า จากการศึกษานโยบายการสนับสนุนการใช้อยานยนต์ไฟฟ้า พบว่า ปัจจัยสนับสนุนที่ทำให้ผู้บริโภคสนใจใช้อยานยนต์ไฟฟ้า คือ การสร้างแรงจูงใจเพื่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้หันมาเลือกใช้อยานยนต์ไฟฟ้ามากขึ้น โดยการออกมาตรการเพิ่มสิทธิประโยชน์สำหรับผู้ใช้งานยานยนต์ไฟฟ้า ทั้งมาตรการสร้างแรงจูงใจทางการเงินและมีใช้ทางการเงิน เช่น การลดหรือยกเว้นภาษี การให้เงินอุดหนุนในการซื้อยานยนต์ไฟฟ้า การจัดหาที่จอดรถสำหรับยานยนต์ไฟฟ้าโดยเฉพาะ และการสร้างความตระหนักรู้ให้แก่ผู้ใช้อยานยนต์ไฟฟ้า เป็นต้น ซึ่งการปรับเปลี่ยนไปใช้อยานยนต์ไฟฟ้านอกจากจะช่วยลดปริมาณน้ำมันเชื้อเพลิง และลดมลพิษทางอากาศ ยังสามารถช่วยลดค่าใช้จ่ายได้อีกด้วย (ฐิริ สิริสุนทร และคณะ, 2562: 133-134)

3. การใช้บริการขนส่งสาธารณะ โดยการรณรงค์ให้นิสิตหันมาใช้บริการขนส่งสาธารณะจะช่วยลดการเกิดก๊าซเรือนกระจกอย่างมาก เมื่อเปรียบเทียบการเดินทางที่ระยะทางเท่ากันของรถโดยสารประจำทางกับรถยนต์ส่วนบุคคล พบว่า รถโดยสารประจำทางปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อคนน้อยกว่ารถยนต์ส่วนบุคคลในปริมาณน้อยกว่ามาก ซึ่งปัจจุบันมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ วิทยาเขตนนทบุรี มีรถโดยสารประจำทางหลากหลายเส้นทางมากขึ้น ได้แก่ รถเมล์สาย 2-33 (บัวทองเคหะ-สถานีรถไฟบางซื่อ) สมายล์บัส สาย4-67 (สถานีรถไฟศาลายา-กระทรวงพาณิชย์) รถสองแถว (ทำนวนนท์-ตลาดพระราม5) และรถตู้รับ-ส่งของมหาวิทยาลัย เป็นต้น ดังนั้น การใช้บริการขนส่งสาธารณะของมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ วิทยาเขตนนทบุรีมีส่วนในการลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของมหาวิทยาลัยได้อีกด้วย หากมหาวิทยาลัยสร้างแรงจูงใจด้วยการสนับสนุนทางการเงิน ทั้งส่วนลด หรือบัตรกำนัลต่างๆ สามารถกระตุ้นเพื่อส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงไปสู่การใช้บริการขนส่งสาธารณะ (Roknaldin et al., 2025: 7-8)

4. เส้นทางเดียวกันไปด้วยกัน เป็นการเดินทางด้วยวิธีการ Carpool มีบุคคล 2 คนหรือมากกว่านั้น ร่วมโดยสารไปในเส้นทางเดียวกัน และมีจุดหมายเป็นสถานที่ตั้งอยู่ระหว่างทางของเจ้าของรถ เช่น แอปพลิเคชัน LILUNA ซึ่งเปิดโอกาสให้เจ้าของรถหาเพื่อนร่วมทาง และร่วมกันรับผิดชอบค่าใช้จ่ายต่างๆ ในปัจจุบันจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยได้เข้าร่วมแอปพลิเคชันดังกล่าวในชื่อกลุ่ม CHULA SHARING การเดินทางในลักษณะนี้นอกจากจะช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และยังช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายได้อีกทางหนึ่งด้วย (สำนักงานจัดการทรัพยากรสิน, 2563)

บรรณานุกรม

- กิตติพงษ์ พิพิธกุล. (2561). คุณภาพเครื่องมือแบบสอบถาม: Validity กับ Reliability ในการวิจัยทางรัฐ
ประศาสนศาสตร์. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 8(2), 104–
110.
- ตระการ พรหมสำลี, & ทศนีย์ เจียรพสุอนันต์. (2564). รายงานการประชุมทางวิชาการของ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 59: การประเมินการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการเดินทาง
เพื่อการขนส่งที่ยั่งยืนของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ประกาศกรมเชื้อเพลิงธรรมชาติ กระทรวงพลังงาน. (2565, 16 สิงหาคม). ประกาศกรมเชื้อเพลิงธรรมชาติ
เรื่อง หลักเกณฑ์การรายงานและวิธีการคำนวณปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการ
ประกอบกิจการปิโตรเลียม พ.ศ. 2565. *ราชกิจจานุเบกษา*, 139(ตอนพิเศษ 188 ง), 30–32.
- ภานุพงศ์ พรหมมาร์ตน์. (2561). การประเมินรอยเท้าคาร์บอนขององค์กร: กรณีศึกษาของภาควิชา
วิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร. *Veridian E-Journal,
Science and Technology Silpakorn University*, 5(3), 116–117.
- ภูรี สิริสุนทร, และคณะ. (2562). โครงการประเมินมาตรการส่งเสริมการใช้นานยนต์ไฟฟ้าต่อการยอมรับ
ของผู้บริโภคและประสิทธิภาพการใช้พลังงานในภาคขนส่ง: รายงานผลการวิจัย. กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วนิชชา แก้วสุวรรณ. (2564). การประเมินการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมการแข่งขันเรือ
พายชิงแชมป์แห่งประเทศไทย (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิ
โรฒ.
- สถาบันการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. (2566). *ความรู้เบื้องต้น
การประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร*. สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2567, จาก
<https://bit.ly/3EhWD9A>
- สถาบันพลังงานเพื่ออุตสาหกรรม สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. (2555). *คู่มือแนวทางการประหยัด
พลังงานในกิจการขนส่ง*. สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2567, จาก <https://iie.fti.or.th/?p=3802>
- สำนักงานจัดการทรัพยากรสิน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2563). *CHULA Sharing Carpool*. สืบค้นเมื่อ 17
เมษายน 2568, จาก https://pmcu.co.th/car-pool/?utm_source=chatgpt.com

สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2558). แผนแม่บทรองรับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ พ.ศ. 2558–2593. สืบค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2567, จาก <https://bit.ly/4j6gNOR>

สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2566). รายงานสถานการณ์คุณภาพสิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2565. สืบค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2567, จาก <https://www.onep.go.th/ebook/soe/soereport2022.pdf>

สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 11 จังหวัดนครราชสีมา. (ม.ป.ป.). การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร Yamane. สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2567, จาก <https://hpc11.go.th/me-working-age/yamane/index>

องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก. (2565). ค่าการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Emission Factor) รวบรวมมาจากข้อมูลทุติยภูมิ สำหรับการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร. สืบค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2567, จาก <https://bit.ly/4j7zlOc>

องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก. (2567). 1 ปี คนทั่วโลกปล่อยก๊าซเรือนกระจกเท่าไร?. สืบค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2567, จาก <https://bit.ly/3EguriF>

อัญชิสา กาญจนเกตุ, & ลิขิต น้อยจ่ายสิน. (2561). การปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากบริการรถโดยสารสาธารณะในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี: กรณีศึกษาสองแถว (สีน้ำเงิน). ใน รายงานการประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ เครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ ครั้งที่ 18 และลำปางวิจัย ครั้งที่ 4. ลำปาง: มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ.

Roknaldin, A., Kruke, L., Qiao, A., & von Winterfeldt, D. (2025). Reducing carbon emissions from student commuting in higher education. *Environment Systems and Decisions*, 45(5), 7–8. <https://doi.org/10.1007/s10669-025-09876-3> (ถ้ามี DOI)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดผ่านโมบายมาร์เก็ตติ้งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ
ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้บริโภคสูงอายุ ในเขตพระนครกรุงเทพมหานคร
The Marketing Mix Factors through Mobile Marketing that Influence the
Purchasing Decisions of Elderly Consumers in the Phra Nakhon
District of Bangkok.

วิภาวรรณ พิสิฐเวช

อาจารย์ประจำสาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น

E-mail: wipisit99@gmail.com

Wipawan Pisitwej

Lecturer, Master of Business Administration Program, Northern College

รับเข้า : 24 กันยายน 2567

แก้ไข : 24 ตุลาคม 2567

ตอบรับ : 28 ตุลาคม 2567

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดผ่านโมบายมาร์เก็ตติ้งต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ 2) ศึกษาระดับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ และ 3) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดผ่านโมบายมาร์เก็ตติ้ง ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้บริโภคสูงอายุ ซึ่งเป็นกลุ่มที่เคยตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านโมบายมาร์เก็ตติ้ง ในเขตพื้นที่พระนคร กรุงเทพมหานคร มีอายุ 60 ปีขึ้นไปจำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐาน ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ด้านความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.37 ลำดับแรก คือ ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว ค่าเฉลี่ย 3.83 รองลงมา ด้านการส่งเสริมการขายค่าเฉลี่ย 3.43 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายค่าเฉลี่ย 3.38 ด้านราคาค่าเฉลี่ย 3.37 ด้านผลิตภัณฑ์ค่าเฉลี่ย 3.10 และด้านการให้บริการส่วนบุคคลค่าเฉลี่ย 3.09 2) ระดับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.29 ลำดับแรกคือ ด้านการค้นหาข้อมูลค่าเฉลี่ย 3.37 รองลงมา ด้านการรู้ถึงความต้องการค่าเฉลี่ย 3.35 ด้านการประเมินทางเลือกค่าเฉลี่ย 3.33 ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อค่าเฉลี่ย 3.24 ด้านการตัดสินใจซื้อ ค่าเฉลี่ย 3.17 และ 3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของกลุ่มผู้บริโภคสูงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาด โฆษณามาร์เก็ตติ้ง การตัดสินใจซื้อ

Abstract

The aims of this research are to : 1) investigate the significance of marketing mix elements in mobile marketing on purchasing decisions, 2) assess the extent of purchasing decisions, and 3) analyze the marketing mix factors in mobile marketing that affect the purchasing decisions of elderly consumers, who have previously engaged in mobile marketing purchases, in the Phra Nakhon district of Bangkok. The sample consists of 400 people aged 60 and older. The data was collected using a questionnaire, and statistical analyses, including percentage, mean, standard deviation, and hypothesis testing, were carried out using multiple regression.

The findings are as follows: 1) The importance of the marketing mix elements was highly valued, with an average score of 3.37. The most ranked factor is privacy protection, with an average of 3.83, followed by sales promotion (3.43), distribution channels (3.38), pricing (3.37), product (3.10), and personal service (3.09). 2) The overall rating of purchase decisions was strong, averaging 3.29. The primary factor was information search (3.37), succeeded by recognition of needs (3.35), evaluation of alternatives (3.33), post-purchase behavior (3.24), and purchasing decision (3.17). 3) The research of the marketing mix factors revealed that the product component strongly affects the purchasing decisions of older consumers at a 0.05

Keywords: Marketing mix, Mobile marketing, Purchasing decision

บทนำ

ในปัจจุบันสื่อออนไลน์เป็นสื่อที่มีอิทธิพลในการทำการตลาดอย่างมาก ทั้งซื้อขายสินค้าอุปโภคบริโภคและบริการต่าง ๆ อีกทั้งยังสามารถนำไปใช้ภายในองค์กรได้หลายรูปแบบ รวมถึงโทรศัพท์มือถือที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และมีอิทธิพลต่อการใช้ชีวิตประจำวันของประชากรทั่วทุกมุมของโลก มีบทบาทเข้ามาปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ไปจากเดิม ให้สะดวกสบายยิ่งขึ้น ผู้บริโภคจึงหันมาเลือกใช้ ช่องทางการบริโภคสินค้าและการบริการทางออนไลน์มากยิ่งขึ้น ทำให้ธุรกิจออนไลน์ต่าง ๆ มีการปรับตัว โดยการพึ่งพาเทคโนโลยีเป็นตัวขับเคลื่อน (เปรมกมล หงส์ยนต์, 2562)

โมบายมาร์เก็ตติ้ง คือการคิดค้นแคมเปญทางการตลาด เพื่อมุ่งเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่ใช้จานอุปกรณ์เคลื่อนที่ ไม่ว่าจะเป็น สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต สมาร์ทวอช หรืออื่น ๆ โดยดัดแปลงข้อความ ขนาดรูปภาพ/วิดีโอ รวมถึงหน้า Interface บนเว็บไซต์ เพื่อมอบประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้กับลูกค้า ปัจจุบันประเทศไทยมีผู้ใช้งาน Internet 63.2 ล้านคน หรือคิดเป็น 88% ของประชากรทั้งหมดและมีผู้ใช้งาน Social Media 49.1 ล้านคนหรือคิดเป็น 68.3% ของประชากรทั้งหมด (Thaipublica, 2024) โดยกลุ่มวัยทำงานเป็นกลุ่มที่มีการใช้งาน Internet และ Social Media สูงสุด ขณะที่กลุ่มผู้สูงวัยที่มีอายุระหว่าง 54-72 ปีเป็นกลุ่มที่มีจำนวนผู้ใช้งานเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญและจะกลายเป็นหนึ่งในผู้ใช้ Social Media กลุ่มหลักที่สำคัญต่อตลาด E-Commerce อย่างชัดเจนมากขึ้นทำให้เห็นได้ว่าพฤติกรรมสังคมการบริโภคของกลุ่มผู้สูงอายุนั้นในปัจจุบัน ได้มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำการศึกษาลึกลงไปถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดผ่าน Mobile Marketing ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้บริโภคสูงอายุในเขตพระนครกรุงเทพมหานคร

คำถามการวิจัย

1. ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดผ่านโมบายมาร์เก็ตติ้งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้บริโภคสูงอายุ ในเขตพระนครกรุงเทพมหานคร เป็นอย่างไร
2. ระดับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้บริโภคสูงอายุ ในเขตพระนครกรุงเทพมหานคร เป็นอย่างไร
3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดผ่านโมบายมาร์เก็ตติ้งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้บริโภคสูงอายุ ในเขตพระนครกรุงเทพมหานคร เป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดผ่านโมบายมาร์เก็ตติ้งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้บริโภคสูงอายุ ในเขตพระนครกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้บริโภคสูงอายุ ในเขตพระนครกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดผ่านโมบายมาร์เก็ตติ้งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้บริโภคสูงอายุ ในเขตพระนครกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดผ่านโมบายมาร์เก็ตติ้ง ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) ด้านการรักษา

ความเป็นส่วนตัว (Privacy) และด้านการให้บริการส่วนบุคคล (Personalization) ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้บริโภคสูงอายุ ในเขตพระนครกรุงเทพมหานคร

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กริณท์วิญ รักษาม (2560) กล่าวถึง E-Marketplace หมายถึง เว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชันสื่อกลางการติดต่อซื้อ - ขาย แหล่งข้อมูล ขนาดใหญ่ในการรวบรวมข้อมูลผู้ซื้อ - ผู้ขายสินค้าและบริการ ธุรกิจร้านค้าจำนวนมาก โดยเปิดให้ผู้ซื้อ ผู้ขายเข้ามาทำการติดต่อซื้อ - ขาย แลกเปลี่ยนข้อมูลสินค้าและบริการ ซึ่งถือว่าเป็นช่องทางในการติดต่อ ซื้อขายรูปแบบใหม่ที่ปรับเปลี่ยนกระบวนการทางการค้า และตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้กิจกรรมทางการตลาดกระบวนการซื้อ - ขาย สะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ มากยิ่งขึ้น รวมถึงตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภค ณ ปัจจุบันด้วยการนำเสนอสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์

สามารถ สิทธิธินิ (2562) กล่าวถึง e - Marketplace หรือ Electronic Marketplace คือ เว็บไซต์สื่อกลางการติดต่อ ซื้อ - ขาย ที่รวบรวมสินค้าและร้านค้าหรือบริษัทจำนวนมาก โดยรูปแบบของ e - Marketplace จะเป็นการบริการในรูปแบบของเว็บไซต์ที่เปิดให้บริการโดยเราสามารถหาข้อมูลธุรกิจ และข้อมูลสินค้าไปใส่ไว้ใน e - Marketplace เหล่านั้น ได้ในรูปแบบของการสร้างเว็บไซต์ แค็ตตาล็อกสินค้า และส่วนใหญ่ในเว็บไซต์เหล่านี้จะเป็นแหล่งที่ผู้คนเข้ามาหาข้อมูลสินค้าอยู่เป็นประจำมาภายในแต่ละวัน เหมือนกับตลาดนัด แต่เป็นตลาดนัดออนไลน์ขนาดใหญ่ ซึ่งจะเพิ่มโอกาสการเจอลูกค้าจากทั่วโลก การได้ออเดอร์สินค้าจาก ต่างประเทศได้โดยไม่ยาก ทำให้กิจกรรมทางการตลาดกระบวนการซื้อ - ขาย สะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

Kotler, & Keller (2016) ได้แบ่งกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคไว้เป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การรับรู้ถึงความต้องการพฤติกรรมซื้อที่มีจุดเริ่มต้นจากการที่ ผู้บริโภคมีความต้องการที่อาจได้รับการกระตุ้นจากภายนอก เช่น สื่อโฆษณาที่จูงใจ เป็นต้น หรือจากภายใน เช่น ความรู้สึกหิว ความต้องการขั้นพื้นฐาน เป็นต้น 2) การค้นหาข้อมูล หลังจากผู้บริโภคเกิดความต้องการแล้ว การค้นหาเสาะหา ศึกษาข้อมูลของสินค้านั้น ๆ การเสาะหาข้อมูลก็จะเกิดขึ้นในกระบวนการตัดสินใจซื้อ 3) การประเมินทางเลือกในการตัดสินใจซื้อ 4) การตัดสินใจซื้อ จากการประเมินทางเลือกสามารถจัดลำดับความสำคัญของการเลือกซื้อได้และ 5) พฤติกรรมหลังการซื้อ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภคมน เนตรใสว (2560) ศึกษากลยุทธ์การตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Marketing) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นที่เห็นด้วยต่อการตลาด ผ่านโทรศัพท์ เคลื่อนที่ทั้ง 5 รูปแบบ คือ ข้อความสั้น ข้อความมัลติมีเดีย ข้อความข่าวสารจากสถานี ฐาน ข้อความเสียงและภาพเคลื่อนไหว และข้อความผ่านโมบายแอปพลิเคชัน กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านตลาด

กลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผลการทดสอบ สมมติฐานพบว่าการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่าน ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

กฤตนันท์ นรสิงห์ (2561) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารผ่านสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของผู้สูงอายุ ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 60-65 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-35,000 บาท มีระดับการศึกษาต่ำ

กว่าปริญญาตรีและส่วนใหญ่อาศัยประกอบกิจการส่วนตัว เข้าใช้เฟซบุ๊กเฉลี่ยวันละ 1-4 ครั้ง ใช้เวลาครั้งละ 30-60 นาทีและมีวัตถุประสงค์ส่วนใหญ่ในการเข้าใช้บริการเฟซบุ๊กเพื่อความบันเทิง มีแรงจูงใจบนเฟซบุ๊กโดยรวมอยู่ในระดับสูงทุกด้าน ซึ่งได้แก่ ด้านเหตุผล ด้านอารมณ์และด้านผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร การรับรู้ความเสี่ยงอยู่ในระดับสูง ได้แก่ การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน และด้านคุณภาพ การรับรู้ความเสี่ยงในระดับปานกลาง ได้แก่ การรับรู้ความเสี่ยงด้านการจัดส่ง ด้านจิตวิทยาและด้านสังคม และจากการตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารผ่านสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก โดยรวมมีระดับอิทธิพลในการตัดสินใจสูง

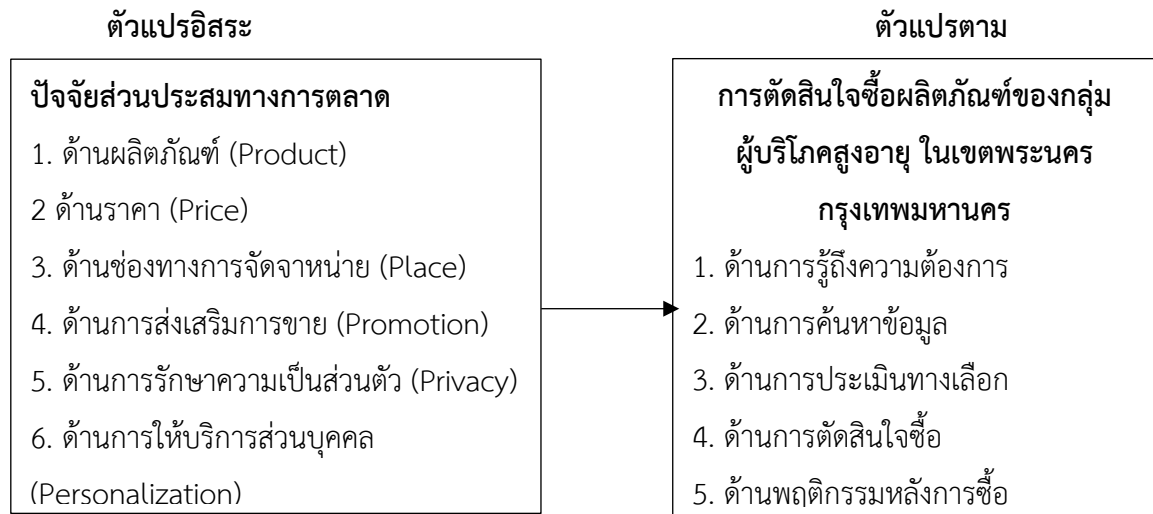
วีรวัลย์ ปิ่นชุมพลแสง และคณะ (2565) การศึกษาการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ของกลุ่มผู้สูงอายุ ผลการวิจัย พบว่า พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าที่แตกต่างกันมีผลต่อความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้สูงอายุผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงที่สุดต่อผลิตภัณฑ์เห็ดหลินจือแหล่งผลิตในประเทศไทย

ชจินุช สวัสดิ์นิม (2560) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความไว้วางใจตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ผลการศึกษา พบว่า องค์ประกอบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านชุมชนเพื่อการติดต่อสื่อสาร (Community) ด้านการติดต่อสื่อสาร (Communication) และด้านการปรับแต่ง (Customization) ส่งผลทางบวกต่อความไว้วางใจในการซื้อผ่านตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ตามลำดับ และการรับรู้ในชื่อเสียงของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ส่งผลทางบวกต่อความไว้วางใจในการซื้อผ่านตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

โดยสรุปเป็นตัวแปรที่ศึกษา ประกอบด้วยตัวแปรอิสระ(independent variable) เป็นข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว (Privacy) และ ด้านการให้บริการส่วนบุคคล (Personalization) ตัวแปรตาม(dependent variable) การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้บริโภคสูงอายุ ในเขตพระนครกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ด้านการรู้ถึงความต้องการ ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย กลุ่มประชากร

ในการสำรวจครั้งนี้เพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งจะส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของงานวิจัย ผู้วิจัยจึงทำการเก็บตัวอย่างเพิ่มอีกร้อยละ 4 เท่ากับ 15 คน รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)
- 2 ด้านราคา (Price)
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)
4. ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)
5. ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว (Privacy)
6. ด้านการให้บริการส่วนบุคคล (Personalization)

การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของ

กลุ่มผู้บริโภคสูงอายุ ในเขตพระนครกรุงเทพมหานคร

1. ด้านการรู้ถึงความต้องการ
2. ด้านการค้นหาข้อมูล
3. ด้านการประเมินทางเลือก
4. ด้านการตัดสินใจซื้อ
5. ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ

การสุ่มตัวอย่าง

จากขนาดตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) (บุญชม ศรีสะอาด, 2560) โดยเลือกเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ซึ่งเคยตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการจากการตลาดผ่านโมบายมาร์เก็ตติ้ง ในเขตพื้นที่พระนคร จังหวัดกรุงเทพมหานคร ภายในระยะเวลา 6 เดือน ที่ผ่านมา เท่านั้น ซึ่งเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการทำแบบสอบถามออนไลน์ผ่านทาง Google Form

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เป็นแบบสอบถามจำนวน 4 ตอน ดังนี้ 1) คำถามเกี่ยวกับการคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม (Screening Questions) 2) คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม 3) คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีลักษณะเป็นแบบประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ และ 4) คำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้บริโภคสูงอายุ ในเขตพระนครกรุงเทพมหานคร มีลักษณะเป็นแบบประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. ศึกษาค้นคว้าเอกสารจากตารางและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดผ่านโมบายมาร์เก็ตติ้งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้บริโภคสูงอายุ ในเขตพระนครกรุงเทพมหานคร

2. รวบรวมเนื้อหาสาระที่ศึกษาจากเอกสาร และงานวิจัย เพื่อกำหนดขอบเขตในการสร้างข้อคำถามให้ครอบคลุมความมุ่งหมายของการวิจัย พร้อมกับศึกษาหลักเกณฑ์ และวิธีสร้างแบบสอบถามจากเอกสารและงานวิจัย

3. ดำเนินการสร้างแบบสอบถาม และเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการวิจัย เพื่อพิจารณาความถูกต้อง และให้คำแนะนำเพื่อแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วตามข้อ 3 เสนอผู้เชี่ยวชาญทางด้านบริหารธุรกิจ จำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาความสมบูรณ์ ถูกต้อง และตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) แล้วนำผลการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน มาวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและภาษาได้ค่า IOC แต่ละข้ออยู่ระหว่าง 0.67-1.00 ซึ่งเป็นที่ยอมรับได้ ด้วยวิธีการหาดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม กับประเด็นหลักของเนื้อหาตามโครงสร้าง และทำการทดสอบ (Try Out) กับกลุ่มผู้บริโภค ที่มีคุณสมบัติคล้ายกับกลุ่มตัวอย่าง ที่จะทำการวิจัย จำนวน 40 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธี การหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค (α -Coefficient) ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ 0.879

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

- สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ซึ่งข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์มี ดังนี้
 - ข้อมูลส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด วิเคราะห์โดยการแจกแจง ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)
 - ข้อมูลส่วนปัจจัยบุคคลและการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
- สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในสมมติฐานต่าง ๆ ค่าความเชื่อมั่นที่ 95% โดยกำหนดค่า p-value ที่ .05

ผลการวิจัย

- ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้บริโภคสูงอายุ ในเขตพระนครกรุงเทพมหานคร ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.37 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดผ่านโมบายมาร์เก็ตติ้งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ภาพรวมในระดับมาก อันดับแรก คือ ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว (Privacy) ค่าเฉลี่ย 3.83 รองลงมา ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) ค่าเฉลี่ย 3.43 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ค่าเฉลี่ย 3.38 ราคา (Price) ค่าเฉลี่ย 3.37 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ค่าเฉลี่ย 3.10 ด้านการให้บริการส่วนบุคคล (Personalization) ค่าเฉลี่ย 3.09 ตามลำดับตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ความสำคัญของปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้บริโภคสูงอายุในเขตพระนครกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	3.10	1.58	ระดับมาก
2. ด้านราคา (Price)	3.37	1.46	ระดับมาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	3.38	1.44	ระดับมาก
4. ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)	3.43	1.51	ระดับมาก
5. ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว (Privacy)	3.83	0.97	ระดับมาก
6. ด้านการให้บริการส่วนบุคคล (Personalization)	3.09	1.51	ระดับมาก
รวม	3.37	1.41	ระดับมาก

2. ระดับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้บริโภคสูงอายุในเขตพระนครกรุงเทพมหานคร ต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ พบว่าระดับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้บริโภคสูงอายุ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.29 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าระดับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้บริโภคสูงอายุ อันดับแรก คือ ด้านการค้นหาข้อมูล ค่าเฉลี่ย 3.37 รองลงมา ด้านการรู้ถึงความต้องการ ค่าเฉลี่ย 3.35 ด้านการประเมินทางเลือก ค่าเฉลี่ย 3.33 ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ค่าเฉลี่ย 3.24 ด้านการตัดสินใจซื้อ ค่าเฉลี่ย 3.17 ตามลำดับ ตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ระดับการตัดสินใจการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้บริโภคสูงอายุในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
1. ด้านการรู้ถึงความต้องการ	3.35	1.28	ระดับมาก
2. ด้านการค้นหาข้อมูล	3.37	1.53	ระดับมาก
3. ด้านการประเมินทางเลือก	3.33	1.69	ระดับมาก
4. ด้านการตัดสินใจซื้อ	3.17	1.48	ระดับมาก
5. ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ	3.24	1.26	ระดับมาก
รวม	3.29	0.75	ระดับมาก

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดผ่านโมบายมาร์เก็ตติ้งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้บริโภคสูงอายุ ในเขตพระนครกรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นปัจจัยเดียวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้บริโภคสูงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์สมการถดถอยเชิงพหุ มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดผ่านโมบายมาร์เก็ตติ้งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้บริโภคสูงอายุในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ตัวแปร (B)	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (Beta)		t	Sig.
		ค่า	ถดถอยมาตรฐาน		
ค่าคงที่	3.193			18.206	.000
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	-.071	-.227		-2.304	.022*

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์สมการถดถอยเชิงพหุ มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดผ่านโมบายมาร์เก็ตติ้งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้บริโภคสูงอายุในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร (ต่อ)

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ตัวแปร (B)	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (Beta)	t	Sig.
2. ด้านราคา (Price)	.100	.164	1.074	.283
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	-.016	-.031	-.275	.783
4. ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)	.013	.029	.239	.811
5. ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว (Privacy)	-.214	-.207	-.870	.385
6. ด้านการให้บริการส่วนบุคคล(Personalization)	.086	.171	1.565	.118
$R^2 = .025$, $F = 2.057$, $Sig\ of\ F = .070$				

อภิปรายผล

1. ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้บริโภคสูงอายุ ในเขตพระนครกรุงเทพมหานคร ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.37 เมื่อพิจารณาทางด้าน พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดผ่านโมบายมาร์เก็ตติ้งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์มีความสำคัญในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีความสำคัญอันดับแรก คือ ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว (Privacy) ค่าเฉลี่ย 3.83 รองลงมา ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) ค่าเฉลี่ย 3.43 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ค่าเฉลี่ย 3.38 ราคา (Price) ค่าเฉลี่ย 3.37 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ค่าเฉลี่ย 3.10 ด้านการให้บริการส่วนบุคคล (Personalization) ค่าเฉลี่ย 3.09 ตามลำดับ ฉะนั้นความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้บริโภคสูงอายุ จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้บริโภคจะใช้พิจารณาตัดสินใจก่อน การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์และหรือใช้บริการต่าง ๆ ทั้งก่อนซื้อและหลังขาย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว ด้านการให้บริการส่วนบุคคล นักการตลาดจึงเลือกใช้ส่วนประสมทางการตลาดมาใช้ บริหารจัดการเกี่ยวกับการบริการ การให้ความสำคัญสร้างคุณภาพ สร้างความปลอดภัย สร้างความน่าเชื่อถือและความเป็นส่วนตัวการเก็บข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าที่มาใช้บริการ ให้เกิดความพึงพอใจ เกิดความไว้วางใจจนตัดสินใจที่จะซื้อสินค้า สอดคล้องกับ ขจีสุข สวัสดิ์นาม(2560) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความไว้วางใจตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า องค์กรประกอบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านชุมชนเพื่อการติดต่อสื่อสาร (Community) ด้าน

การติดต่อสื่อสาร (Communication) และด้านการปรับแต่ง (Customization) ส่งผลทางบวกต่อความไว้วางใจในการซื้อผ่านตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ตามลำดับ และการรับรู้ในชื่อเสียงของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ส่งผลทางบวกต่อความไว้วางใจในการซื้อผ่านตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

2. ระดับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้บริโภค สูงอายุ ในเขตพระนครกรุงเทพมหานคร ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.29 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าระดับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้บริโภคสูงอายุ ลำดับแรกคือ ด้านการค้นหาข้อมูล ค่าเฉลี่ย 3.37 รองลงมา ด้านการรู้ถึงความต้องการ ค่าเฉลี่ย 3.35 ด้านการประเมินทางเลือก ค่าเฉลี่ย 3.33 ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ค่าเฉลี่ย 3.24 ด้านการตัดสินใจซื้อ ค่าเฉลี่ย 3.17 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ กฤตภัท นรสิงห์ (2561) ศึกษาปัจจัย ที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจ ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เฟสบุ๊กของผู้สูงอายุ ผลการศึกษา พบว่า วัตถุประสงค์ส่วนใหญ่ ในการเข้าใช้บริการเฟสบุ๊ก เพื่อความบันเทิง มีแรงจูงใจบนเฟสบุ๊ก โดยรวม อยู่ในระดับสูงทุกด้าน ซึ่งได้แก่ ด้านเหตุผล ด้านอารมณ์และด้านผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และจากการตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับ กระบวนการตัดสินใจ ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เฟสบุ๊ก โดยรวม มีระดับอิทธิพล ในการตัดสินใจสูง สอดคล้องกับ Philip Kotler, Kevin Lane Keller. (2016) ได้แบ่งกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าไว้

เป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้ 1).การรับรู้ถึงความต้องการพฤติกรรมการซื้อ มีจุดเริ่มต้นจากการที่ ผู้บริโภคมีความต้องการที่อาจได้รับการกระตุ้นจากภายนอก เช่น สื่อโฆษณาที่จู่ 2)การค้นหาข้อมูล การค้นหาเสาะหา ศึกษาข้อมูลของสินค้านั้น ๆ 3) การประเมินทางเลือกในการตัดสินใจซื้อ 4)จากการประเมินทางเลือกจัดลำดับความสำคัญของการเลือกซื้อได้และ 5)พฤติกรรมหลังการซื้อ ปัจจัยการรับรู้ ความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร สอดคล้องกับกริณท์วัฏ รังงาม (2560) และ สามารถ สิทธิธนิ (2562) กล่าวถึง e - Marketplace หรือ Electronic Marketplace คือ เว็บไซต์สื่อกลางการติดต่อ ซื้อ- ขาย ที่รวบรวมสินค้าและร้านค้าหรือบริษัทจำนวนมาก โดยรูปแบบของ e -Marketplace จะเป็นการบริการในรูปแบบของเว็บไซต์ ที่เปิดให้บริการโดยเราสามารถหาข้อมูลธุรกิจและข้อมูลสินค้าไปใส่ไว้ใน e - Marketplace เหล่านั้นได้ในรูปแบบของการสร้างเว็บไซต์ แค็ตตาล็อกสินค้า และส่วนใหญ่ในเว็บไซต์เหล่านี้ จะเป็นแหล่งที่มีคนเข้ามาหาข้อมูลสินค้าอยู่เป็นประจำมาภายในแต่ละวัน เหมือนกับตลาดนัด แต่เป็นตลาดนัดออนไลน์ขนาดใหญ่ ซึ่งจะเพิ่มโอกาสการเจอลูกค้าจากทั่วโลก การได้ออเดอร์สินค้าจาก ต่างประเทศได้โดยไม่ยาก ทำให้กิจกรรมทางการตลาดกระบวนการซื้อ - ขาย สะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้บริโภคสูงอายุ ในเขตพระนครกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นปัจจัยเดียวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้บริโภคสูงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ในด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว (Privacy) และด้านการ

ให้บริการส่วนบุคคล (Personalization) ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้บริโภคสูงอายุ ในเขตพระนครกรุงเทพมหานครอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของวีรวัลย์ ปิ่นชุมพลแสง และคณะ (2565) การศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ของกลุ่มผู้สูงอายุ ผลการวิจัย พบว่า พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าที่แตกต่างกันมีผลต่อความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้สูงอายุผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงที่สุดต่อผลิตภัณฑ์เห็ดหลินจือ แหล่งผลิตในประเทศไทยมากที่สุด ของกลุ่มผู้สูงอายุ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ปัจจัยทางการตลาดผ่านโมบายมาร์เก็ตติ้งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้บริโภคสูงอายุ ในเขตพระนครกรุงเทพมหานคร พบว่า ส่งผลกระทบมาก ดังนั้น เพื่อให้ปัจจัยทางการตลาดผ่านโมบายมาร์เก็ตติ้ง ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ในระดับที่สูงขึ้น ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงการบริการที่มีความรวดเร็วและทั่วถึงเป็นหลักเจาะกลุ่มลูกค้าได้โดยตรง

1.2 ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการทำกิจกรรมด้านการส่งเสริมการขายต่อกลุ่มผู้บริโภคสูงอายุให้มากขึ้น โดยการเข้าถึงกิจกรรมส่งเสริมการตลาดต่าง ๆ ผ่านโมบายมาร์เก็ตติ้ง และสร้างความรู้สึกที่ปลอดภัย เมื่อซื้อสินค้าผ่าน โมบายมาร์เก็ตติ้ง แสดงสินค้าที่ชัดเจน สามารถตรวจสอบได้

1.3 สามารถนำมาวิเคราะห์ ช่องทางทางการตลาดที่ส่งผลต่อ ความต้องการในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ่าน Mobile Marketing ที่กำลังเติบโตมากยิ่งขึ้น ทั้งปัจจุบันและในอนาคต

2. ข้อเสนอแนะในการทาวิจัยครั้งต่อไป

2.1 นำการวิจัยเชิงคุณภาพร่วมด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียด และมีคุณภาพ สามารถนำมาแก้ไข และพัฒนาบริการการตลาดผ่านโมบายมาร์เก็ตติ้งในด้านต่าง ๆ ให้สอดคล้อง และตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคที่ใช้บริการในทุกกลุ่มผู้บริโภค

2.2 นำปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ในการใช้บริการการตลาดผ่านโมบายมาร์เก็ตติ้งมาปรับปรุง เพื่อให้เกิดความต้องการที่ตรงกันกับผู้บริโภค เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

บรรณานุกรม

- ขจิญช สวัสดิทานม. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อความไว้วางใจตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร].
- กฤตนันท์ นรสิงห์. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ [งานนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา].

- กริณห์วิภู รักราม. (2560). องค์ประกอบที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการ E-marketplace ของผู้บริโภค
กรณีศึกษา Shopee ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล [การค้นคว้าอิสระปริญญา
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์].
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์.
- เปรมกมล หงส์ยนต์. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์
(ลาซาด้า) ของผู้บริโภคยุคดิจิทัลในกรุงเทพมหานคร [การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยสยาม].
- ภคมน เนตรไสว. (2560). กลยุทธ์การตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Marketing) ที่ส่งผลต่อการ
ตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร [การ
ค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ].
- วีรวัลย์ ปิ่นชุมพลแสง และคณะ. (2565). การศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม
ออนไลน์ของกลุ่มผู้สูงอายุ. สาขาวิชาการจัดการ-การจัดการอุตสาหกรรม, คณะบริหารธุรกิจ,
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล.
- สามารถ สิทธิมนี. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทาง Online: กรณีศึกษา
จังหวัดน่านและกรุงเทพมหานคร [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกริก].
- Thaipublica. (2024). Krunghthai Compass ชวนติดตาม Digital Profile คนไทยปี 2024. สืบค้นเมื่อ
24 พฤษภาคม 2024, จาก <https://thaipublica.org/2024/05/krunghthai-compass63/>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education
Inc.

ความตั้งใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรผ่านแพลตฟอร์มทางออนไลน์ในเขต
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล
Intention to Purchase Fresh Agricultural Products Via Online Platforms
in Bangkok and its Vicinity.

มรยาท ลิมโอฬารสุขสกุล

อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี E-mail: manyad.lim@mail.pbru.ac.th

รอฟีกี หวันเหล็ม

อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี E-mail: rofeekee1995@gmail.com

ฉัตรวิริษฐ์ สุกุลสุขสมบูรณ์

อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี E-mail: Chatwaleerat.sakul@gmail.com

Manyad limoransuksakul

Faculty of Management Science Lecturer Phetchaburi Rajabhat University

Rofeekee Wanlem

Faculty of Management Science Lecturer Phetchaburi Rajabhat University

Chatwaleerat Sakulsuksomboon

Faculty of Management Science Lecturer Phetchaburi Rajabhat University

รับเข้า : 25 กันยายน 2567

แก้ไข : 29 ตุลาคม 2567

ตอบรับ : 8 พฤศจิกายน 2567

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เพื่อศึกษาความตั้งใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อตรวจสอบความตั้งใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรผ่านออนไลน์ โดยอัตลักษณ์ตนเอง การมองแนวโน้มระยะยาวของผู้บริโภค คุณค่าทางจริยธรรมของผู้บริโภค และการมีส่วนร่วมกับกลุ่มสังคมของผู้บริโภค ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อของผู้บริโภค ซึ่งมีแนวโน้มที่จะให้ความสำคัญกับผลประโยชน์ของกลุ่มและคุณค่าทางสังคมที่คาดว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร โดยใช้แบบสอบถามเพื่อรวบรวมข้อมูล ผู้ตอบแบบสอบถามจากในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทั้งหมด 400 คน ได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่าตัวแปรทั้งสี่มีผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจในการซื้อ พบว่าการมองแนวโน้มระยะยาวของผู้บริโภคมีผลกระทบมากที่สุดต่อความตั้งใจในการซื้อผลิตภัณฑ์

ทางการเกษตรสด หมายความว่า การรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับประโยชน์ในอนาคตและการมอง
แนวโน้มระยะยาวของผู้บริโภคจะมีบทบาทสำคัญในการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการซื้อมากขึ้น
ดังนั้น เกษตรกรและนักการตลาดด้านการเกษตรในประเทศไทยสามารถปรับเปลี่ยนความตั้งใจในการ
ซื้อของผู้บริโภคและส่งเสริมแนวทางการบริโภคอย่างยั่งยืนได้ โดยเน้นที่ปัจจัยเหล่านี้ในกลยุทธ์
การตลาดและการสื่อสารให้มากขึ้น

คำสำคัญ: ความตั้งใจในการซื้อ ผลกระทบทางการเกษตรสด กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

Abstract

This research aims to study the intention to purchase fresh agricultural products through online platforms in the Bangkok Metropolitan Region and its vicinity. It examines the intention to buy fresh agricultural products online, influenced by self-identity, long-term consumer trends, consumer ethical values, and consumer social group engagement. These factors affect the purchasing intentions of consumers, who tend to prioritize group benefits and expected social values in buying fresh agricultural products. Data was collected through questionnaires from 400 respondents in Bangkok and its vicinity, and multiple regression analysis was conducted.

The results show that all four variables significantly positively impact purchasing intentions, with consumer long-term outlook having the most substantial effect. This implies that consumers' perceptions of future benefits and long-term trends play a crucial role in influencing their purchasing intentions. Therefore, Thai farmers and agricultural marketers can influence consumer purchasing intentions and promote sustainable consumption practices by focusing more on these factors in their marketing and communication strategies.

Keywords: The Intention to Purchase, Fresh Agricultural Products, Bangkok and Vicinity

บทนำ

เป็นที่รู้กันว่าโลกเรานั้นเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรส่วนใหญ่ได้แก่ การทำฟาร์ม ปศุสัตว์ ผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำ และผลิตภัณฑ์แปรรูปขั้นต้น การวิจัยก่อนหน้านี้ได้แบ่ง ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรออกเป็นผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรขั้นต้นที่ยังไม่ได้แปรรูป 5 ประเภท ได้แก่ ผลไม้สด ผักสด อาหารทะเลและผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำ เนื้อดิบและไข่ (Zhang, 2019) แต่สำหรับการทำการเกษตรยุคใหม่ ไม่ใช่แค่การเพาะปลูกอย่างเดียว แต่ต้องมองถึงด้านการตลาดเพื่อตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอีกด้วย ปัจจุบันเทคโนโลยีและสื่อออนไลน์เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อสังคมทั่วโลก คนส่วนใหญ่สื่อสารผ่านสมาร์ทโฟนผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียแบบเรียลไทม์ ทั้ง Facebook, IG, Twitter, LINE หรือแม้แต่แอปพลิเคชันแชร์คลิปสั้นอย่าง TikTok ก็ได้กลายเป็นช่องทางยอดนิยมในการสื่อสารออนไลน์ จึงกลายเป็นโอกาสการตลาดของเกษตรกรไทยที่จะได้ขยายฐานลูกค้าแบบเดิมไปสู่โลกที่กว้างขึ้น จากการรายงานจากเว็บไซต์ Datareportal ได้รายงานตัวเลขผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในเมืองไทย ซึ่งเป็นตัวเลขล่าสุดโดยเผยแพร่รายงานฉบับดังกล่าวเมื่อวันจันทร์ที่ 13 กุมภาพันธ์ 2566 โดยระบุว่าจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในเมืองไทยมีจำนวนอยู่ที่ 61.21 Users โดยคิดเป็นจำนวนร้อยละ 85.3 จากจำนวนประชากร (จำนวนประชากรไทยปัจจุบันมีรายงานอยู่ที่ประมาณ 71.6 ล้านคน) โดยจำนวนประชากรที่ใช้อินเทอร์เน็ตนั้น มีรายงานที่ 52.25 ล้านราย ใช้งานบนโซเชียลมีเดียซึ่งคิดเป็นร้อยละ 72.8 ของจำนวนประชากรทั้งประเทศ ขณะที่การใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้นมีจำนวนการใช้งานประมาณ 101.2 ล้านเครื่อง ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 141 ของจำนวนประชากรทั้งประเทศ โดยมีการใช้งานในหลากหลายรูปแบบ โดยภาพรวมการใช้งานของประชากรทั้งประเทศ ซึ่งเป็นจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.2 ระหว่างปี 2565 และ 2566 จำนวนประชากรทั้งประเทศนั้นแบ่งเป็นเพศหญิงร้อยละ 51.6 และ 48.5 เป็นจำนวนประชากรเพศชาย ทั้งนี้ประชากรร้อยละ 53.2 นั้นอาศัยอยู่ในเมือง ขณะที่ร้อยละ 46.8 อาศัยอยู่ในเขตชนบท ส่วนจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในปี 2566 จำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในเมืองไทยมีด้วยกัน 61.2 Users ซึ่งเป็นจำนวนร้อยละ 85.3 จากจำนวนประชากรทั้งประเทศ เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2565 มีจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.2 จากตัวเลขดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าประชากรประมาณ 10.55 ล้านคนในเมืองไทยไม่ได้มีโอกาสใช้อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 14.7 จากจำนวนประชากรทั้งประเทศ หากแต่รายงานขึ้นดังกล่าวได้มีการสำรวจล่วงหน้า ซึ่งมีความเป็นไปได้ว่าตัวเลขของประชากรที่ไม่ได้มีโอกาสใช้อินเทอร์เน็ตนั้นน่าจะเพิ่มขึ้น เพราะการเข้าถึงการใช้งานอินเทอร์เน็ตในปัจจุบันมีความครอบคลุมและค่าบริการที่ไม่ได้สูงเหมือนดังเช่นในอดีต และจากรายงานสถิติการใช้งานโซเชียลมีเดียในเมืองไทยปี 2566 ตามที่ได้ระบุในข้างต้นว่ามีจำนวนผู้ใช้งานโซเชียลมีเดียในเมืองไทยจนถึงเดือนมกราคม 2566 อยู่ที่ 52.25 ล้านราย ทั้งนี้มีรายงานข้อมูลจากแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่ได้รับความนิยมในไทยนั้น ระบุว่าจากจำนวนโฆษณาออนไลน์ทำให้เห็นว่าผู้ใช้โซเชียล

มีเดียจะมีอายุตั้งแต่ 18 ปี ทั้งนี้ในจำนวนผู้ใช้โซเชียลมีเดีย นั้นจะมีผู้ใช้งานเป็นเพศหญิงอยู่ที่ร้อยละ 52.3 ขณะที่ผู้ใช้งานเพศชายอยู่ที่ ร้อยละ 47.7 (กสิธิ์พงษ์ จันทรแสง, 2567)

การซื้อขายผ่านออนไลน์สำหรับสินค้าเกษตรสดได้กลายเป็นช่องทางสำคัญในการบริโภคสินค้าเกษตรสดของไทยยังอยู่ในช่วงเริ่มต้น การค้นหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อออนไลน์ของผู้บริโภคสินค้าเกษตรสดเพื่อพัฒนาระบบออนไลน์สินค้าเกษตรสดนั้นมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ระบบการขายออนไลน์ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรสามารถย่นระยะเวลาการหมุนเวียน ลดการเชื่อมโยงและต้นทุนการหมุนเวียน ซึ่งเป็นแนวคิดใหม่ในการแก้ปัญหาการหมุนเวียนผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรสด ด้วยการพัฒนาของระบบออนไลน์ในชนบท การซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรสดทางออนไลน์จึงค่อยๆ กลายเป็นช่องทางสำคัญในการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร เมื่อต้องซื้อสินค้าไม่ว่าจะเป็นสิ่งจำเป็นหรือของที่ไม่จำเป็น หลายคนเลือกที่จะซื้อผ่านเครือข่ายเสมือนจริงแทนที่จะซื้อจากร้านค้าจริง จึงได้ก้าวเข้าสู่ตลาดผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรสด จากมุมมองของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ขายผ่านแพลตฟอร์มระบบออนไลน์สามารถลบพ้อค่าคนกลางได้สำเร็จ ลดต้นทุนการทำธุรกรรมและลดความไม่สมดุลของข้อมูลอุปทานและอุปสงค์ จึงคุ้มต้นทุนมากกว่า (Ramírez, Mera & Luna, 2020) กล่าวถึงความจำเป็นในการให้ข้อมูลที่เชื่อถือได้เพื่อส่งเสริมพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรในตลาดระบบออนไลน์ของผู้ขาย รวมถึงเกษตรกรหรือผู้ทำการตลาดด้านการเกษตรก็สามารถได้รับประโยชน์อย่างมากจากแพลตฟอร์มออนไลน์เช่นกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเนื่องจากการเข้าถึงตลาดที่ขยายกว้างขึ้นและการมองเห็นที่เพิ่มขึ้น ขณะนี้พวกเขาสามารถส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของตนโดยตรงต่อผู้บริโภคในวงกว้างขึ้น ยิ่งไปกว่านั้น พวกเขาสามารถจัดแสดงผลิตภัณฑ์ของตนด้วยรูปภาพคุณภาพสูง รายละเอียดสินค้าและรีวิวจากลูกค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อดึงดูดลูกค้าที่มีศักยภาพ การขายออนไลน์ช่วยให้ผู้ขายลดต้นทุนในการตั้งร้านค้าหรือแผงขายทางกายภาพและการขนส่ง และสามารถโอนการประหยัดเหล่านี้ไปยังลูกค้า ทำให้ราคาสินค้ามีความน่าดึงดูดใจมากขึ้น บางครั้งผู้ขายยังสามารถแก้ไขราคาผลิตภัณฑ์ได้อย่างง่ายดายโดยอ้างอิงตาม ต้นทุนการผลิตและความต้องการของตลาด ในขณะที่แพลตฟอร์มระบบออนไลน์เชื่อมโยงเกษตรกรและลูกค้าโดยตรงเพื่อแก้ไขปัญหาการค้าและการขายที่มีต้นทุนสูง การขายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรผ่านแพลตฟอร์มระบบออนไลน์เกี่ยวข้องกับมากกว่าแค่ผู้ซื้อและผู้ขาย ฝ่ายที่เกี่ยวข้องรวมถึงผู้จัดการและผู้ดูแลตลาดที่ทำหน้าที่ในการรับรองว่าข้อมูลธุรกรรมการซื้อและการขายได้รับการตรวจสอบและรักษาความปลอดภัย (Rahayu, Fitriani, Kurniawati & Bustomi, 2019)

โดยธรรมชาติแล้วผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรสดมีลักษณะเน่าเสียง่าย ในการจัดกิจกรรมผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรผ่านออนไลน์ในประเทศไทยยังคงมีจำนวนไม่มาก การศึกษาของ (Wu & Liu, 2016) และ (Yang & Li, 2021) ศึกษาพฤติกรรมการซื้อของออนไลน์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรสด โดยใช้โมเดลการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model-TAM) เป็น

กรอบหลักในการวิจัยโดยใช้ตัวแปรประโยชน์ที่รับรู้และความสะดวกในการใช้งานซึ่งเป็นตัวแปรทั่วไปที่ใช้ในการศึกษาพฤติกรรมการซื้อของออนไลน์ อย่างไรก็ตามมุมมองอื่นที่สมควรได้รับความสนใจของเราเมื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรสดมีรากฐานมาจากทฤษฎีทางจิตวิทยาและพฤติกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่เกี่ยวข้องกับแนวคิด เช่น อัตลักษณ์ส่วนบุคคลและแนวโน้มในระยะยาว ทั้งนี้เนื่องจากวิธีที่บุคคลรับรู้ตนเองและแนวโน้มของพวกเขาที่มีต่อเป้าหมายในระยะยาวมีอิทธิพลต่อการเลือกของพวกเขาอย่างไร

ดังนั้น การรวมตัวแปรจากมุมมองทางสังคม เช่น หลักจริยธรรมและการมีส่วนร่วมกับสังคม ทำให้ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการสนับสนุนแนวทางปฏิบัติที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ระบบนิเวศผ่านการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรสด การวิจัยของ (Zia, Alzahrani, Alomari, & AlGhamdi, 2022) ระบุถึงอิทธิพลทางสังคมว่าเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญสำหรับการบริโภคอย่างยั่งยืนและการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรออนไลน์ ดังนั้น การวิจัยนี้จึงผสมผสานแนวทางด้านพฤติกรรมและสังคมเพื่อสำรวจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคคนไทยในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรสดออนไลน์

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาความตั้งใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรสดผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดย

H1: อัตลักษณ์ส่วนบุคคล (Self-identity) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจซื้อสินค้าเกษตรสดทางออนไลน์ของผู้บริโภค

H2: การมองแนวโน้มระยะยาวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจซื้อสินค้าเกษตรสดทางออนไลน์ของผู้บริโภค

H3: คุณค่าทางจริยธรรมของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรสดทางออนไลน์ของผู้บริโภค

H4: การมีส่วนร่วมในกลุ่มสังคมของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจซื้อสินค้าเกษตรสดทางออนไลน์ของผู้บริโภค

ทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ นักวิจัยหลายคนใช้ทฤษฎีพฤติกรรมที่วางแผนไว้ (Theory of Planned Behavior-TPB) หรือแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model-TAM) เพื่อทำนายความตั้งใจหรือพฤติกรรมของผู้บริโภค การศึกษาของนี้ได้นำมุมมองด้านพฤติกรรมและสังคมมาใช้ โดยที่ตัวแปรต่างๆ เช่น การระบุตนเอง แนวทางความยั่งยืน

ระยะยาว จริยธรรม และการมีส่วนร่วมกับสังคมรวมอยู่ในกรอบแนวคิด ตัวแปรเหล่านี้และความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อจะอธิบายดังต่อไปนี้

อัตลักษณ์ส่วนบุคคล (Self-identity) กับพฤติกรรมการซื้อ (Purchase Intention)

การรับรู้ตนเองของบุคคลสามารถส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของทุกคนและจงใจให้ทำสิ่งต่างๆ อัตลักษณ์ส่วนบุคคลเกี่ยวข้องกับบทบาททางสังคมที่บุคคลระบุตนเองและยังสอดคล้องกับสิ่งที่พวกเขาได้รับอีกด้วย (Hasan & Suciarto, 2020, Ates, 2021) การศึกษาก่อนหน้านี้พบว่า อัตลักษณ์ส่วนบุคคลเป็นตัวทำนายที่สำคัญของการเลือกรับประทานอาหาร (Michaelidou & Hassan, 2008; Qasim, Yan, Guo, Saeed, & Ashraf, 2019) การศึกษาของ Fielding, McDonald & Louis, (2008) กล่าวว่าอัตลักษณ์ส่วนบุคคลสามารถส่งผลกระทบต่อความตั้งใจซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพมีแนวโน้มที่จะซื้อสินค้าเกษตรสดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากกว่า (Qasim, Yan, Guo, Saeed, & Ashraf, 2019) ในความเป็นจริงผู้บริโภคที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมมักจะเลือกผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืนต่อสิ่งแวดล้อมและกังวลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ หลีกเลี่ยงผลิตภัณฑ์ที่มีอันตรายต่อสัตว์ คุณค่าต่อการอยู่รอดของมนุษย์ ดังนั้น จึงได้เห็นความต้องการผลิตภัณฑ์อินทรีย์เพิ่มมากขึ้น ในทฤษฎีพฤติกรรมกระทำตามแผน (TPB) ซึ่งเป็นทฤษฎีคลาสสิก นิยมใช้เพื่อตรวจสอบพฤติกรรมการซื้อในงานวิจัยก่อนหน้านี้ นักวิจัยยังได้เพิ่มอัตลักษณ์ส่วนบุคคลและอัตลักษณ์ทางสังคมเป็นโครงสร้างเพิ่มเติมทฤษฎีพฤติกรรมกระทำตามแผนในการคาดการณ์ผลลัพธ์ ซึ่งการศึกษาของ (Yazdanpanah & Forouzani, 2015) พบว่า อัตลักษณ์ส่วนบุคคลและมาตรฐานทางจริยธรรมเป็นตัวทำนายเพิ่มเติมสำหรับทฤษฎีพฤติกรรมกระทำตามแผน โดยใช้ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งช่วยเพิ่มความถูกต้องในการทำนายของทฤษฎีเดิมได้อย่างมาก และ (Hasan & Suciarto, 2020) อธิบายว่าความตระหนักด้านสุขภาพ สิ่งแวดล้อม และสังคมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจทางพฤติกรรมผ่านการซื้อ ดังนั้น จึงมีสมมติฐานว่า

H1: อัตลักษณ์ส่วนบุคคล (Self-identity) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจซื้อสินค้าเกษตรสดทางออนไลน์ของผู้บริโภค

การมองแนวโน้มระยะยาวของผู้บริโภคและพฤติกรรมการซื้อ (Long-term orientation and purchase behavior)

แนวโน้มระยะยาวของผู้บริโภคเป็นชุดความคิดที่บุคคลมีความกังวลกับอนาคต เป็นเรื่องของมิติทางวัฒนธรรม แนวโน้มเหล่านี้สามารถแบ่งออกได้เป็นเวลาและภูมิศาสตร์ รวมถึงความกังวลทัศนคติเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม (Johnston, Jai, Phelan, & Velikova, 2018) เป็นโอกาสที่บุคคลจะเชื่อว่าสังคมจะสามารถแก้ไขปัญหาในอนาคตได้ (Alblushy, 2016) โดยส่วนใหญ่แล้วจะเป็นเรื่องของความสำคัญของมุมมองในระยะยาวมากกว่ามุมมองในระยะสั้น (Nardi, Jardim, Ladeira, & Santini, 2019) (Hofstede & Minkov, 2010) ซึ่งชี้ให้เห็นถึงแนวโน้มระยะยาวของผู้บริโภคที่เน้นย้ำ

ถึงประโยชน์ที่จะได้รับในอนาคต ที่ส่งผลกระทบของแนวโน้มระยะยาวของผู้บริโภคด้านเวลาต่อทัศนคติและการกระทำของแต่ละบุคคลที่มีแนวทางความยั่งยืนระยะยาวมีแนวโน้มที่จะเน้นย้ำถึงประโยชน์ที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคตจากทางเลือกปัจจุบัน (Venaik, Zhu, & Brewer, 2019) Alblushy, (2016) ระบุว่าบุคคลที่มีแนวโน้มระยะยาวจะยอมรับความเชื่อและทัศนคติที่ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมธรรมชาติเป็นอันดับแรก ในความเป็นจริงการเลือกนิสัยการกินที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีความเกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ในระยะยาวซึ่งส่งผลต่อความเป็นอยู่โดยรวมของบุคคลและสังคมโดยรวม (Johnston, Jai, Phelan, & Velikova, 2018) ลักษณะอย่างหนึ่งของบุคคลที่มีแนวโน้มระยะยาวมักจะแสดงถึงความตระหนักด้านสุขภาพมากขึ้น เนื่องจากพวกเขามีสติและกังวลเกี่ยวกับความเป็นอยู่ในปัจจุบันและอนาคตของตนเองมากขึ้น ส่งผลให้พวกเขาเลือกสินค้าเกษตรสดเพราะต้องการรักษาหรือปรับปรุงระดับสุขภาพในปัจจุบันของตน (Nardi, Jardim, Ladeira, & Santini, 2019) ดังนั้น จึงมีสมมติฐานว่า

H2: การมองแนวโน้มระยะยาวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจซื้อสินค้าเกษตรสดทางออนไลน์ของผู้บริโภค

คุณค่าทางจริยธรรมของผู้บริโภคและพฤติกรรมการซื้อ (Ethics and purchase behavior)

หลักจริยธรรมมีลักษณะเฉพาะที่เน้นการยึดมั่นในหลักการอิสระ บรรทัดฐานทางจริยธรรมหรือภาระผูกพัน โดยไม่คำนึงถึงกฎเกณฑ์และผลที่ตามมา (Chan, Wong, & Leung, 2008) บุคคลที่ยึดถือหลักจริยธรรมมักจะประพฤติตนตามหลักจริยธรรมราวกับว่าตนปฏิบัติตามข้อกำหนด ตามการศึกษาของ (Davari, Iyer & Strutton, 2017) หลักการทางจริยธรรมเหล่านี้ได้พัฒนาเป็นบรรทัดฐานสากลที่กำหนดโดยทางเลือกของมนุษย์ ทั้งการกระทำและพฤติกรรม หลักการเหล่านี้ไม่ขึ้นอยู่กับผลที่ตามมาจากการกระทำเหล่านี้ ไม่ว่าจะมองว่าดีหรือชั่วก็ตาม วัตถุประสงค์หลักของจริยธรรมเป็นการสนับสนุนแนวทางที่รับผิดชอบต่อสังคมและมีจริยธรรมในการตัดสินใจและพฤติกรรม รวมถึงการตัดสินใจซื้อ เมื่อต้องพิจารณาถึงคุณค่าของมนุษย์จริยธรรมเป็นแนวคิดที่สำคัญอย่างยิ่งในบริบทของการแก้ไขปัญหาทางนิเวศวิทยา (Leonidou, Katsikeas, Samiee, & Aykol, 2018) ดังนั้น จึงตั้งสมมติฐานว่า

H3: คุณค่าทางจริยธรรมของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรสดทางออนไลน์ของผู้บริโภค

การมีส่วนร่วมกับกลุ่มสังคมของผู้บริโภคและการซื้อ (Social engaged and purchase behavior)

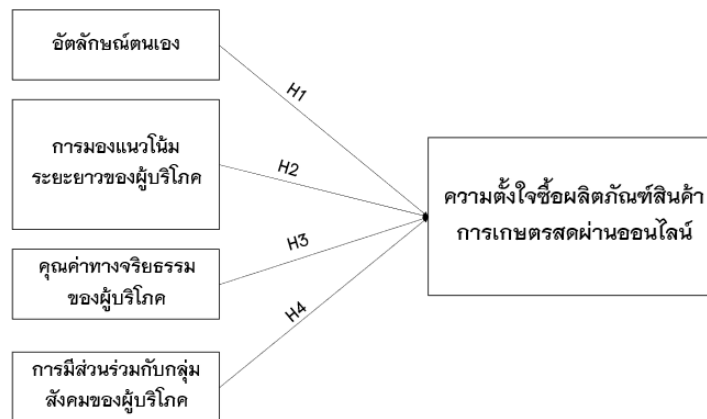
ครอบครัว เพื่อน เพื่อนร่วมงาน พรรคการเมือง องค์กรศาสนา และองค์กรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอาจมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคล (Ajzen, 1991) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของสังคมรวมกลุ่ม

มักให้ความสำคัญกับผลประโยชน์และเป้าหมายของกลุ่มมากกว่าตัวบุคคล พฤติกรรมของพวกเขาจะได้รับแรงผลักดันจากบรรทัดฐานของสังคมซึ่งสนับสนุนความเปิดกว้างและการแบ่งปันกับผู้อื่น (Kumar & Mohan, 2021) อันที่จริงในฐานะสมาชิกของชุมชนรวมกลุ่ม พวกเขารู้สึกว่าการติดต่อสื่อสารอย่างใกล้ชิดเป็นสิ่งสำคัญ การศึกษาของ (Goodrich & De Mooij, 2014) ชี้ให้เห็นว่าผู้ที่อาศัยอยู่ในสังคมที่ให้ความสำคัญกับความเป็นปัจเจกบุคคลมักจะใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อค้นคว้าเกี่ยวกับสุขภาพส่วนบุคคลมากกว่า ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมที่เกิดขึ้นระหว่างสมาชิกเหล่านี้ไม่ได้แข็งแกร่งเป็นพิเศษ ในทางกลับกัน ผู้ที่อาศัยอยู่ในสังคมที่ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมกับสังคมมักจะเข้าร่วมในการสนทนาเพื่อค้นหาจุดยืนที่แตกต่าง ในกรณีนี้ ผู้อ้างอิงเหล่านี้สามารถมีบทบาทสำคัญในการส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของบุคคลได้ ตัวอย่างเช่น หากกลุ่มผู้อ้างอิงเชื่อว่าการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรเป็นสิ่งที่ดี ก็มีแนวโน้มที่จะส่งผลกระทบต่อความตั้งใจที่จะซื้อของพวกเขา พบว่าการมีส่วนร่วมกับสังคมเป็นตัวทำนายพฤติกรรมของลูกค้าที่สำคัญ (Nguyen & Greenland, 2021) ซึ่งมีอิทธิพลมากกว่าการบอกต่อแบบปากต่อปากเป็นปัจจัยหลักที่กำหนดความต้องการซื้อของผู้บริโภค (Schultz, Block, & Raman, 2009) ดังนั้น จึงสันนิษฐานว่า

H4: การมีส่วนร่วมกับกลุ่มสังคมของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจซื้อสินค้าเกษตรสดทางออนไลน์ของผู้บริโภค

กรอบแนวคิดงานวิจัย

ในการศึกษาการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ นักวิจัยใช้ทฤษฎีพฤติกรรมที่วางแผนไว้ (Theory of Planned Behavior-TPB) หรือแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model-TAM) เพื่อทำนายความตั้งใจหรือพฤติกรรมของผู้บริโภค การศึกษาของนี้ได้นำมุมมองด้านพฤติกรรมและสังคมมาใช้ โดยที่ตัวแปรต่างๆ เช่น การระบุดตนเอง แนวทางความยั่งยืนระยะยาว จริยธรรม และการมีส่วนร่วมกับสังคมรวมอยู่ในกรอบแนวคิด ตัวแปรเหล่านี้และความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อ ซึ่งอธิบายกรอบแนวคิดได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีสังเกตแบบสอบถามโดยใช้วิธีออนไลน์ ดังต่อไปนี้

การออกแบบงานวิจัย

การใช้แนวทางเชิงปริมาณในการวิจัยครั้งนี้เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์การวิจัยของการศึกษาศึกษานี้ตั้งอยู่บนกรอบแนวคิดเชิงบวก เนื่องจากการวิจัยมีจุดมุ่งหมายเพื่อรวบรวมข้อมูลจำนวนมากเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระทั้งสี่ตัว ได้แก่ อัตลักษณ์ส่วนบุคคล การมองแนวโน้มระยะยาว คุณค่าทางจริยธรรม การมีส่วนร่วมในกลุ่มสังคม กับความตั้งใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรสด ข้อมูลรวบรวมระหว่างเดือนพฤษภาคมถึงกรกฎาคม 2567

ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษานี้ มีการใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างที่สะดวก เนื่องจากการสุ่มตัวอย่างที่ทราบแน่ชัดมีประชากรรวม ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 9,819,959 คน ผู้วิจัยใช้ตำราของ (Taro Yamane, 1973) ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การดำเนินการตามโครงการวิจัย เน้นการศึกษาวิเคราะห์และการมีส่วนร่วมทั้งการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารงานวิจัยและสังเกตแบบสอบถามผ่านระบบออนไลน์ ถูกแบ่งปันให้กับเพื่อนนักวิจัย คนรู้จัก และผู้ที่นักวิจัยได้ติดต่อไว้ผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามถูกวัดโดยใช้มาตราส่วนลิเคิร์ต 5 ระดับ ตั้งแต่ “ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง” ไปจนถึง “เห็นด้วยอย่างยิ่ง”

การรวบรวมข้อมูล

การดำเนินการตามโครงการวิจัย เน้นการศึกษาวิเคราะห์และการมีส่วนร่วมทั้งการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารงานวิจัยและส่งแบบสอบถามผ่านระบบออนไลน์ (Questionnaire Online) ถูกแบ่งปันให้กับเพื่อนนักวิจัย คนรู้จัก และผู้ที่นักวิจัยได้ติดต่อไว้ผ่านแพลตฟอร์มโซเชียล

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามทำการวิเคราะห์ ในส่วนที่ 1 ใช้สถิติเชิงพรรณนา ผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าร่วมการศึกษามีประสบการณ์การซื้อขายสินค้าออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษาและระดับรายได้ เป็นค่าร้อยละ ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้วยสถิติค่าเฉลี่ย ส่วนที่ 3 วิเคราะห์โดยการวิเคราะห์ Regression นำข้อมูลทีวิเคราะห์ได้มาพิจารณาทิศทางของแนวโน้มที่เป็นภาพอนาคตต่อไป

ผลการทดสอบค่าดัชนีความสอดคล้องกับค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ

ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence - IOC) โดยกำหนดเกณฑ์การพิจารณาข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป หากได้ค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 ผู้วิจัยจะแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญหรือตัดทิ้งตามวิธีการของ (Rovinelli and Hambleton, 1977) ในการวิจัยครั้งนี้มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) รวมเท่ากับ 0.973 ส่วนค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับผู้บริโภคมที่มีประสบการณ์ในการซื้อผลิตภัณฑ์การเกษตรสดที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 30 คน โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ตามวิธีการของ (Cronbach, 1990) จะต้องมีความมากกว่า 0.7 ซึ่งพิสูจน์ได้ว่าแบบสอบถามมีความสอดคล้องภายในและน่าเชื่อถือได้

ตารางที่ 1 แสดงค่าความน่าเชื่อถือและค่าความสัมพันธ์สำหรับตัวแปรการศึกษา

Variable	α	1	2	3	4	5
1. อัตลักษณ์ส่วนบุคคล	0.899	-				
2.การมองแนวโน้มระยะยาว	0.930	0.688*	-			
3. คุณค่าทางจริยธรรม	0.934	0.631*	0.698*	-		
4. การมีส่วนร่วมกับกลุ่มสังคม	0.934	0.614*	0.664*	0.607*	-	
5.ความตั้งใจซื้อผ่านแพลตฟอร์มทางออนไลน์	0.876	0.679*	0.705*	0.640*	0.594*	-

หมายเหตุ: * $p < 0.01$

ผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าร่วมมีการศึกษาและมีประสบการณ์การซื้อขายสินค้าออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา และระดับรายได้ คือ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 222 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.50 ส่วนเพศชาย มีจำนวน 178 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.40 มีอายุอยู่ระหว่าง 30-39 ปี จำนวน 190 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมาคืออายุอยู่ระหว่าง 20-29 ปี จำนวน 90 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.5 และลำดับ 3 อายุอยู่ระหว่าง 40-49 ปี จำนวน 85 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.25 ด้านสถานภาพส่วนใหญ่แต่งงานแล้ว จำนวน 250 ราย คิดเป็นร้อยละ 62.5 สถานภาพโสด จำนวน 150 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.5 ส่วนระดับการศึกษา ส่วนใหญ่จบปริญญาตรี จำนวน 175 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.75 รองลงมาคือระดับปริญญาโท จำนวน 88 ราย คิดเป็นร้อยละ 22 ลำดับสามวุฒิ ปวส./อนุปริญญา จำนวน 74 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.5 สุดท้ายเป็นระดับรายได้ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 30,001 - 40,000 บาท จำนวน 136 ราย ลำดับสองมีรายได้ระหว่าง 20,000-25,000 บาท จำนวน 123 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.75 ลำดับสามรายได้มากกว่า 30,000 บาท จำนวน 73 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.5

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็น ในแต่ละตัวแปร มีดังต่อไปนี้

อัตลักษณ์ส่วนบุคคล พบว่า โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.220 เมื่อแยกเป็นรายข้อคำถาม ลำดับแรกเป็น ฉันจะแบ่งปันประสบการณ์การบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรให้กับคนรอบข้าง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.436 ลำดับสอง ฉันเต็มใจที่จะจ่ายเงินผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.400 และลำดับสาม ฉันจะใช้แพลตฟอร์มระบบออนไลน์เป็นตัวเลือกแรกในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย 4.260

การมองแนวโน้มระยะยาวของผู้บริโภค พบว่า โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.292 เมื่อแยกเป็นรายข้อคำถามกลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นในข้อ ฉันมีการวางแผนระยะยาวในการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.456 ลำดับสอง ฉันทำงานหนักเพื่อความสำเร็จในอนาคต มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.350 และลำดับสามฉันสนใจที่จะบริจาคเงินเข้ากองทุนเพื่อสิ่งแวดล้อมในวันนี้เพื่อให้สิ่งแวดล้อมดีขึ้นในอนาคต มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.330

ด้านคุณค่าทางจริยธรรมของผู้บริโภค พบว่า โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.167 เมื่อแยกเป็นรายข้อคำถามกลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นในข้อการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ปลอดสารพิษหรือเป็นออร์แกนิกสอดคล้องกับหลักการบริโภคของฉัน มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.383 ลำดับสองฉันมีจิตใจที่มีคุณธรรมที่จะต้องช่วยเหลือสภาวะโลกร้อนอย่างใดอย่างหนึ่ง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย

4.310 ฉันมีพฤติกรรมที่ถูกต้องในการซื้อผลิตภัณฑ์การเกษตรเพื่อช่วยลดโลกร้อน มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.290

การมีส่วนร่วมกับสังคม โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.214 เมื่อแยกเป็นรายข้อคำถามกลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นในข้อฉันสนับสนุนครอบครัวของฉันให้ซื้อผลิตภัณฑ์การเกษตร ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.436 ลำดับสองครอบครัวของฉันจะเคารพการตัดสินใจของฉันในการซื้อผลิตภัณฑ์การเกษตร เพื่อช่วยเหลือสิ่งแวดล้อมและเกษตรกร มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.360 และลำดับสามครอบครัวของฉันจะมีส่วนร่วมในการรักษาความกลมกลืนกับธรรมชาติ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.356

ความตั้งใจซื้อผ่านแพลตฟอร์มทางออนไลน์ โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.219 เมื่อแยกเป็นรายข้อคำถามกลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นในข้อฉันเต็มใจที่จะซื้อสินค้าเกษตรผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.486 ลำดับสองฉันมีแนวโน้มที่จะทำธุรกรรมกับร้านค้าออนไลน์เพื่อช่วยเหลือเกษตรกร ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.283 ลำดับสามเป็นฉันจะซื้อสินค้าการเกษตรผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ในเร็ว ๆ นี้

ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

ในการศึกษานี้ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณดำเนินการโดยใช้โปรแกรมสถิติทางสังคมศาสตร์ ค่า $R^2 = 0.592$ แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ที่สำคัญระหว่างปัจจัยทั้งสี่นี้และตัวแปรตาม ค่า F ที่ 137.26 ซึ่งมีความสำคัญที่ค่า p (0.05) แสดงให้เห็นว่าแบบจำลองสำหรับอัตลักษณ์ส่วนบุคคล การมองแนวโน้มระยะยาวของผู้บริโภค คุณค่าทางจริยธรรมของผู้บริโภค และการมีส่วนร่วมกับสังคมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรสดทางออนไลน์นั้นได้รับการอธิบายไว้อย่างชัดเจน

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร	β	Std Error	t	Hypothesis
(constant)	.510	.180	2.827**	
H1: อัตลักษณ์ส่วนบุคคล $\rightarrow$ ความตั้งใจซื้อผ่านแพลตฟอร์มทางออนไลน์	.429	.050	5.968**	ยอมรับ
H2: การมองแนวโน้มระยะยาว $\rightarrow$ ความตั้งใจซื้อผ่านแพลตฟอร์มทางออนไลน์	.517	.056	5.865**	ยอมรับ

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (ต่อ)

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร	β	Std Error	t	Hypothesis
(constant)	.510	.180	2.827**	
H3: จริยธรรม $\rightarrow$ ความตั้งใจซื้อผ่านแพลตฟอร์มทางออนไลน์	.275	.048	3.619**	ยอมรับ

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

H4: การมีส่วนร่วมกับสังคม $\rightarrow$ ความตั้งใจซื้อผ่านแพลตฟอร์มทางออนไลน์	.392	.043	2.121*	ยอมรับ
---	------	------	--------	--------

หมายเหตุ: **p<0.01*, p<0.05

Note: **p<0.01*, p<0.05

สมการการถดถอยที่ประมาณได้สามารถแสดงได้ดังนี้:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 SI + \beta_2 LOT + \beta_3 ET + \beta_4 SE + \epsilon$$

คำอธิบาย:

SI = อัตลักษณ์ส่วนบุคคล

LOT = การมองแนวโน้มระยะยาวของผู้บริโภค

ET = คุณค่าด้านจริยธรรมของผู้บริโภค

SE = การมีส่วนร่วมกับกลุ่มสังคม

Y = ความตั้งใจซื้อผ่านแพลตฟอร์มทางออนไลน์

จากที่แสดงในตารางที่ 4 พบว่าค่า β ทั้งหมดสำหรับตัวแปรอิสระมีความสำคัญ ($p < 0.05$) สมมติฐานทั้งสี่ได้รับการยอมรับ SI, LOT, ET และ SE มีค่า β บวก ซึ่งบ่งชี้ความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตัดสินใจซื้อของออนไลน์ ซึ่งหมายความว่าอัตลักษณ์ส่วนบุคคล การมองแนวโน้มระยะยาว คุณค่าทางจริยธรรม การมีส่วนร่วมกับกลุ่มสังคม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรทางออนไลน์ ในบรรดาทั้งหมด การมองแนวโน้มระยะยาว มีค่า β สูงสุด (0.517) ซึ่งบ่งชี้ว่ามีผลกระทบต่ตัวแปรตามมากที่สุด

อภิปรายผล

การศึกษาครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสี่ประการ ได้แก่ อัตลักษณ์ส่วนบุคคล การมองแนวโน้มระยะยาว คุณค่าทางจริยธรรม การมีส่วนร่วมกับกลุ่มสังคม และ ความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรทางออนไลน์

ประการแรก พบว่าอัตลักษณ์ส่วนบุคคลมีอิทธิพลอย่างมากต่อความโน้มเอียงในการซื้อสินค้าเกษตรสด (Sparks & Shepherd, 1992) การซื้อดังกล่าวอาจสอดคล้องกับภาพลักษณ์ของตนเองที่ได้

ใจสุขภาพ นอกจากนี้ผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับแนวทางที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจะมีการรับรู้ในเชิงบวกต่อการซื้อสินค้าเกษตรสดทางออนไลน์ เนื่องจากมีโอกาสซื้อสินค้าเกษตรสดทางออนไลน์มากกว่าสินค้าออนไลน์อื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Deng & Gu,(2021) ที่ว่าลูกค้าชาวจีนที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมมากกว่าจะซื้ออาหารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้าเกษตรสดของประเทศตน

ประการที่สอง พบว่าการมองแนวโน้มระยะยาวของผู้บริโภคมีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรสด ยิ่งผู้บริโภคคิดถึงประโยชน์ในอนาคตและในระยะยาวมากเท่าไรความต้องการซื้อของพวกเขา ก็ยิ่งมากขึ้นเท่านั้น สิ่งนี้ชี้ให้เห็นว่าผู้ที่มีความคิดในระยะยาวจะซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรสด (Samarasinghe, 2012) จึงเสนอให้ผู้ทำการตลาดด้านการเกษตรสื่อสารถึงประโยชน์ในระยะยาวอย่างมีประสิทธิภาพโดยใช้สัญลักษณ์ที่สื่อถึงความเป็นธรรมชาติและความสะดวกใหม่แก่ผู้บริโภคที่มีศักยภาพคุณค่าทางโภชนาการและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับประโยชน์ต่อสุขภาพในระยะยาวที่อาจเกิดขึ้นจากการนำผลผลิตสดมาผสมผสานกับอาหารที่มีความสมดุลและส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดี โดยรวมนี้สามารถดึงดูดผู้บริโภคได้ ในขณะเดียวกันผลการวิจัยของเราสอดคล้องกับการศึกษาครั้งก่อนๆ ที่ดำเนินการโดย (Freestone & McGoldrick, 2008)

ประการที่สาม คุณค่าทางจริยธรรมของผู้บริโภคมีผลกระทบต่อความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรสด ผู้บริโภคมักจะแสดงความรับผิดชอบที่มากขึ้นในการปกป้องสิ่งแวดล้อมโดยการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรสด เนื่องจากผลิตภัณฑ์เหล่านี้มีส่วนสนับสนุนแนวทางการทำฟาร์มที่ยั่งยืนและส่งเสริมความหลากหลายทางชีวภาพ การสนับสนุนเกษตรกรในท้องถิ่นสามารถช่วยรักษาสมดุลทางนิเวศวิทยาได้เช่นกัน สิ่งสำคัญสำหรับนักการตลาด

ประการที่สี่ พบว่าการมีส่วนร่วมของกลุ่มสังคมของผู้บริโภคส่งผลในเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรทางออนไลน์ ทศนคติและมาตรฐานที่กลุ่มอ้างอิง โดยเฉพาะสมาชิกในครอบครัวมีต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรสด มีศักยภาพอย่างมากที่จะส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคแบบรวมกลุ่ม สอดคล้อง การวิจัยของ (Zia, Alzahrani, Alomari, & AlGhamdi ,2022) ระบุถึงอิทธิพลทางสังคมว่าเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญสำหรับการบริโภคอย่างยั่งยืนและการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรออนไลน์ ดังนั้น การวิจัยนี้จึงผสมผสานแนวทางด้านพฤติกรรมและสังคมเพื่อสำรวจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคคนไทยในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรสดออนไลน์

สรุปผล

กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ระหว่าง 30 – 39 ปี สถานภาพแต่งงาน มีระดับการศึกษาจบปริญญาตรี มีระดับรายได้อยู่ระหว่าง 30,001 - 40,000 บาท ส่วนการวัดระดับ

ความเห็นในแต่ละปัจจัย พบว่า ด้านอัตลักษณ์ส่วนบุคคล ภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการมองแนวโน้มระยะยาวของผู้บริโภคภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านคุณค่าจริยธรรมของผู้บริโภคภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการมีส่วนร่วมกับกลุ่มสังคมภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด และด้านความตั้งใจซื้อผ่านแพลตฟอร์มทางออนไลน์ภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณค่า R^2 แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ที่สำคัญระหว่างปัจจัยทั้งสี่นี้และตัวแปรตามค่า F ซึ่งมีความสำคัญที่ค่า p (0.05) แสดงให้เห็นว่าแบบจำลองสำหรับอัตลักษณ์ส่วนบุคคล การมองแนวโน้มระยะยาวของผู้บริโภค คุณค่าทางจริยธรรมของผู้บริโภค และการมีส่วนร่วมกับกลุ่มสังคมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรสดทางออนไลน์นั้นได้รับการอธิบายไว้อย่างชัดเจน สมมติฐานทั้งสี่ได้รับการยอมรับ ซึ่งบ่งชี้ความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตัดสินใจซื้อของออนไลน์

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ผู้วิจัยจึงขอแนะนำให้ผู้ทำการตลาดด้านการเกษตร เกษตรกร และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องเช่น กรมการเกษตรและสหกรณ์ มุ่งเน้นที่คุณค่าของสินค้าทางการเกษตร และอิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง โดยเน้นที่ด้านกลุ่มทางสังคมและวัฒนธรรมของการแบ่งปัน เพื่อดึงดูดผู้บริโภคแบบกลุ่มสังคมมีกระบวนการตัดสินใจและให้การสนับสนุนการตัดสินใจในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ผู้วิจัยหวังว่าการศึกษาในอนาคตจะสามารถสัมภาษณ์เกษตรกรและผู้ทำการตลาดด้านการเกษตรในเชิงลึกเกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาในด้านต่างๆ โดยเฉพาะด้านโลจิสติกส์เพื่อให้แน่ใจว่าผู้บริโภคได้รับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพในราคาและเวลาที่เหมาะสม

องค์ความรู้ใหม่

จากมุมมองทางทฤษฎีพฤติกรรมการกระทำตามแผน (TPB) และการขยายขอบเขตแนวคิดในมุมมองของโมเดลการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ให้กว้างมากขึ้นทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ในเชิงลึกเกี่ยวกับทัศนคติเชิงพฤติกรรมและปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรสดทางออนไลน์ของผู้บริโภค ประโยชน์ที่รับรู้และความสะดวกในการใช้งานเป็นตัวแปรทั่วไปที่ใช้ในการศึกษาพฤติกรรมซื้อของออนไลน์เนื่องมาจากองค์ประกอบของการนำเทคโนโลยีมาใช้ทางออนไลน์ อย่างไรก็ตาม มุมมองอื่นที่สมควรได้รับความสนใจเมื่อศึกษาพฤติกรรมซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรสดมาจากทฤษฎีทางจิตวิทยาและพฤติกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดเช่น อัตลักษณ์ส่วนบุคคลและแนวโน้มในระยะยาว ทั้งนี้เนื่องจากวิธีที่บุคคลรับรู้ตนเองและแนวโน้ม

ของพวกเขาที่มีต่อเป้าหมายในระยะยาวมีอิทธิพลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรสด นอกจากนี้การรวมตัวแปรจากมุมมองทางสังคม เช่น หลักคุณค่าทางจริยธรรมและการมีส่วนร่วมในกลุ่มสังคมทำให้ตระหนักถึงความสำคัญของการสนับสนุนแนวทางปฏิบัติที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ระบบนิเวศผ่านการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรสด

บรรณานุกรม

- จักรกฤษณ์ สำราญใจ. (2544, 27 พฤศจิกายน). การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อการวิจัย. สืบค้นเมื่อ 25 มิถุนายน 2567, จาก http://www.jakkrit.lpru.ac.th/pdf/27_11_44/9.pdf
- พระราชกิจจานุเบกษา. (2566). จำนวนประชากรทั่วราชอาณาจักร ตามหลักฐานทะเบียนราษฎร ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 (เล่ม 414 ตอนพิเศษ 30 ง, 31 ธันวาคม 2566).
- ภิสิตพิพงษ์ จันทรแสง. (2567). ประเทศไทยเข้าสู่ยุค “เมืองแห่งดิจิทัล” มีผู้เข้าถึงอินเทอร์เน็ต 61.2 ล. ราย. สืบค้นเมื่อ 2 กรกฎาคม 2567, จาก <https://lib.nbt.go.th/news/detail/1054>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Albloushy, H. (2016). *Examining the effects of knowledge, environmental concern, attitudes and cultural characteristics on Kuwaiti consumers' purchasing behavior of environmentally sustainable apparel* (Doctoral dissertation, Kansas State University).
- Ateş, H. (2021). Understanding students' and science educators' eco-labeled food purchase behaviors: Extension of theory of planned behavior with self-identity, personal norm, willingness to pay, and eco-label knowledge. *Ecology of Food and Nutrition*, 60(4), 454–472.
- Bearden, W. O., Money, R. B., & Nevins, J. L. (2006). A measure of long-term orientation: Development and validation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 34, 456–467.
- Cang, Y.-M., & Wang, D.-C. (2021). A comparative study on the online shopping willingness of fresh agricultural products between experienced consumers and potential consumers. *Sustainable Computing: Informatics and Systems*, 30, 100493.

- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing* (5th ed., pp. 202–204). New York: Harper & Row.
- Davari, A., Iyer, P., & Strutton, D. (2017). Investigating moral links between religiosity, altruism, and green consumption. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 29(4), 385–414.
- Deng, M., & Gu, X. (2021). Information acquisition, emotion experience and behaviour intention during online shopping: An eye-tracking study. *Behaviour & Information Technology*, 40(7), 635–645.
- Fielding, K. S., McDonald, R., & Louis, W. R. (2008). Theory of planned behaviour, identity and intentions to engage in environmental activism. *Journal of Environmental Psychology*, 28(4), 318–326.
- Freestone, O. M., & McGoldrick, P. J. (2008). Motivations of the ethical consumer. *Journal of Business Ethics*, 79, 445–467.
- Goodrich, K., & De Mooij, M. (2014). How ‘social’ are social media? A cross-cultural comparison of online and offline purchase decision influences. *Journal of Marketing Communications*, 20(1–2), 103–116.
- Hasan, H. N., & Suciarto, S. (2020). The influence of attitude, subjective norm and perceived behavioral control towards organic food purchase intention. *Journal of Management and Business Environment*, 1(2), 132.
- Hofstede, G., & Minkov, M. (2010). Long-versus short-term orientation: New perspectives. *Asia Pacific Business Review*, 16(4), 493–504.
- Johnston, N. E., Jai, T.-M., Phelan, K. V., & Velikova, N. (2018). Branding state-level pride: Exploring values and attitudes of local food product consumption. *Journal of Foodservice Business Research*, 21(6), 659–681.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607–610.
- Kumar, N., & Mohan, D. (2021). Sustainable apparel purchase intention: Collectivist cultural orientation and price sensitivity in extended TPB model. *Journal of Revenue and Pricing Management*, 20, 149–161.

- Leonidou, L. C., Katsikeas, C. S., Samiee, S., & Aykol, B. (2018). International marketing research: A state-of-the-art review and the way forward. In *Advances in Global Marketing: A Research Anthology* (pp. 3–33).
- Michaelidou, N., & Hassan, L. M. (2008). The role of health consciousness, food safety concern and ethical identity on attitudes and intentions towards organic food. *International Journal of Consumer Studies*, 32(2), 163–170.
- Nardi, V. A. M., Jardim, W. C., Ladeira, W., & Santini, F. (2019). Predicting food choice: A meta-analysis based on the theory of planned behavior. *British Food Journal*, 121(10), 2250–2264.
- Nguyen, H. V., Nguyen, N., Nguyen, B. K., & Greenland, S. (2021). Sustainable food consumption: Investigating organic meat purchase intention by Vietnamese consumers. *Sustainability*, 13(2), 953.
- Peña-García, N., Gil-Saura, I., Rodríguez-Orejuela, A., & Siqueira-Junior, J. R. (2020). Purchase intention and purchase behavior online: A cross-cultural approach. *Heliyon*, 6(6).
- Qasim, H., Yan, L., Guo, R., Saeed, A., & Ashraf, B. N. (2019). The defining role of environmental self-identity among consumption values and behavioral intention to consume organic food. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(7), 1106.
- Rahayu, S., Fitriani, L., Kurniawati, R., & Bustomi, Y. (2019). E-commerce based on the marketplace in efforts to sell agricultural products using Xtreme programming approach. *Journal of Physics: Conference Series*, IOP Publishing.
- Renshu, Z., & Gou, Q. (2023). Analysis of influencing factors of consumers' online purchase intention of fresh agricultural products based on online review. *E3S Web of Conferences*, 409, 04006. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202340904006>
- Robina-Ramírez, R., Chamorro-Mera, A., & Moreno-Luna, L. (2020). Organic and online attributes for buying and selling agricultural products in the e-marketplace in Spain. *Electronic Commerce Research and Applications*, 42, 100992.

- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Tijdschrift voor Onderwijsresearch*, 2(2), 49–60.
- Samarasinghe, R. (2021). The influence of cultural values and environmental attitudes on green consumer behaviour. *The Journal of Behavioral Science*, 7(1), 83–98.
- Schultz, D. E., Block, M., & Raman, K. (2009). Media synergy comes of age—Part I. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, 11, 3–19.
- Sharma, K., Aswal, C., & Paul, J. (2023). Factors affecting green purchase behavior: A systematic literature review. *Business Strategy and the Environment*, 32(4), 2078–2092.
- Sparks, P., & Shepherd, R. (1992). Self-identity and the theory of planned behavior: Assessing the role of identification with "green" consumerism. *Social Psychology Quarterly*, 388–399.
- Venaik, S., Zhu, Y., & Brewer, P. (2013). Looking into the future: Hofstede long-term orientation versus GLOBE future orientation. *Cross Cultural Management: An International Journal*, 20(3), 361–385.
- Wu, C., & Liu, R. (2016). A study on consumers' intentions and attitudes to fresh agricultural products for online shopping in China. *International Journal of Simulation Systems, Science & Technology*, 17(45), 1–5.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). New York: Harper and Row.
- Yang, W. Y., Yang, X. L., Bai, Y. T., Yi, H., He, M. X., & Li, X. L. (2021). Research on purchase intention of fresh agricultural products based on SOR theory under live broadcast situation. In *Proceedings of the 2nd International Conference on E-Commerce and Internet Technology (ECIT)*, Hangzhou, China (pp. 416–424).
- Yazdanpanah, M., & Forouzani, M. (2015). Application of the theory of planned behaviour to predict Iranian students' intention to purchase organic food. *Journal of Cleaner Production*, 107, 342–352.
- Zhang. (2019). *Jiangsu Agricultural Science*, 47(4).

Zia, A., Alzahrani, M., Alomari, A., & AlGhamdi, F. (2022). Investigating the drivers of sustainable consumption and their impact on online purchase intentions for agricultural products. *Sustainability*, 14(11), 6563.



ความเป็นมืออาชีพและการบริการงานด้านบัญชีของผู้ทำบัญชีที่มีผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน
ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดนนทบุรี

The Professionalism and Accounting Services of Accountants Affecting the
Quality of Financial Reports of Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) in
Nonthaburi Province.

เอนัฏฐา สุริยะโอภาไชย

สาขาการบัญชี คณะบัญชี มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ E-mail: aynatthar@rpu.ac.th

Aynatthar Suriyaohphachai

Accounting Department, Faculty of Accountancy, Rajapruk University E-mail: aynatthar@rpu.ac.th

รับเข้า : 4 ตุลาคม 2567

แก้ไข : 20 มีนาคม 2568

ตอบรับ : 4 เมษายน 2568

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับความเป็นมืออาชีพและระดับการบริการงานด้านบัญชีของผู้ทำบัญชีในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดนนทบุรี 2) ระดับคุณภาพรายงานทางการเงินของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดนนทบุรี 3) ระดับความเป็นมืออาชีพของผู้ทำบัญชีและระดับการบริการงานด้านบัญชีที่มีผลต่อระดับคุณภาพรายงานทางการเงินของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดนนทบุรี ใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือผู้ทำบัญชี จำนวน 200 คน ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถาม และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการวิจัย พบว่าระดับความเป็นมืออาชีพของผู้ทำบัญชี ระดับการให้บริการงานด้านบัญชี และระดับคุณภาพรายงานทางการเงินอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐาน ยืนยันว่าระดับความเป็นมืออาชีพของผู้ทำบัญชีและระดับการให้บริการ ส่งผลต่อระดับคุณภาพรายงานทางการเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย นักบัญชีและสำนักงานบัญชีควรอบรมด้านจรรยาบรรณและมาตรฐานวิชาชีพ อย่าง



ต่อเนื่อง ส่วนหน่วยงานที่กำลังดูแล ควรให้การรับรองนักบัญชีด้านความเป็นมืออาชีพให้เป็นไปตามมาตรฐานวิชาชีพระดับสากล และส่งเสริมให้ใช้เทคโนโลยีบัญชีดิจิทัล เพื่อลดข้อผิดพลาดในการจัดทำรายงานทางการเงิน

คำสำคัญ: ความเป็นมืออาชีพของผู้ทำบัญชี การให้บริการงานบัญชี คุณภาพรายงานทางการเงิน ธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม

Abstract

This study aims to examine: 1) the level of professionalism and accounting service quality of accountants in small and medium-sized enterprises (SMEs) in Nonthaburi Province, 2) the quality level of financial reports of SMEs in Nonthaburi Province, and 3) the impact of accountants' professionalism and accounting service quality on the quality of financial reports of SMEs in Nonthaburi Province. A quantitative research method was employed, collecting data from a sample of 200 accountants using simple random sampling. The research instrument was a questionnaire, and data were analyzed using descriptive statistics, including percentage, frequency, mean, and standard deviation, as well as inferential statistics through multiple regression analysis at a significance level of 0.05.

The research findings indicate that the levels of accountants' professionalism, accounting service quality, and financial report quality were all at a high level. Hypothesis testing confirmed that the levels of accountants' professionalism and accounting service quality significantly impact the quality of financial reports at the 0.05 significance level. Based on the research findings, it is recommended that accountants and accounting firms should continuously undergo training on professional ethics and standards. Regulatory bodies should certify accountants' professionalism in accordance with international professional standards and promote the use of digital accounting technology to minimize errors in financial report preparation.

Keywords: Accountants' Professionalism, Accounting Services, Financial Report Quality, SMEs

บทนำ

ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากเป็นแหล่งผลิตที่มีบทบาทในห่วงโซ่อุปทาน ครอบคลุมทั้งภาคการผลิต การบริการ และการท่องเที่ยว ส่งผลให้ธุรกิจขนาดใหญ่สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ (มัชฌิมา มาตรวิจิตร, 2559) การเสริมสร้างขีดความสามารถและความมั่นคงของธุรกิจ จึงมีบทบาทสำคัญในการผลักดันเศรษฐกิจไทยให้ก้าวสู่ประเทศรายได้สูง โดยเฉพาะคุณภาพของรายงานทางการเงิน ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสารข้อมูลระหว่างธุรกิจกับผู้ใช้งาน เช่น นักลงทุน ผู้ให้กู้ ลูกจ้าง และผู้บริหาร รายงานทางการเงินที่มีคุณภาพต้องมี ความถูกต้อง ความโปร่งใส และความน่าเชื่อถือ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการตัดสินใจของผู้ใช้งานข้อมูลทางการเงิน อย่างไรก็ตาม งานวิจัยของ Isam Saleh et al. (2022) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน ได้แก่ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในงานบัญชี ความเป็นมืออาชีพของนักบัญชี และการบริหารงานบัญชีอย่างมีประสิทธิภาพ ขณะที่ Slapnicar et al. (2014) ชี้ให้เห็นว่า คุณสมบัติและจริยธรรมของนักบัญชีมีผลโดยตรงต่อคุณภาพของรายงานทางการเงิน และช่วยลดความเสี่ยงของธุรกิจขนาดเล็ก แม้ว่าจะมีงานวิจัยจำนวนมาก ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อ คุณภาพรายงานทางการเงิน ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ แต่ยังไม่มีการศึกษาเฉพาะเจาะจงที่มุ่งเน้น บทบาทของ "ความเป็นมืออาชีพของนักบัญชี" และ "การบริการงานด้านบัญชี" ในบริบทธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดนนทบุรี และความเชื่อมโยงที่มีต่อคุณภาพของรายงานทางการเงินในระดับท้องถิ่น

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นพัฒนาองค์ความรู้ โดยการประเมินบทบาทของความเป็นมืออาชีพของนักบัญชี และการบริการงานด้านบัญชี ที่ส่งผลต่อคุณภาพของรายงานทางการเงินของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งเป็นกลุ่มธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของภูมิภาคในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความเป็นมืออาชีพและระดับการบริการงานด้านบัญชีของผู้ทำบัญชีในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพรายงานทางการเงินของธุรกิจกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดนนทบุรี
3. เพื่อศึกษาระดับความเป็นมืออาชีพของผู้ทำบัญชีและระดับการบริการงานด้านบัญชีที่มีผลต่อระดับคุณภาพรายงานทางการเงินของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดนนทบุรี

สมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ระดับความเป็นมืออาชีพของนักบัญชีมีผลต่อระดับคุณภาพของรายงานทางการเงินของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดนนทบุรี

สมมติฐานที่ 2 ระดับการบริการงานบัญชีที่มีมาตรฐาน มีผลต่อระดับคุณภาพของรายงานทางการเงินของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดนนทบุรี

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ถือเป็นกลุ่มธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเฉพาะในระดับท้องถิ่น อย่างไรก็ตามธุรกิจกลางและขนาดย่อม (SMEs) มักเผชิญกับปัญหาการจัดการด้านการเงินและบัญชี ซึ่งส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือของรายงานทางการเงิน คุณภาพของรายงานทางการเงินจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถดำเนินงานได้อย่างมั่นคงและสามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ทักษะทางวิชาชีพบัญชี มีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างความสามารถของนักบัญชีในการปฏิบัติงานอย่างถูกต้องแม่นยำ สภาวิชาชีพบัญชี (2563) กำหนดให้นักบัญชีต้องมี 5 ทักษะสำคัญ ได้แก่ (1) ทักษะทางปัญญา ซึ่งเกี่ยวข้องความสามารถในการวิเคราะห์และประเมินข้อมูลทางการเงิน (2) ทักษะทางวิชาการ เช่น ความรู้ด้านบัญชี ภาษีอากร และเทคโนโลยีสารสนเทศ (3) ทักษะเฉพาะบุคคล เช่น จริยธรรมทางวิชาชีพ (4) ทักษะด้านการสื่อสาร และ (5) ทักษะด้านการบริหาร เพื่อให้สามารถปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง งานวิจัยของ กษมาพร ยังสัมปอ (2561) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของนักบัญชีของธุรกิจกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ความรู้ทางบัญชี ความเข้าใจมาตรฐานการทำบัญชี และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้นักบัญชีสามารถให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะที่งานวิจัยของ มณีวรรณ ศรีปาน (2564) พบว่าคุณภาพของรายงานทางการเงินขึ้นอยู่กับ สมรรถนะของนักบัญชี ซึ่งประกอบด้วย ทักษะทางวิชาชีพ ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและข้อบังคับทางบัญชี และจริยธรรมทางวิชาชีพ ในระดับสากล Slapnicar et al. (2014) ระบุว่า คุณสมบัติของนักบัญชีระดับมืออาชีพเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มคุณภาพของข้อมูลทางการเงิน นักบัญชีที่มีความเชี่ยวชาญสามารถช่วยให้ข้อมูลทางการเงินมีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ และสามารถใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจได้

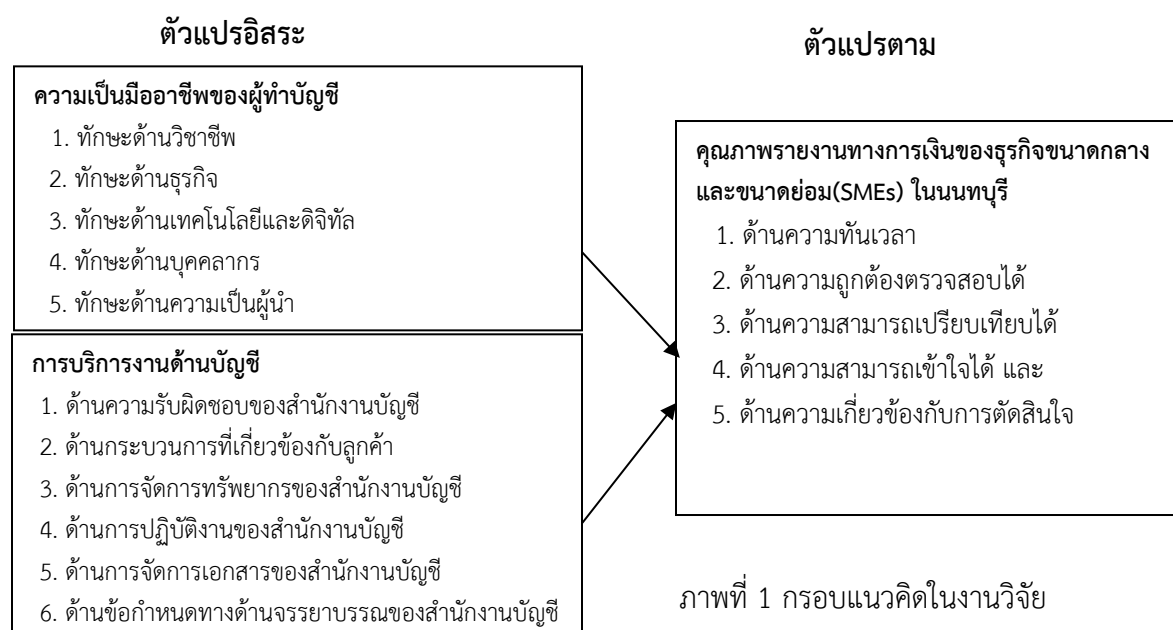
การให้บริการงานบัญชีที่ได้มาตรฐาน เป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยสนับสนุนการจัดทำรายงานทางการเงินที่มีคุณภาพ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2564) กำหนดหลักเกณฑ์สำคัญในการให้บริการงานบัญชี ได้แก่ (1) ความรับผิดชอบของสำนักงานบัญชี ที่ต้องมีความถูกต้อง โปร่งใส และเป็นไปตามมาตรฐานบัญชี (2) กระบวนการบริการลูกค้า ต้องมีข้อตกลงที่ชัดเจนและมีการกำหนดค่าธรรมเนียมที่เหมาะสม (3) การจัดการทรัพยากรบุคคล

นักบัญชีต้องมีคุณสมบัติตามกฎหมายบัญชีและใช้เทคโนโลยีให้เกิดประสิทธิภาพ (4) จรรยาบรรณของนักบัญชี ที่ต้องปฏิบัติตามมาตรฐานวิชาชีพและมีความซื่อสัตย์ งานวิจัยของ ธารรินทร์ ใจเอื้อพลสุข (2561) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง การดำเนินงานของสำนักงานบัญชีและคุณภาพของข้อมูลทางการเงิน พบว่าปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มคุณภาพของรายงานทางการเงิน ได้แก่ การจัดการทรัพยากรภายในสำนักงานบัญชี การปฏิบัติตามมาตรฐานจรรยาบรรณ และการบริหารจัดการเอกสารบัญชีอย่างมีระบบ ในขณะที่งานวิจัยของ Isam Saleh et al. (2022) ศึกษาผลกระทบของ Big Data ต่อคุณภาพของรายงานทางการเงินในประเทศแคนาดา พบว่า การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยลดข้อผิดพลาดและเพิ่มความแม่นยำของรายงานทางการเงิน

คุณภาพของรายงานทางการเงิน เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทางธุรกิจและการลงทุน สาขาวิชาชีพบัญชี (2563) ระบุว่าข้อมูลทางการเงินที่ดีควรมี (1) ความเกี่ยวข้อง เพื่อนำไปใช้ตัดสินใจได้ (2) ความถูกต้องและเชื่อถือได้ (3) ความสามารถเปรียบเทียบได้ และ (4) ความเข้าใจง่าย เพื่อให้ธุรกิจสามารถใช้ข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ งานวิจัยของ อุมาวดี เดชธำรงค์ และนารินทร์ ภักดีศิริวงษ์ (2561) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพของรายงานทางการเงินและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจกลางและขนาดย่อม (SMEs) พบว่าธุรกิจที่มีการจัดทำรายงานทางการเงินที่ถูกต้องและทันเวลา สามารถบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถแข่งขันได้ในตลาด

จากหลักฐานทางวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แสดงให้เห็นว่า ทักษะทางวิชาชีพบัญชีและการให้บริการงานบัญชีที่มีมาตรฐาน เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อคุณภาพของรายงานทางการเงิน นักบัญชีที่มีความรู้ทางบัญชี ความเข้าใจในมาตรฐานการทำบัญชี และสามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะสามารถให้บริการด้านบัญชีที่มีมาตรฐาน ซึ่งช่วยเสริมสร้างความน่าเชื่อถือให้กับข้อมูลทางการเงิน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในงานวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ กลุ่มผู้ทำบัญชีในสำนักงานบัญชีในจังหวัดนนทบุรี จำนวนทั้งสิ้น 267 แห่ง (ข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2565)

กลุ่มตัวอย่างถูกคัดเลือกโดยใช้ การสุ่มตัวอย่างแบบสุ่มอย่างง่าย ซึ่งให้โอกาสนักบัญชีในสำนักงานบัญชีทุกแห่งในจังหวัดนนทบุรี มีโอกาสถูกเลือกอย่างเท่าเทียมกัน ขนาดกลุ่มตัวอย่างถูกคำนวณโดยใช้ ตาราง Krejcie & Morgan (1970) ซึ่งกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ที่ 0.05 และระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970) จากประชากรทั้งหมด 267 คน ทำให้ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมคือ 159 คน เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย ผู้วิจัยได้เพิ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างอีกร้อยละ 25.79 เพื่อรองรับ อัตราการตอบกลับที่อาจไม่ครบถ้วน และเพิ่มความแม่นยำของข้อมูล ส่งผลให้ขนาดกลุ่มตัวอย่างสุดท้ายอยู่ที่ 200 คน

เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม ที่พัฒนาขึ้นจากกรอบแนวคิดและวัตถุประสงค์การวิจัย แบบสอบถามนี้ใช้มาตราส่วนประมาณค่า ครอบคลุมหัวข้อสำคัญดังนี้

ส่วนที่ 1 ความเป็นมืออาชีพของผู้ทำบัญชี 5 ด้าน คือ ทักษะทางปัญญา ทักษะวิชาชีพและเทคนิค ทักษะจริยธรรมและความซื่อสัตย์ ทักษะการสื่อสารและการทำงานเป็นทีม และทักษะการจัดการและการปรับตัว

ส่วนที่ 2 การบริการงานด้านบัญชี 6 ด้าน คือ ความรับผิดชอบ การบริการลูกค้า การจัดการทรัพยากร การปฏิบัติตามมาตรฐานบัญชี การจัดการเอกสาร และ จรรยาบรรณวิชาชีพ

ส่วนที่ 3 คุณภาพรายงานทางการเงิน 5 ด้าน คือ ความถูกต้องและเชื่อถือได้ ความโปร่งใสและตรวจสอบได้ ความทันเวลา ความสามารถในการเปรียบเทียบ และความสอดคล้องกับมาตรฐานบัญชี

แบบสอบถามผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา โดยผู้เชี่ยวชาญในสาขาบัญชี และมีการทดสอบความเชื่อมั่น ด้วยค่าสัมประสิทธิ์ ซึ่งได้ค่ามากกว่า 0.80 ในทุกหัวข้อ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยแจกแบบสอบถาม ให้แก่ผู้ทำบัญชีในสำนักงานบัญชีที่สุ่มคัดเลือกในจังหวัดนนทบุรี โดยใช้ การสุ่มตัวอย่างแบบสุ่มอย่างง่าย ซึ่งทำให้สำนักงานบัญชีทุกแห่งมีโอกาสถูกเลือกอย่างเท่าเทียมกัน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน ถูกสุ่มเลือกจากประชากรทั้งหมด 267 คน (ข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2565) โดยใช้ โปรแกรมสุ่มตัวอย่าง เพื่อให้แน่ใจว่าการเลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นแบบสุ่มจริง

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยนี้ใช้ สถิติเชิงพรรณนา เพื่ออธิบายลักษณะของข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง

1) ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้เพื่อนำเสนอการแจกแจงข้อมูลของประชากรศาสตร์ที่ศึกษา

2) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อวิเคราะห์ค่ากลาง และกระจายตัวของความเป็นมืออาชีพ การบริการงานด้านบัญชี และคุณภาพรายงานทางการเงิน

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานในงานวิจัยนี้ใช้ การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยมีเป้าหมายเพื่อทดสอบว่าตัวแปร ความเป็นมืออาชีพของผู้ทำบัญชี และ การให้บริการงานด้านบัญชี มีอิทธิพลต่อ คุณภาพของรายงานทางการเงิน ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) หรือไม่

สมการการวิเคราะห์ ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณแสดงให้เห็นว่าสามารถสรุปสมการถดถอยเชิงเส้นได้ดังนี้
$$\hat{Y} = -0.535 + 0.808X_1 + 0.296X_2$$

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ลักษณะประชากรของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็น ร้อยละ 86.00 และกลุ่มอายุที่พบมากที่สุดคือ ต่ำกว่า 35 ปี คิดเป็น ร้อยละ 48.00 ด้านระดับการศึกษา ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็น ร้อยละ 80.00 และตำแหน่งงานที่พบมากที่สุดคือ เจ้าหน้าที่บัญชี คิดเป็น ร้อยละ 61.50

ในส่วนของคุณลักษณะกิจการที่ผู้ตอบแบบสอบถามปฏิบัติงาน พบว่า ส่วนใหญ่มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 1 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 5 ล้านบาท คิดเป็น ร้อยละ 86.50 และเมื่อพิจารณาระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ พบว่า ธุรกิจที่ดำเนินงานต่ำกว่า 5 ปี มีสัดส่วนสูงสุด คิดเป็น ร้อยละ 37.50

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเป็นมืออาชีพของผู้ทำบัญชีในสำนักงานบัญชี โดยภาพรวม

ความเป็นมืออาชีพของผู้ทำบัญชี	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
ความรู้ด้านวิชาชีพบัญชีและภาษีอากร	3.88	0.810	มาก
ความรู้และทักษะด้านธุรกิจ	3.80	0.872	มาก
ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (โปรแกรมบัญชี)	3.94	0.796	มาก
ความรู้ด้านบุคลากรและการร่วมงานกับผู้อื่น	4.02	0.760	มาก
ทักษะด้านความเป็นผู้นำ	3.70	0.834	มาก
ภาพรวม	3.87	0.815	มาก

ผลการวิเคราะห์พบว่า ระดับความเป็นมืออาชีพของผู้ทำบัญชีโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.815) โดย ด้านความรู้ด้านบุคลากรและการร่วมงานกับผู้อื่น มีระดับความคิดเห็นสูงสุด ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.760) รองลงมาคือ ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (โปรแกรมบัญชี) ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.796) และ ความรู้

ด้านวิชาชีพบัญชีและภาษีอากร ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.810) และทักษะด้านความเป็นผู้นำ ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = 0.834) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการบริการของงานบัญชี โดยภาพรวม

การบริการงานบัญชี	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
ด้านความรับผิดชอบของสำนักงานบัญชี	3.73	0.879	มาก
ด้านกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า	4.14	0.668	มาก
ด้านการจัดการทรัพยากรของสำนักงานบัญชี	4.29	0.681	มากที่สุด
ด้านการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชี	4.13	0.744	มาก
ด้านทักษะด้านจัดการเอกสารของสำนักงานบัญชี	4.12	0.794	มาก
ด้านทักษะด้านข้อกำหนดทางด้านจรรยาบรรณของสำนักงานบัญชี	4.30	0.497	มากที่สุด
ภาพรวม	4.11	0.677	มาก

ผลการวิเคราะห์พบว่า ระดับการบริการงานบัญชีพบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.677) โดยพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านข้อกำหนดทางจรรยาบรรณของสำนักงานบัญชี มีระดับความคิดเห็นสูงสุด ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.497) รองลงมาคือ ด้านการจัดการทรัพยากรของสำนักงานบัญชี ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.681) ด้านกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.668) ด้านการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชี ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = 0.744) และด้านทักษะการจัดการเอกสารของสำนักงานบัญชี ($\bar{X} = 4.12$, S.D. = 0.794) ล้วนอยู่ในระดับมาก และด้านความรับผิดชอบของสำนักงานบัญชี ($\bar{X} = 3.73$, S.D. = 0.879) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับคุณภาพรายงานทางการเงินของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวม

คุณภาพรายงานทางการเงิน	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
ด้านความทันเวลา	3.70	0.851	มาก
ด้านความถูกต้องตรวจสอบได้	3.71	0.866	มาก
ด้านความสามารถเปรียบเทียบได้	3.75	0.829	มาก
ด้านความสามารถเข้าใจได้	4.23	0.717	มากที่สุด
ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ	4.27	0.716	มากที่สุด
ภาพรวม	3.93	0.796	มาก

ผลการวิเคราะห์พบว่า ระดับคุณภาพรายงานทางการเงินโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ มีระดับความคิดเห็นสูงสุด ($\bar{X} = 4.27$) รองลงมาคือ ด้านความสามารถเข้าใจได้ ($\bar{X} = 4.23$) ด้านความสามารถเปรียบเทียบได้ ($\bar{X} = 3.75$) ด้านความถูกต้องและตรวจสอบได้ ($\bar{X} = 3.71$) และ ด้านความทันเวลา ($\bar{X} = 3.70$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ เพื่อทดสอบสมมุติฐานผลกระทบของระดับความเป็นมืออาชีพของผู้ทำบัญชี และระดับการบริการงานด้านบัญชีที่มีผลต่อระดับคุณภาพรายงานทางการเงินของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดนนทบุรี

ระดับความต้องการ	B	Beta	SE	t	sig	R	Adjusted R ²
ค่าคงที่	-0.535	0.123		-4.365	0.001		
ความเป็นมืออาชีพของผู้ทำบัญชี	.808	0.063	0.64	12.730	0.001	0.95	0.919
การบริการงานด้านบัญชี	.296	0.046	0.33	6.496	0.001	0.94	0.887
			0			2	

*นัยสำคัญทางสถิติ 0.05, **นัยสำคัญ 0.01

ผลการวิเคราะห์ ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) แสดงให้เห็นว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเป็น 0.959 (R^2) หมายความว่า ระดับความเป็นมืออาชีพของผู้ทำบัญชีและระดับการบริการงานบัญชีสามารถอธิบายความแปรปรวนของระดับคุณภาพรายงานทางการเงินได้ร้อยละ 91.9 (Adjusted R^2) ระดับความเป็นมืออาชีพของผู้ทำบัญชี มีค่าสัมประสิทธิ์ $B = 0.808$ และ $Beta = 0.647$ ตัวแปรระดับการบริการงานบัญชี มีค่าสัมประสิทธิ์ $B = 0.296$ และ $Beta = 0.330$ ค่าคงที่ (Constant) = -0.535

ค่า p-value < 0.05 สำหรับทุกตัวแปร แสดงให้เห็นว่าทั้ง ระดับความเป็นมืออาชีพของผู้ทำบัญชี และระดับการบริการงานด้านบัญชี มีผลต่อระดับคุณภาพของรายงานทางการเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

อภิปรายผล (Discussion)

จากการศึกษาผลการวิจัย สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 35 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี และทำงานในตำแหน่ง เจ้าหน้าที่บัญชี ในสำนักงานบัญชีที่มีทุนจดทะเบียนระหว่าง 1-5 ล้านบาท โดยส่วนใหญ่มีประสบการณ์ทำงานต่ำกว่า 5 ปี ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นนักบัญชีที่อยู่ในช่วงเริ่มต้นของอาชีพและยังมีโอกาสในการพัฒนาความเป็นมืออาชีพต่อไป

2. ระดับความเป็นมืออาชีพของนักบัญชี ผลการวิจัยพบว่า ระดับความเป็นมืออาชีพของนักบัญชีโดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านจรรยาบรรณทางวิชาชีพบัญชี ได้รับคะแนนสูงสุด รองลงมาคือ ความรู้และทักษะทางวิชาชีพ และการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและการเรียนรู้ตลอดชีวิต อย่างไรก็ตาม ด้านความสามารถในการใช้เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศทางบัญชี ได้รับคะแนนต่ำสุด ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ กษมาพร ยังสัมปอ (2561) ที่พบว่า ความรู้ทางบัญชี ความเข้าใจในมาตรฐานการทำบัญชี และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้นักบัญชีสามารถให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ งานวิจัยของ มณีวรรณ ศรีปาน (2564) พบว่าคุณภาพของรายงานทางการเงินขึ้นอยู่กับ สมรรถนะของนักบัญชี ซึ่งรวมถึงทักษะทางวิชาชีพ ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและข้อบังคับทางบัญชี และจริยธรรมทางวิชาชีพ ในระดับสากล Slapnicar et al. (2014) ระบุว่า คุณสมบัติของนักบัญชีระดับมืออาชีพเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มคุณภาพของข้อมูลทางการเงิน โดยทำให้ข้อมูลทางการเงินมีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ และสามารถใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจได้ และสอดคล้องกับ พรพนเพ็ญ สิทธิพัฒนา (2567) พบว่าตัวแปรของสมรรถนะวิชาชีพบัญชีประกอบไปด้วย ด้านความรู้ความสามารถ ด้านทักษะทางวิชาชีพ ด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ด้านจริยธรรมในการปฏิบัติงาน และด้านทัศนคติในวิชาชีพ มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในอาชีพของนักบัญชีที่ปฏิบัติงานในจังหวัดนนทบุรี

3. ระดับการให้บริการงานบัญชี ผลการศึกษาพบว่า ระดับการให้บริการงานบัญชีโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดย ด้านข้อกำหนดทางจรรยาบรรณของสำนักงานบัญชี ได้รับคะแนนสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการจัดการทรัพยากรของสำนักงานบัญชี ขณะที่ ด้านความรับผิดชอบของสำนักงานบัญชี ได้รับคะแนนต่ำสุด ซึ่งอาจสะท้อนถึงข้อจำกัดด้านปริมาณงานและมาตรการควบคุมคุณภาพ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2564) ได้กำหนดหลักเกณฑ์สำคัญในการให้บริการงานบัญชี ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อความถูกต้องและความโปร่งใส กระบวนการให้บริการลูกค้าที่มีข้อตกลงและค่าธรรมเนียมที่ชัดเจน การบริหารทรัพยากรภายในสำนักงานบัญชี และการปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธารินทร์ ใจเอื้อพลสุข (2561) ที่พบว่า การบริหารทรัพยากรภายในสำนักงานบัญชี การปฏิบัติตามมาตรฐานจรรยาบรรณ และการจัดการเอกสารบัญชีอย่างเป็นระบบ เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มคุณภาพของรายงานทางการเงิน นอกจากนี้ งานวิจัยของ Isam Saleh et al. (2022) ศึกษา



ผลกระทบของ ข้อมูลขนาดใหญ่ ต่อคุณภาพของรายงานทางการเงินในประเทศแคนาดา และพบว่า การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยลดข้อผิดพลาดและเพิ่มความแม่นยำของรายงานทางการเงิน

4. ระดับคุณภาพของรายงานทางการเงิน ผลการวิจัยพบว่า ระดับคุณภาพของรายงานทางการเงินโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดย ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ได้รับคะแนนสูงสุด รองลงมาคือ ด้านความสามารถเข้าใจได้ และด้านความสามารถเปรียบเทียบได้ อย่างไรก็ตาม ด้านความทันเวลา ได้รับคะแนนต่ำสุด ซึ่งอาจเกิดจากข้อจำกัดในการจัดทำรายงานทางการเงินให้ทันกำหนดเวลา สภาวิชาชีพบัญชี (2563) ระบุว่า รายงานทางการเงินที่มีคุณภาพต้องมีความเกี่ยวข้อง ความถูกต้องและเชื่อถือได้ ความสามารถเปรียบเทียบได้ และความเข้าใจง่าย เพื่อให้ธุรกิจสามารถใช้ข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อูมาวดี เดชอำรงค์ และนาริรัตน์ ภักดีศิริวงษ์ (2561) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง คุณภาพของรายงานทางการเงินและ ความสามารถในการแข่งขันของ SMEs และพบว่า ธุรกิจที่มีรายงานทางการเงินที่ถูกต้องและทันเวลา สามารถบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและแข่งขันได้ในตลาด

5. การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าระดับความเป็นมืออาชีพของนักบัญชีเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อระดับคุณภาพของรายงานทางการเงิน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (B) สูงสุดที่ 0.808 หมายความว่า หากระดับความเป็นมืออาชีพของนักบัญชีเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ระดับคุณภาพของรายงานทางการเงินจะเพิ่มขึ้น 0.808 หน่วย ในขณะที่ ระดับการให้บริการงานบัญชีมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยที่ 0.296 แสดงให้เห็นว่ามีผลต่อระดับคุณภาพของรายงานทางการเงิน แต่มีอิทธิพลน้อยกว่าความเป็นมืออาชีพของนักบัญชี

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า สมมติฐานที่ 1 ซึ่งระบุว่า "ระดับความเป็นมืออาชีพของนักบัญชีมีผลต่อระดับคุณภาพของรายงานทางการเงินของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดนนทบุรี" ได้รับการยอมรับสมมติฐาน มีค่า $p\text{-value} < 0.05$ แสดงให้เห็นว่าระดับความเป็นมืออาชีพของนักบัญชีมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับระดับคุณภาพของรายงานทางการเงิน และสมมติฐานที่ 2 ซึ่งระบุว่า "ระดับการให้บริการงานบัญชีมีผลต่อระดับคุณภาพของรายงานทางการเงินของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดนนทบุรี" ได้รับการยอมรับสมมติฐาน โดยมีค่า $p\text{-value} < 0.05$ เช่นกัน แสดงให้เห็นว่าระดับการให้บริการงานบัญชีมีผลต่อระดับคุณภาพของรายงานทางการเงินของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ค่า Adjusted $R^2 = 0.919$ หมายความว่า ระดับความเป็นมืออาชีพของนักบัญชีและระดับการให้บริการงานบัญชี สามารถอธิบายความแปรปรวนของระดับคุณภาพรายงานทางการเงินได้ถึงร้อยละ 91.9 ซึ่งเป็นค่าสูงมาก สะท้อนให้เห็นว่า ทั้งสองปัจจัยมีบทบาทสำคัญในการกำหนดระดับคุณภาพของรายงานทางการเงิน ผลการวิเคราะห์นี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Slapnicar et al. (2014) ที่ชี้ให้เห็นว่า คุณลักษณะของนักบัญชีมืออาชีพและจรรยาบรรณทางบัญชีช่วยลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ และเพิ่มความถูกต้องของรายงานทางการเงิน

นอก ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ บุญช่วง ศรีธรรมาภรณ์ (2562) ที่พบว่า ความรับผิดชอบของนักบัญชี เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพของรายงานทางการเงินของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) รวมถึงงานวิจัยของ Isam Saleh et al. (2022) ที่ระบุว่า ความสามารถในการวิเคราะห์และความเกี่ยวข้องของข้อมูลทางการเงินเป็นองค์ประกอบสำคัญของรายงานทางการเงินคุณภาพสูง

ข้อสรุปผลการวิจัยยืนยันว่าระดับความเป็นมืออาชีพของนักบัญชีและระดับการให้บริการงานบัญชีที่มีมาตรฐาน เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อระดับคุณภาพของรายงานทางการเงินของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับ นักบัญชี ผู้ประกอบการ และหน่วยงานกำกับดูแล ในการพัฒนา มาตรฐานการให้บริการงานบัญชีและคุณภาพของรายงานทางการเงิน ต่อไป

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. สำหรับนักบัญชีและสำนักงานบัญชี ควรเพิ่มการฝึกอบรมด้านจรรยาบรรณและมาตรฐานวิชาชีพบัญชี และควรปรับปรุงความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานบัญชีให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล
2. สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ควรเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชีที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน และควรให้ความสำคัญกับการจัดทำบัญชีอย่างถูกต้องและครบถ้วน
3. สำหรับหน่วยงานกำกับดูแล (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า และสภาวิชาชีพบัญชี) ควรจัดอบรมและออกใบรับรองความสามารถของนักบัญชี และควรส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีบัญชีดิจิทัลเพื่อลดข้อผิดพลาดในการจัดทำรายงานทางการเงิน
4. ข้อเสนอแนะงานวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพของรายงานทางการเงิน เช่น ขนาดของสำนักงานบัญชี และรูปแบบการดำเนินธุรกิจของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทางบัญชี ความสามารถด้านการบริหารทางการเงินของผู้ประกอบการ

บรรณานุกรม

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2563). *บทวิเคราะห์ธุรกิจ กิจการสำนักงานบัญชี*. <https://www.dbd.go.th>
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2565). *สำนักงานบัญชีในจังหวัดนนทบุรี*. <https://www.dbd.go.th>
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2565). *ผู้ทำบัญชี*. <https://www.dbd.go.th>
- กรมสรรพากร. (2567). *ลักษณะธุรกิจ SMEs*.
https://www.rd.go.th/fileadmin/user_upload/porkor/taxused/SMEs.pdf

- กษมาพร ยังสัมปอ. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานคร (การศึกษาค้นคว้าอิสระหลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ธรรินทร์ ใจเอื้อพลสุข. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีคุณภาพในประเทศไทย (วิทยานิพนธ์หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2554). การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 9). สุริยาสัน.
- บุญช่วง ศรีธรรมาภรณ์. (2562). อิทธิพลของความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงานที่มีต่อประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีบริษัทในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วารสารการวิจัยกาสะลอง, 2020, 1–15.
- มณีวรรณ ศรีปาน. (2564). สมรรถนะนักบัญชีที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของสถานประกอบการในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- มัทธมา มาตรวิจิตร. (2559). ปัญหาการจัดทำบัญชีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กรุงเทพมหานคร (การศึกษาค้นคว้าอิสระหลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- พรรณเพ็ญ สิทธิพัฒนา. (2567). สมรรถนะวิชาชีพบัญชีที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในอาชีพของนักบัญชีที่ปฏิบัติงานในจังหวัดนนทบุรี. วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา, 4(1), 45–60. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/hsjournalnmc/article/view/273003>
- พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543. (2543). ธุรกิจ SME. <https://region2.prd.go.th/th/content/category/detail/id/9/iid/91502>
- พระราชบัญญัติวิชาชีพบัญชี พ.ศ. 2547. (2547). ผู้ทำบัญชี. https://acpro-std.tf.ac.or.th/uploads/files/IESBA_summary.pdf
- พระราชบัญญัติวิชาชีพบัญชี พ.ศ. 2561. (2561). ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี. <https://www.tf.ac.or.th/upload/9414/5HnUcQr4Rn.PDF>
- สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์. (2561). ความหมายของผู้ทำบัญชี. https://acpro-td.tf.ac.or.th/uploads/files/IESBA_summary.pdf
- สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์. (2561). รายงานทางการเงิน. <https://www.tf.ac.or.th/upload/9414/TiadgqgkP.pdf>
- สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์. (2563). กรอบแนวคิดสำหรับการรายงานทางการเงิน. <https://acpro-std.tf.ac.or.th/standard/88/ฉบับปรับปรุงปี--2566--ปัจจุบัน>
- สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์. (2563). ทักษะทางวิชาชีพ. <https://www.tf.ac.or.th/upload/9414/eq6p8RjwV0.pdf>

สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์. (2563). ทักษะและเทคโนโลยีที่สำคัญสำหรับนักบัญชีบริหาร.

<https://www.tfac.or.th/Article/Detail/123469>

อุมาวดี เดชธำรงค์, & นารีรัตน์ ภักดีศิริวงษ์. (2561). ผลกระทบของคุณภาพรายงานทางการเงินที่มีต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย. *วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม*, 8(1), 1–15.

Saleh, I Marei, Maha Ayoush, & Malik Muneer Abu Afifa. (2022). Big Data analytics and financial reporting quality: Qualitative evidence from Canada. *Journal of Financial Reporting and Accounting*, 21(1). <https://doi.org/10.1108/JFRA-07-2022-0204>

Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607–610.
<https://doi.org/10.1177/001316447003000308>

Slapnicar, S., Groff, M. Z., & Stumberger, N. (2014). Does professional accounting qualification matter for the provision of accounting services? In *Accounting in Central and Eastern Europe* (Vol. 13, pp. 255–277). Emerald Group Publishing Limited.
[https://doi.org/10.1108/S1479-3563\(2013\)0000013016](https://doi.org/10.1108/S1479-3563(2013)0000013016).



ปัจจัยการบริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ
ของครูในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจะเข้เขต 1
Administrative Factors Affecting the Efficiency Students-Center Learning
Management of Teachers in Schools Under Chachoengsao Primary
Educational Service Area Office 1.

สุวัฒน์ นนตานอก

นักศึกษาหลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

E-mail: suwat24042535@gmail.com

ลินดา นาคโปย

อาจารย์ประจำหลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

E-mail: narkpoylinda@gmail.com

พรทิพย์ อ้นเกษม

อาจารย์ประจำหลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

E-mail: Porntip.onk@rru.ac.th

Suwat Nontanok

Student, Master of Education, Rajabhat Rajanagarindra University

Linda Narkpoy

Lecturer, Master of Education, Rajabhat Rajanagarindra University

Porntip Onkasem

Lecturer, Master of Education, Rajabhat Rajanagarindra University

รับเข้า : 20 สิงหาคม 2567

แก้ไข : 17 กันยายน 2567

ตอบรับ : 19 กันยายน 2567

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับปัจจัยการบริหาร 2) ระดับประสิทธิภาพการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ 3) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการบริหารกับประสิทธิภาพการจัดการเรียนรู้

ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ และ 4) ปัจจัยการบริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของครูในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1 กลุ่มตัวอย่างใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหารและครูในสถานศึกษา จำนวน 313 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ .99 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ แบบ Stepwise

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับปัจจัยการบริหาร มีค่าเฉลี่ยโดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านบรรยากาศการทำงาน ด้านโครงสร้างองค์การ ด้านนโยบายการบริหารและการปฏิบัติ และด้านบุคลากร ตามลำดับ 2) ระดับประสิทธิภาพการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มีค่าเฉลี่ยโดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ ด้านเทคนิคและวิธีการสอน และด้านการใช้สื่อ เทคโนโลยีสารสนเทศและแหล่งเรียนรู้ ตามลำดับ 3) ปัจจัยการบริหาร มีความสัมพันธ์ทางบวกอยู่ในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .01 4) ปัจจัยการบริหาร 4 ด้าน คือ ด้านบรรยากาศการทำงาน ด้านโครงสร้างองค์การ ด้านนโยบายการบริหารและการปฏิบัติ และด้านบุคลากร ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีอำนาจการพยากรณ์ร้อยละ 65 สามารถเขียนสมการพยากรณ์ในรูปแบบมาตรฐาน ได้คือ $Z'Y = .506Z_2 + .395Z_1 + .203Z_4 - .138Z_3$

คำสำคัญ: ปัจจัยการบริหาร ผู้บริหารสถานศึกษา ประสิทธิภาพการจัดการเรียนรู้ การจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ

Abstract

The purpose of this research was to study 1) the level of administrative factors 2) the level of efficiency students-centered learning management 3) the relationship between administrative factors and the efficiency students-centered learning management and 4) Administrative factors affecting the efficiency students-centered learning management of teacher in schools under Chachoengsao Primary Educational Service Area Office 1. The sample group used in this research included 313 administrators and teachers in educational institutions. The tool used to collect data was a questionnaire. The reliability of the entire questionnaire was .99. Statistics used in data

analysis included: Frequency Percentage Mean Standard Deviation Pearson correlation coefficient and multiple regression analysis.

The research results found that. 1) Level of administrative factors. The average overall and each aspect was at a high level. Arrange the average values from highest to lowest, including working atmosphere. Organizational structure Administrative policy and practice and personnel, respectively 2) Level of efficiency students-centered learning management. The average overall and each aspect was at a high level. Arrange the average values from highest to lowest including measurement and evaluation of learning outcomes. Technical aspects and teaching methods and Media use information technology and learning resources, respectively 3) Administrative factors. There is a high level of positive relationship. Statistically significant at the .01 level. 4) Administrative factors of school administrators that affect the effectiveness of student-centered learning management, arranged in descending order of predictive power, include: working atmosphere; Organizational structure Administrative policy and practice and personnel received 65 percent. The forecast equation can be written in standard score form, which is $Z'Y = .506Z_2 + .395Z_1 + .203Z_4 - .138Z_3$

Keywords: Administrative factors, educational institution administrators, Learning management efficiency, Learning management that focuses on the learner is important

บทนำ

การเสริมสร้างคุณภาพของคน เป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาประเทศทุกประเทศ ตามด้วยการพัฒนาเทคโนโลยี การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างขีดความสามารถในการผลิตและการแข่งขันระหว่างประเทศ ดังนั้น “การศึกษา” จึงเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาคนให้มีความรู้ ความสามารถ นำมาซึ่งการพัฒนา คุณภาพของคนให้มีประสิทธิภาพสูงสุด สถานศึกษาถือว่าเป็นมีความสำคัญอย่างยิ่งในการจัดการศึกษา ดังที่ พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2553 (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562 มาตรา 39 ให้กระทรวงกระจายอำนาจการบริหารและการจัดการศึกษา ทั้งด้านวิชาการ งบประมาณ การบริหารงานบุคคล และการบริหารทั่วไป ไปยังคณะกรรมการ และสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา และสถานศึกษาในเขตพื้นที่

การศึกษาโดยตรง หลักเกณฑ์และวิธีการกระจายอำนาจ ดังกล่าว ให้เป็นไปตามที่กำหนดในกฎกระทรวง เพื่อให้การจัดการศึกษามีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งบุคคลสำคัญในการปฏิรูปการศึกษา คือ ผู้บริหารสถานศึกษา ดังที่ อติกาญจน์ ศรีสังข์ (2564, หน้า 15) ได้กล่าวว่าการบริหารงานในสถานศึกษานั้น ผู้บริหารสถานศึกษาจะต้องเป็นผู้นำในการสนับสนุนส่งเสริมการจัดการเรียนการสอนของบุคลากรในสถานศึกษา สามารถตัดสินใจและมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานซึ่งจะส่งผลต่อการจัดการเรียนการสอนของครูให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นรวมทั้งช่วยให้สถานศึกษา ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่คาดหวังไว้

กระบวนการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญนั้น ผู้เรียนและผู้สอนจำเป็นต้องมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน นักเรียนได้คิดและลงมือปฏิบัติ จะทำให้การจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 มีประสิทธิภาพ ดังที่ มุกตมณีนี ศรีพงษ์เพริศ (2561, หน้า 23) ได้กล่าวถึง ประสิทธิภาพการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ของครูว่าเป็นสิ่งที่สำคัญมาก เพราะการจัดการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพ จะทำให้นักเรียนมีความรู้ความเข้าใจ มีแนวทางแก้ปัญหาในการดำเนินชีวิต ทำให้ผลที่เกิดจากการเรียนการสอนเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้และนักเรียนเกิดทัศนคติที่ดีต่อวิชาที่เรียน สอดคล้องกับ กุลิสรา จิตรชญาวนิช (2564, หน้า 11) ได้กล่าวถึง ความสำคัญของการจัดการเรียนรู้ว่าเป็นกระบวนการที่สำคัญในการพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณภาพ ทำให้ผู้เรียนมีพัฒนาการที่เจริญงอกงามทั้งทางด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม และสติปัญญา ซึ่งในการจัดการเรียนรู้ของครูให้เกิดประสิทธิภาพนั้น ผู้บริหารสถานศึกษาเป็นผู้ที่มีส่วนสำคัญ ในการส่งเสริมและสนับสนุน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพกับผู้เรียนต่อไป

การจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของครูนั้น เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อประสิทธิภาพของผู้เรียน โดยครูต้องสอนผู้เรียนด้วยวิธีการบูรณาการเนื้อหาวิชา แสดงบทบาทโดยวิธีแนะนำ กระตือรือร้นในบทบาทและความรู้สึกของผู้เรียน ให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการวางแผนกิจกรรมต่าง ๆ ดังที่ ณิชดา เวชญาลักษณ์ (2561, หน้า 48) ได้กล่าวถึง การจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ของครูผู้สอน ควรให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือกระบวนการเรียนรู้อย่างตื่นตัวทั้งทางกาย สติปัญญา ทางอารมณ์ และสังคม และใช้หลักการทางจิตวิทยา ช่วยส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถค้นพบองค์ความรู้ด้วยตนเอง สามารถนำสิ่งที่เรียนรู้ไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ โดยผู้สอนควรเลือกรูปแบบที่เหมาะสมกับจุดประสงค์การเรียนรู้ เนื้อหาสาระในการเรียน ลักษณะผู้เรียน ศักยภาพผู้เรียน วิธีการเรียนรู้ของผู้เรียน แต่ละบุคคล ศักยภาพและความถนัดของผู้สอน บริบท สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ในการเรียนรู้นั้น ๆ เพื่อให้ผู้เรียนเกิดความเข้าใจและแสวงหาความรู้ด้วยตนเองได้ในอนาคต ซึ่งต้องคำนึงถึงปัจจัยด้านการรู้คิดและการรู้คิดที่เกิดจากตนเอง ปัจจัยด้านแรงจูงใจและอารมณ์ความรู้สึก ปัจจัยด้านพัฒนาการทางอารมณ์

และปัจจัยด้านความแตกต่างระหว่างบุคคล ภายใต้บรรยากาศการเรียนรู้ที่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนกับผู้สอนและระหว่างผู้เรียนกับผู้เรียน

การบริหารสถานศึกษาให้ประสบความสำเร็จต้องมีกระบวนการดำเนินงานกิจกรรมด้านต่าง ๆ ของสถานศึกษา ซึ่งต้องประกอบด้วยผู้บริหาร ครู และองค์คณะบุคคลฝ่ายต่าง ๆ ของชุมชนในท้องถิ่น เพื่อร่วมกันวางแผนการจัดการศึกษาภายในสถานศึกษาอย่างเป็นระบบตามมาตรฐานและคุณภาพให้แก่เยาวชนในอันที่จะทำให้เกิดการพัฒนาในทุก ๆ ด้านอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อสร้างความเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์และสามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข ซึ่งการบริหารสถานศึกษาให้มีประสิทธิภาพนั้นต้องใช้อย่างปัจจัยในการบริหารหลายประการเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้การปฏิบัติงานและกิจกรรมต่าง ๆ ประสบความสำเร็จ ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรโดยทั่วไป รวมถึงสิ่งที่สนับสนุนหรือกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน (นิพล แก้วกาหลง, 2564, หน้า 24) สอดคล้องกับ จิตติมา วรณศรี (2564, หน้า 95) ได้กล่าวว่า การบริหารองค์กรและสถานศึกษาให้มีคุณภาพมุ่งสู่ความเป็นเลิศมาตรฐานสากล ซึ่งมีองค์ประกอบของการบริหารที่ครอบคลุมทั้งด้านทรัพยากรที่เป็นปัจจัยเบื้องต้นเกี่ยวกับทรัพยากรบุคคล และกระบวนการดำเนินงานเพื่อสร้างระบบ วิธีการปฏิบัติงาน และผลสะท้อนความสำเร็จขององค์กร ได้แก่ 1) การนำองค์กร 2) การวางแผนเชิงกลยุทธ์ 3) การมุ่งเน้นนักเรียนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 4) การวัดการวิเคราะห์การจัดการความรู้ 5) การมุ่งเน้นบุคลากร 6) การจัดการกระบวนการ 7) ผลลัพธ์ จะเห็นได้ว่าปัจจัยการบริหารเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้การบริหารจัดการสถานศึกษาในทุกๆ ด้าน ซึ่งผู้บริหารสถานศึกษาต้องให้ความสำคัญและนำไปใช้ในสถานศึกษา เพื่อให้เกิดผลสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้

ปัจจัยการบริหารถือว่ามามีบทบาทสำคัญต่อการนำสถานศึกษาไปสู่การพัฒนาตามหลักสูตรสถานศึกษาเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ คือผู้เรียนเป็นคนดี คนเก่ง และสามารถดำรงชีวิตในสังคมท้องถิ่นที่ตนอาศัยอยู่ได้อย่างมีความสุข โดยการวางแผนกำหนดนโยบายและมีการปฏิบัติตามแผนส่งผลให้สถานศึกษาประสบผลสำเร็จบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่สถานศึกษาดังไว้ ปัจจัยการบริหารถือเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้การปฏิบัติงานและกิจกรรมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรโดยทั่วไป รวมถึงสิ่งที่สนับสนุนหรือกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจในการปฏิบัติงานเพื่อทำให้ผู้เรียนมีคุณภาพ สอดคล้องกับ วริษา เจียวิริยบุญญา (2564, หน้า 154) ได้ศึกษา ปัจจัยทางการบริหารที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 2 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการบริหาร 4 ด้าน คือ 1) ด้านภาวะผู้นำ 2) ด้านบรรยากาศของสถานศึกษา 3) ด้านการนำนโยบายสู่การปฏิบัติ 4) ด้านการทำงานเป็น

ทีม ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จากที่กล่าวมาจะเห็นว่าปัจจัยการบริหารมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาคุณภาพผู้เรียน ซึ่งรวมถึงความสำเร็จของการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญด้วยนั่นเอง

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1 ได้จัดทำแผนพัฒนาการศึกษาขั้นพื้นฐาน ระยะ 5 ปี พ.ศ. 2566 – 2570 เพื่อเป็นการกำหนดทิศทางการจัดการศึกษา ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1 โดยมุ่งเน้นการยกระดับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและเพื่อให้ผู้เรียนมีสมรรถนะสำคัญของตามหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 เพื่อสื่อสารให้เห็นถึงความพยายามและความก้าวหน้าในการดำเนินงานของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1 ที่มุ่งมั่นพัฒนาคุณภาพการศึกษา ให้สามารถแข่งขันและก้าวทันโลกต่อไปในอนาคต และให้ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย และตัวชี้วัดตามนโยบาย อย่างมีประสิทธิภาพเป็นรูปธรรมจากการศึกษาการรายงานผลการประเมินตนเองของสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1 ปีการศึกษา 2565 พบว่า การยกระดับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและเพื่อให้ผู้เรียนมีสมรรถนะสำคัญของตามหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน ประเด็นที่ยังเป็นปัญหาและควรได้รับการพัฒนา คือ ด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ครูควรจัดกิจกรรมเน้นให้ผู้เรียนได้มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์ คิดสังเคราะห์อย่างหลากหลาย และใช้แหล่งเรียนรู้ในการพัฒนาตนเองควรจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนให้มีพฤติกรรมทัศนคติที่ดีต่อความเป็นไทยและมีคุณลักษณะอันพึงประสงค์ตามที่หลักสูตรกำหนดควรจัดการเรียนการสอนและวัดประเมินผลด้วยวิธีการที่หลากหลายสอดคล้องกับมาตรฐานการเรียนรู้ ตัวชี้วัดตามหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน พ.ศ. 2551 และฝึกให้นักเรียนได้คิดวิเคราะห์ หาความรู้จากแหล่งเรียนรู้ สื่อ เทคโนโลยีให้มากขึ้น พัฒนาสื่อ แหล่งเรียนรู้ จัดเตรียมห้องปฏิบัติการให้อยู่ในสภาพดีและพร้อมใช้งานเสมอ ควรนำภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมให้นักเรียนได้เรียนรู้และควรให้ข้อมูลย้อนกลับแก่นักเรียนทันทีเพื่อนักเรียนนำไปใช้พัฒนาตนเอง (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1, 2565, หน้า 7,13)

จากความสำคัญของปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นว่ากระบวนการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของครูในสถานศึกษาเป็นเรื่องที่จำเป็นอย่างยิ่งที่ครูต้องให้ความสำคัญซึ่งผู้บริหารสถานศึกษาจะต้องมีวิธีการบริหารจัดการเพื่อให้เกิดการพัฒนาผู้เรียน ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา ปัจจัยการบริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของครูในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1 และข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยค้นคว้านี้ผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1

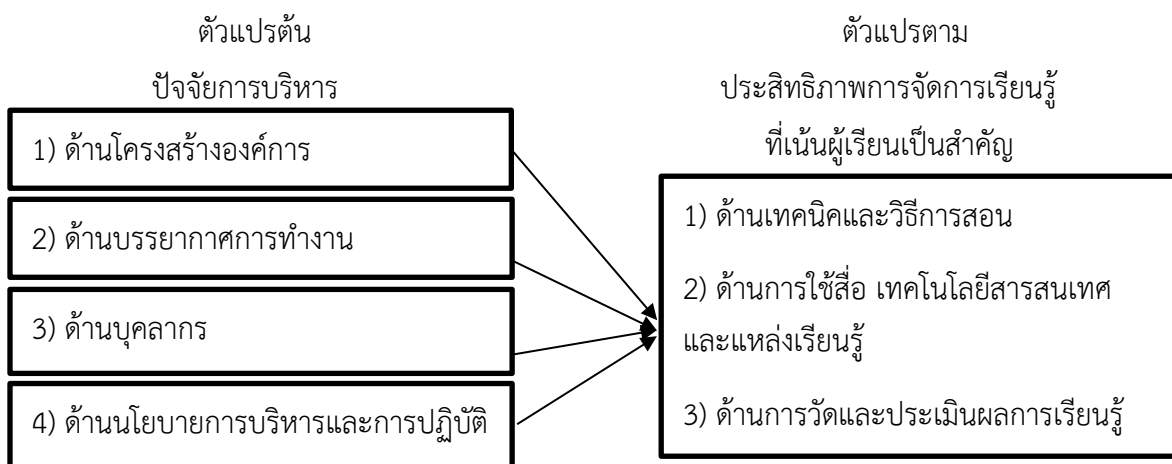
ยังสามารถนำไปใช้เพื่อการปรับปรุงและพัฒนาในด้านการบริหารงานเพื่อส่งเสริมสนับสนุนการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญให้ประสบความสำเร็จต่อการบริหารสถานศึกษาต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยการบริหารของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1
2. เพื่อศึกษาระดับประสิทธิภาพการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของครูในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการบริหารกับประสิทธิภาพการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของครูในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1
4. เพื่อศึกษาปัจจัยการบริหารส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของครูในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1

กรอบแนวคิดการวิจัย

แนวคิดพื้นฐานการวิจัยเรื่อง ปัจจัยการบริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของครูในโรงเรียน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1 ตัวแปรต้น ได้แก่ ปัจจัยการบริหาร 4 ด้าน คือ 1) ด้านโครงสร้างองค์การ 2) ด้านบรรยากาศการทำงาน 3) ด้านบุคลากร 4) ด้านนโยบายการบริหารและการปฏิบัติ สำหรับตัวแปรตาม คือ ประสิทธิภาพการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของครู คือ 1) ด้านเทคนิคและวิธีการสอน 2) ด้านการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศและแหล่งเรียนรู้ 3) ด้านการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ จากแนวคิดดังกล่าว ผู้วิจัยจึงนำมาสรุปเป็นกรอบแนวคิดแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ดังภาพ



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

นำหนังสือเสนอต่อผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1 เพื่อพิจารณาให้ความเห็นชอบแล้วนำหนังสือที่ผ่านการพิจารณาแล้วเสนอต่อผู้อำนวยการสถานศึกษาที่ได้กำหนดเป็นกลุ่มตัวอย่าง เพื่ออำนวยความสะดวกในการเก็บข้อมูล นำแบบสอบถามออนไลน์ เก็บรวบรวมข้อมูลส่งผ่านช่องทางออนไลน์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1 เพื่อให้ผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มตัวอย่างเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับการเก็บแบบสอบถามคืบหน้าผู้วิจัยเก็บรวบรวมผ่านทางระบบออนไลน์ นำแบบสอบถามที่รวบรวมได้ ทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ และนำผลข้อมูลมาวิเคราะห์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 ศึกษาระดับปัจจัยการบริหารของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1

ผลการศึกษาระดับปัจจัยการบริหาร สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1 โดยภาพรวมและรายด้าน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านบรรยากาศการทำงาน ด้านโครงสร้างองค์การ ด้านนโยบายการบริหารและการปฏิบัติ และด้านบุคลากร ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ปัจจัยการบริหาร ด้านโครงสร้างองค์การ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ ผู้บริหารจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปีและจัดทำโครงการต่าง ๆ ของสถานศึกษาได้อย่างเหมาะสมและชัดเจน ผู้บริหารกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมาย พันธกิจของสถานศึกษาร่วมกับบุคลากรได้อย่างเหมาะสม ผู้บริหารมอบหมายงานที่สอดคล้องกับทักษะและความสามารถของบุคลากร ผู้บริหารกำหนดโครงสร้างการทำงานที่แสดงถึงบทบาท หน้าที่ในการทำงานของบุคลากรและมีสายบังคับบัญชา ชัดเจน ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเป็นลำดับสุดท้าย ได้แก่ ผู้บริหารเปิดโอกาสให้บุคลากรคิดแก้ปัญหาและตัดสินใจเพื่อเพิ่มประสิทธิผลขององค์การร่วมกัน

ปัจจัยการบริหาร ด้านบรรยากาศการทำงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ ผู้บริหารสร้างบรรยากาศที่ส่งเสริมให้บุคลากร เกิดความมุ่งมั่น ตั้งใจทุ่มเทกำลังกายกำลังใจ มีความสามัคคีในการ

ปฏิบัติงาน ผู้บริหารสร้างบรรยากาศให้บุคลากรมีโอกาสแลกเปลี่ยนเรียนรู้พูดคุยช่วยเหลือ ซึ่งกันและกัน และดำรงรักษาวัฒนธรรมที่ดีของโรงเรียน ผู้บริหารเตรียมสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการปฏิบัติงานร่วมกัน ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเป็นลำดับสุดท้าย ได้แก่ ผู้บริหารสร้างบรรยากาศที่สนับสนุนให้บุคลากรไว้วางใจกัน ยอมรับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกัน มีปฏิสัมพันธ์กันอย่างจริงจังเพื่อสร้างบรรยากาศการทำงานที่ดี

ปัจจัยการบริหาร ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ ผู้บริหารส่งเสริมให้ครูได้พัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องและทั่วถึง ผู้บริหารส่งเสริมสนับสนุนให้ครูแสดงออกถึงความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงานโดยมุ่งเน้นประสิทธิภาพของสถานศึกษา ผู้บริหารส่งเสริมบุคลากรในสถานศึกษาให้ใฝ่หาความรู้และนำแนวคิดใหม่ ๆ มาใช้ในการจัดการเรียนการสอน ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเป็นลำดับสุดท้าย ได้แก่ ผู้บริหารมีการบริหารงานโดยเปิดโอกาสให้บุคลากรมีอิสระในการปฏิบัติงาน

ปัจจัยการบริหาร ด้านนโยบายการบริหารและการปฏิบัติ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ ผู้บริหารมีวิธีการทำงานที่แสดงให้เห็นถึงการกำหนดเป้าหมายในการดำเนินการที่ชัดเจน ผู้บริหารมีการกำหนดแผนงานที่สอดคล้องกับโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียน ผู้บริหารมีการควบคุม กำกับ ติดตาม และประเมินผลการปฏิบัติงาน เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จ ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเป็นลำดับสุดท้าย ได้แก่ ผู้บริหารมีวิธีการสื่อสารกับผู้ใต้บังคับบัญชาอย่างเหมาะสม

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 ศึกษาระดับประสิทธิภาพการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ของครูในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1

ผลการศึกษาระดับประสิทธิภาพการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1 โดยภาพรวมและรายด้าน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ด้านเทคนิคและวิธีการสอน ด้านการใช้สื่อ เทคโนโลยีสารสนเทศและแหล่งเรียนรู้ ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ประสิทธิภาพการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ด้านเทคนิคและวิธีการสอน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ ครูมีความเป็นมิตร มีความใกล้ชิดและจริงใจต่อนักเรียน ครูจัดบรรยากาศการเรียนรู้อย่างเอื้อต่อการเรียนรู้ของผู้เรียนอย่างเหมาะสม ครูรับฟังความคิดเห็นของนักเรียนบนพื้นฐานของ

เหตุผล ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเป็นลำดับสุดท้าย ได้แก่ ครูปรับเปลี่ยนกระบวนการสอนจากการเป็นผู้บอกความรู้ให้แก่ผู้เรียนมาเป็นผู้สนับสนุน ผู้ชี้แนะ และเป็นที่ปรึกษา

ประสิทธิภาพการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ด้านการใช้สื่อ เทคโนโลยีสารสนเทศและ แหล่งเรียนรู้ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดย เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ ครูปรับปรุงสื่อและนวัตกรรมให้ทันสมัยอยู่เสมอ ครูหาวิธีการที่สามารถสร้างและพัฒนาผู้เรียนให้เกิดคุณลักษณะ ที่พึงประสงค์อยู่เสมอ ครูนำสื่อ เทคโนโลยีสารสนเทศมาจัดการเรียนรู้สอดคล้องกับมาตรฐานการเรียนรู้ ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ ในระดับมากเป็นลำดับสุดท้าย ได้แก่ ครูใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นแหล่งเรียนรู้ในการจัดการเรียนรู้

ประสิทธิภาพการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ด้านการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ ครูส่งเสริมกระบวนการปฏิบัติงานและผลงานของผู้เรียน ครูประเมินผลงานผู้เรียนจากการปฏิบัติจริงและประเมินผลตามความสามารถของผู้เรียน ครูสนับสนุนการเรียนรู้เพื่อแก้ปัญหาและการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเป็นลำดับสุดท้าย ได้แก่ ครูพัฒนาผู้เรียนให้เกิดคุณลักษณะต่าง ๆ ส่งเสริมให้ผู้เรียนเรียนรู้ด้วยตนเอง สอดคล้องกับความถนัดและความสนใจ

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3 ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการบริหารกับประสิทธิภาพการ
จัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของครูในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา
ฉะเชิงเทรา เขต 1

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการบริหาร ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการเรียนรู้ ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของครูในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1 มีความสัมพันธ์ทางบวกอยู่ในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 รายด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน โดยเรียงตามลำดับค่าความสัมพันธ์จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการ สร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียนรู้ ด้านโครงสร้างองค์การ ด้านนโยบายการบริหารและการปฏิบัติ และ ด้านบุคลากร

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 4 ศึกษาปัจจัยการบริหารส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการเรียนรู้ที่
เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของครูในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการบริหาร ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็น
สำคัญของครูในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1 พบว่า

ปัจจัยการบริหาร ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของครูในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เรียงลำดับค่าอำนาจพยากรณ์จากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านบรรยากาศการทำงาน (X2) ด้านโครงสร้างองค์กร (X1) ด้านนโยบายการบริหารและการปฏิบัติ (X4) ด้านบุคลากร (X3) มีค่าประสิทธิภาพในการพยากรณ์ (R2) เท่ากับ .654 แสดงว่า ปัจจัยการบริหารทั้ง 4 ด้าน สามารถร่วมกันทำนายประสิทธิภาพการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของครูในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1 ร้อยละ 65

อภิปรายผล

1. ระดับปัจจัยการบริหาร สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1 โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ วริชา เจียวิริยบุญญา (2564, หน้า 154) ได้ศึกษาปัจจัยทางการบริหารที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 2 พบว่า ปัจจัยทางการบริหาร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัย ทวีชัย เกียรติสกุลศรี (2565, หน้า 594) ได้ศึกษา ปัจจัยการบริหารที่ส่งผลต่อการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจังหวัดอุดรธานี พบว่า ปัจจัยการบริหาร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

2. ประสิทธิภาพการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของครูในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1 พบว่า ประสิทธิภาพการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ อุทัยวรรณ ทองคำ (2562, หน้า 66) ได้ศึกษาการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของครู ในโรงเรียนสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม พบว่า ประสิทธิภาพการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มีทั้งหมด 4 ด้าน คือ ด้านการจัดเตรียมการเรียนการสอน ด้านการดำเนินการจัดการเรียนการสอน ด้านการผลิตและใช้สื่อการเรียนการสอน และด้านการวัดและประเมินผลการเรียนการสอนโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชรมัย อินอ่อน (2564, หน้า 307) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของครูในสถานศึกษาโครงการส่วนพระองค์สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้ากรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี จังหวัดปทุมธานี พบว่า การจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของครู โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

3. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการบริหารกับประสิทธิภาพการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของครูในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1 มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วริษา เจียวิริยบุญญา(2564, หน้า 125) ได้ศึกษางานวิจัย เรื่อง ปัจจัยทางการบริหารที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 2 ผลการวิจัยพบว่า ระดับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการบริหารกับความสำเร็จของการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของโรงเรียนประถมศึกษา มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับงานวิจัยของ พัทธมย์ อินอ่อน (2565, หน้า 75) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของครูในสถานศึกษาโครงการส่วนพระองค์สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้ากรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี จังหวัดปทุมธานี พบว่า ระดับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของครูในสถานศึกษา มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

4. ปัจจัยการบริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของครูในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1 พบว่า ปัจจัยการบริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของครูในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย เรียงลำดับตามอำนาจพยากรณ์จากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านบรรยากาศการทำงาน ด้านโครงสร้างองค์การ ด้านนโยบายการบริหารและการปฏิบัติ และด้านบุคลากร เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาแนวทางการพัฒนาปัจจัยการบริหารของผู้บริหาร สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1
2. ควรศึกษาปัจจัยการบริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ของครู ตามความคิดของคณะกรรมการสถานศึกษา ชุมชน นักเรียน ผู้ปกครอง ตลอดจนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษา
3. ควรศึกษาปัจจัยการบริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ของครู ในบริบทที่แตกต่างกัน เช่น ครูระดับมัธยมศึกษา

4. ควรศึกษาปัจจัยด้านอื่น ๆ เช่น ด้านการเสริมแรง ภาวะผู้นำ เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของครู

บรรณานุกรม

กระทรวงศึกษาธิการ. (2546). พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติพุทธศักราช 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พุทธศักราช 2545. กรุงเทพฯ: รัฐสภา.

กุลิสรา จิตรขณาวณิช. (2564). การจัดการเรียนรู้ (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จิตติมา วรณศรี. (2564). การบริหารจัดการศึกษายุคดิจิทัล (พิมพ์ครั้งที่ 1). พิษณุโลก: โรงพิมพ์รัตนสุวรรณการพิมพ์ 3.

ณิรดา เวชญาลักษณ์. (2561). หลักการจัดการเรียนรู้. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ทวีชัย เกียรติสกุลศรี. (2565, มกราคม-เมษายน). ปัจจัยการบริหารที่ส่งผลต่อการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจังหวัดอุดรธานี. วารสารการบริหารการศึกษา, xx(x), xx-xx. (กรุณาระบุชื่อวารสาร ฉบับที่ และหน้าที่แนบชัดเจนเพื่อเพิ่มเติม)

นิพล แก้วกาหลง. (2564). ปัจจัยทางการบริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการจัดการศึกษา ระบบทวิภาคีของวิทยาลัยในสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดสกลนคร (วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร).

บุญชม ศรีสะอาด. (2560). การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

พัชรมัย อินอ่อน. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของครูในสถานศึกษา โครงการส่วนพระองค์สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้ากรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี จังหวัดปทุมธานี (วิทยานิพนธ์ครุศาสตรบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).

มุกดาเมณี ศรีพงษ์เพริศ. (2561). ปัจจัยคัดสรรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ของครูประถมศึกษา จังหวัดปทุมธานี (วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).

วริษา เจียวิริยบุญญา. (2564). ปัจจัยทางการบริหารที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 2 (วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร).



- สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1. (2566). ข้อมูลสารสนเทศ ปีการศึกษา 2566. ฉะเชิงเทรา: สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1.
- สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1. (2565). แผนพัฒนาการศึกษาขั้นพื้นฐาน ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566–2570). ฉะเชิงเทรา: สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1.
- สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1. (2566). รายงานการสังเคราะห์ผลการประเมินตนเองของสถานศึกษา (Self Assessment Report : SAR) ปีการศึกษา 2565. ฉะเชิงเทรา: สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1.
- อดิภาณูจน์ ศรีสังข์. (2564). ทักษะการบริหารงานในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษาตามความคิดเห็นของครูผู้สอน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี (วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี).
- อุทัยวรรณ ทองคำ. (2562, มกราคม–มิถุนายน). การจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของครูในโรงเรียนสังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม. วารสารสังคมศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด, 3(1), 60–70.
- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing* (5th ed.). New York: Harper & Row.

นวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ตของ
ผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่น C ในเขตกรุงเทพมหานคร
Service Innovations Affecting the Decision of the Generation C
to use Supermarket Service in Bangkok.

สุนทรีย์ สองเมือง

อาจารย์ สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ Email: susong@rpu.ac.th

Suntree Songmuang

Lecturer, Digital Marketing Program, Faculty of Business Administration, Rajapruk University

รับเข้า : 4 มีนาคม 2567

แก้ไข : 24 มีนาคม 2567

ตอบรับ : 4 เมษายน 2567

บทคัดย่อ

รายงานวิจัยเรื่อง นวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ตของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่น C ในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมการเลือกใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ตของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่น C ในเขตกรุงเทพมหานคร 2) ระดับความสำคัญของนวัตกรรมบริการของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่น C ที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ต ในเขตกรุงเทพมหานคร 3) ระดับความสำคัญของการตัดสินใจเลือกใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ตของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่น C ในเขตกรุงเทพมหานคร 4) นวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ต ของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่น C ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่น C ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ราย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ โดยวิธี Enter

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสินค้าในซูเปอร์มาร์เก็ต โดยเฉลี่ยครั้งละไม่เกิน 1,000 บาท ซื้อสินค้ากลุ่มอุปโภค โภชณียภัณฑ์เป็นหลัก ช่วงเวลาหลังเลิกงาน/เลิกเรียน เลือกใช้บริการเพราะสินค้าที่ใช้ประจำหมด การตัดสินใจเลือกใช้บริการด้วยตนเอง และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ตคือชื่อเสียงของซูเปอร์มาร์เก็ต 2) ให้ความสำคัญกับด้านสภาพแวดล้อม (Environment) มากที่สุด รองลงมาด้านเทคโนโลยี (Technologies) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านข้อมูลสารสนเทศ (Information) 3) ให้ความสำคัญกับชั้นการ

ตัดสินใจเลือกใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ต (Purchase Decision) มากที่สุด รองลงมาขั้นการรับรู้ถึงความต้องการ (Need Recognition) ขั้นการค้นหาข้อมูล (Information Search) ขั้นพฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) และขั้นการประเมินผลทางเลือก (Evaluation of alternative) 4) ด้านข้อมูลสารสนเทศ (Information) กระบวนการ (Process) เทคโนโลยี (Technologies) และสภาพแวดล้อม (Environment) ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: นวัตกรรมบริการ ผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชัน C การตัดสินใจ

Abstract

The research topic is about “Service Innovations Affecting the Decision of the Generation C to use Supermarket Service in Bangkok” aim to study 1) the behavior of Generation C consumers in using supermarket services in Bangkok 2) the level of importance of service innovation for Generation C consumers when deciding to use supermarket services in Bangkok 3) the level of importance of decision-making factors in using supermarket services for Generation C consumers in Bangkok and 4) the service innovations that influence Generation C consumers' decisions to use supermarket services in Bangkok. The sample consists of 400 Generation C consumers in Bangkok, selected using the Stratified Random Sampling method. Data were collected using a questionnaire. The statistical methods used for analysis include frequency, percentage, mean, standard deviation, and Multiple Linear Regression Analysis using the Enter method.

The research findings revealed that 1) Most respondents shopped at supermarkets, spending an average of no more than 1,000 baht per visit, purchasing consumer goods near their residence, typically after work or school. They chose to use the service mainly because their regular products had run out. The decision to shop was made independently, with the most influential factor being the supermarket's reputation. 2) Respondents placed the highest importance on the environment, followed by technology, processes, and information. 3) The purchase decision stage was given the most importance, followed by need recognition, information search, post-purchase behavior, and evaluation of alternatives. 4) Information, processes,

technology, and the environment significantly influenced supermarket choice decisions at a statistical significance level of .05.

Keywords: Service innovation, Generation C consumers, decision

บทนำ

ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern trade) เป็นหนึ่งในกลไกสำคัญที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย โดยมีมูลค่ารวมกว่า 2.8 ล้านล้านบาทในปี 2566 คิดเป็นสัดส่วน 15.7% ของ GDP มีจุดเด่นด้านการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและการขยายช่องทางออนไลน์ เพื่อตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคที่ชอบความสะดวกสบายและความคุ้มค่า ในยุคที่เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำเนินชีวิต (เก่งพงศ์ ตั้งอรุณสันติ, 2564) โดยเฉพาะกลุ่มเจนเนอเรชั่น C ที่มีพฤติกรรมเชื่อมโยงกับเทคโนโลยีและโซเชียลมีเดียเป็นหลัก แบ่งออกเป็นสามช่วงอายุ ได้แก่ Baby Gen C (18–24 ปี) ที่ชื่นชอบการใช้แอปพลิเคชันและเทคโนโลยีในการช้อปปิ้ง, Bachelor Gen C (25–34 ปี) ให้ความสำคัญกับความสะดวกในการจับจ่ายสินค้าทั้งออฟไลน์และออนไลน์ และ Marriage Gen C (35–44 ปี) ให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าและคุณภาพของสินค้า แต่ละกลุ่มมีความต้องการและไลฟ์สไตล์ที่แตกต่างกัน แต่ล้วนให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายและการปรับตัวเข้ากับนวัตกรรมใหม่ (อนันดา ดีเวลลอปเม้นท์, 2560)

นวัตกรรมบริการเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ต เช่น การชำระเงินผ่านมือถือ การสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ การจัดส่งสินค้าถึงบ้าน และการใช้ปัญญาประดิษฐ์เพื่อปรับปรุงประสบการณ์ของลูกค้า ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษานวัตกรรมบริการใดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ต ของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่น C ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นตลาดที่ธุรกิจค้าปลีกมีการขยายตัวอย่างรวดเร็วและการแข่งขันสูงภายใต้สถานการณ์การแข่งขันของธุรกิจค้าปลีกรูปแบบซูเปอร์มาร์เก็ต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ตของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่น C ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของนวัตกรรมบริการของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่น C ที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ต ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของการตัดสินใจเลือกใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ตของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่น C ในเขตกรุงเทพมหานคร

4. เพื่อศึกษานวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ต ของ
ผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่น C ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย

นวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ตของผู้บริโภคกลุ่มเจน
เนอเรชั่น C

กรอบแนวคิดในการวิจัย

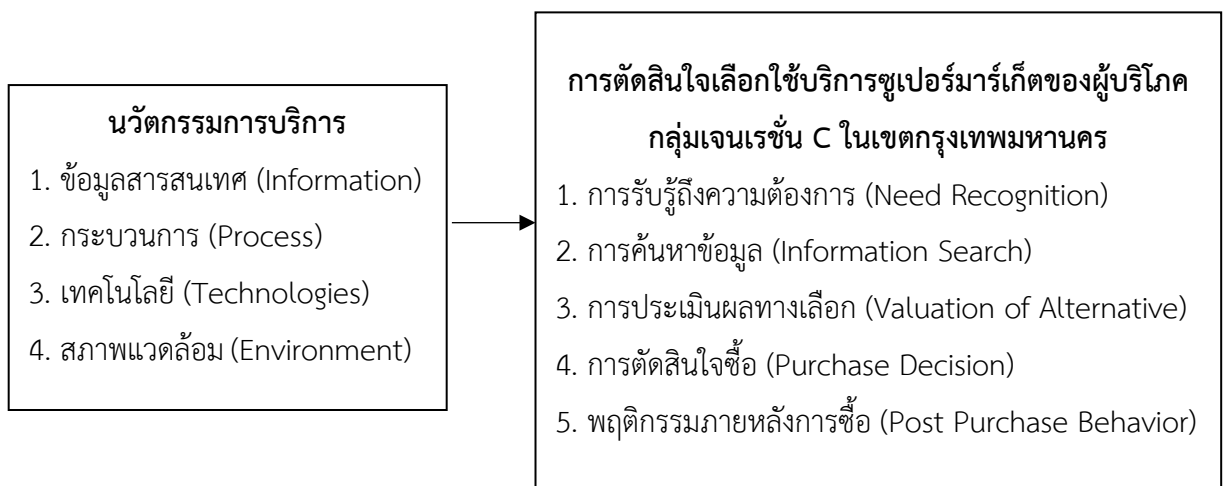
กรอบแนวคิดในการวิจัยได้จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. นวัตกรรมบริการ ได้ศึกษาจากแนวคิดของ มนู อร์ดีลเชษฐ์ (2556) ซึ่งได้กล่าวว่าการ
การสร้างนวัตกรรมบริการต้องอาศัยกรอบ (Framework) เพื่อใช้เป็นหลักยึดในกระบวนการของ
นวัตกรรมบริการ โดยกรอบดังกล่าวเป็นส่วนประกอบโครงสร้าง หรือ Building Block ของนวัตกรรม
บริการ ซึ่งประกอบด้วย 1) ข้อมูลสารสนเทศ (Information) 2) กระบวนการ (Process) 3)
เทคโนโลยี (Technologies) และ 4) สภาพแวดล้อม (Environment)

2. การตัดสินใจเลือกใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ตของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่น C ในเขต
กรุงเทพมหานคร ได้ศึกษาจากทฤษฎีของ Kotler & Keller (2016) ซึ่งได้กล่าวว่าการ
ตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การ
ประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และ พฤติกรรมภายหลังการซื้อ

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)

ตัวแปรตาม (Dependent Variable)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ประกอบด้วย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชากรกลุ่มเจนเนอเรชัน C ในเขตกรุงเทพมหานคร ช่วงอายุ ตั้งแต่ 18-44 ปีอาศัยอยู่ใน 50 เขต (มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 2,069,560 คน) โดยแบ่งเป็นเขตการปกครอง ทั้งหมด 6 กลุ่ม (ส่วนสวนสาธารณะ ๑, 2567) คือ 1) กลุ่มกรุงเทพมหานครกลาง (9 เขต) 2) กลุ่มกรุงเทพมหานครเหนือ (7 เขต) 3) กลุ่มกรุงเทพมหานครตะวันออก (9 เขต) 4) กลุ่มกรุงเทพมหานครใต้ (10 เขต) 5) กลุ่มกรุงเทพมหานครเหนือ (8 เขต) และ 6) กลุ่มกรุงเทพมหานครใต้ (7เขต) ผู้วิจัยใช้สูตร Taro Yamane (1973) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และเลือกตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ได้จำนวนตัวอย่าง 400 คน ดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มช่วงอายุ เขตการปกครอง	อายุ 18-44 ปี (คน)	กลุ่มตัวอย่างแบบแบ่ง ชั้นภูมิ
(1) กลุ่มเขตกรุงเทพมหานครกลาง	225,622	44
(2) กลุ่มเขตกรุงเทพมหานครเหนือ	406,024	78
(3) กลุ่มเขตกรุงเทพมหานครตะวันออก	526,644	102
(4) กลุ่มเขตกรุงเทพมหานครใต้	282,471	55
(5) กลุ่มเขตกรุงเทพมหานครเหนือ	264,381	51
(6) กลุ่มเขตกรุงเทพมหานครใต้	364,418	70
รวม	2,069,560	400

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากการทบทวนวรรณกรรม และได้กำหนดข้อคำถามแบ่งเป็น 4 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยข้อคำถาม 5 ข้อถามเกี่ยวกับ เพศ ระดับการศึกษาสูงสุด สถานภาพการสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชัน C ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นคำถามแบบเลือกตอบ ประกอบด้วยข้อคำถาม 7 ข้อ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการ เป็นคำถาม แบบ Rating Scale ประกอบด้วยข้อคำถาม 4 ด้าน

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ตในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นคำถาม แบบ Rating Scale ประกอบด้วยข้อคำถาม 5 ด้าน

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

โดยข้อคำถามตอนที่ 1-2 เป็นแบบเลือกตอบ ข้อคำถามตอนที่ 3-4 เป็นมาตราส่วนประมาณค่าแบบ Likert Scale โดยแบ่งระดับความสำคัญเป็น 5 ระดับ คือ ระดับความสำคัญมากที่สุด ระดับความสำคัญมาก ระดับความสำคัญปานกลาง ระดับความสำคัญน้อย และระดับความสำคัญน้อยที่สุด และกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนสำหรับการแปลผลค่าเฉลี่ยในการสรุปผล (Srisa-at, B., 2013) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00	หมายถึง ระดับความสำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20	หมายถึง ระดับความสำคัญมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40	หมายถึง ระดับความสำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60	หมายถึง ระดับความสำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80	หมายถึง ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปขอคำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน โดยตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) ซึ่งแบบสอบถามนี้ได้ค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 และได้ปรับปรุงข้อคำถามตามความเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อให้ตรงตามเนื้อหาของการวิจัยมากยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยได้ทดลองเก็บข้อมูลกับประชากรที่มีลักษณะเดียวกันกับกลุ่มตัวอย่าง แต่ไม่ใช่ตัวอย่าง จำนวน 30 ราย เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α) ของครอนบาร์คไม่ต่ำกว่า 0.70 ซึ่งการวิจัยครั้งนี้มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.89 (มนสิข สิทธิสมบูรณ์, 2550) จึงสามารถยอมรับแบบสอบถามดังกล่าวเพื่อการวิเคราะห์ในขั้นตอนต่อไปได้

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้จากการเก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างไปวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้เทคนิควิธีทางสถิติดังต่อไปนี้

1. สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) ใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ และใช้ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) วิเคราะห์ระดับความสำคัญของนวัตกรรมบริการ และการให้ความสำคัญของการตัดสินใจเลือกใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ตของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่น C ในเขตกรุงเทพมหานคร

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยวิธี Enter เพื่อหาความสำคัญของนวัตกรรมบริการ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ตของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่น C ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 65.75 ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 59.50 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 85.00 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท และมีอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างเอกชน คิดเป็นร้อยละ 43.75

2. ผลการวิเคราะห์การศึกษาพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ตของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่น C ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสินค้าในซูเปอร์มาร์เก็ตโดยเฉลี่ยครั้งละไม่เกิน 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 53 ซื้อสินค้าประเภทสินค้ากลุ่มอุปโภค คิดเป็นร้อยละ 31.25 เลือกใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ตใกล้ที่พักอาศัย คิดเป็นร้อยละ 90.75 ใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ตช่วงเวลาหลังเลิกงาน/เลิกเรียน คิดเป็นร้อยละ 41 เลือกใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ตเพราะสินค้าที่ใช้ประจำหมด คิดเป็นร้อยละ 81.50 การตัดสินใจเลือกใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ต คือตนเอง คิดเป็นร้อยละ 58.50 และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ตคือชื่อเสียงของร้านซูเปอร์มาร์เก็ต คิดเป็นร้อยละ 22

3. ผลการวิเคราะห์การศึกษาระดับความสำคัญของนวัตกรรมบริการของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่น C ที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ต ในเขตกรุงเทพมหานคร มีผลวิจัยรายละเอียดดังตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์การศึกษาระดับความสำคัญของนวัตกรรมบริการ

นวัตกรรมบริการ	ระดับความคิดเห็น			ลำดับ
	$\bar{x}$	SD	แปลผล	
1. ข้อมูลสารสนเทศ (Information)	3.85	0.82	มาก	4
2. กระบวนการ (Process)	3.95	0.80	มาก	3
3. เทคโนโลยี (Technologies)	4.07	0.80	มาก	2
4. สภาพแวดล้อม (Environment)	4.15	0.76	มาก	1

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อนวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ตในเขตกรุงเทพมหานคร ภาพรวมจำแนกรายด้าน พบว่า ด้านสภาพแวดล้อม (Environment) มีความสำคัญมากที่สุด ($\bar{x}=4.15$, $SD=0.76$) รองลงมาด้านเทคโนโลยี (Technologies) ($\bar{x}=4.07$, $SD=0.80$) ด้านกระบวนการ (Process) ($\bar{x}=3.95$, $SD=0.80$) และด้านข้อมูลสารสนเทศ (Information) มีความสำคัญน้อยที่สุด ($\bar{x}=3.85$, $SD=0.82$)

4. ผลการวิเคราะห์การศึกษาระดับความสำคัญของการตัดสินใจเลือกใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ตของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่น C ในเขตกรุงเทพมหานคร มีผลวิจัย รายละเอียดดังตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การศึกษาระดับความสำคัญของการตัดสินใจเลือกใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ต

การตัดสินใจเลือกใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ต	ระดับความคิดเห็น			ลำดับ
	$\bar{x}$	SD	แปลผล	
1. ขั้นการรับรู้ถึงความต้องการ (Need Recognition)	4.00	0.73	มาก	2
2. ขั้นการค้นหาข้อมูล (Information Search)	3.93	0.76	มาก	3
3. ขั้นการประเมินผลทางเลือก (Evaluation of alternative)	3.87	0.80	มาก	5
4. ขั้นการตัดสินใจเลือกใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ต (Purchase Decision)	4.13	0.77	มาก	1
5. ขั้นพฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior)	3.89	0.77	มาก	4

จากตารางที่ 2 พบว่า ขั้นการตัดสินใจเลือกใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ต (Purchase Decision) ให้ความสำคัญมากที่สุด ($\bar{x}=4.13$, $SD=0.77$) รองลงมา ขั้นการรับรู้ถึงความต้องการ (Need Recognition) ($\bar{x}=4.00$, $SD=0.73$) ขั้นการค้นหาข้อมูล (Information Search) ($\bar{x}=3.93$, $SD=0.76$) ขั้นพฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) ($\bar{x}=3.89$, $SD=0.77$) และขั้นการประเมินผลทางเลือก (Evaluation of alternative) ให้ความสำคัญน้อยที่สุด ($\bar{x}=3.87$, $SD=0.80$)

4. ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ โดยใช้วิธี Enter ในการศึกษาขั้นตอนการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ต ของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่น C ในเขตกรุงเทพมหานคร มีผลวิจัย รายละเอียดดังตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ โดยใช้วิธี Enter ในการศึกษาขั้นตอนการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ต

ตัวแปร	B	t	Sig. (p-value)
ค่าคงที่ (Constant)	1.189	9.656	0.000
ข้อมูลสารสนเทศ (Information) (S_1)	0.175	3.209	0.001*
กระบวนการ (Process) (S_2)	0.013	0.171	0.864
เทคโนโลยี (Technology) (S_3)	0.263	4.184	0.000*
สภาพแวดล้อม (Environment) (S_4)	0.236	4.103	0.000*

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ตัวแปร S_1 ($B = 0.175$, $t = 3.209$, $p < 0.05$), S_3 ($B = 0.263$, $t = 4.184$, $p < 0.05$) และ S_4 ($B = 0.236$, $t = 4.103$, $p < 0.05$) มีผลกระทบต่อ Y อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการวิเคราะห์การถดถอย ได้ดังนี้ $Y_s = 1.189 + 0.175 Y_{s1} + 0.263 Y_{s3} + 0.236 Y_{s4}$ โดย S_3 มีผลกระทบเชิงบวกสูงสุดที่ค่า $B=0.263$ กล่าวคือ ชูเปอร์มาร์เก็ตมีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย และมีมาตรฐาน มีอุปกรณ์ในการคิดเงินได้อย่างถูกต้องแม่นยำและได้มาตรฐาน มีการปรับปรุงระบบอุปกรณ์เครื่องมือการให้บริการ และเทคโนโลยีที่ทันสมัยทันกับการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล และมีระบบรักษาความปลอดภัยที่มีมาตรฐาน ทันสมัย รวดเร็ว ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการชูเปอร์มาร์เก็ตของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่น C ในเขตกรุงเทพมหานคร

การอภิปรายผล

ผู้วิจัยอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ผลการศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการชูเปอร์มาร์เก็ตของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่น C ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนใหญ่ซื้อสินค้าในชูเปอร์มาร์เก็ต โดยเฉลี่ยครั้งละไม่เกิน 1,000 บาท ซื้อสินค้าประเภท สินค้ากลุ่มอุปโภค เลือกใช้บริการชูเปอร์มาร์เก็ตใกล้ที่พักอาศัย ใช้บริการชูเปอร์มาร์เก็ตช่วงเวลาหลังเลิกงาน/เลิกเรียน เลือกใช้บริการชูเปอร์มาร์เก็ตเพราะสินค้าที่ใช้ประจำหมด การตัดสินใจเลือกใช้บริการชูเปอร์มาร์เก็ต คือตนเอง และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการชูเปอร์มาร์เก็ตคือ ชื่อเสียงของร้านชูเปอร์มาร์เก็ต สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ธนาภรณ์ เงินยวง (2558) ที่พบว่า ส่วนใหญ่ซื้อสินค้าประเภทสินค้าอุปโภค กลุ่มหรือบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือตนเอง เลือกใช้บริการใกล้ที่พักอาศัย และมีค่าใช้จ่ายในการซื้อไม่เกิน 1,000 บาทต่อครั้ง สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ตะวัน ธรรมโชติ (2558) ที่พบว่า เลือกใช้บริการร้านค้าปลีกเนื่องจากสินค้าที่ใช้ประจำหมด เลือกใช้บริการใกล้ที่พักอาศัย และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ชนาگانต์ สุดสุข (2565) ที่พบว่าเหตุผลในการใช้บริการมากที่สุด คือใกล้ที่พักอาศัย และมีค่าใช้จ่ายที่ใช้บริการ 500–1,000 บาทต่อครั้ง ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการชูเปอร์มาร์เก็ตของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่น C มักใช้เวลาหลังเลิกเรียนหรือเลิกงานในการทำกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การซื้อของที่ชูเปอร์มาร์เก็ตที่มักต้องมิกิจกรรมทำหลังเลิกเรียน/ทำงาน มักเลือกซื้อสินค้าที่มีความจำเป็นในชีวิตประจำวัน เนื่องจากพฤติกรรมทั่วไปของกลุ่มเจนเนอเรชั่น C มักให้ความสำคัญกับการดูแลตัวเอง อีกทั้งเลือกชูเปอร์มาร์เก็ตใกล้ที่พักซึ่งสะท้อนถึงความต้องการในการทำกิจกรรมที่สะดวกและรวดเร็วในชีวิตประจำวัน และต้องการความเป็นอิสระในการตัดสินใจซื้อของตัวเอง โดยไม่ต้องพึ่งพาผู้อื่น เป็นพฤติกรรมที่สะท้อนถึงความเป็นอิสระและความมั่นใจในการตัดสินใจของกลุ่มนี้ที่ชอบจัดการทุกอย่างด้วยตัวเอง

2. ผลการวิเคราะห์การศึกษาระดับความสำคัญของนวัตกรรมบริการของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่น C ที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ต ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า นวัตกรรมบริการทั้ง 4 ด้าน มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากและส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของซูเปอร์มาร์เก็ต โดยด้านสภาพแวดล้อมมีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านเทคโนโลยีและด้านกระบวนการ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ณัฐภูมิ เหมาะประมาณ (2567) ที่พบว่า ปัจจัยนวัตกรรมบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมากมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้โรงแรมของลูกค้ากลุ่มจังหวัดอันดามัน ได้แก่ ด้านกระบวนการและสภาพแวดล้อม สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ธนกร จรูญนิมมาน (2566) ที่พบว่า กลยุทธ์นวัตกรรมบริการของธุรกิจที่พักแรมในจังหวัดชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ด้านสภาพแวดล้อมและด้านข้อมูลสารสนเทศ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ธนภัทร ขาววิเศษ และคณะ (2564) ที่พบว่าปัจจัยนวัตกรรมบริการ ด้านกระบวนการส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการโรงแรมชั้นนำมากที่สุด ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า ผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่น C ในเขตกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญกับด้านสภาพแวดล้อมมาก เช่น การมีสิ่งอำนวยความสะดวกในขณะเดินซื้อสินค้าภายในร้าน การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบ ง่ายต่อการเลือกซื้อ เป็นพฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่มชอบความเป็นอิสระและความมั่นใจ ชอบจัดการทุกอย่างด้วยตัวเอง

3. ผลการวิเคราะห์การศึกษาระดับความสำคัญของการตัดสินใจเลือกใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ตของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่น C ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ขั้นตอนการตัดสินใจเลือกใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ต (Purchase Decision) และขั้นการรับรู้ถึงความต้องการ (Need Recognition) ให้ความสำคัญมากที่สุด สอดคล้องกับทฤษฎีของ Kotler & Keller (2016) ที่ได้อธิบายถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อแบบ 5 ขั้นตอน ให้ความสำคัญขั้นการประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) และการตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) มีผลสำคัญต่อพฤติกรรมการซื้อ และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ชูตินันท์ เชี่ยวพานิชย์ (2563) และ จุรีพร ช้อนใจ (2563) ที่พบว่าขั้นพฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) และขั้นการตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) ให้ความสำคัญมากที่สุด ดังนั้นจากทั้ง ทฤษฎีและผลงานวิจัยขั้นตอนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) เป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ซึ่งสรุปได้ว่า ผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่น C มักรับรู้ถึงความต้องการได้ด้วยตนเอง เช่น เมื่อสินค้าที่ใช้ประจำหมด หรือรู้ว่าสินค้าใดที่สามารถแก้ปัญหาให้กับตนเองได้ ก็จะตัดสินใจซื้อทันทีด้วยตนเอง และในการตัดสินใจเลือกใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ตนั้นหากมีสินค้าให้เลือกหลากหลายและมีการส่งเสริมการตลาดบ่อย มักกระตุ้นให้ผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่น C ตัดสินใจเลือกใช้บริการได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่น C มักหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตก่อนตัดสินใจ

4. นวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ต ของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่น C ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านข้อมูลสารสนเทศ (Information) การมีข้อมูล

เกี่ยวกับสินค้าที่ถูกต้องและชัดเจนบนแอปพลิเคชัน/เว็บไซต์ของซูเปอร์มาร์เก็ต พนักงานให้ข้อมูลและมีความเข้าใจพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของลูกค้า สอดคล้องกับบทความของ BIZ & Marketing News (2565) ที่กล่าวว่า ผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่น C หรือ Gen C คือ ผู้บริโภคที่ใช้เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสาร เป็นกลุ่มคนที่ให้ความสำคัญกับการบริหารการเงินและการลงทุน รักความสะดวกสบาย ชอบจัดการทุกอย่างด้วย และชอบติดตามข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลัก และสอดคล้องกับ ธนกร จรุงนิมมาน (2566) ที่พบว่า กลยุทธ์นวัตกรรมบริการของธุรกิจที่พักแรมในจังหวัดชุมพร ให้ความสำคัญด้านข้อมูลสารสนเทศ (Information) ด้านเทคโนโลยี (Technologies) ซูเปอร์มาร์เก็ตมีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย มีมาตรฐาน มีอุปกรณ์คิดเงินได้อย่างถูกต้องแม่นยำ มีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย รวมถึงการมีระบบรักษาความปลอดภัยที่มีมาตรฐาน ทันสมัย ด้านสภาพแวดล้อม (Environment) การมีสิ่งอำนวยความสะดวกตอบสนองความต้องการได้อย่างเพียงพอ เช่น ตะกร้า/รถเข็น บริการถุงมือพลาสติก รวมถึงพนักงานแต่งกายสะอาด บุคลิกภาพดี สุภาพ น่าเชื่อถือ สอดคล้องกับบทความของ BIZ & Marketing News (2565) ที่กล่าวว่า ผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่น C หรือ Gen C คือ ผู้บริโภคที่ใช้เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสาร เป็นกลุ่มคนที่ให้ความสำคัญกับการบริหารการเงินและการลงทุน รักความสะดวกสบาย ชอบจัดการทุกอย่างด้วย และชอบติดตามข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลัก ดังนั้นซูเปอร์มาร์เก็ตที่มีการนำเทคโนโลยีมาใช้สามารถส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ต ด้านสภาพแวดล้อม (Environment) ซูเปอร์มาร์เก็ตมีสิ่งอำนวยความสะดวกตอบสนองความต้องการได้อย่างเพียงพอ เช่น บริการถุงมือพลาสติก เจลทำความสะอาดสะอาดมือ ตะกร้า/รถเข็น มีป้ายบอกราคาสินค้ามองเห็นได้อย่างชัดเจน และ พนักงานแต่งกายสะอาด บุคลิกภาพดี สุภาพ ให้ความรู้สึกเป็นมืออาชีพ และน่าเชื่อถือ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ตของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่น C ในเขตกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ธนกร จรุงนิมมาน (2566) ที่พบว่า กลยุทธ์นวัตกรรมบริการของธุรกิจที่พักแรมในจังหวัดชุมพร ด้านสภาพแวดล้อม (Environment) ที่ให้ความสำคัญกับการมีสิ่งอำนวยความสะดวกตอบสนองความต้องการได้อย่างเพียงพอ การมีบริการที่หลากหลายรูปแบบรวมถึงการบริการอื่น ๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เพียงพอ รวมถึงบรรยากาศและสภาพแวดล้อมที่สะอาด ปลอดภัย และสอดคล้องกับณัฐฉัตร เหมะประมาณ (2567) ที่พบว่า นวัตกรรมบริการบริการด้านสภาพแวดล้อมส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้โรงแรมของลูกค้ากลุ่มจังหวัดอันดามัน ซึ่งสรุปได้ว่า ด้านข้อมูลสารสนเทศต้องเป็นข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่ถูกต้องชัดเจน เช่น แจ้งรายละเอียดการส่งเสริมการตลาด เพื่อนำข้อมูลมาประกอบการตัดสินใจด้วยตนเองของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่น C ด้านเทคโนโลยี ผู้บริโภคกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับความทันสมัยและมีมาตรฐานของอุปกรณ์เครื่องมือที่นำมาใช้ในร้านซูเปอร์มาร์เก็ต และด้านสภาพแวดล้อมหากสินค้าภายในร้านมีป้ายแจ้งราคาอย่างชัดเจน พนักงานมีความเป็นมือ

อาชีพ ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชัน C ตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านซูเปอร์มาร์เก็ตเพิ่มมากขึ้น

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการศึกษางานวิจัยเรื่อง นวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ตของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชัน C ในเขตกรุงเทพมหานคร มีดังนี้

1. ผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชัน C ให้ความสำคัญกับข้อมูลที่ชัดเจน ถูกต้อง และทันสมัย การพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อสร้างประสบการณ์การซื้อที่สะดวก เช่น แอปพลิเคชันที่ใช้งานง่าย ฟังก์ชันเปรียบเทียบราคา และการอัปเดตโปรโมชั่นล่าสุด เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้การตัดสินใจใช้บริการได้เร็วขึ้น
2. การจัดร้านให้มีความสะดวกสบายและเป็นระเบียบ เช่น การจัดวางสินค้าตามหมวดหมู่ป้ายบอกราคาที่ชัดเจน และการตกแต่งร้านที่มีสไตล์ ช่วยสร้างความประทับใจและส่งเสริมให้ผู้บริโภคใช้เวลาในร้านนานขึ้น
3. ร้านค้าปลีกซูเปอร์มาร์เก็ตสามารถพัฒนาโดยผสมผสานการใช้เทคโนโลยี นวัตกรรมการออกแบบร้าน และการให้ข้อมูลออนไลน์ที่เหมาะสม เพื่อสร้างจุดขายที่โดดเด่นในตลาดธุรกิจค้าปลีก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. จากผลการวิจัยพบว่านวัตกรรมบริการด้านข้อมูลสารสนเทศ (Information) ควรนำเสนอข้อมูลที่ชัดเจนถูกต้อง และเป็นปัจจุบันบนแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น ข้อมูลโปรโมชั่นใหม่ ๆ คำอธิบายคำแนะนำในการเลือกซื้อ/ใช้สินค้า เพื่อให้ผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชัน C ตัดสินใจซื้อได้ง่ายมากขึ้น หรือการพัฒนาแอปพลิเคชัน/เว็บไซต์ให้ใช้งานได้ง่าย มีฟังก์ชันเปรียบเทียบราคาและสินค้า เพื่อให้ตอบสนองความต้องการเฉพาะบุคคลของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชัน C ที่มีพฤติกรรมชอบติดตามข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลัก นอกจากนี้ควรอบรมพนักงานให้มีความรู้ในด้านการใช้งานเทคโนโลยีเพื่อช่วยผู้บริโภคในการค้นหาสินค้า หรือบริการอื่นๆ ได้อย่างถูกต้อง
2. จากผลการวิจัยพบว่านวัตกรรมบริการด้านสภาพแวดล้อม (Environment) ควรมีการวางแผนการจัดผังร้านที่ส่งเสริมบรรยากาศการซื้อของที่สะดวกสบาย จัดวางสินค้าเป็นระเบียบมีสไตล์ มีป้ายบอกราคาสินค้าที่มองเห็นได้ชัดเจนและราคาถูกต้อง มีบริการตะกร้า/รถเข็นไว้บริการ เป็นการเพิ่มประสบการณ์การซื้อสินค้าในร้านซูเปอร์มาร์เก็ต ทำให้ผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชัน C ใช้บริการนานมากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชัน C มักสนใจรายละเอียดและการออกแบบที่ดูดีมีสไตล์ ให้

ความสำคัญกับเรื่องการออกแบบ การใส่ศิลปะเข้าไปในงานต่าง ๆ มาก ดังนั้นควรต้องมีจุดขายมากกว่าแค่การใช้งานทั่วไป

3. จากผลการวิจัยพบว่า ซูเปอร์มาร์เก็ตควรมุ่งเน้นการพัฒนาอุปกรณ์และเทคโนโลยีให้ทันสมัยอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะระบบคิดเงินที่มีความแม่นยำ รวดเร็ว และได้มาตรฐาน เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค นอกจากนี้ ควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงเครื่องมือและระบบบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการในยุคดิจิทัล เช่น เครื่องสแกนอัตโนมัติ การชำระเงินผ่านระบบดิจิทัล รวมถึงการมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ เช่น การใช้กล้องวงจรปิด AI เพื่อเฝ้าระวัง และระบบแจ้งเตือนเหตุฉุกเฉินที่รวดเร็ว จะช่วยเสริมความไว้วางใจให้กับผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชัน C ซึ่งให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและประสบการณ์ที่ดีในการใช้บริการ

บรรณานุกรม

- เก่งพงศ์ ตั้งอรุณสันติ. (2564). 6 เทคโนโลยีที่น่าสนใจในปัจจุบันที่นำมาช่วยเพิ่มคุณภาพชีวิตให้
ผู้สูงอายุ. สืบค้น 23 ตุลาคม 2566, จาก <https://www.dop.go.th/th/know/15/396>
- ชนากานต์ สุดสุข. (2565). การศึกษาพฤติกรรมและการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการศูนย์การค้าของ
กลุ่มผู้บริโภควัยหลังเกษียณ (สารนิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหิดล
- ชุตินันท์ เชี่ยวพานิชย์. (2563). การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ
Application Grab ของเจนเนอเรชัน C ในเขตกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์บริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ณัฐภูมิ เหมาะประมาณ. (2567). นวัตกรรมบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้โรงแรมของลูกค้า
กลุ่มจังหวัดอันดามัน. วารสารเทคโนโลยีภาคใต้, ปีที่ 17 ฉบับที่ 1, หน้า 1-13.
- ตะวัน ธรรมโชติ. (2558). พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Shopper) และกลยุทธ์ทางการตลาด
ของซูเปอร์มาร์เก็ตในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ธนกร จรูญนิมมาน. (2566). กลยุทธ์นวัตกรรมบริการและการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้
บริการของลูกค้าธุรกิจที่พักแรมในจังหวัดชุมพร. วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล, ปีที่ 9
(ฉบับที่ 1), มกราคม-มิถุนายน 2566, หน้า 106-118.
- ธนภัทร ขาววิเศษ และคณะ (2564). ปัจจัยนวัตกรรมบริการและปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผล
ต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการโรงแรมชัยนาทนาคี. วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์, ปีที่
10 ฉบับที่ 3 กรกฎาคม-กันยายน 2564, หน้า 278-291.
- ธนาภรณ์ เงินยวง. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านไฮเปอร์มาร์เก็ตในเขต
กรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร

- มนู อรดีดลเชษฐ์. (2556). นวัตกรรมบริการ *Method, Model and Tool. ICT and Services*.
สืบค้น 17 กุมภาพันธ์ 2567, จาก <https://ictandservices.blogspot.com/2013/09/method-model-and-tool-1.html>
- มนสิข สิริสมบุญ. (2550). *ระเบียบวิธีวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 8. มหาวิทยาลัยนเรศวร. คณะศึกษาศาสตร์.
- สวนสวนสาธารณะ ๑. (2567). *แผนที่และกลุ่มเขตกรุงเทพมหานคร*. สืบค้น 18 กุมภาพันธ์ 2567,
จาก <https://sites.google.com/view/publicparksdiv1>
- อนันดา ดีเวลลอปเม้นท์. (2560). *คอนโดแบบใหม่ ถึงจะได้ใจคนยุค Gen C*. สืบค้น 23 ตุลาคม
2566, จาก <https://www.ananda.co.th/blog/thegenc-gen-c/>
- BIZ & Marketing News. (2565). *ทำความรู้จัก “Gen C” ผู้บริโภครุ่นใหม่ พลิกโฉมตลาด
อสังหาฯ-อนันดา ต่อยอดสู่แคมเปญ “มองขาดทุกชีวิตเมือง*. สืบค้น 18 ตุลาคม
2566, จาก <https://www.marketingoops.com/news/biz-news/ananda-gen-c/>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. London: Education, Inc.
- Srisa-at, B. (2013). *Principle of research* (9th ed). Suveeriyasan.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: an introductory analysis*. New York: New York: Harper. &
Row.

ปัจจัยในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ
ของนักศึกษาที่วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคตะวันออก (อี.เทค)
Factors in deciding to study further of students at Eastern
Technological College (E.Tech).

ไพโรจน์ เลิศกิจเจริญผล

นักศึกษา หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธนบุรี

E-mail: pairote52@hotmail.com

มังกร หิริรักษ์

อาจารย์ประจำหลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธนบุรี

E-mail: mangkorn_h@yahoo.com

Phairot Lertkitjaroenphon

Student, Master Educational Administration, Thonburi University

Mongkorn Hariruk

Lecture, Master Educational Administration, Thonburi University

รับเข้า : 4 กันยายน 2567

แก้ไข : 6 ตุลาคม 2567

ตอบรับ : 14 ตุลาคม 2567

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาที่วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคตะวันออก (อี.เทค) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 367 คน ใช้สูตรคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตาราง Krejcie and Morgan โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้น ประกอบด้วย นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ปีที่ 1 จำนวน 132 คน และ นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ชั้นปีที่ 1 จำนวน 235 คน ทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมีค่าความเที่ยงของแบบสอบถาม ปัจจัยในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาที่วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคตะวันออก (อี.เทค) มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ 0.991 และมีค่า IOC เท่ากับ 0.95 โดยมีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาได้แก่ หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาที่วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคตะวันออก (อี.เทค) สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมมีระดับ

ความคิดเห็นค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=4.20, S.D.=0.76$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านภาพลักษณ์ของสถาบัน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}=4.29, S.D.=0.72$) รองลงมาได้แก่ ด้านหลักสูตร ($\bar{X}=4.21, S.D.=0.73$) ส่วนด้านผลกระทบด้านภาพลักษณ์ของประเทศ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X}=4.18, S.D.=0.78$)

คำสำคัญ: ปัจจัยในการตัดสินใจ วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคตะวันออก การศึกษาต่ออาชีวศึกษา

Abstract

This research aims to study the factors influencing students' decisions to pursue further education at Eastern Technology College (E. Tech). A questionnaire was used as the data collection tool, with a sample size of 367 participants. The sample size was calculated using the Krejcie and Morgan table, and the stratified random sampling method was applied. The sample consisted of 132 first-year vocational certificate (Vocational Certificate - Vocational Education Level) students and 235 first-year high vocational certificate (Higher Vocational Education - Vocational Diploma Level) students. The reliability of the questionnaire was tested, and the Cronbach's alpha coefficient for the factors influencing students' decisions to continue their studies at Eastern Technology College (E. Tech) was 0.991, while the IOC value was 0.95. Data were analyzed using descriptive statistics, including percentage, mean, and standard deviation.

The research finding revealed that the overall factors influencing students' decisions to pursue further education at Eastern Technological College (E. Tech) under the Office of the Vocational Education Commission in Chonburi Province, were rated highly ($\bar{X}=4.20, S.D.=0.76$). When examined by specific aspects, the highest average score was found in the institution's image ($\bar{X}=4.2, S.D.=0.72$), followed by the curriculum ($\bar{X}=4.2, S.D.=0.73$), while the lowest average was in the impact of the country's image ($\bar{X}=4.18, S.D.=0.78$).

Keywords: Decision-making factors, Eastern Technological College, Vocational education

บทนำ

ยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงของโลก (VUCA WORLD) และการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี (Disruptive Technology) ข้อมูลข่าวสาร จึงมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิต ผู้ที่เลือกใช้ข้อมูลที่ได้รับมาเหล่านั้น จะก่อให้เกิดประโยชน์ในการตัดสินใจความเคลื่อนไหว เหตุการณ์ต่าง ๆ อย่างถูกต้อง และทำให้เกิดความรอบรู้ ในการดำเนินชีวิตอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะนักเรียนที่กำลังตัดสินใจในการศึกษาต่อ ตามที่ตนเองถนัด และความปรารถนาที่จะเลือกการประกอบอาชีพ การวางแผนชีวิต เพื่ออนาคตที่สดใส นั้น มีปัจจัยต่างๆ เข้ามาเกี่ยวข้องทั้งด้านสติปัญญา ความรู้ความสามารถ ความสนใจ ความถนัด บุคลิกภาพ ค่านิยม เกียรติและชื่อเสียงของอาชีพ รายได้ ความมั่นคงในชีวิต ความก้าวหน้าและแนวโน้มของตลาดแรงงาน สภาพแวดล้อมของสถานที่ทำงาน ซึ่งนักเรียนต้องการคำแนะนำ แนวทางจากผู้รู้ ในทำนองเดียวกันสถาบันการศึกษาจะต้องตื่นตัวในการเปลี่ยนแปลงของโลก และเทคโนโลยี โดยการพัฒนาปรับปรุง หลักสูตร วิธีการสอน ให้ทันสมัยเพื่อรองรับความต้องการของผู้เรียนให้เป็นไปตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (2566-2570)

ตามพระราชบัญญัติการอาชีวศึกษา พ.ศ. 2551 ได้บัญญัติวัตถุประสงค์ในการจัดการอาชีวศึกษา สถานศึกษาจะต้องสามารถบริหารจัดการศึกษาได้สะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง มีประสิทธิภาพ ดังนั้น รูปแบบการบริหารจัดการศึกษา จะมีลักษณะที่แตกต่างไปจากเดิม และผู้บริหารสถานศึกษาต้องปรับเปลี่ยนบทบาทหน้าที่เพื่อการบริหารจัดการรูปแบบใหม่ โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน สังคม สถานประกอบการ ในการกำหนดนโยบายการผลิต และพัฒนากำลังคนในรูปองค์คณะบุคคลเป็นกรรมการสถานศึกษา เพื่อจัดการศึกษาวิชาชีพสำหรับประชาชนวัยเรียน และวัยทำงาน ตามความถนัดและความสนใจอย่างทั่วถึง และต่อเนื่องจนถึงระดับปริญญาตรี ด้วยระบบการศึกษาที่ยืดหยุ่น หลากหลายและมีระบบเทียบโอนผลการเรียน และระบบเทียบโอนประสบการณ์การทำงานของบุคคล มีการจูงใจให้สถานประกอบการ องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการอาชีวศึกษา และการฝึกอบรมวิชาชีพ การพัฒนาครู อาจารย์ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก และเทคโนโลยี สอดคล้องกับนโยบายของกระทรวงศึกษาธิการในปัจจุบัน ซึ่งมีพลตำรวจเอกเพิ่มพูน ชิดชอบ เป็นรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ ข้อ 6 การจัดการศึกษาด้านอาชีวศึกษาให้มีรายได้ระหว่างเรียน จบแล้วมีงานทำ ด้วยการจัดการอาชีวศึกษา ระดับวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาสมรรถนะ กำลังคนระดับเทคนิค โดยมุ่งเน้นการผลิตและพัฒนากำลังคนในสาขาที่มีความจำเป็นเร่งด่วนที่ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ และแผนการศึกษาแห่งชาติ โดยเน้นรูปแบบการเรียนรู้สู่การปฏิบัติ เพื่อสร้างทักษะอาชีพให้ผู้สำเร็จการศึกษาอาชีวศึกษา มีความพร้อมในการเข้าสู่อาชีพให้ทันต่อความต้องการกำลังคนของประเทศ ดังนั้นการสร้างแรงจูงใจให้นักเรียนระดับมัธยมศึกษาเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาจึงมีความสำคัญอย่างมาก ถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญในการดำเนินชีวิตต่อการเลือก

งาน เลือกอาชีพในอนาคต มีกระบวนการตัดสินใจที่ถูกต้อง ด้วยข้อมูลที่ดีมีประโยชน์ จะนำพาชีวิตไปสู่ความสำเร็จราบรื่น และเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศชาติ

จากการรายงานของสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา (สอศ.) ตัวเลขผู้เข้าศึกษาต่อสถาบันอาชีวศึกษาทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ในปีการศึกษา 2565 (สำนักงานคณะกรรมการอาชีวศึกษา, 2565) มีผู้เรียนอาชีวศึกษารวม 985,615 คน ลดลงจากปีการศึกษา 2564 ที่มีผู้เรียนรวม 1,030,073 คน ลดลง 44,458 คน คิดเป็นร้อยละ 4.32 ซึ่งไม่เป็นไปตามเป้าหมายของการพัฒนาประเทศปี 2560 ที่ต้องการเพิ่มสัดส่วนผู้เรียนอาชีวศึกษาต่อสายสามัญเป็น 60:40 ซึ่งวิทยาลัยเทคโนโลยีภาคตะวันออก (อี.เทค) เป็นสถานศึกษาอาชีวศึกษาเอกชนที่จัดการเรียนการสอนด้านอาชีวศึกษา ในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ด้านบริหารธุรกิจและช่างอุตสาหกรรม โดยมีจำนวนผู้เรียนมากที่สุดในประเทศไทยและมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี โดยในปีการศึกษา 2566 มีจำนวน ผู้เรียน 8,163 คน และมีแนวโน้มจำนวนผู้เรียนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปีการศึกษา 2556 เป็นต้นมา จะเห็นได้ว่าจำนวนผู้เรียนของวิทยาลัยเทคโนโลยีภาคตะวันออก (อี.เทค) มีจำนวนเพิ่มขึ้นซึ่งไม่สอดคล้องกับภาพรวมของผู้เรียนอาชีวศึกษาที่ลดลงในระดับประเทศ (วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคตะวันออก, 2565)

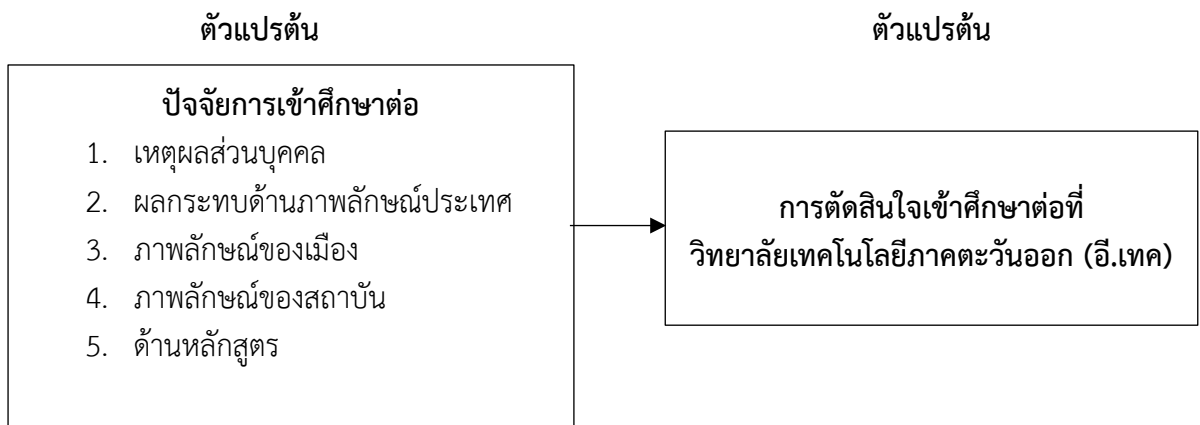
ดังนั้น จากสภาพปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยในฐานะผู้บริหารสถานศึกษาอาชีวศึกษาเอกชน จึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่อง “ปัจจัยในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาที่วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคตะวันออก (อี.เทค) สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จังหวัดชลบุรี” ที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถานศึกษา ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ ในการกำหนดนโยบายและวางแผนจัดการศึกษา ให้สอดคล้องกับสภาพสังคมและเศรษฐกิจ ปัญหา และความ ต้องการของผู้เรียนในการเลือกศึกษาต่อที่วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคตะวันออก (อี.เทค) และเป็นแนวทางให้กับสถานศึกษาอาชีวศึกษาเอกชนอื่นนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อที่วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคตะวันออก(อี.เทค) ของนักศึกษา

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกรอบแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาที่วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคตะวันออก (อี.เทค) ผู้วิจัยได้ทำการสังเคราะห์เอกสารทางวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าศึกษาต่อ ของ Cubillo Sanchez, and Cervino (2006) ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ปีที่ 1 และ นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ชั้นปีที่ 1 ของวิทยาลัยเทคโนโลยีภาคตะวันออก (อี.เทค) จังหวัดชลบุรี มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 8,163 คน ประกอบด้วย นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ปีที่ 1 จำนวน 2,925 คน และนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ชั้นปีที่ 1 จำนวน 5,238 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ปีที่ 1 และนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ชั้นปีที่ 1 ของวิทยาลัยเทคโนโลยีภาคตะวันออก (อี.เทค) จังหวัดชลบุรี ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 367 คน ประกอบด้วย นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ปีที่ 1 จำนวน 132 คน และ นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ชั้นปีที่ 1 จำนวน 235 คน โดยเปิดจากตารางสำเร็จรูปของ เครซี่และมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970) และใช้เทคนิคการเลือกตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้น โดยใช้ระดับชั้น

ตารางที่ 3.1 ตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง

ระดับการศึกษา	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ปีที่ 1	2,925	132
นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ปีที่ 1	5,238	235
รวม	8,163	367

ที่มา : ข้อมูล ปีการศึกษา 2566 วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคตะวันออก (อี.เทค) จังหวัดชลบุรี

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามเพื่อใช้สอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาที่วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคตะวันออก (อี.เทค) จังหวัดชลบุรี ตามความคิดเห็นของนักศึกษา ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนตัวของนักเรียน โดยใช้การตั้งคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ได้แก่ เพศ ระดับชั้นการศึกษา แผนการเรียน ผลการเรียน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว และอาชีพของผู้ปกครอง

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ (ตามแนวคิด Cubillo Sanchez, and Cervino, 2006) ที่วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคตะวันออก (อี.เทค) จังหวัดชลบุรี ประกอบด้วย

1. เหตุผลส่วนบุคคล
2. ผลกระทบด้านภาพลักษณ์ประเทศ
3. ภาพลักษณ์ของเมือง
4. ภาพลักษณ์ของสถาบัน
5. ด้านหลักสูตร

ในแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ข้อคำถามเป็นแบบประเมินค่า 5 ระดับ ของลิเคิร์ต (Likert rating scales) โดยผู้วิจัยกำหนดค่าคะแนนของช่วงน้ำหนักเป็น 5 ระดับ มีความหมายดังต่อไปนี้
ระดับ 5 หมายถึง ปัจจัยที่มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด น้ำหนักคะแนนเท่ากับ 5
ระดับ 4 หมายถึง ปัจจัยที่มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก น้ำหนักคะแนนเท่ากับ 4
ระดับ 3 หมายถึง ปัจจัยที่มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง น้ำหนักคะแนนเท่ากับ 3
ระดับ 2 หมายถึง ปัจจัยที่มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับน้อย น้ำหนักคะแนนเท่ากับ 2
ระดับ 1 หมายถึง ปัจจัยที่มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับน้อยที่สุด น้ำหนักคะแนนเท่ากับ 1
ผู้วิจัยตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านตรวจสอบเพื่อพิจารณาความเที่ยงตรง (Validity) ความถูกต้องของเนื้อหา (Content) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้โดยพิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์มาวิเคราะห์หาค่า IOC (Index of item Objective Congruence) แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขอีกครั้ง นำแบบสอบถามที่ผ่านการวิเคราะห์หาค่าความเที่ยงตรงแล้วนำไปทดลองใช้ (Try-out) กับนักศึกษาที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ จำนวน 30 ชุด วิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach Alpha Coefficient) เท่ากับ .991

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างเป็นระบบและถูกต้อง ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินงานตามขั้นตอน ดังนี้

1. ขอหนังสือจากสำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธนบุรี เพื่อขอหนังสือขอความอนุเคราะห์ไปยังผู้บริหารวิทยาลัยเทคโนโลยีภาคตะวันออก (อี.เทค) จังหวัดชลบุรี เพื่อขอความร่วมมือจากนักเรียน – นักศึกษา เพื่อให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม
2. ส่งลิงค์แบบสอบถามโดยสร้างจาก Google form ให้ผู้ที่มีส่วนรับผิดชอบให้ช่วยดำเนินการ
3. เมื่อได้รับข้อมูลกลับมาแล้ว นำมาตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามและแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก จำนวนแบบสอบถามที่สมบูรณ์มี 367 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100
4. นำข้อมูลแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ ระดับชั้นการศึกษา แผนการเรียน ผลการเรียน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว และอาชีพของผู้ปกครอง โดยใช้การคำนวณค่าความถี่ (Frequency) และ ค่าร้อยละ (percentage)
2. วิเคราะห์ข้อมูล ปัจจัยในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาที่วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคตะวันออก (อี.เทค) โดยใช้การวิเคราะห์ หาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) โดยใช้เกณฑ์การแปลความหมาย ตามแนวของ Best (1981, 196) ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ระดับ แล้วนำค่าเฉลี่ยแปลความหมายเป็นระดับความสำคัญ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 ค่าจำนวนความถี่ และค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	246	67.03
หญิง	121	32.97
รวม	367	100.00
2. ระดับการศึกษา		
ม. 3	144	39.24
ม. 6	110	29.97
ปวช.	112	30.79
รวม	367	100.00
3. แผนการเรียนที่ศึกษาต่อ		
พาณิชยกรรม	53	14.44
ช่างอุตสาหกรรม	188	51.23
บริหารธุรกิจ	119	32.43
เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	7	1.91
รวม	367	100.00
4. ระดับคะแนนสะสม		
2.01 – 2.50	126	34.33
2.51 – 3.00	131	35.69
3.01 – 3.50	87	23.71
3.51 – 4.00	23	6.27
รวม	367	100.00
6. อาชีพของผู้ปกครอง		
รับจ้างทั่วไป	127	34.60
ธุรกิจส่วนตัว	133	36.24
รับราชการ	47	12.81
รัฐวิสาหกิจ	28	7.63
ค้าขาย	21	5.72
เกษตรกร	11	3.00
รวม	367	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 367 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 67.03 อยู่ในระดับชั้น ม.3 จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 39.24 แผนการเรียนที่ศึกษาต่อช่างอุตสาหกรรม จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 51.23 คะแนนสะสม 2.51 – 3.00 จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 35.69 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว อยู่ที่ 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 55.86 และอาชีพของธุรกิจส่วนตัวของผู้ปกครอง จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 36.24

ตอนที่ 2 การศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาที่

วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคตะวันออก (อี.เทค) สังกัดสำนักงานคณะกรรมการ
การอาชีวศึกษา จังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ปัจจัยในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาที่วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคตะวันออก (อี.เทค) สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จังหวัดชลบุรีโดยภาพรวม

ปัจจัยในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
1. เหตุผลส่วนบุคคล	4.18	0.78	มาก	4
2. ผลกระทบด้านภาพลักษณ์ของประเทศ	4.10	0.79	มาก	5
3. ภาพลักษณ์ของเมือง	4.20	0.77	มาก	3
4. ภาพลักษณ์ของสถาบัน	4.29	0.72	มาก	1
5. หลักสูตร	4.21	0.73	มาก	2
รวม	4.20	0.76	มาก	

จากตารางที่ 2 ปัจจัยในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาที่วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคตะวันออก (อี.เทค) สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.76) ปัจจัยในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาที่วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคตะวันออก (อี.เทค) สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จังหวัดชลบุรีมากที่สุด คือ ภาพลักษณ์ของสถาบัน ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.72) และน้อยที่สุด คือ ผลกระทบด้านภาพลักษณ์ของประเทศ ($\bar{X} = 4.10$, S.D. = 0.79)

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาที่วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคตะวันออก (อี.เทค) โดยรวมอยู่ระดับมาก เมื่อมีการพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ด้านที่สูงสุด

คือ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถาบัน สิ่งนี้นักศึกษาให้ความสำคัญและใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจเป็นอันดับแรกคือด้านคุณภาพทางวิชาการ ความเชี่ยวชาญของอาจารย์ผู้สอน และมีปัจจัยในด้านอื่นๆที่ใช้เป็นข้อมูล เช่น มีการให้ข้อมูลด้านการประชาสัมพันธ์ ข่าวสารต่างในช่องทางที่หลากหลาย สิ่งอำนวยความสะดวกภายในสถานศึกษา สถานศึกษามีอัตราค่าบำรุงการศึกษาที่เหมาะสม สถานศึกษามีการส่งเสริมการแข่งขันด้านทักษะวิชาชีพกับสถานศึกษาอื่น สถานศึกษามีศิษย์เก่าที่มีชื่อเสียงและประสบความสำเร็จ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากวิทยาลัยเทคโนโลยีภาคตะวันออก (อี.เทค) มีชื่อเสียงมายาวนาน และมีความเป็นเลิศทางวิชาการ ซึ่งเป็นภาพลักษณ์ที่ดีของวิทยาลัย เป็นที่ยอมรับจากชุมชนภายนอกและสถานประกอบการต่าง ๆ รวมทั้งก่อให้เกิดความภาคภูมิใจ เมื่อได้เข้ามาศึกษาและสำเร็จการศึกษารวมถึงมีความมีชื่อเสียง และมีอาจารย์ที่มีความรู้ ความสามารถ มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เป็นวิทยาลัยที่สามารถผลิตนักศึกษาให้เป็นที่ยอมรับจากตลาดแรงงานและได้รับการยอมรับจากสถานประกอบการ โดยวิทยาลัยมีการจัดการเรียนการสอนที่หลากหลายสาขาวิชา ซึ่งเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน มีความโดดเด่นด้านการปฏิบัติเนื่องจากวิทยาลัยได้นำเทคโนโลยีเครื่องมือ และอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัยมาใช้ในการเรียนการสอนซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เมธาวิ สุขปาน (2556) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ของนักเรียน กรณีศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่า ชื่อเสียงของสถานศึกษาที่เป็นที่รู้จักมาอย่างยาวนาน ก็เป็นปัจจัยหนึ่งในการเลือกศึกษาต่อ และยังสอดคล้องกับซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจของนักศึกษาที่ระบุว่า ภาพลักษณ์ของสถาบันเป็นปัจจัยหลักที่ช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความภาคภูมิใจในตัวนักศึกษา ทฤษฎีของ Cubillo, Sanchez and Cervino (2006) ที่กล่าวถึงปัจจัยในการเลือกต่อที่สถาบันการศึกษาว่าขึ้นอยู่กับภาพลักษณ์ และความโดดเด่นของสถาบัน รองลงมาคือ ด้านหลักสูตร เหตุผลที่นักศึกษาใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจมากที่สุดคือสถานศึกษามอบวุฒิการศึกษาที่ตรงกับคุณภาพของผู้สำเร็จการศึกษา และมีเหตุผลอื่นที่นักศึกษาให้ความสำคัญรองลงมาคือ มีการจัดการเรียนการสอนหลักสูตรด้านอาชีวศึกษาที่หลากหลาย มีการประเมินคุณภาพหลักสูตรอย่างต่อเนื่อง มีหลักสูตรที่เปิดสอนเป็นที่ยอมรับของสถานประกอบการต่างชาติ และสถานศึกษามีทุนการศึกษามอบให้ ทั้งนี้อาจเนื่องจากวิทยาลัยเทคโนโลยีภาคตะวันออก (อี.เทค) ได้มีการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนให้ทันสมัย และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตจริงและการทำงานได้ โดยยึดตามแนวทางกรมอาชีวศึกษา และยังสอดคล้องงานวิจัยของ ณัฏชา สุวรรณวงศ์ (2560) พบว่า หลักสูตรที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยเน้นด้านสาขาวิชาชีพซึ่งเป็นหลักสูตรที่ตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน ซึ่งผู้สำเร็จการศึกษาเชื่อมั่นว่าหากสำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยแห่งนี้ไป จะเป็นที่ยอมรับในวงการของผู้ประกอบอาชีพทางด้านสาขาวิชานั้น ๆ และมีโอกาสที่จะได้รับการพิจารณารับเข้าทำงานมากกว่าผู้สำเร็จการศึกษาในสาขาวิชาเดียวกันจากมหาวิทยาลัยอื่น รวมถึงมีหลักสูตรที่มีชื่อเสียงและมีคุณภาพ มี

จำนวนหน่วยกิตและจำนวนเทอมต่อปีการศึกษาที่เหมาะสม ตลอดจนมีทุนสนับสนุนการศึกษาสำหรับนักเรียน นักศึกษาที่มีผลการเรียนดี และค่าเทอมและค่าใช้จ่ายไม่สูงมาก เมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ส่วนด้านผลกระทบด้านภาพลักษณ์ของประเทศ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ซึ่งมีข้อมูลรายละเอียดที่เป็นเหตุผล เช่นสถานศึกษามีทำเล ที่ตั้งสะดวก มีภาพลักษณ์ที่ดีระดับท้องถิ่น ระดับจังหวัดและระดับประเทศ สถานศึกษามีการพัฒนาผู้เรียนให้มีผลสัมฤทธิ์ตามเกณฑ์มาตรฐาน การใช้วิจารณ์ญาณในการเลือกเข้าศึกษาต่อ และสถานศึกษาได้รับการยอมรับจากสถานประกอบการ เป็นข้อมูลซึ่งสะท้อนถึงการที่นักศึกษาไม่ได้ให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ในระดับประเทศมากนักเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยอื่น ซึ่งอาจแสดงถึงความต้องการเฉพาะเจาะจงที่นักศึกษามุ่งเน้นความสำเร็จในชีวิตส่วนตัว และโอกาสการทำงานที่สามารถประเมินผลได้ในทันที ซึ่งผลการวิเคราะห์ดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ในการดำเนินงานต่อไปและสามารถนำมาอภิปรายผลแยกเป็นรายด้านได้ดังนี้

1.1 ด้านเหตุผลส่วนบุคคล โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก นักศึกษาเลือกสถานศึกษาแห่งนี้เพราะมีสาขาวิชาที่นักศึกษาต้องการเข้าศึกษาต่อความต้องการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ส่วนนักศึกษามีความคาดหวังว่าเมื่อสำเร็จการศึกษาจากวิทยาลัยแห่งนี้จะได้ทำงานตำแหน่งที่ดีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องจาก นักเรียนมีการรับรู้โลกของอาชีพและการทำงานในปัจจุบันมากขึ้น และมีแรงจูงใจเกิดจากภายในที่จะทำให้เกิดความมานะตั้งใจและทุ่มเท พยายามฝึกฝนทักษะทางการเรียนที่ตนเองถนัดและมีความชอบ และสามารถฝ่าฟันเข้าศึกษาต่อในสาขาที่ตนเองสนใจหรือได้ตั้งเป้าหมายเอาไว้ และอาจจะเป็นความคาดหวังของครอบครัว ซึ่งเมื่อสำเร็จการศึกษา อาจจะได้ทำงานในตำแหน่งที่สูง ๆ แต่อาจจะได้งานที่ดีและมั่นคง สามารถเลี้ยงดูตนเองและครอบครัวได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับ จำลอง นามูลตรี (2561) ได้ทำการวิจัยพบว่า ด้านการรับรู้โลกของอาชีพและการทำงานช่วยทำให้นักเรียนทราบว่างานหรืออาชีพที่ตนเองเลือกจะศึกษาต่อ มีความสอดคล้องกับความสนใจและเหมาะสมตรงตามลักษณะความจริงที่คาดหวังหรือต้องการทำงานนั้น ๆ ในอนาคต

1.2 ด้านผลกระทบด้านภาพลักษณ์ของประเทศ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก นักศึกษาเลือกเข้าศึกษาต่อเพราะสถานศึกษามีทำเล ที่ตั้งสะดวก กับการคมนาคมอยู่ในชุมชน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ส่วนนักศึกษาเลือกเข้าศึกษาต่อเพราะ สถานศึกษาได้รับการยอมรับ จากสถานประกอบการ ทำให้นักศึกษามีงานทำหลังสำเร็จการศึกษา ค่าเฉลี่ยต่ำสุด ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องจากชื่อเสียง ภาพลักษณ์ที่ดีของสถาบันการศึกษาเป็นที่ยอมรับในสังคม ย่อมจะก่อให้เกิดความรู้สึกเป็นที่ยอมรับชมชอบ เกิดทัศนคติด้านบวก มีภาพจดจำที่ดีและได้รับการยอมรับจากตัวนักเรียน นักศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับ ศรีสุนันท์ สุขถาวร และ กิตติศักดิ์ อังคะนาวัน (2561, บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี คณะการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรณีศึกษานักเรียน Admission รับตรง ปีการศึกษา 2561 พบว่านักเรียนที่ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้าน

ภาพลักษณ์ของคณะกรรมการบริหารและจัดการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีคือ เป็นคณะกรรมการบริหารและจัดการเป็นสถานศึกษาของรัฐที่มี ชื่อเสียงมานาน

1.3 ด้านภาพลักษณ์ของเมือง โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก นักศึกษาเลือกเข้าศึกษาต่อเพราะสถานศึกษามีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ส่วนนักศึกษาเลือกเข้าศึกษาต่อ เพราะสถานศึกษาให้ความสำคัญกับการสร้างคุณค่าของวัฒนธรรม ประเพณี ประจำท้องถิ่น ค่าเฉลี่ยต่ำสุด ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องจาก สถานศึกษาตั้งอยู่ในเขตอุตสาหกรรม นิคมอมตะนคร ใกล้แหล่งเศรษฐกิจ ตรงตามสโลแกน เรียนจบแล้วมีงานทำทุกคน ซึ่งสอดคล้องกับ เตือนใจ อารีโรจนนุกุล (2559, หน้า 37) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกศึกษาต่อสายอาชีพของนักเรียนระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 1 วิทยาลัยเทคโนโลยีพาชีพและบริหารธุรกิจ พบว่า ปัจจัยสำคัญในลำดับแรก คือ ด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์สถาบันเป็นปัจจัยแรกที่ทำให้มีความสำคัญเช่นกัน

1.4 ด้านภาพลักษณ์ของสถาบัน โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก นักศึกษาเลือกเข้าศึกษาต่อ เพราะ ภาพลักษณ์ด้านคุณภาพทางวิชาการ ความเชี่ยวชาญของอาจารย์ผู้สอน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ส่วนนักศึกษาเลือกเข้าศึกษาต่อ เพราะ สถานศึกษามีศิษย์เก่าที่มีชื่อเสียง และประสบความสำเร็จในอาชีพ ค่าเฉลี่ยต่ำสุด ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องจากชื่อเสียงของสถาบันที่จะศึกษาต่อ เป็นค่านิยมซึ่งได้รับการยอมรับจากสังคมถึงความสำคัญของการศึกษาในสถาบันที่มีชื่อเสียง ซึ่งส่งผลให้เกิดการแข่งขันกันอย่างสูงของนักเรียน เพื่อผลักดันตนเองไปสู่ระดับของผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาชีพที่เรียนจากสถาบันที่ตนเองใฝ่ฝัน และเป็นที่ยอมรับของสังคม ซึ่งสอดคล้องกับ กุสุมา ปักปันเพชร (2552 , บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง พบว่า นักเรียนให้ความสำคัญกับการตัดสินใจในการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาในด้านชื่อเสียงของสถาบันเป็นอันดับแรก เนื่องจากชื่อเสียงของสถาบันมีส่วนสำคัญในเรื่องความน่าเชื่อถือ และการเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป รวมถึงโอกาสในการเลือกประกอบอาชีพที่ตนเองต้องการเมื่อสำเร็จการศึกษา

1.5 ด้านหลักสูตร โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก นักศึกษาเลือกเข้าศึกษาต่อในสถานศึกษาแห่งนี้ เพราะสถานศึกษามอบวุฒิการศึกษาที่ตรงกับคุณภาพและรายวิชาที่สำเร็จ การศึกษาควรได้รับอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ส่วนนักศึกษาเลือกเข้าศึกษาต่อในสถานศึกษาแห่งนี้ เพราะ สถานศึกษามีทุนการศึกษามอบให้นักศึกษาที่มีความต้องการ ตามคุณสมบัติที่สถานศึกษา กำหนดตามประเภทของทุน ค่าเฉลี่ยต่ำสุด ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องจากหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน ค่าธรรมเนียมการศึกษาที่เหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับปฐมา อาแว, นิยาวาเฮร์ ไพบูลย์ (2562, บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ที่กล่าวว่า โปรแกรมการศึกษา/หลักสูตรที่

เปิดสอนตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน มีแหล่งทุนเพื่อสนับสนุนการศึกษา ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาในระดับมาก

จากการวิจัยนี้ พบว่าสถาบันการศึกษาเอกชนจะต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาภาพลักษณ์ของสถาบันที่เป็นหลัก “แบรนด์” ซึ่งอาจเป็นการสร้างคุณค่าให้กับนักศึกษาในระยะยาว โดยการเสริมสร้างชื่อเสียงด้านวิชาการและการร่วมมือกับสถานประกอบการเพื่อให้มั่นใจว่าผู้สำเร็จการศึกษาจะมีโอกาสในการทำงานสูง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ส่งเสริมภาพลักษณ์ของสถาบันในระดับประเทศ เนื่องจากปัจจัยภาพลักษณ์ของสถาบันมีความสำคัญที่สุดต่อการตัดสินใจของนักศึกษา ผู้บริหารควรนำผลการวิจัยมาพัฒนาและส่งเสริมภาพลักษณ์ของสถาบันในระดับประเทศให้ชัดเจนและน่าสนใจมากขึ้น ไม่ว่าจะผ่านการประชาสัมพันธ์ การสร้างความร่วมมือกับภาคอุตสาหกรรม หรือการเพิ่มโอกาสการทำงานหลังเรียนจบ
2. พัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับตลาดแรงงาน จากผลการวิจัยที่แสดงให้เห็นว่าหลักสูตรมีความสำคัญต่อการตัดสินใจ ผู้บริหารควรพัฒนาหลักสูตรให้ทันสมัยและสอดคล้องกับความต้องการของนักเรียน นักศึกษา และความต้องการของสถานประกอบการในอนาคต
3. สร้างความร่วมมือกับชุมชนและสถานประกอบการ การสร้างความร่วมมือกับสถานประกอบการและชุมชนจะช่วยเพิ่มโอกาสให้นักศึกษาได้รับประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ก่อนเรียนจบ ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษาที่คาดหวังโอกาสการทำงานในอนาคต
4. พัฒนาแหล่งข้อมูลและการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ควรปรับปรุงการสื่อสารกับนักศึกษาและผู้ปกครองให้เข้าถึงข้อมูลสำคัญได้ง่ายและรวดเร็วผ่านช่องทางที่หลากหลาย เช่น สื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ หรือโบรชัวร์ และควรมีการปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน เพื่อให้นักศึกษาได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาพฤติกรรมของนักเรียนในการศึกษาต่ออาชีวศึกษา เพื่อนำข้อมูลจากการวิจัยมาเป็นแนวทางในการพัฒนาวิทยาลัยต่อไป
2. ควรศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา จากปัจจัยที่เหมาะสมกับสถานศึกษาแต่ละแห่งในภาพกว้างขึ้น

บรรณานุกรม

- กุสุมา ปักปิ่นเพชร. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง. กองทุนวิจัย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- จำลอง นามูลตรี. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกศึกษาต่อของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย. สาขาวิชาศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ณัชชา สุวรรณวงศ์. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา (ระบบโควตา). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน (นครราชสีมา).
- เตือนใจ อารีโรจนกุล. (2559). การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนต่อสายอาชีพของนักเรียนระดับชั้น ปวช.1 (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). วิทยาลัยเทคโนโลยีพาชีพและบริหารธุรกิจ.
- ปฐมา อาแว, & นิยาเวสร์ ไพบูลย์. (2562). การตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ปีการศึกษา 2562. รายงานวิจัย, กองแผนงานวิทยาเขตปัตตานี, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี.
- เมธาวี สุขปาน. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ของนักเรียน: กรณีศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคตะวันออก. (2565). รายงานผลการศึกษาประจำปี 2565. สืบค้นจาก <http://www.e-tech.ac.th>
- ศรีสุนันท์ สุขถาวร, & กิตติศักดิ์ อังคะนาวิน. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี คณะการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรณีศึกษานักเรียน Admission รับตรง ปีการศึกษา 2561. วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ, 7(2), 199–215.
- สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. (2565). รายงานจำนวนผู้เรียนอาชีวศึกษา. สืบค้นเมื่อ 6 มกราคม 2567, จาก <http://bme.vec.go.th/บริหารจัดการข่าว/tabid/1235/ArticleId/42045/42045.aspx>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานกฤษฎามนตรี. (2565). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566–2570).
- Best, J. W. (1981). *Research in education* (3rd ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall Inc.

- Cubillo, J. M., Sanchez, J., & Cervino, J. (2006). International students' decision-making process. *International Journal of Educational Management*, 20(2), 101–115.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607–610.

ประสิทธิภาพเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการให้บริการผู้โดยสารภาคพื้นดิน
ของสายการบินท่าอากาศยานดอนเมือง

Efficiency of Artificial Intelligence (AI) Technology Implementation in
Ground Passenger Services of Airlines Operating at Don Mueang Airport.

วีรวรรณ กุลชล

มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ E-mail: veeravarn.ku@northbkk.ac.th

Veeravarn Kulchol

North Bangkok University, Thailand

รับเข้า : 24 กุมภาพันธ์ 2568

แก้ไข : 25 มีนาคม 2568

ตอบรับ : 4 เมษายน 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาประสิทธิภาพของปัญญาประดิษฐ์ในการให้บริการผู้โดยสารภาคพื้นดินของสายการบินในท่าอากาศยานดอนเมือง 2) เปรียบเทียบประสิทธิภาพของปัญญาประดิษฐ์ในการให้บริการผู้โดยสารภาคพื้นดินของสายการบินท่าอากาศยานดอนเมือง การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 75 คน ซึ่งทราบขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การคำนวณจากสูตรทาโรยามาเน่ (Taro Yamane, 1973) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานบริการภาคพื้นดินที่ให้บริการปัญญาประดิษฐ์กับผู้โดยสารภาคพื้นดินของสายการบินในท่าอากาศยาน การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และใช้สถิติค่า t-test แบบ independent ในการเปรียบเทียบประสิทธิภาพของปัญญาประดิษฐ์ในการให้บริการผู้โดยสารภาคพื้นดินของสายการบินท่าอากาศยานดอนเมือง

ผลการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุน้อยกว่า 30 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีประสบการณ์การทำงานมากกว่า 5 ปี สายงานที่ปฏิบัติงานทำงานในแผนกเช็คอิน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการให้บริการผู้โดยสารภาคพื้นดินของสายการบินในท่าอากาศยานดอนเมืองโดยภาพรวมพบว่า 3 อันดับแรกที่ทำให้มีความสำคัญ คือ ด้านคุณภาพการบริการ รองลงมาด้านการประยุกต์นำไปใช้ และด้านการวิเคราะห์และตัดสินใจ เมื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพของปัญญาประดิษฐ์ในการให้บริการผู้โดยสารภาคพื้นดินของสายการบินท่าอากาศยานดอนเมือง ด้านการให้บริการลูกค้าส่วนบุคคล ด้านการวิเคราะห์และตัดสินใจ และด้านการประยุกต์นำไปใช้ และด้านคุณภาพการบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง

สถิติที่ระดับ .05 เมื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่า สถานภาพ ที่แตกต่างกันประสิทธิภาพในการใช้ ปัญญาประดิษฐ์กับการให้บริการผู้โดยสารภาคพื้นดินของสายการบินในท่าอากาศยานดอนเมือง แตกต่างกัน

คำสำคัญ: ประสิทธิภาพ เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ การบริการผู้โดยสารภาคพื้นดิน ท่าอากาศยาน

Abstract

The Purposes of this research were 1) to examine the effectiveness of artificial intelligence in providing ground services to passengers at Don Mueang Airport, and 2) to compare the effectiveness of artificial intelligence in providing ground services to passengers at Don Mueang Airport. This study is a quantitative research, with a sample size of 75 people, determined using the Taro Yamane formula (1973). A questionnaire was used as a tool for data collection from ground service staff providing Artificial Intelligence services to passengers at the airport. Data were analyzed using descriptive statistics and independent t-test statistics to compare the effectiveness of Artificial Intelligence in providing ground services to passengers at Don Mueang Airport.

The study results showed that most of the respondents were female, under 30 years of age, single, with a Bachelor's degree, and had more than 5 years of work experience. The majority worked in the check-in department. Regarding the effectiveness of Artificial Intelligence in providing ground services to passengers at Don Mueang Airport, the top three aspects considered most important were: service quality, followed by applicability, and decision-making and analysis. When comparing the effectiveness of Artificial Intelligence in providing ground services to passengers at Don Mueang Airport, significant differences were found in the areas of personalized customer service, decision-making and analysis, applicability, and service quality at the .05 significance level. The hypothesis test revealed that there were differences in the effectiveness of artificial intelligence in providing ground services based on the respondents' marital status.

Keywords: Efficiency, Artificial Intelligence (AI) Technology, Implementation in Ground Passenger Services, Airport

บทนำ

ความสำคัญของอุตสาหกรรมการบินในระดับโลก โดยเน้นถึงบทบาทที่สำคัญในการเชื่อมโยงบุคคล วัฒนธรรม และธุรกิจต่าง ๆ ผ่านการขนส่งทางอากาศ นอกจากนั้นธุรกิจการบินได้สร้างมูลค่าการเติบโตทางด้านเศรษฐกิจการสนับสนุนธุรกิจการพาณิชย์ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และการสร้างตำแหน่งงาน (The International Civil Aviation Organization (ICAO, 2024) โดยสมาคมการขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ หรือ The International Air Transport Association (IATA) ระบุว่าอุตสาหกรรมการบินมีการสร้างตำแหน่งงานมากกว่า 65 ล้านตำแหน่ง และมีมูลค่าทางเศรษฐกิจมากกว่า 2.7 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ นอกจากนี้ยังคาดการณ์ว่าจะมีผู้โดยสารเพิ่มขึ้นเป็น 8.2 พันล้านคนในปี 2037 (The International Air Transport Association: IATA, 2018) โดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่จะมีผู้โดยสารมากกว่า 1.8 พันล้านคนต่อปีในอนาคต อุตสาหกรรมการบินถือเป็นภาคส่วนที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในระดับเศรษฐกิจโลก และมีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงและกระตุ้นการเจริญเติบโตทางธุรกิจทั่วโลก

หากกล่าวถึงความสำคัญของปัญญาประดิษฐ์ (AI) ที่ได้รับการพัฒนามาจากโครงข่ายประสาทของมนุษย์ ซึ่งสามารถเรียนรู้และพัฒนาประสิทธิภาพการทำงานได้จากข้อมูลที่มากขึ้น ผ่านกระบวนการ Deep Learning ทำให้ AI สามารถคิด วิเคราะห์ และเชื่อมโยงข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว เปรียบเสมือนกับ "สมองกลอัจฉริยะ" ที่สามารถปรับตัวและพัฒนาได้เอง AI จึงกลายเป็นเทคโนโลยีที่สำคัญในปัจจุบัน และมีบทบาทสำคัญในทุกภาคส่วน โดยเฉพาะในธุรกิจและอุตสาหกรรมต่าง ๆ ในประเทศไทย ภาคอุตสาหกรรมการบินได้เริ่มนำเทคโนโลยี AI มาใช้เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันภายในสายการบิน เช่น การใช้หุ่นยนต์ AI ในการต้อนรับและอำนวยความสะดวกแก่ผู้โดยสาร การใช้แชทบอต (Chatbot) เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับการจองตั๋วและบริการต่าง ๆ ตลอด 24 ชั่วโมง การใช้ AI ในการจัดการสัมภาระ การบริการพิเศษสำหรับผู้โดยสาร VIP หรือผู้โดยสารที่ต้องการความช่วยเหลือพิเศษ รวมถึงการช่วยในการจัดการสัมภาระสูญหายหรือเสียหาย การนำ AI มาใช้ในธุรกิจการบินทำให้สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ ลดเวลาในการดำเนินการ และเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันในตลาดได้ โดยเฉพาะในธุรกิจการบินที่ต้องรับมือกับการบริการที่มีความซับซ้อนและการให้บริการที่ต้องการความแม่นยำและรวดเร็ว ในปัจจุบัน AI กำลังเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาและเสริมสร้างประสิทธิภาพในการให้บริการในอุตสาหกรรมการบิน และเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการทำงานต่าง ๆ และสร้างรายได้มหาศาลให้แก่ผู้ประกอบการได้อีกด้วย (Nessessence. 2022) โดยสามารถใช้ในการบริหารจัดการต่าง ๆ ตั้งแต่การต้อนรับผู้โดยสารจนถึงการจัดการสัมภาระ ซึ่งทำให้สายการบินสามารถเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและยกระดับคุณภาพการบริการได้โดยปัจจุบันภาคธุรกิจหรืออุตสาหกรรมขนาดใหญ่ต่าง ๆ ได้นำ AI มาใช้ในกระบวนการทำงานที่สำคัญขององค์กรอย่างกว้างขวาง (วสิริทิพย์ ฉลอม, 2561)

จากความสำเร็จในข้างต้นแสดงให้เห็นว่าการเปลี่ยนแปลงรูปแบบพฤติกรรม ตลอดจนความต้องการและความคาดหวังของผู้บริโภคที่ปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา ส่งผลให้สายการบินต้องเตรียมการและเร่งปรับตัวอย่างรวดเร็ว การนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์มาใช้จึงถือว่าเป็นเครื่องมือที่สำคัญประการหนึ่งคือ “การลงทุนและการพัฒนา เทคโนโลยี” ซึ่งถือเป็นเครื่องมือสำคัญเพื่อเพิ่มความสามารถทางการแข่งขัน และเพิ่มโอกาสอยู่รอดทางธุรกิจในระยะยาว ภาคธุรกิจการบินขนาดใหญ่จึงได้พัฒนาและเริ่มนำสมองกลอัจฉริยะหรือปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence : AI) เข้ามาใช้โดยเทคโนโลยี AI จะช่วยให้สายการบินเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการทำงาน และสามารถใช้เป็นกลยุทธ์เชิงรุกที่จะเข้าถึงผู้โดยสารในทุกกลุ่มทุกระดับและทุกที่ อีกทั้งยังเป็นการนำเสนอนวัตกรรมการให้บริการทางด้านธุรกิจการบินรูปแบบใหม่ พร้อมเป็นการยกระดับ ประสิทธิภาพแก่ผู้โดยสารภาคซึ่งจะกลายเป็นกุญแจสำคัญในการแข่งขัน ของภาคธุรกิจการบินอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ สอดคล้องกับแนวคิด “สนามบินพูดได้” แอปพลิเคชัน (AOT AIRPORTS Application) ใหม่ที่จัดทำขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการสอดคล้องกับแนวคิด “สนามบินมีชีวิต” ระบบเช็คอินด้วยตนเองอัตโนมัติ(Auto Check-in System) หรือระบบ CUSS ซึ่งจะช่วยลดเวลาในการเช็คอินของผู้โดยสาร และระบบรับรู้รายได้ (Revenue Recognition System: RR System) เพื่อรับรู้ข้อมูลการขาย และบริการสินค้าของผู้ประกอบการแบบ Real time นอกจากนี้ยังมีนวัตกรรมที่สำคัญในการให้บริการอื่น ๆ ได้แก่ นวัตกรรมระบบที่จอดรถอัจฉริยะ (Parking Guidance System) นวัตกรรมป้ายรถโดยสารอัจฉริยะ นวัตกรรมระบบตรวจ ค้นการใช้เครื่องสแกน Full Body Scanner และการติดตั้งจุดโมบาย ชาร์จเจอร์ (Mobile charger) เป็นต้น (Airports of Thailand Public Company Limited, 2021)

จากที่ได้กล่าวมาดังกล่าวข้างต้น แสดงให้เห็นว่าการให้บริการผู้โดยสารมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้โดยสาร ดังนั้นงานวิจัยนี้สามารถทราบถึงประสิทธิภาพสายการบินในสนามบินดอนเมือง และพนักงานในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการให้บริการผู้โดยสารภาคพื้นดินมาใช้ในการให้บริการผู้โดยสารภาคพื้นดินของสายการบินในท่าอากาศยานดอนเมืองว่ามีประสิทธิภาพในด้านใดบ้างจะต้องหาแนวทางในการป้องกันและแก้ไขเพื่อมิให้เกิดปัญหาที่อาจส่งผลกระทบต่อ การให้บริการแก่ผู้โดยสารรวมถึงภาพพจน์ของประเทศ โดยมุ่งหวังว่าผลของการศึกษาในครั้งนี้จะเป็นแนวทางหนึ่งที่อาจนำไปสู่การประยุกต์ใช้ในประสิทธิภาพเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการให้บริการผู้โดยสารมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการให้บริการภาคพื้นของสายการบิน ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง โดยใช้ตัวชี้วัด ด้านการให้บริการลูกค้าส่วนบุคคล ด้านการวิเคราะห์ตัดสินใจ ด้านการบริหารความเสี่ยง ด้านการประยุกต์นำไปใช้และด้านคุณภาพการบริการ
2. เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพของ AI ในการให้บริการผู้โดยสารภาคพื้นดิน ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง โดยจำแนกตามปัจจัยทางประชากรศาสตร์

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานบริการภาคพื้นให้บริการปัญญาประดิษฐ์กับผู้โดยสารภาคพื้นดินของสายการบินในท่าอากาศยาน ขนาดของตัวอย่างจากประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มพนักงานบริการภาคพื้นให้บริการปัญญาประดิษฐ์กับผู้โดยสารภาคพื้นดินของสายการบินในท่าอากาศยานโดยผู้วิจัยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 75 คน ซึ่งทราบขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การคำนวณจากสูตรทาโรยามาเน่ (Taro Yamane, 1973) คือ พนักงานบริการภาคพื้น ได้แก่ การบินไทย บางกอกแอร์เวย์ส การบินไทยสมายล์ นกแอร์ ไทยแอร์เอเชีย ไทยไลอ้อนแอร์ ไทยเวียดเจ็ทแอร์ สายการบินท่าอากาศยานดอนเมือง คำนึงถึงความหลากหลายและครอบคลุมทุกภาคส่วน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถามปลายปิดที่กำหนดไว้เป็นโครงสร้าง ให้ครอบคลุมหัวข้อที่ต้องการศึกษา ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงาน และสายงานที่ปฏิบัติงาน ในการใช้งานปัญญาประดิษฐ์ (AI) กับระบบการให้บริการผู้โดยสารภาคพื้นดินของสายการบินท่าอากาศยาน รวมจำนวน 6 ข้อ เป็นคำถามปลายปิด (Close Ended) แบบให้เลือกตอบเพียงข้อเดียว

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพระบบในการใช้ปัญญาประดิษฐ์เกี่ยวกับการให้บริการผู้โดยสารภาคพื้นดินของสายการบินในท่าอากาศยาน มีจำนวน 5 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านการให้บริการลูกค้าส่วนบุคคล 2) ด้านการวิเคราะห์ และตัดสินใจ 3) ด้านการบริหารความเสี่ยง 4) ด้านการประยุกต์นำไปใช้ และ 5) ด้านคุณภาพการบริการ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนออื่น ๆ

วิธีการหาคุณภาพของเครื่องมือ การสร้างและการทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยดำเนินการดังนี้

1. ทำการศึกษาทฤษฎี แนวคิดเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างกรอบแนวคิดประสิทธิภาพในการใช้ปัญญาประดิษฐ์กับระบบประสิทธิภาพในการใช้ปัญญาประดิษฐ์

กับการให้บริการผู้โดยสารภาคพื้นดินของสายการบินในท่าอากาศยานโดยกำหนดนิยามตามขอบข่ายของเนื้อหาเพื่อสร้างเครื่องมือตัวบ่งชี้เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดในงานวิจัย

2. สร้างเครื่องมือหรือแบบสอบถามโดยนำประเด็นที่ได้จากการศึกษา มาจัดเป็นหมวดหมู่ให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิดและนำเสนอร่างแบบสอบถามต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหาตามกรอบแนวคิด แล้วนำไปปรับปรุงแก้ไขเพื่อดำเนินการในลำดับต่อไป

3. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ไปตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คนที่แต่งตั้งขึ้นเป็นผู้พิจารณาความเห็นและให้คะแนนความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม โดยทำการตรวจสอบหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC: Index of Item Objective Congruence) เพื่อพิจารณาลงความเห็นและให้คะแนนได้ค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถามเท่ากับ 0.87 แสดงว่าข้อคำถามสามารถวัดหรือเป็นตัวแทนของความมุ่งหมายของการวิจัยที่ต้องการวัดได้

4. ทดลองใช้เครื่องมือ (Try out) กับกลุ่มที่ไม่ได้ถูกสุ่มเป็นกลุ่มตัวอย่าง แต่มีลักษณะคล้ายกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน นำแบบสอบถามที่หาค่าอำนาจจำแนกแล้วมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ (แบบสอบถามที่เป็นมาตราประเมินค่า Rating Scale) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของ Cronbach (ธานินทร์ ศิลป์จารุ. 2550: 55) ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.7 ขึ้นไป โดยได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.90 แล้วปรับปรุงเพื่อให้ได้แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ ข้อมูลจากการค้นคว้าและรวบรวมจากเอกสารหนังสือรายงาน แนวคิดหลักการ และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่ ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้นำมา รวบรวมแบบสอบถามนำมาลงรหัสหลังจากนั้นจึงนำข้อมูลเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อประมวลผลใช้โปรแกรมทางสถิติสำหรับงานวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล การดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยดำเนินการตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงาน และ สายงานที่ปฏิบัติงาน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการบรรยายข้อมูล และนำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง ได้แก่ ความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

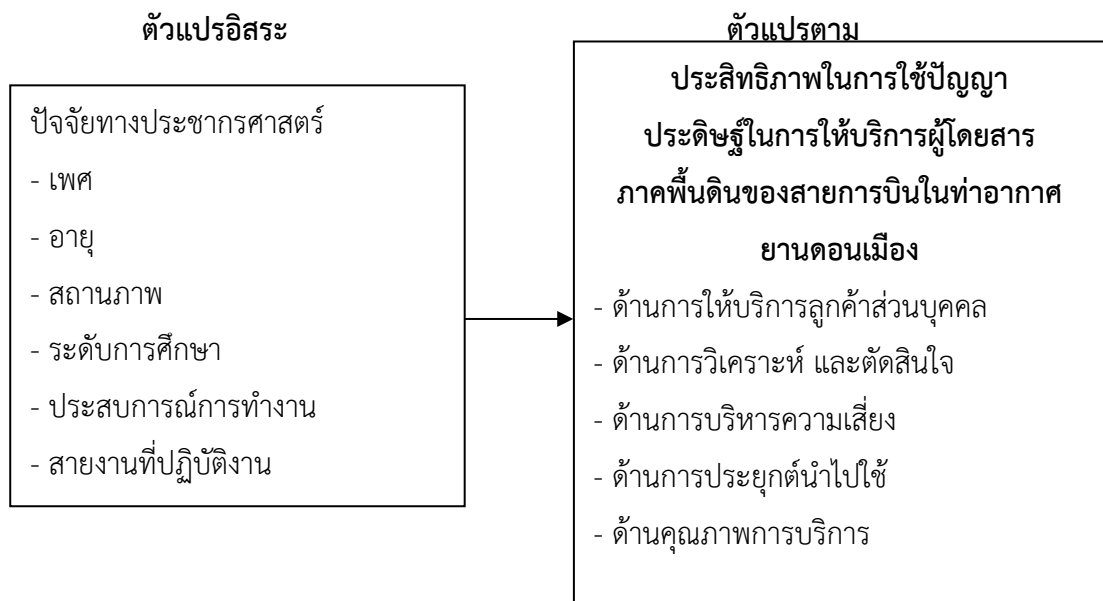
2. วิเคราะห์ข้อมูลประสิทธิภาพเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการให้บริการผู้โดยสารภาคพื้นดินของสายการบินท่าอากาศยาน ประกอบด้วย ด้านการให้บริการลูกค้าส่วนบุคคล ด้านการ

วิเคราะห์และตัดสินใจ ด้านการบริหารความเสี่ยง ด้านการประยุกต์นำไปใช้ และด้านคุณภาพการบริการ โดยใช้สถิติค่า t-test แบบ independent

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการวิเคราะห์การตรวจสอบแบบสอบถามของแต่ละตัวแปรโดยจะคำนวณหาความถี่ (Frequency) ของตัวแปรแล้วสรุปมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage) ส่วนการวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า Rating scale เป็นการวัดความแตกต่างของตัวแปรโดยใช้วิธีหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สถิติที่ใช้เปรียบเทียบประสิทธิภาพของปัญญาประดิษฐ์ในการให้บริการผู้โดยสารภาคพื้นดินของสายการบินท่าอากาศยานดอนเมือง โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ANOVA ค่า t-test แบบ independent

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

ลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกันประสิทธิภาพในการใช้ปัญญาประดิษฐ์กับการให้บริการผู้โดยสารภาคพื้นดินของสายการบินท่าอากาศยานดอนเมืองแตกต่างกัน

ผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่องประสิทธิภาพเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการให้บริการผู้โดยสารภาคพื้นดินของสายการบินท่าอากาศยานดอนเมือง เนื้อหาแบ่งเป็น 2 ตอนตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลประสิทธิภาพของปัญญาประดิษฐ์ในการให้บริการผู้โดยสารภาคพื้นดินของสายการบินในท่าอากาศยานดอนเมือง แบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 66.70 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 และ LGBTQ 7 คน คิดเป็นร้อยละ 9.30 อายุส่วนใหญ่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 81.30 รองลงมาอายุ 41- 50 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 และอายุระหว่าง 30-40 จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 6.70 ตามลำดับ สถานภาพมีสถานภาพโสด จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 สมรส จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 81.30 รองลงมาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 10.70 และระดับปริญญาโท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ ประสบการณ์การทำงานมากกว่า 5 ปี จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 70.70 รองลงมามีอายุระหว่าง 5-15 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 18.70 และมีอายุระหว่าง 16-25 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 10.70 ตามลำดับ สายงานที่ปฏิบัติงานส่วนใหญ่พนักงานทำงานในแผนกเช็คอิน จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 49.30 แผนกคลังสินค้า จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 และแผนกบัตรโดยสารเครื่องบิน จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 22.70 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการให้บริการผู้โดยสารภาคพื้นดินของสายการบินในท่าอากาศยานดอนเมือง โดยภาพรวมพบว่า 3 อันดับแรกที่พนักงานให้ความสำคัญ อันดับแรก คือ ด้านคุณภาพการบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.53$, S.D. = 0.518) รองลงมาด้านการประยุกต์นำไปใช้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.552) และด้านการวิเคราะห์และตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = 0.539) ตามลำดับ

ด้านการให้บริการลูกค้าส่วนบุคคลโดยรวมมีระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.561) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อตั้งใจใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการทำงานบริการผู้โดยสารภาคพื้นดินอย่างสม่ำเสมอเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.52$, S.D. = 0.577) รองลงมาประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการทำงานบริการผู้โดยสารภาคพื้นดินมีระดับความคิดเห็น เห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = 0.644) และใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้ดียิ่งขึ้นเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.753) ตามลำดับ

ด้านการวิเคราะห์และตัดสินใจ โดยรวมมีระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = 0.539) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ที่เป็นการให้บริการผู้โดยสารภาคพื้นดินเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.53$, S.D. = 0.577) สามารถเรียนรู้การใช้เครื่องมือเทคโนโลยี AI ในการทำงานได้เป็นอย่างดี มี

ระดับความคิดเห็น เห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.642) และเป็นผู้ที่ใช้อุปกรณ์เทคโนโลยีต่าง ๆ มาเป็นตัวช่วย เห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = 0.755) ตามลำดับ

ด้านการบริหารความเสี่ยง โดยรวมมีระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.35$, S.D. = 0.521) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ธุรกิจสายการบินมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเพื่อนำ AI มาใช้ในการบริหารความเสี่ยงทุกครั้งที่มีการปรับปรุงการทำงาน เห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.503) ธุรกิจสายการบินมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในของธุรกิจสายการบินเพื่อนำ AI มาใช้ในการบริหารความเสี่ยง เห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = 0.638) และ นำเทคโนโลยี AI มาช่วยให้การทำงานขององค์กรให้มีความเสี่ยงลดลง เห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.677) ตามลำดับ

ด้านการประยุกต์นำไปใช้ โดยรวมมีระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.552) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าในฐานะพนักงานสายการบินท่านตระหนักว่าการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการทำงานถือเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่งเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.57$, S.D. = 0.573) มีทักษะและความรู้ในการใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) เห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.577) และความมั่นใจในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการทำงานกับใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ช่วยในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.757) ตามลำดับ

ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการให้บริการผู้โดยสารภาคพื้นดินของสายการบินในท่าอากาศยานดอนเมือง ด้านคุณภาพการบริการ โดยรวมมีระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.43$, S.D. = 0.493) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นำเทคโนโลยี AI มาใช้ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากขึ้นเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.569) มีทักษะและความรู้ในการใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) เห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.577) และนำเทคโนโลยี AI มาใช้ในการบริการลูกค้า เห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.642) ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการเปรียบเทียบประสิทธิภาพของปัญญาประดิษฐ์ในการให้บริการผู้โดยสารภาคพื้นดินของสายการบินท่าอากาศยานดอนเมือง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

2.1 การเปรียบเทียบภาพรวมประสิทธิภาพในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการให้บริการผู้โดยสารภาคพื้นดินของสายการบินท่าอากาศยานดอนเมืองจำแนกตามปัจจัยทางประชากรศาสตร์ พบว่า ด้านการให้บริการลูกค้าส่วนบุคคล ด้านการวิเคราะห์และตัดสินใจ ด้านการบริหารความ

เสี่ยง ด้านการประยุกต์นำไปใช้ และด้านคุณภาพการบริการ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำแนกตามอายุ พบว่า ด้านการให้บริการลูกค้าส่วนบุคคล ด้านการวิเคราะห์และตัดสินใจ ด้านการบริหารความเสี่ยง ด้านการประยุกต์นำไปใช้ และด้านคุณภาพการบริการ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำแนกตามสถานภาพ พบว่า ด้านการให้บริการลูกค้าส่วนบุคคล ด้านการวิเคราะห์และตัดสินใจ ด้านการบริหารความเสี่ยง ด้านการประยุกต์นำไปใช้ และด้านคุณภาพการบริการ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ด้านการให้บริการลูกค้าส่วนบุคคล ด้านการวิเคราะห์และตัดสินใจ ด้านการบริหารความเสี่ยง ด้านการประยุกต์นำไปใช้ และด้านคุณภาพการบริการ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำแนกตามประสบการณ์การทำงาน พบว่า ด้านการให้บริการลูกค้าส่วนบุคคล ด้านการวิเคราะห์และตัดสินใจ และด้านการประยุกต์นำไปใช้ และด้านคุณภาพการบริการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.2 การเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการให้บริการผู้โดยสารภาคพื้นดินของสายการบินในท่าอากาศยานดอนเมือง จำแนกตามประสบการณ์การทำงาน ด้านการให้บริการลูกค้าส่วนบุคคล พบว่า ประสบการณ์การทำงาน ต่ำกว่า 5 ปี กับ 16-25 ปี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.3 การเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการให้บริการผู้โดยสารภาคพื้นดินของสายการบินในท่าอากาศยานดอนเมือง จำแนกตามประสบการณ์การทำงาน ด้านการวิเคราะห์และตัดสินใจ พบว่า ประสบการณ์การทำงาน ต่ำกว่า 5 ปี กับ 5-15 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.4 การเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการให้บริการผู้โดยสารภาคพื้นดินของสายการบินในท่าอากาศยานดอนเมือง จำแนกตามประสบการณ์การทำงาน ด้านการประยุกต์นำไปใช้ พบว่า ประสบการณ์การทำงาน ต่ำกว่า 5 ปี กับ 5-15 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.5 การเปรียบเทียบภาพรวม ประสิทธิภาพในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการให้บริการผู้โดยสารภาคพื้นดินของสายการบินในท่าอากาศยานดอนเมือง จำแนกตามสถานภาพ พบว่า ด้านการให้บริการลูกค้าส่วนบุคคล และด้านคุณภาพการบริการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.6 การเปรียบเทียบภาพรวม ประสิทธิภาพในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการให้บริการผู้โดยสารภาคพื้นดินของสายการบินในท่าอากาศยานดอนเมือง จำแนกตามสายงานที่ปฏิบัติงาน ด้านการให้บริการลูกค้าส่วนบุคคล พบว่า แผนกบัตรโดยสารเครื่องบินกับแผนกเช็คอิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

ประสิทธิภาพในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการให้บริการผู้โดยสารภาคพื้นดินของสายการบินในท่าอากาศยานดอนเมือง โดยภาพรวมพบว่า 3 อันดับแรกที่พนักงานให้ความสำคัญ คือ ด้านคุณภาพการบริการ รองลงมาด้านการประยุกต์และด้านการวิเคราะห์และตัดสินใจ ซึ่งสอดคล้องงานวิจัยของ กนกวรรณ จันจัน และคณะ (2565) ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์และความพึงพอใจของผู้โดยสารมีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ แสดงให้เห็นว่าพนักงานนำเทคโนโลยี AI มาใช้ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากขึ้น มีทักษะและความรู้ในการใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) นำเทคโนโลยี AI มาใช้ในการบริการลูกค้า ด้านการประยุกต์นำไปใช้ ในฐานะพนักงานสายการบินพนักงานมีการตระหนักถึงการนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการทำงานถือเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่ง พนักงานมีทักษะและความรู้ในการใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) พนักงานมีความมั่นใจในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการใช้งานเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้านการวิเคราะห์และตัดสินใจ ความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ที่เป็นการให้บริการผู้โดยสารภาคพื้นดิน พนักงานสามารถเรียนรู้การใช้เครื่องมือเทคโนโลยี AI ในการทำงานได้เป็นอย่างดีเป็นผู้ที่ใช้อุปกรณ์เทคโนโลยีต่าง ๆ มาเป็นตัวช่วยในการทำงาน อีกทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จักรวรรดิ หล้าเพชร และคณะ (2567) ศึกษาเรื่องแนวโน้มการพัฒนาอุตสาหกรรมการบินด้วยระบบปัญญาประดิษฐ์ (AI) ผลการวิจัยพบว่าการวางแผนเส้นทางการบินและการจัดการการจราจรทางอากาศ, นวัตกรรมด้านความปลอดภัย, การบำรุงรักษาเครื่องบิน, การปรับปรุงประสบการณ์ผู้โดยสาร, ผลกระทบที่มีต่อการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรและแนวโน้มของการบินไร้คนขับ (UAVs) ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า AI มีศักยภาพในการเพิ่มประสิทธิภาพการบินอย่างมีนัยสำคัญ โดยสามารถลดเวลาบินและการใช้เชื้อเพลิง นอกจากนี้ยังสามารถปรับปรุงความปลอดภัยในอุตสาหกรรมการบินผ่านการวิเคราะห์ข้อมูลและการตรวจจับความผิดปกติ ระบบ Condition Monitoring Sensors (CATS) ที่ใช้ AI ช่วยบริหารจัดการการจราจรทางอากาศในประเทศไทยได้รับการพิสูจน์ว่าลดระยะเวลาการรอคอยของเครื่องบิน นอกจากนี้ การใช้งาน AI ในการบำรุงรักษาเชิงพยากรณ์สามารถช่วยลดค่าใช้จ่าย และระยะเวลาในการซ่อมบำรุงได้ โดยเฉพาะในสายการบินในประเทศไทย และยังช่วยพัฒนาประสบการณ์ผู้โดยสารผ่านการบริการที่ดียิ่งขึ้น โดยการลงทุนในเทคโนโลยี AI จะเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการบินสู่อนาคตที่ยั่งยืนและมีประสิทธิภาพในไทยและในระดับโลก

เปรียบเทียบประสิทธิภาพในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการให้บริการผู้โดยสารภาคพื้นดินของสายการบินในท่าอากาศยานดอนเมือง จำแนกตามสถานภาพ พบว่า ด้านการให้บริการลูกค้าส่วนบุคคล ด้านการวิเคราะห์และตัดสินใจ และด้านการประยุกต์นำไปใช้ และด้านคุณภาพการบริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธงชัย จีระดิษฐ์ (2566) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ลักษณะทางกายภาพของท่าอากาศยานที่ส่งผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของสายการบิน ผลการศึกษาพบว่าผลการวิจัยพบว่า 1) ศักยภาพของท่าอากาศยานมีความเชื่อมโยงกับลักษณะทางกายภาพของท่าอากาศยานซึ่งประกอบด้วยเขตการบินและเขตนอกการบิน 2) ลักษณะทางกายภาพของท่าอากาศยานส่งผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของสายการบิน ดังนี้ (1) ประสิทธิภาพการตรงต่อเวลาของเที่ยวบิน (2) การจัดสรรเวลาเข้าหรือออกท่าอากาศยาน และ ตารางการบินของสายการบิน (3) ความหนาแน่นของการจราจรทางอากาศจากลักษณะทางกายภาพของท่าอากาศยาน (4) ประสิทธิภาพและความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในอาคารผู้โดยสาร (5) ความพร้อมของอุปกรณ์ภาคพื้นทีบริการในลานจอดอากาศยาน (6) ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมบริเวณท่าอากาศยานและพื้นที่ใกล้เคียง และสอดคล้องกับ สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทยนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (2564) ศึกษาเรื่องการพัฒนาของจำนวนเส้นทางบิน จำนวนเที่ยวบิน และจำนวนที่นั่ง พบว่าสายการบินต้องสร้างความพร้อม ความรอบรู้ และความกระตือรือร้นในการทำงานของบุคลากร โดยสามารถนำประสิทธิภาพในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการให้บริการผู้โดยสารภาคพื้นดินของสายการบินในท่าอากาศยานดอนเมืองมาปรับใช้ในองค์กรสายการบินตั้งแต่พนักงานที่ปฏิบัติงานให้บริการในพื้นที่ต่าง ๆ ของอาคารผู้โดยสาร หรือบนลานจอด และบริเวณหลุมจอดอากาศยาน รวมถึงนักบิน และลูกเรือที่ปฏิบัติงานในอากาศยาน และท่าอากาศยานทั้งในเขตการบิน และนอกเขตการบิน ให้ปฏิบัติงานได้อย่างครบถ้วน และถูกต้องตามมาตรการรักษาความปลอดภัยด้านการบิน และขั้นตอนด้านความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน พร้อมทั้งสร้างคุณภาพการให้บริการที่ตรงตามกระบวนการดำเนินงานของสายการบิน และท่าอากาศยานอย่างควบคู่กัน อีกทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุมลมาลย์ อุปนิสากร (2558) ศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพการบริการผู้โดยสารของพนักงานต้อนรับภาคพื้นของบริษัท การบินไทยจำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาพบว่า ระดับประสิทธิภาพการบริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นมีน้อยกว่าร้อยละ 90 ด้านแรงจูงใจ เช่น เพิ่มโอกาสก้าวหน้าในอาชีพ และพนักงานมีรายได้เหมาะสม ด้านปัจจัยความพร้อมขององค์กร เช่น เพิ่มการรับพนักงานประจำการสร้างความประทับใจในการบริการ เพื่อให้ผู้โดยสารกลับมาใช้บริการซ้ำ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการให้บริการผู้โดยสารภาคพื้นดินของสายการบินในท่าอากาศยานดอนเมืองด้านสถานภาพโสด สถานภาพสมรส และสถานภาพหย่าร้าง มีผลต่อประสิทธิภาพในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการให้บริการผู้โดยสารภาคพื้นดินของสายการบินในท่าอากาศยานดอนเมือง

ข้อเสนอแนะ

1. จากการศึกษาวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพของปัญญาประดิษฐ์ในการให้บริการผู้โดยสารภาคพื้นดินของสายการบินในท่าอากาศยานดอนเมือง ที่พนักงานทำได้อย่างมีประสิทธิภาพคือ ด้านคุณภาพการบริการ ด้านการประยุกต์นำไปใช้ ด้านการวิเคราะห์และตัดสินใจ มีจำนวน 2 ตัวแปรที่ต้องพัฒนาเพื่อให้การบริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดินของสายการบินในท่าอากาศยานดอนเมือง คือ ด้านการให้บริการลูกค้าส่วนบุคคล กับ ด้านการบริหารความเสี่ยง ให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น
2. ด้านการให้บริการลูกค้าส่วนบุคคล ควรให้พนักงานตั้งใจใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการทำงานบริการผู้โดยสารภาคพื้นดินอย่างสม่ำเสมอและให้พนักงานประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการทำงานบริการผู้โดยสารภาคพื้นดิน
3. ด้านการบริหารความเสี่ยง ควรนำเทคโนโลยี AI มาช่วยในการทำงานขององค์กรให้มีความเสี่ยงลดลงในการทำงาน

ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ประสิทธิภาพการบริการผู้โดยสารของพนักงานต้อนรับภาคพื้นของสายการบินไทย
2. ศึกษาประสิทธิภาพการบริการผู้โดยสารของพนักงานต้อนรับภาคพื้น
3. ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการบริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้น

บรรณานุกรม

- กนกวรรณ จันจัน และคณะ. (2565). *คุณภาพการให้บริการเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ และความพึงพอใจของผู้โดยสารมีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ*. สถาบันพัฒนาบุคลากรการบิน.
- จักรวรรดิ หล้าเพชร และคณะ. (2567). *แนวโน้มการพัฒนาอุตสาหกรรมการบินด้วยระบบปัญญาประดิษฐ์ (AI)*. *Journal of Roi Kaensarn Academi*. 9(11).1831-1840
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2550). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยSPSS*. กรุงเทพฯ: บริษัท วี.อินเตอร์พรีนท์
- ธงชัย จีระดิษฐ์. (2566). *การวิเคราะห์ลักษณะทางกายภาพของท่าอากาศยานที่ส่งผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของสายการบิน*. *วารสารบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสวนดุสิต*. 19(3), 143-158
- วสิริทิพย์ ฉลอง. (2561). *AI นวัตกรรมใหม่กับธุรกิจธนาคาร*. ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจ ธุรกิจ และเศรษฐกิจฐานราก ธนาคารออมสิน.

สุมลมาลย์ อุปนิสากร. (2558). *ประสิทธิภาพการบริการผู้โดยสารของพนักงานต้อนรับภาคพื้นของ
บริษัทการบินไทยจำกัด (มหาชน). การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิตแขนงวิชาการบริหารรัฐกิจ สาขาวิชา
วิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช*

สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทยนํานงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย. (2564). *การ
เพิ่มขึ้นของจำนวนเส้นทางบิน จำนวนเที่ยวบิน และจำนวนที่นั่ง. กรุงเทพฯ: สำนักงาน
การบินพลเรือนแห่งประเทศไทย.*

Airports of Thailand Public Company. (2021). *Airports of Thailand Public Company
Limited and the Institute of Transportation Chulalongkorn University.*
Project to survey and study the model of airport operation and determine
the types of activities related to airport business in order to determine the
guidelines for the utilization of the state property under the supervision of
Airports of Thailand Public Company Limited. Bangkok: Airports of Thailand
Public Company Limited. (in Thai)\

ICAO. (2024). *Safe Skies ICAO Facilitation 2024 Global Summit.* แหล่งที่มา : Url
<https://www.icao.int/Meetings/FAL2024/Pages/default.aspx>.

การจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค Picture Me Reading
เพื่อพัฒนาทักษะการอ่านพยัญชนะภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2
Enhancing English Consonant Reading Skills through the Application of
Picture Me Reading Technique of Second Grade Students.

สุพัตน์ แซ่ลิว

นักศึกษาลัทธิศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการสอนภาษาอังกฤษ
มหาวิทยาลัยรามคำแหง E-mail: lhewsupat@gmail.com

Supat Saelew

Student, Master of Education, English Language Teaching
Ramkhamhaeng University

รับเข้า : 4 กันยายน 2567

แก้ไข : 28 กันยายน 2567

ตอบรับ : 2 ตุลาคม 2567

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เปรียบเทียบการอ่านพยัญชนะภาษาอังกฤษของนักเรียนที่ได้รับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค Picture Me Reading ก่อนเรียนและหลังเรียน (2) ศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการใช้เทคนิค Picture Me Reading กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนตำบลชุมทอง(ประชาอุทิศ) แขวงชุมทอง เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ที่กำลังศึกษาอยู่ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2566 จำนวน 1 ห้องเรียน จำนวน 10 คน ที่ได้จากการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบวิธีเจาะจง ที่ผู้วิจัยกำหนดลักษณะและคุณสมบัติที่สอดคล้องกับปัญหาวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง ได้แก่ แผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค Picture Me Reading จำนวน 9 แผน แบบทดสอบการอ่านพยัญชนะภาษาอังกฤษ และแบบสอบถามความพึงพอใจ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าที (t-test)

ผลการศึกษาพบว่า (1) การอ่านพยัญชนะภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ที่ได้รับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค Picture Me Reading หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (2) ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการใช้เทคนิค Picture Me Reading โดยภาพรวมทั้งหมดนักเรียนมีความพึงพอใจในระดับมาก

คำสำคัญ: กิจกรรมการเรียนรู้ เทคนิค Picture Me Reading พยัญชนะภาษาอังกฤษ พัฒนาทักษะการอ่าน

Abstract

The objectives of this research were to: (1) compare students' performance of English consonant reading before and after learning using Picture Me Reading technique and (2) to survey the students' satisfaction with the learning through the Picture Me Reading technique. A purposive sample of 10 second-grade students from a single classroom at Thumbonkhumthong (prachauthit) School, Khum Thong subdistrict, Lat Krabang district, Bangkok, participated in the study during the second semester of the 2023 academic year. The research instruments were nine lesson plans incorporating the Picture Me Reading technique, an English consonant reading test, and a questionnaire to survey the students' satisfaction with the use of the Picture Me Reading technique. Descriptive statistics for data analysis including mean, standard deviation, and dependent t-test were used.

The research findings revealed that: (1) the students' English consonant reading scores after learning were significantly higher than those before learning at a level of 0.05 and (2) the students' overall satisfaction scores were high.

Keywords: Learning activities, Picture Me Reading Enhancing, English consonants, Developing reading skills

บทนำ

กระทรวงศึกษาธิการตระหนักถึงความสำคัญและความจำเป็นของการเรียนวิชาภาษาอังกฤษ จึงจัดให้มีการเรียนการสอนภาษาอังกฤษในสถานศึกษาเพื่อเน้นให้ผู้เรียนได้รับการฝึกทักษะทางภาษา ทั้ง 4 ทักษะ คือ การฟัง การพูด การเขียน และการอ่าน ตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 และมีนโยบายเร่งรัดพัฒนาคุณภาพการสอนภาษาอังกฤษอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับความจำเป็นที่จะต้องติดต่อสื่อสารในสังคมยุคปัจจุบัน โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนสามารถนำความรู้ที่ได้รับในห้องเรียน เพื่อใช้สื่อสารในชีวิตจริง อย่างไรก็ตาม การสอนภาษาอังกฤษในไทยยังเน้นการสอนไวยากรณ์และคำศัพท์ที่ไม่อยู่ในบริบทที่นำไปใช้ได้จริงในการฟัง พูด อ่าน เขียน ส่งผลให้การเรียนภาษาอังกฤษยังไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร (สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา, ตัวชี้วัด

และสาระการเรียนรู้แกนกลาง กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ, 2551) ดังนั้นหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐานพุทธศักราช 2551 ได้มุ่งเน้นพัฒนาผู้เรียนให้เกิดทักษะทางภาษาโดยจะเน้นแนวการสอนภาษาเพื่อการสื่อสาร (Communicative Approach) โดยมุ่งเน้นให้พัฒนาทักษะทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ทักษะการฟัง (listening) ทักษะการพูด (speaking) ทักษะการอ่าน (reading) และทักษะการเขียน (writing) ให้อยู่ในระดับที่สามารถสื่อสารได้ และปลูกฝังเจตคติที่ดีต่อภาษาต่างประเทศ โดยมีเป้าหมายให้ผู้เรียนสามารถใช้ภาษาอังกฤษสื่อสาร สร้างความรู้ สร้างอาชีพ รวมถึงเข้าใจวัฒนธรรมโลกและเผยแพร่วัฒนธรรมไทยสู่สากล (กระทรวงศึกษาธิการ, 2551)

องค์ประกอบสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อพัฒนาคุณภาพของนักเรียน คือความสามารถในการอ่าน เพราะการอ่านช่วยให้เกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิตเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเพื่อการตัดสินใจในชีวิตประจำวัน มีความจำเป็นต่อการศึกษาช่วยให้ประสบความสำเร็จในการศึกษา ต่อยอดความรู้สู่การเรียนรู้ในระดับสูง การอ่านช่วยพัฒนาสติปัญญาให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และความก้าวหน้าทางความคิด ส่งผลต่อการพัฒนาในอาชีพ ก้าวทันเหตุการณ์ แก้ปัญหาและดำรงชีวิตในสังคมได้ (สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา, 2554) การอ่านช่วยให้เข้าถึงแหล่งความรู้และเรียนรู้จากแหล่งข้อมูลต่างๆ อีกทั้งยังใช้ในการติดต่อสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ การอ่านจึงเป็นทักษะพื้นฐานที่จำเป็นอย่างยิ่งในการเรียนรู้ภาษาอังกฤษ ดังนั้นเพื่อให้การจัดแนวทางการสอนนักเรียนที่มีปัญหาด้านการอ่านพยัญชนะภาษาอังกฤษได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Picture Me Reading, 2011 : online) เทคนิค Picture Me Reading เป็นเทคนิคที่ใช้สอนอ่านตัวอักษรและคำภาษาอังกฤษ ที่ใช้สายตาในการเรียนรู้ เพื่อให้เกิดความคิดรวบยอด โดยใช้บัตรคำที่มีภาพสื่อความหมายของคำใส่ในตัวอักษรตัวใดตัวหนึ่ง เมื่อคำ ๆ นั้นปรากฏ ก็จะทำให้เข้าใจความหมายของคำศัพท์ที่เห็นได้ทันที โดยไม่ต้องแปลความหมาย เป็นเทคนิคที่เหมาะสมกับผู้เริ่มต้นฝึกอ่านและเด็กที่มีปัญหาด้านการอ่านเพราะนักเรียนไม่ต้องสะกดคำหรือวิเคราะห์คำได้ เทคนิคการสอนอ่านวิธีนี้เป็น การช่วยฝึกและแก้ไขการอ่านทำให้เด็กสามารถอ่านคำศัพท์ได้ การสอนในแต่ละขั้นตอนจะมีกิจกรรมทางภาษาที่หลากหลาย ซึ่งให้นักเรียนได้ฝึกการอ่านออกเสียงคำศัพท์และได้ใช้ประสาทสัมผัส เพื่อให้เหมาะสมกับการเรียนรู้แต่ละบุคคล นอกจากนี้ยังมีการใช้กิจกรรมที่หลากหลายเพื่อส่งเสริมในการเรียนรู้การอ่านพยัญชนะและยังใช้ร่วมกับวิธีการสอนอื่นๆ ได้ ทั้งนี้ยังมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคนิค Picture Me Reading ไปใช้ในการสอนคำศัพท์ของนักเรียนปกติและนักเรียนที่มีความต้องการพิเศษ สอดคล้องกับ (เบญจล มนตรี และ สิทธิพล อาจอินทร์, 2563) ได้ศึกษา การพัฒนาความสามารถด้านการอ่านคำศัพท์ภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โดยใช้วิธีสอนอ่านเป็นคำร่วมกับเทคนิค Picture Me Reading พบว่า 1. นักเรียนมีคะแนนความสามารถด้านการอ่านคำศัพท์ภาษาอังกฤษ คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 25.66 คิดเป็นร้อยละ 85.53ของคะแนนเต็ม และมีจำนวนนักเรียนที่ผ่านเกณฑ์ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 100 ของจำนวนนักเรียนทั้งหมด ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด

ไว้ 2. นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้วิธีสอนอ่านเป็นคำร่วมกับเทคนิค Picture Me Reading ในภาพรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด ($X = 4.75$, $S.D = 0.44$) เรียงจากมากไปหาน้อย คือ ด้านผู้สอน ด้านกระบวนการจัดการเรียนรู้ด้านการวัดและประเมินผล และด้านสื่อและอุปกรณ์ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ (อรอุมา เพชรนุ้ย, 2556) ได้ศึกษาการศึกษาความสามารถอ่านคำศัพท์ ภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ที่มีปัญหาทางการเรียนรู้ด้านการอ่านจากการใช้วิธีสอนอ่านเป็นคำร่วมกับเทคนิค Picture me Reading พบว่า 1.ความสามารถอ่านคำศัพท์ ภาษาอังกฤษของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ที่มีปัญหาทางการเรียนรู้ด้านการอ่านหลังการ สอนอ่านเป็นคำร่วมกับเทคนิค Picture Me Reading อยู่ในระดับดี 2. ความสามารถอ่านคำศัพท์ ภาษาอังกฤษของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ที่มีปัญหาทางการเรียนรู้ด้านการอ่าน หลังการ สอนอ่านเป็นคำร่วมกับเทคนิค Picture Me Reading สูงขึ้น จากการศึกษางานวิจัยที่สอดคล้องกับ การนำเทคนิค Picture Me Reading เป็นการพัฒนาการอ่านคำศัพท์ ผู้วิจัยได้นำเทคนิค Picture Me Reading มาพัฒนาการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อพัฒนาการอ่านพยัญชนะภาษาอังกฤษ ผู้เรียน จำเป็นต้องเรียนอ่านเขียนขั้นต้นและมีความรู้เกี่ยวกับตัวอักษรและเสียง ตัวหนังสือและภาพ คำและ ประโยค และมีความตระหนักเกี่ยวกับการอ่านพยัญชนะภาษาอังกฤษ เข้าใจความสัมพันธ์ระหว่าง เสียงกับตัวอักษรและการออกเสียงคำเบื้องต้น สังเกตได้จากการที่นักเรียนพยายามออกแบบข้อความ สื่อสารโดยใช้สัญลักษณ์ด้วยตนเอง (ภิญญาดาพัชญ์ เพ็ชรรัตน์, 2554, หน้า 15-31) ซึ่งการอ่าน พยัญชนะภาษาอังกฤษเป็นพื้นฐานในการประสมเป็นคำศัพท์ สะกดคำพื้นฐานง่าย ๆ การพัฒนาทักษะ การอ่านพยัญชนะภาษาอังกฤษมีความสำคัญอย่างมาก เนื่องจากเป็นพื้นฐานที่จำเป็นในการเรียนรู้ และทำความเข้าใจภาษาอังกฤษ การสามารถอ่านและเข้าใจพยัญชนะและการสะกดคำภาษาอังกฤษ ได้ถูกต้องจะช่วยให้การเรียนรู้ภาษาอังกฤษของนักเรียนมีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ การพัฒนา ทักษะการอ่านพยัญชนะภาษาอังกฤษยังสามารถช่วยเพิ่มความมั่นใจในการใช้ภาษาอังกฤษ ทั้งในการ อ่าน การเขียน การพูดและการฟัง การมีทักษะการอ่านที่ดียังสามารถช่วยในการขยายความรู้และ การเรียนรู้ทั่วไปทั้งในและนอกห้องเรียน ดังนั้นการพัฒนาทักษะการอ่านพยัญชนะภาษาอังกฤษเป็น สิ่งที่สำคัญและควรได้รับความสนใจในการสอนภาษาอังกฤษ

ผู้วิจัยจึงสนใจที่จัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้เทคนิคการสอน Picture Me Reading เพื่อ พัฒนาการอ่านพยัญชนะภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 เพราะเป็นเทคนิคที่ใช้สอน อ่านตัวอักษรและคำภาษาอังกฤษ ที่ใช้สายตาในการเรียนรู้ เพื่อให้เกิดความคิดรวบยอด โดยใช้บัตร คำที่มีภาพสื่อความหมายของคำใส่ในตัวอักษรตัวใดตัวหนึ่ง เมื่อคำ ๆ นั้นปรากฏสู่สายตา ก็จะทำให้ ผู้อื่นสามารถเข้าสู่ความหมายของคำศัพท์ที่เห็นได้ทันที โดยไม่ต้องแปลความหมาย เรียนอย่างไม่รู้ตัว ทำให้นักเรียนไม่เกิดความกังวลในขณะร่วมกิจกรรมการเรียนการสอนมีความสุขในการเรียน สนุกกับ กิจกรรม

วัตถุประสงค์การวิจัย

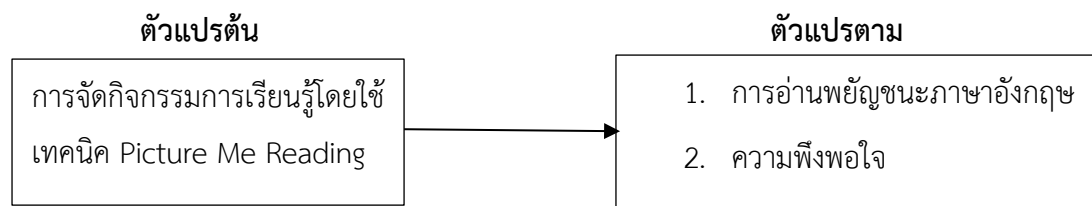
1. เพื่อเปรียบเทียบการอ่านพยางค์ภาษาอังกฤษของนักเรียนที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค Picture Me Reading ก่อนเรียนและหลังเรียน
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการใช้เทคนิค Picture Me Reading

สมมติฐานของการวิจัย

1. การอ่านพยางค์ภาษาอังกฤษ โดยใช้เทคนิค Picture Me Reading หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน
2. นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการใช้เทคนิค Picture Me Reading ในระดับมากขึ้นไป

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค Picture Me Reading เพื่อพัฒนาทักษะการอ่านพยางค์ภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 มีกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค Picture Me Reading เพื่อพัฒนาทักษะการอ่านพยางค์ภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 มีรายละเอียดและขั้นตอนในการดำเนินงานวิจัยดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนตำบลชุมทอง(ประชาอุทิศ) ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2566 จำนวน 10 คน โดยได้มาจากการเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีแบบเจาะจง เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยกำหนดลักษณะ และคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างที่สอดคล้องกับปัญหาวิจัย

เกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มเป้าหมาย มีขั้นตอนดังนี้

1. ครูผู้สอนรายวิชาภาษาอังกฤษสังเกตการเรียนรู้ของผู้เรียนในชั่วโมงเรียนวิชาภาษาอังกฤษ
2. พิจารณาคะแนนเก็บระหว่างเรียน เรื่อง Alphabet

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค Picture Me Reading เพื่อพัฒนาทักษะการอ่านพยัญชนะภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 จำนวน 9 แผน แผนละ 1 ชั่วโมง รวม 9 ชั่วโมง พิจารณาความเหมาะสมจากผู้เชี่ยวชาญ มีค่าระดับความเหมาะสม คืออยู่ในระดับมากที่สุด
2. แบบทดสอบการอ่านพยัญชนะภาษาอังกฤษ A – Z ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ ผลปรากฏว่า มีค่าความสอดคล้องความตรงเชิงเนื้อหาของแบบทดสอบการอ่านพยัญชนะภาษาอังกฤษ มีคะแนนเท่ากับ 1.00
3. แบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค Picture Me Reading เพื่อพัฒนาทักษะการอ่านพยัญชนะภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ โดยใช้เกณฑ์การให้คะแนนคำตอบของลิเคิร์ต (Likert's Scale) หากคุณภาพโดยใช้แบบประเมินดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ซึ่งได้ผ่านการตรวจสอบแก้ไข ทดลองใช้ และปรับปรุงมาแล้ว มีค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 1.00

การดำเนินการทดลองและเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยดำเนินการทดสอบก่อนเรียน (pretest) กับกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้แบบทดสอบการอ่านพยัญชนะภาษาอังกฤษ บันทึกผลของคะแนนสอบก่อนเรียนเพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
2. ผู้วิจัยดำเนินการสอนตามแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค Picture Me Reading เพื่อพัฒนาทักษะการอ่านพยัญชนะภาษาอังกฤษ เวลาที่ใช้ทดลองสอน สัปดาห์ละ 3 ชั่วโมง เป็นเวลา 3 สัปดาห์ รวม 9 ชั่วโมง

กิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค Picture Me Reading คือ การจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะการอ่านพยัญชนะภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 เป็นการสอนอ่านตัวอักษร โดยใช้บัตรคำที่มีภาพใส่ในตัวอักษรตัวใดตัวหนึ่งเพื่อสื่อความหมายของคำนั้น ๆ ซึ่งผู้วิจัยได้พัฒนาตามกระบวนการและขั้นตอนในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. ขั้นการนำเข้าสู่บทเรียน

ครูนำพยัญชนะที่จะสอนมาใส่ในบริบทโดยผ่านกิจกรรมทางภาษา เช่น การร้องเพลง หรือการเล่นเกม

2. ขั้นนำเสนอ

ครูให้นักเรียนดูบัตรภาพ Picture Me Reading และสนทนากับนักเรียนเพื่อเป็นการกระตุ้นการเรียนรู้ของนักเรียน

ครูอ่านและบอกเสียงพยัญชนะจากบัตร Picture me reading

ครูอ่านพยัญชนะ และลากมือตามพยัญชนะทีละตัว

3. ขั้นฝึก

ครูให้นักเรียนดูรูปในบัตร Picture Me Reading ครูอ่านพยานะแล้วให้นักเรียนอ่านพยานะตามครู

ครูกระจายบัตรคำพยานะ Picture Me Reading บนโต๊ะ ครูอ่านพยานะและให้นักเรียนชูบัตร Picture Me Reading ขึ้นพร้อมกับอ่านพยานะ

ครูกระจายบัตรคำพยานะ Picture Me Reading อีกครั้ง และชูบัตรคำ Picture Me Reading ขึ้นให้นักเรียนอ่านพยานะ

ครูติดบัตรคำพยานะ Picture Me Reading ไว้บนผนังรอบๆห้องเรียน เพื่อให้นักเรียนได้ฝึกอ่านคำพยานะไรขณะฝึก นักเรียนจะได้สัมผัสรูปภาพตัวละคร โดยครูจะทำหน้าที่ตรวจความถูกต้องในการอ่านของนักเรียน

ครูให้นักเรียนฝึกอ่านพยานะและบอกให้ตรงกับรูปภาพที่ตรงกับพยานะ

ครูแจกชุดแบบฝึกการอ่านและการเขียนพยานะภาษาอังกฤษให้นักเรียนทำเป็นรายบุคคล

4. ขั้นสรุปและประเมินผล

ครูให้นักเรียนอ่านและบอกรูปภาพให้ตรงกับพยานะจากบัตรคำ

ครูมอบหมายการบ้านให้นักเรียน โดยครูแจกกระดาษวาดเขียน ขนาด A4 เพื่อให้นักเรียนทำบัตรคำพยานะ Picture Me Reading ครูตรวจความถูกต้องบัตรคำพยานะ Picture Me Reading ทุกครั้ง

ครูให้นักเรียนเก็บรวบรวมบัตรคำพยานะ Picture Me Reading เพื่อทำสมุดพยานะภาษาอังกฤษไว้นำเสนอและอ่านทบทวน

3. ผู้วิจัยทำการทดสอบหลังเรียน (posttest) กับกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้แบบทดสอบการอ่านพยานะภาษาอังกฤษ ชุดเดียวกันกับแบบทดสอบก่อนเรียนและจดบันทึกผลคะแนน

4. ผู้วิจัยให้กลุ่มเป้าหมายดำเนินการทำแบบสอบถามความพึงพอใจหลังเรียนที่มีต่อการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค Picture Me Reading ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

5. รวบรวมผลการทดสอบแบบทดสอบวัดทักษะการอ่านพยานะภาษาอังกฤษและผลการประเมินแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค Picture Me Reading เพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบการอ่านพยานะภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค Picture Me Reading ระหว่างก่อนเรียน

และหลังเรียน โดยสถิติที่ใช้คือ การหาคะแนนค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าคะแนนส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของคะแนนการทำแบบทดสอบ การทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติทดสอบที (dependent t-test)

2. วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประเมินความพึงพอใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 หลังเรียน โดยใช้เทคนิค Picture Me Reading โดยใช้สถิติการหาคะแนนค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าคะแนนส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) แล้วนำมาแปลผลการประเมินความพึงพอใจ

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษา เรื่อง การจัดการกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค Picture Me Reading เพื่อพัฒนาทักษะการอ่านพญูชนะภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ผลการเปรียบเทียบการอ่านพญูชนะภาษาอังกฤษของนักเรียนที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค Picture Me Reading

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการใช้เทคนิค Picture Me Reading

ตอนที่ 1 ผลการเปรียบเทียบการอ่านพญูชนะภาษาอังกฤษของนักเรียนที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค Picture Me Reading

ผลการศึกษาการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค Picture Me Reading เพื่อพัฒนาทักษะการอ่านพญูชนะภาษาอังกฤษของนักเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 โดยนำคะแนนความแตกต่างระหว่างคะแนนก่อนและหลังการศึกษามาเปรียบเทียบโดยใช้ dependent t-test ปรากฏผลตามตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการเปรียบเทียบการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค Picture Me Reading เพื่อพัฒนาทักษะการอ่านพญูชนะภาษาอังกฤษของนักเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2

การทดสอบ	N	Score	$\bar{X}$	SD	df	t
ก่อนเรียน	10	26	16.80	5.770	9	7.488
หลังเรียน	10	26	21.30	4.191		

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($P < .05$)

จากตารางที่ 1 ผลการเปรียบเทียบการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค Picture Me Reading เพื่อพัฒนาทักษะการอ่านพญูชนะภาษาอังกฤษของนักเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 พบว่า ผลการจัดการเรียนรู้หลังเรียน $\bar{X} = 21.30$, $SD = 4.191$) สูงวก่อนเรียน $\bar{X} = 16.80$, $SD = 5.770$) โดยทดสอบความแตกต่างระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียน ผลการวิเคราะห์พบว่าค่าเฉลี่ยการ

พัฒนาทักษะการอ่านหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอยู่ที่ 4.50 คะแนนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค Picture Me Reading

ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค Picture Me Reading ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 จำนวน 10 คน มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 2 ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค Picture Me Reading รวม 4 ด้าน

ลำดับ	หัวข้อ	$\bar{X}$	SD	ระดับความเห็น
1	ด้านการจัดการเรียนการสอน	4.20	0.96	พึงพอใจมาก
2	พยัญชนะภาษาอังกฤษ	3.53	1.09	พึงพอใจมาก
3	ด้านผู้สอน	4.07	1.20	พึงพอใจมาก
4	ภาพรวมของการจัดการเรียนการสอน	4.20	1.25	พึงพอใจมาก
รวมเฉลี่ย		4.00	1.12	พึงพอใจมาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับความพึงพอใจของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค Picture Me Reading พบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.00$, $SD = 1.120$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจ เรียงตามลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ด้านการจัดการเรียนการสอน นักเรียนมีความพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.20$, $SD = 0.957$) ภาพรวมของการจัดการเรียนการสอน นักเรียนมีความพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.20$, $SD = 1.249$) รองลงมาด้านผู้สอน นักเรียนมีความพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.07$, $SD = 1.200$) และลำดับสุดท้ายด้าน พยัญชนะภาษาอังกฤษ นักเรียนมีความพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 3.53$, $SD = 1.088$)

ตารางที่ 3 ความพึงพอใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค Picture Me Reading ในแต่ละด้าน

ลำดับ	หัวข้อ	$\bar{X}$	SD	ระดับความเห็น
ด้านการจัดการเรียนการสอน				
1	การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ โดยใช้เทคนิค Picture Me Reading ทำให้บทเรียนสนุกและน่าสนใจ	4.70	0.64	พึงพอใจมากที่สุด
2	การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ โดยใช้เทคนิค Picture Me Reading ทำให้นักเรียนมีส่วนร่วมในการเรียนการสอน	3.90	1.14	พึงพอใจมาก

ตารางที่ 3 ความพึงพอใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค Picture Me Reading ในแต่ละด้าน (ต่อ)

ลำดับ	หัวข้อ	$\bar{X}$	SD	ระดับความเห็น
3	การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ โดยใช้เทคนิค Picture Me Reading มีขั้นตอนไม่ซับซ้อน เรียนรู้ได้ง่าย และจดจำ	4.00	1.10	พึงพอใจมาก
	พยัญชนะภาษาอังกฤษได้นาน			
รวมเฉลี่ย		4.20	0.96	พึงพอใจมาก
พยัญชนะภาษาอังกฤษ				
1	พยัญชนะภาษาอังกฤษมีความยากง่ายเหมาะสมกับวัย	3.40	1.02	พึงพอใจมาก
2	จำนวนของพยัญชนะภาษาอังกฤษเหมาะสมกับเวลาเรียน	3.40	0.92	พึงพอใจมาก
3	คำศัพท์ที่ขึ้นต้นพยัญชนะภาษาอังกฤษสามารถพบเจอได้ในชีวิตประจำวัน	3.80	1.33	พึงพอใจมาก
รวมเฉลี่ย		3.53	1.09	พึงพอใจมาก
ด้านผู้สอน				
1	ผู้สอนสอนอย่างมีลำดับขั้นตอน ทำให้เข้าใจได้ง่าย	4.40	1.20	พึงพอใจมาก
2	ผู้สอนสร้างบรรยากาศในชั้นเรียนที่สนุกทำให้นักเรียนอยากเรียนรู้	4.00	1.00	พึงพอใจมาก
3	ผู้สอนจัดสภาพแวดล้อมในห้องเรียนเอื้อต่อการเรียนรู้	3.80	1.40	พึงพอใจมาก
รวมเฉลี่ย		4.07	1.20	พึงพอใจมาก
ภาพรวมของการจัดกิจกรรมการเรียนรู้				
1	นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ โดยใช้เทคนิค Picture Me Reading	4.20	1.25	พึงพอใจมาก
รวมเฉลี่ย		4.20	1.12	

จากตารางที่ 3 ระดับความพึงพอใจของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค Picture Me Reading รายละเอียดดังนี้

ด้านการจัดการเรียนการสอน พบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.20$, $SD = 0.957$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจ เรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ โดยใช้เทคนิค Picture Me Reading ทำให้บทเรียนสนุกและน่าสนใจ นักเรียนมีความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.70$, $SD = 0.640$) รองลงมาคือ การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ โดยใช้เทคนิค Picture Me Reading มีขั้นตอนไม่ซับซ้อน เรียนรู้ได้ง่าย และจดจำพยัญชนะ

ภาษาอังกฤษได้นาน นักเรียนมีความพึงพอใจมาก ($\bar{X}$ = 4.00, SD = 1.095) และลำดับสุดท้าย การจัดการเรียนรู้อยู่ โดยใช้เทคนิค Picture Me Reading ทำให้นักเรียนมีส่วนร่วมในการเรียนการสอน นักเรียนมีความพึงพอใจมาก ($\bar{X}$ = 3.90, SD = 1.136)

ด้านพยานะภาษาอังกฤษ พบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจมาก ($\bar{X}$ = 3.53, SD = 1.09) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจ เรียงตามลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ คำศัพท์ที่ขึ้นต้นพยานะภาษาอังกฤษสามารถพบเจอได้ในชีวิตประจำวัน นักเรียนมีความพึงพอใจมาก ($\bar{X}$ = 3.80, SD = 1.327) รองลงมาคือ พยานะภาษาอังกฤษมีความยากง่ายเหมาะสมกับวัย นักเรียนมีความพึงพอใจปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.40, SD = 1.020) และลำดับสุดท้าย จำนวนของพยานะภาษาอังกฤษเหมาะสมกับเวลาเรียน นักเรียนมีความพึงพอใจปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.40, SD = 0.917)

ด้านผู้สอน พบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจมาก $\bar{X}$ = 4.07, SD = 1.200) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจ เรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ผู้สอนสอนอย่างมีลำดับขั้นตอน ทำให้เข้าใจได้ง่าย นักเรียนมีความพึงพอใจมาก $\bar{X}$ = 4.40, SD = 1.200) รองลงมาคือ ผู้สอนสร้างบรรยากาศในชั้นเรียนที่สนุกทำให้นักเรียนอยากเรียนรู้ นักเรียนมีความพึงพอใจมาก ($\bar{X}$ = 4.00, SD = 1.000) และลำดับสุดท้าย ผู้สอนจัดสภาพแวดล้อมในห้องเรียนเอื้อต่อการเรียนรู้ นักเรียนมีความพึงพอใจมาก ($\bar{X}$ = 3.80, SD = 1.400)

ภาพรวมของการจัดการเรียนการสอน พบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการจัดการกิจกรรมการเรียนรู้ โดยใช้เทคนิค Picture Me Reading นักเรียนมีความพึงพอใจมาก ($\bar{X}$ = 4.20, SD = 1.249)

อภิปรายผล

1. ผลการเปรียบเทียบการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค Picture Me Reading เพื่อพัฒนาทักษะการอ่านพยานะภาษาอังกฤษของนักเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ผลการจัดการเรียนรู้หลังเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 21.30 สูงกว่าก่อนเรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 16.80 โดยทดสอบความแตกต่างระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียน ผลการวิเคราะห์พบว่าค่าเฉลี่ยการพัฒนาทักษะการอ่านพยานะภาษาอังกฤษหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอยู่ที่ 4.50 คะแนนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ที่กำหนดไว้คือ การอ่านพยานะภาษาอังกฤษ โดยใช้เทคนิค Picture Me Reading หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อาจเนื่องมาจากวิธีการสอนที่ใช้ช่วยให้นักเรียนสามารถอ่านพยานะภาษาอังกฤษได้ โดยเฉพาะในกลุ่มเด็กที่เริ่มการเรียนรู้ได้ดีด้วยการมองเห็น ในการสอนครูจะใช้บัตรคำและบัตรภาพ การได้เห็นภาพจะช่วยกระตุ้นให้นักเรียนเกิดการเชื่อมโยงภาพกับพยานะ ทำให้นักเรียนสามารถจำและอ่านได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ (จุมพล บุญฉ่ำ, 2548 : online) ที่กล่าวไว้ว่า การสอนอ่านโดยใช้บัตรภาพและบัตรคำมีความ

จำเป็นอย่างยิ่งในการสอนอ่านให้เด็กประถม เพราะบัตรภาพและบัตรคำมีส่วนในการส่งเสริมการอ่านของเด็กและสามารถกระตุ้นและเป็นแรงจูงใจในการอ่านให้เด็กอ่านและจดจำคำได้เพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (พรศิริ ศิริเรศ, 2560) ได้ศึกษาการพัฒนาชุดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมความสามารถการอ่านคำศัพท์ภาษาอังกฤษของนักเรียนที่มีความต้องการพิเศษ โดยใช้เทคนิค Picture Me พบว่า นักเรียนที่มีความต้องการพิเศษมีความสามารถในการอ่านคำศัพท์ภาษาอังกฤษ คิดเป็นร้อยละ 57.89 และมีความสามารถในการจำหลังการเรียนรู้การอ่านคำศัพท์ภาษาอังกฤษผ่าน เกณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 78.94 ยังสอดคล้องกับ

2. ผลการศึกษาความพึงพอใจของของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 พบว่าระดับความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคนิค Picture Me Reading โดยภาพรวมทั้งหมด นักเรียนมีความพึงพอใจในระดับมาก สอดคล้องกับ (เบญจลล มนตรี และ สิทธิพล อาจอินทร์, 2563) ได้ศึกษาการพัฒนาความสามารถด้านการอ่านคำศัพท์ภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โดยใช้วิธีสอนอ่านเป็นคำร่วมกับเทคนิค Picture Me Reading ผลการศึกษาพบว่า นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 มีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้วิธีสอนอ่านเป็นคำร่วมกับเทคนิค Picture Me Reading ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.75, S.D = 0.44) เรียงจากมากไปหาน้อย คือ ด้านผู้สอน ด้านกระบวนการจัดการเรียนรู้ ด้านการวัดและประเมินผล และด้านสื่อและอุปกรณ์ ตามลำดับ ทั้งนี้เนื่องมาจากการจัดการเรียนการสอนโดยใช้เทคนิค Picture Me Reading กิจกรรมการเรียนการสอนมีความสนุกสนาน มีความท้าทาย โดยมีกฎ กติกาในการเรียนรู้ มีบรรยากาศเสริมสร้างให้นักเรียนเกิดการแข่งขัน เพื่อให้ตนเองและเพื่อนในทีมเป็นผู้ชนะ ได้รับคำชื่นชม หรือรางวัล ดังนั้นการสอนอ่านพยานะภาษาอังกฤษโดยใช้เทคนิค Picture Me Reading สามารถจูงใจและกระตุ้นให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ตลอดเวลา สอดคล้องกับ ซึ่งตรงกับทฤษฎีของ (Kotler and Armstrong, 2002) รายงานว่า พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีสิ่งจูงใจ (motive) หรือแรงขับเคลื่อน (drive) เป็นความต้องการที่กดดันจนมากพอที่จะจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ (วรตานุ จีระเดชากุล, 2551) และ (Weed and Gretchen E, 1975) กล่าวว่า การจัดการเรียนรู้ที่ดีผู้สอนควรสร้างบรรยากาศที่สนุกสนานทำให้นักเรียนได้เกิดความสุขสนุกสนานเพลิดเพลิน ร่าเริง สนุกสนมคุ้นเคยและรู้สึกช่วยเหลือซึ่งกันและกัน นอกจากนี้ผู้สอนควรสร้างสื่อการสอนหรือบรรยากาศชั้นเรียนที่ช่วยกระตุ้นความสนใจในบทเรียนสำหรับนักเรียนให้เกิดความต้องการเรียนรู้

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ 2 ส่วน เกี่ยวกับการนำวิจัยไปใช้ ซึ่งอาจเป็นประโยชน์ต่อการจัดการเรียนรู้ ดังนี้

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ครูผู้สอนต้องสอนตามขั้นตอนที่กำหนดไว้ทุกขั้นตอนเพื่อให้การจัดกิจกรรมการเรียนรู้มีความต่อเนื่อง เกิดความร่วมมือระหว่างกิจกรรม และมีความสุขสนุกสนานได้เต็มที่
2. ครูควรมีกิจกรรมทางภาษาที่หลากหลายในชั้นการนำเข้าสู่บทเรียนและชั้นการฝึกควรเป็นกิจกรรมที่ทำให้เรียนได้อ่านออกเสียงให้ได้มากที่สุด

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการนำเทคนิค Picture Me Reading ใช้ร่วมกับการสอนอ่านแบบวิธีโฟนิกส์ ไปทดลองกับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1

บรรณานุกรม

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2551). *หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทยจำกัด.
- จุมพล บุญจำเริญ. (2548). *ผลการสอนด้วยวิธีการจำผ่านสายตาจากการใช้บัตรภาพเพื่อเพิ่มความสามารถในการอ่านของเด็กที่บกพร่องทางการเรียนรู้* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร].
http://thapra.lib.su.ac.th/thesis/showthesis_th.asp?id=0000004278
- เบญจลล มนตรี, & สิทธิพล อาจอินทร์. (2563). การพัฒนาความสามารถด้านการอ่านคำศัพท์ภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โดยใช้วิธีการสอนอ่านเป็นคำร่วมกับเทคนิค Picture Me Reading. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร*, 17(76), 139–153.
- พรศิริ ศิริเรศ. (2560). *การพัฒนาชุดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมความสามารถการอ่านคำศัพท์ภาษาอังกฤษของนักเรียนที่มีความต้องการพิเศษโดยใช้เทคนิค Picture Me Reading* [รายงานการวิจัย]. สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครราชสีมา เขต 1.
- ภิญญาดา พิชญ์ เพ็ชรรัตน์. (2554). เริ่มต้นอ่านเขียน: ย้อนคิดและเรียนรู้เกี่ยวกับการรู้หนังสือในระดับปฐมวัย. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา*, 12(2), 15–31.
- วรตัญญู จีระเดชากุล. (2551). *นันทนาการสำหรับเด็ก*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมนึก ภัททิยธนี. (2551). *การวัดผลการศึกษา*. ภาพสลิษฐ์: ประสานการพิมพ์.
- สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา. (2551). *ตัวชี้วัดและสาระการเรียนรู้แกนกลาง กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.

- สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา. (2554). [ชื่อเรื่องไม่ระบุ]. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทยจำกัด.
- อรอุมา เพชรน้อย. (2556). การศึกษาความสามารถการอ่านเป็นคำอ่านคำศัพท์ภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ที่มีปัญหาทางการเรียนรู้ด้านการอ่านจากการใช้วิธีการสอนอ่านเป็นคำร่วมกับเทคนิค Picture Me Reading. *วารสารบัณฑิตศึกษา*, 10(3), 112–120.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2002). *Marketing management: Analysis, planning, implementation, and control* (10th ed.). Prentice Hall.
- Picture Me Reading. (2011). *Internet special education resources: Special education & learning disabilities resources. A nationwide directory*.
<http://www.iser.com/picturemereading.html>
- Weed, G. E. (1975). *Using games in teaching children English teaching*. Tokyo.

ปัจจัยด้านองค์ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของแพลตฟอร์ม Airbnb ที่มีผลต่อ
การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Generation Z
The Influence of E-commerce Components on the Decision-Making of
Thai Generation Z Tourists in Using Airbnb.

สุภาพร วิชัยดิษฐ์

อาจารย์ประจำคณะศิลปศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

Email: supaporn.wi@kmitl.ac.th

Supaporn Wichaidit

Instructor of School of Liberal Arts;

King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

รับเข้า : 27 กุมภาพันธ์ 2568

แก้ไข : 30 มีนาคม 2568

ตอบรับ : 4 เมษายน 2568

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มุ่งศึกษาปัจจัยด้านองค์ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของแพลตฟอร์ม Airbnb ที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Generation Z มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Airbnb ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Generation Z 2) เพื่อศึกษาปัจจัยองค์ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของแพลตฟอร์ม Airbnb ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Airbnb ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Generation Z กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยนักท่องเที่ยว Generation Z จำนวน 400 คน เก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถาม วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนาเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21–25 ปี มีสถานะเป็นนักเรียน/นักศึกษา ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท นอกจากนี้ ผลการทดสอบสมมติฐานชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ Airbnb อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะที่องค์ประกอบของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ด้านเนื้อหา ด้านการพาณิชย์ และด้านความปลอดภัย ต่างมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โดยเฉพาะปัจจัยด้านความปลอดภัย ($\beta = 0.247$)

ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลมากที่สุด ผลการศึกษาครั้งนี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาเว็บไซต์และแอปพลิเคชันของผู้ให้บริการแพลตฟอร์มจองที่พักออนไลน์ให้ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ รวมถึงการวางแผนกลยุทธ์ด้านการตลาดเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน ขยายฐานลูกค้า และดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต

คำสำคัญ: ธุรกิจที่พัก แอร์บีเอ็นบี นักท่องเที่ยวเจนซี พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การตัดสินใจใช้บริการ

Abstract

This study aims to investigate The Influence of E-commerce Components on the Decision-Making of Thai Generation Z Tourists in Using Airbnb. The objectives are: 1) To study the demographic factors influencing the decision to use Airbnb services among Thai Generation Z tourists. 2) To examine the e-commerce component factors of the Airbnb platform that affect the decision to use Airbnb services among Thai Generation Z tourists. The study collected data from 400 Generation Z tourists using a structured questionnaire. The data were analyzed using descriptive statistics to summarize the demographic profiles of respondents and inferential statistics, including One-Way ANOVA and Multiple Regression Analysis.

The majority of respondents were female, aged 21–25 years, students at the undergraduate level, and had an average monthly income of less than 15,000 THB. Hypothesis testing revealed that demographic factors such as gender, occupation, and monthly income significantly influence the decision to use Airbnb ($p < 0.05$). Furthermore, the e-commerce components, specifically content, commerce, and security, were found to have a significant impact on booking decisions. Among these, security ($\beta = 0.247$) was identified as the most influential factor. The findings of this study can be applied to enhance the development of websites and applications for online accommodation booking platforms to better meet the needs of young travelers. Additionally, they provide insights for marketing strategy formulation, aimed at increasing competitive advantages, expanding the customer base, and encouraging repeat usage of Airbnb services in the future.

Keywords: Accommodation business, Airbnb, Generation Z tourist, Electronics Commerce, Decision Making

บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในแรงขับเคลื่อนหลักของเศรษฐกิจโลกในปัจจุบัน (World Travel & Tourism Council, 2023) โดยพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ส่งผลต่อการดำเนินงานและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะในช่วงการฟื้นตัวจากโควิด-19 รูปแบบการจองที่พักผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ (OTA) ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น (UNWTO, 2024) ซึ่งหนึ่งในแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมอย่างมากคือ Airbnb ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มที่ให้บริการเช่าที่พักระยะสั้นจากเจ้าของที่พักโดยตรงทั่วโลก พร้อมทั้งมีบริการเสริม เช่น กิจกรรมโดยคนท้องถิ่น ที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ได้เป็นอย่างดี (Chan & Lee, 2023) โดยเฉพาะกลุ่ม Generation Z ซึ่งมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากรุ่นก่อน โดยเน้นประสบการณ์มากกว่าสิ่งอำนวยความสะดวก นิยมท่องเที่ยวในชุมชนท้องถิ่น สนับสนุนสินค้าท้องถิ่น และให้ความสนใจต่อสิ่งแวดล้อม (Srisuwan & Pattanakul, 2021; Phan & Ong, 2024) ขณะเดียวกัน กลุ่มนี้ยังใช้โซเชียลมีเดียในการค้นหาข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจเลือกจองที่พักหรือจุดหมายปลายทาง (Worakij & Jirathitikan, 2023; Lee & Chai, 2025) ทำให้ Airbnb กลายเป็นแพลตฟอร์มที่สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างลงตัว ด้วยทางเลือกที่พักที่หลากหลาย ทั้งในแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมและพื้นที่ที่ไม่ใช่เมืองหลัก อีกทั้งยังส่งเสริมให้เกิดการเชื่อมต่อกับชุมชนในระดับท้องถิ่นอีกด้วย (Phan & Ong, 2024) โดยองค์ประกอบด้านอิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce components) ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะ Generation Z และ Millennials ที่มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับ ความสะดวก รวดเร็ว ความน่าเชื่อถือ และประสบการณ์เฉพาะบุคคล อีกทั้ง Airbnb ยังสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายผ่านโซเชียลมีเดียและการตลาดผ่านอินฟลูเอนเซอร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้แพลตฟอร์มนี้เติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2562 Airbnb เติบโตในประเทศไทยมากถึงร้อยละ 228 (สยามรัฐ, 2562) และเติบโตทั่วโลกกว่าร้อยละ 300 ในปี 2564 (The Growth Master, 2021) ทั้งนี้ ยังสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับประเทศไทยสูงถึง 31,000 ล้านบาทในปี 2565 (Prachachat, 2023) นักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Z ซึ่งหมายถึงผู้ที่เกิดระหว่าง พ.ศ. 2540–2555 เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีดิจิทัลและโซเชียลมีเดีย มีพฤติกรรมการบริโภคที่เน้นความสะดวก รวดเร็ว ให้ความสำคัญกับคุณค่าทางสังคม และใช้เวลาออนไลน์มากกว่า 10.6 ชั่วโมงต่อวัน โดยปฏิเสธการท่องเที่ยวแบบดั้งเดิม (Forbes Agency Council, 2024) ส่วนกลุ่ม Millennials ซึ่งเกิดระหว่าง พ.ศ. 2524–2539 เติบโตมากับอินเทอร์เน็ตและโลกดิจิทัลยุคแรก มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับประสบการณ์ชีวิต ความยืดหยุ่น และสมดุลระหว่างชีวิตส่วนตัวกับการทำงาน โดยมีสัดส่วนการจองที่พักผ่าน Airbnb สูงถึงร้อยละ 70 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าแพลตฟอร์มนี้

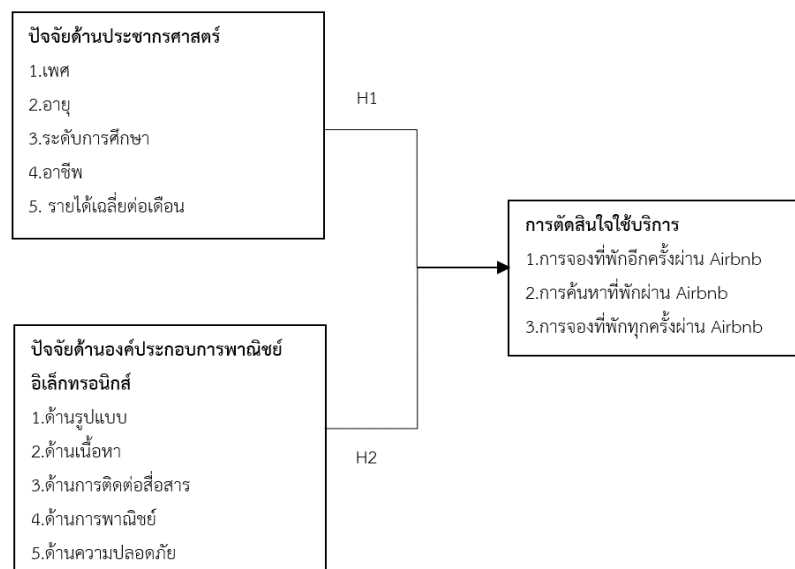
สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Marketeer Online, 2025)

ดังนั้นจากข้อมูลข้างต้นจึงพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Z มีพฤติกรรมและความต้องการที่แตกต่างจากกลุ่มวัยอื่น ๆ โดยเฉพาะด้านการเลือกที่พัก และมีความสามารถในการเข้าถึงแพลตฟอร์มที่หลากหลาย จึงเป็นที่น่าสนใจในการศึกษา “ปัจจัยด้านองค์ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของแพลตฟอร์ม Airbnb ที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Generation Z” เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ โดยใช้หลักเกณฑ์ด้านลักษณะประชากรศาสตร์และองค์ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่ง Airbnb เป็นแพลตฟอร์มที่มีแนวคิดและการให้บริการที่ทันสมัย สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว Generation Z ที่ต้องการประสบการณ์ใหม่ ๆ การศึกษาครั้งนี้จึงมีประโยชน์ต่อธุรกิจจองที่พักออนไลน์ในการพัฒนาการให้บริการให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ รวมถึงการพัฒนาแผนกลยุทธ์ขององค์กรเพื่อเพิ่มฐานลูกค้าและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอร์บีเอ็นบี (Airbnb) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Generation Z
2. เพื่อศึกษาปัจจัยองค์ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของแพลตฟอร์ม Airbnb ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Airbnb ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Generation Z

กรอบแนวคิดการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Generation Z ที่มีลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอร์บีเอ็นบี (Airbnb) ที่แตกต่างกัน
2. องค์ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอร์บีเอ็นบี (Airbnb) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Generation Z

บททวนวรรณกรรม

สถานการณ์ที่พัก Airbnb ในประเทศไทย

จากรายงานล่าสุดของ Oxford Economics (2023) ระบุว่า Airbnb มีบทบาทสำคัญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยในปี 2565 กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ Airbnb สร้างรายได้ 31,000 ล้านบาท ให้กับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ของไทย คิดเป็นร้อยละ 1.7 ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมการจ้างงานในประเทศเกือบ 56,500 ตำแหน่ง นอกจากนี้ นักเดินทางที่ใช้บริการ Airbnb ในปี 2565 มีการใช้จ่ายรวมเกือบ 41,000 ล้านบาท โดยเม็ดเงินดังกล่าวกระจายไปยัง ธุรกิจร้านอาหาร ร้านค้าปลีก การเดินทาง และที่พัก อัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 500 จากปี 2564 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 72 จากปี 2562 ซึ่งเป็นช่วงก่อนการระบาดของโควิด-19 โดยค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อทริปของผู้เข้าพัก Airbnb อยู่ที่ประมาณ 34,000 บาท

เมืองท่องเที่ยวหลักของไทยที่เป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมสำหรับนักท่องเที่ยว Airbnb ได้แก่ กรุงเทพฯ, ภูเก็ต, พัทยา, เชียงใหม่ และสมุย นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวต่างชาติมีแนวโน้มสนใจสำรวจ สถานที่ใหม่ ๆ ที่ไม่ค่อยมีคนรู้จัก เช่น เกาะลันตา, ตราด, ปาย และชะอำ (Airbnb, 2023b)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์และการตัดสินใจ

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจของบุคคลในหลายด้าน เช่น การซื้อสินค้า การเลือกใช้บริการ และพฤติกรรมการบริโภคต่าง ๆ (Ahmad, Shah, & Khan, 2019) โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว พบว่าปัจจัยประชากรศาสตร์มีผลต่อแนวโน้มการเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึงแพลตฟอร์มการจองที่พักออนไลน์ เช่น Airbnb นักท่องเที่ยว Generation Z ถือเป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับการเดินทางและการสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ มากกว่าการครอบครองสินทรัพย์ทางกายภาพ ส่งผลให้พฤติกรรมการเลือกที่พักของพวกเขามีความแตกต่างจากรุ่นก่อน (Airbnb, 2023a)

องค์ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และการตัดสินใจ

องค์ประกอบของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า โดยเฉพาะในบริบทของการจองที่พักออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล ซึ่งมีการศึกษาหลากหลายที่ชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยด้านรูปแบบเว็บไซต์ ความชัดเจนของเนื้อหา ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร ระบบการชำระเงินที่ปลอดภัย และความน่าเชื่อถือของข้อมูล ต่างมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจองที่พักของผู้บริโภค (แก้วขวัญ สุธีระตฤณนา, 2560; ณัฐวุฒิ เหมาะะประมาณ, 2564; ณัฐวุฒิ เหมาะะประมาณ & ประสพชัย พสุนนท์, 2565; พรกมล ลิ้มโรจน์นุกุล, 2560; Yoon & Kim, 2019) โดยสามารถแบ่งออกเป็นองค์ประกอบหลัก ดังนี้

1. **รูปแบบ (Context):** รูปแบบของแพลตฟอร์มเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวกและมีประสิทธิภาพ โดยแพลตฟอร์มที่ดีควรมีโครงสร้างที่เป็นมิตรกับผู้ใช้ (User-Friendly Interface) จัดเรียงข้อมูลเป็นระเบียบ และรองรับการใช้งานผ่านอุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ และแท็บเล็ต นอกจากนี้ ควรมีตัวเลือกการค้นหาที่ง่าย เช่น การกรองข้อมูลตามสถานที่ ราคา และรีวิว เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกที่พักที่ตรงกับความต้องการได้อย่างรวดเร็ว

2. **เนื้อหา (Content):** ข้อมูลที่มีคุณภาพและน่าสนใจ เช่น คำอธิบายที่พัก รีวิวจากลูกค้า รูปภาพที่ชัดเจน และข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่โดยรอบ ช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจจองที่พักได้ง่ายขึ้น โดยเฉพาะกลุ่ม Generation Z ที่พึ่งพาข้อมูลออนไลน์เป็นหลักในการเลือกใช้บริการ (Laudon & Traver, 2018)

3. **การติดต่อสื่อสาร (Communication):** ระบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เช่น ฟีเจอร์การส่งข้อความในแพลตฟอร์ม Airbnb ช่วยให้ลูกค้าสามารถติดต่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกับเจ้าของที่พักได้อย่างสะดวก นอกจากนี้ การมีช่องทางบริการลูกค้า เช่น ศูนย์ช่วยเหลือออนไลน์ หรือ AI Chatbot ยังช่วยเพิ่มประสบการณ์การใช้งานที่ดีขึ้น

4. **การพาณิชย์ (Commerce):** ระบบการทำธุรกรรมออนไลน์ที่ปลอดภัยและสะดวก เช่น การชำระเงินผ่านบัตรเครดิต กระเป๋าเงินดิจิทัล หรือระบบค่านวนภาษีและค่าธรรมเนียมแบบอัตโนมัติ มีบทบาทสำคัญในการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า นอกจากนี้ Airbnb ยังมีระบบการให้คะแนนและรีวิวเจ้าของที่พักและผู้เข้าพัก ซึ่งช่วยให้แพลตฟอร์มมีความโปร่งใสและน่าเชื่อถือมากขึ้น

5. **ความปลอดภัย (Security):** การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลผู้ใช้และการป้องกันการโจรกรรมข้อมูลส่วนบุคคลเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า Airbnb ใช้ระบบยืนยันตัวตนสองชั้น (Two-Factor Authentication) และเทคโนโลยีการเข้ารหัสข้อมูลเพื่อป้องกันการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ

การพัฒนาและปรับปรุงองค์ประกอบเหล่านี้เป็นสิ่งที่ธุรกิจอินเทอร์เน็ตต้องให้

ความสำคัญ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ดึงดูดลูกค้า และสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ให้บริการ โดยเฉพาะในกลุ่ม Generation Z ที่ให้ความสำคัญกับประสบการณ์การใช้งานที่ราบรื่น ความปลอดภัย และการเข้าถึงข้อมูลที่รวดเร็วผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล (Laudon & Traver, 2018)

ดังนั้น การทำความเข้าใจเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ Generation Z จึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้ให้บริการแพลตฟอร์มจองที่พักออนไลน์ เพื่อให้สามารถออกแบบและปรับปรุงบริการให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วิธีการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ที่มุ่งเน้นการสำรวจปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยองค์ประกอบของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ Airbnb ของนักท่องเที่ยวชาวไทย Generation Z โดยมุ่งศึกษาเฉพาะกลุ่มที่เคยใช้บริการจองห้องพักผ่านแอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์ Airbnb การวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษานี้ใช้ การสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กับกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ตามสูตรของ Krejcie and Morgan (1970) ที่ระบุว่ากลุ่มตัวอย่าง 400 คนมีความเหมาะสมและให้ความแม่นยำ โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายเป็น Generation Z (เกิดระหว่างปี 2540-2555) และใช้ คำถามคัดกรอง (Screening Questions) เช่น "คุณเกิดในช่วงปี พ.ศ. 2540-2555 หรือไม่?" เพื่อให้แน่ใจว่าผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในช่วงอายุที่กำหนด การเก็บข้อมูลดำเนินการใน เมืองท่องเที่ยวหลัก ได้แก่ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ภูเก็ต และพัทยา ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีนักท่องเที่ยว Generation Z ใช้บริการที่พักผ่าน Airbnb อย่างแพร่หลาย

เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถาม ซึ่งออกแบบให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย และสามารถเชื่อมโยงกับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 เป็นคำถามปลายปิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไข้มาตรวัดแบบนามบัญญัติและอันดับ เพื่อวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนาและการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่ม เช่น One-Way ANOVA; ส่วนที่ 2 เป็นคำถามปลายปิดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Likert scale 5 ระดับ) วัดความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ด้านรูปแบบ เนื้อหา การสื่อสาร การพาณิชย์ และความปลอดภัย ซึ่งสามารถ

วิเคราะห์ได้ด้วยค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการถดถอยพหุคูณเพื่อดูความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการ; ส่วนที่ 3 เป็นคำถามปลายปิดแบบ Likert scale วัดระดับการตัดสินใจใช้บริการ Airbnb ได้แก่ การจองอีกครั้งผ่าน Airbnb, การค้นหาที่พักผ่าน Airbnb, การจองที่พักทุกครั้งผ่าน Airbnb โดยวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่การถดถอยเชิงพหุคูณ; ส่วนที่ 4 เป็นข้อเสนอแนะปลายเปิด เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ตอบแสดงข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการให้บริการของ Airbnb

การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามดำเนินการโดยผู้เชี่ยวชาญ โดยได้ค่าดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหา Index of Item-Objective Congruence (IOC) เท่ากับ 0.85 แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามมีความเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา นอกจากนี้ ได้มีการทดลองใช้แบบสอบถามกับ กลุ่มทดลองจำนวน 30 คน ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยว Generation Z ที่เคยใช้บริการ Airbnb โดยเก็บข้อมูลที่กรุงเทพฯและเชียงใหม่ ซึ่งเป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือโดยใช้ ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ได้ค่า 0.911 ซึ่งอยู่ในระดับสูง แสดงว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือเพียงพอสำหรับการนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายลักษณะประชากรศาสตร์และตัวแปรในการศึกษา

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ใช้เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่างตามตัวแปรประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ Airbnb

การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ใช้เพื่อทดสอบอิทธิพลขององค์ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ Airbnb

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

การศึกษานี้ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาเพื่อประเมินสถานการณ์ของธุรกิจการจองที่พัก Airbnb และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจจองที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย Generation Z โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ส่วนหลัก ดังนี้

1. ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างพบว่า เพศ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 265 คน (ร้อยละ 66.25) รองลงมาคือเพศชาย จำนวน 135 คน (ร้อยละ 33.75) โดยมี อายุ

ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 21 – 25 ปี จำนวน 206 คน (ร้อยละ 51.50) รองลงมาคืออายุ 16 – 20 ปี จำนวน 169 คน (ร้อยละ 42.25) และอายุต่ำกว่า 15 ปีหรือเทียบเท่า 25 คน (ร้อยละ 6.25) ตามลำดับ ในด้าน ระดับการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 229 คน (ร้อยละ 57.25) รองลงมาคือระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 144 คน (ร้อยละ 36.00) และระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 27 คน (ร้อยละ 6.75) สำหรับ อาชีพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 251 คน (ร้อยละ 62.75) รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 62 คน (ร้อยละ 15.50) อาชีพอิสระ จำนวน 50 คน (ร้อยละ 12.50) เจ้าของกิจการหรือธุรกิจส่วนตัว จำนวน 29 คน (ร้อยละ 7.25) และข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 8 คน (ร้อยละ 2.00) ส่วนด้าน รายได้ต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับ ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 213 คน (ร้อยละ 53.25) รองลงมาคือ 15,001 – 30,000 บาท จำนวน 152 คน (ร้อยละ 38.00) และ 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 35 คน (ร้อยละ 8.75)

2. ข้อมูลองค์ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของ Airbnb

ระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Generation Z ต่อองค์ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของแพลตฟอร์ม Airbnb แบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปแบบ (Context), ด้านเนื้อหา (Content), ด้านการติดต่อสื่อสาร (Communication), ด้านการพาณิชย์ (Commerce) และด้านความปลอดภัย (Security) โดยใช้มาตราวัดแบบ Likert 5 ระดับ เพื่อตรวจสอบความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละองค์ประกอบ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ระดับการรับรู้ปัจจัยองค์ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของ Airbnb

องค์ประกอบ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	S.D.	ระดับการรับรู้
ด้านรูปแบบ (Context)	4.50	0.42	สูง
ด้านเนื้อหา (Content)	4.70	0.48	สูง
ด้านการติดต่อสื่อสาร (Communication)	4.60	0.44	สูง
ด้านการพาณิชย์ (Commerce)	4.20	0.48	สูง
ด้านความปลอดภัย (Security)	4.80	0.51	สูง
ค่าเฉลี่ยรวม	4.56	0.47	สูง

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับการรับรู้ต่อองค์ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของแพลตฟอร์ม Airbnb ในทุกด้านอยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะด้านความปลอดภัย

(Security) ซึ่งได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด (Mean = 4.80, S.D. = 0.51) รองลงมาคือด้านเนื้อหา (Content) และด้านการติดต่อสื่อสาร (Communication) ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.70 และ 4.60 ตามลำดับ ส่วนด้านรูปแบบ (Context) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.50 (S.D. = 0.42) ขณะที่ด้านการพาณิชย์ (Commerce) แม้จะอยู่ในระดับสูงเช่นกัน แต่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดในกลุ่ม (Mean = 4.20, S.D. = 0.48) เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมดเท่ากับ 4.56 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างโดยรวมมีการรับรู้ในระดับสูงต่อองค์ประกอบต่าง ๆ ของแพลตฟอร์ม Airbnb ซึ่งสะท้อนถึงความเชื่อมั่นและประสบการณ์เชิงบวกในการใช้บริการแพลตฟอร์ม

3. ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจจองที่พัก Airbnb

การวิเคราะห์ระดับการตัดสินใจใช้บริการแพลตฟอร์ม Airbnb ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Generation Z โดยพิจารณาจากพฤติกรรมการใช้บริการใน 3 ด้าน ได้แก่ การจองอีกครั้ง การค้นหาที่พัก และการจองที่พักทุกครั้งที่เดินทาง ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การตัดสินใจใช้บริการ Airbnb

การตัดสินใจ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
การจองอีกครั้ง	4.22	0.53	สูง
การค้นหาที่พัก	3.81	0.52	ปานกลาง
การจองที่พักทุกครั้ง	3.59	0.41	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.87	0.49	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มตัดสินใจใช้บริการ Airbnb ในระดับปานกลางถึงสูง โดยพฤติกรรมที่ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด คือ การจองอีกครั้งผ่าน Airbnb (Mean = 4.22, S.D. = 0.53) ซึ่งสะท้อนถึงความเชื่อมั่นและความพึงพอใจที่ส่งผลให้ผู้ใช้งานต้องการกลับมาใช้บริการซ้ำ ขณะที่พฤติกรรมการค้นหาที่พักผ่าน Airbnb (Mean = 3.81, S.D. = 0.52) และการจองที่พักทุกครั้งผ่าน Airbnb (Mean = 3.59, S.D. = 0.41) อยู่ในระดับปานกลาง แสดงถึงความสะดวกและความคุ้นเคยของผู้ใช้กับแพลตฟอร์มดังกล่าว ทั้งนี้ ค่าเฉลี่ยรวมของการตัดสินใจใช้บริการ Airbnb เท่ากับ 3.87 (S.D. = 0.49) บ่งชี้ว่า Airbnb เป็นแพลตฟอร์มที่ได้รับการยอมรับสำหรับผู้ใช้งานกลุ่ม Generation Z ในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน

1. การศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอร์บีเอ็นบี (Airbnb) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Generation Z

การศึกษานี้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจจองที่พัก Airbnb ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Generation Z ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะด้านประชากรศาสตร์กับการตัดสินใจใช้บริการ Airbnb

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	ค่าเฉลี่ยของกลุ่ม (Mean Square)	ค่า F	ค่าระดับนัยสำคัญ (Sig.)
เพศ	2.35	5.21	0.04*
อายุ	1.78	2.34	0.08
ระดับการศึกษา	1.92	1.89	0.12
อาชีพ	3.14	6.45	0.01*
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	2.89	5.98	0.03*

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($p < 0.05$)

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์บางประการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ Airbnb ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Generation Z อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเฉพาะ เพศ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเพศชายและหญิงมีแนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการที่แตกต่างกัน ขณะเดียวกัน กลุ่มอาชีพ เช่น นักเรียน/นักศึกษา หรือพนักงานบริษัท อาจมีพฤติกรรมการใช้บริการที่หลากหลายตามบริบทการใช้ชีวิต รวมถึงรายได้ที่แตกต่างกันซึ่งส่งผลต่อความสามารถในการเลือกที่พักผ่านแพลตฟอร์ม อย่างไรก็ตาม ปัจจัยด้าน อายุ และ ระดับการศึกษา ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสะท้อนว่าแม้อยู่ในช่วงอายุหรือระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน กลุ่ม Generation Z ก็มีแนวโน้มการตัดสินใจใช้บริการ Airbnb ที่ใกล้เคียงกัน ทั้งนี้ สอดคล้องกับลักษณะของ Gen Z ที่เติบโตมากับเทคโนโลยีและสามารถเข้าถึงแพลตฟอร์มดิจิทัลได้อย่างทั่วถึง ไม่ว่าจะเป็นพื้นฐานการศึกษาหรือช่วงอายุใดในกลุ่มเดียวกัน

2. การศึกษาปัจจัยองค์ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของแพลตฟอร์ม Airbnb ที่มีผลต่อ

การตัดสินใจใช้บริการ Airbnb ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Generation Z

การศึกษาวิเคราะห์ผลขององค์ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ด้านรูปแบบ ด้านเนื้อหา ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการพาณิชย์ และด้านความปลอดภัย ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจองที่พัก Airbnb โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณด้านองค์ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่อการตัดสินใจใช้บริการ Airbnb

องค์ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	ค่า Beta (β)	ค่าระดับนัยสำคัญ (Sig.)
ด้านรูปแบบ (Context)	0.003	0.965
ด้านเนื้อหา (Content)	0.174	0.003*
ด้านการติดต่อสื่อสาร (Communication)	0.059	0.329
ด้านการพาณิชย์ (Commerce)	0.221	0.001*
ด้านความปลอดภัย (Security)	0.247	0.001*

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($p < 0.05$)

จากตารางที่ 4 พบว่า องค์ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของแพลตฟอร์ม Airbnb มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Generation Z แตกต่างกันในแต่ละด้าน โดยองค์ประกอบที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ **ด้านความปลอดภัย (Security)** ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (β) เท่ากับ 0.247 และมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p = 0.001$) สะท้อนว่าระบบยืนยันตัวตน การปกป้องข้อมูล และความน่าเชื่อถือของแพลตฟอร์มมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการ รองลงมาคือ **ด้านการพาณิชย์ (Commerce)** ($\beta = 0.221$, $p = 0.001$) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าระบบการชำระเงินที่สะดวก ปลอดภัย และหลากหลาย เป็นปัจจัยกระตุ้นการตัดสินใจใช้บริการ ในขณะที่ **ด้านเนื้อหา (Content)** ($\beta = 0.174$, $p = 0.003$) มีอิทธิพลลดลงมา สามารถอธิบายได้ว่าเนื้อหาที่ชัดเจน เช่น รีวิว รูปภาพ และคำอธิบายที่พัก มีส่วนช่วยในการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ อย่างไรก็ตาม **ด้านรูปแบบ (Context)** ($\beta = 0.003$, $p = 0.965$) และ **ด้านการติดต่อสื่อสาร (Communication)** ($\beta = 0.059$, $p = 0.329$) ไม่พบว่ามีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจ ซึ่งอาจสะท้อนว่า Generation Z ค่อนข้างคุ้นเคยกับการใช้งานเทคโนโลยีหลากหลายรูปแบบอยู่แล้ว และสามารถปรับตัวกับแพลตฟอร์มต่าง ๆ ได้โดยไม่ยึดติดกับรูปแบบหน้าจอหรือระบบการติดต่อสื่อสารโดยตรงบนแพลตฟอร์มมากนัก

อภิปรายผล

การศึกษานี้มุ่งเน้นวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจองที่พักผ่าน Airbnb ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Generation Z โดยพิจารณา ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ และ องค์ประกอบของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งจากผลการวิเคราะห์พบประเด็นสำคัญที่สามารถนำมา อภิปรายได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอร์บีเอ็นบี (Airbnb) ของ นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Generation Z

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านเพศ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการ Airbnb อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะที่ อายุและระดับการศึกษาไม่มีความแตกต่าง อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสามารถอภิปรายในแต่ละประเด็นได้ดังนี้:

เพศ นักท่องเที่ยวเพศหญิงมีแนวโน้มให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความปลอดภัยและความ น่าเชื่อถือของที่พักมากกว่ากลุ่มเพศชาย ซึ่งอาจส่งผลให้เพศเป็นตัวแปรที่มีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการ Airbnb ผลการศึกษานี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kim et al. (2020) ในหัวข้อ The role of gender in online accommodation booking behavior: A comparison of male and female travelers ซึ่งระบุว่า เพศหญิงมักพิจารณาด้านความปลอดภัยเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือก ใช้บริการที่พักออนไลน์

อาชีพ พบว่า กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา มีแนวโน้มเลือกใช้ Airbnb สูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ ซึ่งอาจเกิด จากการที่กลุ่ม Generation Z ค่อนข้างคุ้นเคยกับการใช้งานเทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Instagram และ TikTok ส่งผลให้พวกเขาเข้าถึงแพลตฟอร์มดิจิทัลได้ง่าย และกล้าที่จะทดลองทางเลือกใหม่ ๆ ที่ แตกต่างจากบริการที่พักแบบดั้งเดิม ผลนี้ สอดคล้องกับงานศึกษาของ เรวัตี อยู่สุข และ นฤมล ชินธน ไพศาล (2566) เรื่อง ถอดรหัส Gen Z ทำความเข้าใจและปรับตัวเพื่อการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ที่ พบว่า กลุ่ม Gen Z ให้ความสำคัญกับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ และมีแนวโน้มเลือกใช้บริการ ออนไลน์ที่สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ดิจิทัลของตน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน นักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงมีแนวโน้มเลือกที่พักที่มีมาตรฐานสูงขึ้น ซึ่ง อาจรวมถึงที่พักระดับพรีเมียมที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน และอยู่ในทำเลที่สะดวกปลอดภัย จึงมีความเป็นไปได้ว่าผู้มีรายได้สูงจะเลือกใช้บริการแพลตฟอร์มจองที่พักอย่าง Airbnb มากกว่ากลุ่ม รายได้ต่ำ ซึ่งผลนี้ สอดคล้องกับข้อมูลจากสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (2565) และ สำนักงาน พัฒนารัฐกิจการท่องเที่ยว (2567) ที่ระบุว่า รายได้เป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อระดับการเลือก ใช้บริการที่พักและแพลตฟอร์มที่รองรับการชำระเงินที่หลากหลายและปลอดภัย

2. ปัจจัยองค์ประกอบของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของแพลตฟอร์ม Airbnb ที่มีผลต่อการตัดสินใจ

เลือกจองที่พักผ่านธุรกิจการจองที่พัก Airbnb ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Generation Z

การศึกษาพบว่าองค์ประกอบด้านความปลอดภัยมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ Airbnb มากที่สุด รองลงมาคือองค์ประกอบด้านการพาณิชย์ เนื้อหา รูปแบบ และการติดต่อสื่อสารตามลำดับ

ด้านความปลอดภัย ($\beta = 0.247$): เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจจองที่พักมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มของ Generation Z ที่ให้ความสำคัญกับ ความปลอดภัยของข้อมูล การป้องกันการฉ้อโกง และระบบยืนยันตัวตน (Laudon & Traver, 2021) Airbnb มีมาตรการรักษาความปลอดภัย เช่น การตรวจสอบประวัติของเจ้าของที่พักและผู้เข้าพัก ระบบยืนยันตัวตน และการรับประกันความปลอดภัยของที่พัก ซึ่งทำให้ผู้ใช้บริการมีความมั่นใจมากขึ้น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Wang และ Lee (2023) ที่ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคดิจิทัลในประเทศเกาหลีใต้ พบว่าผู้ใช้ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของข้อมูล ระบบยืนยันตัวตน และนโยบายการยกเลิกมากที่สุด เนื่องจากความกังวลด้านการหลอกลวงออนไลน์ในกลุ่มผู้บริโภคยุคใหม่

ด้านการพาณิชย์ ($\beta = 0.221$): มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจรองลงมา โดยพบว่าระบบการชำระเงินที่ปลอดภัย หลากหลาย และยืดหยุ่น เช่น e-wallet หรือการแบ่งชำระ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจจองของผู้ใช้บริการในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลจาก Kemp (2021) ที่ระบุว่า Generation Z มีแนวโน้มเลือกใช้แพลตฟอร์มที่รองรับการทำธุรกรรมทางการเงินที่รวดเร็วและสะดวก โดยคำนึงถึงความปลอดภัยควบคู่กัน

ด้านเนื้อหา ($\beta = 0.174$): มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจถัดลงมา โดยเนื้อหาที่ชัดเจน เช่น รูปภาพ รีวิว และรายละเอียดเกี่ยวกับที่พัก มีผลโดยตรงต่อความน่าเชื่อถือของแพลตฟอร์ม และช่วยสร้างความมั่นใจให้กับผู้ใช้บริการในการตัดสินใจจองที่พักผ่าน Airbnb ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Fu (2021) ซึ่งพบว่า ผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Airbnb โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนให้ความสำคัญกับความครบถ้วนของข้อมูล ภาพประกอบ และรีวิวจากผู้ใช้งานจริง เนื่องจากเป็นองค์ประกอบที่ช่วยให้เกิดความเชื่อมั่นในแพลตฟอร์มจองที่พักออนไลน์

จากผลการศึกษาสรุปได้ว่าองค์ประกอบด้านความปลอดภัย การพาณิชย์ และเนื้อหา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Airbnb ของนักท่องเที่ยว Generation Z ซึ่งสอดคล้องกับรายงานของ Oxford Economics (2023) ที่ระบุว่า Airbnb มีบทบาทสำคัญในเศรษฐกิจไทย โดยสร้างรายได้รวมกว่า 31,000 ล้านบาท และขับเคลื่อนการใช้จ่ายในธุรกิจท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ แพลตฟอร์มที่สามารถตอบสนองความต้องการในด้านความปลอดภัย การใช้งานที่สะดวก และเนื้อหาที่ชัดเจน ย่อมมีแนวโน้มได้รับความนิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่มากยิ่งขึ้น

ข้อค้นพบที่สำคัญจากการวิจัย

1. จากผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในเรื่องความปลอดภัยของที่พักรมากกว่าปัจจัยด้านอื่น ๆ ผู้ให้บริการ Airbnb จึงควรคำนึงถึงเรื่องความปลอดภัยของที่พักร หรือนำเสนอที่พักรโดยเน้นเรื่องความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้น
2. ปัจจัยด้าน ความปลอดภัย, ระบบการชำระเงิน (การพาณิชย์) และ ความครบถ้วนของเนื้อหา มีผลต่อการสร้างความเชื่อมั่นและโน้มน้าวให้ผู้บริโภคตัดสินใจจองที่พัก
3. ข้อมูลสะท้อนว่าเพศ อาชีพ และรายได้ เป็นตัวแปรประชากรศาสตร์ที่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อการเลือกใช้บริการ Airbnb ของกลุ่ม Generation Z แสดงให้เห็นว่าการทำการตลาดควรคำนึงถึงลักษณะเฉพาะของกลุ่มเป้าหมาย

ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาแพลตฟอร์ม Airbnb

1. เพิ่มมาตรการด้านความปลอดภัยอย่างเป็นรูปธรรม เนื่องจากองค์ประกอบด้านความปลอดภัยมีค่าสัมประสิทธิ์สูงสุด ($\beta = 0.247$) และได้รับคะแนนเฉลี่ยการรับรู้สูงสุด ($\bar{x} = 4.80$) จึงควรเพิ่มมาตรการ เช่น ระบบรีวิวและการให้คะแนนที่โปร่งใส การยืนยันตัวตนที่เข้มงวด และการตรวจสอบประวัติของผู้เข้าพักและเจ้าของที่พัก เพื่อเสริมสร้างความมั่นใจและความเชื่อถือในแพลตฟอร์ม
2. พัฒนาระบบการชำระเงินให้ปลอดภัยและหลากหลาย ด้วยองค์ประกอบด้านการพาณิชย์ ($\beta = 0.221$, $\bar{x} = 4.20$) มีอิทธิพลรองลงมา จึงควรพัฒนาโครงสร้างการชำระเงินให้รองรับกระเป๋าสตางค์ดิจิทัล (e-wallet), การแบ่งชำระ, การชำระเงินผ่านมือถือ และการส่งเสริมการขายเฉพาะกลุ่ม เช่น ลูกค้าประจำ หรือกลุ่ม Gen Z ที่มีพฤติกรรมรักความสะดวกและความยืดหยุ่น
3. ส่งเสริมคุณภาพของเนื้อหาบนแพลตฟอร์ม ด้านเนื้อหา ($\beta = 0.174$, $\bar{x} = 4.70$) มีผลต่อความน่าเชื่อถือและการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ควรส่งเสริมให้เจ้าของที่พักอัปโหลดรูปภาพคุณภาพสูง คลิปวิดีโอแนะนำที่พัก และเขียนคำอธิบายที่ชัดเจนเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวก การเดินทาง และบรรยากาศรอบที่พัก รวมถึงจัดอันดับที่พักที่มีรีวิวคุณภาพขึ้นในผลการค้นหา
4. พัฒนา UX/UI เพื่อเสริมประสบการณ์ใช้งาน แม้ด้านรูปแบบจะไม่ส่งผลทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญ หากแต่ด้วยคะแนนเฉลี่ยการรับรู้ในระดับสูง ($\bar{x} = 4.50$) แสดงว่าผู้ใช้อย่างคงให้ความสำคัญกับความสะดวกในการใช้งาน แนะนำให้พัฒนาอินเทอร์เฟซให้เหมาะสมกับการใช้งานบนสมาร์ตโฟน จัดโครงสร้างการแสดงผลให้เข้าถึงง่าย และเพิ่มระบบค้นหา/กรองข้อมูลให้ยืดหยุ่นมากขึ้น เพื่อรองรับความหลากหลายของผู้ใช้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ขยายกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมหลายช่วงวัย
2. ศึกษาศึกษาเปรียบเทียบระหว่างแพลตฟอร์ม Airbnb กับ OTA อื่น ๆ

บรรณานุกรม

- แก้วขวัญ สุธีระตฤณดา. (2560). ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกจองโรงแรมผ่านช่องทางออนไลน์ (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยมหิดล. สืบค้นจาก <https://archive.cm.mahidol.ac.th/bitstream/123456789/2574/1/TP%20MM.076%202560.pdf>
- ณัฐภูมิ เหมาะประมาน. (2564). การตัดสินใจใช้บริการโรงแรมผ่านระบบการจองออนไลน์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่กลุ่มจังหวัดฝั่งอันดามัน. *วารสารรัชต์ภาคย์*, 15(43), 211–225.
- ณัฐภูมิ เหมาะประมาน, & ประสพชัย พสุนนท์. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจองห้องพักออนไลน์ของนักท่องเที่ยวในโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์. *วารสารศิลปศาสตร์ราชภัฏสุราษฎร์ธานี*, 4(1), 27–40. สืบค้นจาก <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/art/article/download/256863/173126/965915>
- พรกมล ลิ้มโรจน์กุล. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการจองห้องพักผ่านตัวกลางออนไลน์ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. สืบค้นจาก https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU_2017_5902031490_7350_6052.pdf
- เรวัตติ อยู่สุข, & นฤมล ชินธนไพศาล. (2566). ถอดรหัส Gen Z ทำความเข้าใจและปรับตัวเพื่อการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ. สำนักงานการศึกษาทั่วไป (GenEd), มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี (KMUTT). สืบค้นจาก https://gened.kmutt.ac.th/generationgap_genz/?utm_source=chatgpt.com
- สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. (2565). *ธุรกิจการท่องเที่ยวและการพัฒนาเศรษฐกิจในประเทศไทย*. สืบค้นจาก <https://nida.ac.th/research/tourism-business-economics-2022>
- สำนักงานพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยว. (2567). *รายงานประจำปีเกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวและแพลตฟอร์มดิจิทัล*. สืบค้นจาก <https://www.tourismthailand.org/business-development>

- สยามรัฐ. (2562). อัตราการเติบโตของ Airbnb ในประเทศไทย. สืบค้นจาก
<https://www.siamrath.co.th>
- Ahmad, S., Shah, S. A., & Khan, A. N. (2019). *Demographic factors and decision making in tourism industry*. Retrieved from
https://www.researchgate.net/publication/334599429_Demographic_factors_and_decision_making_in_tourism_industry
- Airbnb. (2023a). เกี่ยวกับเรา (About us). Retrieved from
<https://news.airbnb.com/th/about-us>
- Airbnb. (2023b, September 21). *Positive signs of Thailand tourism recovery*. Airbnb Newsroom. <https://news.airbnb.com/th/positive-signs-of-thailand-tourism-recovery>
- Chan, T., & Lee, S. (2023). The impact of new tourism platforms on Generation Z travel behavior. *Journal of Tourism Innovation*, 12(3), 45–67.
- Forbes Agency Council. (2023). *How is Gen Z reshaping hospitality and travel?* Retrieved from
<https://www.forbes.com/councils/forbesagencycouncil/2023/11/30/how-is-gen-z-reshaping-hospitality-and-travel>
- Fu, J. (2021). *Factors influencing decision to use Airbnb application among Chinese tourists in Thailand* (Independent study). Bangkok University. Retrieved from
<https://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/5731/1/jiayi.fu.pdf>
- Kemp, S. (2021). *Digital 2021: Global overview report*. Retrieved from
<https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>
- Kim, J., Lee, W., & Koo, C. (2020). The role of gender in online accommodation booking behavior: A comparison of male and female travelers. *Journal of Information Systems and Business*, 4(1), 1–20. Retrieved from
https://jisb.tbs.tu.ac.th/wp-content/uploads/2022/10/V.4No1_Jisb61_1Supakorn_doi.pdf
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607–610.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2018). *E-commerce 2018: Business, technology, society* (14th ed.). Pearson.

- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-commerce 2021: Business, technology, society* (16th ed.). Pearson. Retrieved from <https://www.pearson.com/en-us/subject-catalog/p/e-commerce-2021-business-technology-and-society/P200000001390/9780136931829>
- Lee, C., & Chai, R. (2025). From amenities to experiences: The evolution of travel preferences in the digital age. *Tourism Management Perspectives*, 11(2), 78–92.
- Marketeer Online. (2025). Airbnb’s growth in Chiang Mai: Gen Z and millennial tourists booking trends. Retrieved from <https://www.marketeeronline.co.th>
- Oxford Economics. (2023). *Airbnb’s economic impact in Thailand: Contribution to GDP and employment*. Oxford Economics & Airbnb. Retrieved from <https://news.airbnb.com/th/new-report-shows-airbnb-activities-contributed-over-thb-31-billion-in-2022-to-thailands-economy-and-jobs>
- Phan, L., & Ong, H. (2024). The rise of Airbnb and local tourism: A new trend in post-COVID travel. *Tourism Review*, 56(4), 89–102.
- Prachachat. (2023). *Economic impact of Airbnb in Thailand*. Retrieved from <https://www.prachachat.net>
- Srisuwan, K., & Pattanakul, R. (2021). Generation Z and their preferences for local experiences in tourism. *Tourism and Hospitality Studies*, 15(2), 120–135.
- The Growth Master. (2021). *Airbnb’s global growth: Statistics and trends*. Retrieved from <https://thegrowthmaster.com>
- UNWTO. (2024). *The rise of online travel agencies (OTA) and their role in the post-pandemic recovery*. United Nations World Tourism Organization.
- Wang, Y., & Lee, S. (2023). Consumer trust and decision-making on Airbnb: A study among digital natives. *International Journal of Hospitality Management*, 102, 103230. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2023.103230>
- World Travel & Tourism Council. (2023). *Travel & tourism economic impact 2023*. Retrieved from https://assets-global.website-files.com/6329bc97af73223b575983ac/647df24b7c4bf560880560f9_EIR2023-APEC.pdf

- Worakij, R., & Jirathitikan, P. (2023). The role of social media in travel decision-making among Gen Z tourists. *Asian Journal of Tourism Research*, 9(1), 15–29.
- Yoon, C., & Kim, S. (2019). Understanding the effect of e-commerce platform characteristics on consumer trust and purchase intention. *International Journal of Information Management*, 49, 102–113.

ทฤษฎีสมคบคิดของราคาตั๋วเครื่องบินหลังโควิด-19 Conspiracy Theories of Flight Ticket Prices Post Covid-19.

เศรษฐพงศ์ วัฒนพลาชัยกุล

สาขาการจัดการธุรกิจยุคดิจิทัล, มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์, E-mail: sewata@rpu.ac.th

Sethapong Watanapalachaikul

Department of Business Management in Digital Era, Rajapruk University,

E-mail: sewata@rpu.ac.th

รับเข้า : 10 มีนาคม 2568

แก้ไข : 2 เมษายน 2568

ตอบรับ : 4 เมษายน 2568

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาทฤษฎีสมคบคิดโดยการวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจและต้นทุนการดำเนินการของสายการบินต่อราคาตั๋วเครื่องบินหลังโควิด-19 และ 2) ศึกษาความคิดเห็นของนักเดินทางและผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับราคาตั๋วเครื่องบินหลังโควิด-19 โดยกลุ่มตัวอย่างคือ ปัจจัยทางเศรษฐกิจและต้นทุนการดำเนินการของสายการบินต่อราคาตั๋วเครื่องบิน และ นักเดินทางและผู้เชี่ยวชาญทางธุรกิจสายการบิน บทความวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสานด้วยวิเคราะห์ด้วยโมเดลเศรษฐมิติและการอภิปรายกลุ่ม โดยเชิงปริมาณใช้แบบจำลอง ARIMA และ Structural Break Analysis เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลราคาตั๋วเครื่องบินย้อนหลังระหว่างออสเตรเลียและไทยในช่วงปี 2020–2023 โดยข้อมูลรวบรวมจากแหล่งสาธารณะ เช่น เว็บไซต์สายการบิน และฐานข้อมูลอุตสาหกรรม พร้อมใช้โปรแกรม GRETL ในการวิเคราะห์ และตรวจสอบคุณภาพโมเดลด้วย Chow Test และ CUSUM Test ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพใช้การสนทนากลุ่ม (FGDs) กับผู้มีประสบการณ์หลากหลายด้านในอุตสาหกรรมการบินและผู้โดยสาร เพื่อวิเคราะห์เชิงเนื้อหาจากธีมหลักเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงราคาหลังโควิด-19

ผลการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า ราคาตั๋วเครื่องบินเพิ่มขึ้น จากเงินเฟ้อ ต้นทุนเชื้อเพลิง สภาพเศรษฐกิจที่ฟื้นตัว การเปิดพรมแดน และต้นทุนการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้น ปัจจัยทางเศรษฐกิจมีผลกระทบสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงราคาตั๋วเครื่องบินในทุกสายการบินที่ได้ทำการศึกษาในช่วงหลังโควิด-19 โดยสอดคล้องกับทฤษฎีสมคบคิดอย่างมีนัยสำคัญ ผลการวิจัยเชิงคุณภาพพบว่า ราคาตั๋วเครื่องบินเพิ่มขึ้นหลังโควิด-19 ทำให้นักเดินทางไม่พอใจ ขณะที่ผู้เชี่ยวชาญชี้ว่าต้นทุนเชื้อเพลิงและแรงงานเป็นปัจจัยหลัก นักเดินทางบางกลุ่มเชื่อว่าสายการบินขึ้นราคาเกินความจำเป็น และขาดความ

โปรงใส ส่งผลให้พฤติกรรมการเดินทางเปลี่ยนแปลง โดยนักท่องเที่ยวทั่วไปลดการเดินทาง ส่วนผู้เดินทางเพื่อธุรกิจได้รับผลกระทบน้อยกว่า จากทฤษฎีสมคบคิดชี้ให้เห็นว่าสายการบินใช้ประโยชน์จากผลพวงของการระบาดใหญ่เพื่อปรับราคาอย่างไม่สมเหตุสมผลกับปัจจัยทางเศรษฐกิจและต้นทุน และขึ้นราคาแบบสมรู้ร่วมคิด ดังนั้นสายการบินต้องเพิ่มความโปร่งใสในกลยุทธ์การกำหนดราคาและปรับปรุงการสื่อสารกับผู้บริโภคเพื่อสร้างความไว้วางใจเกี่ยวกับการขึ้นราคาตั๋วเครื่องบิน

คำสำคัญ: ทฤษฎีสมคบคิด ราคาตั๋วเครื่องบิน วิกฤตโควิด-19

Abstract

This research aims to 1) study the conspiracy theory by analyzing economic factors and airline operating costs on airfare after COVID-19 and 2) study the opinions of travelers and experts on airfare after COVID-19. The sample groups are economic factors and airline operating costs on airfare and travelers and airline business experts. This research uses a mixed-method research method with econometric model analysis and focus group discussions. The quantitative research uses ARIMA model and Structural Break Analysis to analyze historical airfare data between Australia and Thailand during 2020–2023. The data is collected from public sources such as airline websites and industry databases, and GRETL program is used for analysis. The model quality is checked with Chow Test and CUSUM Test. The qualitative research uses focus group discussions (FGDs) with experts from various fields in the aviation industry and passengers to analyze the content from the main themes of price changes after COVID-19.

The quantitative research results show that airfare prices have increased due to inflation, fuel costs, economic recovery, border openings, and increased operating costs. Economic factors significantly impacted price changes across all airlines studied in the post-COVID period, consistent with significant conspiracy theories. Qualitative findings suggest that rising airfares after COVID-19 have dissatisfied travelers, with experts pointing to fuel and labor costs as key factors. Some travelers believe that airlines are raising prices unnecessarily and lacking transparency, which has changed travel behavior, with general travelers reducing their trips and business travelers being less affected. Conspiracy theories suggest that airlines are taking advantage of the fallout from the pandemic to artificially adjust prices based on economic and cost

factors and raise prices collusively. Airlines should therefore increase transparency in their pricing strategies and improve their communication with consumers to build trust in airfares.

Keywords: Conspiracy Theory, Airfare, Covid-19 Crisis

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั่วโลกประสบกับภาวะวิกฤตที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนเนื่องมาจากการระบาดของโควิด-19 ด้วยการล็อกดาวน์ การห้ามเดินทาง และการระงับเที่ยวบิน สายการบินทั่วโลกต้องเผชิญกับการสูญเสียทางการเงินอย่างรุนแรง เมื่ออุตสาหกรรมเริ่มฟื้นตัวในปี 2564 ผู้บริโภคสังเกตเห็นความผันผวนอย่างรวดเร็วในราคาตั๋วเครื่องบิน ส่งผลให้เกิดทฤษฎีสมคบคิดต่าง ๆ ขึ้น โดยอ้างว่าสายการบินปรับราคาขึ้นอย่างไม่เป็นธรรมหรือสมคบคิดกันเพื่อชดเชยการสูญเสียจากการระบาด ทฤษฎีเหล่านี้ได้รับความสนใจในแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียและสร้างความกังวลในหมู่ผู้โดยสารเกี่ยวกับความโปร่งใสและความยุติธรรมในกลไกการกำหนดราคา การวิจัยนี้ใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แนวทางผสมผสานแบบจำลอง ARIMA (AutoRegressive Integrated Moving Average) และการวิเคราะห์การแยกส่วนโครงสร้าง (Structural Break Analysis) เพื่อวิเคราะห์ค่าโดยสารเครื่องบินหลัง โควิด-19 ในออสเตรเลียและไทย

บทความวิจัยนี้มีความสำคัญในการให้ความเข้าใจเชิงประจักษ์เกี่ยวกับราคาตั๋วเครื่องบินในยุคหลังการระบาดใหญ่ อธิบายถึงปัจจัยเบื้องหลังความผันผวนของราคาในอุตสาหกรรมสายการบินหลังการระบาดใหญ่ สำหรับผู้กำหนดนโยบายและหน่วยงานกำกับดูแล ผลการศึกษานี้จะช่วยในการตัดสินใจเกี่ยวกับความจำเป็นในการกำกับดูแลและความโปร่งใสในกลไกการกำหนดราคาของสายการบินให้มากขึ้น โดยการทำความเข้าใจปัจจัยที่แท้จริงที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงราคา หน่วยงานกำกับดูแลจะสามารถประเมินได้ดีขึ้นว่าจำเป็นต้องมีการแทรกแซงเพื่อปกป้องผู้บริโภคจากการถูกเอารัดเอาเปรียบหรือไม่ นอกจากนี้ การศึกษานี้ยังจะสนับสนุนวรรณกรรมทางวิชาการเกี่ยวกับพลวัตของราคาในช่วงที่ตลาดเกิดการหยุดชะงัก โดยให้ข้อมูลเชิงลึกที่อาจนำไปประยุกต์ใช้กับอุตสาหกรรมและวิกฤตอื่น ๆ ได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาทฤษฎีสมคบคิดโดยการวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจและต้นทุนการดำเนินการของสายการบินต่อราคาตั๋วเครื่องบินหลังโควิด-19

2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักเดินทางและผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับราคาตั๋วเครื่องบินหลังโควิด-19

วิด-19

แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สภาวะตลาดหลัง โควิด-19 ได้นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างในราคาของสายการบิน ซึ่งจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์ที่ละเอียดอ่อนมากขึ้น วิธีนี้ถูกนำไปใช้เพื่อตรวจสอบการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในความสัมพันธ์ระหว่างราคาตั๋วและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่าง ๆ ในช่วงเวลาต่าง ๆ แบบจำลองนี้เหมาะสมเป็นพิเศษสำหรับการระบุการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นจากแรงกระแทกภายนอก เช่น การระบาดใหญ่ นโยบายของรัฐบาล หรือภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ (Bai, J. & Perron, P., 2013) หลังเกิด โควิด-19 สายการบินต้องเผชิญกับต้นทุนที่เพิ่มขึ้นในพื้นที่เหล่านี้ และทฤษฎีอุปทานและอุปสงค์ตั้งสมมติฐานว่าสายการบินอาจปรับขึ้นราคาเพื่อตอบสนองต่อความต้องการเดินทางที่พุ่งสูงขึ้น (Zhang, Y. & Zhang, H., 2022) อย่างไรก็ตาม การเพิ่มขึ้นของราคาตั๋วที่สังเกตได้นั้นดูเหมือนจะไม่สอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของต้นทุนการดำเนินงาน ซึ่งนำไปสู่ความกังวลของสาธารณชน ทฤษฎีสมคบคิดมักเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองต่อเหตุการณ์ที่ซับซ้อนและดูเหมือนไม่มีเหตุผล ราคาตั๋วโดยสารที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วหลังจากเกิด โควิด-19 ทำให้เกิดการคาดเดาว่าสายการบินกำลังบิดเบือนราคาเพื่อใช้ประโยชน์จากช่วงเวลาฟื้นตัว (Douglas, K., Sutton, R. & Cichocka, A., 2019)

ปัจจัยทางเศรษฐกิจมีอิทธิพลอย่างมากต่อราคาตั๋วเครื่องบิน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของภาวะเศรษฐกิจมหภาคเช่น ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ GDP เป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดอุปสงค์การเดินทางทางอากาศ โดยพบความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่าง GDP ที่สูงขึ้นและรายได้ที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้การเดินทางเพื่อธุรกิจและพักผ่อนเพิ่มขึ้น (Forsyth, P. 2020) การศึกษาวิจัยแสดงให้เห็นว่าการเติบโตทางเศรษฐกิจกระตุ้นให้อุปสงค์ในการเดินทางทางอากาศเพิ่มขึ้น ในขณะที่ภาวะเศรษฐกิจถดถอยส่งผลให้อุปสงค์ลดลง ทำให้สายการบินต้องปรับกลยุทธ์ด้านราคาให้สอดคล้องกัน (Barrett, S., 2021) ดัชนีราคาผู้บริโภค CPI เงินเพื่อทำให้กำลังซื้อลดลง ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายตามดุลพินิจลดลงรวมถึงการเดินทางทางอากาศ ส่งผลให้รายได้ของสายการบินและราคาตั๋วลดลง (Gillen, D. & Morrison, W., 2019) อัตราแลกเปลี่ยนยังส่งผลต่อราคาตั๋วเครื่องบิน โดยเฉพาะการเดินทางระหว่างประเทศ การศึกษาวิจัยแสดงให้เห็นว่าอัตราแลกเปลี่ยนที่ผันผวนทำให้จุดหมายปลายทางมีราคาแพงขึ้นหรือลดลงสำหรับนักเดินทาง ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์และส่งผลต่อราคาตั๋วด้วย (De Wit, J. & Zuidberg, J., 2018) ในช่วงที่ต้นทุนเชื้อเพลิงสูงขึ้น สายการบินมักจะปรับขึ้นราคาเพื่อรักษาผลกำไร ในขณะที่ราคาเชื้อเพลิงที่ลดลงบางครั้งส่งผลให้ค่าโดยสารลดลง ขึ้นอยู่กับแรงกดดันในการแข่งขันและความยืดหยุ่นของอุปสงค์ (Graham, A., 2020) ความผันผวนของราคาน้ำมันโลกอาจทำให้ค่าโดยสารปรับขึ้นอย่างรวดเร็ว สายการบินมักป้องกันความเสี่ยงจากราคาเชื้อเพลิงเพื่อจัดการต้นทุน แต่โดยปกติแล้ว ผู้บริโภคมักจะต้องจ่ายต้นทุนเชื้อเพลิงที่เพิ่มขึ้นอย่างมากและต่อเนื่องผ่านราคาตั๋วที่สูงขึ้น

(Yin, Z., 2023) ค่าธรรมเนียมและค่าบริการสนามบิน เช่น ค่าธรรมเนียมการลงจอดและภาษีผู้โดยสาร มีความแตกต่างกันอย่างมากในแต่ละภูมิภาค ซึ่งส่งผลต่อราคาตั๋วสุดท้ายที่ผู้บริโภคว่าสนามบินในเมืองใหญ่ ๆ เช่น ชิดนีย์และกรุงเทพฯ ซึ่งขึ้นชื่อเรื่องค่าธรรมเนียมการลงจอดที่สูง ทำให้สายการบินต้องแบกรับภาระค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม ซึ่งมักจะโอนไปยังผู้โดยสาร การขึ้นราคาดังกล่าวทำให้เกิดความกังขาในสาธารณชนอย่างกว้างขวาง โดยหลายคนรับรู้ว่าราคาตั๋วได้พุ่งสูงเกินกว่าต้นทุนจริงที่สายการบินจ่ายไป (McAndrew, C., 2020) สายการบินใช้ระบบการจัดการรายได้เพื่อปรับราคาให้เหมาะสมโดยคาดการณ์อุปสงค์และปรับราคาเพื่อเพิ่มรายได้สูงสุด ซึ่งเกี่ยวข้องกับการแบ่งกลุ่มตลาดและตั้งราคาที่แตกต่างกันให้กับกลุ่มผู้บริโภครายละกลุ่มตามความเต็มใจที่จะจ่าย (Paethrangsi, N., 2024) สายการบินปรับราคาตามความยืดหยุ่นของอุปสงค์ ซึ่งวัดว่าผู้บริโภคมองว่าความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงราคามากเพียงใด ถ้าอุปสงค์มีแนวโน้มที่จะมีความยืดหยุ่นสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับนักเดินทางเพื่อพักผ่อนซึ่งมีความอ่อนไหวต่อราคามากกว่านักเดินทางเพื่อธุรกิจ (Jayaram, A. &, 2023) วิฤตเศรษฐกิจอาจนำไปสู่ความเชื่อแบบสมคบคิด โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อบุคคลรับรู้ว่ามีอำนาจกำลังควบคุมเงื่อนไขตลาด (van Prooijen, J. & van Vugt, M., 2018) ราคาตั๋วเครื่องบินที่สูงขึ้นหลังการระบาดใหญ่ ประกอบกับสายการบินที่มองว่าขาดความโปร่งใส ทำให้เกิดทฤษฎีสมคบคิดเกี่ยวกับการควบคุมราคา การศึกษาระบุว่าทฤษฎีดังกล่าวมักได้รับการยอมรับในสภาพแวดล้อมที่ประชาชนมีความเข้าใจเกี่ยวกับพลวัตของตลาดอย่างจำกัด ซึ่งสอดคล้องกับสถานการณ์ที่พบในอุตสาหกรรมสายการบิน (Imhoff, R. & Bruder, M., 2019)

แบบจำลอง ARIMA ถูกนำมาใช้ในการคาดการณ์อนุกรมเวลาเพื่อคาดการณ์ค่าในอนาคตโดยอิงจากข้อมูลในอดีตมาอย่างยาวนาน แบบจำลองนี้มีประโยชน์โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับการสร้างแบบจำลองตัวแปรที่แสดงความสัมพันธ์ตามเวลา เช่น ราคาตั๋วเครื่องบิน ซึ่งมักแสดงถึงฤดูกาล แนวโน้ม และวัฏจักร (Hyndman, R. & Athanasopoulos, G., 2018) แบบจำลอง ARIMA ถูกนำไปใช้กับข้อมูลในอดีตเกี่ยวกับราคาตั๋วเครื่องบิน โดยรวมปัจจัยต่าง ๆ เช่น ต้นทุนเชื้อเพลิง GDP อัตราแลกเปลี่ยน และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน แบบจำลองนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อคาดการณ์ราคาในอนาคตในช่วงที่มีเสถียรภาพสัมพันธ์กัน โดยให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับแนวโน้มราคา วิธีการวิเคราะห์การแตกหักของโครงสร้างถูกนำมาใช้กันอย่างแพร่หลายเพื่อตรวจจับการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในข้อมูลอนุกรมเวลาทางเศรษฐกิจและการเงิน โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลังจากเกิดวิกฤตการณ์ Kejriwal และ Perron ได้แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของแบบจำลองการแตกหักของโครงสร้างในการระบุการเปลี่ยนแปลงในแนวโน้มทางเศรษฐกิจอันเนื่องมาจากแรงกระแทกภายนอก (Kejriwal, M. & Perron, P., 2013) การวิเคราะห์การแตกหักของโครงสร้างถูกนำไปใช้กับอุตสาหกรรมสายการบินเพื่อตรวจสอบว่าการเปลี่ยนแปลงในกลไกการกำหนดราคาตั๋วหลัง โควิด-19 ส่งสัญญาณถึงการ

เปลี่ยนแปลงพื้นฐานในแนวทางการกำหนดราคาหรือเป็นเพียงความผันผวนเพื่อตอบสนองต่อสภาวะตลาด

นิยามศัพท์เฉพาะ

ทฤษฎีสมคบคิด หมายถึง ความเชื่อที่ว่าเหตุการณ์หรือสถานการณ์สำคัญ เช่น การขึ้นราคาตัวเครื่องบินหลังการระบาดของโควิด-19 ถูกกลุ่มที่มีอำนาจเข้ามาควบคุมอย่างลับ ๆ ในกรณีนี้คือสายการบิน ทฤษฎีสมคบคิดมักเกี่ยวข้องกับการคาดเดาว่าสายการบินได้ปรับราคาขึ้นอย่างเทียมเทียมเพื่อชดเชยความสูญเสียที่เกี่ยวข้องกับโรคระบาดหรือแสวงหาประโยชน์จากความต้องการเดินทางที่เพิ่มขึ้น

ราคาตัวเครื่องบิน หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่ผู้บริโภครายสำหรับการเดินทางโดยสายการบิน ซึ่งได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น ราคาน้ำมัน ต้นทุนแรงงาน ความผันผวนของอุปสงค์ ภาษี และกลยุทธ์การกำหนดราคาของสายการบิน

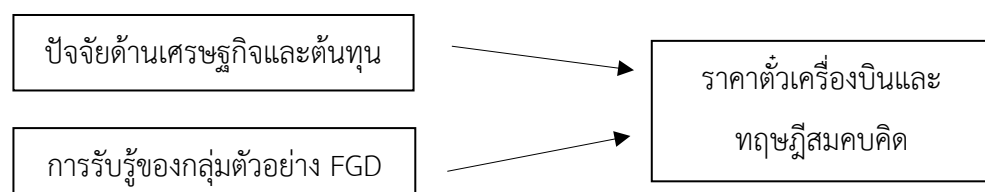
ช่วงหลังการระบาดของโควิด-19 หมายถึง ช่วงเวลาหลังการระบาดใหญ่ทั่วโลก โดยเฉพาะตั้งแต่ปี 2020 ถึง 2023 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่เกิดสถานการณ์สายการบินกลับมาให้บริการอีกครั้งและปรับตัวให้เข้ากับสภาพตลาดใหม่ รวมถึงความต้องการเดินทางที่เพิ่มขึ้นและความท้าทายในการดำเนินงานที่ยังคงดำเนินอยู่

การวิเคราะห์ไฮบริด หมายถึง การผสมรวมวิธีการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ด้านปริมาณเกี่ยวข้องกับการใช้โมเดล ARIMA (AutoRegressive Integrated Moving Average) และ Structural Break Analysis เพื่อตรวจสอบรูปแบบราคาตัวเครื่องบิน ในขณะที่ด้านคุณภาพดึงมาจากการสนทนากลุ่ม (FGD) เพื่อสำรวจการรับรู้ของสาธารณะและผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับแนวโน้มราคา

ปัจจัยทางเศรษฐกิจ หมายถึง ปัจจัยทางเศรษฐกิจในการวิจัยนี้รวมถึงตัวแปรต่าง ๆ เช่น ราคาน้ำมัน ต้นทุนแรงงาน กฎระเบียบของรัฐ และการหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งอาจส่งผลต่อราคาตัวเครื่องบินหลังโควิด-19

การรับรู้ของสาธารณะ หมายถึง การรับรู้ของสาธารณะหมายถึงความคิดเห็นและความเชื่อร่วมกันของนักเดินทางและผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมเกี่ยวกับความยุติธรรม ความโปร่งใส และปัจจัยที่อยู่เบื้องหลังการเปลี่ยนแปลงของราคาตัวเครื่องบินหลังการระบาดใหญ่

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรในการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ประกอบด้วยข้อมูลราคาตัวเครื่องบินในอดีตจากทั้งออสเตรเลียและไทย รวมถึงข้อมูลราคาของสายการบิน เส้นทาง และชั้นการเดินทางที่แตกต่างกัน ข้อมูลได้มาจากแหล่งที่เปิดเผยต่อสาธารณะ เช่น เว็บไซต์ของสายการบิน รายงานการบินของรัฐบาล และฐานข้อมูลอุตสาหกรรม ในการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ ประชากรประกอบด้วยกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 8 คน ซึ่งเป็นนักเดินทางเพื่อธุรกิจ นักเดินทางเพื่อพักผ่อน นักเดินทางเพื่อครอบครัว นักเดินทางที่คำนึงถึงงบประมาณ นักวิเคราะห์ราคาของสายการบิน ตัวแทนท่องเที่ยว ที่ปรึกษาด้านการบิน และผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการสายการบิน เพื่อให้มั่นใจว่าได้รับมุมมองที่หลากหลายจากผู้มีประสบการณ์ในด้านต่าง ๆ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็นสองส่วน ได้แก่ เครื่องมือสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยในส่วนของวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือหลักคือแบบจำลอง ARIMA และ Structural Break Analysis ซึ่งใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลอนุกรมเวลาเกี่ยวกับราคาบัตรโดยสารเครื่องบินระหว่างประเทศออสเตรเลียและประเทศไทย โดยเครื่องมือเหล่านี้ถูกพัฒนาโดยเริ่มจากการกำหนดตัวแปรที่เกี่ยวข้อง เช่น ราคาบัตรโดยสาร ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง GDP อัตราแลกเปลี่ยน และต้นทุนการดำเนินงาน จากนั้นจึงทำการรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนมกราคม 2020 ถึงธันวาคม 2023 จากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือได้ เช่น รายงานจากสมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (IATA) และหน่วยงานสถิติของรัฐ ข้อมูลที่ได้ถูกรวบรวมและจัดการด้วยเครื่องมือฐานข้อมูล เช่น SQL และนำเข้าสู่โปรแกรม GRETL เพื่อใช้ในการวิเคราะห์เบื้องต้น และสร้างแบบจำลอง ARIMA และ Structural Break Analysis โดยใช้เทคนิคเชิงเศรษฐมิติ เช่น การทดสอบ Chow Test และ CUSUM Test เพื่อตรวจสอบจุดเปลี่ยนเชิงโครงสร้างในชุดข้อมูลเวลา

ในส่วนของวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้คือการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussions, FGDs) ซึ่งได้รับการออกแบบอย่างเป็นระบบเพื่อสำรวจมุมมองของผู้เดินทางและผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมการบินเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของราคาบัตรโดยสารหลังยุคโควิด-19 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือเริ่มจากการกำหนดประเด็นคำถามหลักตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย จากนั้นพัฒนาแนวคำถามเพื่อใช้ในการสนทนาโดยครอบคลุมหัวข้อเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค กลยุทธ์การตั้งราคา และความรู้สึกต่อความยุติธรรมของราคา ตลอดจนทฤษฎีสมคบคิดเกี่ยวกับราคาที่สูงขึ้น การสนทนากลุ่มดำเนินการกับผู้ตอบ 8 คนซึ่งคัดเลือกโดยใช้เกณฑ์การมีประสบการณ์การเดินทางระหว่างออสเตรเลียและไทย และการทำงานในอุตสาหกรรมการบิน เพื่อให้ได้มุมมองที่หลากหลาย

บทความวิจัยนี้ผสมผสานวิธีการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อราคาตัวเครื่องบินหลังโควิด-19 สำหรับวิธีเชิงปริมาณ เครื่องมือคือการใช้โมเดล ARIMA และ Structural Break Analysis เพื่อวิเคราะห์ราคาตัวเครื่องบินหลังโควิด-19 ของสายการบินที่เลือกซึ่งให้บริการระหว่างออสเตรเลียและไทย การวิเคราะห์เชิงคุณภาพใช้การอภิปรายกลุ่ม (FGD) เพื่อรับข้อมูลเชิงลึกจากผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมและนักเดินทางเกี่ยวกับการรับรู้ของพวกเขาเกี่ยวกับราคาตัว การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และความคาดหวังต่อแนวโน้มราคาในอนาคต โดยการผสมผสานแนวทางทั้งสองนี้เข้าด้วยกัน บทความวิจัยนี้มุ่งหวังที่จะให้ความเข้าใจที่ครอบคลุมว่าปัจจัยและพฤติกรรมของมนุษย์มีส่วนสนับสนุนต่อพลวัตของราคาตัวเครื่องบินในช่วงหลังโควิด-19 ได้อย่างไร ทั้ง ARIMA และ Structural Break Analysis ต่างก็เป็นการวิเคราะห์ที่เสริมซึ่งกันและกันในการวิเคราะห์อนุกรมเวลา โดย ARIMA มักใช้สำหรับการวิเคราะห์และพยากรณ์แนวโน้มระยะยาว ตอบคำถามเกี่ยวกับรูปแบบที่กำลังดำเนินอยู่และอิทธิพลของปัจจัยทางเศรษฐกิจ ARIMA มีประโยชน์ในการพยากรณ์โดยอิงจากความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างตัวแปรและเวลา ในทางกลับกัน Structural Break Analysis มุ่งเน้นไปที่การระบุช่วงเวลาและสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงอย่างกะทันหันของแนวโน้ม โดยให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับผลกระทบของเหตุการณ์ที่มีผลต่อการกำหนดราคา การวิเคราะห์นี้มีความจำเป็นสำหรับการตอบคำถามเกี่ยวกับผลกระทบของวิกฤตการณ์หรือภาวะช็อกทางเศรษฐกิจที่สำคัญต่อราคา เมื่อนำมารวมกันแล้ว โมเดลเหล่านี้จะเป็นกรอบงานสำหรับการวิเคราะห์ราคาตัวเครื่องบินของสายการบินที่เลือกซึ่งให้บริการระหว่างออสเตรเลียและไทย แบบจำลอง ARIMA สามารถเขียนสมการได้ดังนี้ $y_t = \gamma_1(y_{t-1}) + \gamma_2(y_{t-2}) + \dots + \gamma_p(y_{t-p}) + \varepsilon_t$ โดย y_t = ราคาตัวเครื่องบิน ณ เวลา t γ = ค่าคงที่ และ ε_t = เงื่อนไขที่เหลือหรือข้อผิดพลาด ค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่ของ q , [MA(q)] สามารถเขียนสมการได้ $y_t = \varepsilon_t - \theta_1(\varepsilon_{t-1}) - \theta_2(\varepsilon_{t-2}) - \dots - \theta_q(\varepsilon_{t-q})$ โดย $y_t = \gamma_{0,1} + \sum_{j=1}^p \gamma_j y_{t-j} + \sum_{j=0}^q \theta_j \varepsilon_{t-j}$ Structural Break Analysis มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจจับจุดที่พารามิเตอร์ของแบบจำลองอนุกรมเวลาเปลี่ยนแปลงอย่างกะทันหัน แบบจำลองสามารถแสดงได้ดังนี้ $y_t = X_t \beta_t + \varepsilon_t$ ข้อมูลเชิงปริมาณได้รับจากฐานข้อมูลที่เปิดให้เข้าถึงได้สาธารณะ เช่นราคาตัวเครื่องบินย้อนหลังของสายการบินที่เลือกที่ให้บริการระหว่างออสเตรเลียและไทย และตัวชี้วัดเศรษฐกิจที่สำคัญ ข้อมูลเชิงคุณภาพรวบรวมผ่าน FGDs กับกลุ่มตัวอย่างการอภิปรายกลุ่ม

การหาคุณภาพของเครื่องมือวิจัยในส่วนเชิงปริมาณพิจารณาจากความเหมาะสมของแบบจำลอง โดยมีการตรวจสอบคุณสมบัติของโมเดล เช่น การทดสอบสมมติฐานเรื่องอัตสหสัมพันธ์ของเศษเหลือ (residual autocorrelation) และความแปรปรวนไม่คงที่ (heteroscedasticity) รวมถึงความแม่นยำในการพยากรณ์ ในขณะที่เครื่องมือเชิงคุณภาพได้รับการตรวจสอบคุณภาพผ่านกระบวนการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (thematic analysis) ซึ่งเน้นการระบุธีมที่เกิดซ้ำจากการตอบของกลุ่มตัวอย่าง และความสอดคล้องของข้อมูล (data saturation) เพื่อยืนยันว่าเครื่องมือสามารถจับ

ประเด็นสำคัญได้อย่างครอบคลุมและลึกซึ้ง โดยเครื่องมือทั้งสองประเภทได้รับการพัฒนาอย่างมีระบบ เพื่อให้สามารถตอบโจทย์การวิจัยได้อย่างถูกต้องและเชื่อถือได้

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งประกอบด้วยสองแนวทางหลัก ได้แก่ การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ในส่วนของการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ นักวิจัยได้รวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) จากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ เช่น ฐานข้อมูลของสมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (IATA), องค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (ICAO), ธนาคารกลางแห่งออสเตรเลียและประเทศไทย รวมถึงเว็บไซต์ของสายการบินและแพลตฟอร์มจำหน่ายบัตรโดยสาร ข้อมูลที่เก็บรวบรวม ได้แก่ ราคาบัตรโดยสารระหว่างประเทศออสเตรเลีย-ไทย ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง อัตราแลกเปลี่ยน GDP รายไตรมาส ตลอดจนต้นทุนการดำเนินงานของสายการบิน โดยข้อมูลทั้งหมดครอบคลุมช่วงเวลาตั้งแต่เดือนมกราคม 2020 ถึงธันวาคม 2023 ซึ่งสะท้อนการเปลี่ยนแปลงก่อน ระหว่าง และหลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 ข้อมูลเหล่านี้ได้รับการจัดระเบียบและนำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม ซอฟต์แวร์เศรษฐมิติ GRETL

สำหรับการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ นักวิจัยใช้วิธีการสนทนากลุ่มกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 8 คน แบ่งเป็นผู้โดยสาร 4 คนที่เคยเดินทางระหว่างออสเตรเลียและประเทศไทยในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา และผู้เชี่ยวชาญด้านอุตสาหกรรมการบิน 4 คน การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการแบบเจาะจง (purposive sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์และมุมมองหลากหลาย โดยการจัดสนทนาแต่ละครั้งมีการบันทึกเสียงและถอดความ จากนั้นนำข้อมูลไปวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (thematic analysis) เพื่อสกัดประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค มุมมองต่อราคา และการคาดการณ์แนวโน้มในอนาคต

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลของงานวิจัยนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลักตามลักษณะของข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ สำหรับข้อมูลเชิงปริมาณ นักวิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ทางเศรษฐมิติ (Econometric Analysis) โดยใช้ข้อมูลอนุกรมเวลา (Time Series Data) ที่ครอบคลุมตั้งแต่ปี 2020 ถึง 2023 การวิเคราะห์เริ่มจากการตรวจสอบคุณสมบัติของข้อมูล เช่น ความนิ่งของข้อมูล (stationarity) โดยใช้การทดสอบ Augmented Dickey-Fuller (ADF Test) และการทดสอบความสัมพันธ์ร่วม (cointegration) ในกรณีที่ตัวแปรไม่อยู่ในระดับเดียวกัน หากข้อมูลผ่านเกณฑ์ที่กำหนด จะนำไปสร้างแบบจำลองเศรษฐมิติ เช่น แบบจำลองถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Model) หรือแบบจำลอง Vector Error Correction Model (VECM) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างราคาบัตรโดยสารกับปัจจัยต่าง ๆ เช่น ราคาน้ำมัน อัตราแลกเปลี่ยน

GDP และต้นทุนสายการบิน การวิเคราะห์ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ เช่น EViews หรือ Stata เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่มีความแม่นยำและสามารถอธิบายเชิงสาเหตุได้

ในส่วนของคุณภาพเชิงคุณภาพ นักวิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis หรือ Thematic Analysis) จากการถอดเทปการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ข้อมูลที่ได้จะถูกจัดหมวดหมู่และตีความเพื่อสกัด “ธีม” หรือประเด็นสำคัญ เช่น การรับรู้ของผู้โดยสารต่อราคา การยืดหยุ่นของความต้องการ ความคุ้มค่า และแนวโน้มพฤติกรรมการเดินทาง การวิเคราะห์นี้ช่วยเสริมข้อมูลเชิงลึกและให้ความเข้าใจในมุมมองของผู้บริโภคและผู้ประกอบการที่อาจไม่สะท้อนในตัวเลขาทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียวการผสมผสานข้อมูลจากทั้งสองแนวทางจึงทำให้การวิเคราะห์มีความรอบด้าน ช่วยให้เข้าใจทั้งเชิงสถิติและเชิงพฤติกรรม ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการสรุปผลและเสนอแนะแนวทางเชิงนโยบายในอุตสาหกรรมการบินระหว่างประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยนี้แบ่งออกเป็นสองประเภทหลัก ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน โดยสถิติเชิงพรรณนาใช้เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูล เช่น ค่าเฉลี่ย มัธยฐาน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสูงสุดและค่าต่ำสุด เพื่อให้เห็นแนวโน้มและการกระจายของตัวแปรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ราคาบัตรโดยสาร ราคาน้ำมัน อัตราแลกเปลี่ยน GDP และต้นทุนของสายการบิน ตลอดจนพฤติกรรมของผู้โดยสาร สถิติเชิงอนุมานใช้เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบของตัวแปรต่าง ๆ ต่อกัน โดยเริ่มจากการทดสอบความนิ่งของข้อมูล (Stationarity) ด้วยการทดสอบแบบ Augmented Dickey-Fuller (ADF Test) เพื่อตรวจสอบว่าข้อมูลในแต่ละชุดมีคุณสมบัตินิ่งหรือไม่ จากนั้นใช้การทดสอบความสัมพันธ์ร่วม (Cointegration Test) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ในระยะยาวระหว่างตัวแปร หากพบว่ามีความสัมพันธ์ร่วมจะนำไปสู่การวิเคราะห์ด้วยแบบจำลอง Vector Error Correction Model (VECM) เพื่อศึกษาการปรับตัวในระยะสั้นและระยะยาวของตัวแปร นอกจากนี้ยังใช้แบบจำลองถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของปัจจัยอิสระที่มีต่อราคาบัตรโดยสาร รวมทั้งมีการตรวจสอบปัญหาทางเศรษฐมิติ เช่น ความสัมพันธ์กันของตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ความแปรปรวนไม่คงที่ (Heteroskedasticity) และปัญหาการเกิดอัตโนมัติสัมพันธ์ (Autocorrelation) เพื่อให้แน่ใจว่าแบบจำลองมีความถูกต้องและเชื่อถือได้ การวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดดำเนินการผ่านโปรแกรม GRETL ซึ่งเป็นเครื่องมือที่เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเศรษฐมิติในงานวิจัยเชิงปริมาณนี้

ผลการวิจัย

ผลเชิงปริมาณ: ARIMA และ Structural Break Analysis

แบบจำลอง ARIMA ถูกนำมาใช้เพื่อคาดการณ์ราคาตัวเครื่องบินหลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยอาศัยตัวแปรทางเศรษฐกิจสำคัญ เช่น GDP, ดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI), อัตราแลกเปลี่ยน, ราคาเชื้อเพลิงเครื่องบิน, อัตราการว่างงาน และต้นทุนการดำเนินงาน สำหรับออสเตรเลียและไทย ตารางที่ 1 แสดงค่าของสัมประสิทธิ์ที่สะท้อนถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเหล่านี้กับราคาตัวเครื่องบิน โดยค่า p-value ใช้พิจารณาความมีนัยสำคัญทางสถิติ หากค่า $p < 0.05$ แสดงว่าตัวแปรดังกล่าวมีผลกระทบที่สำคัญต่อราคาตัวเครื่องบิน

ตารางที่ 1 ผลการจำลอง ARIMA

ตัวแปร	รูปแบบ โมเดล	ค่า สัมประสิทธิ์	ค่าความ น่าจะเป็น (p-value)	การคาดการณ์ แนวโน้ม (ไตรมาส 2 ปี 2024)
ประเทศไทย				
ดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI)	ARIMA(1,1,1)	0.14	< 0.01	คาดว่าจะ เพิ่มขึ้น
อัตราแลกเปลี่ยน (AUD ต่อ THB)	-	-0.08	< 0.05	คาดว่าจะลดลง
อัตราการบรรทุกผู้โดยสาร (Passenger Load Factor)	-	0.1	< 0.05	คาดว่าจะ เพิ่มขึ้น
การเปลี่ยนแปลงโดยรวม				คาดว่าจะเพิ่มขึ้น 4%
ออสเตรเลีย				
ผลิตภัณฑ์มวลรวม ภายในประเทศ (GDP)	ARIMA(2,1,2)	0.12	< 0.05	คาดว่าจะ เพิ่มขึ้น
ราคาน้ำมันเชื้อเพลิงสำหรับ อากาศยาน	-	0.19	< 0.01	คาดว่าจะ เพิ่มขึ้น
อัตราการว่างงาน	-	-0.07	< 0.05	คาดว่าจะลดลง
การเปลี่ยนแปลงโดยรวม				คาดว่าจะเพิ่มขึ้น 6%

ที่มา: ผู้แต่ง, 2568

สำหรับประเทศไทย แบบจำลอง ARIMA(1,1,1) ถูกพบว่าเหมาะสมที่สุด ผลการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่า CPI มีผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อราคาตัวเครื่องบิน (ค่าสัมประสิทธิ์ = 0.14, $p < 0.01$) ซึ่งหมายความว่า เมื่อเงินเฟ้อสูงขึ้น ต้นทุนการดำเนินงานของสายการบินจะเพิ่มขึ้น และส่งผลให้ราคาตัวสูงขึ้นตาม อัตราแลกเปลี่ยนมีผลกระทบเชิงลบต่อราคาตัว (ค่าสัมประสิทธิ์ = -0.08, $p < 0.05$) โดยชี้ให้เห็นว่าเมื่อค่าเงินดอลลาร์ออสเตรเลียแข็งค่าขึ้นเมื่อเทียบกับเงินบาท เทียวบินจากออสเตรเลียไปประเทศไทยจะมีราคาถูกลงสำหรับนักเดินทางชาวออสเตรเลีย นอกจากนี้ ปัจจัยด้านอัตราส่วนบรรทุกผู้โดยสารยังมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับราคาตัว (ค่าสัมประสิทธิ์ = 0.10, $p < 0.05$) ซึ่งหมายความว่า เมื่อเที่ยวบินเต็มมากขึ้น สายการบินมีอำนาจในการกำหนดราคาสูงขึ้น การคาดการณ์ระบุว่าราคาตัวเครื่องบินในประเทศไทยจะเพิ่มขึ้นประมาณ 4% ภายในไตรมาสที่สองของปี 2567 ซึ่งส่วนใหญ่เกิดจากเงินเฟ้อและต้นทุนการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้น สำหรับออสเตรเลีย แบบจำลอง ARIMA(2,1,2) ได้รับการพิจารณาว่าเหมาะสมที่สุด โดยอ้างอิงจากค่า Akaike Information Criterion (AIC) และ Bayesian Information Criterion (BIC) ผลการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่า GDP ของออสเตรเลียมีผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อราคาตัวเครื่องบิน (ค่าสัมประสิทธิ์ = 0.12, $p < 0.05$) ซึ่งหมายความว่า เมื่อเศรษฐกิจฟื้นตัว ราคาตัวเครื่องบินจะเพิ่มขึ้นตามความต้องการที่สูงขึ้นและจำนวนผู้โดยสารที่มากขึ้น ราคาเชื้อเพลิงเครื่องบินมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมากกับราคาตัวเครื่องบิน (ค่าสัมประสิทธิ์ = 0.19, $p < 0.01$) โดยบ่งชี้ว่าเมื่อราคาน้ำมันเชื้อเพลิงเพิ่มขึ้น สายการบินจะส่งต่อต้นทุนที่เพิ่มขึ้นนี้ไปยังผู้บริโภค อัตราการว่างงานมีความสัมพันธ์เชิงลบกับราคาตัว (ค่าสัมประสิทธิ์ = -0.07, $p < 0.05$) แสดงให้เห็นว่าเมื่ออัตราการว่างงานสูงขึ้น กำลังซื้อของผู้บริโภคลดลง ทำให้ความต้องการเดินทางลดลง ส่งผลให้ราคาตัวลดลง การคาดการณ์คาดว่าราคาตัวในออสเตรเลียจะเพิ่มขึ้น 6% ภายในไตรมาสที่ 2 ของปี 2567 ซึ่งส่วนใหญ่ขับเคลื่อนโดยต้นทุนเชื้อเพลิงที่เพิ่มขึ้นและการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจ

ตารางที่ 2 ผลการจำลอง Structural Break Analysis

ประเทศ	ค่าสถิติทดสอบ (Supremum Wald Test)	p-value	ช่วงเวลาที่พบ Structural Breaks	ช่วงเวลาข้อมูลที่ใช้ ทดสอบ
ประเทศไทย	19,500.35	0	เมษายน 2020, กรกฎาคม 2021, มีนาคม 2023	มกราคม 2020 – ธันวาคม 2023 (Trimmed: เม.ย. 2020 – ต.ค. 2023)

ตารางที่ 2 ผลการจำลอง Structural Break Analysis (ต่อ)

ประเทศ	ค่าสถิติทดสอบ (Supremum Wald Test)	p-value	ช่วงเวลาที่พบ Structural Breaks	ช่วงเวลาข้อมูลที่ใช้ ทดสอบ
ออสเตรเลีย	23,456.49	0	พฤษภาคม 2020, พฤศจิกายน 2021, เมษายน 2023	มกราคม 2020 – ธันวาคม 2023 (Trimmed: เม.ย. 2020 – ต.ค. 2023)

ที่มา: ผู้แต่ง, 2568

การวิเคราะห์ Structural Break Analysis ช่วยระบุจุดเปลี่ยนแปลงสำคัญในข้อมูลอนุกรมเวลา โดยเปิดเผยช่วงเวลาที่มีการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างซึ่งส่งผลกระทบต่อราคาตัวเครื่องบินอย่างมีนัยสำคัญ ตารางที่ 2 สรุปผลกระทบของเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นในช่วงหลังการระบาดของโควิด-19 โดยแสดงให้เห็นว่าปัจจัยทางเศรษฐกิจและการดำเนินงานมีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนแปลงของราคาตัวเครื่องบินในประเทศไทยและออสเตรเลีย

ในประเทศไทย จุดเปลี่ยนแปลงแรกเกิดขึ้นในเดือน เมษายน 2563 ซึ่งสอดคล้องกับมาตรการล็อกดาวน์ที่เข้มงวดจากภาครัฐ ส่งผลให้ความต้องการเดินทางทางอากาศลดลงอย่างรวดเร็ว และทำให้ราคาตัวเครื่องบินลดลงตามไปด้วย จุดเปลี่ยนแปลงที่สองในเดือน กรกฎาคม 2564 สะท้อนช่วงเวลาของการฟื้นตัว โดยข้อจำกัดด้านการเดินทางเริ่มผ่อนคลาย และเที่ยวบินระหว่างประเทศเริ่มกลับมาดำเนินการ ส่งผลให้ความต้องการเดินทางและอัตราส่วนบรรทุกผู้โดยสารเพิ่มขึ้น ราคาตัวเครื่องบินจึงปรับตัวสูงขึ้น จุดเปลี่ยนแปลงสุดท้ายในเดือน มีนาคม 2566 เกิดขึ้นพร้อมกับการเพิ่มขึ้นของต้นทุนการดำเนินงาน เช่น ค่าธรรมเนียมสนามบินที่สูงขึ้นและราคาน้ำมันเชื้อเพลิงที่แพงขึ้น ส่งผลให้ราคาตัวโดยเฉลี่ยปรับตัวขึ้น 8% ในเส้นทางหลัก

ในออสเตรเลีย จุดเปลี่ยนแปลงแรกถูกระบุในเดือน พฤษภาคม 2563 ซึ่งเกิดขึ้นหลังจากที่รัฐบาลบังคับใช้มาตรการล็อกดาวน์ทั่วประเทศ ส่งผลให้ความต้องการของเที่ยวบินและอัตราส่วนบรรทุกผู้โดยสารลดลงอย่างมีนัยสำคัญ ราคาตัวจึงปรับตัวลดลงเช่นกัน จุดเปลี่ยนแปลงที่สองในเดือน พฤศจิกายน 2564 เกิดขึ้นพร้อมกับการเปิดพรมแดนระหว่างประเทศอีกครั้ง ส่งผลให้กิจกรรมทางการบินกลับมาเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้ราคาตัวเครื่องบินพุ่งสูงขึ้นถึง 15% ส่วนจุดเปลี่ยนแปลงสุดท้ายในเดือน เมษายน 2566 เกิดจากต้นทุนเชื้อเพลิงที่เพิ่มสูงขึ้น ทำให้ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของสายการบินเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ราคาตัวเครื่องบินปรับตัวเพิ่มขึ้นอีก 10% ผลการทดสอบ Supremum Wald ยืนยันการมีอยู่ของการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเหล่านี้ โดยมีค่าสถิติ 19,500.35 สำหรับประเทศไทย และ 23,456.48 สำหรับออสเตรเลีย ซึ่งทั้งสองค่ามี p-value เท่ากับ 0.0000 บ่งชี้ว่าสมมติฐานว่างของการไม่มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างถูกปฏิเสธ และยืนยันว่ามีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในข้อมูล

อนุกรมเวลา ตัวแปรภายนอก เช่น GDP, CPI, ราคาเชื้อเพลิงเครื่องบิน และอัตราแลกเปลี่ยน รวมถึงปัจจัยทางอุตสาหกรรมการบิน เช่น อัตราส่วนบรรทุกผู้โดยสารและต้นทุนการดำเนินงาน ล้วนเป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลให้เกิดจุดเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของราคาตั๋วเครื่องบิน



ภาพที่ 2 การบูรณาการโมเดล ARIMA และ Structural Break Analysis

ที่มา: ผู้แต่ง, 2568

การวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลอง ARIMA และการตรวจสอบจุดเปลี่ยนแปลงโครงสร้างช่วยให้เข้าใจปัจจัยที่มีผลต่อราคาตั๋วเครื่องบินในช่วงหลังการระบาดของโควิด-19 โดยเน้นความเชื่อมโยงระหว่างสภาพเศรษฐกิจและการตอบสนองของอุตสาหกรรมการบิน ภาพที่ 1 แสดงแนวโน้มราคาตั๋วเครื่องบินของประเทศไทยและออสเตรเลียตั้งแต่เดือนมกราคม 2563 ถึง ธันวาคม 2566 โดยเส้นแสดงแนวโน้มราคาตั๋วเครื่องบินของประเทศไทยและออสเตรเลียถูกนำเสนอในสีที่แตกต่างกันเพื่อให้สามารถเปรียบเทียบแนวโน้มราคาได้อย่างชัดเจน แกน X แสดงช่วงเวลาตั้งแต่เดือนมกราคม 2563 – ธันวาคม 2566 ขณะที่แกน Y แสดงราคาตั๋วเครื่องบินที่ปรับค่าแล้ว ผลการวิเคราะห์พบว่ามี จุดเปลี่ยนแปลงโครงสร้าง (Structural Breaks) ที่สำคัญ ซึ่งบ่งชี้ถึงช่วงเวลาที่ราคาตั๋วเครื่องบินมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ ในประเทศไทยพบจุดเปลี่ยนในเดือน เมษายน 2563, กรกฎาคม 2564 และมีนาคม 2566 ส่วนในออสเตรเลียพบจุดเปลี่ยนในเดือน พฤษภาคม 2563, พฤศจิกายน 2564 และเมษายน 2566 จุดเปลี่ยนเหล่านี้ถูกทำเครื่องหมายบนกราฟเพื่อแสดงช่วงเวลาการเปลี่ยนแปลงของแนวโน้มราคา ซึ่งเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์สำคัญระดับโลก เช่น การระบาดของโควิด-19 และช่วงเวลาการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ แบบจำลอง ARIMA ถูกนำมาใช้เพื่อคาดการณ์แนวโน้มราคาตั๋วเครื่องบินในอนาคต โดยแบบจำลอง $ARIMA(1,1,1)$ สำหรับประเทศไทย คาดการณ์ว่าราคาตั๋วเครื่องบินจะเพิ่มขึ้น 4% ภายในไตรมาสที่ 2 ของปี 2567 ขณะที่แบบจำลอง $ARIMA(2,1,2)$ สำหรับออสเตรเลีย คาดการณ์ว่าราคาจะเพิ่มขึ้น 6% ในช่วงเวลาเดียวกัน แนวโน้มที่คาดการณ์ไว้ถูกนำเสนอในรูปของเส้นประที่ทอดยาวจากเดือนธันวาคม 2566 ถึงไตรมาสที่ 2 ของปี 2567 ซึ่งสะท้อนถึงการเพิ่มขึ้นของราคาตั๋วเครื่องบินอันเนื่องมาจากต้นทุนการดำเนินงานและอัตราเงินเฟ้อที่เพิ่มขึ้น โดย

สรุป ผลการวิเคราะห์นี้ช่วยให้เข้าใจถึงอิทธิพลของปัจจัยทางเศรษฐกิจและแรงกระแทกภายนอก เช่น การระบาดของโควิด-19 ต่อราคาตัวเครื่องบิน จุดเปลี่ยนโครงสร้างสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของแนวโน้มราคา ในขณะที่แบบจำลอง ARIMA ให้การคาดการณ์ที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของราคาในอนาคต การวิเคราะห์นี้ช่วยให้เห็นถึงพลวัตของราคาตัวเครื่องบินในประเทศไทยและออสเตรเลีย รวมถึงผลกระทบของการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจและต้นทุนการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้นต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาตัวเครื่องบิน

ผลเชิงคุณภาพ: การอภิปรายกลุ่มย่อย

การปรับขึ้นราคาตัวเครื่องบินหลังโควิด-19 ทำให้กลุ่มตัวอย่างแสดงความไม่พอใจเกี่ยวกับต้นทุนที่สูงขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อการเดินทาง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่เน้นการพักผ่อนและคำนึงถึงงบประมาณที่ลดการเดินทางที่ไม่จำเป็น ขณะที่นักเดินทางเพื่อธุรกิจยังคงเดินทางตามแผนเดิมเนื่องจากความจำเป็นในการทำงาน กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าการปรับขึ้นราคามาจากปัจจัยหลายประการ เช่น การจัดการตลาดจากสายการบินที่ใช้ประโยชน์จากสถานการณ์หลังการระบาด และต้นทุนการดำเนินงานที่สูงขึ้น เช่น ราคาน้ำมันและการขาดแคลนแรงงาน ขณะที่บางคนเชื่อในทฤษฎีสมคบคิดว่าการสมคบคิดกันเพื่อเพิ่มราคาอย่างไม่เป็นธรรม ความไม่โปร่งใสของสายการบินเกี่ยวกับต้นทุนและการขึ้นราคาทำให้เกิดความไม่พอใจและความสงสัยในหมู่นักเดินทาง แม้ว่าผู้เชี่ยวชาญจะชี้ว่าเป็นผลจากปัจจัยทางเศรษฐกิจที่แท้จริง สายการบินควรปรับปรุงการสื่อสารและความโปร่งใสเกี่ยวกับการตัดสินใจด้านราคาเพื่อสร้างความเข้าใจและลดความสงสัยในสาธารณชน

ผลจากการบูรณาการแนวทางผสมผสานเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

การผสมผสานผลลัพธ์เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพช่วยให้เห็นภาพรวมของปัจจัยที่ผลักดันราคาตัวเครื่องบินหลังโควิด-19 ในออสเตรเลียและไทย การศึกษานี้ใช้แบบจำลองเศรษฐกิจมิติร่วมกับการอภิปรายกลุ่มเป้าหมาย (FGD) เพื่อวิเคราะห์ทั้งตัวแปรเศรษฐกิจและการรับรู้ของประชาชน 1) ปัจจัยทางเศรษฐกิจสำคัญ เช่น GDP, CPI, อัตราแลกเปลี่ยน และราคาเชื้อเพลิง มีผลกระทบต่อราคาตัวเครื่องบิน โดยเฉพาะในออสเตรเลียที่ GDP ฟื้นตัวและต้นทุนเชื้อเพลิงสูงขึ้น และในประเทศไทยจากเงินเฟ้อ 2) ความผันผวนของราคาเกิดจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจและต้นทุนการดำเนินงาน โดยในออสเตรเลีย GDP และราคาเชื้อเพลิงมีบทบาทสำคัญ ส่วนในประเทศไทยเงินเฟ้อมีผลมาก 3) อัตราเงินเฟ้อและอัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินส่งผลต่อราคา โดยในประเทศไทย CPI ที่สูงขึ้นทำให้ราคาตัวเพิ่มขึ้น ส่วนในออสเตรเลียอัตราแลกเปลี่ยนทำให้เที่ยวบินถูกลงสำหรับนักเดินทางออสเตรเลีย 4) ปัจจัยการบรรเทาทุกข์โดยสารและความถี่เที่ยวบินมีอิทธิพลต่อราคาตัว โดยความถี่ที่สูงขึ้นช่วยเพิ่มอำนาจในการกำหนดราคา 5) โมเดล ARIMA คาดการณ์ราคาตัวเครื่องบินจะเพิ่มขึ้น 4% ในประเทศไทยและ 6% ในออสเตรเลียภายในกลางปี 2024 6) การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างราคา เช่น ความต้องการหลังล็อกดาวน์และราคาน้ำมันที่สูงขึ้น มีส่วนทำให้ราคาผันผวน 7) ความคลางแคลงใจใน

ทฤษฎีสมคบคิดเกิดจากการเปลี่ยนแปลงราคาอย่างกะทันหันในช่วงเหตุการณ์ต่าง ๆ 8) ความไม่โปร่งใสในการกำหนดราคาและการสื่อสารของสายการบิน ทำให้เกิดความไม่ไว้วางใจและทฤษฎีสมคบคิด การสื่อสารที่ชัดเจนเกี่ยวกับปัจจัยเศรษฐกิจที่มีผลต่อราคาเป็นสิ่งจำเป็น

อภิปรายผล

การวิเคราะห์เชิงปริมาณแสดงให้เห็นว่าตัวแปรทางเศรษฐกิจโดยเฉพาะการฟื้นตัวของ GDP ต้นทุนเชื้อเพลิง อัตราเงินเฟ้อ และอัตราแลกเปลี่ยนเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดราคาตั๋วเครื่องบิน ในออสเตรเลียและไทย ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยซึ่งเน้นย้ำถึงความอ่อนไหวของราคาสายการบินต่อปัจจัยภายนอก โดยเฉพาะราคาน้ำมันซึ่งสอดคล้องกับ Gillen, D. & Morrison, W. (2019) แบบจำลอง ARIMA ให้ข้อมูลเชิงลึกเชิงทำนาย โดยคาดการณ์การเพิ่มขึ้นของราคา 4% สำหรับประเทศไทยและ 6% สำหรับออสเตรเลียภายในกลางปี 2024 ซึ่งขับเคลื่อนโดยอัตราเงินเฟ้อและต้นทุนการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้น การคาดการณ์เหล่านี้สอดคล้องกับทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ของเงินเฟ้อตามต้นทุน ซึ่งต้นทุนปัจจัยการผลิตที่เพิ่มขึ้น เช่น เชื้อเพลิงเครื่องบิน จะถูกส่งต่อไปยังผู้บริโภคผ่านราคาที่สูงขึ้น การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างที่ระบุในข้อมูลชุดเวลาสนับสนุนแนวคิดที่ว่าแรงกระแทกภายนอก มีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนแปลงราคาอย่างกะทันหัน สอดคล้องกับการค้นพบของ McCarthy, P. (2014) ที่การฟื้นตัวของ GDP และราคาน้ำมันที่สูงขึ้นสร้างแรงกดดันด้านราคาอย่างมาก การฟื้นตัวทางเศรษฐกิจของออสเตรเลียส่งผลให้ความต้องการเที่ยวบินเพิ่มขึ้น ซึ่งเมื่อรวมกับต้นทุนการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ค่าโดยสารสูงขึ้น แรงกดดันด้านเงินเฟ้อของไทยที่ระบุผ่านแบบจำลอง ARIMA(1,1,1) แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มขาขึ้นที่คล้ายคลึงกันในราคาตั๋ว ซึ่งสะท้อนถึงความสัมพันธ์ระหว่างราคาผู้บริโภคและต้นทุนการดำเนินงานของสายการบิน การรับรู้และความสงสัยของสาธารณะ ข้อมูลเชิงคุณภาพที่รวบรวมผ่าน FGD ได้แสดงถึงความไม่ไว้วางใจของสาธารณะต่อกลไกการกำหนดราคาของสายการบินในวงกว้าง ความสงสัยนี้มักแสดงออกมาในรูปแบบทฤษฎีสมคบคิด โดยนักเดินทางหลายคนเชื่อว่าสายการบินกำลังใช้ประโยชน์จากการฟื้นตัวหลังการระบาดใหญ่เพื่อปรับราคาตั๋วให้สูงขึ้นอย่างไม่เป็นธรรมชาติ ความกังวลที่คล้ายกันเกี่ยวกับความไม่โปร่งใสของราคาได้รับการสำรวจในเอกสารทางวิชาการ โดย Borenstein, S. (2022) ตรวจสอบว่าความไม่สมดุลของข้อมูลระหว่างสายการบินและผู้บริโภคก่อให้เกิดความสงสัยและความไม่ไว้วางใจได้อย่างไร ในงานวิจัยนี้ ความไม่พอใจของประชาชนถูกทำให้รุนแรงขึ้นจากการรับรู้ถึงการจัดการตลาด โดยเฉพาะในช่วงเวลาสำคัญ เช่น การเปิดพรมแดนอีกครั้ง ผลการค้นพบนี้สอดคล้องกับทฤษฎีเศรษฐศาสตร์พฤติกรรมของ Thaler, R. & Sunstein, C. (2018) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะไวต่อการขึ้นราคามากขึ้นเมื่อพวกเขาขาดความเข้าใจที่ชัดเจนเกี่ยวกับปัจจัยเบื้องหลัง การวิเคราะห์การแตกหักของโครงสร้างเผยให้เห็นการขึ้นราคาอย่างมีนัยสำคัญซึ่งเกิดขึ้นพร้อมกับแรงกระแทกภายนอก เช่น

การขึ้นราคา 15% ในออสเตรเลียหลังจากการเปิดพรมแดนอีกครั้ง และการขึ้นราคา 8% ในประเทศไทยเนื่องจากค่าธรรมเนียมสนามบินที่เพิ่มขึ้น แม้ว่าเหตุการณ์เหล่านี้จะมีเหตุผลทางเศรษฐกิจ แต่ก็ทำให้เกิดทฤษฎีสมคบคิดและความคลางแคลงใจ การรับรู้ดังกล่าวสอดคล้องกับการวิจัยก่อนหน้านี้ของ McAndrew, C. (2020) ซึ่งได้สำรวจจิตวิทยาของผู้บริโภคในตลาดศิลปะและพบว่า การขาดความโปร่งใสในกลยุทธ์การกำหนดราคา มักนำไปสู่การเก็งกำไรและความไม่ไว้วางใจ แม้ว่าการปรับขึ้นราคาจะสมเหตุสมผลทางเศรษฐกิจก็ตาม ในทำนองเดียวกัน การศึกษานี้แสดงให้เห็นว่า แม้ว่าปัจจัยทางเศรษฐกิจ เช่น ราคาน้ำมันที่สูงขึ้นและอัตราเงินเฟ้อ จะส่งผลต่อราคาตัวอย่างชัดเจน แต่การขาดการสื่อสารที่ชัดเจนจากสายการบินก็มีส่วนทำให้เกิดความเชื่อที่เพิ่มขึ้นว่าสายการบินกำลังใช้ประโยชน์จากสถานการณ์ดังกล่าว การสื่อสารและความไว้วางใจของสายการบินมีความสำคัญของการโปร่งใสในการกำหนดราคาเป็นประเด็นหลักในการศึกษานี้ ซึ่งสะท้อนถึงการค้นพบก่อนหน้านี้ของ Franke, M. & John, F. (2021) ที่ได้โต้แย้งว่าสายการบินสามารถปรับปรุงความไว้วางใจของผู้บริโภคได้โดยให้ข้อมูลที่ชัดเจนและละเอียดมากขึ้นเกี่ยวกับโครงสร้างการกำหนดราคา ในการศึกษา นักเดินทางและครอบครัวที่คำนึงถึงงบประมาณโดยเฉพาะ แสดงความไม่พอใจกับลักษณะที่ไม่โปร่งใสของการกำหนดราคาตัว โดยมักจะโทษการขึ้นราคากะทันหันของสายการบินว่าแสงหากำไรเกินควร

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการนำผลงานวิจัยไปใช้

1. ควรนำผลการวิจัยไปใช้ในการกำหนดนโยบายหรือแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมสายการบิน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการกำหนดราคาบัตรโดยสารให้มีความเหมาะสมกับปัจจัยแวดล้อมทางเศรษฐกิจและพฤติกรรมของผู้บริโภค
2. หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องควรนำข้อมูลเชิงลึกจากงานวิจัยไปใช้ในการวางแผนเชิงกลยุทธ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการเดินทางอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรเพิ่มจำนวนตัวแปรอิสระที่เกี่ยวข้อง เช่น ความถี่ของเที่ยวบิน คุณภาพการบริการ และโปรโมชั่นต่าง ๆ เพื่อให้ได้แบบจำลองที่ครอบคลุมและแม่นยำมากยิ่งขึ้น
2. ควรขยายช่วงเวลาในการเก็บข้อมูลให้ครอบคลุมช่วงก่อนและหลังเหตุการณ์สำคัญ เช่น การระบาดของโรคระบาด หรือวิกฤตเศรษฐกิจ เพื่อให้สามารถวิเคราะห์ผลกระทบได้อย่างครอบคลุมในมิติเวลาและสถานการณ์

บรรณานุกรม

- Barrett, S. (2021). *The economics of air transport*. Routledge.
- Borenstein, S. (2022). The evolution of U.S. airline competition. *Journal of Economic Perspectives*, 6(2), 45–73.
- De Wit, J., & Zuidberg, J. (2018). Route entry and competition in deregulated markets: An analysis of the US airline industry. *Journal of Air Transport Management*, 14(3), 121–129.
- Douglas, K., Sutton, R., & Cichocka, A. (2019). The psychology of conspiracy theories. *Current Directions in Psychological Science*, 28(5), 548–554.
- Forsyth, P. (2020). The economic regulation of airports and airlines. *Journal of Transport Economics and Policy*, 54(2), 151–168.
- Franke, M., & John, F. (2021). What comes next after recession? Airline industry scenarios and potential end games. *Journal of Air Transport Management*, 17(1), 19–26.
- Gillen, D., & Morrison, W. (2019). Measuring airport productivity and efficiency. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 121(1), 63–74.
- Graham, A. (2020). *Managing airports: An international perspective* (5th ed.). Routledge.
- Hyndman, R., & Athanasopoulos, G. (2018). *Forecasting: Principles and practice* (2nd ed.). OTexts.
- Imhoff, R., & Bruder, M. (2019). Speaking (un-)truth to power: Conspiracy mentality as a generalised political attitude. *European Journal of Personality*, 33(2), 159–179.
- Jayaram, A., et al. (2023). Elasticity-integrated pricing and allocation heuristic for airline revenue management. *Journal of Revenue and Pricing Management*, 23(2023), 1–13.
- Kejriwal, M., & Perron, P. (2013). A test for multiple structural changes in a time series. *Journal of Time Series Analysis*, 34(3), 222–238.
- McAndrew, C. (2020). *The Art Market 2020: An Art Basel & UBS report*. Art Basel & UBS. <https://www.artbasel.com/about/press/2020-report>

- McCarthy, P. (2014). *Transportation economics: Theory and practice: A case study approach*. Blackwell Publishing.
- Paethrangsi, N. (2024). Effect of revenue increase strategies to air freight operations for low-cost airlines in Thailand. *Test Engineering and Management*, 83(2024), 1689–1700.
- Thaler, R., & Sunstein, C. (2018). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. Yale University Press.
- van Prooijen, J., & van Vugt, M. (2018). Conspiracy theories: Evolved functions and psychological mechanisms. *Perspectives on Psychological Science*, 13(6), 770–788.
- Yin, Z. (2023). Analysis of the jet fuel price risk exposure and optimal hedging in the airline industry. *Highlights in Business Economics and Management*, 15(2023), 123–135.
- Zhang, Y., & Zhang, H. (2022). The impact of COVID-19 on airline ticket pricing: Evidence from the post-pandemic recovery phase. *Journal of Air Transport Management*, 9(6), 104–116.

แนวทางการพัฒนาการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ
เลือกใช้บริการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร
Guidelines for Developing Marketing Communication Through Social
Media Influencing Decision-Making in Selecting Eco-Friendly
Hotels in Bangkok.

วาริท วสยางกูร

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์ จังหวัดบุรีรัมย์, Warit_wa@rmutto.ac.th

อนิรุทธิ์ เจริญสุข

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์ จังหวัดบุรีรัมย์, Anirut_ja@rmutto.ac.th

กิตติยา แก้วสะเทือน

อาจารย์ประจำสาขาการศึกษาทั่วไป คณะศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์ จังหวัดบุรีรัมย์, Kittiya_ka@rmutto.ac.th

มนสิรัต ทอเกิด

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์ จังหวัดบุรีรัมย์, Monsirada_th@rmutto.ac.th

Warit Wasayangkul

Lecturer, Department of Tourism and Hospitality, Faculty of Liberal Arts
Rajamangala University of Technology Tawan-Ok : Chakrabongse Bhuvanarth Campus

Anirut Jaroensuk

Lecturer, Department of Tourism and Hospitality, Faculty of Liberal Arts
Rajamangala University of Technology Tawan-Ok : Chakrabongse Bhuvanarth Campus

Kittiya Kaewsathuan

Lecturer, Department of General Studies, Faculty of Liberal Arts
Rajamangala University of Technology Tawan-Ok : Chakrabongse Bhuvanarth Campus

Monsirada Thongkerd

Lecturer, Department of Tourism and Hospitality, Faculty of Liberal Arts
Rajamangala University of Technology Tawan-Ok : Chakrabongse Bhuvanarth Campus

รับเข้า : 10 มีนาคม 2568

แก้ไข : 8 เมษายน 2568

ตอบรับ : 11 เมษายน 2568

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร โดยใช้การวิจัยแบบผสมวิธี เก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากนักท่องเที่ยวชาวไทย 400 คน ที่ใช้บริการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานครผ่านแบบสอบถาม และวิจัยเชิงคุณภาพผ่านการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างกับผู้เชี่ยวชาญด้านการโรงแรมและผู้บริหารโรงแรมจำนวน 15 คน การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ ANOVA และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ ในขณะที่ข้อมูลเชิงคุณภาพการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 31–40 ปี การศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท รายได้มากกว่า 50,001 บาท/เดือน นักท่องเที่ยวนิยมใช้ Facebook และ Online Travel Agent (OTA) ในการหาข้อมูลและจองโรงแรม โดยระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ย 3–4 ชั่วโมง/วัน ช่วงเวลาที่ท่านเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์มากที่สุดคือ 18.01–22.00 น. จากทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่ความแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน ในส่วนของพฤติกรรมการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์โรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแตกต่างกันในทุกด้าน ผลการวิเคราะห์การถดถอยและค่าสัมประสิทธิ์ พบว่า ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านการโฆษณา และด้านการประชาสัมพันธ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร และผู้วิจัยค้นพบ Green Connect Model องค์ความรู้ใหม่เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ประกอบไปด้วย 1) EcoPromote 2) GreenTales 3) TrustVibe 4) GreenClockPost 5) EcoExperiAct และ 6) AgeGreenConnect

คำสำคัญ: การสื่อสารการตลาด การตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โมเดล Green Connect

Abstract

This research article aims to develop a strategic framework for enhancing marketing communication through social media to influence the decision-making

process of selecting environmentally friendly hotels in Bangkok. A mixed-methods approach was employed. Quantitative data were collected from 400 Thai tourists who had used environmentally friendly hotel services in Bangkok via questionnaires. Qualitative data were obtained through semi-structured interviews with 15 experts in the hotel industry and hotel executives. Quantitative data were analyzed using descriptive statistics such as frequency, percentage, mean, and standard deviation, as well as inferential statistics including ANOVA and multiple regression analysis. For qualitative data, content analysis was employed. The research findings revealed that the majority of tourists were male, aged between 31 and 40, held a bachelor's degree, worked as company employees, and earned more than 50,001 Baht per month. Most tourists preferred to use Facebook and Online Travel Agents (OTAs) for information search and hotel bookings, spending an average of 3–4 hours per day on social media, with peak usage between 18:01 and 22:00. Hypothesis testing indicated that differences in personal factors significantly affected decisions regarding environmentally friendly hotel services. Moreover, variations in social media marketing communication behaviors significantly influenced all aspects of social media marketing factors for eco-friendly hotels. Regression analysis showed that sales promotions, advertising, and public relations significantly influenced the decision to choose environmentally friendly hotels in Bangkok. Additionally, the researcher developed the Green Connect Model, a new body of knowledge aimed at guiding the development of social media marketing communication strategies to influence decisions regarding eco-friendly hotel services. This model comprises six key components: (1) EcoPromote, (2) GreenTales, (3) TrustVibe, (4) GreenClockPost, (5) EcoExperiAct, and (6) AgeGreenConnect.

Keywords Marketing Communication, Decision- Making, Environmentally Friendly Hotels, Green Connect Model

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจโลก โดยสร้างรายได้และการจ้างงานในหลายประเทศ อีกทั้งยังช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่นและส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืน ในปี 2022 อุตสาหกรรมนี้มีส่วนต่อ GDP โลกถึง 9.2% หรือประมาณ 7.6 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ และมีการจ้างงานกว่า 334 ล้านตำแหน่งทั่วโลก (World Travel & Tourism Council, 2023) ธุรกิจโรงแรมเป็น

ส่วนสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยให้บริการที่พักและบริการต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม การเติบโตของการท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทำให้แนวคิดโรงแรมสีเขียวได้รับความสนใจเพิ่มขึ้น เนื่องจากสามารถลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืน จากการสำรวจของ Global Sustainable Tourism Council (2024) พบว่า 81% ของนักท่องเที่ยวทั่วโลกต้องการเข้าพักในโรงแรมที่มีแนวทางดำเนินงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แม้ว่าจะมีค่าใช้จ่ายสูงขึ้น กรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวของประเทศไทย และเป็นหนึ่งในเมืองที่มีการเติบโตของธุรกิจโรงแรมรวดเร็วที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ด้วยความเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมของนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ ทำให้มีความต้องการที่พักหลากหลาย รวมถึงโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเมืองใหญ่ทำให้เกิดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้มีความจำเป็นในการส่งเสริมการใช้บริการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Department of Environmental Quality Promotion, 2022) จากความสำคัญข้างต้นจะเห็นว่าธุรกิจโรงแรมเป็นส่วนสำคัญของอุตสาหกรรมบริการ โดยต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะด้านความต้องการที่พักที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งได้รับความสนใจมากขึ้นในระดับโลก กรุงเทพมหานครมีการเติบโตของธุรกิจโรงแรมที่รวดเร็วและแข่งขันสูง ขณะเดียวกันก็เผชิญกับปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อสร้างการรับรู้และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย โรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจึงจำเป็นต้องใช้การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพ

ด้วยการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ประกอบกับกระแสการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์จึงกลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่โรงแรมต้องนำมาใช้ในการสร้างการรับรู้และจูงใจนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งต้องแข่งขันกันไม่เพียงแต่ด้านราคา แต่รวมถึงภาพลักษณ์ ความเชื่อมั่น และคุณค่าทางสิ่งแวดล้อมที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากขึ้น ด้วยเหตุนี้คณะผู้วิจัยจึงเห็นความจำเป็นเร่งด่วนในการศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ได้แนวทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับพฤติกรรมและความคาดหวังของผู้บริโภคในยุคใหม่ อีกทั้งยังช่วยสนับสนุนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการโรงแรมที่ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง งานวิจัยนี้จึงไม่เพียงแต่มีคุณค่าในเชิงวิชาการ หากแต่ยังมีความสำคัญต่อการผลักดันภาคธุรกิจโรงแรมไทยให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก และมีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระดับประเทศ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อปัจจัยสื่อการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์โรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในกรุงเทพมหานคร

การทบทวนวรรณกรรม

1. พฤติกรรมการสื่อสาร พฤติกรรมการสื่อสารเกี่ยวข้องกับกระบวนการส่ง รับ และตีความสาร ซึ่งได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางสังคมและเจตคติของผู้บริโภค (McQuail, 2010) ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Ajzen & Fishbein, 1975) ชี้ให้เห็นว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับเจตคติและบรรทัดฐานทางสังคม ขณะที่ทฤษฎีการประมวลผลสาร (Petty & Cacioppo, 1986) อธิบายว่าการโน้มน้าวใจสามารถเกิดขึ้นผ่านการประมวลผลข้อมูลหลักหรือข้อมูลเสริม โดยเฉพาะการใช้เนื้อหาเชิงเล่าเรื่องที่สามารถสร้างผลกระทบต่อการรับรู้แบรนด์ได้

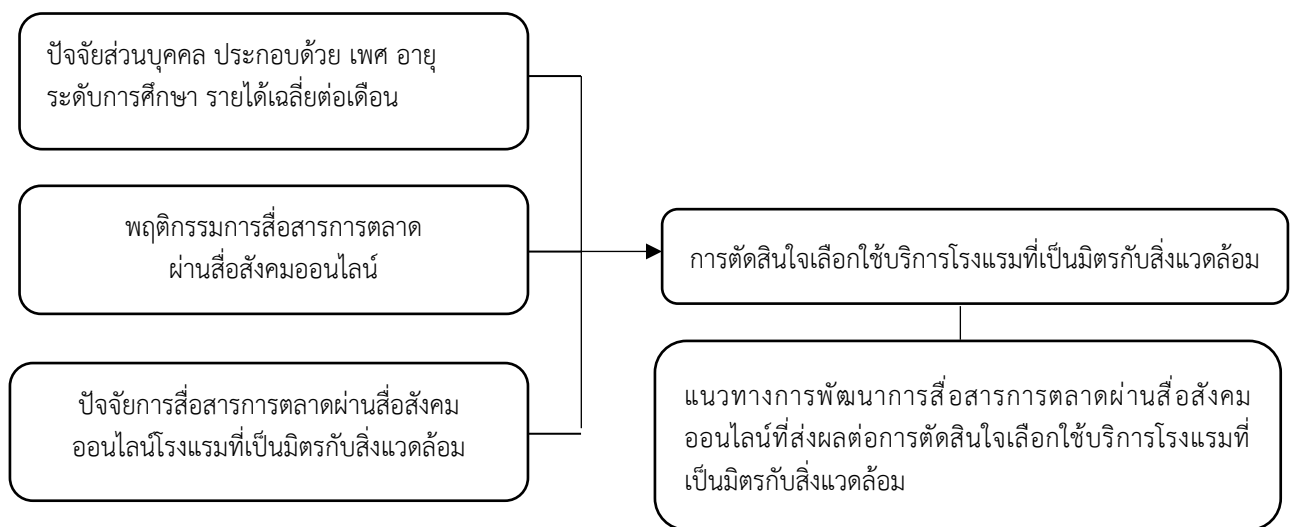
2. การสื่อสารการตลาด การสื่อสารการตลาดมีบทบาทในการสร้างแบรนด์และความภักดีของผู้บริโภค (Kotler & Keller, 2022) ปัจจัยหลัก ได้แก่ การโฆษณาเพื่อสร้างการรับรู้แบรนด์ การประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ การส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ และการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อสร้างความสัมพันธ์เชิงบวกกับผู้บริโภค นอกจากนี้สื่อสังคมออนไลน์ยังมีบทบาทสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจ โดยเฉพาะในประเด็นด้านความยั่งยืนและสิ่งแวดล้อม (Olsen et al., 2005)

3. การตัดสินใจเลือกใช้บริการ กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากปัจจัยภายในและภายนอก โดยอ้างอิงโมเดล EKB (Engel et al., 1995) ซึ่งประกอบด้วย 5 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการใช้บริการ

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่ามีงานวิจัยจำนวนมากที่ศึกษาเกี่ยวกับการตลาดดิจิทัลและการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในอุตสาหกรรมบริการ Sarwari (2024); Mangold & Faulds, 2009) อย่างไรก็ตาม การศึกษาเฉพาะเจาะจงเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการส่งเสริมโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานครยังมีอยู่อย่างจำกัด ส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยในระดับ

สากล เช่น Kim & Stepchenkova (2015) ที่ศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของแบรนด์ผ่านโซเชียลมีเดีย ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และ Kapoor et al (2022) ศึกษาประสิทธิผลของผู้มีอิทธิพลบนโซเชียลมีเดียด้านการท่องเที่ยว กรณีตัวอย่างของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ดังนั้นงานวิจัยนี้มีความสำคัญในการเติมเต็มช่องว่างองค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมสีเขียวในกรุงเทพมหานคร โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค และแนวทางที่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารด้านความยั่งยืนของโรงแรม

กรอบแนวคิดการวิจัย



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์โรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร

วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยผสมผสานวิธี (Mixed Methods Research) เชิงปริมาณโดยแบบสอบถาม และเชิงคุณภาพโดยวิธีการการสัมภาษณ์ เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาเชิงปริมาณ ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ในปี 2567 จำนวน 30.80 ล้านคน และการศึกษาเชิงคุณภาพ ประชากร คือ โรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Hotel) ที่ได้รับรองปี 2566-2567 ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 88 แห่ง (Department of Climate Change and Environment, 2024)

การหาขนาดกลุ่มตัวอย่างการศึกษาเชิงปริมาณ เนื่องด้วยผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนและไม่ทราบสัดส่วนของประชากร ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการคำนวณโดยใช้สูตรของ W.G. Cochran (Cochran, 1977) จึงได้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จำนวน 400 คน ใช้กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์การใช้บริการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ช่วยให้ข้อมูลที่ได้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยมากขึ้น การสุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก (Convenient Sampling) และการศึกษาเชิงคุณภาพกับผู้เชี่ยวชาญด้านการโรงแรมและผู้บริหารโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร จำนวน 15 คน โดยการจับฉลากโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Hotel) ที่ได้รับรองปี 2566-2567 ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 88 แห่ง (Department of Climate Change and Environment, 2024) จับฉลากเหลือ 20 โรงแรม จะเห็นได้ว่าจากจับฉลากโรงแรมจำนวน 20 แห่งจาก 88 แห่ง คิดเป็นประมาณ 22.7% ของกลุ่มประชากรโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมทั้งหมด ซึ่งถือเป็นสัดส่วนที่เหมาะสมในการศึกษาแนวทางการพัฒนาการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของโรงแรมสีเขียวในกรุงเทพมหานคร (Creswell & Creswell, 2018) และกำหนดกลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณจากนักท่องเที่ยวโรงแรมละ 20 คน รวมเป็น 400 คน ในส่วนของการสัมภาษณ์เชิงลึกใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการโรงแรม 5 คน และผู้บริหารโรงแรม 10 คน รวมทั้งสิ้น 15 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

นักวิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักในการเก็บข้อมูล จากโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร จำนวน 20 แห่งจากการจับฉลาก โดยปฏิบัติตามหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ แบบสอบถามสำหรับการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ แบ่งเป็น 4 ส่วน ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ในส่วนที่ 2) พฤติกรรมการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และ 3) ปัจจัยสื่อ

การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ใช้มาตราส่วนลิเคิร์ต 5 ระดับ (5=เห็นด้วยมากที่สุด ถึง 1=เห็นด้วยน้อยที่สุด) และ 4) ข้อเสนอแนะ สำหรับการศึกษาเชิงคุณภาพใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ประเด็นหลักในการสัมภาษณ์ คือ การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และแนวทางการพัฒนาการสื่อสารการตลาด ซึ่งแบบสอบถามเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรง (IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ประกอบไปด้วยผู้เชี่ยวชาญด้านการโรงแรม นักวิชาการด้านการตลาดการท่องเที่ยว ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อสังคมออนไลน์ ผู้เชี่ยวชาญด้านพฤติกรรมผู้บริโภค และที่ปรึกษาด้านสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาอย่างยั่งยืน ผู้เชี่ยวชาญช่วยประเมิน ความตรงของเนื้อหา (Content Validity) และความชัดเจนของคำถาม รวมถึงให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงเพื่อให้เครื่องมือวิจัยสามารถเก็บข้อมูลที่มีความถูกต้อง มีค่าความเที่ยงตรง ตั้งแต่ 0.50-1.00 จากได้รับข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ เครื่องมือวิจัยถูกนำไปทดสอบเบื้องต้น เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะเดียวกันกับกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาวิจัย ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการทำวิจัยครั้งนี้ โดยทำการเก็บข้อมูลจำนวน 30 ชุด โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) สำหรับหาค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่นของครอนบาค (Cronbach) หาค่าจำแนกเป็นรายข้อ โดยใช้เทคนิค item-total correlation มีค่าสัมประสิทธิ์อยู่ระหว่าง 0.906- 0.972 ซึ่งมากกว่า 0.7 ถือว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นในระดับที่ยอมรับได้ (Nunnally & Bernstein, 1994)

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ ANOVA และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ในขณะที่ข้อมูลเชิงคุณภาพ การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยการจำแนกหมวดหมู่และสรุปผลในรูปแบบความเรียง การเก็บข้อมูลดำเนินการระหว่างเดือนกรกฎาคม 2567 ถึงมกราคม 2568 โดยปฏิบัติตามหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ และได้รับการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก (No. 052/2567)

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ผลการวิจัยพบว่า เพศชายมีจำนวนมากที่สุดร้อยละ 57 ช่วงอายุที่พบมากที่สุดคือ 31-40 ปี ร้อยละ 48 ระดับการศึกษาปริญญาตรีมีสัดส่วนสูงสุดร้อยละ 61 ในส่วนของอาชีพหลักเป็นพนักงานบริษัท ร้อยละ 43 ส่วนรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป มีสัดส่วนสูงสุดร้อยละ 27 ขณะที่สถานภาพโสดมีจำนวนมากที่สุดร้อยละ 56

ตารางที่ 1 แสดงผลทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1

ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนบุคคล	F	Sig.
เพศ	4.706	0.003*
อายุ	5.005	0.001*
ระดับการศึกษา	4.308	0.009*
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	5.105	0.002*
สถานภาพ	4.009	0.020*

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 1 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อหาข้อมูล/แลกเปลี่ยนข้อมูลมากที่สุด รองลงมาคือติดต่อกับบุคคลที่รู้จักและซื้อสินค้า/บริการ สำหรับแพลตฟอร์มยอดนิยมสูงสุดคือ Facebook และ Online Travel Agent สำหรับการจองโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ย 3-4 ชั่วโมงต่อวันเป็นช่วงเวลายอดนิยม ความถี่การใช้งาน 10 ครั้งขึ้นไปต่อวันสูงที่สุด และช่วงเวลา 18.01-22.00 น. เป็นช่วงที่ผู้ใช้เข้าใช้งานมากที่สุด

ตารางที่ 2 แสดงผลทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2

พฤติกรรมการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยสื่อการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์โรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน

พฤติกรรมการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์	การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์โรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม									
	ด้านการโฆษณา		ด้านการประชาสัมพันธ์		ด้านการส่งเสริมการขาย		ด้านการจัดกิจกรรมพิเศษ		ภาพรวม	
	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.
เหตุผลการใช้สื่อสังคมออนไลน์	5.609	0.001*	4.300	0.015*	6.102	0.000*	3.804	0.028*	5.105	0.003*

ตารางที่ 2 แสดงผลทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2

พฤติกรรมการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยสื่อการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์โรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน

พฤติกรรมกร สื่อสารการตลาด ผ่านสื่อสังคม ออนไลน์	การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์โรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม								ภาพรวม	
	ด้านการโฆษณา		ด้านการ ประชาสัมพันธ์		ด้านการส่งเสริม การขาย		ด้านการจัด กิจกรรมพิเศษ			
	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.
การใช้บริการสื่อสังคมออนไลน์	6.206	0.000*	5.409	0.001*	4.704	0.004*	3.901	0.020*	5.803	0.001*
การใช้บริการการ จองที่โรงแรมที่ เป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อมผ่าน สื่อสังคมออนไลน์	7.008	0.000*	6.502	0.000*	5.908	0.001*	4.800	0.010*	6.208	0.000*
ระยะเวลาโดย เฉลี่ยในการเข้าใช้ สื่อสังคมออนไลน์	4.809	0.003*	4.200	0.015*	3.703	0.035*	3.401	0.045*	4.306	0.008*
ความถี่ในการเข้า ใช้สื่อสังคม ออนไลน์	5.108	0.002*	4.504	0.010*	4.002	0.018*	3.609	0.032*	4.801	0.004*
ช่วงเวลาที่ท่านเข้า ใช้สื่อสังคม ออนไลน์	5.500	0.001*	5.005	0.003*	4.209	0.015*	4.000	0.020*	5.106	0.002*

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 พบว่า พฤติกรรมการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์โรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในทุกด้าน ทั้งการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการจัดกิจกรรมพิเศษ

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาปัจจัยการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 3 แสดงปัจจัยสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านการโฆษณา	4.36	0.76	มาก
ด้านการส่งเสริมการขาย	4.16	0.62	มาก
ด้านการประชาสัมพันธ์	4.10	0.52	มาก
ด้านการจัดกิจกรรมพิเศษ	4.06	0.51	มาก

จากตารางที่ 3 ปัจจัยสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยในภาพรวมแต่ละด้านพบว่า ปัจจัยด้านการโฆษณา ค่าเฉลี่ย 4.36 สูงกว่าทุกปัจจัย รองลงมาปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ย 4.16 ลำดับถัดไปปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ย 4.10 และปัจจัยด้านการจัดกิจกรรมพิเศษค่าเฉลี่ย 4.06 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงผลทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3

การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ปัจจัยการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ในกรุงเทพมหานคร				
	Beta	t	Sig.	Multicollinearity (VIF Value)
1. ด้านการส่งเสริมการขาย	0.52	7.50	0.00*	1.95
2. ด้านการโฆษณา	0.42	5.33	0.00*	1.86
3. ด้านการประชาสัมพันธ์	0.33	3.18	0.03*	1.62
4. ด้านการจัดกิจกรรมพิเศษ	0.25	2.00	0.14*	1.36

R = 0.873, Adjust R² = 0.756

จากตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยและค่าสัมประสิทธิ์ (Beta) ที่บ่งชี้อิทธิพลของตัวแปรอิสระ (ปัจจัยการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์) ต่อตัวแปรตาม (การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร) ผลการวิเคราะห์แสดงในรูปของค่าสัมประสิทธิ์ ซึ่งเป็นค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยที่ช่วยให้สามารถเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ได้โดยตรงในแง่ของอำนาจการอธิบายสัมพันธ์ของตัวแปรตาม (Hair et al., 2006) ผลการวิเคราะห์ระบุ ว่า 1) ด้านการส่งเสริมการขาย 2) ด้านการโฆษณา และ 3) ด้านการประชาสัมพันธ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร ($p < 0.05$) และทิศทาง

ของปัจจัยการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์เป็นไปในทางบวก ซึ่งแสดงให้เห็นว่าด้านการส่งเสริมการขายเป็นตัวแปรที่มีประสิทธิภาพมากกว่าในการอธิบายการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในการศึกษานี้ อย่างไรก็ตามปัจจัยด้านการจัดกิจกรรมพิเศษไม่พบว่ามีผลเกี่ยวข้องกับตัวแปรตาม ซึ่งแสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านการจัดกิจกรรมพิเศษนี้ไม่ใช่ตัวแปรอธิบายที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ เหตุผลของการค้นพบนี้อธิบายได้ว่าการออกบูธตามงาน การจัดกิจกรรมให้ลูกค้าเข้าร่วมซึ่งรางวัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การจัด Roadshow ตามสถานที่ต่าง ๆ อาจไม่ใช่ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร เมื่อเปรียบเทียบกับส่งเสริมการขาย การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้เนื่องจากปัจจัยสามประการหลังถือเป็นองค์ประกอบหลักของการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร ความสัมพันธ์แบบพหุคูณซึ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระสองตัวหรือมากกว่านั้น ยังได้รับการทดสอบด้วยปัจจัย Multicollinearity (VIF Value) เพื่อพิจารณาว่าตัวแปรอิสระมีความเกี่ยวข้องกันอย่างไร (Hair et al., 2019) เมื่อตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันสูง จะไม่สามารถระบุผลแยกกันของตัวแปรอิสระตัวใดตัวหนึ่งต่อตัวแปรตามได้ (Black, 2023) ในการศึกษานี้ เกณฑ์ตัดสินของค่า VIF ถูกกำหนดไว้สูงสุดที่ 10 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้ของการมีตัวแปรร่วมหลายตัว (Hair et al., 2019) ตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่าค่า VIF อยู่ในช่วง 1.36 ถึง 1.95 ซึ่งบ่งชี้ว่าแบบจำลองการถดถอยที่ใช้ในการศึกษานี้เป็นที่ยอมรับในการกำหนดผลของตัวแปรอิสระต่อตัวแปรตาม

วัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในกรุงเทพมหานคร จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและผู้บริหารโรงแรม Green Hotel พบว่า ควรใช้แพลตฟอร์มหลัก ได้แก่ Facebook Instagram TikTok YouTube และ X โดยเน้นกลยุทธ์เล่าเรื่องความยั่งยืน สร้างแคมเปญสิ่งแวดล้อม ใช้แฮชแท็กเฉพาะ และเผยแพร่เนื้อหาอย่างต่อเนื่อง อุปสรรคที่พบ ได้แก่ การแข่งขันสูง ความไม่เชื่อมั่นเรื่อง Greenwashing และข้อจำกัดด้านทรัพยากร ขณะที่ตัวชี้วัดความสำเร็จแนะนำให้ใช้ Engagement Rate การรับรู้ภาพลักษณ์ และยอดจองที่เชื่อมโยงกับแคมเปญ แนวทางพัฒนา คือ การเพิ่มความหลากหลายของเนื้อหา ใช้เทคโนโลยีวิเคราะห์ข้อมูล และสร้างเนื้อหาตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย พร้อมทั้งควรได้รับการสนับสนุนจากภายนอก เช่น การอบรม การผลิตวิดีโอ และการให้คำปรึกษา โดยแนะนำให้สร้างความร่วมมือกับองค์กรสิ่งแวดล้อม จัดกิจกรรม CSR และใช้การตลาดแบบอินเทอร์แอคทีฟเพื่อสร้างความไว้วางใจและการมีส่วนร่วมจากลูกค้า

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่ความแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน สอดคล้องกับ Kotler and Keller (2022) ที่ชี้ให้เห็นว่าเพศมีผลต่อรูปแบบการตอบสนองทางการตลาด Choi et al (2015) ที่พบว่าอายุของผู้บริโภคส่งผลต่อระดับความสนใจในความยั่งยืน โดยกลุ่มอายุที่มากกว่าจะให้ความสำคัญกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากกว่ากลุ่มวัยรุ่น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานของ Rahman et al (2017) ซึ่งพบว่าระดับการศึกษา มีผลต่อการตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อมและพฤติกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในบริบทของผู้เข้าพักโรงแรม ในส่วนของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สอดคล้องกับ Manaktola & Jauhari (2007) ระบุว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงมีแนวโน้มเลือกโรงแรมสีเขียวมากกว่า เพราะมีแรงจูงใจเชิงจริยธรรม และคาดหวังคุณภาพการบริการที่ตอบสนองไลฟ์สไตล์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และสถานภาพ สะท้อนให้เห็นว่า กลุ่มบุคคลที่มีสถานภาพแตกต่างกัน ได้แก่ โสด สมรส หรือสมรส อาจมีพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการโรงแรมที่แตกต่างกัน งานวิจัยของ Lee et al (2010) พบว่านักท่องเที่ยวที่มีครอบครัวหรือคู่สมรส มีแนวโน้มตอบสนองต่อกิจกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของโรงแรมได้ดีกว่ากลุ่มโสด เนื่องจากให้ความสำคัญกับผลกระทบระยะยาวของสิ่งแวดล้อมต่อครอบครัว

ผลการวิจัยในวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า พฤติกรรมการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์โรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในทุกด้าน ทั้งการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการจัดกิจกรรมพิเศษ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Xiang & Gretzel (2010) ที่ยืนยันว่าการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการวางแผนการเลือกโรงแรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มนักท่องเที่ยวดิจิทัลรุ่นใหม่ การวิเคราะห์ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Sigala (2018) ที่เสนอว่าแพลตฟอร์มออนไลน์และ UGC (User Generated Content) มีผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของแบรนด์โรงแรม

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า ผลการวิเคราะห์การถดถอยแสดงให้เห็นว่าการส่งเสริมการขาย การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะการส่งเสริมการขายมีอิทธิพลมากที่สุด สอดคล้องกับ Kotler et al (2017) ที่กล่าวว่า การตลาดที่มีจุดเน้นเรื่องคุณค่า (value-driven marketing) โดยเฉพาะด้านราคาและสิทธิพิเศษ เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล โดยเฉพาะในธุรกิจโรงแรมที่ลูกค้าให้ความสำคัญกับสิ่งจูงใจในการตัดสินใจซื้อ ในส่วนของด้านการโฆษณา สอดคล้องกับ Bilgihan et al (2016) พบว่า การโฆษณาในช่องทางดิจิทัล โดยเฉพาะโฆษณาที่เน้นภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (eco-friendly image) ส่งผลในเชิงบวกต่อทัศนคติและความตั้งใจในการจองที่พักของลูกค้า และการประชาสัมพันธ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

เลือกใช้บริการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร แสดงให้เห็นว่าการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและความสัมพันธ์กับผู้บริโภคผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ สอดคล้องกับ Han et al (2009) พบว่า การประชาสัมพันธ์แบบ CSR และ Eco-Branding ผ่านสื่อออนไลน์ ช่วยเสริมภาพลักษณ์ของโรงแรมและเพิ่มความเชื่อมั่นจากผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกโรงแรมที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 4 พบว่า แนวทางการพัฒนาการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร นำเสนอแนวทางผ่านโมเดล Green Connect การศึกษาครั้งนี้ได้สร้างองค์ความรู้ใหม่ในด้านการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม Green Connect Model เชื่อมโยงระหว่างกลยุทธ์การสื่อสาร การส่งเสริมการขาย และเน้นความยั่งยืนในโรงแรมสีเขียว ผ่านการออกแบบเนื้อหา การเลือกแพลตฟอร์ม และกิจกรรมที่ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายหลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ดังแผนภาพที่ 2



แผนภาพที่ 2 แสดงองค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย Green Connect Model

จากแผนภาพที่ 2 แสดงให้เห็นว่าโมเดล Green Connect ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบหลัก ช่วยพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดสำหรับโรงแรมสีเขียว ดังนี้

1) EcoPromote การส่งเสริมการขายเชิงดิจิทัลผ่าน Online Travel Agencies (OTAs) โดยใช้โปรโมชั่นที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม เช่น ส่วนลดพิเศษสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยรถไฟ หรือ

แพ็คเกจที่รวมกิจกรรมเชิงอนุรักษ์

2) GreenTales การเล่าเรื่องผ่าน Storytelling เพื่อสร้างแรงบันดาลใจ โดยนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความมุ่งมั่นของโรงแรมในการลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์ วัสดุรีไซเคิล หรือการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น วิดีโอสั้นที่เล่าถึงการใช้พลังงานหมุนเวียนของโรงแรม

3) TrustVibe การสร้างความน่าเชื่อถือผ่าน รีวิวออนไลน์และ Influencer Marketing โดยการร่วมมือกับบล็อกเกอร์ด้านการท่องเที่ยวเชิงยั่งยืน หรือใช้รีวิวจากลูกค้าจริงเป็นจุดขายเพื่อเพิ่มความเชื่อมั่น

4) GreenClockPost การเผยแพร่เนื้อหาในช่วง Prime Time เพื่อเพิ่มการเข้าถึงของโพสต์ การโพสต์คอนเทนต์ส่งเสริมความยั่งยืนของโรงแรมในช่วง 18:00 – 21:00 น. ซึ่งเป็นเวลาที่ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์มีการใช้งานสูงสุด

5) EcoExperiAct การจัดกิจกรรมเชิงประสบการณ์เพื่อสร้าง Brand Loyalty เช่น จัดกิจกรรมปลูกป่าร่วมกับแขกที่เข้าพัก หรือการให้แขกมีส่วนร่วมในโครงการลดขยะอาหารของโรงแรม

6) AgeGreenConnect ออกแบบเนื้อหาให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มอายุที่แตกต่าง กัน เช่น Gen Z สนใจเนื้อหาสั้นและกระชับผ่าน TikTok หรือ Instagram Reels ขณะที่ Millennials และ Gen X ต้องการอ่านบทความเชิงลึกหรือรีวิวเกี่ยวกับมาตรฐานโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ทั้งนี้ โมเดล Green Connect ยังสามารถนำไปใช้ในการออกแบบแผนกลยุทธ์การตลาดรายเดือน เช่น การกำหนดช่วงเวลาโพสต์ (GreenClockPost) ที่ตรงกับพฤติกรรมใช้งานจริงของกลุ่มเป้าหมาย หรือการแบ่งเนื้อหาตามเจนเอเรชัน (AgeGreenConnect) ซึ่งแนวทางนี้สอดคล้องกับข้อเสนอของ Buhalis & Sinarta (2019) ที่กล่าวว่าการตลาดแบบ Personalized และ Omni-channel จะเพิ่มโอกาสในการสร้าง Engagement และ Brand Loyalty ได้สูงกว่าการสื่อสารทั่วไป

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

การพัฒนาแนวทางการสื่อสารการตลาดเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ผ่าน Green Connect Model ซึ่งเป็นองค์ความรู้ใหม่เพื่อการสื่อสารการตลาดสีเขียวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โมเดลนี้ถูกออกแบบขึ้นเพื่อเชื่อมโยงระหว่าง การสื่อสารเชิงสิ่งแวดล้อมและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ดังนี้

1) EcoPromote เน้นการใช้โปรโมชันที่สนับสนุนพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เช่น แพ็คเกจส่งเสริมการใช้ระบบขนส่งมวลชน หรือกิจกรรมอนุรักษ์ เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายที่มีจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม

2) GreenTales ใช้ Storytelling ถ่ายทอดความตั้งใจของโรงแรมในการดำเนินธุรกิจ

อย่างยั่งยืน เช่น การลดการใช้พลังงาน การใช้วัสดุรีไซเคิล หรือกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อม

3) TrustVibe สร้างความน่าเชื่อถือด้วยรีวิวจากลูกค้าจริง และความร่วมมือกับ Influencer ที่มีแนวทางสอดคล้องกับแนวคิดความยั่งยืน

4) GreenClockPost มุ่งวางแผนการเผยแพร่เนื้อหาอย่างมีประสิทธิภาพ โดยคำนึงถึงช่วงเวลาที่กลุ่มเป้าหมายมีแนวโน้มใช้งานสื่อออนไลน์สูงสุด เพื่อเพิ่มการรับรู้และการมีส่วนร่วม

5) EcoExperiAct พัฒนา Brand Loyalty ผ่านกิจกรรมประสบการณ์ เช่น การเชิญชวนลูกค้าร่วมปลูกป่า หรือเข้าร่วมกิจกรรมลดขยะอาหาร

6) AgeGreenConnect ออกแบบเนื้อหาให้เหมาะสมกับลักษณะของกลุ่มเป้าหมายแต่ละช่วงวัย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสาร เช่น เนื้อหาสั้นผ่าน TikTok สำหรับ Gen Z หรือบทความเชิงลึกสำหรับ Millennials และ Gen X

ในส่วนของข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานรัฐบาล พัฒนาเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พร้อมข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมและข้อเสนอพิเศษ จัดอบรมการใช้สื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์แนวทางความยั่งยืน ในเชิงนโยบาย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม นำ Green Connect Model ไปพัฒนาเป็นกรอบยุทธศาสตร์เพื่อสร้างมาตรฐานการสื่อสารการตลาดสำหรับโรงแรมที่ได้รับรองด้านความยั่งยืน โดยใช้เครื่องมือดิจิทัลเป็นตัวกลางสนับสนุนความเข้าใจของประชาชน และสร้างความเชื่อมั่นในโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในระดับประเทศ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป เพื่อยกระดับการสื่อสารการตลาดของโรงแรมสีเขียวในอนาคต ควรส่งเสริมการประยุกต์ใช้ Green Connect Model อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อม พร้อมทั้งพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดดิจิทัล

บรรณานุกรม

- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1975). A Bayesian analysis of attribution processes. *Psychological Bulletin*, 82(2), 261.
- Bilgihan, A., Barreda, A., Okumus, F., & Nusair, K. (2016). Consumer perception of knowledge-sharing in travel-related online social networks. *Tourism Management*, 52, 287–296.
- Black, K. (2023). *Business statistics: For contemporary decision making*. John Wiley & Sons.

- Buhalis, D., & Sinarta, Y. (2019). Real-time co-creation and nowness service: Lessons from tourism and hospitality. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(5), 563–582.
- Choi, H., Jang, J., & Kandampully, J. (2015). Application of the extended VBN theory to understand consumers' decisions about green hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 51, 87–95.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage Publications.
- Department of Climate Change and Environment. (2024). *Hotel database of environmentally friendly hotel projects*. <https://greenhotelthai.com>
- Department of Environmental Quality Promotion. (2022). *Annual environmental situation report*. <https://www.deqp.go.th/publication/annual-report-2022>
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer behavior* (6th ed.). Dryden Press.
- Global Sustainable Tourism Council. (2024). *Booking.com sustainable travel report 2024*. <https://www.gstcouncil.org/booking-sustainable-travel-report>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Han, H., Hsu, L. T. J., & Lee, J. S. (2009). Empirical investigation of the roles of attitudes toward green behaviors, overall image, gender, and age in hotel customers' eco-friendly decision-making process. *International Journal of Hospitality Management*, 28(4), 519–528.
- Kapoor, P. S., Balaji, M. S., Jiang, Y., & Jebarajakirthy, C. (2022). Effectiveness of travel social media influencers: A case of eco-friendly hotels. *Journal of Travel Research*, 61(5), 1138–1155.
- Kim, H., & Stepchenkova, S. (2015). Effect of tourist photographs on attitudes towards destination: Manifest and latent content. *Tourism Management*, 49, 29–41.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson.
- Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J. C., & Baloglu, S. (2017). *Marketing for hospitality and tourism*. Pearson.

- Lee, J. S., Hsu, L. T., Han, H., & Kim, Y. (2010). Understanding how consumers view green hotels: How a hotel's green image can influence behavioural intentions. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(7), 901–914.
- Mangold, W. G., & Faulds, D. J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. *Business Horizons*, 52(4), 357–365.
- Manaktola, K., & Jauhari, V. (2007). Exploring consumer attitude and behaviour towards green practices in the lodging industry in India. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19(5), 364–377.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (16th ed.). Sage.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). The assessment of reliability. In *Psychometric theory* (3rd ed., pp. 248–292).
- Olsen, M. D., Chung, Y., Graf, N., Lee, K., & Madanoglu, M. (2005). Branding: Myth and reality in the hotel industry. *Journal of Retail & Leisure Property*, 4, 146–162.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). *Communication and persuasion: Central and peripheral routes to attitude change*. Springer-Verlag.
- Rahman, I., Reynolds, D., & Svaren, S. (2017). How "green" are North American hotels? An exploration of low-cost adoption practices. *International Journal of Hospitality Management*, 67, 17–27.
- Sarwari, D. S. (2024). The role of sustainable management practices and social media in shaping Generation Z's preferences for environment-friendly hotels. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 7(2), 10–53819.
- Shimp, T. A., & Andrews, J. C. (2018). *Advertising, promotion, and other aspects of integrated marketing communications* (10th ed.). Cengage Learning.
- Sigala, M. (2018). Social media and customer engagement in the hospitality industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(6), 2303–2321.
- World Travel & Tourism Council. (2023). *Travel & tourism economic impact 2023: Global trends and outlook*. <https://www.wttc.org>
- Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism Management*, 31(2), 179–188.

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดยุคใหม่ในมุมมองลูกค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า
ผ่านช่องทางช้อปปิ้งออนไลน์ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
Factors in the modern marketing mix from the perspective of
customers that affect the decision to purchase products through
online shopping channels in Lat Krabang District Bangkok.

ทิพมาศ รัตนพิทักษ์

อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ
Email tipamas.j@gmail.com

ทักษพร ดาวขาว

อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ
Email thaksaporn.daw@gmail.com

นเรศ ล้วนไพรินทร์

อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ
Email naret@gmail.com

Tipamas Rattanaphitak

Lecturer, Faculty of Business Administration Bangkok Suvarnabhumi University
Email tipamas.j@gmail.com

Thaksaporn Daokhaw

Lecturer, Faculty of Business Administration Bangkok Suvarnabhumi University
Email thaksaporn.daw@gmail.com

Naret Luanpairin

Lecturer, Faculty of Business Administration Bangkok Suvarnabhumi University
Email naret@gmail.com

รับเข้า : 12 มีนาคม 2568

แก้ไข : 1 เมษายน 2568

ตอบรับ : 4 เมษายน 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดยุคใหม่ในมุมมองลูกค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางช้อปปิ้งออนไลน์ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษามุมมองลูกค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางช้อปปิ้ง

ออนไลน์ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร 3) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดยุคใหม่ในมุมมองลูกค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางช้อปปิ้งออนไลน์ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าผ่านช่องทางช้อปปิ้งออนไลน์ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจและเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำไปเปรียบเทียบใช้สถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดยุคใหม่ในมุมมองลูกค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางช้อปปิ้งออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยรวมความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด 3 ด้าน ดังนี้ ด้านต้นทุน (Cost) ด้านความสะดวก (Convenience) ด้านความสบาย (Comfort) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 4 ด้าน ดังนี้ ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Caring) ด้านการติดต่อสื่อสาร (Communication) ด้านคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ (Customer) และด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ (Completion) ปัจจัยการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางช้อปปิ้งออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า โดยรวมความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด 3 ด้าน ดังนี้ ด้านการรับรู้ปัญหา ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ด้านการแสวงหาข้อมูล มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน ดังนี้ ด้านการประเมินทางเลือก และด้านการตัดสินใจซื้อ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดยุคใหม่ในมุมมองลูกค้า ด้านคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ (Customer) มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางช้อปปิ้งออนไลน์ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนประสมการตลาดยุคใหม่ การตัดสินใจซื้อสินค้า ช้อปปิ้งออนไลน์ ผู้บริโภค

Abstract

This research aims 1) to study the level of opinions on modern marketing mix factors from the customers' perspective that affect the decision to purchase products through online shopping channels in Lat Krabang District, Bangkok 2) To study customer perspectives that influence purchasing decisions via online shopping channels in Lat Krabang District, Bangkok, 3) To compare modern marketing mix factors from the

customer perspective that influence purchasing decisions through online shopping channels in Lat Krabang District, Bangkok, The sample group consisted of 400 consumers who purchased products through online shopping channels in Lat Krabang District, Bangkok, Convenience Sampling was used. The survey and data collection tools were questionnaires. Statistics used for analysis included frequency, percentage, mean, and standard deviation. Multiple Regression was used for comparison, The research results found that the factors of the modern marketing mix in the customer perspective that affect the decision to buy products through online shopping channels of consumers in Lat Krabang District, Bangkok, overall, the opinions of the respondents were at the highest level, When considering each aspect, there were three aspects with the highest opinions: Cost, Convenience, and Comfort, There were high levels of opinions in four areas: Caring, Communication, Customer Value, and Completion, Factors in deciding to purchase products through online shopping channels of consumers in Lat Krabang District, Bangkok. The research results found that overall, the opinions of the respondents were at the highest level, When considering each aspect, there were opinions at the highest level in 3 aspects: problem awareness, post-purchase behavior, and information seeking. There were opinions at the highest level in 2 aspects: alternative evaluation and purchase decision, Multiple Regression Analysis The research results found that the modern marketing mix factors from the customer's perspective in terms of the value that customers will receive (Customer) have an effect on the decision to buy products through online shopping channels in Lat Krabang District, Bangkok, with statistical significance at the .01 level.

Keywords: Modern Marketing Mix Factors, Purchase Decision, Online Shopping, Consumers

บทนำ

ในปัจจุบันได้เข้าสู่ยุคออนไลน์เน้นความง่ายในการใช้ชีวิต เมื่อยุคสมัยเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคย่อมเปลี่ยนแปลงไปตามเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา ในมุมมองการจับจ่ายใช้สอยผู้บริโภคเริ่มหันมาทำกิจกรรมต่างๆ ผ่านสมาร์ทโฟนกันมากขึ้น ทำให้การรับรู้และการเข้าถึงสื่อต่างๆ นั้นสะดวกมากขึ้นจากเดิม เมื่อพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ผู้ประกอบการย่อมต้องปรับตัว

ตามเช่นกัน เพื่อตอบสนองให้ทันต่อความต้องการของผู้บริโภค (เดอะ วอฟเฟิล ชัฟฟลาย เข้าสู่ยุคออนไลน์ เน้นความง่ายในการใช้ชีวิต, 2563)

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า วิเคราะห์ธุรกิจที่น่าจับตามองไตรมาสแรกปี 2567 อีคอมเมิร์ซ (E-commerce) โตต่อเนื่องชนิดแรงไม่หยุด จุดไม่อยู่ ปี 2566 มูลค่าตลาดธุรกิจอี-คอมเมิร์ซในไทย อยู่ที่ 6.34 แสนล้านบาท คาดปี 2567 มูลค่าตลาดจะแตะ 7 แสนล้านบาท แรงหนุนมาจากคนไทยแห่ซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ (E-commerce) กว่า 67% สอดคล้องตัวเลขการจดทะเบียนจัดตั้งนิติบุคคลของธุรกิจอีคอมเมิร์ซ (E-commerce) ใหม่เพิ่มขึ้นต่อเนื่องตลอด 6 ปีที่ผ่านมา ข้อมูลวิเคราะห์ธุรกิจที่น่าจับตามองไตรมาส 1/2567 ว่า อีคอมเมิร์ซ (E-commerce) เป็นธุรกิจที่มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ชนิดแรงไม่หยุด จุดไม่อยู่ ปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญมากที่สุด คือ พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลง รวมทั้ง การเปิดใจรับเทคโนโลยีเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันทั้งการดำรงชีวิตและเป็นเครื่องมือช่วยอำนวยความสะดวก โดยเฉพาะหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ผู้คนเปลี่ยนมุมมอง พร้อมเปิดรับเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาในชีวิต ส่งผลให้คนไทยมีจำนวนการใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้น โดยข้อมูลจาก www.datareporter.com (Digital 2024 : Thailand) พบว่า ปัจจุบันคนไทยใช้งานอินเทอร์เน็ต 63.21 ล้านคน (88%) ใช้งานเฉลี่ย 7 ชั่วโมง 58 นาทีต่อวัน โดยแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่คนไทยใช้งานมากที่สุด คือ Facebook, LINE และ TikTok ตามลำดับ เพื่อติดต่อครอบครัวและเพื่อน ติดตามข่าวสาร และซื้อสินค้าออนไลน์ โดยคนไทยใช้แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ (E-commerce) ซื้อสินค้าและบริการสูงถึง 66.90% (กองข้อมูลธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2567)

เนื่องจากในปัจจุบันมีธุรกิจอีคอมเมิร์ซ (E-commerce) หรือการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จำนวนมากเกิดขึ้นและมีแนวโน้มของการแข่งขันสูงขึ้น จึงเป็นเหตุผลให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดยุคใหม่ในมุมมองลูกค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางช้อปปิ้งออนไลน์ในเขตตลาดกระบี่ กรุงเทพมหานคร โดยการนำปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองลูกค้า (7Cs) และกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมาใช้ เพื่อให้ผู้ที่สนใจสามารถนำแนวทางที่ศึกษาได้ไปใช้กำหนดแผนกลยุทธ์ของธุรกิจออนไลน์ และพัฒนารูปแบบการให้บริการได้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด



ภาพที่ 1 : ธุรกิจอีคอมเมิร์ซ (E-commerce) ในไทยโตต่อเนื่อง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดยุคใหม่ในมุมมองลูกค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางช้อปปิ้งออนไลน์ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษามุมมองลูกค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางช้อปปิ้งออนไลน์ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดยุคใหม่ในมุมมองลูกค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางช้อปปิ้งออนไลน์ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดในมุมมองลูกค้า (7Cs)

ธธีรธร ชีรขวัญโรจน์ และสุพจน์ กฤษณาธาร (2563) กล่าวว่า ธุรกิจจะต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยจะต้องพิจารณาถึงส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้า หรือ 7Cs ประกอบด้วย

1. คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ (Customer) หมายถึง ลูกค้าจะเลือกใช้บริการจากคุณค่าหรือคุณประโยชน์ต่างๆ ที่จะได้รับเมื่อเทียบกับเงินที่จ่าย
2. ความคุ้มค่า (Cost) หมายถึง ต้นทุนหรือเงินที่ลูกค้ายินดีที่จะจ่ายสำหรับบริการนั้นต้องคุ้มค่างับบริการที่จะได้รับ
3. ความสะดวก (Convenience) หมายถึง ความสะดวกสบายที่ลูกค้าได้รับ
4. การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง ลูกค้าย่อมต้องการได้รับข้อมูล/ข่าวสารอันเป็นประโยชน์จากธุรกิจที่จะส่งให้ลูกค้า
5. การดูแลเอาใจใส่ (Caring) หมายถึง ลูกค้าได้รับการเอาใจใส่ดูแลเป็นอย่างดีจากผู้ให้บริการหรือพนักงาน
6. ความสบาย (Comfort) หมายถึง สิ่งแวดล้อมของการให้บริการจะต้องสร้างความสบายตา ความสบายใจให้ลูกค้า
7. ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ (Completion) หมายถึง ลูกค้ามุ่งหวังที่จะได้รับการตอบสนองความต้องการอย่างสมบูรณ์แบบ ซึ่งในแต่ละธุรกิจบริการนั้นต้องตอบสนองความต้องการอย่างครบถ้วนไม่ขาดตกบกพร่อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์

1. ด้านการรับรู้ถึงความต้องการของปัญหา ปัญหาเกิดขึ้นเมื่อบุคคลรู้สึกถึงความแตกต่างระหว่างสภาพที่เป็นอุดมคติ (Ideal) จึงก่อให้เกิดความต้องการที่จะเติมเต็มส่วนต่างระหว่างสภาพอุดมคติกับสภาพที่เป็นจริง

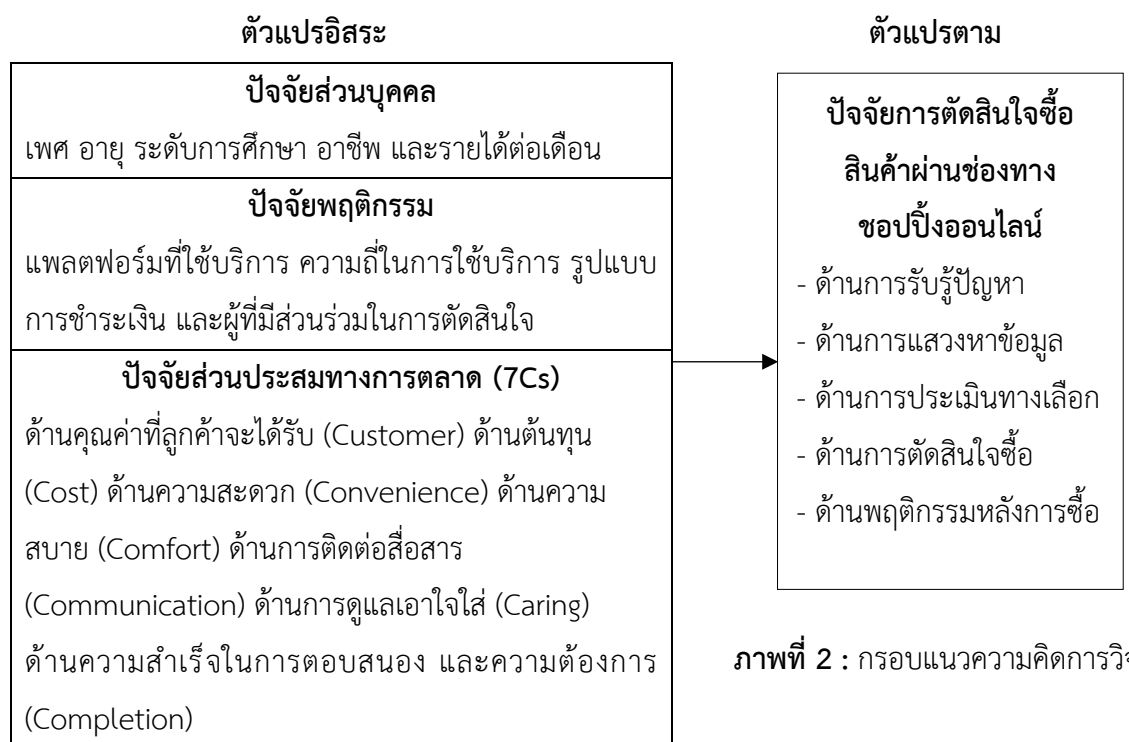
2. ด้านการแสวงหาข้อมูล การเสาะแสวงหาข้อมูลในการใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อ ทั้งนี้ อาจขึ้นอยู่กับปริมาณของข้อมูลที่เขาเมื่ออยู่เดิม ความรุนแรงของความปรารถนา หรือความสะดวกในการสืบเสาะหา

3. ด้านการประเมินทางเลือก การประเมินทางเลือกอาจจะประเมินโดยการเปรียบเทียบ ข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของแต่ละสินค้าและคัดสรรในการที่จะตัดสินใจเลือกซื้อจากหลากหลายตรา ยี่ห้อให้เหลือเพียงตราเดียว อาจขึ้นอยู่กับความเชื่อนิยมศรัทธาในตราสินค้านั้นๆ หรืออาจขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้บริโภคที่ผ่านมาในอดีต ทั้งนี้ มีแนวคิดในการพิจารณา เพื่อช่วยประเมินและตัดสินใจได้ง่ายขึ้น ดังนี้ คุณสมบัติ ระดับความสำคัญ ความเชื่อถือต่อตรา ยี่ห้อ ความพอใจ และ กระบวนการประเมิน เป็นต้น

4. ด้านการตัดสินใจซื้อ การตัดสินใจสำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดแตกต่างกัน คือ ผลิตภัณฑ์ บางอย่างต้องการข้อมูลมาก ต้องใช้ระยะเวลาในการเปรียบเทียบนาน แต่บางผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคไม่ ต้องการระยะเวลาการตัดสินใจนาน

5. ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ หลังจากมีการซื้อแล้ว ผู้บริโภคจะได้รับประสบการณ์ในการ บริโภค ซึ่งอาจจะได้รับความพอใจหรือไม่พอใจก็ได้ ถ้าพอใจผู้บริโภคได้รับทราบถึงข้อดีต่างๆ ของ สินค้าทำให้เกิดการซื้อซ้ำได้หรืออาจมีการแนะนำให้เกิดลูกค้ารายใหม่ แต่ถ้าไม่พอใจ ผู้บริโภคอาจ เลิกซื้อสินค้านั้นๆ ในครั้งต่อไป และอาจส่งผลเสียต่อเนื่องจากการบอกต่อ ทำให้ลูกค้าซื้อสินค้า น้อยลงตามไปด้วย

กรอบแนวความคิดการวิจัย



ภาพที่ 2 : กรอบแนวความคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจและเก็บข้อมูล คือแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าผ่านช่องทางช้อปปิ้งออนไลน์ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ในกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงได้ใช้วิธีการคำนวณโดยใช้สูตร W.G. Cochran (1953) ระดับความน่าเชื่อถือร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ ± 5 ดังนี้

$$\text{สูตร } n = \frac{P (1-P) Z^2}{d^2}$$

n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

P แทน สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการ (0.5)

Z แทน ความมั่นใจที่กำหนดไว้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ

Z ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 มีค่าเท่ากับ 1.96 (มั่นใจ 95%)

D แทน สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ (0.05)

แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{0.5 (1-0.5) (1.96)^2}{0.05^2}$$

$$n = \frac{0.25 (3.8416)}{0.0025}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n = 384.16 \quad \sim n = 385$$

ดังนั้น ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องเก็บ คือ 385 คน และในการเก็บข้อมูลอาจจะพบความไม่สมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม เพื่อป้องกันการผิดพลาดและให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นจากการทบทวนแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 คำถามปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางช้อปปิ้งออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ตอนที่ 2 คำถามปัจจัยพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางช้อปปิ้งออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ได้แก่ แพลตฟอร์มที่ใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ รูปแบบการชำระเงิน และผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ

ตอนที่ 3 คำถามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดยุคใหม่ในมุมมองลูกค้า (7Cs) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางช้อปปิ้งออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ (Customer) ด้านต้นทุน (Cost) ด้านความสะดวก (Convenience) ด้านความสบาย (Comfort) ด้านการติดต่อสื่อสาร (Communication) ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Caring) และด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ (Completion)

ตอนที่ 4 คำถามปัจจัยการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางช้อปปิ้งออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านการรับรู้ปัญหา ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบ แก้ไขเพิ่มเติมแล้วเสนอต่อคณะกรรมการและผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา และภาษาที่ใช้ โดยมีเกณฑ์การพิจารณา ค่า IOC ที่มีค่าตั้งแต่ 0.50-1.00 เป็นแบบสอบถามที่สามารถนำไปใช้เป็น แบบสอบถามได้ และสอบถามที่มีค่าต่ำกว่า 0.50 ควรพิจารณาปรับปรุงหรือตัดออก แล้วพิจารณาแบบสอบถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.50-1.00 เป็นแบบสอบถาม แล้วทำการแก้ไขก่อนนำไปทดลองใช้ (Try Out) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้ (สุรพงษ์ คงสัตย์ และธีรชาติ ธรรมวงศ์, 2551)

ผลการทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาได้ค่า IOC เท่ากับ 0.824 นั้นหมายความว่ามีความเที่ยงตรง สามารถนำแบบสอบถามไปใช้ได้

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้วิธีการทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำไปเปรียบเทียบใช้สถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

มาตรวัดประเมินค่า (Rating Scale) แบบลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale) สรุปเกณฑ์การแปลความหมายของข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น คะแนนเฉลี่ย ระดับความคิดเห็น (เพ็ญแข ศิริวรรณ และคณะ, 2551)

4.21 – 5.00	หมายถึง	ผู้บริโภคมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด
3.41 – 4.20	หมายถึง	ผู้บริโภคมีความคิดเห็นในระดับมาก
2.61 – 3.40	หมายถึง	ผู้บริโภคมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง	ผู้บริโภคมีความคิดเห็นในระดับน้อย
1.00 – 1.80	หมายถึง	ผู้บริโภคมีความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางช้อปปิ้งออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59.00 มีอายุ 20-30 ปี จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.75 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.25 และมีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.25

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางช้อปปิ้งออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางช้อปปิ้งออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
เลือกแพลตฟอร์มที่ใช้บริการ Shopee	118	29.50
ความถี่ในการใช้บริการ 4-6 ครั้งต่อเดือน	163	40.75
รูปแบบการชำระเงิน Mobile Banking	132	33.00
ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเพื่อน	128	32.00

จากตารางที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางช้อปปิ้งออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามเลือกแพลตฟอร์มที่ใช้บริการ Shopee จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50 ความถี่ในการใช้บริการ 4-6 ครั้งต่อเดือน จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.75 รูปแบบการชำระเงิน Mobile Banking จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 และผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเพื่อน จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดยุคใหม่ในมุมมองลูกค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางช้อปปิ้งออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดยุคใหม่ในมุมมองลูกค้า (7Cs)	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
ด้านต้นทุน (Cost)	4.44	0.71	มากที่สุด
ด้านความสะดวก (Convenience)	4.40	0.70	มากที่สุด
ด้านความสบาย (Comfort)	4.21	0.72	มากที่สุด

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดยุคใหม่ในมุมมองลูกค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางชอปปิงออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดยุคใหม่ในมุมมองลูกค้า (7Cs)	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Caring)	4.20	0.73	มาก
ด้านการติดต่อสื่อสาร (Communication)	4.18	0.70	มาก
ด้านคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ (Customer)	4.13	0.76	มาก
ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ (Completion)	3.98	0.92	มาก
รวม	4.22	0.74	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดยุคใหม่ในมุมมองลูกค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางชอปปิงออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า โดยรวมความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.22$, S.D.=0.74) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด 3 ด้าน ดังนี้ ด้านต้นทุน (Cost) ($\bar{X}=4.44$, S.D.=0.71) ด้านความสะดวก (Convenience) ($\bar{X}=4.40$, S.D.=0.70) ด้านความสบาย (Comfort) ($\bar{X}=4.21$, S.D.=0.72) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 4 ด้าน ดังนี้ ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Caring) ($\bar{X}=4.20$, S.D.=0.73) ด้านการติดต่อสื่อสาร (Communication) ($\bar{X}=4.18$, S.D.=0.70) ด้านคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ (Customer) ($\bar{X}=4.13$, S.D.=0.76) และด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ (Completion) ($\bar{X}=3.98$, S.D.=0.92)

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทาง ชอปปิงออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยการตัดสินใจซื้อ 5 ด้าน	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
ด้านการรับรู้ปัญหา	4.48	0.70	มากที่สุด
ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ	4.38	0.75	มากที่สุด
ด้านการแสวงหาข้อมูล	4.32	0.73	มากที่สุด
ด้านการประเมินทางเลือก	4.18	0.72	มาก
ด้านการตัดสินใจซื้อ	4.17	0.76	มาก
รวม	4.30	0.73	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางช้อปปิ้งออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า โดยรวมความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.30$, S.D.=0.73) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด 3 ด้าน ดังนี้ ด้านการรับรู้ปัญหา ($\bar{X}=4.48$, S.D.=0.70) ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ($\bar{X}=4.38$, S.D.=0.75) ด้านการแสวงหาข้อมูล ($\bar{X}=4.32$, S.D.=0.73) มี 2 ด้าน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน ดังนี้ ด้านการประเมินทางเลือก ($\bar{X}=4.18$, S.D.=0.72) และด้านการตัดสินใจซื้อ ($\bar{X}=4.17$, S.D.=0.76)

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดยุคใหม่ในมุมมองลูกค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางช้อปปิ้งออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.042	.137	29.439	.000			
	X ₁	.149	.054	2.732	.007	.137	7.308	
	X ₂	-.133	.098	-1.357	.175	.018	20.871	
	X ₃	.027	.068	.0395	.693	.092	10.822	
	X ₄	-.030	.066	-.453	.651	.098	10.254	
	X ₅	.078	.057	1.386	.167	.137	7.308	
	X ₆	-.016	.051	-.316	.752	.246	4.072	
	X ₇	.013	.017	.759	.448	.995	1.005	

a. Dependent Variable รวมการตัดสินใจ

จากตารางที่ 4 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรต้นสามารถพยากรณ์การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางช้อปปิ้งออนไลน์ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร แสดงให้เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดยุคใหม่ในมุมมองลูกค้า ด้านคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ (Customer)X₁ Sig.= .007 มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางช้อปปิ้งออนไลน์ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ในขณะที่ด้านต้นทุน (Cost) X₂ Sig.= .175 ด้านความสะดวก (Convenience)X₃ Sig.= .693 ด้านความสบาย (Comfort)X₄ Sig.= .651 ด้านการติดต่อสื่อสาร (Communication)X₅ Sig.=

.167 ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Caring) X_6 Sig.= .752 ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ (Completion) X_7 Sig.= .448 ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางช้อปปิ้งออนไลน์ในเขตตลาดกระบี่ กรุงเทพมหานคร

อภิปรายผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดยุคใหม่ในมุมมองลูกค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางช้อปปิ้งออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตตลาดกระบี่ กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า โดยรวมความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ =4.22, S.D.=0.74) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด 3 ด้าน ดังนี้ ด้านต้นทุน (Cost) ($\bar{X}$ =4.44, S.D.=0.71) ด้านความสะดวก (Convenience) ($\bar{X}$ =4.40, S.D.=0.70) ด้านความสบาย (Comfort) ($\bar{X}$ =4.21, S.D.=0.72) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 4 ด้าน ดังนี้ ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Caring) ($\bar{X}$ =4.20, S.D.=0.73) ด้านการติดต่อสื่อสาร (Communication) ($\bar{X}$ =4.18, S.D.=0.70) ด้านคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ (Customer) ($\bar{X}$ =4.13, S.D.=0.76) และด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ (Completion) ($\bar{X}$ =3.98, S.D.=0.92) ตามลำดับ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการซื้อสินค้าผ่านช่องทางช้อปปิ้งออนไลน์มีราคาไม่แพงเกินจริง มีช่องทางติดต่อสื่อสารที่สะดวกรวดเร็ว และเมื่อพบปัญหาหรือข้อผิดพลาดสามารถยกเลิกคำสั่งซื้อได้ตามระยะเวลาที่กำหนด ซึ่งทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าการเสียต้นทุนน้อยในการซื้อสินค้ามีความคุ้มค่า ระบบมีวิธีการให้ความช่วยเหลือที่มีประสิทธิภาพช่วยให้ผู้บริโภครู้สึกถึงความเข้าใจและการรับบริการที่ดี สอดคล้องกับ ธนภฤต แก้วมณี (2560) ผลการวิจัยพบว่า เหตุผลสำคัญในการเลือกซื้อสินค้า คือ สินค้ามีคุณภาพ และสินค้ามีราคาถูกกว่าร้านอื่น และสอดคล้องกับ ชนก อริยะเดช และบุษกรณ ธิ์เจียะระ (2563) ผลการวิจัยพบว่า การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ร้านมีช่องทางติดต่อสื่อสารการติดต่อสั่งซื้อสินค้าที่รวดเร็วสะดวกสบาย และสามารถติดต่อประสานงานพนักงานได้อย่างรวดเร็ว เป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคออนไลน์ และสอดคล้องกับ Chanwitkan and Intuluck (2020) ที่เห็นว่าการประกอบธุรกิจให้สำเร็จไม่สามารถอาศัยมุมมองธุรกิจไปสู่ลูกค้าเพียงด้านเดียว แต่ต้องหันกลับมามองในมุมมองของลูกค้าเพื่อแสวงหาความต้องการที่แท้จริง เพื่อผสมผสานการบริการให้ถูกต้องตามกระแสความนิยมของตลาด

ปัจจัยการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางช้อปปิ้งออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตตลาดกระบี่ กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า โดยรวมความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ =4.30, S.D.=0.73) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด 3 ด้าน ดังนี้ ด้านการรับรู้ปัญหา $\bar{X}$ =4.48 (S.D.=0.70) ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ $\bar{X}$ =4.38 (S.D.=0.75) ด้านการแสวงหาข้อมูล $\bar{X}$ =4.32 (S.D.=0.73) มี 2 ด้าน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน ดังนี้ ด้านการ

ประเมินทางเลือก $\bar{X}=4.18$ (S.D.=0.72) และด้านการตัดสินใจซื้อ $\bar{X}=4.17$ (S.D.=0.76) ตามลำดับ ทั้งนี้อาจเป็นความกังวลในการซื้อสินค้าผ่านช่องทางช้อปปิ้งออนไลน์ เมื่อได้ดูรีวิวหรือความคิดเห็นของผู้ซื้อที่เคยซื้อสินค้าไปแล้วนั้นทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อถือ ช่วยกระตุ้นให้ความสนใจให้เข้ามาเลือกซื้อสินค้าได้มากกว่าช่องทางอื่น ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความไว้วางใจและความเชื่อมั่น มีโอกาสซื้อสินค้าและบอกต่อบุคคลอื่น สอดคล้องกับ จิตติมา จันทพร และญาภา ศรีวิฑูรย์ (2561) ผลการวิจัยพบว่า การเกิดภาพลักษณ์ตราสินค้าเริ่มจากการที่ผู้บริโภคได้ยินชื่อตราสินค้าได้พบเห็นจนเริ่มรู้จักตราสินค้าและทราบว่าตราสินค้านั้นเป็นตราสินค้าประเภทอะไร และสอดคล้องกับ ฉันทชนก เรืองภักดี (2557) ผลการวิจัยพบว่า ความภักดีตราสินค้า หมายถึง การวัดระดับและประเมินของลูกค้ายี่ห้อหรือผู้บริโภคที่มีความพอใจในตราสินค้า ทำให้เกิดการซื้ออย่างต่อเนื่อง หรือไม่สามารถเปลี่ยนใจไปใช้ตราสินค้าอื่นๆ ที่เป็นคู่แข่ง สอดคล้องกับ Mongkolthanit (2021) ที่ระบุว่าการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเกิดขึ้นจากอิทธิพลภายนอก เช่น ค่านิยม และทัศนคติ และอิทธิพลภายใน เช่น แรงจูงใจและการเรียนรู้ของผู้บริโภคเอง เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ตนเองหรือช่วยเติมเต็มความรู้สึกที่ขาดหายไป

การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า ตัวแปรต้นสามารถพยากรณ์การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางช้อปปิ้งออนไลน์ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร แสดงให้เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดยุคใหม่ในมุมมองลูกค้า ด้านคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ (Customer) X_1 Sig.= .007 มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางช้อปปิ้งออนไลน์ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสินค้ามีคุณภาพ ตรงตามคุณสมบัติในสื่อโฆษณา และมีการรับประกันสินค้า ในกรณีมีตำหนิ ผิดจากแบบที่สั่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ กันตพร สกฤพาศิษฐ์พันธ์ (2562) ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าด้วยตัวเอง จากร้านที่ขายสินค้ามีคุณภาพ และมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรรคเดช จันทระมานะ (2562) ผลการวิจัยพบว่า การนำสินค้าไปให้ถึงมือของลูกค้าโดยยึดหลักความมีประสิทธิภาพ ความถูกต้อง ความปลอดภัย และความรวดเร็ว

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดยุคใหม่ในมุมมองลูกค้าด้านต้นทุน (Cost to Customer) เป็นปัจจัยที่ทำให้ความพึงพอใจต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางช้อปปิ้งออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ดังต่อไปนี้

1. ผู้บริโภคควรคำนึงถึงหลักของความคุ้มค่าเป็นสำคัญ โดยนำสินค้าหรือบริการมาจำหน่ายผ่านช่องทางช้อปปิ้งออนไลน์ให้เหมาะสมกับต้นทุนค่าใช้จ่ายของผู้ขายและความสามารถในการซื้อของลูกค้า

2. จำนวนเงินที่ใช้จ่ายไปเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการถือว่าเป็นต้นทุนของผู้บริโภค ซึ่งจะมีความคาดหวังที่เพิ่มสูงขึ้นไปกับสินค้าหรือบริการนั้นๆ จึงควรนำเสนอสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพและติดตามผลเพื่อนำมาพัฒนา

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาความพึงพอใจ การบอกต่อ และการซื้อซ้ำ ของกลุ่มลูกค้าเดิม เพื่อนำไปสู่แนวทางการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดในการเพิ่มยอดขายจากกลุ่มลูกค้าเดิมและการขยายฐานลูกค้าใหม่จากการบอกต่อ

บรรณานุกรม

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2567). แรงแม่หยุด จุดไม่อยู่ ธุรกิจอีคอมเมิร์ซ เติบโตต่อเนื่อง คนไทยซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม อีคอมเมิร์ซ กว่า 67%. สืบค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2567, จาก <https://www.dbd.go.th/news/73190467>
- กันตพร สกุลพาณิชย์พันธ์. (2562). แนวทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายอุปกรณ์ทางการเกษตรร้านค้าพาณิชย์อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด (รายงานการศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- จิตติมา จันทพร, & ญาณ ศรีวิฑูรย์. (2561). ภาพลักษณ์ตราสินค้าโทรศัพท์มือถือจากประเทศจีนที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- ฉันทชนก เรืองภักดี. (2557). คุณค่าตราสินค้า คุณภาพการบริการ และความไว้วางใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ Power Bank ของผู้บริโภคที่ใช้ Smartphone และ Tablet ในกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เดอะ วอฟเฟิล ชัพพลาย. (2563). เข้าสู่ยุคออนไลน์ เน้นความง่ายในการใช้ชีวิต. สืบค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2567, จาก https://www.thewafflesupply.com/รายละเอียด/เข้าสู่ยุคออนไลน์_Und_/เน้นความง่ายในการใช้ชีวิต
- ธนภุต แก้วมณี. (2560). แผนการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายร้านเกษตรเซ็นเตอร์อำเภอจันทรา จังหวัดนครราชสีมา (รายงานการศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

- ธธีร์ธร ชีรขวัญโรจน์, & สุพจน์ ฤกษ์ภูธาร. (2563). การตลาดบริการ (พิมพ์ครั้งที่ 12). ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- เพ็ญแข ศิริวรรณ, & คณະ. (2551). สถิติเพื่อการวิจัย. เท็กซ์ แอนด์ เจอร์นัลพับลิเคชั่น.
- มนัสชนก อริยะเดช, & บุษกรณ์ ลีเจียะระ. (2563). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของ
ลูกค้า (7C's) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์วิทยาศาสตร์ของผู้บริโภคออนไลน์.
วารสารพัฒนาการเรียนรู้สมัยใหม่, 5(5), 100–111.
- สุรพงษ์ คงสัตย์, & ชีรชาติ ธรรมวงศ์. (2551). การหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC).
สืบค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2567, จาก <https://www.mcu.ac.th/article/detail/14329>
- สำนักงานเขตลาดกระบัง. (2567). สถิติประชากรตามทะเบียนราษฎร เขตลาดกระบัง. สืบค้นเมื่อ 15
พฤศจิกายน 2567, จาก <https://webportal.bangkok.go.th/ladkrabang>
- อรรคเดช จันทรมานะ. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนผ่านตลาดออนไลน์ใน
ประเทศไทย (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสยาม.
- Chanwitkan, N., & Intuluck, W. (2020). Marketing mix factors on consumer's perspectives
and brand equity affecting brand loyalty of Thai franchise coffee consumers
in Bangkok. *Dusit Thani College Journal*, 14(3), 526–547.
- Cochran, W. G. (1953). *Sampling techniques*. John Wiley & Sons.
- Mongkolthanit, R. (2021). *Factors affecting the decision to study piano online in the
Bangkok Metropolitan Area* (Master's thesis). Srinakharinwirot University.

แนวทางการพัฒนาการจัดการเรียนการสอนรูปแบบจากสหกิจศึกษาและ
การบูรณาการการทำงานกับการเรียนรู้ที่เหมาะสมสำหรับองค์กรผู้ใช้งาน
ภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรม

Guidelines for Developing Teaching Management Through Cooperative
Education and work Integration with Appropriate Learning for
Organizations Employing Graduates in the Tourism and Hotel Industry.

มะลิวรรณ ชื่องาม

มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, E-mail: maliwan.ch@northbkk.ac.th

จุฬารัตน์ เขมะโยธิน

มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, E-mail: Ckhemayodhin@gmail.com

ธิรพิทย์ ศรศักดิ์

มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, E-mail: Thirapit.so@northbkk.ac.th

Maliwan Chong ngam

North Bangkok University, Thailand

Chularat Khemayodhin

North Bangkok University, Thailand

Thirapit Sonsak

North Bangkok University, Thailand

รับเข้า : 21 มีนาคม 2568

แก้ไข : 10 เมษายน 2568

ตอบรับ : 11 เมษายน 2568

บทคัดย่อ

บทความวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความต้องการของภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรม ในการจัดการเรียนการสอนรูปแบบจากสหกิจศึกษาและการบูรณาการการทำงานกับการเรียนรู้ที่เหมาะสมสำหรับ องค์กรผู้ใช้งานภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรม และ 2) พัฒนาแนวทางการจัดการเรียนการสอนที่ เหมาะสมสำหรับองค์กรผู้ใช้งาน เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลหลัก แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ ตัวแทนผู้บริหาร โรงแรม/พนักงานโรงแรม ตัวแทนผู้บริหารภาครัฐ นักวิชาการ และนักศึกษา จำนวน 16 คน ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย พบว่า ภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรมมีความต้องการบัณฑิตที่สามารถใช้ทักษะใน สถานการณ์จริง ได้แก่ ทักษะการสื่อสารระหว่างบุคคล การจัดการบริการลูกค้า การบริหาร การจัดการงานและการ แก้ไขปัญหาภายใต้สถานการณ์ที่ท้าทาย โดยเฉพาะทักษะในการ ทำงานภายใต้สภาวะความกดดันและการปรับตัวใน สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ส่วน ของแนวทางการจัดการเรียนการสอนรูปแบบจากสหกิจศึกษาและ การบูรณาการการทำงานกับการ เรียนรู้ที่เหมาะสมสำหรับองค์กรผู้ใช้นิตภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและ โรงแรม พบว่า ต้อง เน้นการสร้างเชื่อมโยงระหว่างการเรียนรู้ในห้องเรียนกับประสบการณ์การทำงานจริง เช่น การ ฝึกงาน การสัมมนา การทำโครงการร่วมกับภาคอุตสาหกรรม และการพัฒนาแผนการเรียนการสอนที่ เน้นทักษะ เฉพาะทาง เช่น ทักษะการสื่อสาร การแก้ไขปัญหาในสถานการณ์จริง และการทำงานเป็น ทีม นอกจากนี้ การสร้าง ความร่วมมือระหว่างสถาบันศึกษากับองค์กรภาคอุตสาหกรรมเป็นสิ่ง สำคัญในการออกแบบหลักสูตรที่ตอบสนอง และตรงกับความต้องการของตลาดแรงงานใน ภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: การเรียนการสอนแบบสหกิจศึกษา การบูรณาการการทำงานกับการเรียนรู้ ภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรม

Abstract

This study aims to: (1) examine the needs of the tourism and hotel industry regarding the integration of work-integrated education (CWIE) and (2) develop guidelines for implementing CWIE in this sector. The methodology used qualitative research approach, this study gathers insights from key informants, including hotel executives, government officials, private sector representatives, academics, and students. Data were collected through interviews and analyzed using content analysis. The findings reveal that the tourism and hotel industry requires graduates to possess essential workplace competencies, including interpersonal communication, customer service management, task coordination, and problem-solving in complex situations. Notably, the ability to work under pressure and adapt to rapidly changing environments is highly valued. The study further highlights that an effective CWIE program should establish a strong connection between theoretical learning and practical application. Key components such as internships, industry-focused seminars, and collaborative projects with tourism and hospitality enterprises are critical in bridging this gap.

Moreover, curriculum development should prioritize industry-specific competencies, emphasizing communication, real-world problem-solving, and teamwork. Additionally, the research underscores the importance of fostering strong collaboration between educational institutions and industry stakeholders to design curricula that align with labor market demands. Strengthening this partnership is essential for ensuring that CWIE programs effectively prepare graduates for careers in the tourism and hospitality industry.

Keywords: Cooperative Education, Work-integrated Learning, Tourism and Hospitality Industry

บทนำ

ในปัจจุบันภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรมมีบทบาทสำคัญ ต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย ด้วยการเปิดเสรีด้านการบริการภายใต้กรอบข้อตกลงระดับอาเซียน โดยเฉพาะในสาขาการท่องเที่ยว (Tourism and Travel Related Services) มีเป้าหมายเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของ อุตสาหกรรมทั้งในระดับภูมิภาคและระดับสากล การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเปิดโอกาสให้บุคลากรจากหลากหลาย ประเทศเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาธุรกิจและขับเคลื่อนแรงงานในอุตสาหกรรมนี้ อย่างไรก็ตาม การเตรียมบุคลากรที่มีความพร้อมและคุณภาพสำหรับตลาดแรงงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรมยังคงเป็นความท้าทายที่สำคัญ จากผลการประเมินพบว่า ผู้สำเร็จการศึกษาในปัจจุบันยังขาดทักษะสำคัญที่จำเป็น เช่น ความสามารถในการสื่อสารระหว่างบุคคล การจัดการ ลูกค้า การแก้ไขปัญหาในสถานการณ์จริง และการปรับตัวภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็ว แผนพัฒนาด้านอุดมศึกษาของประเทศไทย (แผนด้านการอุดมศึกษาเพื่อผลิตและพัฒนากำลังคนของประเทศ ฉบับปรับปรุง พ.ศ.2566-2570) ได้เสนอแนวทางในการเชื่อมโยง การศึกษาและภาคอุตสาหกรรมเพื่อพัฒนาคุณภาพของบัณฑิตให้ตรงกับความ ต้องการของตลาดแรงงาน หนึ่งใน แนวทางสำคัญที่ได้รับการยอมรับ คือ การจัดการเรียนการสอนรูปแบบจากสหกิจศึกษาและการบูรณาการการทำงาน กับการเรียนรู้ หรือ Cooperative and Work-Integrated Education (CWIE) ซึ่งมุ่งเน้นการเสริมสร้างประสบการณ์ การทำงานจริงควบคู่กับการเรียนรู้ในชั้นเรียน ด้วยเหตุนี้ งานวิจัยนี้ จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการของภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรม รวมถึงพัฒนาแนวทางการ จัดการเรียนการสอนรูปแบบจากสหกิจศึกษาและการบูรณาการการทำงานกับการเรียนรู้ที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงความ ต้องการและความท้าทายของอุตสาหกรรม เพื่อให้สถาบันการศึกษาสามารถผลิตบัณฑิตที่มีความสามารถ

สอดคล้อง กับความต้องการของตลาด และสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรมในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการของภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรมในการจัดการเรียนการสอนรูปแบบ จากสหกิจศึกษาและการบูรณาการการทำงานกับการเรียนรู้ หรือ Cooperative and Work-Integrated Education (CWIE) ที่เหมาะสมสำหรับองค์กรผู้ใช้บัณฑิตภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรม

2. เพื่อพัฒนาแนวทางการจัดการเรียนการสอนรูปแบบจากสหกิจศึกษาและการบูรณาการการทำงานกับการเรียนรู้ หรือ Cooperative and Work-Integrated Education (CWIE) ที่เหมาะสมสำหรับองค์กรผู้ใช้บัณฑิต ภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรม

วิธีการวิจัย

ในการวิจัยเชิงคุณภาพกำหนดผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) โดยวิธีการกำหนดและเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purpose Sampling) มีจำนวน 16 คน ตามวิธี Delphi Technique โดยกำหนดคุณสมบัติ ของผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

1. ตัวแทนผู้บริหารโรงแรม/พนักงานโรงแรม ทำงานมาแล้วไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 6 คน
2. ตัวแทนผู้บริหารภาครัฐ มีประสบการณ์การทำงานที่กรมการท่องเที่ยว มีตำแหน่งระดับหัวหน้างานขึ้นไป ทำงานมาแล้วไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 3 คน
3. นักวิชาการประกอบด้วย อาจารย์ผู้สอนในสาขาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว มีประสบการณ์การสอนแล้วไม่น้อยกว่า 5 ปี ขึ้นไป จำนวน 2 ท่าน
4. นักศึกษา ที่เรียนในสาขาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว ชั้นปีที่ 4 ที่ลงทะเบียนในรายวิชาสหกิจศึกษา จำนวน 6 คน

1. กลุ่มตัวอย่าง ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) คือ ผู้บริหารโรงแรม/พนักงานโรงแรม ผู้บริหารภาครัฐ นักวิชาการและ นักศึกษา จำนวน 16 คน ตามวิธี Delphi Technique

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการจัดการเรียนการสอนรูปแบบจากสหกิจศึกษาและการบูรณาการการทำงานกับการเรียนรู้ที่เหมาะสมสำหรับองค์กรผู้ใช้บัณฑิตภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรม แบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ประกอบด้วย ชื่อ-สกุล ตำแหน่งงาน สถานประกอบการ ประสบการณ์การทำงาน

ส่วนที่ 2 ความต้องการของภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรมในการจัดการเรียนการสอนรูปแบบ จากสหกิจศึกษาและการบูรณาการการทำงานกับการเรียนรู้ หรือ Cooperative and Work-Integrated Education (CWIE) ที่เหมาะสมสำหรับองค์กรผู้ใช้บัณฑิตภาคอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวและโรงแรม

ส่วนที่ 3 การพัฒนาแนวทางการจัดการเรียนการสอนรูปแบบจากสหกิจศึกษาและการบูรณาการการทำงานกับการเรียนรู้ หรือ Cooperative and Work-Integrated Education (CWIE) ที่เหมาะสมสำหรับองค์กรผู้ใช้บัณฑิต ภาคอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวและโรงแรม

วิธีการหาคุณภาพของเครื่องมือ ผู้วิจัยได้นำประเด็นที่ได้จากการศึกษาจากการทบทวนวรรณกรรม และกรอบแนวคิดมาใช้ในการจัดหมวดหมู่เนื้อหาให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิดที่กำหนดไว้ ตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหาตามกรอบแนวคิด ผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์ตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) เพื่อให้สามารถนำไปใช้ในการสัมภาษณ์ ในลำดับต่อไป

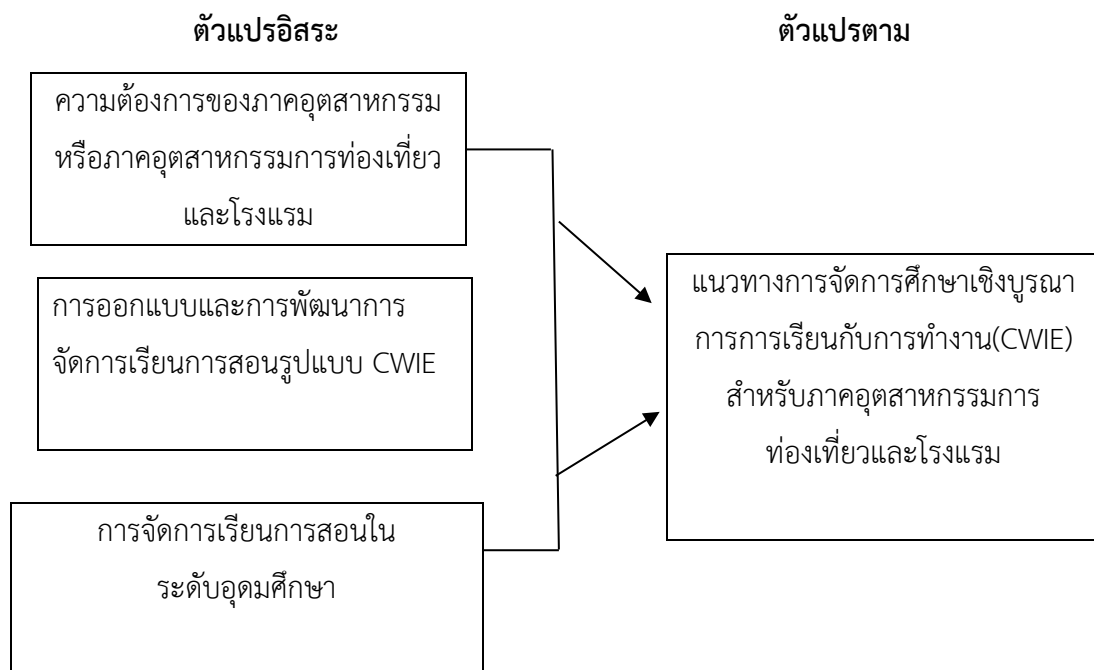
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการตามลำดับขั้นตอน ดังนี้ การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึก (in-depth Interview) เพื่อหาข้อมูลจากแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้อธิบายผลการศึกษาในวิธีการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึก (in-depth Interview) ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักโดยผู้วิจัยระบุประเด็นหัวข้อต่าง ๆ ที่ต้องการสัมภาษณ์เป็นข้อ ๆ ในระหว่างการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกข้อมูลโดยการจดบันทึกเพื่อเป็นหลักฐานยืนยันได้ใช้ในการวิเคราะห์รายละเอียดเพื่อหาข้อมูลมาสร้างแนวทางการพัฒนาการจัดการเรียนการสอนรูปแบบจากสหกิจศึกษาและการบูรณาการการทำงานกับการเรียนรู้ที่เหมาะสมสำหรับองค์กรผู้ใช้บัณฑิตภาคอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวและโรงแรม โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกดังนี้ 1) ตัวแทนผู้บริหารโรงแรม/พนักงานโรงแรม ทำงานมาแล้วไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 6 คน 2) ตัวแทนผู้บริหารภาครัฐ มีประสบการณ์การทำงานที่กรมการท่องเที่ยว มีตำแหน่ง ระดับหัวหน้างานขึ้นไป ทำงานมาแล้วไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 3 คน 3) นักวิชาการประกอบด้วย อาจารย์ผู้สอนในสาขาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว มีประสบการณ์การสอนแล้วไม่น้อยกว่า 5 ปี ขึ้นไป จำนวน 2 ท่าน 4) นักศึกษา ที่เรียนในสาขาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว ชั้นปีที่ 4 ที่ลงทะเบียนในรายวิชาสหกิจศึกษา ในภาคการศึกษาที่ 2/2567 จำนวน 6 คน

4. การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่รวบรวมได้ ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสัมภาษณ์ และจัดกลุ่มข้อมูล กลุ่มข้อมูลที่เกี่ยวข้องหรือมีความคล้ายคลึงกัน รวบรวมข้อมูลอยู่ในหัวข้อเดียวกัน การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) การวิเคราะห์ข้อมูลจากข้อความหรือเนื้อหาที่เก็บมา โดยการจัดกลุ่มเนื้อหาที่มีประเด็นสำคัญเหมือนกัน การวิเคราะห์ข้อมูลได้ทำการใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อให้ได้ข้อสรุปที่ตอบสนองความต้องการของภาคอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวและโรงแรมในการพัฒนาบัณฑิตที่มีทักษะที่เหมาะสมกับตลาดแรงงานในปัจจุบัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย แบ่งเป็น 2 ประเด็น ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. ผลการศึกษาความต้องการของภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรมในการจัดการเรียนการสอน รูปแบบจากสหกิจศึกษาและการบูรณาการการทำงานกับการเรียนรู้ หรือ Cooperative and Work-Integrated Education (CWIE) ที่เหมาะสมสำหรับองค์กรผู้ใช้บัณฑิต ภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรม โดยส่วนใหญ่ ภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรมมีความต้องการบัณฑิตที่มีทักษะเชิงปฏิบัติและทักษะเฉพาะทางที่สำคัญ ได้แก่ 1) ทักษะการสื่อสารระหว่างบุคคล พบว่า ต้องการบัณฑิตที่สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งใน ภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ เพื่อให้บริการลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย 2) ทักษะการจัดการ บริการลูกค้า

พบว่า ความสามารถในการเข้าใจความต้องการของลูกค้าและจัดการข้อร้องเรียนได้อย่างรวดเร็ว 3) ทักษะการบริหารจัดการงานและการแก้ไขปัญหา พบว่า บัณฑิตควรมีความสามารถในการวางแผนงาน ตัดสินใจใน สถานการณ์ที่ซับซ้อน และรับมือกับความท้าทายและ 4) ทักษะการปรับตัวในสภาพแวดล้อมที่ เปลี่ยนแปลง พบว่า ความสามารถในการทำงานภายใต้แรงกดดันและปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในสภาวะการ ทำงานจริง

2. 2. ผลการพัฒนาแนวทางการจัดการเรียนการสอนรูปแบบจากสหกิจศึกษาและการบูรณาการการทำงานกับ การเรียนรู้ หรือ Cooperative and Work-Integrated Education (CWIE) ที่เหมาะสมสำหรับองค์กรผู้ใช้บัณฑิต ภาควิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรม พบว่า แนวทางที่พัฒนาขึ้นเพื่อจัดการเรียนการสอนรูปแบบจากสหกิจศึกษาและการบูรณาการการทำงานกับการเรียนรู้ มี 5 องค์ประกอบสำคัญ ดังนี้ 1) การฝึกงานในสถานประกอบการจริง ด้วยการจัดให้นักศึกษาได้ฝึกงานในสภาพแวดล้อมจริงที่สอดคล้องกับอุตสาหกรรมเพื่อพัฒนาทักษะเชิงปฏิบัติ 2) การจัดกิจกรรมที่เชื่อมโยงการเรียนรู้ในห้องเรียนกับประสบการณ์จริง เช่น การสัมมนา การทำ โครงการร่วมกับสถานประกอบการ และการศึกษาดูงาน 3) การพัฒนาแผนการเรียน การสอนที่เน้นทักษะเฉพาะทาง เช่น ทักษะการบริการลูกค้า การจัดการโรงแรม และการแก้ปัญหาในสถานการณ์จริง 4) การประเมินผลการฝึกงานและการทำงานร่วมกับภาคอุตสาหกรรมมีการจัดระบบประเมินที่ชัดเจน โดยเน้นการวิเคราะห์พัฒนาการของนักศึกษา และ 5) การสร้างความร่วมมือ ระหว่างสถาบันการศึกษาและภาคอุตสาหกรรม โดยการส่งเสริมความร่วมมือที่แข็งแกร่งเพื่อการพัฒนาหลักสูตรที่ตอบโจทย์ตลาดแรงงาน

อภิปรายผล

งานวิจัยนี้พบว่า ความต้องการของภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรมในการจัดการเรียนการสอนรูปแบบจากสหกิจศึกษาและการบูรณาการการทำงานกับการเรียนรู้ หรือ Cooperative and Work-Integrated Education (CWIE) ที่เหมาะสมสำหรับองค์กรผู้ใช้บัณฑิตภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรม ประกอบด้วย ทักษะการจัดการบริการลูกค้า ทักษะการแก้ไขปัญหาภายใต้ความกดดันและการปรับตัวในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทักษะการบริหารจัดการงานและการทำงานเป็นทีมในสถานการณ์ที่ท้าทาย การที่ภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรมต้องการบัณฑิตที่มีทักษะการสื่อสารที่ดีนั้น สอดคล้องกับธรรมชาติของอุตสาหกรรมที่ต้องมีการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าหลายกลุ่ม เช่น ลูกค้าชาวต่างชาติและลูกค้ากลุ่มพิเศษต่าง ๆ ดังนั้น ทักษะการสื่อสารจึงเป็นสิ่งที่ไม่สามารถมองข้ามได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เรืองยศ วัชรเกตุ (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ เครือข่ายพัฒนาสหกิจศึกษาภาคกลางตอนบน พบว่าปัจจัยซึ่งมีความสำคัญต่อการเรียนรู้ในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาตามความคิดเห็นของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ เครือข่ายพัฒนาสหกิจศึกษาภาคกลาง

ตอนบน คือ ปัจจัยด้านแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ รองลงมา คือ ด้านการปรับตัวในสถานการณ์ต่าง ๆ ด้านการประยุกต์ใช้ความรู้ทางวิชาการกับการปฏิบัติงาน ด้านความคิดอย่างมีเหตุผล และด้านทัศนคติในการทำงาน ตามลำดับ การเรียนรู้ก่อนและหลังการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ เครือข่ายพัฒนาสหกิจศึกษาภาคกลางตอนบน ทั้ง 5 ด้าน คือ ด้านคุณธรรมจริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ ด้านความรู้ความสามารถ ด้านทักษะทางปัญญา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ และด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ภาระทิพย์ เจริญราษฎร์ และ ระศักดิ์ เกษจันทร์. (2566). จากผลการประเมินทักษะของนักศึกษาที่ผ่านการปฏิบัติ CWIE นานาชาติ ทั้ง 8 ทักษะ พบว่า สถานประกอบการมีความคิดเห็นต่อการประเมินผลการปฏิบัติสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงานนานาชาติ (CWIE) โดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ซึ่งประกอบไปด้วย 1) ด้านทักษะการคิดอย่างมีวิจารณญาณและคิดแก้ปัญหา 2) ด้านทักษะเชิงนวัตกรรม และการคิดสร้างสรรค์ 3) ด้านทักษะความยืดหยุ่นและการปรับตัว 4) ด้านทักษะความเป็นผู้นำและการประสานความร่วมมือ 5) ด้านทักษะการสื่อสารสารสนเทศและการตระหนักรู้ 6) ด้านทักษะเทคโนโลยีสารสนเทศ 7) ด้านทักษะการเรียนรู้ และการตระหนักรู้ทางสังคม 8) ด้านทักษะคุณธรรม จากผลการประเมินทักษะของนักศึกษาที่ผ่านการปฏิบัติ CWIE นานาชาติ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อินทรา มีอินทร์เกิด (2562) ศึกษาเรื่องการบูรณาการการจัดการสหกิจศึกษาเพื่อสร้างบัณฑิตเชิงผู้ประกอบการที่ระบุว่า ควรมีการส่งเสริมให้นักศึกษาสหกิจศึกษามีการพัฒนาทักษะความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มีทักษะในการปรับตัวและร่วมมือกับผู้อื่นในการแก้ไขปัญหาและสามารถวางแผนดำเนินโครงการได้ด้วยตนเอง และเกี่ยวข้องกับ วิไลลักษณ์ ขาวสอาด (2561) ศึกษาเรื่องประสิทธิผลของสหกิจศึกษา : กรณีศึกษาอุดมศึกษาไทยที่ระบุว่า ประสิทธิผลของสหกิจศึกษาในด้านคุณภาพของนักศึกษาสามารถวัดได้จากประสบการณ์ในการทำงานของนักศึกษาและทักษะต่าง ๆ ในการทำงานของนักศึกษามือออกฝึกสหกิจศึกษา และเกี่ยวข้องกับ กานดา จันทร์แย้ม (2565) ทักษะที่จำเป็นสำหรับเยาวชนเพื่อเข้าสู่ตลาดแรงงานในยุคศตวรรษที่ 21: กรณีศึกษา ภาคใต้ประเทศไทย ที่ระบุว่า ทักษะที่จำเป็นสำหรับเยาวชนในพื้นที่ภาคใต้เพื่อเข้าสู่ตลาดแรงงานประกอบด้วย 6 ทักษะที่สำคัญคือ การสื่อสาร การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ความคิดสร้างสรรค์ ความคิดเชิงวิจารณญาณ การทำงานร่วมกับผู้อื่น และความรับผิดชอบ

ส่วนการพัฒนาแนวทางการจัดการเรียนการสอนรูปแบบจากสหกิจศึกษาและการบูรณาการการทำงานกับ การเรียนรู้ หรือ Cooperative and Work-Integrated Education (CWIE) ที่เหมาะสมสำหรับองค์กรผู้ใช้บัณฑิต ภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรมประกอบด้วย ทักษะการสื่อสาร การทำงานเป็นทีม และทักษะการแก้ปัญหา การมีความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษาและภาคอุตสาหกรรม รวมถึงการพัฒนาแผนการเรียนการสอนที่เน้นทักษะเฉพาะทาง จะช่วยให้

บัณฑิตสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดแรงงานในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ กองยกระดับคุณภาพการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษา สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2567). แนวปฏิบัติที่ดีในการจัดหลักสูตร CWIE ครอบคลุมตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ โดยเริ่มจากกระทรวงการอุดมศึกษาฯ สร้างนโยบายสนับสนุนการจัดหลักสูตร CWIE สถาบันอุดมศึกษาและสถานประกอบการร่วมกัน พัฒนาระบบการดำเนินงานโดยการร่วมออกแบบหลักสูตรและการดำเนินงานซึ่งส่งผลให้เกิดผลลัพธ์ที่ดี คือ ได้กำลังคนที่มีความสมรรถนะสูง โดยแนวปฏิบัติที่ดีจะนำเสนอในรูปแบบโมเดล ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย แบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ 1) ระดับกระทรวง อว. ควรสนับสนุนให้มีการจัดตั้งศูนย์ CWIE ระดับกระทรวง สนับสนุนการจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันอุดมศึกษาและสถานประกอบการ จัดสรรงบประมาณสนับสนุนการดำเนินงาน CWIE และการวิจัยพัฒนา จัดทำฐานข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงาน CWIE ส่งเสริมการพัฒนาแนวทางและมาตรฐานการจัดทำหลักสูตร CWIE ร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการปรับปรุงกระบวนการขอรับสิทธิประโยชน์ทางภาษี และกำหนดค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสมให้กับนักศึกษา รวมไปถึงปรับปรุงเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์ตำแหน่งงาน CWIE และ 2) ระดับสถาบันอุดมศึกษา ควรสนับสนุนการจัดตั้งศูนย์ CWIE ระดับสถาบันอุดมศึกษา สร้างเครือข่ายกับหน่วยงานอิสระเพื่อรับการสนับสนุนทุนและงบประมาณ สร้างฐานข้อมูลการดำเนินงาน CWIE ระดับหลักสูตรคณะ และสถาบันอุดมศึกษา ประชาสัมพันธ์ให้สถานประกอบการจัดทำฐานข้อมูลสำหรับการดำเนินงาน CWIE และสำหรับสมัครนักศึกษา CWIE ไปปฏิบัติงาน รวมทั้งมีการสนับสนุนบุคลากรที่เกี่ยวข้องเข้ารับการอบรมหลักสูตร CWIE และจัดทำแผนบริหารความเสี่ยงเพื่อให้การดำเนินงาน CWIE เป็นไปอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. สถาบันการศึกษาควรนำผลการวิจัยไปพัฒนาหลักสูตรที่มุ่งเน้นการฝึกทักษะในสถานการณ์จริงควบคู่กับการเรียนรู้ในห้องเรียน
2. การส่งเสริมการทำงานร่วมกันระหว่างภาคการศึกษาและอุตสาหกรรมควรได้รับความสำคัญอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าหลักสูตรตอบสนองความต้องการของตลาดแรงงาน
3. สร้างระบบการประเมินผลที่ชัดเจนและมีประสิทธิภาพ เพื่อประเมินความสำเร็จของการบูรณาการการทำงานกับการเรียนรู้ในหลักสูตร รวมถึงการประเมินทักษะและความสามารถของนักศึกษาในระหว่างการฝึกงาน

บรรณานุกรม

กองยกระดับคุณภาพการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษาสำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา

วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2567). รายงานการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยแห่งความสำเร็จของหลักสูตรสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงานในการสร้างสมรรถนะบัณฑิตไทยให้พร้อมสู่โลกแห่งการทำงาน: รายงานฉบับสมบูรณ์. สกสว. ค้นเมื่อ 18 มีนาคม 2568, จาก

https://www.ubu.ac.th/web/files_up/00046f2024101609125079.pdf

กระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2565). โครงการส่งเสริมการจัดสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน. ค้นเมื่อ 18 มีนาคม 2568, จาก <https://www.mhesi.go.th/index.php/flagship-project/6820-CWIE.html>

กานดา จันทรแย้ม. (2565). ทักษะที่จำเป็นสำหรับเยาวชนเพื่อเข้าสู่ตลาดแรงงานในยุคศตวรรษที่ 21: กรณีศึกษาภาคใต้ประเทศไทย. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา, 17(3), 127–137.

กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2568). แผนด้านการอุดมศึกษาเพื่อผลิตและพัฒนากำลังคนของประเทศ ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2566–2570. ค้นเมื่อ 4 เมษายน 2568, จาก [https://www.mhesi.go.th/index.php/news-and-announcement-pr/announcement-news/8464-2564-2570-2566-2570.html](https://www.mhesi.go.th/index.php/news-and-announcement/pr/announcement-news/8464-2564-2570-2566-2570.html)

ภรณ์ทิพย์ เจริญราษฎร์, & ระศักดิ์ เกษจันทร์. (2566). ผลการปฏิบัติสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงานนานาชาติของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่นจากความคิดเห็นของสถานประกอบการในต่างประเทศ. วารสารการบริหารและนิเทศการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 14(3), 87–101. ค้นเมื่อ 18 มีนาคม 2568, จาก <https://so20.tci-thaijo.org/index.php/JAD/article/view/36/28>

รายงานผลการดำเนินงานสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน. (2565). รายงานผลการดำเนินงานสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน (Cooperative and Work Integrated Education: CWIE) ประจำปีงบประมาณ 2564–2565. ค้นเมื่อ 18 มีนาคม 2568, จาก https://cwie.crru.ac.th/assets/files/cwie_qa_files/SAR-report/02.%20รายงานผลการดำเนินงาน%202564-2565.pdf

เรืองยศ วัชรเกตุ. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ เครือข่ายพัฒนสหกิจศึกษาภาคกลางตอนบน (วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี).

วิไลลักษณ์ ขาวสะอาด. (2561). ประสิทธิภาพของสหกิจศึกษา: กรณีศึกษาอุดมศึกษาไทย. วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์, 7(3), 206–218.

อินทิรา มีอินทร์เกิด. (2562). การบูรณาการการจัดการสหกิจศึกษาเพื่อสร้างบัณฑิตเชิงผู้ประกอบการ
(วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสยาม).

ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการรับนักศึกษาเข้าศึกษาต่อ
ระดับปริญญาตรีของสถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ 4

Factors affecting the efficiency of management in admitting students to further
studies Bachelor's degree of the Northern Vocational Education Institute 4.

ศัพทสร ทองดี

สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ แขนงวิชาการจัดการภาครัฐและเอกชน
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา อีเมล: saptasorn.t@gmail.com

Saptasorn Thongdee

Department of Public Administration, Public and Private Sector Management
Graduate School, Suan Sunandha Rajabhat University. Email: saptasorn.t@gmail.com

รับเข้า : 11 เมษายน 2568

แก้ไข : 24 เมษายน 2568

ตอบรับ : 28 เมษายน 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการรับนักศึกษาเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของสถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ 4 (2) การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการรับนักศึกษาเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ (3) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการรับนักศึกษาเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยผู้บริหาร ข้าราชการครู และบุคลากรทางการศึกษา จำนวน 234 คน ซึ่งได้จากการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) เครื่องมือวิจัยเป็นแบบสอบถามที่มีผลการประเมินความตรงเนื้อหา ($IOC \geq 0.50$) และมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .978 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน ใช้การทดสอบค่าที (T-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) พร้อมเปรียบเทียบรายคู่โดยใช้ LSD และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple linear regression)



ผลการวิจัยพบว่า (1) บุคลากรมีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการรับนักศึกษาเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก (2) บุคลากรที่มีอายุ อายุราชการ และตำแหน่งที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการรับนักศึกษาเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ (3) ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการ ได้แก่ ค่านิยมร่วม กลยุทธ์ ทักษะ ระบบ และโครงสร้าง ซึ่งสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของประสิทธิภาพการบริหารจัดการได้ร้อยละ 84.70 โดยสามารถสร้างสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ $Y = .420 + .308X_7 + .099X_2 + .252X_4 + .143X_3 + .112X_1$ และคะแนนในรูปคะแนนมาตรฐาน $Z = .314X_7 + .136X_2 + .254X_4 + .183X_3 + .139X_1$

คำสำคัญ: การบริหารจัดการ ประสิทธิภาพ 7S Model สถาบันการอาชีวศึกษา

Abstract

This research aimed to (1) study the level of opinions regarding the efficiency of undergraduate student admission management at Northern Vocational Education Institute Region 4, (2) compare opinions on the efficiency of such management classified by personal factors, and (3) examine factors influencing the efficiency of undergraduate student admission management. The sample consisted of 234 administrators, government teachers, and educational personnel selected using stratified sampling. The research instrument was a questionnaire with content validity ($IOC \geq 0.50$) and overall reliability of 0.978. Data were analyzed using descriptive statistics (frequency, percentage, mean, and standard deviation), and inferential statistics including t-test, one-way ANOVA with LSD for pairwise comparisons, and multiple linear regression analysis.

The findings indicated (1) generally high perceptions of management efficiency among staff, (2) significant statistical differences in perceptions based on age, seniority, and position, and (3) contributing factors included values, strategies, skills, systems, and structures, which explained 84.70% of the management efficiency variance. Predictive equations were provided in raw score ($Y = .420 + .308X_7 + .099X_2 + .252X_4 + .143X_3 + .112X_1$) and standardized score ($Z = .314X_7 + .136X_2 + .254X_4 + .183X_3 + .139X_1$)

Keywords: Management, Efficiency, 7S Model, Vocational Education Institution

บทนำ

การศึกษาเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาศักยภาพทรัพยากรมนุษย์และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคเศรษฐกิจและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566–2570) ได้ให้ความสำคัญต่อการเสริมสร้างระบบการผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษาให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานทั้งในและต่างประเทศ สถาบันการอาชีวศึกษาเป็นหน่วยงานหลักในการจัดการศึกษาวิชาชีพและผลิตบัณฑิตที่มีสมรรถนะตรงตามความต้องการของภาคการผลิต อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันสถานศึกษาหลายแห่ง รวมถึงสถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ 4 ประสบปัญหาจำนวนผู้สมัครเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรีลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยมีค่าเฉลี่ยลดลงร้อยละ 4.77 ต่อปี แม้จะมีการปรับปรุงหลักสูตร เพิ่มโอกาสทางการศึกษาต่อ และพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการแล้วก็ตาม ผู้วิจัยเห็นว่าปัญหาดังกล่าวไม่อาจพิจารณาเฉพาะมิติด้านนโยบายหรือประชากรเพียงอย่างเดียว ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องจำนวนมาก พบว่า ส่วนใหญ่มีแนวโน้มเลือกใช้กรอบแนวคิด 7S Model ของ McKinsey & Company (1980) ในการวิเคราะห์องค์ประกอบภายในองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน โดยเฉพาะในบริบทของสถานศึกษา เช่น งานของ บุษกร จันทรแจ่ม (2565) ซึ่งศึกษาการบริหารจัดการสถานศึกษาอาชีวและพบว่าทั้ง 7 องค์ประกอบของ 7S มีผลต่อคุณภาพและผลลัพธ์ขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญงานของ วีรศักดิ์ หาญสมบูรณ์ (2566) ที่ประยุกต์ใช้โมเดล 7S ในการวิเคราะห์ความเชื่อมโยงระหว่างกลยุทธ์กับผลสัมฤทธิ์การจัดการศึกษา ซึ่งกรอบแนวคิด 7S ประกอบด้วย 7 องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกัน ได้แก่ โครงสร้าง (Structure) กลยุทธ์ (Strategy) ระบบ (Systems) ทักษะ (Skills) รูปแบบภาวะผู้นำ (Style) บุคลากร (Staff) และค่านิยมร่วม (Shared Values) โดยมีสมมติฐานพื้นฐานว่า องค์กรที่ต้องการบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพจำเป็นต้องพัฒนาองค์ประกอบทั้ง 7 ด้านให้สมดุลและสอดคล้องกัน ดังนั้น จากการทบทวนวรรณกรรมและแนวโน้มของงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงเลือกใช้แนวคิด 7S มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการรับนักศึกษาเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี เพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการรับนักศึกษาเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของสถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ 4
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของบุคลากรของสถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ 4 ต่อปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการรับนักศึกษาเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของสถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ 4
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการรับนักศึกษาเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของสถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ 4

สมมติฐานของการวิจัย

1. บุคลากรของสถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ 4 มีระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการรับนักศึกษาเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของสถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ 4 ในระดับมาก
2. ปัจจัยส่วนบุคคลของบุคลากรของสถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ 4 ที่ต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการรับนักศึกษาเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของสถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ 4 แตกต่างกัน
3. ปัจจัยด้านโครงสร้าง ปัจจัยด้านกลยุทธ์ ปัจจัยด้านระบบ ปัจจัยด้านทักษะ ปัจจัยด้านรูปแบบ ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านค่านิยมร่วม ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการรับนักศึกษาเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของสถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ 4

แนวคิด ทฤษฎีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดของ 7S Model (McKinsey)

แนวคิด 7S Model เป็นกรอบวิเคราะห์องค์กรที่พัฒนาโดย Waterman, Peters และ Phillips นักวิจัยจาก McKinsey & Company เมื่อปี ค.ศ. 1980 โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อประเมินและพัฒนาองค์กรผ่านองค์ประกอบ 7 ด้านที่มีความสัมพันธ์และส่งผลซึ่งกันและกัน ได้แก่ โครงสร้าง (Structure) กลยุทธ์ (Strategy) ระบบ (Systems) ทักษะ (Skills) รูปแบบ (Style) บุคลากร (Staff) และค่านิยมร่วม (Shared Values) (McKinsey & Company, 1980) โดยองค์ประกอบทั้ง 7 ของโมเดลนี้มีลักษณะ “บูรณาการ”

ซึ่งหมายความว่า การเปลี่ยนแปลงในด้านหนึ่งจะส่งผลกระทบต่อด้านอื่น ๆ เสมอ ดังนั้น การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพจึงต้องพิจารณาทุกมิติอย่างสมดุลและสัมพันธ์กัน

รายละเอียดองค์ประกอบ 7S มีดังนี้:

1. Structure (โครงสร้าง) คือ โครงสร้างองค์กรและการจัดสรรหน้าที่ ความรับผิดชอบให้เหมาะสมกับอำนาจและพันธกิจ
2. Strategy (กลยุทธ์) คือ แนวทางหรือแผนที่วางไว้เพื่อบรรลุเป้าหมายองค์กรในระยะยาว
3. Systems (ระบบ) คือ ระบบการดำเนินงาน เช่น ระบบสารสนเทศ ระบบติดตามผล ระบบพัฒนาทรัพยากรบุคคล
4. Skills (ทักษะ) คือ ความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญของบุคลากร
5. Style (รูปแบบ) คือ ลักษณะภาวะผู้นำและวัฒนธรรมการบริหารที่ส่งผลต่อพฤติกรรมองค์กร
6. Staff (บุคลากร) คือ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ให้สอดคล้องกับภารกิจและเป้าหมาย
7. Shared Values (ค่านิยมร่วม) คือ ค่านิยมหลักที่บุคลากรในองค์กรยึดถือร่วมกัน เป็นรากฐานของวัฒนธรรมองค์กร

2. แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ

แนวคิดเรื่อง “ประสิทธิภาพ” ในบริบทการบริหารจัดการ มุ่งเน้นที่การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ภายในเวลาที่เหมาะสมและต้นทุนที่ต่ำที่สุด โดย Emerson (1912) เสนอหลัก 12 ประการของ “The Twelve Principles of Efficiency” เช่น การวางแผน การควบคุม การตรวจสอบผลลัพธ์ และการใส่ใจด้วยรางวัล ส่วน Woodcock (1989) เสนอแนวคิดทีมงานที่มีประสิทธิภาพ เช่น การมีเป้าหมายร่วม การสื่อสารเปิดเผย และการใช้ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ ในส่วนของ Peterson & Plowman (1953) ได้แบ่งองค์ประกอบของประสิทธิภาพเป็น 4 ด้าน ได้แก่ คุณภาพ ปริมาณ เวลา และต้นทุน ในขณะที่ สุรรัตน์ คำขมุข (2563) และ สุรางค์ บุญยะพงส์ไชย (2565) ได้เน้นเรื่องการทำงานที่มีคุณภาพ คุ้มค่า และตรงตามวัตถุประสงค์ด้วยกลยุทธ์ที่ประหยัดทรัพยากร

ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยกำหนดให้ “ประสิทธิภาพ” เป็นตัวแปรตามของการวิจัย โดยแบ่งเป็น 3 มิติ ได้แก่ 1) ความคุ้มค่าเชิงต้นทุน (Efficiency) 2) การดำเนินงานตรงตามกำหนดเวลา (Timeliness) และ 3) คุณภาพของผลลัพธ์ (Quality)

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. สถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ 4 หมายถึง หน่วยงานการศึกษาในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการที่จัดการศึกษาในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพระดับ

ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง และระดับปริญญาตรีสายเทคโนโลยีหรือสายปฏิบัติการตามพระราชบัญญัติ การอาชีวศึกษา พ.ศ. 2551

2. ประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการรับนักศึกษา หมายถึง ความสามารถในการทำงาน ให้เกิดผล หรือบรรลุเป้าหมายได้แบบประหยัดต้นทุน เสริมทันเวลา ภายในคุณภาพที่ระบุไว้

3. ปัจจัยด้านโครงสร้าง (Structure) หมายถึง การกำหนดโครงสร้างการแบ่งส่วนราชการ ของสถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ 4 ที่มีความสอดคล้องกับอำนาจหน้าที่และพันธกิจไว้อย่างชัดเจน และเหมาะสม

4. ปัจจัยด้านกลยุทธ์ (Strategy) หมายถึง แนวทางที่ดีที่สุดในที่สถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ 4 กำหนดไว้เป็นกรอบหรือทิศทางของการดำเนินการเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ตามที่ต้องการ

5. ปัจจัยด้านระบบ (System) หมายถึง สถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ 4 มีการจัดระบบงาน ของหน่วยงานอย่างเหมาะสมประกอบด้วย ระบบการพัฒนาทรัพยากรบุคคล ระบบสารสนเทศเพื่อการ บริหารงานบุคคลของหน่วยงาน และระบบการติดตามประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากร

6. ปัจจัยด้านทักษะ (Skill) หมายถึง ความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญของบุคลากร สังกัดสถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ 4 ในการปฏิบัติหน้าที่ตามตำแหน่งและภารกิจที่ได้รับมอบหมาย ด้วยความมุ่งมั่นและเต็มความสามารถ

7. ปัจจัยด้านรูปแบบ (Style) หมายถึง คุณลักษณะของผู้บริหารทุกระดับของสถาบัน การอาชีวศึกษาภาคเหนือ 4 ที่มีวิสัยทัศน์ชัดเจน กว้างไกล และให้ความสำคัญต่อการนำหลักธรรมาภิบาล มาใช้ในการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ

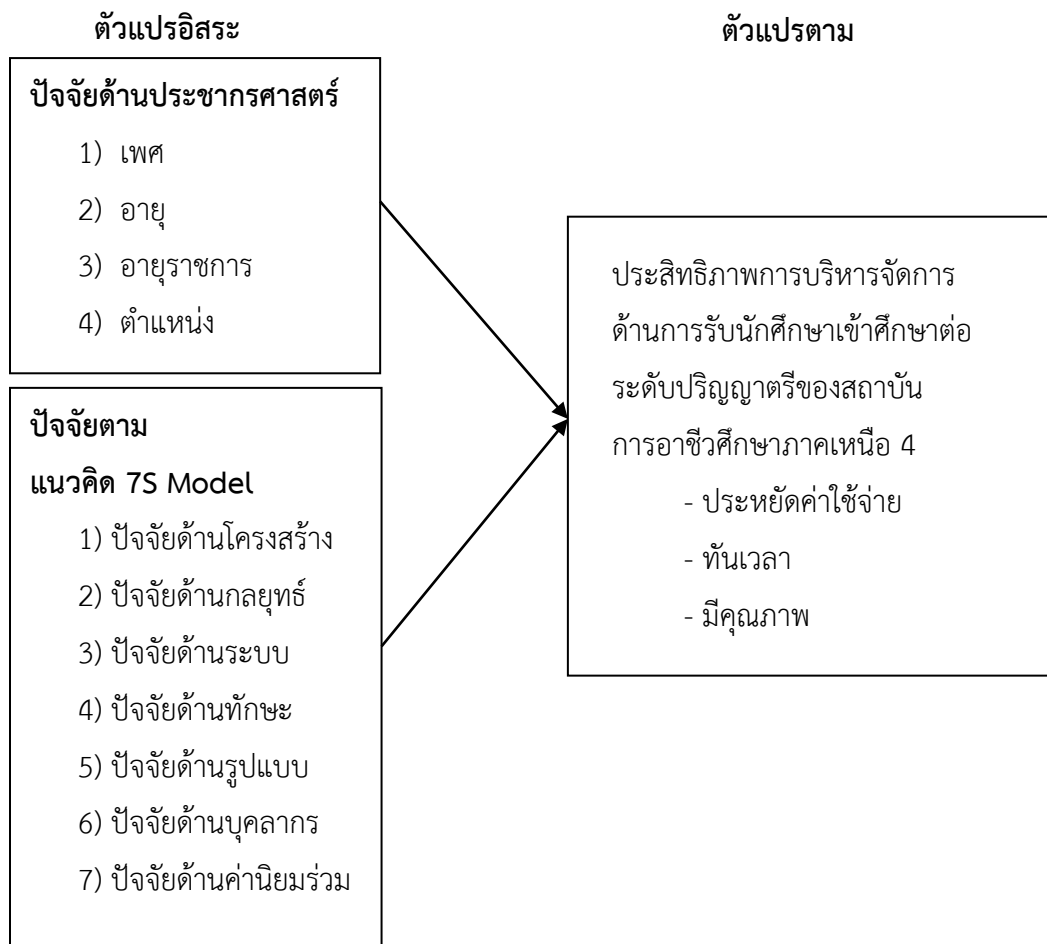
8. ปัจจัยด้านบุคลากร (Staff) หมายถึง สถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ 4 มีการบริหารงาน บุคคลที่สอดคล้องและสนับสนุนต่อการขับเคลื่อนภารกิจของหน่วยงานให้สามารถบรรลุเป้าหมาย ตามพันธกิจขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ

9. ปัจจัยด้านค่านิยมร่วม (Shared value) หมายถึง แนวปฏิบัติที่บุคลากรของสถาบัน การอาชีวศึกษาภาคเหนือ 4 มีความเข้าใจ ยึดมั่น ผูกพันต่อองค์กร รวมทั้งปฏิบัติหน้าที่ตามหลัก จรรยาบรรณของวิชาชีพ

10. ประสิทธิภาพ (Efficiency) หมายถึง ความสามารถในการทำงานให้เกิดผล หรือบรรลุ เป้าหมายได้แบบประหยัดต้นทุน เสริมทันเวลา ภายในคุณภาพที่ระบุไว้

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการประเมินองค์ความรู้ หลักการ และแนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้องแล้ว ผู้วิจัยนำมากำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการรับนักศึกษาเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของสถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ 4 รายละเอียดดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากร ได้แก่ ผู้บริหาร ข้าราชการครู และบุคลากรทางการศึกษาของสถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ 4 รวมจำนวนทั้งสิ้น 600 คน โดยใช้สูตรของ Krejcie and Morgan (1970) จึงได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 234 คน และผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ครอบคลุมและเป็นตัวแทนที่เหมาะสมจากแต่ละประเภทของบุคลากร ได้แก่ ผู้บริหารระดับสำนักงานสถาบัน ผู้บริหารสถานศึกษา ข้าราชการครู และบุคลากรทางการศึกษาอื่น ๆ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม จำนวน 1 ฉบับ แบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ซึ่งเป็นข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับ เพศ อายุ อายุราชการ และตำแหน่ง มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) มีข้อความทั้งสิ้น จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยตามแนวคิด 7S Model ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการรับนักศึกษาเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของสถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ 4 ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านโครงสร้าง 2) ปัจจัยด้านกลยุทธ์ 3) ปัจจัยด้านระบบ 4) ปัจจัยด้านทักษะ 5) ปัจจัยด้านรูปแบบ 6) ปัจจัยด้านบุคลากร และ 7) ปัจจัยด้านค่านิยมร่วม มีลักษณะเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) มี 5 ระดับ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการรับนักศึกษาเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของสถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ 4 ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ 1) ประหยัดค่าใช้จ่าย 2) ทันท่วงที 3) มีคุณภาพ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) มี 5 ระดับ

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้ ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) จากผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่าน ซึ่งแต่ละข้อมีค่า IOC มากกว่า 0.50 ตามเกณฑ์ของ Rovinelli and Hambleton (1977) โดยนำไปทดลองใช้กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกลุ่มตัวอย่างจริง (Tryout) จำนวน 30 คน และได้ค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha) เท่ากับ .978 ซึ่งอยู่ในระดับสูงมาก

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลโดยจัดทำแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ ผ่านระบบ Google Form และส่งให้แต่ละสถานศึกษาซึ่งได้รับเลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างทำการตอบแบบสอบถาม พร้อมทั้งมีหนังสือชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัย และขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ประกอบด้วย

1. สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. การเปรียบเทียบความคิดเห็นตามข้อมูลส่วนบุคคล ใช้สถิติ t-test สำหรับ 2 กลุ่ม ได้แก่ เพศ และใช้ One-way ANOVA เมื่อกลุ่มมากกว่า 2 กลุ่ม ได้แก่ อายุ อายุราชการ และตำแหน่ง ซึ่งหากพบความแตกต่าง ใช้วิธีเปรียบเทียบรายคู่ด้วย LSD (Least Significant Difference)
3. การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการ ใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณแบบ Stepwise สำหรับตรวจสอบสมมติฐานเบื้องต้น ได้แก่ Multicollinearity (ด้วยค่า VIF และ Tolerance) ในส่วนของการอ้างอิงทางสถิติ ใช้ แนวทางการเลือกใช้สถิติตามแนวทางของ Hair, Anderson, Tatham, and Black (2010)

ผลการวิจัย

1. ระดับความคิดเห็นของบุคลากร ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า บุคลากรของสถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ 4 มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการรับนักศึกษาเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = .66) โดยเมื่อนำมาพิจารณาแยกรายด้าน พบว่า ด้านประหยัดงบประมาณ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = .78) ด้านทันเวลา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$, S.D. = .69) และด้านคุณภาพของผลลัพธ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = .69) เช่นกัน
2. การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการรับนักศึกษาเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของสถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ 4 ตามปัจจัยส่วนบุคคล ผลการวิเคราะห์พบว่า อายุ อายุราชการ และตำแหน่งที่ต่างกัน มีผลต่อความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนปัจจัยด้านเพศ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการ ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณแบบ Stepwise พบว่า ตัวแปรอิสระที่สามารถทำนายประสิทธิภาพการบริหารจัดการได้อย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่: 1) ปัจจัยด้านค่านิยมร่วม (X_7) 2) ปัจจัยด้านกลยุทธ์ (X_2) 3) ปัจจัยด้านทักษะ (X_4) 4) ปัจจัยด้านระบบ (X_3) และ 5) ปัจจัยด้านโครงสร้าง (X_1)

โดยทั้ง 5 ตัวแปรสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการรับนักศึกษาได้ ร้อยละ 84.70 ($R^2 = 0.847$) ดังแสดงในตาราง 1

ตารางที่ 1 ตารางแสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ ระหว่างตัวแปรปัจจัยกับประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการรับนักศึกษาเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของสถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ 4 สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	86.061	5	17.212	259.738	.000*
Residual	15.109	228	.066		
Total	101.170	233			
R=.922		$R^2=.851$		$R^2_{adj}=.847$	

สำหรับผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณพบว่า ค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรปัจจัยส่งผลทางบวกต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการรับนักศึกษาเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของสถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ 4 สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ได้แก่ ปัจจัยด้านค่านิยมร่วม (x_7) ปัจจัยด้านกลยุทธ์ (x_2) ปัจจัยด้านทักษะ (x_4) ปัจจัยด้านระบบ (x_3) และปัจจัยด้านโครงสร้าง (x_1) โดยมีค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรปัจจัยในรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta) เท่ากับ .308 .099 .252 .143 และ.112 ตามลำดับ ในส่วนของการตรวจสอบ Multicollinearity โดยดูจากค่า Tolerance และ VIF ของปัจจัยตัวแปรทั้งห้าตัว พบว่า มีค่า Tolerance ไม่เข้าใกล้ศูนย์ และ ค่า VIF ต่ำกว่า 10 จึงสรุปได้ว่า ไม่มีปัญหาพหุสหสัมพันธ์ (Multicollinearity) ในตัวแปรเหล่านี้ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 คำนวณน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการรับนักศึกษาเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของสถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ 4 สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา และผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยจากค่า Tolerance และค่า VIF

ตัวแปร	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	.420	.112		3.734	.000*		
ด้านค่านิยมร่วม (x_7)	.308	.044	.314	6.932	.000*	.318	3.141
ด้านกลยุทธ์ (x_2)	.099	.047	.136	2.116	.035*	.158	6.342
ด้านทักษะ (x_4)	.252	.042	.254	5.929	.000*	.356	2.811
ด้านระบบ (x_3)	.143	.049	.183	2.936	.004*	.168	5.946
ด้านโครงสร้าง (x_1)	.112	.042	.139	2.684	.008*	.243	4.116

จากผลการวิจัยสามารถสร้างสมการพยากรณ์ประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการรับนักศึกษาเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของสถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ 4 สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ในรูปของคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐานได้ ดังนี้

ในรูปคะแนนดิบ

$$Y = .420 + .308x_7 + .099x_2 + .252x_4 + .143x_3 + .112x_1$$

ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z = .314x_7 + .136x_2 + .254x_4 + .183x_3 + .139x_1$$

สรุปผลการวิจัย

1. บุคลากรมีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการโดยรวมอยู่ในระดับมาก
2. บุคลากรที่มีอายุ อายุราชการ และตำแหน่งที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ
3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการ ได้แก่ ค่านิยมร่วม กลยุทธ์ ทักษะ ระบบ และโครงสร้าง ซึ่งสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของประสิทธิภาพการบริหารจัดการได้ร้อยละ 84.70

อภิปรายผล

1. จากการที่บุคลากรมีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการรับนักศึกษา เข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีอยู่ในระดับมากในทุกมิติ โดยเฉพาะมิติด้าน “คุณภาพของผลลัพธ์” และ “ความตรงต่อเวลา” เป็นการสะท้อนถึงการดำเนินงานที่มีระบบแบบแผนและมีความต่อเนื่องในการ จัดการกระบวนการรับนักศึกษา สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรรัตน์ คำขมุ (2563) ที่พบว่า ความสามารถ ขององค์กรในการบริหารจัดการที่มีคุณภาพและตรงตามเวลา เป็นตัวชี้วัดสำคัญของประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในบริบทของสถานศึกษา นอกจากนี้ยังสนับสนุนแนวคิดของ Peterson & Plowman (1953) ที่อธิบายว่า “ประสิทธิภาพ” ประกอบด้วยคุณภาพ ปริมาณ และเวลาที่ใช้ในการดำเนินงาน ซึ่งในกรณีนี้ พบว่าบุคลากรตระหนักถึงเป้าหมายการบริหารและสามารถดำเนินการได้ในระดับที่น่าพึงพอใจ

2. กรณีที่บุคลากรที่มีอายุ อายุราชการ และตำแหน่งที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกัน โดยเฉพาะกลุ่มที่ดำรงตำแหน่งผู้บริหารระดับสูงจะให้ความสำคัญกับมิติด้านกลยุทธ์และระบบมากกว่า กลุ่มอื่น ผลนี้สอดคล้องกับงานของ เกศณรินทร์ งามเลิศ (2559) ที่พบว่า บุคลากรในระดับบริหาร มีแนวโน้มจะมีมุมมองที่กว้างและลึกกว่าในประเด็นการจัดการ และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Woodcock (1989) ที่เสนอว่า ผู้นำองค์กรมักใช้กรอบคิดเชิงกลยุทธ์และตัดสินใจโดยอิงจากผลลัพธ์ระยะยาว ซึ่งแตกต่างจากบุคลากรสายสนับสนุนที่มักให้ความสำคัญกับการปฏิบัติงานในระดับปฏิบัติการ

3. จากผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณแบบ Stepwise พบว่า 5 ปัจจัยจากแนวคิด 7S Model ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการการรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี ได้แก่ ค่านิยมร่วม กลยุทธ์ ทักษะ ระบบ และโครงสร้าง ซึ่งสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ถึงร้อยละ 84.70 อภิปรายได้ดังนี้

3.1 ค่านิยมร่วม (Shared Values) ค่านิยมร่วมคือหัวใจของวัฒนธรรมองค์กร และสะท้อนถึง สิ่งที่บุคลากรยึดถือร่วมกัน เช่น ความมุ่งมั่นต่อภารกิจ ความโปร่งใส หรือการทำงานเป็นทีม ในงานวิจัยนี้ พบว่า ค่านิยมร่วมเป็นปัจจัยที่ส่งผลสูงสุด ซึ่งแสดงให้เห็นว่าองค์กรที่มีค่านิยมร่วมที่ชัดเจน จะช่วยเสริม แรงจูงใจให้บุคลากรมีเป้าหมายร่วมกัน ส่งผลให้กระบวนการบริหารจัดการ เช่น การประชาสัมพันธ์ การแนะแนว และการรับสมัครดำเนินไปอย่างมีเอกภาพ สอดคล้องกับแนวคิดของ Waterman et al. (1980) ที่ให้ "Shared Values" เป็นแกนกลางของโมเดล 7S และงานวิจัยของ Woodcock (1989) ที่ชี้ว่า วัฒนธรรมองค์กรที่ชัดเจนมีผลโดยตรงต่อการยอมรับนโยบายและการทำงานร่วมกันของบุคลากร รวมถึงงานวิจัยของ สุรรัตน์ คำขมุ (2563) ที่พบว่า โรงเรียนที่มีค่านิยมภายในองค์กรสอดคล้องกับ แผนงาน มีแนวโน้มการบริหารที่มีประสิทธิภาพสูง

3.2 กลยุทธ์ (Strategy) การมีกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับเป้าหมายองค์กร เช่น กลยุทธ์การรับนักศึกษา การสร้างพันธมิตรกับโรงเรียน การวางแผนประชาสัมพันธ์ การจัดแนวนโยบายในพื้นที่เป้าหมาย ทำให้สถาบันสามารถบริหารทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่าและตอบโจทย์ผู้เรียนได้ตรงจุด ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานของ เกศณรินทร์ งามเลิศ (2559) ที่ระบุว่า การบริหารเชิงกลยุทธ์ในสถานศึกษาเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจและภาพลักษณ์ขององค์กร และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Emerson (1912) ที่ให้ความสำคัญกับ “การวางแผนล่วงหน้า” เป็นหนึ่งในหลักของประสิทธิภาพ

3.3 ทักษะ (Skills) หากบุคลากรมีทักษะที่เหมาะสม จะสามารถดำเนินการรับนักศึกษาได้อย่างเป็นระบบ สื่อสารได้อย่างมืออาชีพ และสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสถาบัน ผลนี้ตรงกับงานวิจัยของ บุษกร จันทรแจ่ม (2565) ซึ่งชี้ว่า ทักษะเฉพาะด้านของบุคลากรอาชีวศึกษา เช่น การแนะแนวและประชาสัมพันธ์ มีผลต่อความสำเร็จของการรับนักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญ

3.4 ระบบ (Systems) องค์กรที่มีระบบที่ดี จะสามารถลดข้อผิดพลาด ลดเวลาในการดำเนินการ และทำให้การบริหารจัดการมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ Hair et al. (2010) ที่ระบุว่า ความสามารถขององค์กรในการจัดการข้อมูลและสร้างระบบสารสนเทศที่ดี คือพื้นฐานของการตัดสินใจเชิงบริหารที่แม่นยำ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วีรศักดิ์ หาญสมบูรณ์ (2566) ก็พบว่า ระบบสารสนเทศภายในองค์กรเป็นตัวกลางสำคัญที่เชื่อมโยงระหว่างกลยุทธ์กับการลงมือปฏิบัติ

3.5 โครงสร้าง (Structure) โครงสร้างองค์กรที่ชัดเจน เช่น การแบ่งบทบาทหน้าที่ที่ไม่ซ้ำซ้อน ช่องทางการรายงานผล และระดับอำนาจการตัดสินใจที่มีความคล่องตัว เป็นสิ่งที่สนับสนุนการบริหารจัดการให้เป็นระบบ ในกรณีของสถาบันการอาชีวศึกษา โครงสร้างที่ดีจะช่วยให้การประสานงานระหว่างวิทยาลัยในสังกัด การจัดสรรบุคลากรเพื่อรับนักศึกษา และการประเมินผลดำเนินการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งผลนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Waterman et al. (1980) ที่ระบุว่า โครงสร้างควรสอดคล้องกับกลยุทธ์ เพื่อให้องค์กรเคลื่อนไหวได้อย่างยืดหยุ่น และสอดคล้องกับงานของ สุรางค์ บุญยะพงศ์ไชย (2565) ที่ชี้ว่า การมีโครงสร้างชัดเจนช่วยลดความซ้ำซ้อนในการบริหาร และส่งผลต่อประสิทธิภาพโดยรวม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

เพื่อให้สถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ 4 สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา มีการพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารงานด้านการรับนักศึกษาในระดับปริญญาตรีของสถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ 4 ที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ 4 ควรดำเนินการในแต่ละด้าน ดังนี้

1. สนับสนุนให้มีกิจกรรมที่เป็นการส่งเสริมการมีค่านิยมร่วมของบุคลากรมากยิ่งขึ้น
2. แสวงหาแนวทางการสร้างและพัฒนากลยุทธ์ใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของหน่วยงาน
3. ส่งเสริมให้บุคลากรได้รับการพัฒนาทักษะด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานมากยิ่งขึ้น
4. ประเมินและพัฒนาระบบการปฏิบัติงานในรูปแบบใหม่ ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมตลอดเวลา
5. มีการทบทวนบทบาทภารกิจ ตามโครงสร้างขององค์กร เพื่อให้สามารถขับเคลื่อนภารกิจที่มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรทำการศึกษาวิจัยในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยใช้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นกลุ่มตัวอย่าง เพื่อเป็นการเปรียบเทียบประสิทธิภาพการบริหารงานของสถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ 4 ระหว่างมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียซึ่งเป็นบุคคลภายนอกสถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ 4 กับบุคลากรภายในสถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ 4 เพื่อนำผลการวิจัยมาพัฒนาการบริหารงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไป

บรรณานุกรม

- เกศณรินทร์ งามเลิศ. (2559). การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ในสถานศึกษาอาชีวศึกษา. *วารสารวิจัยทางการศึกษา*, 11(2), 67–80.
- บุษกร จันท์แจ่ม. (2565). การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ในสถานศึกษาอาชีวศึกษาโดยใช้แนวคิด 7S Model. *วารสารวิชาการอาชีวศึกษา*, 15(3), 55–68.
- วีรศักดิ์ หาญสมบูรณ์. (2566). การวิเคราะห์เชิงองค์ประกอบของปัจจัยภายในองค์กรโดยใช้กรอบ 7S กับประสิทธิภาพการบริหารสถานศึกษา. *วารสารบริหารการศึกษา*, 12(1), 91–104.

- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 พ.ศ. 2566–2570*. สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สุรางค์ บุญยะพงศ์ไชย. (2565). การพัฒนาคุณภาพการจัดการศึกษาในศตวรรษที่ 21. *วารสารนวัตกรรมการศึกษา*, 5(2), 77–88.
- สุรรัตน์ คำชมภู. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานของผู้บริหารสถานศึกษา. *วารสารการบริหารการศึกษา*, 8(1), 55–66.
- Emerson, H. (1912). *The twelve principles of efficiency*. The Engineering Magazine Co.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson.
- McKinsey & Company. (1980). *7S framework*. <https://www.mckinsey.com>
- Peterson, J., & Plowman, D. (1953). *Principles of efficient administration*. Harper & Brothers.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Educational and Psychological Measurement*, 37(4), 753–763.
<https://doi.org/10.1177/001316447703700403>
- Waterman, R. H., Peters, T. J., & Phillips, J. R. (1980). Structure is not organization. *Business Horizons*, 23(3), 14–26.
- Woodcock, M. (1989). *Team development manual*. Gower Publishing.