



วารสารวิชาการ
วิจัย และนวัตกรรม มสร.
(มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)

STOU Academic Journal of Research and Innovation
(Humanities and Social Science)

ปีที่ 2 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม – ธันวาคม 2565)

ISSN (Online) : 2773-9570





วัตถุประสงค์และขอบเขตของวารสาร

วารสารวิชาการ วิจัย และนวัตกรรม มสธ. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) เป็นวารสารวิชาการของสาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช โดยวารสารมีนโยบายรับพิจารณาบทความหรือข้อเขียนของนิสิต นักศึกษา คณาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัย นักวิชาชีพ นวัตกรรม และบุคคลทั่วไปที่มีผลงานได้ตามมาตรฐานที่ วารสารวิชาการ วิจัย และนวัตกรรม มสธ. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) กำหนดไว้

ขอบเขตของวารสารเป็นวารสารทางสาขาวิชานิเทศศาสตร์ มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ อีกทั้งแขนงวิชาที่เกี่ยวข้องได้แก่ พฤติกรรมศาสตร์ รัฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ ศิลปศาสตร์ จิตวิทยา นิติศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ ส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์ การจัดการบริหารธุรกิจ พัฒนาสังคมและการศึกษา และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

กระบวนการพิจารณาบทความ

บทความทุกบทความจะต้องผ่านการพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกจากหลากหลายสถาบันอย่างน้อย 3 คน แบบผู้ทรงคุณวุฒิและผู้แต่งไม่ทราบชื่อกันและกัน (double-blind review)

กำหนดการเผยแพร่วารสาร

วารสารวิชาการ วิจัย และนวัตกรรม มสธ. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) เป็นวารสารราย 6 เดือน มีกำหนดการตีพิมพ์และเผยแพร่วารสารดังนี้

- ฉบับที่ 1 ออกเผยแพร่ประจำเดือน มกราคม – มิถุนายน
- ฉบับที่ 2 ออกเผยแพร่ประจำเดือน กรกฎาคม – ธันวาคม

การติดต่อ

วารสารวิชาการ วิจัย และนวัตกรรม มสธ. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)

สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ถนนแจ้งวัฒนะ ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120

โทร 02-504 8341 โทรสาร 02-503 3580

เว็บไซต์ <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/InnovationStou>

บรรณาธิการผู้ทรงคุณวุฒิและที่ปรึกษา

- อธิการบดี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- ศาสตราจารย์ พชณี เขยจรรยา : ความเชี่ยวชาญด้านนิเทศศาสตร์และระเบียบวิธีวิจัย
- รองศาสตราจารย์ ดร.ธิติพัฒน์ เอี่ยมรินทร์ : ประธานกรรมการประจำสาขาวิชานิเทศศาสตร์ ความเชี่ยวชาญด้านนิเทศศาสตร์ การจัดการการสื่อสาร การสื่อสารการเมือง การจัดการสื่อสารองค์กร



- รองศาสตราจารย์.ดร.สมาน งามสนิท : ความเชี่ยวชาญด้านนิเทศศาสตร์และรัฐศาสตร์
- รองศาสตราจารย์ ดร.วิทย์ธร ท่อแก้ว : ความเชี่ยวชาญด้านนวัตกรรมการสื่อสารการเมืองและการปกครอง)
- รองศาสตราจารย์วรุฒิ เทพทอง : ความเชี่ยวชาญด้านนิติศาสตร์และกฎหมายเอกชน
- รองศาสตราจารย์ ดร.สังวรณ์ ังดกระโทก : ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ความเชี่ยวชาญด้านการวัดและการประเมินผลและการวิจัยเชิงปริมาณ
- รองศาสตราจารย์ ดร.วัลภา สบายยิ่ง : ความเชี่ยวชาญด้านการแนะแนวและการปรึกษาเชิงจิตวิทยา การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ การพัฒนาองค์กร การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
- รองศาสตราจารย์ ดร.สันทัต ทองรินทร์ : ความเชี่ยวชาญด้านจริยธรรมสื่อ สื่อสารมวลชน สื่อใหม่ และการบริหารสื่อ

บรรณาธิการ

- อาจารย์ ดร.หัสพร ทองแดง (สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช)

กองบรรณาธิการภายในมหาวิทยาลัย

- รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยฉัตร ล้อมขวการ (สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช)
- รองศาสตราจารย์ ดร.กมลรัฐ อินทรทัศน์ (สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช)
- รองศาสตราจารย์ ดร.ศิตา เขียมขันติถาวร (สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ แขนงวิชาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช)
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐสุพงศ์ สุขโสภา (สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช)
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทรงลักษณ์ สกฤติจิตรสินธุ์ (สาขาวิชาศิลปศาสตร์ แขนงวิชาสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช)
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วสันต์ รัตน์โกคา (สาขาวิชาศิลปศาสตร์ แขนงวิชาไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช)
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กรรณ จรรยาอุฒวิวรรณ (สำนักเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช)
- อาจารย์ ดร.กานต์ บุญศิริ (สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช)
- อาจารย์ ดร.กรกช ชันธบุญ (สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช)
- อาจารย์ ดร.ปุณณพริย์ สันติสุภาพร (สาขาวิชาศิลปศาสตร์ แขนงวิชาไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช)
- อาจารย์ ดร.พิศุทธิภา เมธีกุล (สาขาวิชามนุษยนิเวศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช)
- อาจารย์ ดร.พัทธนันท์ บุตรนุญ (กลุ่มงานวิจัย สำนักเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช)
- อาจารย์ ดร.พนทิพา อมรฤทธิ (กลุ่มงานวิจัย สำนักเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช)



กองบรรณาธิการภายนอกมหาวิทยาลัย

- รองศาสตราจารย์ ดร.รัฐบุรุษ คุ่มทรัพย์ (อาจารย์พิเศษและนักวิชาการอิสระ)
- รองศาสตราจารย์ ดร.ทีวัลต์ มณีโชติ (คณะศึกษาศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัตน์)
- รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว
(คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการสื่อสาร สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์)
- รองศาสตราจารย์ ดร.กล้าหาญ ญ น่าน
(สาขาการจัดการทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลธัญบุรี)
- รองศาสตราจารย์ ดร.สุปราณี ศิริสวัสดิ์ชัย
(สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา)
- รองศาสตราจารย์ ดร.พยอม รัตนมณี (คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์)
- รองศาสตราจารย์ ดร.พฤทธ์สรศักดิ์ สุทธิไชยเมธี (คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพิษณุโลก)
- รองศาสตราจารย์ธีรารักษ์ โพธิ์สุวรรณ (นักวิชาการอิสระ)
- รองศาสตราจารย์สุมน อยู่สิน (นักวิชาการอิสระ)
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิษฐา หรุ่นเกษม
(คณะวิทยาการจัดการ สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร)
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์
(สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร)
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธาสินี ปิยพสุนทร
(คณะศิลปศาสตร์ ภาษาไทยและภาษาวัฒนธรรมตะวันตก มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีรพงษ์ พวงเล็ก (คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ)
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อารยา เขียงทอง (คณะพยาบาลศาสตร์เกื้อการุณย์ มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช)
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภิกษุศักดิ์ กัลยาณมิตร
(คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์)
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว
(ภาควิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์)
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรินทร์ เมทะนี
(คณะอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาวิชาการดนตรีและศิลปะการแสดง มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต)
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงไกร โพธิ์มณี (คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร)
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชินีเพ็ญ มะลิสสุวรรณ
(สาขาวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และสื่อดิจิทัล คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา)
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โสธยา งามสนิท
(สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร)
- อาจารย์ ดร.สมัชชา นิลปัทม์ (คณะวิทยาการสื่อสาร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี)
- อาจารย์ ดร.พิมพ์ชญา พิภพเปียม (คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี)



รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิผู้ประเมินบทความ (Peer Review)

ประจำปี 2 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2565

ศาสตราจารย์ ดร.กิตติศักดิ์ เจริญศิริประเสริฐ
ศาสตราจารย์ พัทธนี เขยจรรรยา
รองศาสตราจารย์ ดร.รัฐบุรุษ คุ่มทรัพย์
รองศาสตราจารย์ ดร.สมาน งามสนิท
รองศาสตราจารย์ ดร.บุษบา สุธีธร
รองศาสตราจารย์ ดร.สุปราณี ศิริสวัสดิ์ชัย
รองศาสตราจารย์ ดร.ศรัณย์ พิมพ์ทอง
รองศาสตราจารย์ ดร.อะเคื้อ กุลประสูติติก
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัฐสภา แก่นแก้ว
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรินทร์ เมทะนี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรลักษณ์ เขียวมีส่วน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิภาพร ตัณฑสวัสดิ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โสธยา งามสนิท
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จักรพันธ์ กิตินรรัตน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณวิมล นาคทัต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุจิระ เสริมประภายนต์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีรพงษ์ พวงเล็ก
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิษฐา หรุ่นเกษม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อารยา เชียงทอง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วราพร ดำจับ
อาจารย์ ดร.ณัฐกานต์ แก้วขำ
อาจารย์ ดร.วิเศษ คำบุญรัตน์
อาจารย์ ดร.เอกวัฒน์ ผสมทรัพย์

University of City Island
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
นักวิชาการอิสระ
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
นักวิชาการอิสระ
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มศว.
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช
มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
มหาวิทยาลัยมหิดล



บทบรรณาธิการ

วารสารวิชาการ วิจัย และนวัตกรรม มสธ. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) ฉบับนี้เป็นปีที่ 2 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2565) ซึ่งมีขอบเขตของวารสารเป็นวารสารทางสาขานิเทศศาสตร์ มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ อีกทั้งแขนงวิชาที่เกี่ยวข้องได้แก่ พฤติกรรมศาสตร์ รัฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ ศิลปศาสตร์ จิตวิทยา นิติศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ ส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์ การจัดการบริหารธุรกิจ พัฒนาสังคมและการศึกษา และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ด้วยเห็นความสำคัญของการรวบรวมความรู้ ถ่ายทอดและเผยแพร่เป็นวารสารวิชาการ วิจัย และนวัตกรรม มสธ. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) โดยมีกำหนดออก 2 ฉบับต่อปี คือ ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน) และฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม) ซึ่งเผยแพร่ในรูปแบบวารสารออนไลน์

กองบรรณาธิการวารสารวิชาการ วิจัย และนวัตกรรม มสธ. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) ขอขอบพระคุณสาขาวิชา นิเทศศาสตร์และมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ที่ให้การสนับสนุนงบประมาณและทรัพยากรอื่นๆ ที่เอื้อให้สามารถดำเนินการบริหารจัดการ และจัดทำจนได้วารสารฉบับนี้ปรากฏสู่สายตาของท่านผู้อ่าน

ขอขอบพระคุณผู้เขียนทุกๆ ท่าน ที่มีส่วนร่วมในการจัดทำวารสารโดยส่งงานเขียนที่มีคุณค่า และขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้ความอนุเคราะห์ประเมินคุณภาพของบทความทุกชิ้น โดยให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาปรับปรุงงานเขียนจนได้บทความที่มีคุณภาพยิ่งขึ้น

กองบรรณาธิการหวังเป็นอย่างยิ่งว่า เนื้อหาบทความทั้งหมดที่นำเสนอในวารสารนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านให้สามารถนำไปใช้เพื่อการพัฒนาในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับศาสตร์ทางด้านนิเทศศาสตร์ มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องต่อไปทั้งในเชิงวิชาการและวิชาชีพ

อาจารย์ ดร.หัสพร ทองแดง

บรรณาธิการวารสารวิชาการ วิจัย และนวัตกรรม มสธ.

(มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)



สารบัญ

หน้า

บทความวิชาการ (Academic Article)

- การพัฒนายุทธศาสตร์สถาบันอุดมศึกษาไทยด้วยแนวคิดดุลยภาพที่ยั่งยืน
ธีรเสฏฐ์ ศิริธนานนท์.....1-13
- Affordable Housing in China
Nuparp Noksakul, Sman Ngamsnit and Surin Niyamangkoon.....14-22

บทความวิจัย (Research Article)

- ประสิทธิภาพของโปรแกรมการพัฒนาจิตวิทยาเชิงบวกและความรอบรู้ทางสุขภาพ
ที่มีต่อพฤติกรรมการดูแลตนเองในกลุ่มเสี่ยงโรคเรื้อรัง
ศิริเนตร สุขดี, อารยา เชียงของ และ วีรพงษ์ พวงเล็ก.....23-34
- The Rise of Fintech: A Review Article
Pongsakorn Limna and Tanpat Kraiwanit.....35-46
- ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลตำบลด่านขุนทด
อำเภอด่านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา
สมัชชา พลชัย และ รัฐบุรุษ คุ่มทรัพย์.....47-62
- การวิเคราะห์กำไรส่วนเกินเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจทางธุรกิจ กรณีศึกษาธุรกิจ
โรงแรมแห่งหนึ่งในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี
กาญจนา บัวสุวรรณ และ เดชา โลจนสิริศิลป์.....63-75
- ปัจจัยทำนายพฤติกรรมในการใช้ยาสามัญประจำบ้านอย่างปลอดภัยของ อสม.
อำเภอท่าช้าง จังหวัดสิงห์บุรี
อุดมลักษณ์ อุสาหะ.....76-90
- อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผล
ต่อความภักดีในการใช้บริการแอปพลิเคชันมิวสิกสตรีมมิ่งของกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย
ในกรุงเทพมหานคร
พัชทิมา จารุศิริ และ จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์.....91-103
- การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาแคมเปญการสื่อสารแบรนด์
ผ่านเฟซบุ๊กเพจของร้านอาหาร ฮิวจ์ คาเฟ่ แอนด์ บิสโทร บาร์
ชมพูนุช ปัญญาไพโรจน์, ชญานิน ส่งศิลป์สอาด, พัชรียา นันทานนท์, นวรัตน์ คำมี
และ พลอยมุกดา หลิมเจริญ.....104-117



สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทความพิเศษ (Special Article)

- ศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์: ประชาญ์วิจัยร่วมสมัย
จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์ และ อรณัฐ นครศรี.....118-124



Received: July 9, 2022
Revised: August 12, 2022
Accepted: August 20, 2022

การพัฒนายุทธศาสตร์สถาบันอุดมศึกษาไทยด้วยแนวคิดดุลยภาพที่ยั่งยืน
Strategic Development of Thai Higher Education Institutions (HEIs)
with the Sustainability Balanced Scorecard

ธีรเสฏฐ์ ศิริธนานนท์ (Teeraset Siratananont)¹

บทคัดย่อ

กระบวนการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์ของสถาบันอุดมศึกษาไทยมักใช้เครื่องมือ SWOT Analysis ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ตามด้วย TOWS Matrix ในการวิเคราะห์เพื่อพัฒนายุทธศาสตร์ด้วยประเด็นยุทธศาสตร์ตามมาตรฐานการอุดมศึกษา พ.ศ. 2561 ประกอบด้วย มาตรฐาน 5 ด้าน คือ ด้านผลลัพธ์ผู้เรียน ด้านการวิจัยและนวัตกรรม ด้านการบริการวิชาการ ด้านศิลปวัฒนธรรมและความเป็นไทย และด้านการบริหารจัดการ แต่เมื่อกระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ได้ออกมาตรฐานฉบับใหม่คือ มาตรฐานการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 โดยเฉพาะมาตรฐานการดำเนินการเพื่อให้เป็นสถาบันอุดมศึกษาที่มีคุณภาพที่มีรายละเอียดเชื่อมโยงการจัดทำกลยุทธ์เพื่อให้บรรลุความสำเร็จตามวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้ ตลอดจนรายงานผลลัพธ์ในด้านที่สำคัญ ซึ่งเป็นไปตามแนวทางเกณฑ์คุณภาพการศึกษาเพื่อการดำเนินการที่เป็นเลิศ (Education Criteria for Performance Excellence: EdPEX) ฉบับปี 2563 - 2566 รวมทั้งสถาบันอุดมศึกษาไทยมุ่งสู่ผลลัพธ์ด้านความยั่งยืนด้วยระบบการประเมินตามแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนของ THE Impact Ranking ทั้ง 17 SDGs สถาบันอุดมศึกษาไทยจึงควรพิจารณาแนวคิดว่าดุลยภาพที่ยั่งยืน (Sustainability Balanced Scorecard: SBSC) โดยผสมผสานแนวคิดดุลยภาพ (Balanced Scorecard: BSC) ที่พัฒนาขึ้นโดยแคปแลน และนอร์ตัน (Kaplan & Norton) ตั้งแต่ปี 1996 กับแนวคิดความยั่งยืน (Triple Bottom Line :TBL) ที่พัฒนาโดย จอห์น เอลลิงตัน (John Elkington) ในปี 1997 มาใช้ในการบริหารจัดการกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนในสถาบันโดยสำนักบริหารความยั่งยืนและสร้างเชื่อมั่นว่าสถาบันอุดมศึกษายังคงรักษาสถานะให้เกิดความมั่นคง ครอบคลุม 4 ด้าน คือ 1) ด้านความยั่งยืน 2) ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 3) ด้านกระบวนการภายใน และ 4) ด้านการเรียนรู้และพัฒนา เพื่อให้สถาบันการศึกษาไทยมีทิศทางมุ่งสู่ความยั่งยืน

คำสำคัญ ยุทธศาสตร์ แนวคิดดุลยภาพที่ยั่งยืน สถาบันอุดมศึกษาไทย

¹ ที่ปรึกษาอิสระ ศูนย์ข้อมูลทีปรึกษา สำนักงานบริหารหนี้สาธารณะ กระทรวงการคลัง และที่ปรึกษาสาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช



Abstract

The process of developing a strategic plan for Thai higher education institutions (HEIs) often uses the SWOT Analysis tool to analyze the environment, followed by the TOWS Matrix in the analysis to develop a strategy with strategic issues according to the Higher Education Standards 2018, which include five standards: 1) learner outcome 2) research and Innovation 3) academic service 4) arts and culture, as well as being Thai and 5) management However, the Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation has released a new standard, titled Higher Education Management Standards 2022, which includes specifics on the standards for the implementation of quality HEIs in order to achieve success in line with the stated vision and report on important results. This is in accordance with the Education Criteria for Performance Excellence (EdPEX) guidelines 2020-2023, as well as Thai HEIs aiming for sustainable outcomes with an assessment system based on development guidelines that as a result of the sustainability of THE Impact Ranking for all 17 SDGs. Therefore, Thai HEIs should consider adopting the concept of the Sustainability Balanced Scorecard (SBSC) combines the Balanced Scorecard (BSC) concept developed by Kaplan & Norton in 1996 with the Triple Bottom Line (TBL) concept developed by John Ellington in 1997 to ensure that HEIs have a stable financial position through the Office of Sustainability Management (OSM), and it was used to manage a sustainability direction in HEIs covering four perspectives: 1) Sustainability 2) Stakeholders 3) Internal Processes and 4) Learning and Development.

Keywords: Strategy, Sustainability Balanced Scorecard, Thai Higher Education Institutions

บทนำ

การพัฒนาที่ยั่งยืน ค.ศ. 2030 (2030 Agenda for Sustainable Development) เป็นกรอบการพัฒนาของโลกสำหรับให้แต่ละประเทศดำเนินการร่วมกันเพื่อสร้างสมดุลและมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตใน 5 มิติคือ 1) การพัฒนาคน (People) ให้ความสำคัญกับการขจัดปัญหาความยากจนและความหิวโหย และลดความเหลื่อมล้ำในสังคม 2) สิ่งแวดล้อม (Planet) ให้ความสำคัญกับการปกป้องและรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสภาพภูมิอากาศเพื่อพลเมืองโลกรุ่นต่อไป 3) เศรษฐกิจและความมั่งคั่ง (Prosperity) ส่งเสริมให้ประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดีและสอดคล้องกับธรรมชาติ 4) สันติภาพและความยุติธรรม (Peace) ยึดหลักการอยู่ร่วมกันอย่างสันติ มีสังคมที่สงบสุขและไม่แบ่งแยก และ 5) ความเป็นหุ้นส่วนการพัฒนา (Partnership) ความร่วมมือของทุกภาคส่วนในการขับเคลื่อน (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565) ทั้งนี้ประเทศไทยได้กำหนดแผน 3 ระดับ ตั้งแต่แผนระดับ 1) ยุทธศาสตร์ชาติ แผนระดับ 2) แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนการปฏิรูปประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายแผนระดับชาติว่าด้วยความ



มั่นคง และแผนระดับ 3) แผนแม่บท แผนปฏิบัติการ ฯลฯ โดยมียุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์เป็นพื้นฐานหลัก ซึ่ง Times Higher Education (THE) ได้ประยุกต์เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนทั้ง 17 ข้อ มากำหนดตัวชี้วัดในบริบทด้านการศึกษาเพื่อให้สถาบันอุดมศึกษาสามารถขับเคลื่อนให้ไปในทิศทางเดียวกัน โดยสถาบันอุดมศึกษาไทยมีบทบาทในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ผ่านการกำหนดภารกิจตามมาตรฐานการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 ซึ่งเป็นกลไกในการส่งเสริมการกำกับดูแล การตรวจสอบ ติดตามและประเมินผล และการประกันคุณภาพการศึกษาระดับอุดมศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาทุกแห่ง ครอบคลุม 3 มาตรฐาน ประกอบด้วย 1) มาตรฐานศักยภาพและความพร้อม 2) มาตรฐานการดำเนินการตามหน้าที่และอำนาจของสถาบันอุดมศึกษา และ 3) มาตรฐานการดำเนินการเพื่อให้เป็นสถาบันอุดมศึกษาที่มีคุณภาพ นอกจากนี้ ยังมีเครื่องมือเชิงระบบของรัฐในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ที่เรียกว่า การกำหนดกลุ่มสถาบันอุดมศึกษาเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic focus) ด้วยการกำหนดกลุ่มสถาบันอุดมศึกษาออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มพัฒนาการวิจัยระดับแนวหน้าของโลก กลุ่มพัฒนาเทคโนโลยีและการส่งเสริมการสร้างนวัตกรรม กลุ่มพัฒนาชุมชนท้องถิ่นหรือชุมชนอื่น กลุ่มพัฒนาปัญญาและคุณธรรมด้วยหลักศาสนา และกลุ่มผลิตและพัฒนาบุคลากรวิชาชีพและสาขาจำเพาะ โดยเฉพาะกลุ่มพัฒนาชุมชนท้องถิ่นหรือชุมชนอื่น เพราะในอนาคตรัฐต้องกระจายอำนาจการบริหารงานไปสู่เทศบาล องค์การ บริหารส่วนตำบล เมืองพัทยา และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบอื่นที่มีกฎหมายจัดตั้ง ให้สามารถตัดสินใจในกิจการท้องถิ่นได้เอง สถาบันอุดมศึกษาในกลุ่มนี้จึงมีความสำคัญอย่างมากในการพัฒนาประเทศ

การขับเคลื่อนสถาบันอุดมศึกษาไทยไปสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนให้มีความสมดุลทั้งพันธกิจด้าน การศึกษาและการพัฒนาสังคมให้เกิดความยั่งยืนทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ที่พึงประสงค์นั้น การบริหารยุทธศาสตร์เป็นสิ่งจำเป็นและมีความสำคัญต่อความสำเร็จของสถาบันอุดมศึกษาไทยในการกำหนดทิศทางการพัฒนาได้ชัดเจนยิ่งขึ้น การจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และนำไปสู่ การปฏิบัติเพื่อเชื่อมโยงกับแผนปฏิบัติการต่าง ๆ ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ดังนั้น สถาบันอุดมศึกษาไทยจึง ควรเลือกเครื่องมือในการบริหารยุทธศาสตร์ด้วยแนวคิดดุลยภาพที่ยั่งยืน (Sustainability Balanced Scorecard: SBSC) ที่มีมุมมองครบถ้วนทุกมิติ เพื่อสร้างความมั่นใจว่าสถาบันอุดมศึกษาที่ยังคงรักษาสถานะให้ เกิดความมั่นคง เน้นความยั่งยืน รองรับประชาชนทุกระดับมีโอกาสเข้าถึงการศึกษาระดับอุดมศึกษาได้ง่ายขึ้น และสามารถนำความเชี่ยวชาญของอุดมศึกษาไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาสังคมที่ซับซ้อนได้อย่าง มีประสิทธิภาพนอกเหนือไปจากการดำเนินการตามหน้าที่และอำนาจของสถาบันอุดมศึกษา

การบริหารสถาบันอุดมศึกษาไทยให้เกิดความยั่งยืน

การบริหารสถาบันอุดมศึกษาไทยให้เกิดความยั่งยืนในปัจจุบันมีแนวโน้มการพัฒนาไปตาม THE Impact Reanking ซึ่งได้นำเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals) ทั้ง 17 ข้อมาเป็นกรอบในการประเมินความยั่งยืนของสถาบันอุดมศึกษา ซึ่งในปี 2564 สถาบันอุดมศึกษาไทย จำนวน 25 แห่ง ได้เข้าสู่ระบบการประเมินตามแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนของ THE Impact Ranking โดย แสดงประเด็นการพัฒนาที่สำคัญ 4 ด้านคือ SDG17 สร้างความร่วมมือระดับสากลต่อการพัฒนาที่ยั่งยืน น้ำหนัก 22 คะแนน และด้านที่สถาบันอุดมศึกษามีคะแนนสูงสุดอีก 3 ด้าน ๆ ละ 26 คะแนน รวม 100



คะแนน ดังภาพประกอบ 1 แสดงให้เห็นได้ว่าสถาบันอุดมศึกษาไทยในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลได้คะแนนสูงสุดใน SDG2 ขจัดความหิวโหย SDG3 สุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี SDG7 พลังงานสะอาดที่เข้าถึงได้ และ SDG12 การผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสถาบันอุดมศึกษาแต่ละแห่งมีศักยภาพทั้งองค์ความรู้ บุคลากร และความเชี่ยวชาญที่สั่งสมมานาน สามารถบูรณาการศาสตร์ต่าง ๆ เข้าด้วยกันเพื่อนำมาประยุกต์ใช้แก้ไขปัญหาที่ซับซ้อนในระดับชาติ ส่วนสถาบันอุดมศึกษาของไทยในพื้นที่ต่างจังหวัดได้คะแนนสูงสุดใน SDG1 ขจัดความยากจน SDG3 สุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี และ SDG4 การศึกษาที่มีคุณภาพ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนโยบายการจัดตั้งสถาบันอุดมศึกษาในต่างจังหวัดให้ความสำคัญกับการขยายโอกาสทางการศึกษาให้สามารถเข้าถึงได้ การพัฒนาคุณภาพชีวิตภายใต้บริบทเชิงพื้นที่ สอดคล้องกับ ประเวศ วะสี (2553) สนับสนุนการใช้พื้นที่เป็นตัวตั้งภายใต้ยุทธศาสตร์ “หนึ่งสถาบันอุดมศึกษา หนึ่งจังหวัด” บูรณาการโดยใช้ชุมชนท้องถิ่นเป็นฐานสำคัญ และนำวิชาการเทคโนโลยีที่เหมาะสมเข้าไปส่งเสริมชุมชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น รวมถึงการสังเคราะห์นโยบายจากการปฏิบัติไปสู่การจัดทำนโยบายสาธารณะต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน

ทั้งนี้การบริหารสถาบันอุดมศึกษาไทยให้เกิดความยั่งยืนควรมุ่งให้ความสำคัญและมีคะแนนสูงสุดใน THE Impact Reanking 2 ข้อหลัก คือ SDG4 การศึกษาที่มีคุณภาพ และ SDG11 ความยั่งยืนของเมืองและชุมชนเป็นเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนที่มีลักษณะการพัฒนาเชิงพื้นที่ (Area-based development) นั้น โดยมีสถาบันอุดมศึกษาไทย 5 สถาบันที่มีคะแนนสูงสุดใน SDG4 คือ มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย และมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา โดยตัวชี้วัดใน SDG4 ให้ความสำคัญกับการพัฒนาแนวปฏิบัติที่ยั่งยืนคือ 1) จำนวนบัณฑิตที่ได้รับวุฒิการศึกษาระดับประถมศึกษา 2) ให้โอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิตกับคนทุกเพศ ทุกวัย และทุกสภาพ และ 3) สัดส่วนนักศึกษาที่เป็นคนแรกของครอบครัวที่มีโอกาสเข้าศึกษา เพื่อสร้างบุคลากรให้สามารถเข้าถึงทรัพยากรการเรียนรู้และขยายผลไปยังสังคมให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง ตามที่มาตรฐานการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 (2565) ได้กำหนดมาตรฐานการดำเนินการตามหน้าที่และอำนาจของสถาบันอุดมศึกษาด้านการจัดการเรียนการสอนระบุว่า กำหนดนโยบายและทิศทางในการผลิตบัณฑิตและการพัฒนาผู้เรียนให้สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาทั้งในระดับชาติและนานาชาติ ความต้องการของชุมชน สังคม และประเทศ ตามความเชี่ยวชาญและอัตลักษณ์ของกลุ่มสถาบันอุดมศึกษา รวมทั้งจัดให้มีหลักสูตรการศึกษาที่หลากหลายไม่ว่าแบบให้ปริญญาหรือแบบไม่ให้ปริญญา เพื่อส่งเสริมโอกาสในการเรียนรู้และการศึกษาตลอดชีวิต และมีสถาบันอุดมศึกษาไทย 5 สถาบันที่มีคะแนนสูงสุดใน SDG11 คือ มหาวิทยาลัยสยาม มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง มหาวิทยาลัยพะเยา และมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา โดยตัวชี้วัดใน SDG11 ให้ความสำคัญกับการพัฒนาแนวปฏิบัติที่ยั่งยืนคือ 1) เป้าหมายเส้นทางการพัฒนาที่ยั่งยืน (Targets on sustainable commuting) และ 2) การสร้างมาตรฐานที่ยั่งยืน (Build to sustainable standards) ในขณะที่ปรัชญาการอุดมศึกษาไทยและระบบอุดมศึกษาใหม่ด้านการสร้างบัณฑิตและพัฒนากำลังคนมุ่งไปสู่การยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน ซึ่งเห็นได้จากกระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม ได้จัดตั้งหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.) ขึ้นเพื่อจัดสรรทุนวิจัยและนวัตกรรมสำหรับการพัฒนาเชิงพื้นที่ การพัฒนาชุมชน หรือท้องถิ่น มุ่งตอบโจทย์ท้าทายของสังคม สอดคล้องกับสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2564) ได้ขับเคลื่อนเป้าหมายการพัฒนาที่



ยั่งยืนระดับพื้นที่โดยจัดทำดัชนีการพัฒนายั่งยืนระดับจังหวัด และการกระจายภารกิจหน้าที่ไปสู่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นยุคใหม่ ดังจะเห็นได้จากพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 (2542) มาตรา 41 และมาตรา 42 ระบุให้มีการบริหารและจัดการศึกษาในระดับท้องถิ่นที่เปิดโอกาสให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีสิทธิจัดการศึกษาในระดับใดระดับหนึ่งหรือทุกระดับตามความพร้อม ความเหมาะสม และความต้องการของท้องถิ่น สถาบันอุดมศึกษาไทยที่มีความโดดเด่นในด้านนี้คือ มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราชซึ่งถือเป็นสถาบันอุดมศึกษาในกำกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษเพียงแห่งเดียวในประเทศไทย มีฐานะเป็นหน่วยงานของรัฐอยู่ในกำกับของกรุงเทพมหานคร เป็นนิติบุคคลที่ไม่เป็นส่วนราชการ ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2553 มีปณิธานที่จะเป็น “มหาวิทยาลัยแห่งเมือง” ที่ผลิตองค์ความรู้ และงานวิจัยเพื่อเป็นคลังสมองให้กับเมืองโดยสามารถนำมาแก้ไขปัญหา พัฒนา และเพิ่มขีดความสามารถของเมืองเพื่อขับเคลื่อนไปข้างหน้าอย่างมีทิศทาง มีการจัดการเรียนการสอนที่เน้นทั้งทฤษฎี และปฏิบัติจากคณาจารย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่มีประสบการณ์จริง มีปัญหาของเมืองเป็นแบบฝึกหัดและบททดสอบ โดยมี “กรุงเทพมหานคร” เป็นห้องปฏิบัติการขนาดใหญ่



อันดับโลก	มหาวิทยาลัย	พื้นที่	SDGs																
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
23	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	กรุงเทพและปริมณฑล																	
54	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	กรุงเทพและปริมณฑล																	
101-200	สถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย	กรุงเทพและปริมณฑล																	
101-200	มหาวิทยาลัยมหิดล	กรุงเทพและปริมณฑล																	
301-400	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	กรุงเทพและปริมณฑล																	
301-400	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง	กรุงเทพและปริมณฑล																	
401-600	มหาวิทยาลัยสยาม	กรุงเทพและปริมณฑล																	
401-600	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	กรุงเทพและปริมณฑล																	
601-800	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ	กรุงเทพและปริมณฑล																	
601-800	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	กรุงเทพและปริมณฑล																	
101-200	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	เชียงใหม่																	
401-600	มหาวิทยาลัยแม่โจ้	เชียงใหม่																	
401-600	มหาวิทยาลัยพะเยา	พะเยา																	
601-800	มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง	เชียงราย																	
801-1000	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	เชียงใหม่																	
801-1000	มหาวิทยาลัยนครสวรรค์	พิษณุโลก																	
201-300	มหาวิทยาลัยขอนแก่น	ขอนแก่น																	
201-300	มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี	อุบลราชธานี																	
601-800	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี	นครราชสีมา																	
801-1000	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	มหาสารคาม																	
1001+	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา	นครราชสีมา																	
1001+	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย	เลย																	
601-800	มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	นครศรีธรรมราช																	
601-800	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	สงขลา																	
1001+	มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี	สุราษฎร์ธานี																	

ภาพที่ 1 สถาบันอุดมศึกษาไทยที่ประเมินตามแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนของ THE Impact Ranking
 ที่มา: Times Higher Education (2022)

การบริหารสถาบันอุดมศึกษาไทยให้เกิดความยั่งยืนนั้นสถาบันอุดมศึกษาจำเป็นต้องยกระดับสำนักนโยบายและแผนที่ทำหน้าที่เพียงการจัดทำแผนยุทธศาสตร์และการบริหารโครงการ หรือสถาบันอุดมศึกษาไทยที่จัดตั้งสำนักบริหารยุทธศาสตร์ (Office of Strategy Management) อยู่แล้ว ให้เป็นสำนักบริหารความยั่งยืน (Office of Sustainability Management) ซึ่งถือเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ให้ประสบความสำเร็จ โดยเพิ่มเติมบทบาทผู้ขับเคลื่อนความยั่งยืน สำหรับวิเคราะห์อนาคตเพื่อนำสิ่งที่เกิดขึ้นมาทำให้เกิดขึ้นจริงในปัจจุบันและการบริหารความไม่แน่นอน (Uncertainty Management) นอกเหนือจากบทบาทของสำนักบริหารยุทธศาสตร์ เท็อน ทองแก้ว (2555) คือ 1) บทบาทในฐานะผู้ออกแบบกระบวนการ รับผิดชอบในการกำหนดกรอบการบริหารยุทธศาสตร์รวมถึงการออกแบบกระบวนการใน



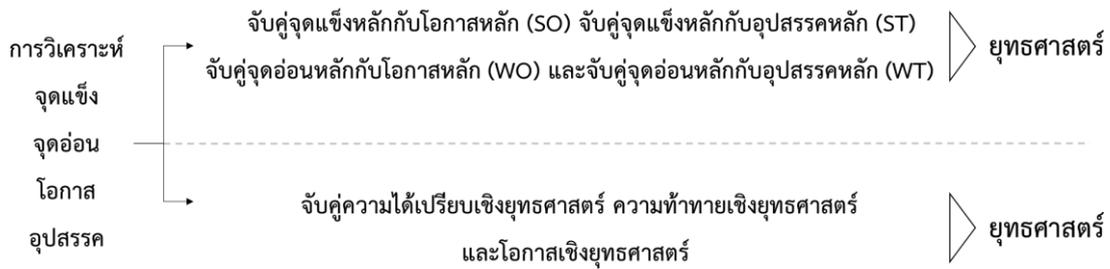
การบริหารยุทธศาสตร์ และยังคงยกมาติดตามตรวจสอบให้มั่นใจว่าองค์ประกอบทั้งหมดในระบบการบริหารยุทธศาสตร์มีความครบถ้วน และทำงานไปในทิศทางเดียวกัน 2) บทบาทในฐานะเจ้าของกระบวนการทำหน้าที่เป็นเจ้าของกระบวนการเพื่อให้เกิดความมั่นใจว่ากระบวนการทุกขั้นตอนตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดมีความเชื่อมโยงกันตั้งแต่การพัฒนายุทธศาสตร์ การวางแผนยุทธศาสตร์ การทบทวนยุทธศาสตร์ ไปจนถึงการปรับปรุงยุทธศาสตร์ 3) บทบาทในฐานะผู้บูรณาการ ทำหน้าที่สื่อสารแผนยุทธศาสตร์ไปยังบุคลากรอย่างทั่วถึงและประสานให้เกิดความเชื่อมโยงยุทธศาสตร์กับแผนงานโครงการและงบประมาณ แผนเทคโนโลยีสารสนเทศ แผนการพัฒนาบุคลากร และ 4) บทบาทผู้เชื่อมโยงกับกระบวนการปฏิบัติที่สำคัญผ่านการแลกเปลี่ยนแนวปฏิบัติที่ดี

กระบวนการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์ของสถาบันอุดมศึกษาไทย

กระบวนการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์ของสถาบันอุดมศึกษาไทยมักเริ่มต้นจากวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและภายในด้วยเครื่องมือ PESTEL ประกอบด้วย การเมือง เศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม และกฎหมาย และการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ด้วยเครื่องมือ SWOT ที่เป็นเช่นนี้เพราะสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (2558, น. 129) ระบุตัวบ่งชี้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนายุทธศาสตร์คือตัวบ่งชี้ที่ 5.1 การบริหารของสถาบันเพื่อการกำกับติดตามผลลัพธ์ตามพันธกิจ กลุ่มสถาบันและเอกลักษณ์ของสถาบัน ที่สถาบันอุดมศึกษาจำเป็นต้องมีการจัดทำแผนเพื่อกำหนดทิศทางการพัฒนาและการดำเนินงานของสถาบันให้สอดคล้องกับเป้าหมาย ตลอดจนมีการบริหารทั้งด้านบุคลากร การเงิน ความเสี่ยงและการประกันคุณภาพการศึกษา เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานตามพันธกิจหลักให้บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ และกำหนดให้พัฒนาแผนกลยุทธ์จากผลการวิเคราะห์ SWOT กับวิสัยทัศน์ของสถาบันและพัฒนาไปสู่แผนกลยุทธ์ทางการเงินและแผนปฏิบัติการประจำปีตามเวลาเพื่อให้บรรลุผลตามตัวบ่งชี้และเป้าหมายของแผนกลยุทธ์ โดยกำหนดเป็นเกณฑ์การประเมินเพื่อให้คะแนนตามจำนวนข้อที่มีการดำเนินการ ในขณะที่ ไพบุลย์โพธิ์สุวรรณ (2552, น. 26) ได้ระบุจุดอ่อนของ SWOT คือ การขาดข้อมูล และขาดความเข้าใจของผู้ปฏิบัติงาน ทำให้การวิเคราะห์ SWOT เป็นเพียงวิธีการเพื่ออ้างความชอบธรรม แต่ไม่ได้ส่งผลต่อการปฏิบัติหรือต่อการวางแผนยุทธศาสตร์แต่อย่างใด หน่วยงานต่าง ๆ มากมายโดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศไทยยังยึดถือแนวทาง SWOT ทั้ง ๆ ที่แนวทางนี้ได้เสื่อมความนิยมลงในประเทศที่พัฒนาแล้วตั้งแต่ทศวรรษที่ 1980 เนื่องจากเห็นว่าไม่สามารถรู้ได้จริงว่าอะไรคือจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ทั้งนี้เครื่องมือในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเพื่อนำไปวางแผนยุทธศาสตร์นั้นมีหลายวิธีการ เช่น การวิเคราะห์อนาคตภาพ การวิเคราะห์ขีดความสามารถหลัก ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ และโอกาสเชิงยุทธศาสตร์ ตามเกณฑ์คุณภาพการศึกษาเพื่อการดำเนินการที่เป็นเลิศ (Education Criteria for Performance Excellence: EdPEX) ฉบับปี 2563-2566 เป็นต้น หลังจากนั้นสถาบันอุดมศึกษาไทยโดยเฉพาะสถาบันอุดมศึกษาของรัฐจะนำผลการวิเคราะห์มาจับคู่โดย เวลริช (Wehrich, 1982, pp. 54-66) อธิบายหลักการจับคู่ว่า จับคู่จุดแข็งหลักกับโอกาสหลัก (SO) โดยการใช้จุดแข็งที่มีอยู่เพื่อให้ได้รับโอกาสมากที่สุด จับคู่จุดแข็งหลักกับอุปสรรคหลัก (ST) โดยการใช้จุดแข็งที่มีอยู่เพื่อหลีกเลี่ยงอุปสรรคและปรับข้อจำกัดจากสภาพแวดล้อมภายนอกดังกล่าวให้เป็นโอกาส จับคู่จุดอ่อนหลักกับโอกาสหลัก (WO) โดยการลดจุดอ่อนที่ไม่เอื้อต่อการดำเนินงานเพื่อเพิ่มโอกาสให้สามารถดำเนินงานได้ และจับคู่จุดอ่อนหลักกับอุปสรรคหลัก (WT)



โดยการลดจุดอ่อนที่ไม่เอื้อต่อการดำเนินงานเพื่อหลีกเลี่ยงอุปสรรค แล้วนำมาตัดสินใจเลือกยุทธศาสตร์เพียง 1-2 ยุทธศาสตร์ในแต่ละคู่ที่จะเกิดผลสูงที่สุดมาเป็นยุทธศาสตร์หลัก ขณะที่สถาบันอุดมศึกษาไทยที่เข้าสู่เกณฑ์คุณภาพการศึกษาเพื่อการดำเนินการที่เป็นเลิศจะจับคู่ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ และโอกาสเชิงยุทธศาสตร์มาวิเคราะห์เพื่อกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ของสถาบัน



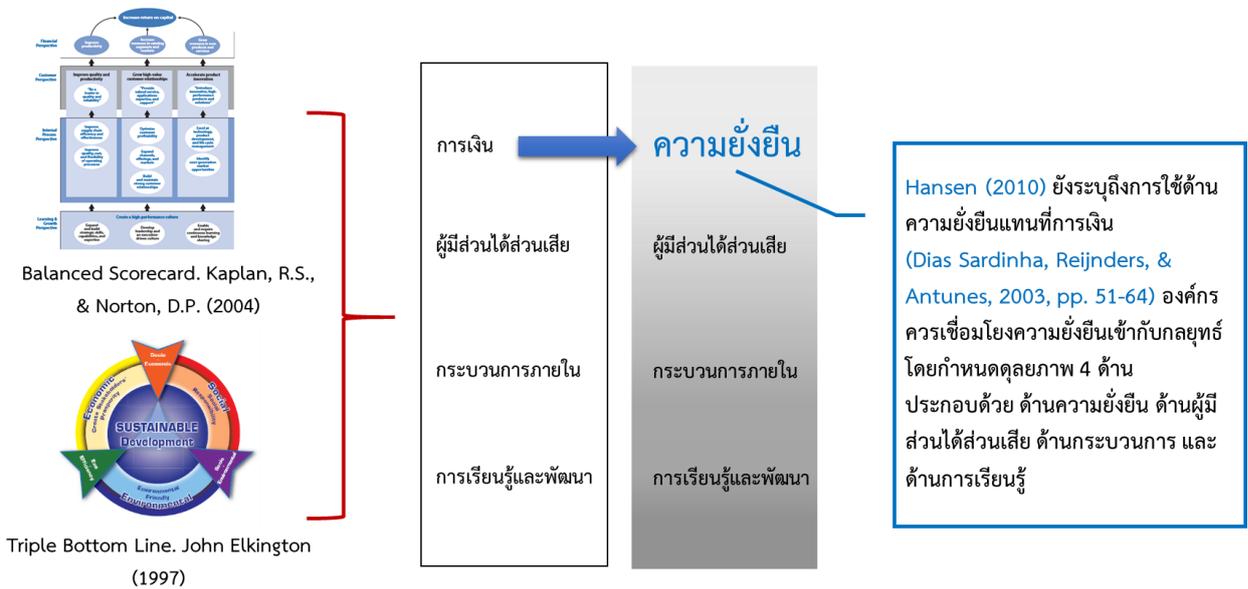
ภาพที่ 2 กระบวนการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการพัฒนายุทธศาสตร์ของสถาบันอุดมศึกษาไทยจำเป็นต้องเลือกเครื่องมือ

แนวคิดดุลยภาพที่ยั่งยืน (Sustainability Balanced Scorecard: SBSC)

แนวคิดดุลยภาพที่ยั่งยืน (Sustainability Balanced Scorecard: SBSC) เป็นหนึ่งในเครื่องมือที่นิยมสำหรับใช้ในการจัดการกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนในองค์กร ซึ่งได้รับการออกแบบมาโดยเฉพาะเพื่อสะท้อนประเด็นทางสังคม และสิ่งแวดล้อม ให้เชื่อมโยงกับความยั่งยืนขององค์กร เพื่อจัดทำกลยุทธ์การพัฒนาอย่างยั่งยืนที่เหมาะสมและนำไปสู่การปฏิบัติโดยนำแนวคิดดุลยภาพ (Balanced Scorecard: BSC) ที่พัฒนาขึ้นโดยแคปแลน และนอร์ตัน (Kaplan & Norton) ตั้งแต่ปี 1996 และพัฒนาเรื่อยมา มีดุลยภาพ 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการเงิน ที่มุ่งเน้นเรื่องโครงสร้างต้นทุน การใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์ การหารายได้ และการเพิ่มคุณค่าให้กับลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 2) ด้านลูกค้า องค์กรต้องการให้ลูกค้ารับรู้คุณสมบัติของสินค้าและบริการภาพลักษณ์ จนเกิดความพึงพอใจและสร้างความสัมพันธ์ที่ดี 3) ด้านกระบวนการภายใน เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการดำเนินงาน การบริหารลูกค้า การจัดการนวัตกรรม และกฎหมายและสังคม และ 4) ด้านการเรียนรู้และพัฒนา ให้มีความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรสารสนเทศ และทรัพยากรขององค์กรทั้งในด้านวัฒนธรรม ความเป็นผู้นำ การเชื่อมโยง และการทำงานเป็นทีม โดยเรียงแต่ละด้านไว้อย่างเป็นลำดับจากบนลงล่างเป็นแผนที่กลยุทธ์ (Strategic Map) มาผสมผสานกับแนวคิดความยั่งยืน (Triple Bottom Line: TBL) ที่พัฒนาโดย จอห์น เอลลิงตัน (John Elkington) ในปี 1997 เพื่อใช้เป็นกรอบสำหรับการวัดผลการดำเนินงานขององค์กรที่รวมถึงด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม เพิ่มเติมจากด้านการเงินแบบดั้งเดิม โดยมีงานวิจัยของแฮนเซน (Hansen, 2010) สนับสนุนให้มีการสร้างด้านความยั่งยืนแยกออกมาต่างหากและนำไปแทนที่ด้านการเงิน โดยดิแอส ซาดินฮา, เรจอนเดอส์, และแอนทูนีส (Dias Sardinha, Reijnders, & Antunes, 2003, pp. 51-64) ปรับเป็นกรอบการวัดผลการดำเนินงานขององค์กร ครอบคลุม 4 ด้าน คือ 1) ด้านความยั่งยืน มุ่งเน้นการใช้ประโยชน์จากองค์ความรู้ของสถาบันอุดมศึกษาไปใช้ให้เกิด



ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนกำกับองค์กรอย่างมีธรรมาภิบาลเพื่อนำไปสู่ความยั่งยืน 2) ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มุ่งตอบสนองความต้องการและความคาดหวังเพื่อให้เกิดการยอมรับและสนับสนุนการดำเนินงาน 3) ด้านกระบวนการภายใน สนับสนุนให้สถาบันอุดมศึกษาของไทยเป็นผู้ขับเคลื่อนมาตรฐานการดำเนินการตามหน้าที่และอำนาจของสถาบันอุดมศึกษาเพื่อให้การดำเนินการตามภาระหน้าที่หลักเป็นไปอย่างครบถ้วนและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษา ประกอบด้วย ด้านการจัดการเรียนการสอน ด้านการวิจัยและการสร้างนวัตกรรม ด้านการบริการวิชาการแก่สังคม และด้านการทะนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม และ 4) ด้านการเรียนรู้และพัฒนา ให้มีความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรสารสนเทศ และทรัพยากรองค์ความรู้ของสถาบัน ซึ่ง แคปแลน และนอร์ตัน (Kaplan & Norton, 1996) ยืนยันว่าดุลยภาพอาจปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมด้านขึ้นได้ และถือได้ว่าเป็นวิธีที่ง่ายที่สุดสำหรับองค์กรที่ต้องการสร้างความยั่งยืนเพื่อยุทธศาสตร์ในการบริหารองค์กรมีการขับเคลื่อนครบถ้วนทุกมิติ อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าแนวทางของดุลยภาพที่ยั่งยืนจะมีการเรียงลำดับของแต่ละด้านไว้อย่างชัดเจน แต่แนวคิดดุลยภาพที่ยั่งยืนถือได้ว่าเป็นแนวคิดที่ยืดหยุ่น การที่จะมีกี่ด้านขึ้นอยู่กับบริบทของงานมากกว่าหน่วยงานบางแห่งอาจมีด้านอื่นเพิ่มขึ้นได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะของหน่วยงานนั้น ๆ

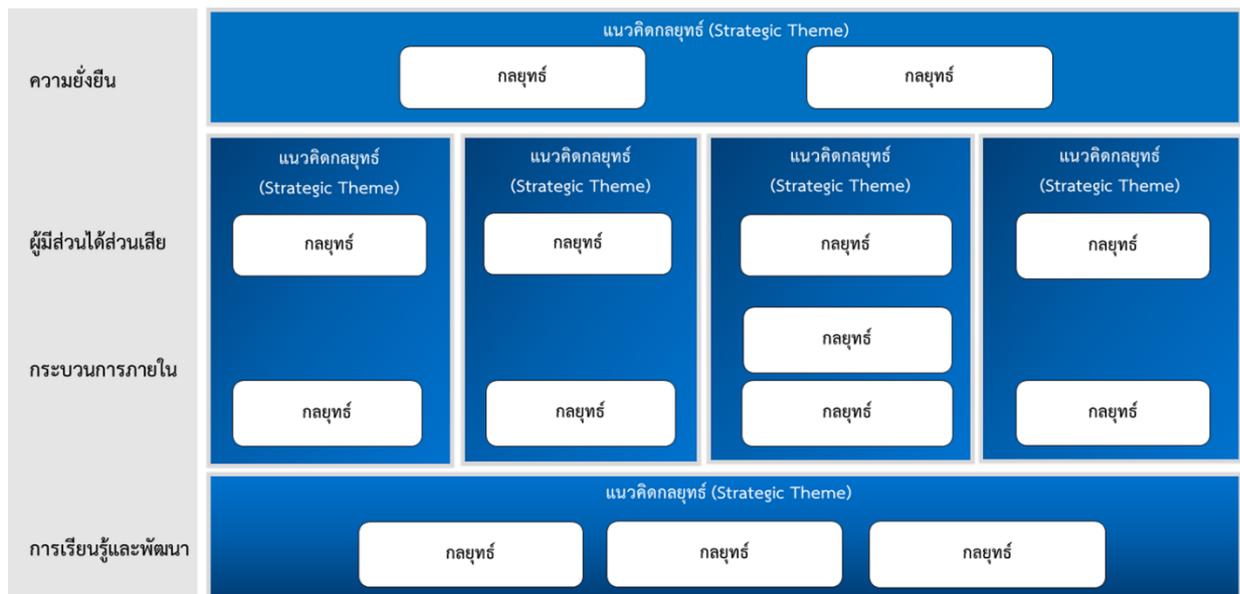


ภาพที่ 3 มิติด้านความยั่งยืนตามแนวคิดดุลยภาพที่ยั่งยืน

นอกเหนือจากด้านความยั่งยืนที่เป็นลักษณะพิเศษของแนวคิดดุลยภาพที่ยั่งยืนแล้ว การพัฒนายุทธศาสตร์ด้วยแนวคิดดุลยภาพที่ยั่งยืนเริ่มต้นด้วยการกำหนดพันธกิจ วิสัยทัศน์ การวิเคราะห์ทางกลยุทธ์ เพื่อให้ได้ทิศทางเช่นเดียวกับการพัฒนายุทธศาสตร์ของสถาบันอุดมศึกษาไทยที่ผ่านมา เพียงแต่จะมีแนวคิดกลยุทธ์ (Strategic Themes) ซึ่งถือเป็น “เสาหลัก” ที่สำคัญของกลยุทธ์ที่สนับสนุนให้วิสัยทัศน์และพันธกิจประสบความสำเร็จ ผสานเข้ากับดุลยภาพที่ยั่งยืนทั้ง 4 ด้านอย่างสอดคล้องกัน โดย นอร์ตัน และรัสเซล (Norton & Russell, 2009) แนะนำให้มีแนวคิดกลยุทธ์ 3-4 แนวคิด ได้แก่ ความเป็นเลิศในการปฏิบัติงาน



นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ การเป็นพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ และการบริหารลูกค้า เพื่อมุ่งให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ที่เชื่อมโยงกันเข้าไว้ด้วยกันและสะดวกต่อการมอบหมายความรับผิดชอบในการนำสู่การปฏิบัติด้วย จะเห็นได้จากแผนที่ยุทธศาสตร์ (Strategy Map) ซึ่งเป็นแผนที่แสดงความสัมพันธ์ในเชิงเหตุและผลของวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ต่าง ๆ และใช้สำหรับการสื่อสารกลยุทธ์ไปยังบุคลากรให้เกิดความเข้าใจเพื่อนำสู่การปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 แผนที่ยุทธศาสตร์ตามแนวคิดดุลยภาพที่ยั่งยืน

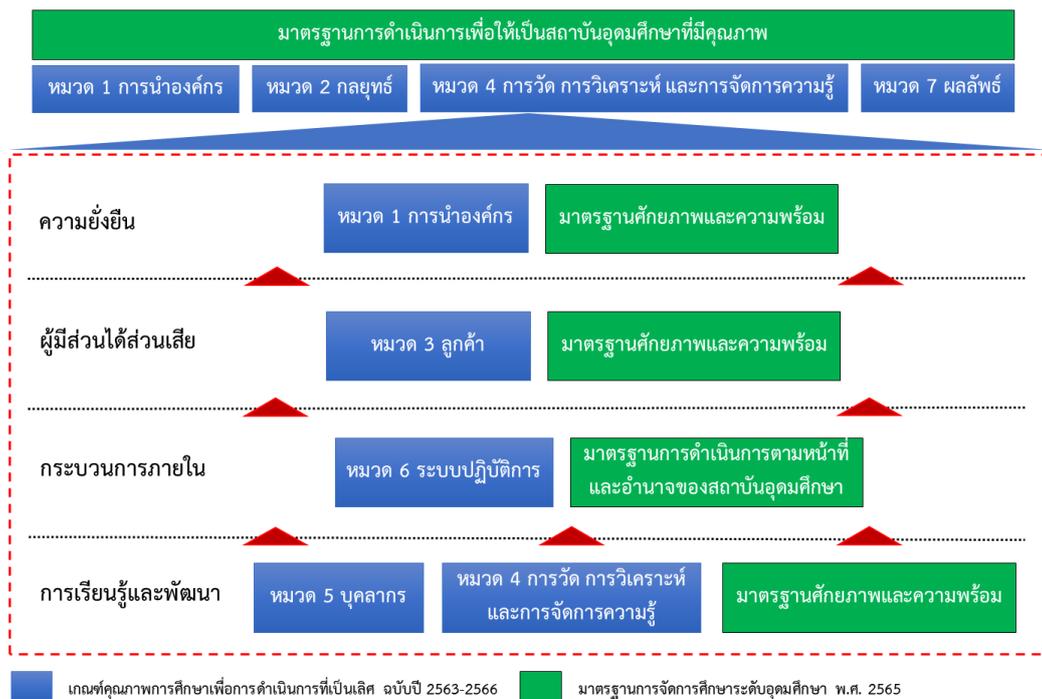
ที่มา: อีรเสกข์ ศิรชนานนท์ (2564)

แนวคิดดุลยภาพที่ยั่งยืนกับมาตรฐานการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษา

กฎกระทรวง เรื่อง มาตรฐานการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 (2565) ถือเป็นข้อกำหนดขั้นต้นเกี่ยวกับคุณลักษณะของสถาบันอุดมศึกษา การดำเนินการ ผลลัพธ์ คุณภาพ และเกณฑ์อื่นในการจัดการศึกษาของสถาบันอุดมศึกษา แบ่งออกเป็นมาตรฐานศักยภาพและความพร้อมเกี่ยวข้องกับทรัพยากรการเรียนรู้ของสถาบันการศึกษาสำหรับสนับสนุนทั้งในด้านบุคลากร ระบบบัญชีการเงิน เทคโนโลยีดิจิทัล ตลอดจนระบบการกำกับดูแลสถาบันอุดมศึกษาตั้งแต่ระดับสภาสถาบันอุดมศึกษา ผู้บริหาร และคณาจารย์ในทุกระดับ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จัดอยู่ในมิติด้านความยั่งยืน ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และด้านการเรียนรู้และพัฒนา ส่วนมาตรฐานการดำเนินการตามหน้าที่และอำนาจของสถาบันอุดมศึกษา มีการดำเนินการตามภาระหน้าที่หลักเป็นไปอย่างครบถ้วนและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษา ประกอบด้วย ด้านการจัดการเรียนการสอน ด้านการวิจัยและการสร้างนวัตกรรม ด้านการบริการวิชาการแก่สังคม และด้านการทะนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม จัดอยู่ในมิติด้านกระบวนการภายใน สำหรับมาตรฐานการดำเนินการเพื่อให้เป็นสถาบันอุดมศึกษาที่มีคุณภาพ นั้นครอบคลุมการดำเนินการให้สถาบันอุดมศึกษามีคุณภาพและมีการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องตามหลักธรรมาภิบาล



สอดคล้องกับเกณฑ์คุณภาพการศึกษาเพื่อการดำเนินการที่เป็นเลิศ (Education Criteria for Performance Excellence: EdPEX) ในหมวด 2 กลยุทธ์เพื่อให้บรรลุความสำเร็จตามวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้ หมวด 3 การมีส่วนร่วมของผู้เรียนและผู้มีส่วนได้เสียเพื่อนำความคิดเห็นไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษา ให้สอดคล้องกับความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้ผู้เรียนและผู้มีส่วนได้เสียอย่างต่อเนื่อง หมวด 5 ประเมินความต้องการด้านอัตรากำลังและขีดความสามารถของบุคลากร โดยเฉพาะหมวด 7 การติดตามและรายงานผลลัพธ์ ซึ่งมาตรฐานการดำเนินการเพื่อให้เป็นสถาบันอุดมศึกษาที่มีคุณภาพชี้ให้เห็นถึงความเชื่อมโยงอย่างชัดเจน ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 5 แผนที่ยุทธศาสตร์ตามแนวคิดดุลยภาพที่ยั่งยืนกับเกณฑ์คุณภาพการศึกษา
 เพื่อการดำเนินการที่เป็นเลิศและมาตรฐานการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษา

บทสรุป

แนวคิดดุลยภาพที่ยั่งยืน (Sustainability Balanced Scorecard: SBSC) เป็นเครื่องมือในการพัฒนายุทธศาสตร์ที่เหมาะสมกับสถาบันอุดมศึกษาไทยทุกกลุ่มสถาบันอุดมศึกษาเชิงยุทธศาสตร์ เนื่องจากแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมในอนาคตมุ่งสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ดังจะเห็นได้จากยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี ที่ได้นำวาระการพัฒนาที่ยั่งยืน 2030 ไปปฏิบัติ รวมทั้งติดตามผลการดำเนินงาน ตลอดจนสร้างความตระหนักรู้ให้กับภาคส่วนต่าง ๆ ตลอดจนระบบการประเมินความยั่งยืนของสถาบันการศึกษาตามแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนของ THE Impact Ranking ทั้ง 17 ข้อ จากประสบการณ์การพัฒนายุทธศาสตร์สถาบันอุดมศึกษาไทยด้วยแนวคิดดุลยภาพที่ยั่งยืนสามารถวิเคราะห์ได้ถึงความครบถ้วนของการบริหารจัดการ



ทรัพยากรของสถาบัน การตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ส่งผลเชิงบวกต่อการขับเคลื่อนความยั่งยืน ตลอดจนกระบวนการหลักด้านการจัดการเรียนการสอน ด้านการวิจัยและการสร้างนวัตกรรม ด้านการบริการ วิชาการแก่สังคม และด้านการทะนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม ดังนั้นสถาบันอุดมศึกษาไทยสามารถนำแนวคิด ดุลยภาพที่ยั่งยืนไปใช้ให้บรรลุผลสำเร็จให้เข้ากับบริบทของสถาบันอุดมศึกษานั้น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพโดย จัดตั้งสำนักบริหารความยั่งยืน (Office of Sustainability Management) มาเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อน แผนบริหารความยั่งยืนภายใต้กำกับของผู้บริหารระดับสูงฝ่ายบริหารความยั่งยืน ทำหน้าที่บริหารยุทธศาสตร์สู่ ความยั่งยืน บริหารความไม่แน่นอน บริหารกระบวนการของสถาบัน และบริหารโครงการและงบประมาณ เชิงกลยุทธ์ เพื่อตอบสนองภารกิจทั้งการศึกษาและแสดงคุณค่าของการมีสถาบันการศึกษาที่มีส่วนสำคัญใน การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของประเทศและยกระดับคุณภาพสังคม

บรรณานุกรม

- เทียน ทองแก้ว. (2555). สำนักงานบริหารยุทธศาสตร์: กลไกสำคัญในการขับเคลื่อนกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพ ในการบริหารการเปลี่ยนแปลงสถาบันอุดมศึกษา. *ACADEMIC JOURNAL BANGKOKTHONBURI UNIVERSITY*, 1(2), 1-20.
- ธีรเสฏฐ์ ศิรธนานนท์. (2564). ยุทธศาสตร์การพัฒนาสถาบันอุดมศึกษาแห่งเมืองสำหรับสถาบันอุดมศึกษาใน กำกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ. ปริญญาานิพนธ์ กศ.ด. (การจัดการการอุดมศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542. (2542, 19 ธันวาคม). *ราชกิจจานุเบกษา* (เล่มที่ 116 ตอนที่ 74ก, น. 12-13).
- ไพบุลย์ โพธิ์สุวรรณ. (2552). แนวคิดการบริหารเชิงยุทธศาสตร์. *วารสารดำรงราชานุภาพ*, 9(31), 12-26.
- มาตรฐานการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565. (2565). *ราชกิจจานุเบกษา* (เล่มที่ 139 ตอนที่ 20ก, น. 8-9).
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2558). *คู่มือการประกันคุณภาพการศึกษาภายใน ระดับอุดมศึกษา พ.ศ.2557* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2563). *ตัวชี้วัดการพัฒนาระดับจังหวัดและกลุ่ม จังหวัด*. กรุงเทพฯ: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). เกี่ยวกับ SDGs. สืบค้นจาก <https://sdgs.nesdc.go.th/เกี่ยวกับ-sdgs/>
- Dias Sardinha, I., Reijnders, L., & Antunes, P. (2003). From environmental performance evaluation to eco-efficiency and sustainability balanced scorecards. *Environmental Quality Management*, 12(2), 51-64.
- Hansen, E. (2010). Responsible Leadership Systems: An Empirical Analysis of Integrating Corporate Responsibility into Leadership Systems. (Doctoral dissertation). Johannes Kepler University, Linz, Austria.



- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). *The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action*. Boston: Harvard Business School Press. (Nominated for Financial Times/ Booz-Allen & Hamilton Global Business Book Award presented by Booz-Allen & Hamilton. Winner of Notable Contribution to Management Accounting Literature Award presented by American Accounting Association.).
- Norton, D. P., & Russell, R. H. (2009). Linking Strategy to operations: Part II-Theme Teams and IT Infrastructure. *Balanced Scorecard Report*, 11(5), 1-6.
- Time Higher Education. (2022). *Impact Rankings 2022*. Retrieved from https://www.timeshighereducation.com/impactrankings#!/page/0/length/25/locations/THA/sort_by/rank/sort_order/asc/cols/undefined
- Wehrich, H. (1982). The TOWS matrix—A tool for situational analysis. *Long Range Planning*, 15(2), 54-66.



Received: July 15, 2022
Revised: September 17, 2022
Accepted: September 17, 2022

Affordable Housing in China

Nuparp Noksakul¹

Sman Ngamsnit²

Surin Niyamangkoon³

Abstract

This article aimed to investigate the affordable housing context in China. Since 1978, the Chinese government has pursued various economic and housing reforms to expand private property rights in housing and to promote home ownership through the commercialization and privatization of urban public housing. This has involved terminating the old system of allocating housing units through public-sector employers and establishing a more market-based system of housing provision. The government now provides affordable housing by subsidizing commercial housing purchases or by offering low-rent public (social) housing to middle and low-income families.

Keywords: Affordability, Public housing

Introduction

Recent Housing Reform and Outcomes of China's housing policies experienced a drastic change in 1998 when the central government ended direct housing distribution to employees through the former danwei or employer-based system. According to government plans, the affordable housing system targeted at middle-income households was established to provide support to nearly 70 percent of urban families. It also introduced housing cash

¹ Ph.D. Student, Public Administration International Program, Faculty of Social Sciences, Mahachulalongkornrajavidyalaya University

² Lecturer in Public Administration, International Program, Faculty of Social Sciences, Mahachulalongkornrajavidyalaya University

³ Lecturer in Public Administration, International Program, Faculty of Social Sciences, Mahachulalongkornrajavidyalaya University



subsidies to new employees and set up a Housing Provident Fund, a compulsory housing savings system to provide subsidized loans to employed homebuyers. Low-rent public housing is provided by the government to low-income urban households, while commercial housing is provided by the market to meet the needs and demands of high-income families at the top 15 percent of the economic spectrum that have access to mortgage financing⁴. This housing reform has resulted in a vigorous and fast-growing urban housing market and greatly improved housing conditions for urban residents. For example, the floor area per capita in urbanized areas increased from 6.7 square meters in 1978 to 28.3 square meters in 2007, and the home ownership rate reached to 82.3 percent in urban China in 2007⁵ (Man, Zheng, and Ren, 2011). However, with urban housing prices skyrocketing since 2005, housing affordability has become a major issue in several large cities, and municipal governments have been called upon to increase the provision of affordable housing to middle- and low-income households. Government policies have been implemented to stabilize urban housing prices, to discourage speculative behavior of homebuyers, and to reduce both the excessive lending practices of state-owned banks and the possible financial risks associated with the housing sector

Urgent Need for Affordable housing is often defined as an adequate dwelling where less than 30 percent of monthly household income is devoted to rent, or where the dwelling's purchase price is less than three times a household's annual income. The housing price-to-income ratio (PIR) is the basic affordability measure for housing in an urban area. It is generally defined as the ratio of the median house price to the median family income. In the Global Urban Observatory Databases of UN-HABITAT, PIR is one of the important urban indicators, and a ratio between 3 and 5 is considered normal or satisfactory. In the United States and Canada, the PIR is 3.2 and 3.5, respectively, which meet the international standard for a normal or affordable level of housing⁶

⁴ Wang, Ya Ping. 2011. Recent Housing Reform Practice in Chinese Cities: Social and Spatial Implications. In China's housing reform and outcomes, ed. Joyce Yanyun Man. Cambridge, MA: Lincoln Institute of Land Policy.

⁵ Man, Joyce Yanyun, Siqi Zheng, and Rongrong Ren. 2011. Housing policy and housing markets: Trends, patterns, and affordability. In China's housing reform and outcomes, ed. Joyce Yanyun Man. Cambridge, MA: Lincoln Institute of Land Policy.

⁶ Demographia. 2009. The Fifth annual Demographia international housing affordability survey. <http://www.demographia.com/dhi.pdf>



Affordable housing in China

Affordable housing is often measured in terms of median values and incomes, but the concept is applicable to both renters and purchasers in all income ranges. Based on the study of Man, Joyce, Yanyun⁷, Affordable housing in China, commonly known as “economical and comfortable housing,” is designed to be available to middle to low-income households, including public-sector employees, to encourage home ownership. In general, the Chinese central government sets policies and mandates with respect to affordable housing, and the subnational governments, cities in particular, are responsible for the construction, financing, and management of that housing. The central government does not provide financial support to provincial and local governments for affordable housing through its budgetary spending or intergovernmental transfers, except for a few subnational governments in the fiscally strained and underdeveloped central and western regions. Local governments are required to provide free land, reduce government charges and fees, and control developers’ profits to lower the housing price for those who are qualified based upon government eligibility standards. In some cities, such as Beijing, affordable housing also includes price controlled commercial housing whose price is held down by the provision of reduced land use fees and charges, as well as favorable land allocation by the government to help lower-and middle-income families become homeowners. The Housing Provident Fund, a compulsory saving plan with contributions by both employers and employees for housing purposes, helps employees buy a house with subsidized loans. Local governments provide state-owned land to affordable housing projects through appropriation mechanisms. They usually appropriate land to developers who finance, construct, and sell the economical and comfortable housing units to the people considered eligible according to government standards and regulations. Middle-income families seeking market-oriented commercial housing may receive a subsidized loan from the Housing Provident Fund. With housing prices lingering at levels inaccessible even to average salary earners, the current affordable housing system has encountered a number of serious challenges. According to the National Bureau of Statistics of China, 200 indicated that public rental housing 7% Economical and comfortable housing 4%. Private rental housing 8%. Original private housing 12%, Privatized public housing 34%, Commercial housing 32% and Other 3%. With housing prices lingering at levels inaccessible even to average salary earners, the current affordable housing system has encountered several serious challenges. According to the study by Man

⁷ Joyce Yanyun Man (2011) Affordable Housing in China, Land Lines, January 2011



(2011)⁸, it was found that first, there is an enormous and growing demand for affordable housing in China. By the end of 2008, there were about 7.4 million low-income urban households in need of government support for housing. Second, affordable housing accounts for only a small portion of the total housing stock, underscoring inadequate government support for middle and low-income households in urban China. Our research reveals that government-sponsored low rent housing, as well as heavily subsidized economical and comfortable housing, accounted for only 7 percent and 4 percent of the total housing stock on average in urban areas, respectively. In contrast, the two most prevalent types of housing are commercial housing (32 percent) and privatized public housing (34.2 percent). Among the 256 prefecture-levels cities we studied, the median share of the total housing stock that was affordable housing was 5.57 percent. One-third of the cities had less than 5 percent of affordable housing in the total housing stock, indicating a seriously inadequate supply of affordable housing for low-and middle-income urban households. The underdeveloped private rental market in China further aggravates this problem. Reveals that investment in economical and comfortable housing has barely increased in contrast to the rapid rise of investment in commercial housing during the period between 1997. Third, local governments in China lack incentives and financial means to provide affordable housing. The fiscal reform of 1994 left subnational governments with the obligation to provide nearly 80 percent of total government expenditures, but with direct receipt of only 47 percent of total government revenues⁹ (Man, 2010). Such fiscal imbalances, plus many unfunded central government mandates and expenditures related to interjurisdictional competition, have driven many local governments mandates and expenditures related to interjurisdictional competition, have driven many local governments to finance infrastructure investment and economic development. Local governments prefer offering state-owned land to the highest bidder among developers through the auction process to maximize revenue, and they have little incentive to provide land for the construction of affordable housing for low and middle-income families. In addition, the financing of affordable housing in China depends upon funds from the Housing Provident Fund, but its deposits come from sources such as fees from land transfers that are unstable and inadequate to sustain affordable housing investment. According to a recent report of

⁸ Man, Joyce Yanyun (2011) Affordable Housing in China, Land Lines, January 2011

⁹ Man, ibid



the Chinese National Auditing Office (CNAO, 2010)¹⁰, some cities, including Beijing, Shanghai, Chongqing, and Chengdu, have failed to collect the 10 percent of funds from the net profit of land transfer fees earmarked for low-rent housing construction as required by government regulations.

The current affordable housing system in China is targeted only at urban residents who have city residence permits as part of its household registration system (commonly known as the hukou system). Migrant workers, floating populations, and others without urban residence permits are not covered. These people have to find shelter in the informal housing market, such as urban villages with substandard living and sanitation conditions.

According to the 2011 report of the United Nation,¹¹ the rationale of the new public housing program Official statistics suggest that China is currently experiencing the largest scale of urbanization ever known in human history: the urbanization ratio in China will reach 69 percent in 2030, and the urban population will increase by more than 300 million over the period of 2011-2030¹² which implies that there will be a strong and sustained momentum for the expansion of housing demand in urban China. However, the land available for urban residential use in China is small compared to its fast-growing urban population. Moreover, to ensure its own food security, China has a strict quota on agricultural land development¹³ Thus, there is a decreasing supply of suitable sites for residential development. The expansion of low-cost public housing programs, however, is expected to increase the supply of affordable housing to meet the accommodation needs of a growing number of new entrants who have little hope of purchasing homes at market prices. As World Bank and DRC¹⁴ indicated that the recent emphasis on public housing for the poor is a good example of how government resources can be used to address a pressing social need. Nevertheless, there continues to exist a wide suspicion that in China, state

¹⁰ Chinese National Auditing Office (CNAO). 2010. Audit report on 19 municipalities and provinces for government-invested affordable housing during the period 2007 to 2009. No. 22. <http://www.audit.gov.cn/n1992130/n1992150/n1992500/2596931.html>

¹¹ United Nations, 2012 World Urbanization Prospects: The 2011 Revisions, New York

¹² United Nations, *ibid*

¹³ Ding & Lichtenberg 2011, Land and Economic Growth in China, *Journal of Regional Science*, 51(2), pp.299-317

¹⁴ World Bank and DRC, 2013, *China 2030, Building a Modern, Harmonious and Creative High-Income Society*, Washington D.C.: The World Bank



housing provision is just an important economic driver rather than socially necessary¹⁵. The new public housing program was once more commonly considered a regulation tool to control spiraling housing prices after several rounds of regulations failed to cool down the overheating residential property markets as well as an economic vehicle to counteract the shocks of the global economic downturn. It appears that the Chinese central government juggles the provision of low-income housing towards conflicting economic and socio-political goals and, therefore, creates constant changes in low-income housing policy

Discussion

Urban development concerns for local governments, the major interest in supplying public housing is driven by the urgent need to smooth relocation costs, which have soared due to the rapid increase in market housing prices. The emphasis on shanty-town resettlement is thus a striking feature of the Chinese public housing program. There are reasons to believe that the dominance of Shantytown Renovation Housing (SRH) in recent public housing development is directly tied to the local governments' goal to promote urban redevelopment by providing low-cost housing to relocated residents. This finding, however, should not be surprising because the state provision of resettlement housing has been a critical factor underlying the so-called property-led massive urban redevelopment in China ever since the mid-1990s¹⁶ Assistance for shanty-town dwellers is linked to resettlement, which can take the form of low-cost home ownership, low-cost rental housing, or cash compensation. The local governments simply cannot afford for compensation to grow at the same rates as the soaring prices of market housing. Thus, the main function of SRH is to re-house expropriated urban and rural households at low costs and thus help to facilitate “growth-promoting” urban regeneration. It should be noted that the primary objective of the Chinese 36-million public housing program is to ensure the success of the new urbanization strategy¹⁷ The shift in housing policy after 2007 recognized the importance of cheap rental housing for the segment of the migrant population that cannot afford to purchase subsidized-ownership housing, which is reflected in the relatively high priority

¹⁵ Wang & Murie 2011, The New Affordable and Social Housing Provision System in China. *International Journal of Housing Policy*, 11(3), pp.237-254

¹⁶ He & Wu 2005; Shin 2009, Property-Led Redevelopment in Post Reform China, *Journal of Urban Affairs* 27(1), pp.1-23

¹⁷ MOHURD 2011; Li 2011.



attached to it within the program.¹⁸ The main qualifications for eligibility include residence status (hukou), household income, the number of people, average living area per capita and the total value of assets of a family. For PRH, however, the general rule regarding qualification is not very clearly defined by the central government, which leaves local governments with substantial freedom to make their own allocation policies. The eligibility conditions are much broader and vary substantially from city to city. In Beijing, Guangzhou and Shenzhen, income per capita, total assets and current living floor space are assessed. In Beijing, applicants who are qualified for the CHP, ECH and CPH can apply for PRH. However, in Shanghai and Chongqing, the current living area is the only eligibility condition for PRH. In addition, urban migrant workers without local hukou, but with a stable job and income sources are allowed to apply for PRH in Beijing, Shanghai, Chongqing, and Chengdu, but not in Guangzhou, Shenzhen or Hangzhou¹⁹. The variations in allocation criteria for PRH reflect different local political preferences.

Conclusion

This study could be concluded that rapidly rising housing prices and lack of affordable housing for low-and middle-income urban households in China, particularly in big cities, have posed risks and challenges for a stable and harmonious society as sought by the Chinese central government. The current issues and challenges in the affordable housing system warrant attention and support from the Chinese government and the entire country to search for cost-effective and equitable public policies to deal with affordable housing needs to ensure sustainable development and a harmonious society in the future. The government needs to establish an efficient and effective local public finance system and a modern property tax to diversify local government revenue sources to help reduce reliance on the leasing of public land for revenue and should accelerate the development of private rental markets and encourage the private sector and nonprofit organizations to participate in the construction, financing, and management of housing for middle and low-income families

Since 1999, the housing prices in urban China have maintained a strong upward trend, except for a slight downward price adjustment in 2008 due to the shock of the global financial crisis. Clearly, rapid urbanization is one of the fundamental driving forces behind the recent developments in the urban housing market. According to the study of Yang &

¹⁸ Chen, Yang, et al. 2014. New Chinese Model of Public Housing: A Step Forward or Backward?, *Housing Studies*, 29(4), pp.534-550

¹⁹ Chen, Yang, et al. 2014. Ibid



Chen 2014 it was found that at the national level, the mean housing price in 2014 was approximately 3.15 times that in 1999 and 1.6 times that in 2008. In large cities such as Beijing and Shanghai, housing prices have risen much higher than the national average. A persistent increase in housing prices, particularly in China's major cities after 2008 affects both the sustainability of the property market and social stability. Nonetheless, Chinese households' incomes also grow substantially since the 1998 housing reform. At national level, it appears that the housing affordability index has not worsen much since 1999. However, households' purchasing power varies significantly across regions, and widening differences in regional housing market have created a volatile context for local housing affordability

Affordable housing development in post-reform China A clear shift in political priorities occurred in 2006 when President Hu Jintao's doctrine of the 'harmonious society' was adopted by the ruling Communist Party. According to the 2013 World Bank report, (World Bank and DRC, 2013). Initially, housing did not feature significantly in the doctrine of 'harmonious society' in urban areas. However, a rapid upsurge in housing prices in most major Chinese cities since 2003 has made housing affordability issues become one of China's top social concerns. In 2008, a program of 7.5 million units of public housing was formed as part of China's stimulation package in response to the Global Financial Crisis. At that time, this was widely thought to have been a temporary intervention in much the same manner as the intervention in response to the Asian Financial Crisis a decade earlier. Ministry of Housing and Urban-Rural Development (MOHURD) revealed that in 2009, the target was doubled and in 2011, a huge 36 million units public housing program was later announced for the plan period 2011-2015. With this, the proportion of the country's formal housing stock through public provision would almost double from 11 percent to 20 percent by the end of 2015 The Chinese public housing program includes a mix of 'products' for different segments of the market. Approximately 60 percent of public housing provisions are forms of subsidized ownership and 40 percent are for rent.

Acknowledgement

Special thanks to Joyce Yanyun Man for information and data about affordable housing in China that I used for writing this article. Joyce Yanyun Man is senior fellow and director of the Program on the People's Republic of China at the Lincoln Institute; director of the Peking University- Lincoln Institute Center for Urban Development and Land Policy in Beijing; and professor of economics in the College of Urban and Environmental Sciences at Peking University



References

- Adams, B. (2009). Macroeconomic Implications of China Urban Housing Privatization, 1998-1999. *Journal of Contemporary China*, 18(62), pp.881-888.
- Chen, J., Yang, Z. & Wang, Y.P. (2014). The New Chinese Model of Public Housing: a step forward or backward? *Housing Studies*, 29(4), pp.534-550.
- Chinese National Auditing Office (CNAO). (2010). *Audit report on 19 municipalities and provinces for government-invested affordable housing during the period 2007 to 2009*. No. 22. <http://www.audit.gov.cn/n1992130/n1992150/n1992500/2596931.html>
- Demographia. (2009). *The Fifth annual Demographia international housing affordability survey*. <http://www.demographia.com/dhi.pdf>
- Ding, C. & Lichtenberg, E. (2011). Land and Urban Economic Growth in China. *Journal of Regional Science*, 51(2), pp.299-317.
- He, S. & Wu, F. (2005). Property-led Redevelopment in Post Reform China: A Case Study of Xintiandi Redevelopment Project in Shanghai. *Journal of Urban Affairs*, 27(1), pp.1-23.
- MOHURD. (2011). The Minister of MOHURD's report of latest progress of public housing program on the meeting of the 11th NPC (National People's Congress) Standing Committee held in October 27, 2011. Sina. Available at: <http://finance.sina.com.cn/focus/rdxwbzf/index.shtml> [Accessed November 28, 2011]
- Man, Joyce Yanyun. (2010). *Local public finance in China: An overview*. In China's local public finance in transition, eds. Joyce Yanyun Man and Yu-Hung Hong. Cambridge, MA: Lincoln Institute of Land Policy.
- Man, Joyce Yanyun, Siqi Zheng, and Rongrong Ren. (2011). *Housing policy and housing markets: Trends, patterns, and affordability*. In China's housing reform and outcomes, ed.
- United Nations. (2012). *World Urbanization Prospects: The 2011 Revision*, New York.
- Wang, Y.P. & Murie, A. (2011). The New Affordable and Social Housing Provision System in China: Implications for Comparative Housing Studies. *International Journal of Housing Policy*, 11(3), pp.237-254.
- World Bank and DRC. (2013). *China 2030: Building a Modern, Harmonious, and Creative High-Income Society*. Washington, D.C.: The World Bank.
- Wang, Ya Ping. (2011). *Recent Housing Reform Practice in Chinese Cities: Social and Spatial Implications*. In China's housing reform and outcomes.



Received: August 12, 2022
Revised: August 27, 2022
Accepted: September 4, 2022

ประสิทธิผลของโปรแกรมการพัฒนาจิตวิทยาเชิงบวกและความรอบรู้ทางสุขภาพ
ที่มีต่อพฤติกรรมการดูแลตนเองในกลุ่มเสี่ยงโรคเรื้อรัง
Effectiveness of Positive Psychology and Health Literacy Development
Programs affecting Self-care Behaviors in Chronic Disease Risk Groups

ศิริเนตร สุขดี (Sirinate Sukdee)¹
อารยา เชียงทอง (Araya Chiangkhong)²
วีรพงษ์ พวงเล็ก (Weerapong Ponglex)³

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประสิทธิผลของโปรแกรมการพัฒนาจิตวิทยาเชิงบวกที่มีต่อพฤติกรรมการดูแลตนเองของกลุ่มเสี่ยงโรคเรื้อรัง คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบการสุ่มอย่างง่าย คัดเลือกพื้นที่วิจัยในอำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี 2 พื้นที่ แบ่งเป็นกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มเสี่ยงที่ได้รับการคัดกรองจากเจ้าหน้าที่สาธารณสุขโดยกลุ่มเสี่ยงโรคเบาหวานมีค่าน้ำตาลปลายนิ้ว 100-125 mg% กลุ่มเสี่ยงโรคความดันโลหิตสูง มีระดับความดันระหว่าง 120-139 / 80-89 mmHg และเป็นผู้ที่มีค่าดัชนีมวลกายเกิน มากกว่าหรือเท่ากับ 23 ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ราย แบ่งเป็นกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมกลุ่มละ 50 คน กลุ่มทดลองเข้าร่วมโปรแกรมการพัฒนาจิตวิทยาเชิงบวก ประกอบไปด้วยการพัฒนาจิตวิทยาเชิงบวกควบคู่กับการพัฒนาความรู้ทางสุขภาพ ส่วนกลุ่มควบคุมพัฒนาความรู้ทางสุขภาพเพื่อป้องกันโรคเบาหวาน และความดันโลหิตสูง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วย สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนซ้ำ

ผลการศึกษาพบปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มทดลองกับช่วงเวลาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.01$) โดยพบว่า เมื่อวัดในช่วงเวลาหลังการทดลองและติดตามผลคะแนนพฤติกรรมสุขภาพของกลุ่มทดลองยังคงสูงกว่ากลุ่มควบคุม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งแสดงว่าโปรแกรมมีประสิทธิภาพในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพและหลังจากเข้าร่วมโปรแกรม 4 เดือน ก็พบว่า กลุ่มตัวอย่างยังมีพฤติกรรมการดูแลสุขภาพ ข้อเสนอแนะโปรแกรมจิตวิทยาเชิงบวกควรนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน และนำชุดความรู้ที่ได้ไปพัฒนาต่อยอดเป็นคู่มือสำหรับการดูแลตนเองของกลุ่มเสี่ยงโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง

คำสำคัญ จิตวิทยาเชิงบวก ความรอบรู้ทางสุขภาพ กลุ่มเสี่ยงโรคเรื้อรัง

¹ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสิงห์บุรี

² คณะพยาบาลศาสตร์เกื้อการุณย์ มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช

³ ภาควิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ



Abstract

This research aimed to study effectiveness of positive psychology intervention towards self-care behavior of risk groups for chronic diseases. Simple random sampling technique was used to select the sample. The study was conducted in Bang Rachan district, Singburi province. The sample was divided into the experimental group and control group. The sample comprised risk groups screened by public health workers. Risk group for diabetes had capillary fasting blood glucose level of 100-125 mg% and risk group for hypertension had blood pressure level of 120-139 / 80-89 mmHg, BMI was greater than or equal to 23. The sample of 100 persons divided into 50 persons in the experimental group and 50 persons in the control group. The experimental group participated in positive psychology intervention that consists of the development of positive psychology and development of health literacy. The control group participated in the development of health literacy to prevent diabetes and hypertension. Statistics used in data analysis were percentage, mean, standard deviation. A repeated measures ANOVA was used for hypothesis testing.

The study results found interaction between the experimental group and a period of time with statistical significance ($p < 0.01$). It was found that after the experiment and follow-up, the experimental group had higher self-care behavior scores than the control group with the statistical significance level of 0.05. This showed that the program was effective in changing health behaviors and after 4 months of participating in the program. It was found that the sample group still had health care behaviors. Suggestion: The positive psychology intervention should be used with samples having similar characteristics. The knowledge obtained should be developed further to be a self-care handbook for risk groups for non-communicable diseases.

Keywords: Positive psychology, Health literacy, Risk groups for chronic diseases

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันสถานการณ์โรคเรื้อรังไม่ติดต่อ (Non communicable disease: NCDs) เป็นปัญหาสุขภาพอันดับหนึ่งของโลก ทั้งในมิติของจำนวนการเสียชีวิตและภาระโรคโดยรวม จากรายงานข้อมูลขององค์การอนามัยโลก (WHO) พบว่า ประชากรทั่วโลกเสียชีวิตจากโรค NCDs มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจาก 38 ล้านคนในปี 2555 เป็น 41 ล้านคน ปี 2559 กลุ่มโรค NCDs ที่พบการเสียชีวิตมากที่สุด ได้แก่ โรคหัวใจและหลอดเลือด จำนวน 17.9 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 44 รองลงมา คือ โรคมะเร็ง จำนวน 9.0 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 4 (กรมควบคุมโรค กองโรคไม่ติดต่อ, 2563) เช่นเดียวกับประเทศไทย จากการสำรวจสุขภาพประชาชนไทยโดยการตรวจร่างกาย ครั้งที่ 6 พ.ศ. 2562 - 2563 พบว่า ความชุกของโรคเบาหวานในประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไป



ไป มีความชุกเพิ่มจากปี 2557 จากร้อยละ 8.9 เป็นร้อยละ 9.5 ส่วนความชุกของโรคความดันโลหิตสูงเท่ากับ ร้อยละ 25.4 สูงกว่าการสำรวจครั้งที่ 5 ในปี พ.ศ. 2557 ซึ่งพบความชุกร้อยละ 24.7 (วิชัย เอกพลากร, 2564) สถานการณ์ของจังหวัดสิงห์บุรีมีความสอดคล้องทั่วโลก จากการคัดกรองโรคความดันโลหิตสูงตั้งแต่ปี 2562 - 2563 พบว่า ประชาชนที่มีภาวะเสี่ยงในการเกิดโรคความดันโลหิตสูง ร้อยละ 23.24 และร้อยละ 5.60 กลุ่มสงสัยป่วย ร้อยละ 3.12 และร้อยละ 2.65 ตามลำดับ และในปี 2563 อำเภอที่พบสถิติของกลุ่มเสี่ยงโรคความดันโลหิตสูงมากที่สุด คือ อำเภอท่าช้างและรองลงมา คือ อำเภอบางระจัน ร้อยละ 11.04 และร้อยละ 9.58 ตามลำดับ ส่วนการคัดกรองโรคเบาหวาน พบว่า ประชาชนมีภาวะเสี่ยงโรคเบาหวาน ร้อยละ 6.22 และร้อยละ 10.83 และพบกลุ่มสงสัยป่วย ร้อยละ 0.82 และร้อยละ 0.88 อำเภอที่พบสถิติของกลุ่มเสี่ยงโรคเบาหวานมากที่สุด คือ อำเภอท่าช้างและอำเภอบางระจัน ร้อยละ 2.01

โรคเรื้อรังไม่ติดต่อ เป็นภาวะการเจ็บป่วยหนึ่งที่ทำให้ผู้ป่วยไม่สามารถดำเนินชีวิตได้ตามปกติ และต้องใช้ระยะเวลานานในการรักษาพยาบาล ส่งผลกระทบต่อผู้ป่วย ทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และสังคม ตัวอย่างโรคเรื้อรังไม่ติดต่อ ได้แก่ โรคเบาหวาน โรคหัวใจและหลอดเลือด โรคมะเร็ง และโรคระบบทางเดินหายใจเรื้อรัง ผู้ป่วยมักมีอาการกำเริบรุนแรงและอาการสงบ ซึ่งไม่สามารถพยากรณ์ได้ จึงต้องเข้ารับการรักษาในโรงพยาบาลบ่อยครั้งและต้องได้รับการดูแล ฟันฟูอย่างต่อเนื่อง เพื่อคงไว้ซึ่งหน้าที่ในการทำงานของร่างกาย และช่วยให้ผู้ป่วยสามารถมีชีวิตร่วมกับภาวะเจ็บป่วยเรื้อรังได้อย่างเหมาะสม รวมทั้งยังช่วยให้ผู้ป่วยและครอบครัวมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และส่งเสริมการปรับตัวให้ผู้ป่วยยอมรับกับสภาวะเจ็บป่วยที่เป็นอยู่ มีแรงจูงใจ มีพลังในการต่อสู้หรือเผชิญปัญหาต่าง ๆ ได้ สิ่งสำคัญในการดูแลผู้ป่วยโรคเรื้อรังไม่ติดต่อ คือ การให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการใช้ชีวิตอย่างมีคุณภาพ โดยการนำจุดแข็งของบุคคลมาเป็นศูนย์กลางในการพัฒนาและส่งเสริมการดูแลตนเอง เพิ่มขีดความสามารถในการดำรงอยู่กับภาวะเจ็บป่วยด้วยโรคเรื้อรังไม่ติดต่อให้กับผู้ป่วยได้อย่างเหมาะสมกับโรค และควบคุมอาการของโรคไม่ให้รุนแรงหรือเพิ่มมากขึ้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องส่งเสริมให้ผู้ป่วยมีความสามารถในการจัดการและพึ่งพาตนเอง ซึ่งแนวคิดที่เหมาะสมที่จะนำมาใช้ในการส่งเสริมและดูแลสุขภาพของตนเองให้มีประสิทธิภาพ คือ แนวคิดทางจิตวิทยาเชิงบวก

ปัจจุบันได้มีการนำแนวคิดทางจิตวิทยาเชิงบวก (Positive Psychology) มาปรับและประยุกต์ใช้ในการส่งเสริม ดูแล ป้องกัน และควบคุมโรคไม่ติดต่อเรื้อรังขึ้นในรูปแบบต่าง ๆ เนื่องจากจิตวิทยาเชิงบวกให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการใช้ชีวิตอย่างมีสติและมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ทั้งทางกาย จิตใจ อารมณ์ และสังคม ซึ่งมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันอย่างใกล้ชิด (สุดารัตน์ ตันติวิวัฒน์, 2560) อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมและดูแลผู้ป่วยด้วยผู้ป่วยโรคเรื้อรังไม่ติดต่อ ทำให้ผู้ป่วยมีจิตใจที่เข้มแข็ง สงบสุข สามารถเข้าใจตนเอง มองโลกในแง่บวก และมีความยืดหยุ่นในการปรับปรุงตัวดีขึ้น ส่งผลต่อวิถีการดำเนินชีวิตอย่างมีสติ รู้ทันความคิด การกระทำและคำพูดของตนเอง อีกทั้งยังทำให้มีภูมิต้านทานต่อความเครียดและความวิตกกังวลได้ดี และมีแหล่งสนับสนุนทางสังคมที่คอยช่วยประคับประคองเวลาที่มีปัญหา ทำให้บุคคลมีการทำงานของสภาวะทั้งทางกาย จิตใจ สังคม และสติปัญญาที่สมดุล นำไปสู่การมีผลลัพธ์ทางสุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ทั้งในระดับบุคคล ครอบครัว และชุมชน (Boehm, Peterson, Kivimaki, & Kubzansky, 2011)

จากผลการคัดกรองของจังหวัดสิงห์บุรี พบผู้ที่ภาวะเสี่ยงต่อการเกิดโรคเบาหวานและความดันโลหิตสูงจำนวนมากถ้าหากไม่ได้รับการดูแลให้มีพฤติกรรมสุขภาพที่ถูกต้อง อาจส่งผลให้เกิดผู้ป่วยรายใหม่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะพื้นที่ชุมชนกึ่งเมืองที่มีสถิติของกลุ่มเสี่ยงโรคเรื้อรังสูงกว่าพื้นที่อื่น ๆ เช่น พื้นที่อำเภอบางระจัน



ที่ถูกปรับเปลี่ยนจากวิถีของการกินอยู่แบบชนบทเข้าสู่วิถีการดำเนินชีวิตแบบกึ่งเมือง ประชาชนมีอาชีพทำงานในโรงงานเพิ่มมากขึ้น เปลี่ยนจากการทำอาหารรับประทานเองเป็นการซื้ออาหารถุง ป๊อปปี้ อื่น ๆ ที่พบคือภาวะอ้วนและขาดการออกกำลังกาย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะนำโปรแกรมการพัฒนাজิตวิทยาเชิงบวกที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการดูแลตนเองในผู้ป่วยกลุ่มเสี่ยงโรคเรื้อรังมาใช้ในผู้ป่วยกลุ่มเสี่ยงโรคเรื้อรังของอำเภอบางระจัน

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาประสิทธิผลของโปรแกรมการพัฒนাজิตวิทยาเชิงบวก ที่มีต่อพฤติกรรมกรรมการดูแลตนเองของกลุ่มเสี่ยงโรคเรื้อรัง

สมมติฐานการวิจัย

มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างโปรแกรมการพัฒนাজิตวิทยาเชิงบวก และช่วงเวลาการวัด ต่อพฤติกรรมกรรมการดูแลตนเองของกลุ่มเสี่ยงโรคเรื้อรัง

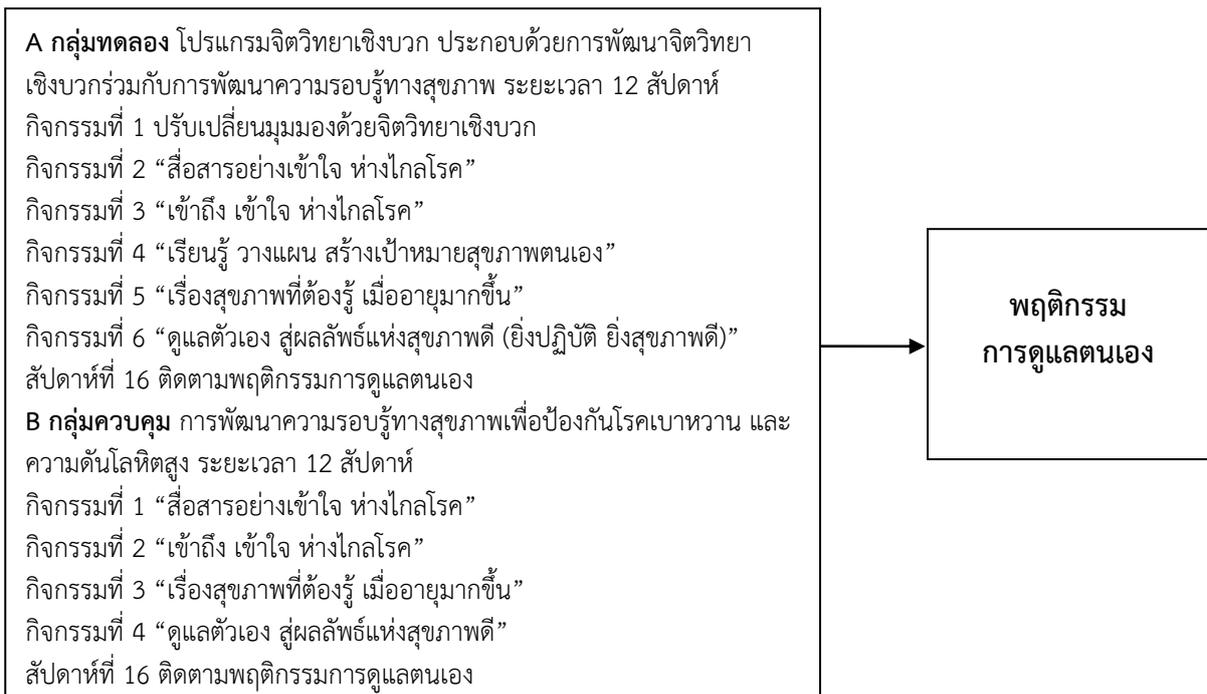
ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ประชาชนที่ได้รับการคัดกรองจากเจ้าหน้าที่สาธารณสุขอำเภอบางระจัน พบว่า มีความเสี่ยงในการเป็นโรคเบาหวาน และกลุ่มเสี่ยงในการเป็นโรคความดันโลหิตสูง

ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม





ขอบเขตด้านระยะเวลา การศึกษาครั้งนี้ดำเนินการตั้งแต่เดือน กันยายน 2562 ถึง มีนาคม 2563

นิยามศัพท์

โปรแกรมจิตวิทยาเชิงบวก (Positive Psychology Intervention) หมายถึง กิจกรรมการพัฒนาจิตวิทยาเชิงบวกประกอบด้วย การมองโลกในแง่ดี (Optimize) และการรับรู้ความสามารถของตน (Self-efficacy) ร่วมกับการพัฒนาความรอบรู้ทางสุขภาพ ประกอบด้วย 1) การเข้าถึงข้อมูลและบริการสุขภาพ 2) การเข้าใจข้อมูลและบริการสุขภาพ 3) การติดต่อสื่อสาร 4) การตรวจสอบข้อมูลและบริการสุขภาพ และ 5) การจัดการสุขภาพตนเอง เป็นการจัดการกระทำเพื่อมุ่งเน้น ศึกษาการปะทะความแข็งแกร่ง การค้นพบ และส่งเสริมพัฒนาศักยภาพในตัวบุคคล ตลอดจนให้ได้รับประสบการณ์ที่ดีรู้สึกมีคุณค่าและมีความสุขในทุก ๆ ด้าน

พฤติกรรมการดูแลตนเอง หมายถึง การปฏิบัติตนทางด้านสุขภาพกาย สุขภาพใจ อารมณ์สังคมให้เกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอย่างสมดุล ในชีวิตประจำวันอย่างมีระบบระเบียบ มีวินัย ควบคุมตน ทั้งทางด้านอาหาร การออกกำลังกาย การจัดการอารมณ์ และการควบคุมการดื่มสุราและการสูบบุหรี่

กลุ่มเสี่ยงโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง หมายถึง ผู้ที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไปได้รับการตรวจสุขภาพเบื้องต้นด้วยการวัดความดันโลหิต เจาะน้ำตาลในเลือด ชั่งน้ำหนัก วัดรอบเอว และการใช้แบบคัดกรองความเสี่ยง โดยมีผลการวิเคราะห์การตรวจสุขภาพแล้ว พบว่าอยู่ในกลุ่มเสี่ยงโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง มีดังนี้

1. **ผู้ที่เป็นกลุ่มเสี่ยงโรคความดันโลหิตสูง** หมายถึง ผู้ที่มีระดับความดันโลหิตซิสโตลิก (Systolic Blood Pressure: SBP) มีค่า 130-139 มม.ปรอท และ/หรือความดันโลหิตไดแอสโตลิก (Diastolic Blood Pressure: DBP) มีค่า 85-89 มม.ปรอท และไม่ได้รับการวินิจฉัยจากแพทย์ว่า เป็นโรคความดันโลหิตสูงและได้รับการรักษาด้วยยา (สมาคมความดันโลหิตสูงแห่งประเทศไทย, 2555)

2. **ผู้ที่เป็นกลุ่มเสี่ยงโรคเบาหวาน** หมายถึง ผู้ที่ได้รับการคัดกรองโรคเบาหวานด้วยการเจาะเลือดที่ปลายนิ้วมือ (Fasting Capillary Blood Glucose) พบค่าน้ำตาลในเลือดมีค่า >100-125 มก./ดล. และไม่ได้รับการวินิจฉัยว่าเป็นโรคเบาหวานและได้รับการรักษาด้วยยา (สมาคมความดันโลหิตสูงแห่งประเทศไทย, 2555)

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. โปรแกรมจิตวิทยาเชิงบวก ประกอบด้วย กิจกรรมการพัฒนาจิตวิทยาเชิงบวกร่วมกับการพัฒนาความรอบรู้ทางสุขภาพ ทำให้กลุ่มเสี่ยงโรคไม่ติดต่อเรื้อรังมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมดูแลตนเองเพื่อลดปัจจัยในการเกิดโรค ซึ่งสามารถนำไปพัฒนาเป็นคู่มือสำหรับการดูแลสุขภาพกลุ่มเสี่ยงโรคไม่ติดต่อเรื้อรังได้

2. โปรแกรมจิตวิทยาเชิงบวกสามารถนำกิจกรรมไปปรับใช้ได้ตามบริบทของพื้นที่และกลุ่มอายุของผู้เข้าร่วมกิจกรรม



วิธีการวิจัย

การได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่างประชาชนที่ได้รับการคัดกรองสุขภาพโดยเจ้าหน้าที่สาธารณสุขและได้รับผลการตรวจว่าเป็นกลุ่มเสี่ยงโรคเบาหวานและความดันโลหิตสูงของอำเภอบางระจัน มีอายุระหว่าง 35-59 ปี

เกณฑ์การคัดเลือกผู้เข้าร่วมวิจัย (inclusion criteria)

1. เป็นกลุ่มเสี่ยงที่ได้รับการคัดกรองจากเจ้าหน้าที่สาธารณสุข
2. เป็นผู้ที่มีค่าดัชนีมวลกายเกิน ที่มีดัชนีมวลกายมากกว่าหรือเท่ากับ 23
3. สามารถอ่านออก เขียนได้
4. สามารถสืบค้นข้อมูลด้านสุขภาพในอินเทอร์เน็ตได้
5. สมัครใจเข้าร่วมโครงการ

เกณฑ์การคัดออกผู้เข้าร่วมวิจัย (Exclusion criteria)

1. ไม่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้ตลอดหลักสูตร
2. มีภาวะคุกคามต่อชีวิตจนไม่สามารถเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้จนครบได้
3. ย้ายที่อยู่อาศัย

การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง (sample size) จากโปรแกรมสำเร็จรูป G*power version 3.1 โดยกำหนดค่าอำนาจการทดสอบ (Power Analysis) เท่ากับ .25 และความเชื่อมั่นที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ (level of significance) เท่ากับ .05 ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดค่าขนาดอิทธิพล (Effect Size) ระดับปานกลางเท่ากับ .25 (Cohen, 1988) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 86 ราย และเพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนในการเก็บข้อมูลผู้วิจัยจึงเพิ่มขนาดของกลุ่มตัวอย่างอีกร้อยละ 10 ของกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้ (บุญใจ ศรีสถิตยน์รากูร, 2553) ดังนั้น จึงได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ราย แบ่งเป็นกลุ่มทดลอง 50 คน และกลุ่มเปรียบเทียบ 50 คน ผู้วิจัยเลือกตัวอย่างตามความน่าจะเป็น (probability sampling) โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างในการดำเนินการวิจัย ซึ่งเป็นการแบ่งประชากรที่ศึกษาออกเป็นกลุ่มโดยที่กลุ่มประชากรแต่ละกลุ่ม หมายถึง กลุ่มประชากรในแต่ละตำบลที่มีมีลักษณะคล้ายคลึงกันเป็นเขตกิ่งเมือง กิ่งชนบทของอำเภอบางระจัน

เครื่องมือที่ใช้

1. เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินพฤติกรรมสุขภาพของกลุ่มเสี่ยงโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง มี 2 ส่วน ส่วนที่ 1 แบบบันทึกข้อมูลทั่วไป ส่วนที่ 2 แบบประเมินพฤติกรรมสุขภาพของกลุ่มเสี่ยงโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง ประกอบด้วยข้อคำถาม จำนวน 12 ข้อ โดยคำตอบเป็นแบบ Likert Scale แบ่งเป็น 5 ระดับตามความถี่ของการปฏิบัติโดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์โดย 1 หมายถึงไม่ได้ปฏิบัติเลย และ 5 หมายถึงมีการปฏิบัติ 6-7วัน/สัปดาห์

การวิเคราะห์การแปลผลคะแนนพฤติกรรมสุขภาพใช้ค่าเฉลี่ย โดยคะแนนสูง หมายถึงมีการควบคุมพฤติกรรมได้ดี แบบประเมินพฤติกรรมสุขภาพของกลุ่มเสี่ยงโรคไม่ติดต่อเรื้อรังผ่านการทดสอบความเที่ยงชนิดความสอดคล้องภายในกับผู้ป่วยที่มีลักษณะเหมือนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชโดยรวมเท่ากับ 0.84 การเก็บข้อมูลทำโดยผู้ช่วยวิจัยที่ผ่านการอบรมจากผู้วิจัย เพื่อป้องกันความลำเอียง



2. เครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง คือ โปรแกรมจิตวิทยาเชิงบวก ซึ่งผู้วิจัยพัฒนาขึ้นตามหลักของแนวคิดทางจิตวิทยาเชิงบวก (Positive Psychology) ร่วมกับแนวคิดความรอบรู้ด้านสุขภาพ มาปรับและประยุกต์ใช้ในการส่งเสริม ดูแล ป้องกัน และควบคุมโรคไม่ติดต่อเรื้อรังขึ้นในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งประกอบด้วย วัตถุประสงค์ ความรู้ในการดูแลตนเองตามหลัก 3 อ 2 ส แบบฝึกการคิดวิเคราะห์เพื่อการปฏิบัติด้านสุขภาพ ผู้วิจัยเป็นผู้ให้การชี้แนะ สนับสนุนและจัดสิ่งแวดล้อมในการเรียนรู้ โดยให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กัน โดยกระบวนการทดลองและสื่อทุกชนิดที่ใช้ในการทดลองผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ซึ่งเป็นอาจารย์จากสถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ อาจารย์พยาบาลและนักวิชาการสาธารณสุข

การดำเนินการทดลองและเก็บข้อมูล ผู้วิจัยรวบรวมรายชื่อกลุ่มเสี่ยงโรคเรื้อรังของตำบลไม้ตัดและตำบลสิงห์ และได้มีการประชาสัมพันธ์ในการรับสมัครเพื่อเข้าร่วมโครงการโดยกำหนดคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่กำหนด ใช้การสุ่มอย่างง่ายโดยการจับฉลากเพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด หลังจากนั้นกำหนดให้กลุ่มตัวอย่างตำบลไม้ตัดเป็นกลุ่มทดลอง และกลุ่มตัวอย่างจากตำบลสิงห์เป็นกลุ่มทดลอง ซึ่งแจ้งวัตถุประสงค์การวิจัย ขั้นตอนการวิจัย พหุศาสตร์สิทธิกลุ่มตัวอย่าง ขอความร่วมมือในการวิจัย นัดเก็บรวบรวมข้อมูล ประเมินพฤติกรรมสุขภาพของกลุ่มเสี่ยงโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง ก่อนการทดลองในกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม และทำการศึกษาแต่ละกลุ่ม ดังนี้

ในช่วง 12 สัปดาห์ของการศึกษา กลุ่มตัวอย่างในกลุ่มควบคุมได้รับการพัฒนาความรู้ทางสุขภาพเพื่อป้องกันโรคเบาหวาน และความดันโลหิตสูง ผู้วิจัยติดตามประเมินพฤติกรรมสุขภาพของกลุ่มเสี่ยงโรคไม่ติดต่อเรื้อรังในสัปดาห์ที่ 1 สัปดาห์ที่ 12 และระยะติดตามสัปดาห์ที่ 16

กลุ่มทดลอง ผู้วิจัยจัดให้กลุ่มตัวอย่างได้รับโปรแกรมจิตวิทยาเชิงบวกใน 12 สัปดาห์ โดยกิจกรรมดังนี้

กิจกรรม	ระยะเวลา
กิจกรรมเรียนรู้ ครั้งที่ 1 “ปรับเปลี่ยนมุมมองด้วยจิตวิทยาเชิงบวก ”	3 ชั่วโมง
1. สร้างประสบการณ์ให้ผู้เรียนเกิดความรู้สึกว่าพฤติกรรมสุขภาพที่ผ่านมามีผลให้เกิดโรคเรื้อรัง ด้วยการแสดงบทบาทสมมติ	
2. สนทนากลุ่มผ่านคำถามเกี่ยวกับความคาดหวังเกี่ยวกับสุขภาพของตนเองในอนาคต	
3. สะท้อนความรู้สึกผ่านภาพการดูแลกันของครอบครัว	
กิจกรรมเรียนรู้ ครั้งที่ 2 “สื่อสารอย่างเข้าใจ ห่างไกลโรค”	3 ชั่วโมง
1. เล่าประสบการณ์ในการสื่อสารกับผู้อื่นเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพและการป้องกันโรค	
2. การตรวจสอบมุมมองต่อความเชื่อในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสุขภาพ	
3. ถ่ายทอดเรื่อง “การใคร่ครวญตนเอง” และเล่าให้เพื่อนสมาชิกฟัง	
4. ทบทวนความรู้เรื่องโรคเบาหวานและโรคความดันโลหิตสูง และสรุปการเรียนรู้	
5. การเขียนบันทึกการเรียนรู้ในหัวข้อ “ปณิธานและแนวทางการดำเนินชีวิตใหม่ของฉัน”	



กิจกรรม	ระยะเวลา
กิจกรรมเรียนรู้ ครั้งที่ 3 “เข้าถึง เข้าใจ ท่างไกลโรค” 1. ให้ความรู้เรื่อง วิธีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งที่มาของข้อมูล 2. ให้ความรู้เรื่อง “วิธีการตรวจสอบผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผ่านรับการรับรอง จากองค์การอาหารและยา” 3. การฝึกทักษะในการค้นหาข้อมูล	3 ชั่วโมง
กิจกรรมเรียนรู้ ครั้งที่ 4 “เรียนรู้ วางแผน สร้างเป้าหมายสุขภาพตนเอง” 1. สาธิตการออกกำลังกายและการดูจากวีดีโอและให้แต่ละกลุ่มได้ฝึกปฏิบัติการออกกำลังกาย 2. สาธิตเมนูสุขภาพโดยใช้โมเดลอาหาร และอาหารจริง เพื่อให้ทราบถึงการรับประทาน อาหารที่เหมาะสม 3. อภิปรายเรื่องของอารมณ์ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน ให้ทุกคนได้แสดงความคิดเห็น 4. การกำหนดทาง เลือกใหม่ ในการปฏิบัติตนด้านการบริโภคอาหาร การเลือกกิจกรรมทางกาย และการจัดการด้านอารมณ์ที่ถูกต้องและเหมาะสมกับชีวิตประจำวัน	3 ชั่วโมง
กิจกรรมเรียนรู้ ครั้งที่ 5 “เรื่องสุขภาพที่ต้องรู้ เมื่ออายุมากขึ้น” 1. ผู้วิจัยสาธิตการออกกำลังกาย และให้ทุกคนปฏิบัติตาม 2. เปิดวีดีโอเรื่องการทำอาหารเพื่อสุขภาพ 3. กิจกรรมการวิเคราะห์เมนูอาหาร 4. การกำหนดทางเลือกใหม่ในการปฏิบัติตนด้านการบริโภคอาหารและการออกกำลังกายของตนเอง	3 ชั่วโมง
กิจกรรมเรียนรู้ ครั้งที่ 6 “ดูแลตัวเอง ปลดล็อคชีวิต สู่ผลลัพธ์แห่งสุขภาพดี (ยิ่งปฏิบัติ ยิ่งสุขภาพดี)” 1. วัตถุประสงค์ด้านสุขภาพ เช่น น้ำหนัก รอบเอว และเชิฐสมาชิกที่สามารถลดน้ำหนักได้มากที่สุด เล่าถึงการปรับเปลี่ยนวิธีการดูแลสุขภาพของตนเอง และให้สมาชิกร่วมกันสอบถามและอภิปราย 2. สุ่มผู้เข้าร่วมกิจกรรม ให้ออกมาเล่าถึงวิธีการปฏิบัติตน วิธีการกำกับตนเอง การสังเกตและเตือนตนเองให้ปฏิบัติตามแผนที่ตั้งไว้ และการบันทึกลงในสมุดบันทึก 3. ผู้วิจัยเน้นย้ำถึงวิธีการกำกับตนเอง โดยให้รู้จักสังเกตตนเอง เตือนตนเอง และบันทึกการปฏิบัติตนลงในสมุดบันทึก	3 ชั่วโมง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นของสถิติพาราเมตริกของข้อมูล โดยตรวจสอบการแจกแจงข้อมูลและความแปรปรวนภายในกลุ่ม เมื่อพบว่าเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นของสถิติ repeated measures ANOVA ได้แก่ การตรวจสอบความเท่ากันของความแปรปรวนของตัวแปรด้วยวิธี Levene's Test พบว่า ความแปรปรวนของตัวแปรแต่ละช่วงเวลาเท่ากัน และทำการทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นเรื่องความแปรปรวนมี



ลักษณะเป็น Compound Symmetry ด้วยการวิเคราะห์ค่าสถิติ Mauchly's W จากผลการวิเคราะห์ พบว่ามีค่า P-value = .362 สรุปได้ว่า ความแปรปรวนเป็น Compound Symmetry ในการอ่านผลจึงเลือกอ่านวิธี Sphericity Assumed

ผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 58 นับถือศาสนาพุทธ ร้อยละ 100 อายุอยู่ระหว่าง 51-55 ปี ร้อยละ 32 การศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ปวช. ร้อยละ 52 สถานภาพคู่ ร้อยละ 55 มีอาชีพรับจ้าง ร้อยละ 49 รายได้อยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มไม่แตกต่างกันในเรื่องเพศ อายุ ศาสนา สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ ผู้วิจัยจึงดำเนินการทดสอบสมมติฐานต่อไป

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม คือ กลุ่มควบคุมที่ได้รับการดูแลตามปกติ และกลุ่มทดลองที่เข้าร่วมโปรแกรมจิตวิทยาเชิงบวก มีคะแนนพฤติกรรมสุขภาพ แตกต่างกันอย่างน้อย 1 ช่วงเวลาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($F=19.808, p<.01$) (ตารางที่ 1) และเมื่อพิจารณาโดยการเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า คะแนนพฤติกรรมสุขภาพของกลุ่มทดลองสูงกว่ากลุ่มควบคุมในช่วงเวลาหลังการทดลอง และติดตามผล (ตารางที่ 2)

นอกจากนี้ ยังพบปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มทดลองกับช่วงเวลาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p<0.01$) (ตารางที่ 3) โดยพบว่า เมื่อวัดในช่วงเวลาหลังการทดลองและติดตามผลคะแนนพฤติกรรมสุขภาพของกลุ่มทดลองยังคงสูงกว่ากลุ่มควบคุมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 1 ความแตกต่างของตัวแปรพฤติกรรมสุขภาพระหว่างกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมจำแนกตามช่วงเวลาที่ทำกรวัด โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบวัดซ้ำ

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-test	p-value
พฤติกรรมสุขภาพ					
ระหว่างกลุ่ม					
กลุ่ม	19.808	1	19.808	88.591	<.001
ความคลาดเคลื่อน	21.912	98	.224		
ภายในกลุ่ม					
ช่วงเวลา	22.120	2	11.060	46.361	<.001
ช่วงเวลา x กลุ่ม	4.486	2	2.243	9.403	<.001
ความคลาดเคลื่อน	46.757	196	.239		

* $p<.05$ ** $p<.01$



ตารางที่ 2 เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยตัวแปรกลุ่มตัวแปรพฤติกรรมสุขภาพ ระหว่างกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมจำแนกตามช่วงเวลาของการวัดโดยวิธีการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยใช้วิธี Bonferroni

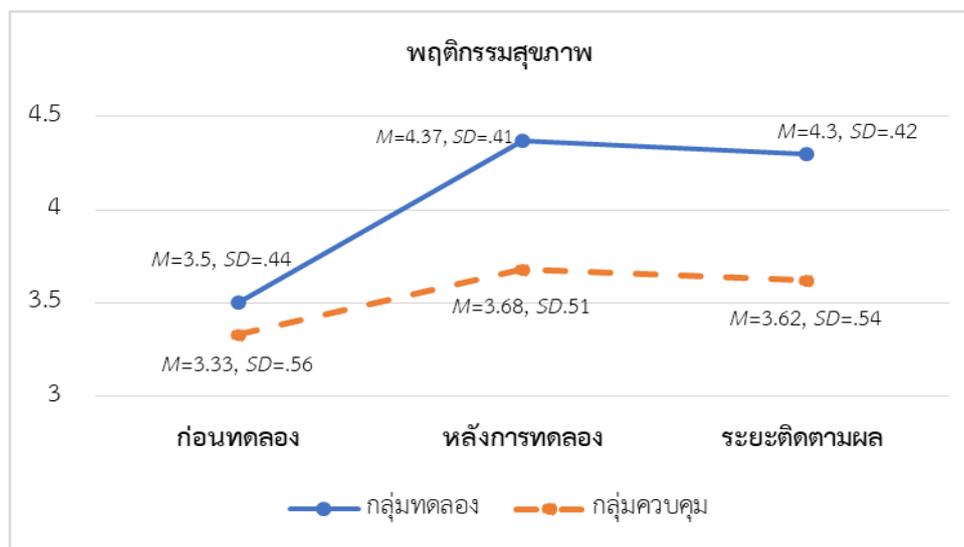
ช่วงเวลาของการวัด	ก่อนทดลอง	หลังทดลอง	ติดตามผล
	Mean Difference	Mean Difference	Mean Difference
พฤติกรรมสุขภาพ			
กลุ่มทดลอง - กลุ่มควบคุม	.168	.692*	.682*

* p<.05 ** p<.01

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยตัวแปรกลุ่มตัวแปรทางจิตแต่ละช่วงเวลาของการวัด จำแนกตามกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมโดยวิธีการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยใช้วิธี Bonferroni

ช่วงเวลาของการวัด	T1-T2	T1-T3	T2-T3
	Mean Difference	Mean Difference	Mean Difference
พฤติกรรมสุขภาพ			
กลุ่มทดลอง	-.867*	-.799*	.068
กลุ่มควบคุม	-.343*	-.285*	.059

* p<.05 ** p<.01 T1 = ก่อนทดลอง T2 = หลังทดลอง T3 = ติดตามผล



ภาพที่ 1 การเปลี่ยนแปลงคะแนนเฉลี่ยพฤติกรรมสุขภาพตามช่วงเวลา



อภิปรายผล

จากผลการศึกษาหลังการเข้าร่วมโปรแกรมการพัฒนาจิตวิทยาเชิงบวก พบว่า คะแนนพฤติกรรมสุขภาพเพิ่มสูงขึ้นหลังเข้าร่วมกิจกรรม โดยพฤติกรรมสุขภาพของกลุ่มทดลอง มีค่าสูงกว่ากลุ่มควบคุม ทั้งในช่วงหลังทดลอง และติดตามผล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อธิบายว่า โปรแกรมในงานวิจัยนี้ สร้างจากแนวคิดจิตวิทยาเชิงบวกที่เน้นการพัฒนากระบวนการทางจิต (ความคิด ความรู้สึก) ที่สนับสนุนให้บุคคลการแสดงออกในทางบวก การชื่นชมยินดี การให้คุณค่าของกันละกันเพื่อสนับสนุนให้เกิดการมองโลกทางบวกของครอบครัว ซึ่งประกอบด้วย 3 องค์ประกอบคือ ความหวัง การมองโลกในแง่ดี และความยืดหยุ่น รวมไปถึงการพัฒนาความรู้ทางสุขภาพที่เน้นพัฒนาให้บุคคลผ่านกระบวนการเรียนรู้เพื่อการเปลี่ยนแปลง ซึ่งเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่สนับสนุนให้เกิดกระบวนการคิดซึ่งเป็นทักษะทางปัญญา และกระบวนการสื่อสาร โดยการสะท้อนการคิดประกอบกันทั้ง 3 แนวคิดนี้ ต้องการให้บุคคลเกิดการเปลี่ยนแปลงทางจิต ได้แก่ จิตวิทยาเชิงบวกและความรอบรู้ด้านสุขภาพ ซึ่งตัวแปรทั้ง 2 ได้ถูกนำมาประกอบในโปรแกรม มีความสอดคล้องกับการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ทางสุขภาพ และพฤติกรรมสุขภาพ โดยศึกษาพฤติกรรมสุขภาพ ได้แก่ พฤติกรรมการออกกำลังกาย การดื่มเครื่องดื่ม การรับประทานอาหารเช้า ผลไม้ ในกลุ่มผู้ใหญ่ตอนปลาย (Older Adults) โดยศึกษาเชิงวิเคราะห์แบบไปข้างหน้า (Cohort Study) ในกลุ่มตัวอย่าง 3,241 คน พบว่า ORs >1.31, p-values < .005 (Bas, Sijmen, Carel & Andrea, 2016)

นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ของความรู้ทางสุขภาพ และพฤติกรรมสุขภาพแบบ 3 อ ในกลุ่มผู้สูงอายุตอนต้นจังหวัดตรัง จำนวน 147 คน ของประไพพิศ สิงหเสน, พอเพ็ญ ไกรนรา และวารรัตน์ ทิพย์รัตน์ (2562) โดยพบว่า ความรอบรู้ด้านสุขภาพมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมสุขภาพในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r=.508, p < .001$) ทั้งนี้ Nutbeam (2008) อธิบายว่า การพัฒนาให้เกิดความรู้ด้านสุขภาพระดับปฏิสัมพันธ์ และระดับวิจลญาณสนับสนุนให้บุคคลเกิดการบริหารจัดการตนเองด้านสุขภาพ โดยโปรแกรมในการวิจัยนี้ ประกอบไปด้วยกิจกรรมที่เน้นการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพระดับปฏิสัมพันธ์และระดับวิจลญาณ เช่น กิจกรรม “สื่อสารอย่างเข้าใจ ห่างไกลโรค” และ กิจกรรม “เข้าถึง เข้าใจ ห่างไกลโรค” ที่สนับสนุนให้กลุ่มตัวอย่างมีทักษะในการสื่อสารกับผู้ให้บริการทางสุขภาพ และการพัฒนาทักษะในการเข้าถึงข้อมูลด้านสุขภาพ และการวิเคราะห์ประเมินผลทางสุขภาพ ด้วยสถานการณ์สมมติ และโจทย์ที่ทำทายการตัดสินใจที่ต้องผ่านกระบวนการทางปัญญา กิจกรรมดังกล่าวข้างต้นจึงเป็นล้วนแต่เป็นกิจกรรมที่ใช้องค์ประกอบของความรู้ทางสุขภาพ จึงเป็นการยืนยันทั้งการศึกษาที่ผ่านมา และผลการวิจัยในครั้งนี้ว่า การพัฒนาความรู้ทางสุขภาพในระดับปฏิสัมพันธ์ และระดับวิจลญาณ สนับสนุนให้บุคคลและครอบครัว มีพฤติกรรมสุขภาพไปในทางที่ดีขึ้น ซึ่งสามารถยืนยันได้จาก การเปลี่ยนแปลงระดับน้ำตาล และความดันโลหิตที่พบว่า ค่าเฉลี่ยของตัวแปรทางกายภาพทั้งสอง เมื่อวัดในระยะหลังการทดลองมีระดับลดลง



ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1. โปรแกรมได้สร้างขึ้นสำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่เป็นกลุ่มเสี่ยงโรคเรื้อรังที่มีวิถีชีวิตกึ่งเมือง ดังนั้นหากนำไปใช้กับกลุ่มอื่น ๆ ควรนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน
2. ผลการศึกษา พบว่า มีความคงทนของพฤติกรรมสุขภาพในการลดปัจจัยเสี่ยงในการเกิดโรคเรื้อรัง จึงยืนยันได้ว่าโปรแกรมการพัฒนาจิตวิทยาเชิงบวกที่มีต่อพฤติกรรมสุขภาพของกลุ่มเสี่ยงโรคไม่ติดต่อเรื้อรังในชุมชนนั้นช่วยปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกลุ่มเสี่ยงฯ เพื่อลดปัจจัยในการเกิดโรคได้ ดังนั้นในสถานพยาบาลที่มีกลุ่มเสี่ยงฯ จึงควรพิจารณานำโปรแกรมฯ นี้ไปใช้เพื่อลดปัจจัยในการเกิดโรค

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยและพัฒนาโปรแกรมการพัฒนาจิตวิทยาเชิงบวกให้เป็นคู่มือในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพของกลุ่มเสี่ยงโรคไม่ติดต่อเรื้อรังต่อไป
2. การฝึกปฏิบัติการค้นหาข้อมูลด้านสุขภาพพื้นที่ต้องมีความพร้อมของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตให้เพียงพอ

บรรณานุกรม

- กรมควบคุมโรค กองโรคไม่ติดต่อ. (2563). รายงานสถานการณ์โรค NCDs เบาหวาน ความดันโลหิตสูงและปัจจัยเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง. กรุงเทพฯ: อักษรกราฟฟิกแอนดี้ไซน์.
- สุภารัตน์ ตันติวิวัฒน์. (2560). จิตวิทยาเชิงบวก: การพัฒนา ประยุกต์ ความท้าทาย. *วารสารพฤติกรรมศาสตร์เพื่อการพัฒนา*, 9(1), 277-290.
- ประไพพิศ สิงหเสม, พอเพ็ญ ไกรนรา และวารรัตน์ ทิพย์รัตน์. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ด้านสุขภาพกับพฤติกรรมสุขภาพตาม 3อ.2ส. ของผู้สูงอายุ ตำบลหนองตรุด จังหวัดตรัง. *วารสารวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนครศรีธรรมราช*, 11(1), 37-51.
- วิชัย เอกพลากร, หทัยชนก พรระจรรย์ และวารภรณ์ เสถียรนพเก้า. (2562). การสำรวจสุขภาพประชาชนไทยโดยการตรวจร่างกาย ครั้งที่ 6 พ.ศ. 2562-2563. กรุงเทพฯ: อักษรกราฟฟิกแอนดี้ไซน์.
- Bas Geboers, Sijmen A. Reijneveld, Carel J.M. Jansen & Andrea F. de Winter. (2016). Health Literacy Is Associated With Health Behaviors and Social Factors Among Older Adults: Results from the LifeLines Cohort Study. *Journal of Health Communication*, 21(sup2), 45-53, DOI: 10.1080/10810730.2016.1201174.
- Boehm, J. K., Peterson, C., Kivimaki, M., & Kubzansky, L. (2011). A Prospective Study of Positive Psychological Well-Being and Coronary Heart Disease. *Health Psychology*, 30(3), 259-267.
- Nutbeam D. (2008). The evolving concept of health literacy. *Social Science and Medicine*, 6(7), 2072-78.
- World health organization. (2017). Health literacy. The solid facts. *European journal of Public*, 24(1), 1880-87.



Received: July 25, 2022
Revised: August 13, 2022
Accepted: August 20, 2022

The Rise of Fintech: A Review Article

Pongsakorn Limna¹

Tanpat Kraiwanit²

Abstract

This study aimed to evaluate the literature on the elements of fintech and its trends. A narrative synthesis was used in this review article. The documentary method and content analysis via systematic review were used to analyze the data. The results indicated that fintech is a critical type of digital technology. It has played a significant role in the transformation of financial markets and is a rapidly rising segment of the financial services industry. This review article may lead to a better understanding of fintech, as well as its trends and elements. It may assist business owners, managers, marketers, and employees in the financial industry or any sector to achieve and improve high business performance by implementing appropriate strategies to meet the needs and expectations of firms and clients through the use of fintech. Qualitative research, such as interviews, and quantitative research, such as questionnaires, may be developed in the future to provide more explanations and explicit findings.

Keywords: Digital Technology, Fintech, Rising, Element, Review

¹ ORCID ID: orcid.org/0000-0002-7448-5261

Ph.D. in Digital Economy Program, Faculty of Economics, Rangsit University

² ORCID ID: orcid.org/0000-0002-5130-6427

Ph.D. in Digital Economy Program, Faculty of Economics, Rangsit University



Introduction

Innovative technologies are emerging and changing the world. The availability of an internet connection with smartphone-enabled services has simplified access to high-speed technological advancements for a wide range of people. The concept of industry 4.0 denotes major changes to the economy and society, with technological changes all over the world reforming internal and external application models for better interactions in the digital process (Kumari & Devi, 2022). In addition, the economy is primed for new and emerging forms of consumption. This is the result of a convergence of technological, economic, and sociocultural phenomena that is currently changing traditional forms of commercial exchange (Ertz & Boily, 2019; Limna et al., 2022). Financial technology, or fintech, is the use of technology to design and deliver financial products and services. It has an impact on financial institutions, regulators, customers, and merchants in a variety of industries. Pervasive digital technologies are challenging the fundamentals of the highly regulated financial sector, resulting in the rise of non-traditional payment systems, peer-to-peer money exchanges, and increased volatility in currency markets (Leong et al., 2017). Moreover, fintech is altering the way financial services are perceived, developed, promoted, delivered, and consumed (Mention, 2021). Fintech innovation emerged after the 2008 global financial crisis, combining e-finance, internet technologies, social networking services, social media, artificial intelligence (AI), and big data analytics. Fintech startups set themselves apart from traditional financial institutions by providing personalized niche services, data-driven solutions, an innovative culture, and a lean organization. While fintech is widely regarded as a threat to traditional financial institutions, it also offers numerous opportunities for these institutions to gain a competitive advantage over competitors. As a result, most major financial institutions have begun to take fintech seriously, developing strategies to compete, coexist, and collaborate with fintech startups (Lee & Shin, 2018). Fintech is a rapidly expanding industry that benefits both consumers and businesses in several ways. In essence, fintech is on the rise (Karim et al., 2022; Nathan et al., 2022). Hence, fintech is a critical topic to study. To increase the understanding of fintech, this study provides an overview of its elements and trends.

Literature Review

1. Fintech

Definitions of what fintech exactly is differ widely. However, a variety of scholars have attempted to define fintech using their own interpretations based on the results of the studies they have reported (Al-Mudimigh & Anshari, 2020). The term fintech has been used in



a variety of business contexts, often inconsistently and ambiguously (Schueffel, 2016). Financial technology, as known as fintech, is widely recognized as one of the most significant innovations in the financial industry, and it is evolving at a rapid pace, aided in part by the sharing economy, favorable regulation, and information technology (Lee & Shin, 2018). Fintech is a new technology that aims to improve and automate the delivery and use of financial services (Al-Okaily et al., 2021). Fintech can serve as an innovative reference in assisting businesses to rethink their business models or even to suggest new businesses (Leong & Sung, 2018). Fintech can also refer to businesses that provide financial services using cutting-edge technology. In addition to offering digital goods and services specifically created for the banking and financing industry, fintech is also in charge of distributing insurance. These fintechs are frequently referred to as InsurTechs. Additionally, it might provide a variety of third-party services, such as offering technical assistance to providers of financial services (Al-Mudimigh & Anshari, 2020; Dorfleitner et al., 2017). Payments, wealth management, crowdfunding, lending, capital markets, and insurance services have been identified as six fintech business models (Giglio, 2022).

The financial technology revolution is having a significant impact on consumer behavior and perceptions (Goel et al., 2022). The growth of investment in fintech has been phenomenal. Fintech introduces a new paradigm in which information technology drives financial industry innovation. It is being heralded as a game-changing, disruptive innovation capable of upending traditional financial markets (Lee & Shin, 2018). Hence, fintech has been extremely crucial to financial services industry innovation since its inception. Fintech development is an ongoing process that has resulted in numerous incremental and disruptive innovations (Schueffel, 2016). Furthermore, companies that offer financial services using technology make up the fintech sector. Fintech firms are important because they offer services that both individuals and businesses can use to simplify financial transactions. These services include peer-to-peer payments, online investing, and mobile banking (Lee & Shin, 2018; Soloviev, 2018). In addition, fintech has significantly reduced costs, and fintech-adapted companies can attract significant investments as they are far more capable than traditional banks due to lack of overheads and responsibilities. Their overall size grows and adapts in ways that larger corporations can only dream about. Crowdfunding, mobile payments, and foreign fund transfers are transforming small business start-ups and spreading globally, making it easier than ever to start and run a business (Goel et al., 2022).



2. Fintech Ecosystem and Its Elements

The fintech ecosystem is a complex network of interactions between fintech startups, regulators, investors, government, and talented institutions who all have an interest in the fintech startups ecosystem (Siddiqui & Rivera, 2022). Fintech ecosystems are distinguished by a heterogeneous, non-linear, dynamic, and complex network of agents that interact with one another to provide end customers with a diverse range of financial products and services. The complexity of fintech ecosystems is increasing exponentially with the rise of myriad complementary technologies, as new players emerge and new connections are formed (Muthukannan et al., 2020). Thus, to understand the competitive and collaborative dynamics in fintech innovation, it is critical to first analyze the ecosystem. A thriving symbiotic fintech ecosystem is vital to the growth of the fintech industry. The fintech ecosystem comprises five components, as shown in figure 1, including fintech startups, government, technology developers, financial customers, and traditional financial institutions (Lee & Shin, 2018). These types of fintech ecosystem collaboration not only fuel innovation, but also add value to the economy and increase financial industry competition. Ultimately, this will benefit financial industry consumers (Albarrak & Alokley, 2021).

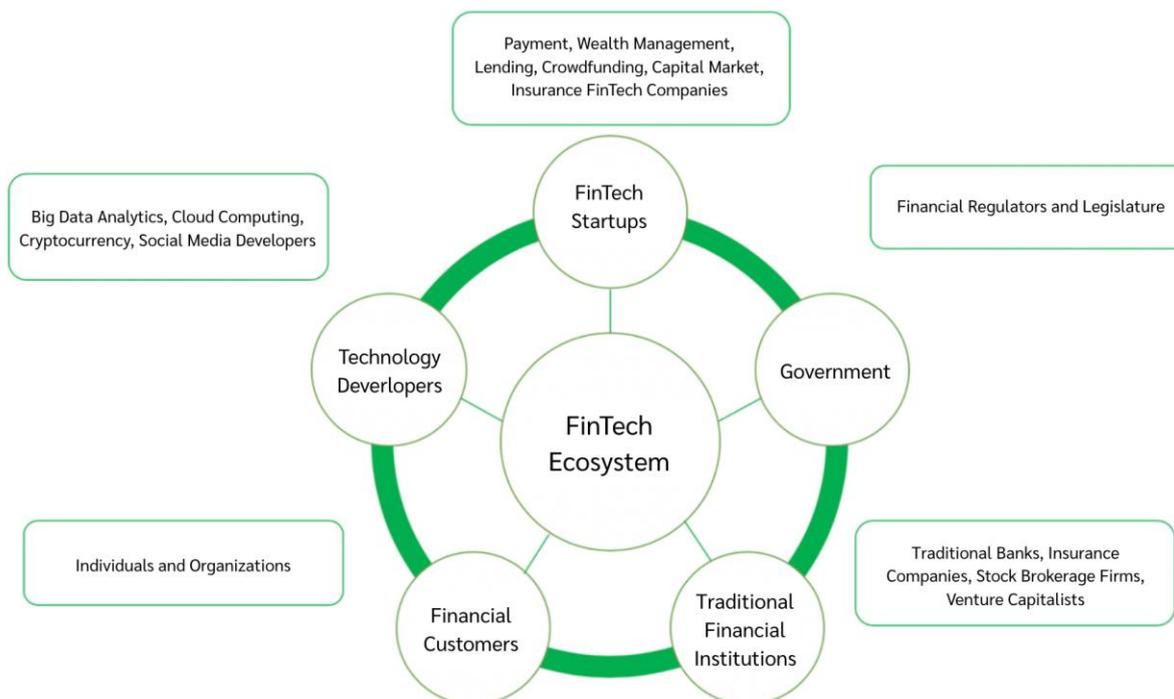


Figure 1: The Five Elements of the Fintech Ecosystem (Lee & Shin, 2018)



2.1 Fintech Startups

Fintech startups are new technology-based companies that provide innovative financial solutions. As these companies are responsible for the industry's technological advances, they should be regarded as the ecosystem's focal point. Moreover, many elements of fintech startups' businesses directly impact the consumer in the financial value chain, such as the use of digital channels and a focus on meeting niche market needs through customized services (Castro et al., 2020). Fintech startups are central to the ecosystem. These companies, which are mostly entrepreneurial, have driven major innovations in payment, wealth management, lending, crowdfunding, capital markets, and insurance by incurring lower operating costs, targeting more niche markets, and providing more personalized services than traditional financial firms. They are driving the phenomenon of unbundling financial services, which has been extremely disruptive to banks (Lee & Shin, 2018).

2.2 Governments

Governments globally are recognizing the rise of fintech to deliver more effective and efficient social and economic outcomes. Government support is necessary for the healthy development of the fintech sector, which has the potential to revolutionize financial services products, services, and delivery mechanisms around the world, as well as deliver more effective and efficient social and economic outcomes (Pollari, 2017). Due to the 2008 economic crisis, governments and regulatory agencies strengthened regulations, emphasizing transparency in an effort to reduce fraudulent behavior and protect consumers (Castro et al., 2020). Governments and regulatory agencies can have a positive impact on various aspects of the ecosystem, such as by simplifying trade regulations or lowering taxes and duties. Governments and regulatory agencies, on the other hand, can have a negative impact by, for example, enacting more stringent and bureaucratic regulations (Diemers et al., 2015). In order to stimulate fintech innovation and facilitate global financial competitiveness, different governments provide different levels of regulation for fintech startups, depending on national economic development plans and economic policies (Lee & Shin, 2018).

2.3 Technology Developers

With the advance of information technology, technology developers not only create digital platforms for social media, big data analytics, cloud computing, artificial intelligence, smart phones, and mobile services, but also foster an environment that allows fintech startups to quickly launch innovative services (Castro et al., 2020). The relationship between technology developers and the fintech ecosystem is vital because they are one of those responsible for creating a beneficial environment that allows fintech startups to



launch innovative services, which guarantee revenue sources for the developers (Lee & Shin, 2018). For example, cloud computing enables fintech startups to rapidly deploy online platforms while avoiding infrastructure capital investments and, if necessary, to scale elastically. Moreover, advanced scoring systems, algorithmic trading strategies, and robo-advising systems are being developed using artificial intelligence (AI) and data processing technologies, resulting in better customer service. Social networks also foster the growth of communities, such as peer-to-peer lending communities. Mobile payment and banking infrastructure can be provided by mobile operators. As a result, the fintech industry generates significant revenue streams for technology developers (Soloviev, 2018).

2.4 Financial Customers

Financial customers are critical as they generate revenue for fintech companies. While large organizations are important revenue generators, individual customers and small and medium-sized businesses (SMEs) are the primary revenue generators for fintech companies. A substantial percentage of fintech customers are members of generation Y and Z, which is advantageous for fintech because technologically advanced members of this generation will constitute the majority of the population in the coming decades (Lee & Shin, 2018; Soloviev, 2018). In addition, the ability to identify customer needs is a key feature of fintech startups. Fintech startups strive to meet the needs of market niches by providing high-quality and personalized services. This approach is important for acquiring new clients because customers weigh the benefits and risks of fintech's services before using them. Customer satisfaction and customer loyalty, including word-of-mouth (WOM) communication, can also be critical for fintech startups to succeed in such a competitive industry (Castro et al., 2020). Thus, fintech startups must use integrated customer service management to ensure proper use of the various channels through which they interact with their users, as customers are already accustomed to having constant access to their financial information (Alt et al., 2018; Lee & Shin, 2018).

2.5 Traditional Financial Institutions

Traditional financial institutions are critical to the success of fintech ecosystems. After the first impact of fintechs emergence in the financial sector, traditional financial institutions have been reviewing their business models and developing new strategies to innovate, particularly through the use of technology (Lee & Shin, 2018; Soloviev, 2018). Although traditional financial institutions initially saw fintech startups as a threat, they have recently begun to collaborate with those new companies through acquisitions and the establishment of in-house incubators to create new services with lower operational costs and more competitive prices. Traditional financial institutions' collaboration with fintech



startups may spur innovation and strengthen the latter's competitive position (Castro et al., 2020).

3. The Rise of Fintech

As consumers increasingly turn to digital forms of managing their finances, the fintech industry is rising (Khalatur et al., 2022). Fintech is the use of cutting-edge technology to improve financial operations. It is used to automate and simplify these operations, improve productivity and quality, and reduce human interactions. Fintech services help businesses grow. Fintech payment is widely used to conduct financial transactions electronically via a variety of channels and products. Fintech is used to advance payments by incorporating technology into credit and debit cards, continuously improving mobile and online payments and banking, incorporating new features into automated teller machines (ATMs), and allowing customers to set up digital wallets. Furthermore, during the COVID-19 pandemic, there was an increase in the use of Fintech payment technologies (Alchuban et al., 2022; Pallathadka & Pallathadka, 2022). Fintech firms now play an important role in the digital finance economy. The banking industry continues to be on the cutting edge of digital innovation. Individual users can expect reasonable, useful, and secure banking services from digital finance. Digital finance has begun to improve user services because of digital banking innovations. With today's technologies, digitalization has also altered the current economic system. Fintech providers are developing new financial services and products to aggregate the functions of banks for their customers. If successful, this will undoubtedly alter the current financial services business landscape (Goel et al., 2022; Kumari & Devi, 2022).

Although the fintech industry in the United Arab Emirates (UAE) is still quite nascent, it is steadily growing. The UAE is the Middle East and North Africa's largest fintech startup hub. Fostering healthy fintech ecosystems is regarded as a critical component of economic diversification. Several investment funds have emerged over the years that play an important role in the global fintech investment ecosystem. Six funds have emerged in Bahrain and the UAE since late 2017, focusing on partnerships with other ventures or direct investment in innovative firms. In total, those funds raised approximately \$1.5 billion in capital. Several of these fintech-related funds have only recently begun to shift their focus away from external opportunities and toward emerging opportunities within the region (Al Suwaidi et al., 2022). In addition, with a population of approximately 1.3 billion people, India is a growing fintech market. The fact that the majority of the population is bankless makes India an exciting global space for financial technology. Fintech is regarded as a game changer and disruptive innovation capable of upending traditional financial markets. Fintech has



grown rapidly in India over the last five years and is expected to grow further in the coming years (Sharma et al., 2022). In Thailand, fintech startups have a better chance of growing and developing when they collaborate with companies in both similar and dissimilar industries. The concept of flying solo limits the ability of startup firms to improve their risk and return situation. Furthermore, cooperation from the government and related public authorities in terms of providing feasible policies is required and beneficial to both fintech startup firms and users accessing their financial products and services. The centralization of related entities may have an impact on the opportunities and challenges that fintech firms face. Strategies for establishing a national technology system and financial regulations that can support the growth of FinTech startups and increase the confidence of FinTech users must be considered (Kijkasiwat, 2021). Moreover, fintech represents a transformational opportunity for China's financial system and others. A large number of cryptocurrencies have been created around the world to help with faster payments and financial inclusion. The People's Bank of China (PBOC) believes that introducing a central bank digital currency (CBDC) would be a significant step that would improve its international role and help transform the international economic order in the long run (Allen et al., 2022).

Methodology

Narrative synthesis is the process of conducting a systematic review and synthesis of findings from multiple studies that heavily rely on words and text to summarize and explain the synthesis's findings (Limna et al., 2022). Hence, this systematic review employed a narrative synthesis. Five databases were used, including EBSCO, Google Scholar, Scopus, Web of Science, and ScienceDirect. The inclusion criteria were studies 1) that clearly defined FinTech, 2) that were published in English, and 3) that were peer-reviewed. The data were reviewed between February 15th, 2022, and June 15th, 2022. To search the database, the researchers identified a set of keywords related to fintech. The identified keywords were “fintech,” “financial technology,” “fintech ecosystem,” “elements of fintech ecosystem,” “fintech startup,” “government,” “technology developers,” “financial customers,” “traditional financial institutions,” and “the trends of fintech”

The qualitative research method consists of four primary research steps, which include research design, data collection, data analysis, and report writing. Content analysis is an adaptable data analysis technique for conducting qualitative systematic reviews by systematically and objectively describing specific phenomena and drawing valid conclusions from verbal, visual, or written data (Limna et al., 2022; Siripipattanakul et al., 2022). Therefore, in this review article, a qualitative – content analysis was employed.



Results

The incorporation of technology into the delivery of financial services has altered many business operations. Fintech, or financial technology, is an important type of digital technology. It has played a significant role in the transformation of financial markets and is a rapidly growing segment of the financial services industry. Fintech is rising and boosting the economies in many countries, including Thailand, India, China, as well as the United Arab Emirates. The use of fintech is a strategic and vital factor in economic development. Moreover, fintech has the potential to address regulatory issues, inadequate consumer protection, and obsolete technology. As a result, it is critical to pay attention to fintech in order to rise and uncover a vast new area for growth and success.

Discussion and Conclusions

Although the fintech industry is still in its infancy, it is rapidly expanding in many countries. In short, fintech is on the rise. As stated by Lee and Shin (2018), the five components of fintech ecosystems, which include fintech startups, government, technology developers, financial customers, and traditional financial institutions, are absolutely essential. Albarrak and Alokley (2021) indicated that these types of collaboration in the fintech ecosystem not only fuel innovation, but also add value to the economy and increase financial industry competition. Muthukannan et al. (2020) also stated that these five components work together to stimulate the economy, improve customer experience, and promote social inclusion. In addition, Karim et al. (2022) and Nathan et al. (2022) indicated that fintech is a rapidly growing industry that benefits both consumers and businesses in several ways. According to Al Suwaidi et al. (2022), the UAE is the Middle East and North Africa's largest fintech startup hub. The development of healthy fintech ecosystems is regarded as an important component of economic diversification. Moreover, Kijkasiwat (2021) confirmed that fintech startup firms in Thailand have a greater opportunity to grow and develop. Allen et al. (2022) indicated that China has been one of the few countries to experience rapid growth in fintech over the last decade. In addition, fintech is crucial as it represents an opportunity for China's financial system and others to transform. Goel et al. (2022) also stated that fintech in India is rapidly growing due to several benefits, including the importance of resolving all issues related to financial inclusion and so on.



Limitations and Recommendations

This study employed a narrative synthesis method. For future research, a quantitative study, such as questionnaires, regarding fintech, is recommended. A qualitative approach, such as interviews, could also provide a clear picture of insight results.

Implications

This review article contributed to the existing fintech literature. As a result, it could be used to guide future research regarding fintech. Furthermore, this review article may lead to a better understanding of fintech and its elements. It may aid business owners, managers, marketers, and employees in the financial industry or any sector to achieve and improve high business performance by implementing appropriate strategies to meet the needs and expectations of firms and clients through the use of fintech.

References

- Albarrak, M. S., & Alokley, S. A. (2021). FinTech: Ecosystem, Opportunities and Challenges in Saudi Arabia. *Journal of Risk and Financial Management*, 14(10), 460.
- Alchuban, M., Hamdan, A., & Fadhu, S. M. (2022). The Usage of Financial Technology Payments During the Pandemic of Covid-19. *Future of Organizations and Work After the 4th Industrial Revolution*, 427-441.
- Allen, F., Gu, X., & Jagtiani, J. (2022). Fintech, Cryptocurrencies, and CBDC: Financial Structural Transformation in China. *Journal of International Money and Finance*, 124.
- Al-Mudimigh, A., & Anshari, M. (2020). Financial Technology and Innovative Financial Inclusion. *Financial Technology and Disruptive Innovation in ASEAN*, pp. 119-129.
- Al-Okaily, M., Al Natour, A. R., Shishan, F., Al-Dmour, A., Alghazzawi, R., & Alshairi, M. (2021). Sustainable FinTech Innovation Orientation: A Moderated Model. *Sustainability*, 13(24), 13591.
- Al Suwaidi, M. E. Y. M., Sidek, S. B., & Al-Shami, S. A. (2022). A Conceptual Framework of Fintech Laws and Regulations on the Risk Management of Financial Institutions in UAE. *Mathematical Statistician and Engineering Applications*, 71(3), 01-07.
- Alt, R., Beck, R., & Smits, M. T. (2018). FinTech and the Transformation of the Financial Industry. *Electronic markets*, 28(3), 235-243.
- Castro, P., Rodrigues, J. P., & Teixeira, J. G. (2020). Understanding FinTech Ecosystem Evolution through Service Innovation and Socio-Technical System Perspective. *International Conference on Exploring Services Science*, 187-201. Springer, Cham.



- Diemers, D., Lamaa, A., Salamat, J., & Steffens, T. (2015). Developing a FinTech Ecosystem in the GCC. *Dubai: Strategy*, 1-16.
- Dorflleitner, G., Hornuf, L., Schmitt, M., & Weber, M. (2017). Definition of FinTech and Description of the FinTech Industry. *FinTech in Germany*, pp. 5-10. Springer, Cham.
- Ertz, M., & Boily, É. (2019). The Rise of the Digital Economy: Thoughts on Blockchain Technology and Cryptocurrencies for the Collaborative Economy. *International Journal of Innovation Studies*, 3(4), 84-93.
- Giglio, F. (2022). Fintech: A Literature Review. *International Business Research*, 15(1), 80-85. Canadian Center of Science and Education.
- Goel, P., Kulsrestha, S., & Maurya, S. K. (2022). Fintech Unfolding: Financial Revolution in India. *Thailand and The World Economy*, 40(2), 41-51.
- Karim, S., Naz, F., Naeem, M. A., & Vigne, S. A. (2022). Is FinTech Providing Effective Solutions to Small and Medium Enterprises (SMEs) in ASEAN Countries?. *Economic Analysis and Policy*, 75, 335-344.
- Khalatur, S., Pavlova, H., Vasilieva, L., Karamushka, D., & Danileviča, A. (2022). Innovation Management as Basis of Digitalization Trends and Security of Financial Sector. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 9(4), 56-76.
- Kijkasiwat, P. (2021). Opportunities and Challenges for Fintech Startups: The Case Study of Thailand. *ABAC Journal*, 41(2), 41-60.
- Kumari, A., & Devi, N. C. (2022). The Impact of FinTech and Blockchain Technologies on Banking and Financial Services. *Technology Innovation Management Review*, 12(1/2).
- Lee, I., & Shin, Y. J. (2018). Fintech: Ecosystem, Business Models, Investment Decisions, and Challenges. *Business Horizons*, 61(1), 35-46.
- Leong, C., Tan, B., Xiao, X., Tan, F. T. C., & Sun, Y. (2017). Nurturing a FinTech Ecosystem: The Case of a Youth Microloan Startup in China. *International Journal of Information Management*, 37(2), 92-97.
- Leong, K., & Sung, A. (2018). FinTech (Financial Technology): What is It and How to Use Technologies to Create Business Value in FinTech Way?. *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 9(2), 74-78.
- Limna, P., Kraivanit, T., & Siripipatthanakul, S. (2022). The Growing Trend of Digital Economy: A Review Article. *International Journal of Computing Sciences Research*, 6, 1-11.
- Mention, A. L. (2021). The Age of FinTech: Implications for Research, Policy and Practice. *The Journal of FinTech*, 1(01), 2050002.



- Muthukannan, P., Tan, B., Gozman, D., & Johnson, L. (2020). The Emergence of a Fintech Ecosystem: A Case Study of the Vizag Fintech Valley in India. *Information & Management*, 57(8), 103385.
- Nathan, R. J., Setiawan, B., & Quynh, M. N. (2022). Fintech and Financial Health in Vietnam during the COVID-19 Pandemic: In-Depth Descriptive Analysis. *Journal of Risk and Financial Management*, 15(3), 125.
- Pallathadka, H., & Pallathadka, L. K. (2022). A Quantitative Investigation and Critical Analysis of Fintech as a Change Agent in the Financial Markets. *Journal of Contemporary Issues in Business and Government*, 28(2), 223-235.
- Pollari, I. (2017). Governments' Role in the Evolution of Fintech. *Frontiers in Finance*, 1-4. KPMG International Cooperative.
- Schueffel, P. (2016). Taming the Beast: A Scientific Definition of Fintech. *Journal of Innovation Management*, 4(4), 32-54.
- Sharma, S., Srivastav, S., Gupta, A., & Manglick, A. (2022). Application of Technology and Innovation in Fintech and Its Adaptability in India. *2022 2nd International Conference on Innovative Practices in Technology and Management*, Vol. 2, pp. 305-311. IEEE.
- Siddiqui, Z., & Rivera, C. A. (2022). FinTech and FinTech Ecosystem: A Review of Literature. *Risk Governance and Control: Financial Markets & Institutions*, 12(1), 63.
- Siripipattanakul, S., Siripipatthanakul, S., Limna, P., & Auttawechasakoon, P. (2022). Marketing Mix (4Cs) Affecting Decision to be an Online Degree Student: A Qualitative Case Study of an Online Master's Degree in Thailand. *International Journal on Integrated Education*, 5(4), 31-41.
- Soloviev, V. (2018). Fintech Ecosystem in Russia. *2018 Eleventh International Conference "Management of Large-Scale System Development" MLSD*, pp. 1-5. IEEE.



Received: August 7, 2021
Revised: August 20, 2022
Accepted: September 17, 2022

ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลตำบลด้านขุนทด
อำเภอด้านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา
Factors Affecting the Management According to the Good Governance
Principle of Dan Khun Thot Sub-district Municipality, Dan Khun Thot District,
Nakhon Ratchasima Province

สมัชญา พลชัย (Samuchya Phalachai)¹
รัฐบุรุษ คุ่มทรัพย์ (Rattaburut Khumsap)²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลตำบลด้านขุนทด อำเภอด้านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา และ 2) เปรียบเทียบการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลตำบลด้านขุนทด อำเภอด้านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ พนักงานเทศบาลตำบลด้านขุนทด อำเภอด้านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 120 คน จำแนกตามตำแหน่ง ระดับการศึกษา และประสบการณ์การทำงาน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีการของเซฟเฟ

ผลการศึกษา พบว่า 1) ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารงานของเทศบาลตำบลด้านขุนทด อำเภอด้านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการวางแผนมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านงบประมาณ ด้านผู้บริหาร และด้านพนักงานเทศบาล การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลตำบลด้านขุนทด อำเภอด้านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า หลักความโปร่งใส มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ หลักนิติธรรม หลักคุณธรรม หลักความมีส่วนร่วม และหลักความคุ้มค่า และ 2) ผลการเปรียบเทียบการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลตำบลด้านขุนทด อำเภอด้านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา พบว่า พนักงานเทศบาลตำบลด้านขุนทด อำเภอด้านขุนทด จังหวัดนครราชสีมาที่มีตำแหน่ง อายุ และประสบการณ์การทำงานต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารงานของเทศบาลตำบลด้านขุนทด อำเภอด้านขุนทด จังหวัดนครราชสีมาโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ส่วนพนักงานเทศบาลตำบลด้านขุนทด อำเภอด้านขุนทด จังหวัดนครราชสีมาที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความ

¹ นักศึกษาหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม

² อาจารย์ที่ปรึกษา หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม



คิดเห็นต่อการบริหารงานของเทศบาลตำบลขุนทด อำเภอตำบลขุนทด จังหวัดนครราชสีมาโดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า หลักความคุ้มค่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการศึกษานี้เทศบาลสามารถนำมาศึกษาใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการ เทศบาลตำบล ตำบลขุนทด อำเภอตำบลขุนทด จังหวัดนครราชสีมา

คำสำคัญ การบริหารงาน หลักธรรมาภิบาล เทศบาลตำบลตำบลขุนทด

Abstract

Objectives of this research were to study 1) the factors affecting the administration according to the good governance of Dan Khun Thot Sub-District Municipality Dan Khun Thot District, Nakhon Ratchasima Province and 2) to compare factors affecting the administration according to the good governance of Dan Khun Thot Sub-District Municipality, Dan Khun Thot District, Nakhon Ratchasima Province, conducted with the quantitative research. The population used in this research were 120 Dan Khun Thot Municipality Officers. Dan Khun Thot District, Nakhon Ratchasima. The statistics used for data analysis were frequency distribution, percentage, standard deviation. and t test and one-way analysis of variance and compared each pair with the Scheft's test method.

Findings were that 1) the factors affecting the management of the Dan Khun Thot Municipality, Dan Khun Thot District, Nakhon Ratchasima Province, by overall were at high level. When considering each aspect, it was found that planning aspect was the highest average, followed by budget aspect and management aspect and Municipality Officers aspect. Management according to good governance principle of Dan Khun Thot Municipality Dan Khun Thot District Nakhon Ratchasima Province by overall was at high level. When considering each aspect, it was found that the transparency principle was the highest average, followed by the rule of law, virtue principle, participation principle and the value principle. 2) The results of the comparison of the management according to the good governance principles of Dan Khun Thot Municipality Dan Khun Thot District Nakhon Ratchasima Province was found that Dan Khun Thot Municipality officers Dan Khun Thot District Nakhon Ratchasima Province with different position, age and work experience, did not have different opinions on the management of Dan Khun Thot Municipality Dan Khun Thot District Nakhon Ratchasima Province. The Dan Khun Thot municipality officers Dan Khun Thot District Nakhon Ratchasima Province with different educational levels, did not have different opinions on the management of Dan Khun Thot Municipality Dan Khun Thot



District Nakhon Ratchasima Province. When considering each aspect, it was found that the value for money principle was different at statistically significant level of 0.05

The results of this study could be used as the guidelines study for the management of Dan Khun Thot Sub-District Municipality Dan Khun Thot District Nakhon Ratchasima Province.

Keywords: Management, Good Governance Principle, Dan Khun Thot Sub-District Municipality

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สำหรับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไทย (อปท.) ในปัจจุบัน ทั้งในรูปแบบองค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) เทศบาล และองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ตลอดจน กรุงเทพมหานคร และเมืองพัทยา ซึ่ง อปท. ทั้งหลายได้ถูกจับตามองจากสังคมภายนอกว่า มีการทุจริตคอร์รัปชัน และมีข้อมูลสถานการณ์การทุจริตในสังคมไทยและการทุจริตในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจากหลาย ๆ แห่งที่ยืนยันค่อนข้างตรงกันว่า โดยภาพรวมคนไทยและสังคมไทยยังมีปัญหาด้านความซื่อสัตย์สุจริต ด้านคุณธรรม จริยธรรม และเลื่อนไหลของวัฒนธรรมที่หลากหลายจากต่างประเทศมีสื่อและเทคโนโลยีที่ไร้พรมแดนส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตและพฤติกรรมของบุคคลจนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างรวดเร็วและรุนแรงในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา ประเทศไทยประสบกับปัญหาการขาดจริยธรรมของชนชั้นปกครองซึ่งหมายถึงข้าราชการของรัฐ ทั้งข้าราชการประจำและนักการเมือง การทุจริตประพตมิชอบในวงราชการและทางการเมืองได้กลายเป็นปัญหาเชิงโครงสร้างที่สำคัญของประเทศชาติและทุกภาคส่วนในสังคมปัจจุบัน โดยที่ทุกฝ่ายตระหนักดีว่าการจะบรรลุปเป้าหมายในการป้องกันและบรรเทาปัญหาการคอร์รัปชันไม่อาจฝากความหวังต่อนโยบายและการดำเนินการของรัฐบาลตลอดจนหน่วยงานภาครัฐและองค์กรอิสระตามรัฐธรรมนูญเท่านั้นเนื่องจากตรรกะในเชิงรัฐศาสตร์และสังคมวิทยาต่างบ่งชี้ว่า โดยธรรมชาติของผู้มีอำนาจมากย่อมมีโอกาสคอร์รัปชันสูงกว่าผู้มีอำนาจน้อย (โกวิท พวงงาม, 2559, น. 25)

หลักธรรมาภิบาลเป็นทั้งหลักการขั้นพื้นฐานและยุทธศาสตร์ที่สังคมโลกต้องการให้เกิดขึ้นและนำมาใช้เพื่อลดบรรเทา และแก้ปัญหาต่าง ๆ โดยเฉพาะปัญหาฉ้อราษฎร์บังหลวง ช่วยสร้างคุณค่าและจิตสำนึกทางปัญญา วัฒนธรรม และจริยธรรม ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ทำให้มีความเป็นธรรมในสังคม มีความโปร่งใสได้รับการยอมรับและเชื่อถือ มีประสิทธิภาพ และคุณภาพมาตรฐานสูงขึ้น มีการพัฒนาที่ยั่งยืน เป็นภูมิคุ้มกันที่ทำให้มีความเข้มแข็งมีเสถียรภาพ มีความมั่นคงปลอดภัยทุกภาคของสังคมอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขและมีคุณภาพชีวิตที่ดี ปัจจุบันหลักธรรมาภิบาลได้กลายเป็นมาตรฐานสากลที่องค์กรและหน่วยงานทั่วไปต้องการให้เกิดขึ้น ธรรมาภิบาลเป็นหลักการที่ทั้งองค์การสหประชาชาติ ธนาคารโลก และกองทุนการเงินระหว่างประเทศ รวมทั้งธนาคารพัฒนาเอเชีย มีข้อสรุปพร้อมกันว่า เป็นกุญแจสำคัญประการหนึ่งที่จะนำไปสู่ความสำเร็จในการฟื้นฟูและพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศกำลังพัฒนาและกลุ่มประเทศยากจน (สำนักงาน ก.พ. 2542, น. 5; บุญอนันต์ บุญสนธิ, 2561, น. 2) และใช้เป็นเงื่อนไขในการพิจารณาให้ความช่วยเหลือแก่ประเทศยากจนหรือประเทศกำลังพัฒนา โดยกำหนดให้ประเทศที่ขอรับความช่วยเหลือต้องสร้างธรรมาภิบาลขึ้นในระบบบริหารจัดการของรัฐ สถานการณ์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้มี



การเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากโดยเฉพาะการประกาศใช้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 หมวด 14 การปกครองส่วนท้องถิ่น มาตรา 281 ถึง 290 ได้ บัญญัติไว้ว่า รัฐจะต้องให้ความสำคัญแก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นตามหลักแห่งการปกครองตนเองตามเจตนารมณ์ของประชาชนในท้องถิ่น และส่งเสริมให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นหน่วยงานหลักในการจัดทำบริการสาธารณะ และมีส่วนร่วมในการตัดสินใจแก้ไขปัญหาในพื้นที่ ในการบัญญัติดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะมีการกำหนดนโยบายด้านการปกครอง ด้านการบริหารงานบุคคล ด้านการเงินการคลังและมีอำนาจหน้าที่ของตนเองในการกำหนดนโยบายสาธารณะ รัฐเป็นเพียงผู้ทำหน้าที่ในการกำกับดูแลองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเท่าที่จำเป็นภายใต้กรอบของกฎหมายเท่านั้น โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างระบบบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดีขึ้นในระบบต่าง ๆ ของประเทศ ทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาชน (สำนักงาน ก.พ. 2542, น. 7-8) ประกอบด้วยหลักธรรมาภิบาล 6 ประการ ได้แก่ หลักนิติธรรม หลักคุณธรรม หลักความโปร่งใส หลักความรับผิดชอบ หลักความมีส่วนร่วม และหลักความคุ้มค่า ธรรมาภิบาลเป็นยุทธศาสตร์ 1 ใน 3 กลุ่มยุทธศาสตร์ที่ใช้ในการพัฒนาประเทศ และถือว่าหลักธรรมาภิบาลเป็นยุทธศาสตร์สำคัญที่สุดที่จะขับเคลื่อนยุทธศาสตร์อื่นไปสู่เป้าหมายโดยกำหนดให้สร้างธรรมาภิบาลให้เกิดขึ้นในทุกภาคส่วนของสังคม ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาองค์กรและหน่วยงานต่าง ๆ โดยเฉพาะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นพยายามที่จะนำแนวคิด ทฤษฎี และหลักการบริหารหลายรูปแบบมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารงานให้บรรลุผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย (สุดจิต นิमितกุล, 2559, น. 1)

เทศบาลตำบลขุนทด อำเภอด่านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา มีการดำเนินการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลและพนักงานฝ่ายต่าง ๆ อยู่เสมอ แต่ในขณะที่เดียวกันอดีตที่ผ่านมาก็ยังมีปัญหาด้านบุคลากรอยู่บ้างเกี่ยวกับเรื่องขาดแคลนบุคลากรที่มีคุณภาพ มีคุณธรรมจริยธรรม แน่นนอนที่สุดว่า การบริหารงานเทศบาลทุกที่ที่ต้องมีปัญหามององค์กรทุกองค์กร อาทิเช่น ปัญหาขาดบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญไม่เพียงพอต่อหน่วยงานและปัญหาที่มีข้อจำกัดในด้านงบประมาณต่อการบริหารงานในการจัดการซื้อจัดหาอุปกรณ์ที่จำเป็นต้องใช้ในหน่วยงาน เป็นต้น ซึ่งพอนำหลักธรรมาภิบาลประกอบด้วยหลัก 6 ประการ คือ หลักนิติธรรม หลักคุณธรรม หลักความโปร่งใส หลักการมีส่วนร่วม หลักความรับผิดชอบ และหลักความคุ้มค่า มาใช้บริหารงานจึงจำเป็นต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง รวมถึงจำเป็นต้องมีระบบการบริหารจัดการที่ดี โดยปัจจุบันเทศบาลตำบลขุนทด อำเภอด่านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา นั้นถือว่าเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เข้าถึงประชาชนได้ดีที่สุด (เทศบาลตำบลขุนทด อำเภอด่านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา, 2562, ออนไลน์)

การปฏิบัติตามหลักธรรมาภิบาลมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างและธำรงไว้ซึ่งการพัฒนาที่ยั่งยืนและเท่าเทียม ในการพัฒนาท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วมของประชาชน ส่งเสริมให้ชาวบ้าน ผู้นำท้องถิ่น กลุ่ม และองค์กรชุมชนได้มีส่วนร่วมในการติดตามตรวจสอบการบริหาร การจัดการ การประสานการวางแผน การบริหารงบประมาณและข้อมูลข่าวสารได้อย่างเป็นระบบ ส่งผลการพัฒนาคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของประชาชนให้ดีขึ้น เพราะถ้าหากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นใดยึดประโยชน์ของประชาชนเป็นหลัก ประชาชนในท้องถิ่นนั้นก็จะมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ผู้ศึกษาเล็งเห็นถึงความสำคัญในเรื่องดังกล่าวจึงได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลตำบลด่านขุนทด อำเภอด่านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา” ผลที่ได้รับจากการศึกษาสามารถนำไปเป็นข้อมูลในการพิจารณาหาทาง



เสริมสร้างการบริหารงานของเทศบาลตำบลตำบลตำบล อำเภอตำบล จังหวัดนครราชสีมาให้เป็นไปตามหลักธรรมาภิบาลเพิ่มมากขึ้นอันจะทำให้เกิดระบบบริหารจัดการที่ดีต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

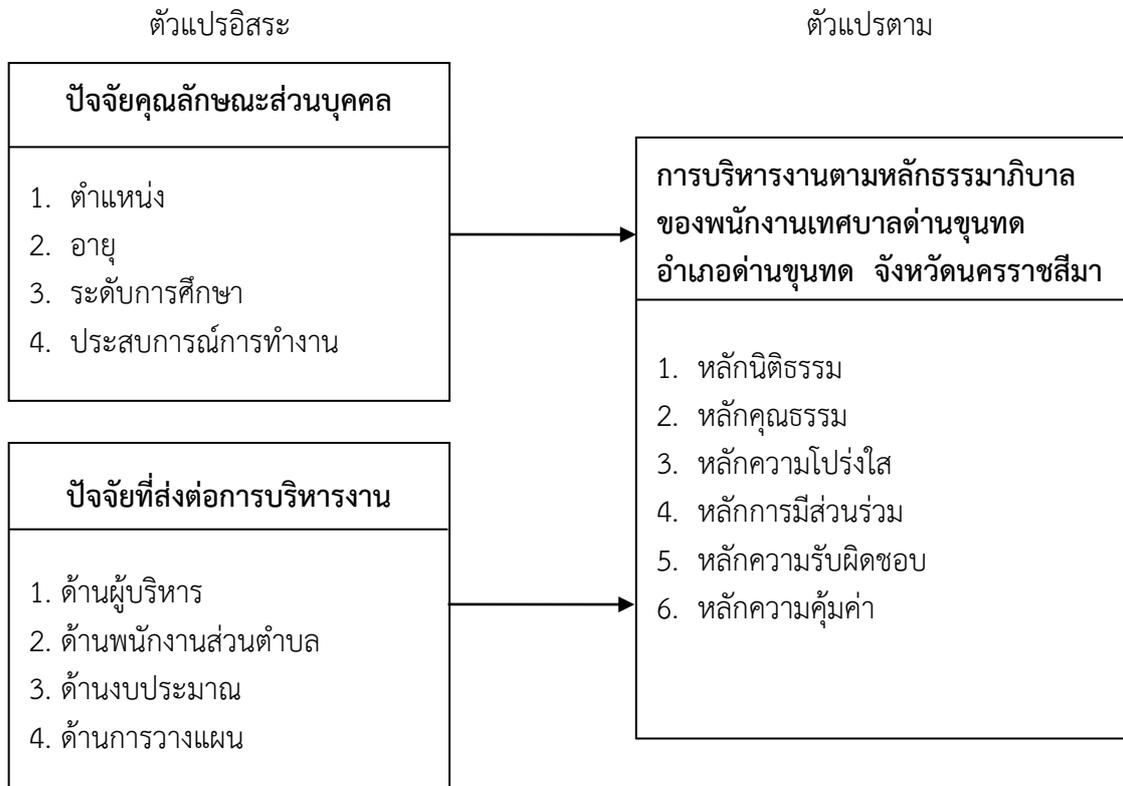
1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลตำบล อำเภอตำบล จังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อเปรียบเทียบการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลตำบล อำเภอตำบล จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามตำแหน่ง ระดับการศึกษา และประสบการณ์การทำงาน

สมมติฐานการวิจัย

1. พนักงานเทศบาลตำบล อำเภอตำบล จังหวัดนครราชสีมา ที่มีตำแหน่งต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารงานของเทศบาลตำบล อำเภอตำบล จังหวัดนครราชสีมา แตกต่างกัน
2. พนักงานเทศบาลตำบล อำเภอตำบล จังหวัดนครราชสีมาที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารงานของเทศบาลตำบล อำเภอตำบล จังหวัดนครราชสีมา แตกต่างกัน
3. พนักงานเทศบาลตำบล อำเภอตำบล จังหวัดนครราชสีมาที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารงานของเทศบาลตำบล อำเภอตำบล จังหวัดนครราชสีมา แตกต่างกัน
4. พนักงานเทศบาลตำบล อำเภอตำบล จังหวัดนครราชสีมาที่มีประสบการณ์ทำงานต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารงานของเทศบาลตำบล อำเภอตำบล จังหวัดนครราชสีมา แตกต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้รวบรวมจากแนวคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งได้กำหนดกรอบแนวคิดจากสำนักนายกรัฐมนตรีนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการสร้างระบบบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี พ.ศ. 2542 (สำนักนายกรัฐมนตรี, 2556, น. 1-2) ประกอบด้วย 6 หลัก ได้แก่ หลักนิติธรรม หลักคุณธรรม หลักความโปร่งใส หลักความมีส่วนร่วม หลักความรับผิดชอบ และหลักความคุ้มค่า และพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546 (2546, น. 5-6) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหาร ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านผู้บริหาร 2) ด้านพนักงานเทศบาล 3) ด้านงบประมาณ 4) ด้านการวางแผน ผู้วิจัยนำมาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยมีรายละเอียดและความสำคัญของแต่ละตัวแปรได้ ดังนี้



ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลตำบลด้านขุนทด อำเภอตำบลขุนทด จังหวัดนครราชสีมา ผู้ศึกษาได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลตำบลด้านขุนทด อำเภอตำบลขุนทด จังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย 6 หลัก ได้แก่ หลักนิติธรรม หลักคุณธรรม หลักความโปร่งใส หลักการมีส่วนร่วม หลักความรับผิดชอบ และหลักความคุ้มค่า ความสำเร็จในการบริหารงานของเทศบาลตำบลด้านขุนทด อำเภอตำบลขุนทด จังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านผู้บริหาร 2) ด้านพนักงานส่วนตำบล 3) ด้านงบประมาณ 4) ด้านการวางแผน

2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ พนักงานเทศบาลตำบลด้านขุนทด อำเภอตำบลขุนทด จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 120 คน ประกอบด้วย คณะผู้บริหาร และข้าราชการ ลูกจ้างประจำและชั่วคราว (ข้อมูลบุคลากรเทศบาลตำบลด้านขุนทด อำเภอตำบลขุนทด จังหวัดนครราชสีมา, 2563: ออนไลน์)

วิธีการวิจัย

ในการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลตำบลด้านขุนทด อำเภอตำบลขุนทด จังหวัดนครราชสีมา โดย



แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ ตำแหน่ง อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงาน ของบุคลากรเทศบาลตำบลด่านขุนทด อำเภอ ด่านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จในการบริหารงาน ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านผู้บริหาร 2) ด้านพนักงานเทศบาล 3) ด้านงบประมาณ 4) ด้านการวางแผน มีลักษณะ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับคือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด นำมาทดสอบหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ด้วยสูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .93

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

ผู้ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลโดยการนำแบบสอบถามทั้งหมดมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ สำเร็จรูป ซึ่งใช้สถิติในการนำเสนอข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสมมติฐาน ดังนี้

1. วิเคราะห์ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย ตำแหน่ง อายุ ระดับการศึกษา และ ประสบการณ์การทำงาน โดยใช้ค่าร้อยละ (percentage)
2. วิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จในการบริหารงานของเทศบาลตำบลด่านขุนทด อำเภอด่านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา โดยใช้ค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ)
3. วิเคราะห์การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลตำบลด่านขุนทด อำเภอด่านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา โดยใช้ค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ)
4. วิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยความสำเร็จในการบริหารงานของเทศบาลตำบลด่านขุนทด อำเภอ ด่านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามตำแหน่ง อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์การทำงาน โดยใช้ค่า F-test

สรุปผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารงานของเทศบาล ตำบลด่านขุนทด อำเภอด่านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา โดยรวม

ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารงานของเทศบาลตำบล ด่านขุนทด อำเภอด่านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความหมาย	อันดับ
1. ด้านผู้บริหาร	3.47	.547	มาก	3
2. ด้านพนักงานเทศบาล	3.46	.458	มาก	4
3. ด้านงบประมาณ	3.72	.577	มาก	2
4. ด้านการวางแผน	4.38	.508	มาก	1
รวม	3.71	.375	มาก	



จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารงานของเทศบาลตำบลตำบลตำบล อำเภอตำบล จังหวัดนครราชสีมา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน อยู่ที่ .375 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการวางแผน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ .508 รองลงมาคือ ด้านงบประมาณ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ .577 ด้านผู้บริหาร ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ .547 และด้านพนักงานเทศบาล ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ .458

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาล ตำบลตำบล อำเภอตำบล จังหวัดนครราชสีมา โดยรวม

การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของ เทศบาลตำบลตำบล อำเภอตำบล จังหวัดนครราชสีมา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความหมาย	อันดับ
1. หลักนิติธรรม	4.39	.533	มาก	2
2. หลักคุณธรรม	4.38	.547	มาก	3
3. หลักความโปร่งใส	4.40	.674	มาก	1
4. หลักความมีส่วนร่วม	4.32	.746	มาก	4
5. หลักความรับผิดชอบ	4.16	.631	มาก	5
6. หลักความคุ้มค่า	3.62	.995	มาก	6
รวม	4.25	.531	มาก	

จากตารางที่ 2 พบว่า การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลตำบลตำบล อำเภอ ตำบล จังหวัดนครราชสีมา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ .531 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า หลักความโปร่งใส มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ .674 รองลงมาคือ หลักนิติธรรม ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ .533 หลักคุณธรรม ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ .547 หลักความมีส่วนร่วม ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ .746 หลักความรับผิดชอบ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ .631 และหลักความคุ้มค่า ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ .995



ตารางที่ 3 เปรียบเทียบการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลตำบลด้านขุนทด อำเภอ
ด้านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามตำแหน่ง

การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาล	แหล่งความ- แปรปรวน	SS	df	MS	F	P
1. หลักนิติธรรม	ระหว่างกลุ่ม	.955	2	.477	1.695	.188
	ภายในกลุ่ม	32.953	117	.282		
	รวม	33.908	119			
2. หลักคุณธรรม	ระหว่างกลุ่ม	.276	2	.138	.456	.635
	ภายในกลุ่ม	35.371	117	.302		
	รวม	35.647	119			
3. หลักความโปร่งใส	ระหว่างกลุ่ม	.031	2	.015	.033	.968
	ภายในกลุ่ม	54.161	117	.463		
	รวม	54.192	119			
4. หลักความมีส่วนร่วม	ระหว่างกลุ่ม	.226	2	.113	.200	.819
	ภายในกลุ่ม	66.077	117	.565		
	รวม	66.304	119			
5. หลักความรับผิดชอบ	ระหว่างกลุ่ม	.329	2	.164	.408	.666
	ภายในกลุ่ม	47.111	117	.403		
	รวม	47.440	119			
6. หลักความคุ้มค่า	ระหว่างกลุ่ม	.774	2	.387	.387	.680
	ภายในกลุ่ม	117.045	117	1.000		
	รวม	117.819	119			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	.119	2	.060	.209	.812
	ภายในกลุ่ม	33.475	117	.286		
	รวม	33.594	119			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 พบว่า พนักงานเทศบาลด้านขุนทด อำเภอด้านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา ที่มีตำแหน่งต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลด้านขุนทด อำเภอด้านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน



ตารางที่ 4 เปรียบเทียบการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลตำบลด้านชุมชนต ออำเภอ
ด้านชุมชนต จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามอายุ

การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาล	แหล่งความ- แปรปรวน	SS	df	MS	F	P
1. หลักนิติธรรม	ระหว่างกลุ่ม	.059	3	.020	.067	.977
	ภายในกลุ่ม	33.849	116	.292		
	รวม	33.908	119			
2. หลักคุณธรรม	ระหว่างกลุ่ม	.132	3	.044	.144	.934
	ภายในกลุ่ม	35.515	116	.306		
	รวม	35.647	119			
3. หลักความโปร่งใส	ระหว่างกลุ่ม	.223	3	.074	.160	.923
	ภายในกลุ่ม	53.969	116	.465		
	รวม	54.192	119			
4. หลักความมีส่วนร่วม	ระหว่างกลุ่ม	1.362	3	.454	.811	.490
	ภายในกลุ่ม	64.941	116	.560		
	รวม	66.304	119			
5. หลักความรับผิดชอบ	ระหว่างกลุ่ม	1.446	3	.482	1.215	.307
	ภายในกลุ่ม	45.994	116	.396		
	รวม	47.440	119			
6. หลักความคุ้มค่า	ระหว่างกลุ่ม	3.307	3	1.102	1.117	.345
	ภายในกลุ่ม	114.512	116	.987		
	รวม	117.819	119			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	.293	3	.098	.340	.796
	ภายในกลุ่ม	33.301	116	.287		
	รวม	33.594	119			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 พบว่า พนักงานเทศบาลตำบลด้านชุมชนต อำเภอตำบลด้านชุมชนต จังหวัดนครราชสีมาที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลตำบลด้านชุมชนต อำเภอตำบลด้านชุมชนต จังหวัดนครราชสีมา โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน



ตารางที่ 5 เปรียบเทียบการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลตำบลด่านขุนทด อำเภอ
ด่านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามระดับการศึกษา

การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาล	แหล่งความ- แปรปรวน	SS	df	MS	F	P
1. หลักนิติธรรม	ระหว่างกลุ่ม	.225	2	.113	.391	.677
	ภายในกลุ่ม	33.683	117	.288		
	รวม	33.908	119			
2. หลักคุณธรรม	ระหว่างกลุ่ม	.629	2	.314	1.050	.353
	ภายในกลุ่ม	35.018	117	.299		
	รวม	35.647	119			
3. หลักความโปร่งใส	ระหว่างกลุ่ม	1.384	2	.692	1.533	.220
	ภายในกลุ่ม	52.808	117	.451		
	รวม	54.192	119			
4. หลักความมีส่วนร่วม	ระหว่างกลุ่ม	2.005	2	1.003	1.824	.166
	ภายในกลุ่ม	64.299	117	.550		
	รวม	66.304	119			
5. หลักความรับผิดชอบ	ระหว่างกลุ่ม	1.743	2	.871	2.231	.112
	ภายในกลุ่ม	45.697	117	.391		
	รวม	47.440	119			
6. หลักความคุ้มค่า	ระหว่างกลุ่ม	8.734	2	4.367	4.684	.011*
	ภายในกลุ่ม	109.085	117	.932		
	รวม	117.819	119			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	1.189	2	.594	2.146	.122
	ภายในกลุ่ม	32.406	117	.277		
	รวม	33.594	119			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 5 พบว่า พนักงานเทศบาลตำบลด่านขุนทด อำเภอด่านขุนทด จังหวัดนครราชสีมาที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลตำบลด่านขุนทด อำเภอด่านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา โดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า หลักความคุ้มค่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



ตารางที่ 6 เปรียบเทียบการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลตำบลด้านขุนทด อำเภอ
ด้านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามประสบการณ์ทำงาน

การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาล	แหล่งความ- แปรปรวน	SS	df	MS	F	P
1. หลักนิติธรรม	ระหว่างกลุ่ม	.552	2	.276	.968	.383
	ภายในกลุ่ม	33.356	117	.285		
	รวม	33.908	119			
2. หลักคุณธรรม	ระหว่างกลุ่ม	1.588	2	.794	2.727	.070
	ภายในกลุ่ม	34.059	117	.291		
	รวม	35.647	119			
3. หลักความโปร่งใส	ระหว่างกลุ่ม	.703	2	.352	.769	.466
	ภายในกลุ่ม	53.489	117	.457		
	รวม	54.192	119			
4. หลักความมีส่วนร่วม	ระหว่างกลุ่ม	.739	2	.370	.660	.519
	ภายในกลุ่ม	65.564	117	.560		
	รวม	66.304	119			
5. หลักความรับผิดชอบ	ระหว่างกลุ่ม	1.700	2	.850	2.174	.118
	ภายในกลุ่ม	45.740	117	.391		
	รวม	47.440	119			
6. หลักความคุ้มค่า	ระหว่างกลุ่ม	5.653	2	2.826	2.948	.056
	ภายในกลุ่ม	112.166	117	.959		
	รวม	117.819	119			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	1.279	2	.639	2.315	.103
	ภายในกลุ่ม	32.316	117	.276		
	รวม	33.594	119			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 6 พบว่า พนักงานเทศบาลตำบลด้านขุนทด อำเภอด้านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา ที่มีประสบการณ์ทำงานต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารงานหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลตำบลด้านขุนทด อำเภอ
ด้านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน



อภิปรายผล

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลตำบลด้านขุนทด อำเภอตำบลขุนทด จังหวัดนครราชสีมา ผู้ศึกษาอภิปรายดังนี้

1. ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารงานของเทศบาลตำบลด้านขุนทด อำเภอตำบลขุนทด จังหวัดนครราชสีมา โดยรวมอยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะว่าปัจจัยด้านผู้บริหาร พนักงานส่วนตำบล งบประมาณ และการวางแผนนั้นมีผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนตำบล ซึ่งสอดคล้องกับ ชีรเดช สุขโข (2559, น. 33-34) ได้กล่าวถึงวิธีการปรับปรุงคุณภาพให้สำเร็จซึ่งจะนำพาองค์กรสู่ความสำเร็จ มีดังนี้ ผู้บริหารเป็นผู้นำ ทำจริง ต่อเนื่อง ให้ความรู้เรื่องคุณภาพ/ปรับปรุงคุณภาพกับทุกคน ประกาศนโยบายคุณภาพ จัดระบบงานปรับปรุงคุณภาพให้ชัดเจน การมีแผนแม่บทสู่การปฏิบัติ จัดระบบการฝึกอบรม ส่งเสริมและติดตามผล ให้ความสำคัญกับผู้บริหารระดับรองลงไปบริหารเวลา เสนอผลงาน จัดสรรงบประมาณตามลำดับความสำคัญเร่งด่วน สมัครงใจที่จะทำให้ทุกคนได้ประโยชน์เท่ากัน ประเมินผลและมีการแก้ปัญหาสอดคล้องกับงานวิจัยของ กำจร อ่อนคำ (2562, น. 61-62) การศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จกับการปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนตำบลตะเคียน อำเภอตำบลขุนทด จังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานขององค์การบริหารส่วนตำบลตะเคียน อำเภอตำบลขุนทด จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ภาพรวมของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับมาก

2. การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลตำบลด้านขุนทด อำเภอตำบลขุนทด จังหวัดนครราชสีมา โดยรวมอยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะว่า การกักตุนแลเทศบาลใช้อำนาจกำกับดูแลเป็นไปตามหลักการกำกับดูแลที่บัญญัติไว้ในกฎหมาย ทำให้เกิดปัญหาในการกำหนดนโยบาย บริหารงาน การจัดทำบริการสาธารณะทั้งหลาย ซึ่งเทศบาลก็ได้นำหลักธรรมาภิบาลมาใช้ในการปฏิบัติเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว แต่ยังมีสิ่งที่ทำลายเทศบาลอยู่ในขณะนี้ คือ การปรับกลยุทธ์ ทศนคติ วิธีคิด วิธีการทำงานของบุคลากรของเทศบาลไปสู่การเป็น “ราชการยุคใหม่” มุ่งปฏิบัติเพื่อเป้าหมาย คือ การพัฒนาท้องถิ่นให้เจริญก้าวหน้า และให้ประชาชนในท้องถิ่นมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนันทา ภูมिवงแก้ว (2562, น. 53) ได้ศึกษาเรื่อง การดำเนินงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอนาคู จังหวัดกาฬสินธุ์ ผลการวิจัยพบว่า บุคลากรที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการเห็นว่าการดำเนินงาน ตามหลักธรรมาภิบาลโดยรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิติพงษ์ มหิพันธ์ (2561) ได้ทำการวิจัยเรื่องธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนตำบลแสงพัน กรณีศึกษาการมีส่วนร่วมเพื่อความโปร่งใส ผลการวิจัยพบว่า หลักการมีส่วนร่วม ประชาชน สมาชิกสภา พนักงาน และลูกจ้างให้ความเห็นว่า องค์การบริหารส่วนตำบลแสงพัน อำเภอวังม่วง จังหวัดสระบุรี มีการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับสูง

3. ผลการเปรียบเทียบการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลตำบลด้านขุนทด อำเภอตำบลขุนทด จังหวัดนครราชสีมา พบว่า พนักงานเทศบาลตำบลด้านขุนทด อำเภอตำบลขุนทด จังหวัดนครราชสีมาที่มีตำแหน่ง อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์การทำงานต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารงานของเทศบาลตำบลด้านขุนทด อำเภอตำบลขุนทด จังหวัดนครราชสีมา โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะว่าพนักงานเทศบาลตำบลด้านขุนทด อำเภอตำบลขุนทด จังหวัดนครราชสีมา ได้นำนโยบายการบริหารตามหลักธรรมาภิบาลมาปฏิบัติจริงทำให้พนักงานเทศบาลทุกคนรับรู้และเข้าใจและปฏิบัติตามหลักธรรมาภิบาล



เพื่อให้งานเทศบาลมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ส่วนด้านหลักความคุ้มค่าแตกต่างกัน อาจเป็นเพราะเทศบาลด้านชุมชน อำเภอด้านชุมชน จังหวัดนครราชสีมา มีการดำเนินการรณรงค์ให้บุคลากรประหยัดพลังงานไม่สม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรทัย ใจแก้ว (2559, น. 56) ศึกษาเรื่องการศึกษาการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนจังหวัดนครราชสีมา ข้าราชการที่มีเพศและระดับการศึกษาต่างกัน โดยรวมและเป็นรายด้านทุกด้านเห็นว่า มีการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนจังหวัดนครราชสีมา ไม่แตกต่างกัน ส่วนข้าราชการที่มีระดับการปฏิบัติงานต่างกัน เห็นว่ามีการปฏิบัติ 2 ด้านคือ ด้านหลักการมีส่วนร่วม และหลักความรับผิดชอบ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และข้าราชการที่มีอายุราชการต่างกัน เห็นว่าการปฏิบัติโดยรวมและเป็นรายด้าน 5 ด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นด้านหลักความคุ้มค่า ไม่แตกต่างกัน ($p > .05$)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลตำบลด้านชุมชน อำเภอด้านชุมชน จังหวัดนครราชสีมา ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะในการวิจัยดังนี้

1.1 ด้านผู้บริหาร ในรายชื่อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ มีมนุษยสัมพันธ์ และติดต่อประสานงานกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี ดังนั้น ผู้บริหารควรปรับตัวการให้มีมนุษยสัมพันธ์ และติดต่อประสานงานกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี และควรมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และนำความคิดนั้นมาใช้ในการปรับปรุงวิธีการทำงานให้มากยิ่งขึ้น

1.2 ด้านพนักงานเทศบาล ในรายชื่อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ ปฏิบัติงานด้วยความทุ่มเท เสียสละ อุทิศเวลาเพื่อประโยชน์ส่วนรวม ดังนั้น พนักงานเทศบาลควรปฏิบัติงานด้วยความทุ่มเท เสียสละ อุทิศเวลาเพื่อประโยชน์ส่วนรวม และมีความรู้ความเข้าใจในสภาวะการณ์ต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง

1.3 ด้านงบประมาณ ในรายชื่อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ มีการใช้งบประมาณอย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ ดังนั้น เทศบาลควรมีการใช้งบประมาณอย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และควรมีการจัดสรรงบประมาณอย่างเพียงพอต่อการจัดทำโครงการแต่ละโครงการ

1.4 ด้านการวางแผน ในรายชื่อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ มีการวิเคราะห์สภาพของตำบลเพื่อเป็นข้อมูลในการกำหนดขอบเขตของปัญหาและเป้าหมายของแผนงานต่างๆอย่างชัดเจน ดังนั้น เทศบาลควรมีการวิเคราะห์สภาพของตำบลเพื่อเป็นข้อมูลในการกำหนดขอบเขตของปัญหาและเป้าหมายของแผนงานต่างๆอย่างชัดเจนให้มากยิ่งขึ้น

1.5 หลักนิติธรรม ในรายชื่อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ การปฏิบัติหน้าที่ของผู้บริหารเทศบาลเป็นไปอย่างถูกต้องตามกฎหมาย ดังนั้น เทศบาลควรจัดให้มีการลดขั้นตอนในการดำเนินงานให้กับ ผู้เสียภาษี และควรมีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยมาให้บริการให้เกิดความรวดเร็ว และควรเปิดโอกาสให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อบังคับต่างๆ ที่จะมีผลบังคับใช้กับชุมชน

1.6 หลักคุณธรรม ในรายชื่อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ ผู้บริหารมีการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเที่ยงธรรมบนพื้นฐานของคุณธรรมและจริยธรรม ดังนั้น ผู้บริหารควรปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเที่ยงธรรมบนพื้นฐานของคุณธรรมและจริยธรรม และพนักงานควรบุคลากร มีความซื่อสัตย์สุจริต ยึดมั่นในศีลธรรมและจริยธรรม



1.7 หลักความโปร่งใส ในรายชื่อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ เปิดโอกาสให้ประชาชนติดตามตรวจสอบการทำงานของเทศบาล ดังนั้น เทศบาลควรเปิดโอกาสให้ประชาชนติดตามตรวจสอบการทำงานของเทศบาล และข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ต่อสาธารณะชนควรมีความถูกต้องตรงกับความเป็นจริง

1.8 หลักการมีส่วนร่วม ในรายชื่อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเรื่องสำคัญที่มีผลกระทบต่อประชาชน ดังนั้น เทศบาลควรเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเรื่องสำคัญที่มีผลกระทบต่อประชาชน และเปิดโอกาสให้ประชาชนได้เสนอความคิดเห็นในการแก้ไขปัญหา

1.9 หลักความรับผิดชอบ ในรายชื่อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ รับฟังความคิดเห็นจากประชาชนหรือผู้มีส่วนได้เสียโดยตรงเพื่อใช้ประกอบในการตัดสินใจ ดังนั้น เทศบาลควรรับฟังความคิดเห็นจากประชาชนหรือผู้มีส่วนได้เสียโดยตรงเพื่อใช้ประกอบในการตัดสินใจให้มากยิ่งขึ้น

1.10 หลักความคุ้มค่า ในรายชื่อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ มีการณรงค์ให้บุคลากรประหยัดพลังงาน ดังนั้น เทศบาลควรมีการประชาสัมพันธ์ให้มีการณรงค์ให้บุคลากรประหยัดพลังงาน และใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อส่วนรวมและชุมชน

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาถึงประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานเทศบาลตำบลด้านขุนทด อำเภอตำบลขุนทด จังหวัดนครราชสีมา เพื่อจะได้ทราบถึงประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานเพื่อนำผลการวิจัยมาปรับปรุงการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2.2 ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยที่สัมพันธ์กับความสำเร็จในการปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาล เพื่อให้ได้ผลการศึกษอย่างกว้างขวางเพื่อเป็นข้อมูลในการตัดสินใจ และใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงในการปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาลมีการปฏิบัติงานดียิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กำจร อ่อนคำ. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จกับการปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนตำบลตะเคียน อำเภอตำบลขุนทด จังหวัดนครราชสีมา. (สารนิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยปทุมธานี, ปทุมธานี.
- กิตติพงศ์ มหิพันธ์. (2561). ธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนตำบลแสงพัน กรณีศึกษาการมีส่วนร่วมเพื่อความโปร่งใส. (วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). สาขาการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.
- โกวิท พวงงาม. (2559). การปกครองท้องถิ่นไทย หลักการและมิติใหม่ในอนาคต. กรุงเทพฯ: วิญญูชน.
- ธีรเดช สุขโข. (2559). ผู้นำการเปลี่ยนแปลง (ทางการศึกษา). วารสารครูเชียงราย, 37(219), 7-10.
- เทศบาลตำบลด้านขุนทด. (2564, 12 มกราคม 2564). ข้อมูลทั่วไป. สืบค้นจาก <http://dankhantodcity.go.th/index.php>
- บุญอนันต์ บุญสนธิ. (2559). เอกสารประกอบคำบรรยาย “พัฒนาการของแนวคิดการจัดการที่ดี (Good Governance)”. กรุงเทพฯ: สภาวิจัยแห่งชาติ.



- “พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2545” ราชกิจจานุเบกษา. ฉบับกฤษฎีกา. เล่มที่ 119 ตอนที่ 99 ก (2 ตุลาคม 2545) หน้า 1 – 13.
- ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการสร้างระบบบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี พ.ศ. 2542. (2546, 30 มิถุนายน). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 116 ตอนที่ 63 ง. หน้า 26-27.
- ศิรินันท์ ทิพย์เจริญ. (2555). ธรรมชาติกับการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ไทย. *วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา*, 1(2), 97-103.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. (2552). *คู่มือการจัดระบบการกำกับดูแลองค์กรภาครัฐตามหลักธรรมาภิบาลของการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี*. กรุงเทพฯ: พรีเมียร์ โพร.
- สุดจิต นิमितกุล. (2559). *กระทรวงมหาดไทยเกี่ยวกับการบริหารจัดการที่ดี: การปกครองที่ดี (Good Governance)*. กรุงเทพฯ: บพิตรการพิมพ์.
- สุนันทา ภูผิวแก้ว. (2562). *การดำเนินงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอภาค จังหวัดกาฬสินธุ์*. (ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). สาขาการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.
- อรรถัย ใจแก้ว. (2559). *การศึกษาการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนจังหวัดนครราชสีมา*. (ค้นคว้าอิสระรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). สาขาวิชานโยบายสาธารณะ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- Kalyanamitra, P., Tatiyalapa, D., Mala, T., & Yaowanit, K. (2017). Causal Factors of Success in the Good Governance Implementation of Local Administrative Organizations in Central Region, Thailand. *Asian Political Science Review*, 1(2), 31-37.
- Mustanir, A., Jermsittiparsert, K., Ali, A., Hermansyah, S., & Sakinah. (2019). Village Head Leadership and Bureaucratic Model towards Good Governance in Sidenreng Rappang. In *Proceedings of the 1st Hasanuddin International Conference on Social and Political Sciences* (pp. 321-328). Gent: European Alliance for Innovation. DOI: 10.4108/eai.21-10-2019.2291532.



Received: January 27, 2022

Revised: October 05, 2022

Accepted: October 22, 2022

การวิเคราะห์กำไรส่วนเกินเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจทางธุรกิจ
กรณีศึกษาธุรกิจโรงแรมแห่งหนึ่งในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี
Analysis of Contribution Margin to Support Business Decision Making:
A Case Study of A Hotel in Muang District, Surat Thani Province

กาญจนา บัวสุวรรณ (Kanjana Bausuwan)¹

เดชา โลจนสิริศิลป์ (Deja Lojnsirisilp)²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) แบบมีส่วนร่วม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระบบบัญชีและข้อมูลของโรงแรมกรณีศึกษา และนำไปวิเคราะห์กำไรส่วนเกินเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของฝ่ายบริหาร เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย การสัมภาษณ์ การสังเกตการทำงาน และใช้ผังจำลองขั้นตอนการทำงานและการไหลของข้อมูลเพื่อนำไปวิเคราะห์

ผลการวิจัย พบว่า ขั้นตอนการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมกรณีศึกษา เริ่มเมื่อลูกค้าเข้าพักทางโรงแรมจะให้ลูกค้าลงทะเบียนและเรียกเก็บเงินค่ามัดจำและจะคืนเงินมัดจำให้ลูกค้าเมื่อลูกค้าคืนห้อง โดยจะมีการหักค่าใช้จ่ายห้องพักและค่าบริการอื่นๆ เช่น บริการที่ร้านอาหารของโรงแรม เมื่อลูกค้าคืนห้องพัก แม่บ้านจะตรวจสอบสินค้าที่อยู่ในตู้เย็นและแจ้งให้แผนกต้อนรับทราบเพื่อคิดค่าสินค้า หากลูกค้ามีการใช้บริการ การวิเคราะห์กำไรส่วนเกินเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจทางธุรกิจ พบว่า ต้นทุนผันแปรเป็นร้อยละ 7 มีกำไรส่วนเกิน ร้อยละ 93 ของรายได้ ต้นทุนคงที่ ร้อยละ 83 ต้นทุนคงที่ประกอบด้วย เงินเดือนประจำและค่าเสื่อมราคาอาคารและอุปกรณ์ การวิจัย พบว่า อุปกรณ์ซักและอบผ้าของโรงแรมยังมีความสามารถเหลือ หากนำความสามารถดังกล่าวมาใช้ในการรับบริการซักและอบผ้าให้กับโรงแรมขนาดเล็กใกล้เคียง จะทำให้มีรายได้เพิ่มโดยไม่มีเพิ่มขึ้นของต้นทุนคงที่ การวิเคราะห์กำไรขั้นต้น พบว่า การรับงานซักผ้าเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 10 จากงานที่ทำอยู่ จะทำให้กำไรสุทธิของแผนกห้องพักเพิ่มขึ้น ร้อยละ 7 ข้อมูลดังกล่าวช่วยให้ผู้บริหารตัดสินใจทางธุรกิจให้เกิดกับธุรกิจได้

คำสำคัญ กำไรส่วนเกิน ระบบสารสนเทศทางบัญชีเพื่อการตัดสินใจ โรงแรมขนาด SME

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชีบริหาร วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม

² อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชีบริหาร วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม



Abstract

The research on Analysis of Contribution Margin to Support Business Decision Making: A Case Study of A Hotel in Muang District, Surat Thani Province aimed to study the accounting system and data, analyzing the contribution margin to support the management's decision making. It was a participatory practice research. The research tool uses were document flowchart and data flow diagram.

The research results were found that the operation process, when the customer came to stay, the hotel would had customer registered and collected the deposit and refund to the customer when the guest returning the room, then deducting the room cost and other service charges, such as service at a hotel restaurant. When the customer returned the room, the maid would check the items in the refrigerator and notified the front to charge the customer if they consumed the items. The analyzing of the contribution margin found that variable cost was 7%, the contribution margin was 93%, and fixed cost 83%, of total income. The fixed cost were regular salary and depreciation of buildings and equipment. Research has shown that hotel washing and drying equipment has leftover capabilities. If such abilities can be used for washing and drying services for small hotels nearby will generate additional income without increasing fixed costs. The gross profit analysis showed that laundry reception increased only 10 percent from the work being done. This will increase the net profit of the rooms division by 7%. This information helps executives make business decisions for the business.

Keywords: Contribution Margin, Accounting information system for making decisions, SME hotels

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เทคโนโลยีสารสนเทศมีบทบาทสำคัญในการดำเนินธุรกิจในยุคเศรษฐกิจไร้พรมแดน นวัตกรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศที่ส่งผลต่อรูปแบบการเปลี่ยนแปลงในสังคมดิจิทัล องค์กรธุรกิจต้องนำความรู้เกี่ยวกับข้อมูลและสารสนเทศที่ถูกต้องมาใช้ในการตัดสินใจทางธุรกิจ ระบบสารสนเทศจึงเข้ามามีบทบาทและสามารถนำมาใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อความอยู่รอดขององค์กร (Kenneth, Loudon and Jane, Loudon, 1998) ประกอบกับปัจจุบันธุรกิจมีการแข่งขันสูง องค์กรต่างๆ ต้องการสารสนเทศเพื่อใช้ในการแก้ปัญหาการตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ การเก็บรวบรวมข้อมูลสารสนเทศที่ครบถ้วน และการปรับปรุงสารสนเทศอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้สารสนเทศนั้นถูกต้อง ทันสมัย สามารถนำมาใช้ในการแก้ปัญหาขององค์กรได้ดี ระบบสารสนเทศทางการบัญชีเป็นลักษณะการนำข้อมูลทางการบัญชีของกิจการมาประมวลผลเพื่อให้ได้



สารสนเทศทางการบัญชีสำหรับผู้บริหารที่จะนำไปใช้เป็นประโยชน์ในการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจขององค์กร

โรงแรมขนาดย่อมในจังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นองค์กรธุรกิจที่ได้นำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้งาน โดยมีการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศให้มีคุณภาพเพื่อรองรับงานบริการและการดำเนินธุรกิจ เป็นเครื่องมืออำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานของพนักงานขององค์กร ปัญหาวิกฤตส่งผลกระทบต่อธุรกิจ โรงแรมต้องบริหารองค์กรให้อยู่รอด และนำกลยุทธ์ต่างๆ มาใช้ในการบริหารองค์กรเพื่อให้ได้เปรียบคู่แข่ง องค์กรธุรกิจต้องเร่งปรับตัวให้รวดเร็วเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลง ด้วยการบริหารองค์กรที่มีประสิทธิภาพ เพื่อการบริการที่สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าได้มากที่สุด ปัจจัยที่สำคัญที่จะสนับสนุนการบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพคือ ระบบสารสนเทศทางการบัญชี (Accounting Information System – AIS) ที่ถูกต้อง รวดเร็ว เชื่อถือได้ซึ่งสารสนเทศทางการบัญชีนั้นมีมากมายหลายรูปแบบ เช่นงบดุลงบกำไรขาดทุน รายงาน ยอดขาย เป็นต้น เพราะระบบสารสนเทศทางการบัญชีสามารถช่วยธุรกิจในการจัดการปัญหาระยะสั้นได้ นอกจากนี้ยังช่วยให้กิจการเหล่านี้ดำเนินงานในสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และมีการแข่งขันสูงเพื่อให้สามารถบูรณาการการดำเนินงานเข้ากับแผนกลยุทธ์ระยะยาวได้ (Ismail and King, 2010) ด้วยเหตุดังกล่าว ผู้บริหารจึงต้องมีความต้องการระบบสารสนเทศทางการบัญชีมากขึ้น เพื่อสามารถนำไปเป็นข้อมูลในการบริหารองค์กรให้ดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถแข่งขันได้ ในการนำระบบสารสนเทศทางการบัญชีมาใช้ในการบริหารองค์กรนั้น ผู้บริหารจะต้องมีความรู้ความสามารถในการนำระบบสารสนเทศทางการบัญชีมาใช้ในการบริหารองค์กรด้วย เนื่องจากระบบสารสนเทศทางการบัญชีมีบทบาทสำคัญในการบริหารองค์กรให้มีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ดังนั้น ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมมีความจำเป็นต้องตัดสินใจเกี่ยวกับการดำเนินงานของธุรกิจเพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าและมีต้นทุนการดำเนินงานที่เหมาะสม ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมในกรณีศึกษา ซึ่งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานีก็ต้องประสบกับปัญหาดังกล่าวเช่นกัน ในการตัดสินใจเลือกแนวทางการดำเนินงานที่เหมาะสมจำเป็นต้องใช้ข้อมูลสารสนเทศ โดยเฉพาะการวิเคราะห์กำไรส่วนเกิน ซึ่งสามารถให้ข้อมูลสารสนเทศที่จำเป็นต่อการตัดสินใจ ผู้วิจัยมีความประสงค์จะศึกษาและประยุกต์ใช้การวิเคราะห์กำไรส่วนเกิน เพื่อสนับสนุนผู้บริหารของโรงแรมกรณีศึกษาเพื่อให้การตัดสินใจมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

คำว่า “โรงแรม” ตามพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2478 หมายถึง “บรรดาสถานที่ทุกชนิดที่จัดตั้งขึ้นเพื่อรับสินจ้างสำหรับคนเดินทาง หรือบุคคลที่จะหาที่อยู่หรือที่พักชั่วคราว” ทั้งนี้ต้องมีบริการอาหารและเครื่องดื่มให้แก่ผู้เข้าพักด้วยดังกำหนดในมาตรา 25 ว่า “เคหสถานใดใช้บ้านพักดังกล่าวเป็นที่รับบุคคลที่ประสงค์จะไปพักอาศัยอยู่ซึ่งระยะเวลาอย่างน้อยหนึ่งคืน โดยผู้มีสิทธิให้ใช้มิได้ขายอาหารหรือเครื่องดื่มใด ๆ แก่ผู้มาเข้าเป็นปกติธุระหรือแก่ประชาชนไม่ถือว่าเป็นโรงแรมตามความหมายแห่งพระราชบัญญัตินี้” (พระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2478) สุพัตรา สร้อยเพชร (2553)โรงแรมหมายถึง ที่พักแรมที่สร้างขึ้นเฉพาะ และแบ่งเป็นห้องพัก มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นแก่นักเดินทาง และเก็บค่าเช่าเป็นรายห้อง สรุปได้ว่า ธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจที่ให้บริหารที่พักราวให้กับนักเดินทาง โดยมีรายได้จากการให้เช่าห้องพัก การจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม มีการอำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้าพัก เช่น การให้บริการซักผ้าให้กับลูกค้า เป็นต้น



กำไรส่วนเกิน (Contribution margin) เป็นเทคนิคสำคัญทางบัญชี ที่จะช่วยให้ผู้บริหารทราบถึงกำไรส่วนที่เกินจากต้นทุนผันแปร เพื่อนำไปกำหนดราคาสินค้าหรือค่าบริการได้ เป็นการให้ข้อมูลเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจทางธุรกิจ สามารถคำนวณได้จากสูตร ราคาขาย ลบ ด้วยต้นทุนผันแปร ซึ่งจะทำให้ผู้บริหารทราบว่ากำไรส่วนคงเหลือเท่าไร (Hilton, 2001) กำไรส่วนเกิน (Contribution Margin: CM) คือ รายได้ส่วนที่เหลือหลังจากหักต้นทุนผันแปร โดยต้นทุนผันแปรเป็นส่วนที่ต้องลงทุนเพิ่มเมื่อมีการเพิ่มปริมาณงานหรือการผลิต ดังนั้น หากรายได้ที่หักต้นทุนผันแปรยังคงมีเหลือ ก็หมายถึงรายได้ส่วนที่เพิ่มสามารถนำไปช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายส่วนอื่นๆของธุรกิจได้ การใช้เทคนิควิเคราะห์กำไรส่วนเกินสามารถนำไปช่วยสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหารได้ (อำภาภัทร์ วสันต์สกุล, 2560) สรุปได้ว่า เทคนิคการวิเคราะห์กำไรส่วนเกิน หมายถึง การศึกษาต้นทุนของธุรกิจ โดยแยกระหว่างต้นทุนแปรผันและต้นทุนคงที่ กำไรส่วนเกินคือส่วนเกินจากรายได้หลังหักต้นทุนผันแปร หากมีเหลือแสดงว่ากิจการมีกำไรส่วนเกินจากการเพิ่มปริมาณงานหรือการผลิต และในทางตรงกันข้ามถ้ากำไรส่วนเกินเท่ากับศูนย์ แสดงว่าการเพิ่มกิจกรรมหรือการผลิต สำหรับกิจกรรมนั้นๆ ไม่ทำให้เกิดประโยชน์อะไรต่อธุรกิจ

Lulaj & Iseni (2018) ศึกษาและใช้เทคนิค การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร (CVP) เป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญสำหรับการวางแผนและการตัดสินใจทางธุรกิจโดย โดยการใช้การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไรเพื่อการวางแผนและการตัดสินใจทางธุรกิจ ผลการวิจัยพบว่า ต้นทุนผันแปรซึ่งขึ้นลงตามปริมาณของผลิตภัณฑ์ มีผลกระทบต่อมูลค่ากำไรส่วนเกิน ให้กับบริษัทที่ให้บริการและการเพิ่มผลกำไรของบริษัท การวิเคราะห์ CVP ซึ่งจะช่วยให้อำนาจมีความสามารถในการเติบโตทางธุรกิจและมีผลกำไรที่สม่ำเสมอ ดังนั้น จากผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัย ช่วยสนับสนุนกระบวนการตัดสินใจเพื่อลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ และสามารถช่วยให้บริษัทมีกำไรเพิ่มสูงขึ้น

LE, Oanh Thi Tu et al. (2020) ศึกษาการนำเทคนิควิเคราะห์ กำไรส่วนเกิน ไปใช้ในการตัดสินใจบริหารมหาวิทยาลัยในประเทศเวียดนาม ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริหารมหาวิทยาลัยในประเทศเวียดนามมีการนำเทคนิควิเคราะห์ กำไรส่วนเกิน ไปใช้ในการตัดสินใจบริหารงานของมหาวิทยาลัย ผลการวิจัยยังพบว่า กำไรส่วนเกินที่ทำให้มหาวิทยาลัยยังดำเนินการอยู่ได้ส่วนหนึ่งมาจากการสนับสนุนทางการเงินจากรัฐบาล ซึ่งยังคงเป็นสิ่งสำคัญ การศึกษาแนะนำให้มีการนำเทคนิควิเคราะห์ กำไรส่วนเกิน ไปใช้อย่างสม่ำเสมอกับทุกหน่วยงานและหลักสูตร เพื่อเป็นแนวทางการตัดสินใจของฝ่ายบริหารอย่างเป็นระบบต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลบัญชีและการทำงานของธุรกิจโรงแรมกรณีศึกษา
2. เพื่อวิเคราะห์กำไรส่วนเกินให้เป็นข้อมูลสารสนเทศสนับสนุนการตัดสินใจของฝ่ายบริหาร

วิธีดำเนินการวิจัย

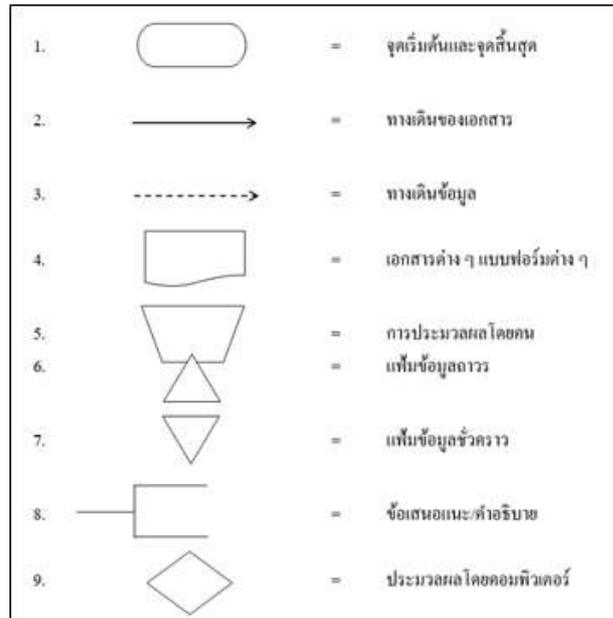
1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญในการวิจัยได้แก่หุ้นส่วนซึ่งเป็นผู้บริหาร 3 คนผู้ให้ข้อมูลคำสัมภาษณ์ และพนักงานบัญชี 2 คนและพนักงานผู้ปฏิบัติงาน 2 คนรวม 7 คน โรงแรมกรณีศึกษา ตั้งอยู่เลขที่ 247/5 ถนนหน้าเมือง อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี



2. เครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย สมุดบันทึกคำสัมภาษณ์ ผังภาพองค์กร ผังภาพการไหลของงาน Flow diagram เพื่อบันทึกและอธิบายการทำงานจริง และนำไปวิเคราะห์เพื่อการออกแบบ โดยจะใช้สัญลักษณ์มาตรฐานเหล่านี้ในการทำงาน ดังนี้



ภาพที่ 1 แสดงผังการไหลของเอกสาร

ที่มา: สุขุม โพธิสวัสดิ์ (2551)

ภาพสัญลักษณ์	คำอธิบาย
	<ul style="list-style-type: none"> ขั้นตอนการทำงาน
	<ul style="list-style-type: none"> แหล่งที่มาของข้อมูล
	<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มข้อมูล
	<ul style="list-style-type: none"> ข้อมูลและทิศทางการไหล

ภาพที่ 2 สัญลักษณ์แสดงการไหลของข้อมูล

ที่มา: สุขุม โพธิสวัสดิ์ (2551)



3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

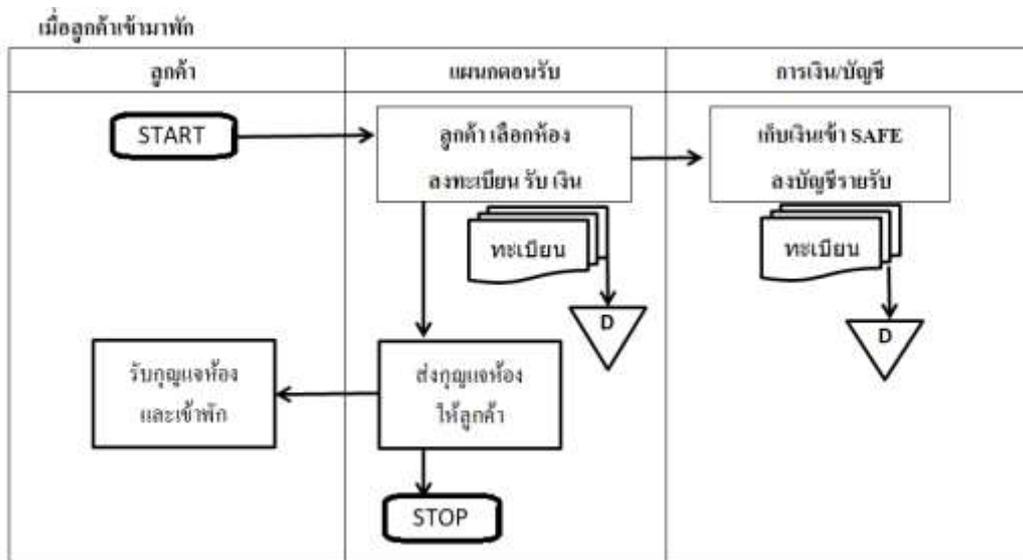
- 3.1 ศึกษาขั้นตอนการดำเนินงานและระบบบัญชีและข้อมูลของธุรกิจโรงแรมกรณีศึกษา
- 3.2 วิเคราะห์กำไรส่วนเกินให้เป็นข้อมูลสารสนเทศสนับสนุนการตัดสินใจของฝ่ายบริหาร
- 3.3 สัมภาษณ์ความคิดเห็นหลังการทดลองใช้

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเป็นการสัมภาษณ์ที่เป็นทางการเกี่ยวกับการวิเคราะห์กำไรส่วนเกินเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจทางธุรกิจ โดยผู้วิจัยได้ศึกษาขั้นตอนการดำเนินธุรกิจและข้อมูลที่จำเป็นต่อการตัดสินใจทางธุรกิจ จากการจดบันทึกข้อมูลทางบัญชี และการจดบันทึกผลการสัมภาษณ์ตามความเข้าใจที่มีข้อมูลตรงกับประเด็นที่สำคัญ และใช้ผังจำลองการทำงานของระบบบัญชีในการบันทึกและวิเคราะห์ระบบ และใช้วิธีวิเคราะห์กำไรส่วนเกินให้ได้สารสนเทศเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจทางธุรกิจ จากนั้นนำไปทดลองใช้ และประเมินผลต่อไป

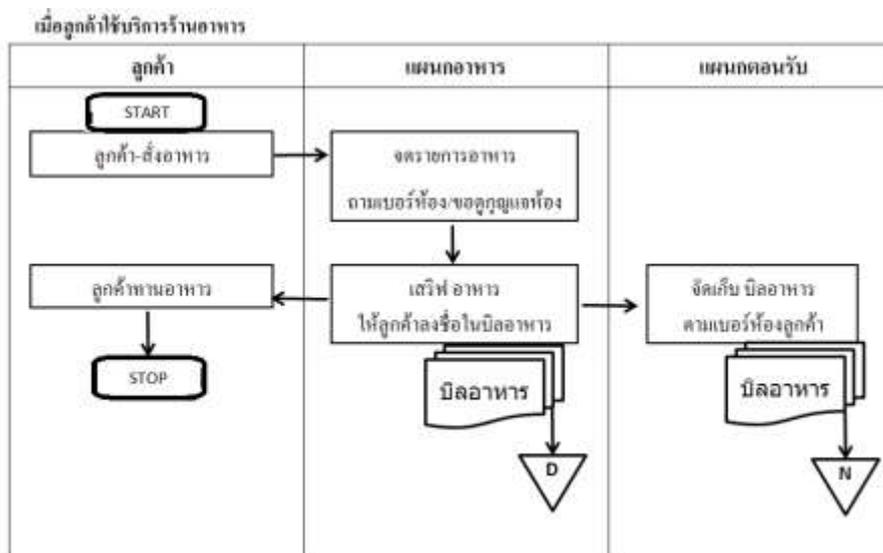
ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 การศึกษาระบบบัญชีและข้อมูลของโรงแรมกรณีศึกษา



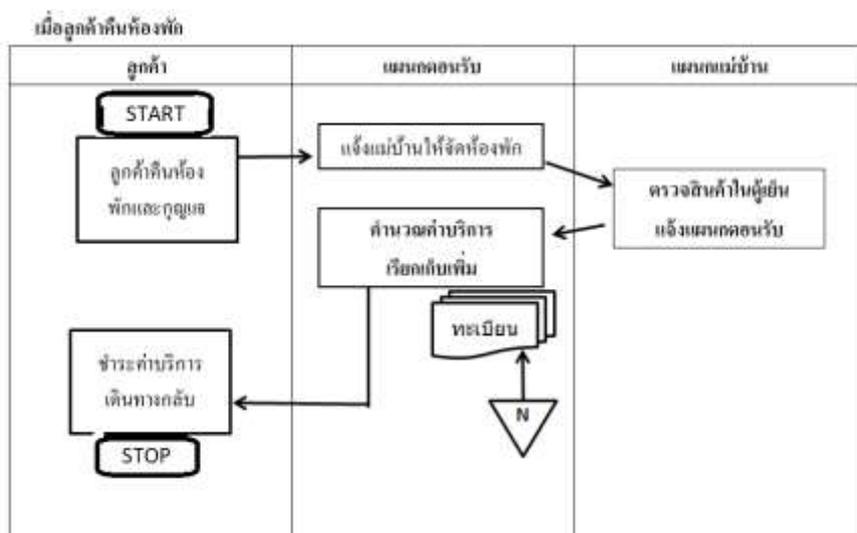
ภาพที่ 3 ขั้นตอนเมื่อลูกค้าเข้าพัก

ภาพที่ 3 เมื่อลูกค้าเข้าพักทางโรงแรมจะให้ลูกค้าลงทะเบียนและเรียกเก็บเงินค่ามัดจำและคืนให้ลูกค้า เมื่อลูกค้าคืนห้องโดยหลังจากหักค่าใช้จ่ายห้องพักและบริการอื่นๆแล้ว เงินมัดจำจะถูกส่งให้แผนกการเงินบัญชีเพื่อเก็บรักษาและลงบัญชี



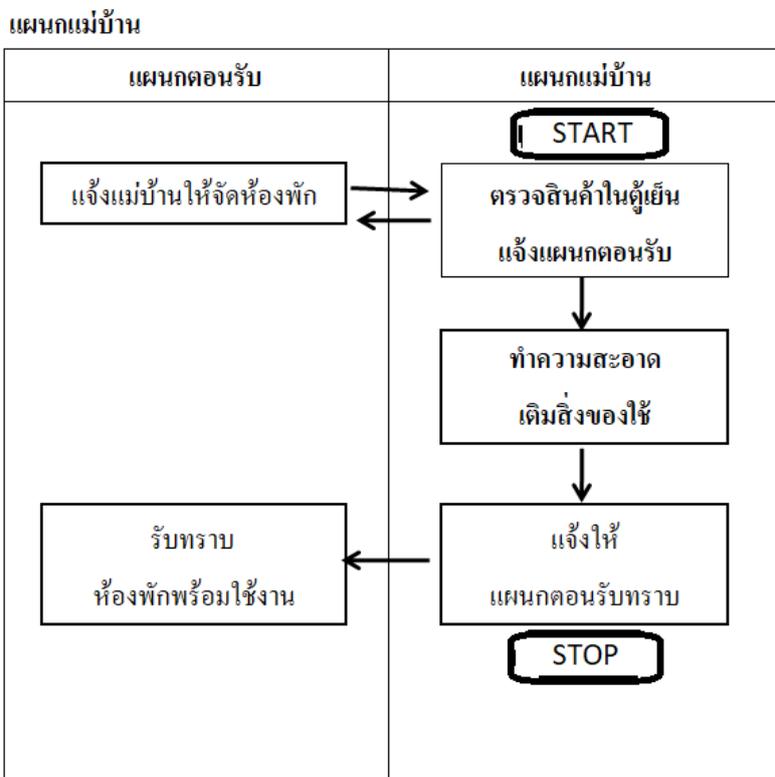
ภาพที่ 4 เมื่อลูกค้าใช้บริการร้านอาหารของโรงแรม

ภาพที่ 4 เมื่อลูกค้าของโรงแรมใช้บริการที่ร้านอาหารของโรงแรม พนักงานต้อนรับจะจรรยาการอาหารและเสิร์ฟอาหาร โดยจะจดหมายเลขห้องพักของลูกค้าและขอคูปองแม่เพื่อเป็นการยืนยัน และให้ลูกค้าลงชื่อในบิลค่าอาหาร บิลค่าอาหารจะถูกส่งไปที่แผนกต้อนรับเพื่อใช้ในการคิดค่าบริการเมื่อลูกค้าคืนห้องพัก



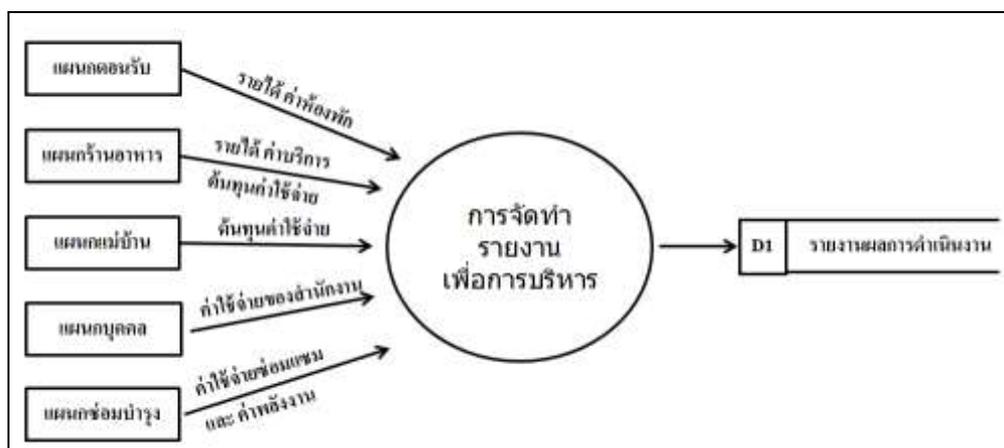
ภาพที่ 5 เมื่อลูกค้าคืนห้องพัก

ภาพที่ 5 เมื่อลูกค้าคืนห้องพัก แผนกต้อนรับต้องแจ้งให้แม่บ้านจัดห้องพักทันที เพื่อให้แม่บ้านตรวจสอบสินค้าที่อยู่ในตู้เย็นและแจ้งกลับ หากลูกค้าบริโภคสินค้าในตู้เย็นแผนกต้อนรับจะยืนยันกับลูกค้าและคำนวณค่าบริการ ในขณะที่เดียวกันแผนกต้อนรับจะนำเอกสารบิลค่าบริการ (ถ้ามี) จากแผนกร้านอาหารออกมา ยืนยันกับลูกค้าและคำนวณค่าบริการเช่นกัน ลูกค้าอาจต้องจ่ายเพิ่มหรือได้รับเงินมัดจำคืนแล้วแต่กรณี



ภาพที่ 6 การทำงานของแม่บ้าน

ภาพที่ 6 เมื่อลูกค้าคืนห้อง แม่บ้านจะได้รับแจ้งให้ทำความสะอาดห้องพัก และตรวจสอบสินค้าในตู้เย็น เมื่อแม่บ้านจัดการทำความสะอาดเสร็จจะแจ้งให้แผนกต้อนรับทราบทันทีเพื่อให้ห้องพร้อมต้อนรับลูกค้ารายต่อไป เพื่อเป็นโอกาสในการทำรายได้



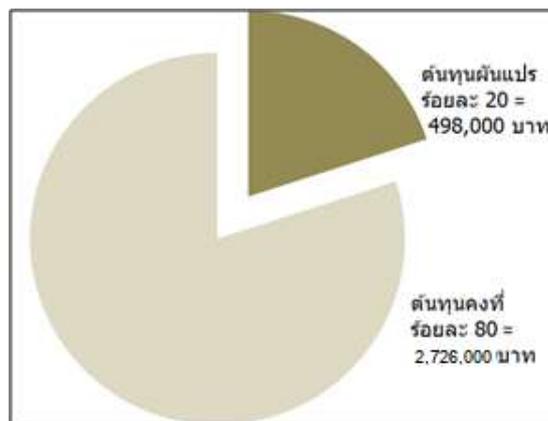
ภาพที่ 7 ข้อมูลเพื่อวัดผลการดำเนินงาน



ภาพที่ 7 ทุกไตรมาส แผนกบัญชีการเงินจะรวบรวมข้อมูลจากแผนกต่างๆเพื่อจัดทำรายงานผลการดำเนินงานประจำไตรมาสเสนอต่อฝ่ายบริหาร ข้อมูลสำคัญประกอบด้วย รายได้ค่าห้องพักจากแผนกต้อนรับ รายได้จากแผนกอาหาร สำหรับค่าใช้จ่ายประกอบด้วย ต้นทุนการดำเนินงานของแผนกอาหาร ค่าแรงเงินเดือนของทั้งธุรกิจ ค่าวัสดุสิ้นเปลืองใช้ไปจากแผนกแม่บ้าน ค่าซ่อมบำรุงและค่าพลังงานจากแผนกซ่อมบำรุง

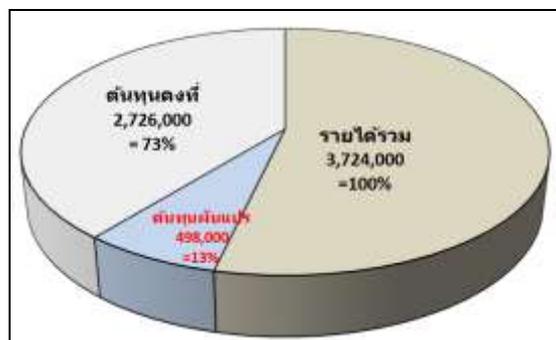
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์กำไรส่วนเกิน

จากการศึกษาของผู้วิจัยสรุปได้ว่า กำไรส่วนเกินหมายถึง รายได้ที่เหลือจากที่หักต้นทุนแปรผัน กำไรส่วนเกินเมื่อนำไปหักต้นทุนคง ส่วนที่เหลือคือกำไรสุทธิ ดังนั้นการเข้าใจถึง ต้นทุนผันแปรและต้นทุนคงที่ของธุรกิจโรงแรมมีความสำคัญต่อการวิเคราะห์ข้อมูลและเสนอสารสนเทศเพื่อการบริหารธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้



ภาพที่ 8 ร้อยละของต้นทุนการดำเนินงานปี 2562

ภาพที่ 8 ในปี 2562 ต้นทุนผันแปรเป็นร้อยละ 20 และต้นทุนคงที่ ร้อยละ 80



ภาพที่ 9 ส่วนประกอบของรายได้และต้นทุนการดำเนินงานปี 2562



ภาพที่ 9 เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลทางบัญชีของปี 2562 พบว่า มีกำไรสุทธิเท่ากับ 500,000บาทเท่ากับ ร้อยละ 13 ของรายได้ โดยมีต้นทุนผันแปร 498,000บาทเท่ากับร้อยละ 13 ของรายได้ และมีต้นทุนคงที่ 2,726,000บาทเท่ากับร้อยละ 73 ของรายได้

การวิเคราะห์กำไรส่วนเกิน-ห้องพัก ปี 2562		
รายได้	2,420,600	100%
ผันแปร	169,200	7%
กำไรส่วนเกิน	2,251,400	93%
คงที่	2,014,200	83%
	237,200	10%

ภาพที่ 10 การวิเคราะห์กำไรส่วนเกินจากรายได้ของแผนกห้องพัก

ภาพที่ 10 การวิเคราะห์กำไรส่วนเกินแยกเป็นแผนก พบว่าแผนกห้องพักมีกำไรส่วนเกินร้อยละ 93 ของรายได้ และมีต้นทุนคงที่ร้อยละ 83 ของรายได้ เนื่องจากต้นทุนคงที่มีอัตราส่วนสูงควรมีการใช้ประโยชน์จาก ต้นทุนคงที่ให้มากที่สุด ต้นทุนคงที่ประกอบด้วย เงินเดือนค่าแรงแผนกต้อนรับและแผนกแม่บ้าน และค่าเสื่อมราคาทรัพย์สินเช่นอาคารและอุปกรณ์

การวิเคราะห์กำไรส่วนเกิน-ห้องพัก ปี 2562 หลังปรับเพิ่มรายได้ 10% จากการรับซั๊กผ้า			
รายได้ (+10%)	2,662,660	100%	
ผันแปร (+20%)	203,040	8%	
กำไรส่วนเกิน	2,459,620	92%	
คงที่	2,014,200		
	445,420	17%	

การวิเคราะห์กำไรส่วนเกิน-ห้องพัก ปี 2562		
รายได้	2,420,600	100%
ผันแปร	169,200	7%
กำไรส่วนเกิน	2,251,400	93%
คงที่	2,014,200	83%
	237,200	10%

ภาพที่ 11 การเปรียบเทียบการเพิ่มรายได้จากการดำเนินงานของแผนกห้องพัก



ภาพที่ 11 เมื่อวิเคราะห์กำไรส่วนเกินเปรียบเทียบ ในการเพิ่มรายได้ให้กับส่วนงานห้องพัก ต้นทุนผันแปรเป็นร้อยละ 7 ของรายได้ หมายความว่าทุก 10 บาทที่เพิ่มขึ้น จะมีต้นทุนผันแปรเพียง 7 บาท ส่วนที่เหลือสามารถช่วยลดภาระต้นทุนคงที่ สำหรับแผนกห้องพัก โดยส่วนงานแม่บ้าน หารรับงานซักผ้าปูที่นอนของโรงแรมขนาดเล็กในเขตใกล้เคียง หากเพิ่มรายได้เพียงร้อยละ 10 แม้จะทำให้ต้นทุนผันแปรเพิ่มตาม แต่ต้นทุนคงที่ไม่เพิ่ม ดังนั้น จึงเป็นกลยุทธ์ทางเลือกในการใช้ต้นทุนคงที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบจะเห็นได้ว่า ในขณะที่ต้นทุนคงที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จากร้อยละ 7 เป็นร้อยละ 8 จะทำให้กำไรสุทธิของฝ่ายงานห้องพักเพิ่มขึ้นร้อยละ 7 จากเดิมร้อยละ 10 เป็นร้อยละ 17 ดังนั้น การรับงานซักผ้าให้กับโรงแรมขนาดเล็กเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่น่าตัดสินใจดำเนินการ

สรุปผลการวิเคราะห์กำไรส่วนเกินเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจทางธุรกิจ กรณีศึกษาธุรกิจโรงแรมแห่งหนึ่งในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี เมื่อทำการศึกษาและนำข้อมูลมาวิเคราะห์กำไรส่วนเกินแยกตามผลการดำเนินงานของฝ่ายห้องพัก พบว่า ต้นทุนคงที่ที่มีอัตราสูงถึงกว่าร้อยละ 80 เป็นเงินเดือนประจำของแผนกต้อนรับและแผนกแม่บ้านเป็นส่วนใหญ่ และมีอาคารและอุปกรณ์ในการซักผ้า ในขณะที่แม่บ้านและอุปกรณ์ซักผ้ายังมีประสิทธิภาพเหลือ หากมีการเพิ่มรายได้โดยการรับซักผ้าจากโรงแรมขนาดเล็กในเขตใกล้เคียง โดยการเพิ่มภาระงานเพียงร้อยละ 10 จะทำให้มีกำไรสุทธิเพิ่มถึงร้อยละ 7 ผลการวิเคราะห์ ได้นำเสนอฝ่ายบริหารเพื่อพิจารณาต่อไป

อภิปรายผล

งานวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยนำเทคนิคการวิเคราะห์กำไรส่วนเกินมาใช้กับข้อมูลบัญชีของธุรกิจโรงแรมขนาดย่อมกรณีศึกษา ผลการวิจัยพบว่า การวิเคราะห์กำไรส่วนเกินสามารถสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหารสอดคล้องกับผลการวิจัยของ LE, Oanh Thi Tu, TRAN, Phong Thi Thu, TRAN, Thuan Van, NGUYEN, Cong Van (2020) และ Lulaj & Iseni (2018) ซึ่งพบว่า เทคนิคการวิเคราะห์กำไรส่วนเกินสามารถสนับสนุนการตัดสินใจทางธุรกิจของผู้บริหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้การศึกษาระบบบัญชีและข้อมูลของโรงแรมกรณีศึกษา พบว่า เมื่อลูกค้าเข้าพักทางโรงแรมจะให้ลูกค้าลงทะเบียนและเรียกเก็บเงินมัดจำและคืนให้ลูกค้าเมื่อลูกค้าคืนห้อง โดยหลังจากหักค่าห้องพักและค่าบริการอื่นๆ แล้ว เงินมัดจำจะถูกส่งให้แผนกการเงินบัญชีเพื่อเก็บรักษาและลงบัญชี

ลูกค้าของโรงแรมใช้บริการที่ร้านอาหารของโรงแรม พนักงานต้อนรับจะจดรายการอาหารและเสิร์ฟอาหาร โดยจะจดหมายเลขห้องพักของลูกค้าและขอคูปองแจกเพื่อเป็นการยืนยัน และให้ลูกค้าลงชื่อในบิลค่าอาหาร บิลค่าอาหารจะถูกส่งไปที่แผนกต้อนรับเพื่อใช้ในการคิดค่าบริการเมื่อลูกค้าคืนห้องพัก

ลูกค้าคืนห้องพัก แผนกต้อนรับต้องแจ้งให้แม่บ้านจัดห้องพักทันที เพื่อให้แม่บ้านตรวจสอบสินค้าที่อยู่ในตู้เย็นและแจ้งกลับ หากลูกค้าบริโภคสินค้าในตู้เย็นแผนกต้อนรับจะยืนยันกับลูกค้าและคำนวณค่าบริการในขณะเดียวกัน แผนกต้อนรับจะนำเอกสารบิลค่าบริการ (ถ้ามี) จากแผนกร้านอาหารออกมายืนยันกับลูกค้าและคำนวณค่าบริการเช่นกัน ลูกค้าอาจต้องจ่ายเพิ่มหรือได้รับเงินมัดจำคืนแล้วแต่กรณี

การวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีและกำไรส่วนเกินเพื่อเป็นสารสนเทศสนับสนุนการตัดสินใจของฝ่ายบริหารพบว่า ในปี 2562 ต้นทุนผันแปรเป็นร้อยละ 20 และต้นทุนคงที่ ร้อยละ 80 และในปี 2562 พบว่า มีกำไร



สุทธิเท่ากับ 500,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13 ของรายได้ โดยมีต้นทุนผันแปร 498,000บาท คิดเป็นร้อยละ 13 ของรายได้ และมีต้นทุนคงที่ 2,726,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 73 ของรายได้

การวิเคราะห์กำไรส่วนเกินแยกเป็นแผนก พบว่า แผนกห้องพักรักษาตัวส่วนเกิน ร้อยละ 93 ของรายได้ และมีต้นทุนคงที่ ร้อยละ 83 ของรายได้ เนื่องจากต้นทุนคงที่มีอัตราส่วนสูง ควรมีการใช้ประโยชน์จากต้นทุนคงที่ให้มากที่สุด ผลจากการวิเคราะห์กำไรส่วนเกินจากรายได้ของแผนกห้องพักรักษาตัว โดยเสนอว่า การรับงานซักผ้าปูที่นอนและอื่นๆ ของโรงแรมขนาดเล็กในเขตใกล้เคียง โดยหากเป็นการเพิ่มปริมาณงานเพียงร้อยละ 10 จากที่ทำอยู่ต้นทุนผันแปรเพิ่ม แต่ต้นทุนคงที่เท่าเดิม ถือเป็นกลยุทธ์ในการใช้ต้นทุนคงที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแสดงให้เห็นว่ากำไรสุทธิของฝ่ายงานห้องพักรักษาตัวเพิ่มขึ้น ร้อยละ 7 จากเดิมร้อยละ 10 เป็นร้อยละ 17 ดังนั้น การรับงานซักผ้าให้กับโรงแรมขนาดเล็กเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่น่าตัดสินใจดำเนินการ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ การวิเคราะห์กำไรส่วนเกินสำหรับธุรกิจการโรงแรมสามารถสนับสนุนการตัดสินใจทางธุรกิจให้กับผู้บริหารได้จึงควรมีการนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงผลการปฏิบัติงานเพื่อหาแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการดำเนินงานโดยการใช้ข้อมูลสารสนเทศทางบัญชีเข้ามาสนับสนุน

บรรณานุกรม

- พระราชบัญญัติโรงแรม. (2478). *ราชกิจจานุเบกษา* เล่ม ๑๒๑/ตอนพิเศษ ๗๐ ก/หน้า ๑๒/๑๒ พฤศจิกายน ๒๕๔๗.
- สุพัตรา สร้อยเพชร. (2553). *การจัดการการโรงแรม*. ขอนแก่น: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สุขุม โพธิสวัสดิ์. (2551). *การวางระบบบัญชี*. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สายธาร.
- อำภาภัทร์ วสันต์สกุล. (2560). *การบัญชีเพื่อการจัดการ*. เลย: มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- Hilton, R.W., M.W. Maher F.H.Selto & B.J.Sainty. (2001). *Cost Management: Strategies for Business Decisions*. 1st Canadian Edition, McGraw-Hill Ryerson.
- Kaewhyxng M. (2005). *Accounting Knowledge and Information System Quality and Business Environment of Firms Listed in The Stock Exchange of Thailand*. (Master of Accountancy Thesis). Mahasarakham University.
- Kenneth C. Laudon and Jane P. Laudon. (1998). *Management Information Systems*. USA. Pearson Education Indochina.
- Ismail, Noor Azizi and King, Malcolm. (2010). Factors influencing the alignment of Accounting information systems in small and medium sized Malaysian manufacturing firms. *Journal of Information Systems and Small Business*, 1(1/2), p. 1-20.



LE, Oanh Thi Tu, TRAN, Phong Thi Thu ,TRAN, Thuan Van ,NGUYEN, Cong Van (2020).

Application of Cost-Volume-Profit Analysis in Decision-Making by Public Universities in Vietnam. The Journal of Asian Finance, Economics and Business, 7(6), pp.305-316.

Lulaj & Iseni (2018). Role of Analysis CVP (Cost-Volume-Profit) as Important Indicator for Planning and Making Decisions in the Business Environment. *European Journal of Economics and Business Studies.*



Received: November 5, 2022

Revised: December 10, 2022

Accepted: December 11, 2022

ปัจจัยทำนายพฤติกรรมในการใช้ยาสามัญประจำบ้านอย่างปลอดภัย
ของ อสม. อำเภอท่าช้าง จังหวัดสิงห์บุรี

Factors Predicting Common Household Drugs Safe Use Behavior
among Village Health Volunteers, Tha Chang District, Singburi Province

อุดมลักษณ์ อุสาหะ (Udomlak Usaha)¹

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้ยาสามัญประจำบ้านของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านและศึกษาปัจจัยทำนายพฤติกรรมการใช้ยาสามัญประจำบ้านอย่างเหมาะสมของอาสาสมัครสาธารณสุข กลุ่มตัวอย่างคือ อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านของอำเภอท่าช้าง จำนวน 129 ราย ได้มาด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เครื่องมือวิจัยใช้ในการเก็บข้อมูล ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไป ความรู้เรื่องการใช้ยาสามัญประจำบ้าน ความรอบรู้ด้านสุขภาพในการใช้ยา แรงจูงใจในการป้องกันอันตรายจากการใช้ยาสามัญประจำบ้าน และพฤติกรรมการใช้ยาสามัญประจำบ้านอย่างปลอดภัย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนาและการวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

ผลการศึกษา พบว่า 1) ความรู้เรื่องการใช้ยาสามัญประจำบ้าน ความรอบรู้ด้านการเข้าถึงข้อมูล และพฤติกรรมการใช้ยาสามัญประจำบ้านอย่างปลอดภัยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนตัวแปรความรู้ด้านการเข้าถึงข้อมูล ความรอบรู้ด้านการวิเคราะห์ข้อมูลสุขภาพ ความรอบรู้ด้านการประยุกต์ใช้ข้อมูลสุขภาพ การรับรู้ความรุนแรงจากการใช้ยาและการจัดการยาสามัญประจำบ้านที่ไม่เหมาะสม และการรับรู้ประโยชน์จากการเลือกใช้หรือจัดการยาสามัญประจำบ้านที่เหมาะสมอยู่ในระดับสูง และ 2) ตัวแปรอิสระ 4 ตัว ได้แก่ ความรอบรู้ด้านการเข้าถึงข้อมูล ความรู้เรื่องการใช้ยาสามัญประจำบ้าน ความรอบรู้ด้านการประยุกต์ใช้ข้อมูลสุขภาพ และการรับรู้ความรุนแรงจากการใช้ยาและการจัดการยาสามัญประจำบ้านที่ไม่เหมาะสม สามารถร่วมพยากรณ์พฤติกรรมการใช้ยาสามัญประจำบ้านอย่างปลอดภัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ได้ร้อยละ 43 ($R^2 = .427$) โดยความรู้ด้านการเข้าถึงข้อมูล ($\beta = .464$) มีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาคือ ความรู้เรื่องการใช้ยาสามัญประจำบ้าน ($\beta = .327$) ความรอบรู้ด้านการประยุกต์ใช้ข้อมูลสุขภาพ ($\beta = .226$) และการรับรู้ความรุนแรงจากการใช้ยาและการจัดการยาสามัญประจำบ้านที่ไม่เหมาะสม ($\beta = .196$) ผลการศึกษานำไปใช้ในการสร้างโปรแกรมและจัดทำคู่มือในการพัฒนาอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน

คำสำคัญ พฤติกรรมการใช้ยา ความรู้ในการใช้ยา ความรอบรู้ด้านสุขภาพ แรงจูงใจในการป้องกันโรคยาสามัญประจำบ้าน

¹ โรงพยาบาลท่าช้าง อำเภอท่าช้าง จังหวัดสิงห์บุรี



Abstract

This study was aimed to study common household drugs safe use behavior among village health volunteers (VHVs), and to study the predictive factors affecting common household drug safe use behavior among VHVs. The sample consisted of 129 VHVs of Tha Chang District, which using simple random sampling. The instrument consisted of general characteristics, common household drugs knowledge, medication health literacy, motivation toward hazard prevention from common household drugs use, and common household drugs safe use behavior. Data analyze was used descriptive statistics and multiple regression analysis with STEPWISE method.

The findings revealed that: 1) common household drugs knowledge, accessing health literacy, and common household drugs safe use behavior were at medium level. Understanding, analyzing, applying health literacy, perceived severity from drugs use and inappropriate management, and perceived benefit from appropriate use or manage common household drugs were at the high level and 2) Four independent variables, such as accessing health literacy, common household drugs knowledge, applying health literacy, and perceived severity from drugs use and inappropriate management, could explained approximately 43% of the variance for common household drugs safe use behavior, with statistically significance at 0.05. Moreover, accessing health literacy is the highest effect ($\beta = .464$), follow by common household drugs knowledge ($\beta = .327$), applying health literacy ($\beta = .226$), and perceived severity from drugs use and inappropriate management ($\beta = .196$). The implication of this study should to use these factors to develop intervention and create manual guideline in developing VHVs.

Keywords: Drug use behavior, Medication knowledge, Health literacy, Protection motivation, Household remedy

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ยาสามัญประจำบ้าน คือ ยาที่กระทรวงสาธารณสุขได้พิจารณาคัดเลือกกว่าเป็นยาที่เหมาะสมที่จะให้ประชาชนหาซื้อมาใช้ได้ด้วยตนเอง เพื่อการดูแลรักษาอาการเจ็บป่วยเล็ก ๆ น้อย ๆ ที่มักจะเกิดขึ้นได้ เป็นยาที่มีความปลอดภัยอย่างสูง หากประชาชนใช้ยาได้อย่างถูกต้องก็จะมีอันตรายเกิดขึ้น ประกอบกับยาดังกล่าวมีราคาย่อมเยา ประชาชนสามารถหาซื้อได้ทั่วไปตามร้านขายยา ศูนย์การค้า ร้านขายของชำ ร้านกาแฟ ปั้มน้ำมัน ป้ายรถเมล์ ตลอดจนหาบเร่ แผงลอยมีขายทั้งในเมืองและตามชนบท ทั้งนี้ก็เพราะกระทรวงสาธารณสุขมีความต้องการให้ยาสามัญประจำบ้านได้กระจายไปถึงประชาชนทั่วประเทศ ทำให้ประชาชนดูแล



ตนเองได้อย่างทั่วถึงจึงไม่บังคับให้ต้องขยายอาสาสมัครประจำบ้านในร้านขายยาเหมือนยาอื่น ๆ ยาอาสาสมัครประจำบ้านมีทั้งยาแผนปัจจุบันและยาแผนโบราณ (สกุลรัตน์ รัตนาเกียรติ, 2555)

ด้วยเหตุที่อาสาสมัครประจำบ้าน ประชาชนสามารถซื้อได้ทั่วไปตามร้านขายยา ศูนย์การค้า ร้านขายของชำ ฯลฯ ทำให้ประชาชนใช้ยาตามความคิดของตนเอง ความเชื่อตามคำแนะนำที่มีผู้บอกกล่าว การใช้ยาจึงมีทั้งใช้อย่างถูกต้อง และอย่างไม่ถูกต้อง จากการศึกษาของ สินีนาฏ วิทยพิเชษฐสกุล และอุกฤษฏ์ สิทธิบุศย์ (2557) เรื่องพฤติกรรมการใช้ยาของอาสาสมัครประจำหมู่บ้าน ตำบลบ่อแก้ว อำเภอบ่อทอง จังหวัดชลบุรี พบว่า อาสาสมัครประจำหมู่บ้านส่วนใหญ่มีโรคประจำตัว คือ โรคเบาหวานและโรคความดันโลหิตสูง เลือกรักษาแบบแผนปัจจุบัน และภูมิปัญญาท้องถิ่นควบคู่กันบางรายเลือกรักษาแบบแผนปัจจุบันก่อนการตัดสินใจใช้วิธีอื่น เหตุผลหลักๆ เช่น อยากรู้ อยากเห็นอยากลอง เพื่อนแนะนำใช้ตามบทความ หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร โฆษณาต่างๆ และการประชุมประจำเดือนของอาสาสมัครประจำหมู่บ้าน หลังจากได้รับการรักษาจะมีอาการที่ดีขึ้น ถ้าไม่ดีขึ้นก็จะเปลี่ยนสถานที่หรือเปลี่ยนตัวยาหรือสมุนไพรที่ใช้รักษา แต่จะไม่เข้าใจในเรื่องผลข้างเคียงการแพ้ยา อาการไม่พึงประสงค์จากการใช้ยา ปัญหาส่วนใหญ่คือมีการใช้ยาโดยไม่ได้ตระหนักถึงอันตราย ขาดความรู้ ขาดความเข้าใจในอันตรายที่จะเกิดขึ้นจากความเชื่อผิดๆ และจากการศึกษาพฤติกรรมการใช้ยาของอุดมลักษณ์ อูสาหะ (2561) พฤติกรรมการใช้ยาอาสาสมัครประจำบ้านของประชาชนอำเภอท่าช้าง จังหวัดสิงห์บุรี พบว่าความรู้เรื่องยาอาสาสมัครประจำบ้านมีความสัมพันธ์ต่อการปฏิบัติในการใช้ยา จะเห็นได้ว่าความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้ยาจึงเป็นเรื่องสำคัญในการสร้างพฤติกรรมการใช้ยาที่ถูกต้อง

การใช้ยาอาสาสมัครประจำบ้าน ซึ่งเป็นยาแผนปัจจุบันหรือแผนโบราณที่สามารถหาซื้อใช้ได้ เพื่อเป็นการรักษาเบื้องต้นโดยไม่ต้องมีใบสั่งแพทย์ แต่อย่างไรก็ตาม ก็คงยังต้องมีการเลือกใช้อย่างถูกต้องและสมเหตุสมผล ผู้ที่ใกล้ชิดในการดูแลประชาชน ในการให้คำแนะนำในการเลือกใช้ยาได้นั้นคือ อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) และจากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีที่อธิบายถึงตัวแปรที่สามารถนำมาใช้ในการอธิบายพฤติกรรมสุขภาพ ได้แก่ ปัจจัยด้านความรู้ ปัจจัยด้านความรู้ทางสุขภาพ และปัจจัยด้านแรงจูงใจในการป้องกันโรค (Sorensen, K., Brouche, S. V., Fullam, J., Doyle, G., Pelikan, J., Slonska, Z., & Brand, H., 2012; Rogers, R. W., 1975; Badran, 1995) จากแนวคิดดังกล่าวในการที่จะพัฒนาพฤติกรรมการใช้ยาอาสาสมัครประจำบ้านอย่างปลอดภัยควรเริ่มต้นจากอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านที่เป็นกลไกหลักที่ประชาชนจะเข้าถึงได้ง่าย โดยในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำปัจจัยที่ได้จากการค้นคว้า ได้แก่ อายุ ระยะเวลาการเป็นอาสาสมัครสาธารณสุขฯ ความรู้เกี่ยวกับการใช้ยา ความรอบรู้ทางสุขภาพในการใช้ยา และแรงจูงใจต่อการใช้อย่างเหมาะสม มาใช้ในการพยากรณ์พฤติกรรมการใช้ยาอาสาสมัครประจำบ้านอย่างปลอดภัยของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ซึ่งในพื้นที่อำเภอท่าช้าง จังหวัดสิงห์บุรี เป็นพื้นที่ที่มีการขับเคลื่อนความรู้ด้านสุขภาพ โดยให้อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านเป็นสื่อกลางในการสื่อสารด้านสุขภาพสู่ประชาชน มีการสนับสนุนให้อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านได้รับการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพ และทักษะที่สนับสนุนให้เกิดพฤติกรรมสุขภาพที่เหมาะสม และสามารถกระจายความสามารถดังกล่าวไปสู่การดูแลประชาชน เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนสามารถดูแลตนเองได้อย่างถูกต้อง ทั้งนี้จากสำรวจเบื้องต้นพบว่า อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน อำเภอท่าช้าง และประชาชนมีการใช้ยาอาสาสมัครประจำบ้านอย่างแพร่หลาย ดังนั้น การพัฒนาอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน เพื่อให้มีการใช้ยา



สามัญประจำบ้านอย่างปลอดภัยจึงควรค้นหาปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้ยาสามัญประจำบ้านในกลุ่มอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน อันจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการสร้างเสริมศักยภาพ อสม. และกำหนดนโยบายด้านบริการสาธารณสุขอำเภอท่าช้างให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและตรงประเด็นมากที่สุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้ยาสามัญประจำบ้านของอาสาสมัครสาธารณสุข
2. เพื่อศึกษาปัจจัยทำนายพฤติกรรมการใช้ยาสามัญประจำบ้านอย่างเหมาะสมของอาสาสมัคร

สาธารณสุขประจำหมู่บ้าน

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากร ได้แก่ อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน อำเภอท่าช้าง จังหวัดสิงห์บุรี ได้จากการสำรวจเบื้องต้นมีจำนวน 356 คน

ขอบเขตด้านตัวแปร

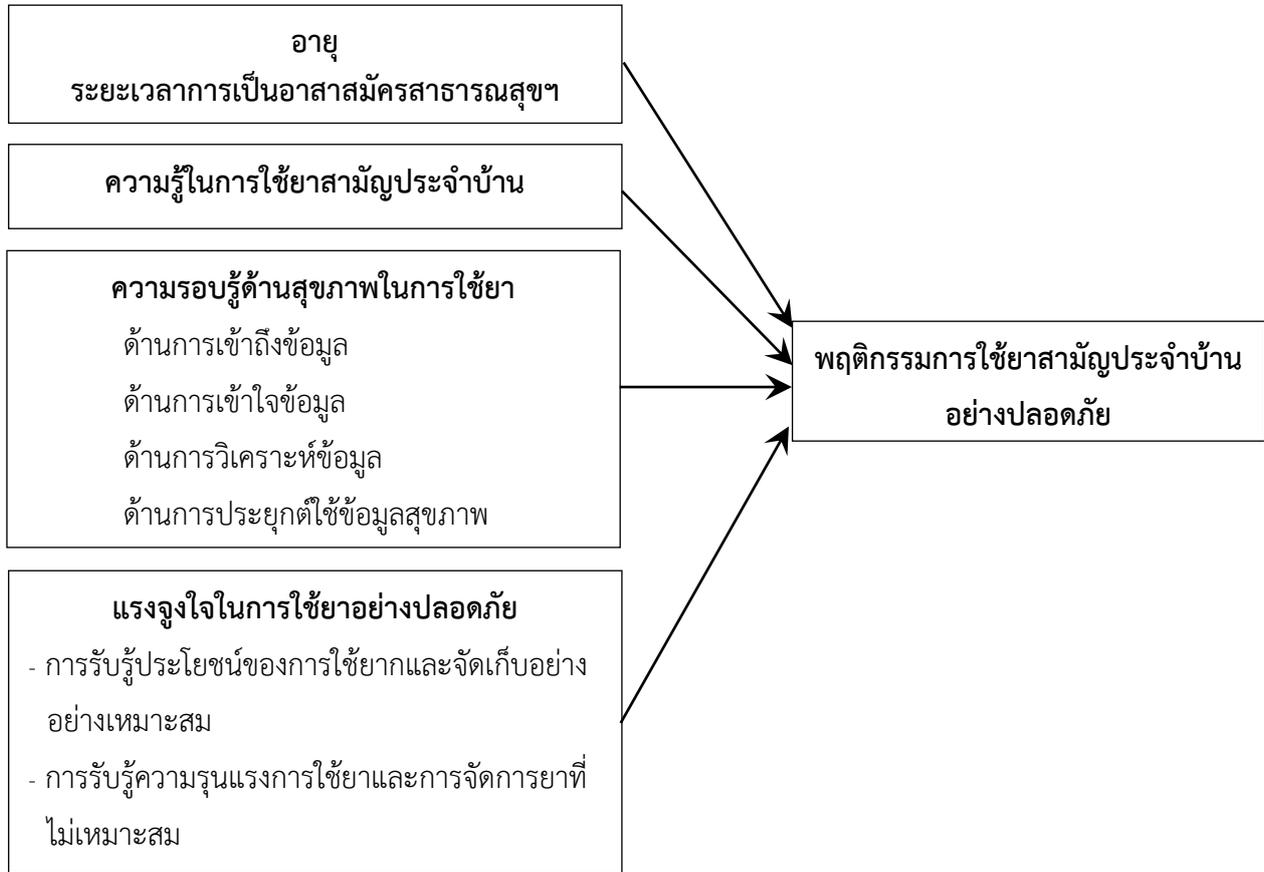
ตัวแปรต้น ได้แก่ อายุ ระยะเวลาการเป็นอาสาสมัครสาธารณสุขฯ ความรู้เกี่ยวกับการใช้ยา ความรอบรู้ทางสุขภาพในการใช้ยา และแรงจูงใจต่อการใช้ยาอย่างเหมาะสม

ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการใช้ยาสามัญประจำบ้านอย่างปลอดภัย

ขอบเขตด้านระยะเวลา การศึกษาครั้งนี้ดำเนินการตั้งแต่เดือน กรกฎาคม 2565 ถึง ตุลาคม 2565

กรอบแนวคิด

การศึกษานี้มุ่งหาปัจจัยที่ทำนายพฤติกรรมการใช้ยาสามัญประจำบ้านอย่างเหมาะสมของอาสาสมัครสาธารณสุข โดยกำหนดกรอบแนวคิดจากการทบทวนวรรณกรรมซึ่งพบว่า ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้ยา ได้แก่ อายุ ระยะเวลาการเป็นอาสาสมัครสาธารณสุข ความรู้เกี่ยวกับการใช้ยา ความรอบรู้ทางสุขภาพในการใช้ยา และ แรงจูงใจต่อการใช้ยาอย่างเหมาะสม ดังแสดงตามแผนภาพดังนี้



นิยามศัพท์

อาสาสมัครประจำบ้าน หมายถึง ยาตามรายการในประกาศของกระทรวงสาธารณสุข เรื่องยาสามัญประจำบ้านแผนปัจจุบันทั้งหมด 16 กลุ่มอาการ

พฤติกรรมการใช้ยา หมายถึง การกระทำที่เกี่ยวกับการนำยาสามัญประจำบ้านมาใช้ในการบำบัดรักษาโรคหรืออาการป่วยเบื้องต้น รวมถึงการได้มาและการเก็บรักษา

ความรู้ในการใช้ยา หมายถึง รู้ เข้าใจ นำไปใช้ วิเคราะห์และประเมินเกี่ยวกับเลือกใช้ยาสามัญประจำบ้านได้ตรงตามอาการป่วยที่เกิดขึ้น

ความรู้ด้านสุขภาพ (Health Literacy: HL) หมายถึง ความสามารถและทักษะในการเข้าถึงข้อมูลและบริการด้านสุขภาพ มีความรู้ ความเข้าใจสามารถวิเคราะห์ ประเมินและจัดการสุขภาพตนเอง รวมทั้งสามารถชี้แนะเรื่องสุขภาพแก่บุคคล ครอบครัวและชุมชนได้ (กองสุขศึกษา, 2563)

แรงจูงใจในการป้องกันโรค หมายถึง การประเมินการรับรู้ด้านข่าวสารที่เป็นความรู้ หรือประสบการณ์ทางสุขภาพและการให้ความสำคัญกับสิ่งที่มาคุกคาม เป็นแรงขับเคลื่อนภายในตัวบุคคลเห็นว่าความน่ากลัวที่เกิดขึ้นกับสุขภาพนั้นรุนแรง บุคคลรู้สึกถึงอันตรายนั้น การตอบสนองที่เหมาะสมนั้นเป็นวิธีที่เหมาะสมในการเปลี่ยนแปลงความน่ากลัวนั้นให้ดีขึ้นได้บุคคลมีความเชื่อมั่นว่าเขามีความสามารถพอที่จะตอบสนองให้เหมาะสมได้เพื่อไม่ให้เกิดอันตรายที่มาคุกคามนั้น



อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) หมายถึง บุคคลที่ได้รับการคัดเลือกจากชาวบ้านในแต่ละกลุ่มบ้านของอำเภอท่าช้างและได้รับการขึ้นทะเบียนของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสิงห์บุรีร่วมกับได้รับการอบรมตามหลักสูตรที่กระทรวงกำหนดโดยมีหน้าที่สำคัญในฐานะผู้นำการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมสุขภาพอนามัย การสื่อข่าวสารสาธารณสุข การแนะนำเผยแพร่ความรู้ การวางแผน และประสานกิจกรรมพัฒนาสาธารณสุข ตลอดจนให้บริการสาธารณสุขด้านต่าง ๆ เช่น การส่งเสริมสุขภาพ การเฝ้าระวังและป้องกันโรค การช่วยเหลือและรักษาพยาบาลขั้นต้น โดยใช้ยาและเวชภัณฑ์ตามขอบเขตที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด การส่งต่อผู้ป่วยไปรับบริการการฟื้นฟูสภาพ และการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. นำไปใช้ในการสร้างโปรแกรมในการพัฒนาพฤติกรรมการใช้ยาสามัญประจำบ้านอย่างปลอดภัยของ อสม.อำเภอท่าช้าง
2. นำผลการศึกษาไปพัฒนาจัดทำคู่มือการอบรมพัฒนาอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านของจังหวัดสิงห์บุรีต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างของการศึกษารั้งนี้ เนื่องจากการวิจัยเชิงพยากรณ์ (Predictive Descriptive Research) ผู้วิจัยคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง (sample size) ด้วยการวิเคราะห์อำนาจการทดสอบสำหรับสถิติถดถอยพหุคูณจากโปรแกรมสำเร็จรูป G*power version 3.1 โดยกำหนดค่าอำนาจการทดสอบ (Power Analysis) เท่ากับ .95 และความเชื่อมั่นที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ (level of significance) เท่ากับ .05 ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดค่าขนาดอิทธิพล (Effect Size) ระดับปานกลาง $f^2 = .15$ (Cohen, 1988) กำหนดตัวแปรในการทำนาย (number of predictions) จำนวน 9 ตัวแปร ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 107 ราย และเพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนในการเก็บข้อมูลผู้วิจัยจึงเพิ่มขนาดของกลุ่มตัวอย่างอีกร้อยละ 20 ของกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้ (บุญใจ ศรีสถิตย์นรากร, 2553) ดังนั้น จึงได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 129 ราย

1. การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากผู้ที่เป็น อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน อำเภอท่าช้าง จังหวัดสิงห์บุรี ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยการจับสลากจากรายชื่อประชากรในการศึกษา

2. เกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

- 2.1 เกณฑ์การคัดเลือก (Inclusion criteria)

- 2.1.1 เคยใช้ยาสามัญประจำบ้าน

- 2.1.2 เป็นผู้มีอายุระหว่าง 20-80 ปี

- 2.1.3 เป็นอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านของอำเภอท่าช้าง มาแล้วไม่น้อยกว่า 1 ปี

- 2.1.4 เข้าใจความหมายของภาษาไทย และสื่อสารภาษาไทยได้



2.2 เกณฑ์การคัดออก (Inclusion criteria)

2.2.1 มีเหตุจำเป็นทำให้ไม่สามารถเข้าร่วมวิจัยได้

2.2.2 ไม่สามารถตอบแบบสอบถามได้สมบูรณ์

วิธีการศึกษา การศึกษาครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงสหสัมพันธ์

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม ประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เข้าร่วมวิจัย เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง ได้แก่ ข้อมูลเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ระยะของการเป็นอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน แหล่งที่ซื้อยาสามัญประจำบ้าน ประเภทยาสามัญประจำบ้านที่ใช้ เป็นข้อคำถามแบบเลือกตอบที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองจากการทบทวนวรรณกรรม

ส่วนที่ 2 แบบวัดระดับความรู้เรื่องการใช้ยาสามัญประจำบ้าน เป็นแบบปรนัยชนิด ถูก-ผิด (true-false) จำนวน 30 ข้อ เลือกตอบได้เพียง 1 ข้อ ถ้าตอบถูกได้ 1 คะแนน หากตอบผิดได้ 0 คะแนน ผู้วิจัยทบทวนเอกสารทางวิชาการในการสร้างข้อคำถามประกอบไปด้วย การเลือกให้ยาให้เหมาะสมกับอาการ การจัดเก็บยา จากนั้นนำคะแนนมารวมการแปลความหมายของคะแนน คะแนนสูงหมายถึงมีความรู้มาก คะแนนต่ำหมายถึงความรู้น้อย ทำการแบ่งระดับความรู้ตามทฤษฎีการเรียนรู้ของบลูม (Bloom's Taxonomy) (Bloom,1976) โดยอธิบายความหมายของระดับความรู้ดังนี้

ความรู้ต่ำ = ได้คะแนน < 60 % หรือคะแนนเฉลี่ย 0 - 10

ความรู้ปานกลาง = ได้คะแนน 60-80 % หรือคะแนนเฉลี่ย 11 - 20

ความรู้สูง = ได้คะแนน > 80 % หรือคะแนนเฉลี่ย 21 -30

ส่วนที่ 2 แบบวัดความรู้ด้านสุขภาพในการใช้ยา จำนวน 16 ข้อ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้เพียงข้อละ 1 คำตอบ สร้างจากกรอบแนวคิดความรู้ด้านสุขภาพ (Sorensen, 2012) ประกอบไปด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ การเข้าถึงข้อมูล การเข้าใจข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และการประยุกต์ใช้ข้อมูล ลักษณะการวัดเป็นมาตรวัดมี 5 ระดับ (Rating scale) เกณฑ์การให้คะแนนคือ ทำได้ง่ายมากมีค่าคะแนน 4 คะแนน ทำได้ง่ายค่าคะแนน 3 คะแนน ทำได้ยากค่าคะแนน 2 คะแนน ทำได้ยากมากค่าคะแนน 1 คะแนน และไม่เคยทำมีค่าคะแนน 0 คะแนน ทั้งนี้การแปลความหมายขององค์ประกอบ คือ คะแนนสูงแปลว่าองค์ประกอบด้านนั้นสูง คะแนนต่ำแปลว่าองค์ประกอบด้านนั้นต่ำ โดยอธิบายความหมายของระดับคะแนนดังนี้

ความรู้ด้านสุขภาพในการใช้ยาต่ำ ได้คะแนน 0-5 คะแนน

ความรู้ด้านสุขภาพในการใช้ยาปานกลาง ได้คะแนน 6 -11 คะแนน

ความรู้ด้านสุขภาพในการใช้ยาสูง ได้คะแนน 12 -16 คะแนน

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามแรงจูงใจในการป้องกันอันตรายจากการใช้ยาสามัญประจำบ้าน จำนวน 8 ข้อผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้เพียงข้อละ 1 คำตอบ สร้างจากกรอบแนวคิดแรงจูงใจในการป้องกันโรค (Roger & Dunn, 1983) ประกอบไปด้วยองค์ประกอบที่ 1 การรับรู้ความรุนแรงจากการใช้ยาสามัญประจำบ้านที่ไม่เหมาะสม คะแนนสูงแปลว่ามีการรับรู้ความรุนแรงจากการใช้ยาหรือจัดการสามัญประจำบ้านที่ไม่เหมาะสมสูง และ คะแนนต่ำแปลว่ามีการรับรู้ความรุนแรงจากการใช้ยาสามัญประจำบ้านที่ไม่



เหมาะสมต่ำ องค์ประกอบที่ 2 การรับรู้ประโยชน์จากการเลือกใช้หรือจัดการยาสามัญประจำบ้านที่เหมาะสม คะแนนสูงแปลว่ามีการรับรู้ประโยชน์จากการใช้ยาสามัญประจำบ้านที่เหมาะสมสูง และ คะแนนต่ำแปลว่ามีการรับรู้ประโยชน์จากการใช้ยาสามัญประจำบ้านที่เหมาะสมต่ำ ลักษณะการวัดทั้ง 2 องค์ประกอบเหมือนกันคือ เป็นมาตรวัดมี 5 ระดับ (Rating scale) เกณฑ์การให้คะแนนคือ เห็นด้วยมากมีค่าคะแนน 4 คะแนน เห็นด้วยค่าคะแนน 3 คะแนน ไม่แน่ใจค่าคะแนน 2 คะแนน เห็นด้วยน้อยมากค่าคะแนน 1 คะแนน และไม่เห็นด้วยเลยมีค่าคะแนน 0 คะแนนโดยอธิบายความหมายของระดับคะแนนดังนี้

การรับรู้ความรุนแรงหรือการรับรู้ประโยชน์ต่ำ ได้คะแนน 0-5 คะแนน

การรับรู้ความรุนแรงหรือการรับรู้ประโยชน์ปานกลาง ได้คะแนน 6 -11 คะแนน

การรับรู้ความรุนแรงหรือการรับรู้ประโยชน์สูง ได้คะแนน 12 -16 คะแนน

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามพฤติกรรมการใช้ยาสามัญประจำบ้านอย่างปลอดภัย จำนวน 15

ข้อ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้เพียงข้อละ 1 คำตอบ สร้างจากการทบทวนวรรณกรรม โดยเป็นข้อคำถามการปฏิบัติเกี่ยวกับการเลือกใช้ยาให้ถูกโรค ถูกคนและถูกชนิด การสังเกตลักษณะยา การตรวจสอบวันหมดอายุของยา และการเก็บรักษา ยา ลักษณะการวัดเป็นมาตรวัดมี 5 ระดับ (Rating scale) เกณฑ์การให้คะแนนคือ ปฏิบัติทุกครั้ง ค่าคะแนน 4 คะแนน ปฏิบัติบ่อยครั้ง ค่าคะแนน 3 คะแนน ปฏิบัติน้อยครั้งค่าคะแนน 2 คะแนน แทบจะไม่ปฏิบัติเลย ค่าคะแนน 1 คะแนน และไม่เคยปฏิบัติเลย ค่าคะแนน 0 คะแนน

พฤติกรรมการใช้ยาสามัญประจำบ้านไม่ปลอดภัย ได้คะแนน 0-20 คะแนน

พฤติกรรมการใช้ยาสามัญประจำบ้านอย่างปลอดภัยในระดับปานกลาง ได้คะแนน 21-40

คะแนน

พฤติกรรมการใช้ยาสามัญประจำบ้านอย่างปลอดภัยดีมาก ได้คะแนน 41-60 คะแนน

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. การตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (content validity) ผู้วิจัยนำเครื่องมือที่ประยุกต์และสร้างขึ้นเองให้ผู้ทรงคุณวุฒิรวม 3 ท่านพิจารณา โดยผู้ทรงคุณวุฒิประกอบด้วย พยาบาลเวชปฏิบัติชุมชน 1 ท่าน และเภสัชกร ชำนาญการ 2 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงของเนื้อหา (Content Validity) และนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) จากนั้นจึงนำข้อคำถามที่ค่าที่ IOC ต่ำกว่า .80 (บุญใจ ศรีสถิตยรรณู, 2553) นำมาปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ

2. การตรวจสอบความเที่ยงของเครื่องมือ (reliability) ผู้วิจัยนำเครื่องมือที่ผ่านการตรวจสอบความตรงของเนื้อหาไปทดลองใช้กับอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านที่มีคุณสมบัติ คล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ราย จากนั้นนำข้อมูลที่ได้นำมาหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (reliability) โดยแบบสอบถามส่วนที่ 1 หาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สูตร Kuder-Richardson 20 (KR-20) และแบบสอบถามส่วนที่ 2 - 4 หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งเกณฑ์ที่ยอมรับได้คือมากกว่า .70 ขึ้นไป (บุญใจ ศรีสถิตยรรณู, 2553)

จริยธรรมการวิจัย การวิจัยนี้ได้ผ่านการพิจารณาอนุมัติจากการวิจัยนี้ได้ผ่านการพิจารณาอนุมัติจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์จังหวัดสิงห์บุรี หมายเลข SEC6/2565 ลงวันที่ 27 กรกฎาคม 2565



วิธีการเก็บข้อมูลในการวิจัย

1. ภายหลังจากการพิจารณาจริยธรรมในการวิจัย จากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ผู้วิจัยส่งหนังสือเพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูลถึงสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสิงห์บุรี และผู้อำนวยการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพประจำตำบลในพื้นที่เก็บข้อมูล หลังจากได้รับการอนุมัติให้เก็บข้อมูล ผู้วิจัยเข้าพบผู้เกี่ยวข้อง ได้แก่ ประธานอาสาสมัครสาธารณสุขประจำอำเภอท่าช้างเพื่อแนะนำตัวและขอความร่วมมือในการประสานงานเพื่อลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนโดยผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยตนเอง

2. ผู้วิจัยนัดหมายอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ที่ผ่านเกณฑ์คัดเข้า ผู้วิจัยแนะนำตนเองและผู้ช่วยวิจัย อธิบายวัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีการรวบรวมข้อมูล และขอความร่วมมือในการทำวิจัยกับกลุ่มตัวอย่าง พร้อมทั้งอธิบายสิทธิในการตอบรับหรือปฏิเสธการเข้าร่วมวิจัย โดยให้กลุ่มตัวอย่างลงนามยินยอมเข้าร่วมการวิจัย และสามารถบอกเลิกการเข้าร่วมได้ทันทีโดยไม่มีผลกระทบต่อของกลุ่มตัวอย่าง

3. เมื่อกลุ่มตัวอย่างยินดีให้ความร่วมมือผู้วิจัยสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง โดยอ่านบทสัมภาษณ์ให้ฟังทีละข้อ หากยังไม่เข้าใจคำถามอธิบายซ้ำโดยใช้คำพูดที่เข้าใจง่ายและสื่อไปในทางความหมายที่ต้องการ เพื่อให้ได้คำตอบเป็นความคิดเห็นของผู้ตอบจริง ใช้ระยะเวลา 45-60 นาที เมื่อเสร็จสิ้นการตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์และตอบคำถามข้อสงสัยของกลุ่มตัวอย่าง

สถิติที่นำมาใช้วิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ สร้างคู่มือและลงรหัสข้อมูล จากนั้นนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ระยะของการเป็นอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน แหล่งที่ซื้อยาสามัญประจำบ้าน ประเภทยาสามัญประจำบ้านที่ใช้วิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive statistics) การแจกแจงค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percent) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. วิเคราะห์เบื้องต้นของตัวแปรทำนาย และตัวแปรตาม โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive statistics) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3. วิเคราะห์อำนาจทำนายพฤติกรรมการใช้ยาสามัญประจำบ้านอย่างปลอดภัย โดยใช้การวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยการเลือกตัวแปรโดยวิธีเพิ่มตัวแปรอิสระแบบขั้นตอนแบบสเต็ปไวส์ (Stepwise Regression) (ประยูรศรี บุตรแสนคม, 2555) เนื่องจากเป็นวิธีที่มีความเหมาะสมในการพิจารณาคัดเลือกตัวแปรพยากรณ์ที่ดีที่สุดที่จะทำนายพฤติกรรมการใช้ยาสามัญประจำบ้านอย่างปลอดภัย โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ตามข้อตกลงเบื้องต้นดังนี้

3.1 ตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามจากภาพการกระจาย (Scatter Plot) เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม

3.2 ตรวจสอบการแจกแจงของข้อมูลโดยพิจารณาจากค่า Standardized Kurtosis ไม่เกิน ± 1 และค่า Standardized Skewness ไม่เกิน ± 1.96 และ Histogram ควรจะมีข้อมูลแจกแจงแบบโค้งปกติ



3.3 ตรวจสอบปัญหาความสัมพันธ์พหุร่วมเชิงเส้นระหว่างตัวแปรต้น (Multicollinearity) โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์เพียร์สันหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และความสัมพันธ์พหุร่วมเชิงเส้น โดยพิจารณาจากค่าสถิติ Tolerance ควรมีค่าเข้าใกล้ 1 และค่าสถิติ Variance Inflation Factor (VIF) มีค่าน้อยกว่า 10

3.4 ตรวจสอบค่าความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์ ของตัวแปรต้นทุกตัวมีค่าคงที่ (Homoscedasticity) โดยพิจารณาจากภาพการกระจาย (Scatter Plot) พบว่า มีค่าความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์ของตัวแปรต้นกระจายบริเวณค่าศูนย์

3.5 ตรวจสอบค่าความคลาดเคลื่อนของตัวแปรต้นและตัวแปรตามควรเป็นอิสระจากกันโดยการทดสอบ Durbin-Watson ควรรอยู่ในช่วง 1.5-2.5 ซึ่งแสดงว่ามีความเป็นอิสระ

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลด้านลักษณะเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากที่สุดถึงร้อยละ 77.5 มีอายุต่ำสุด 29 ปี สูงสุด 80 ปี เฉลี่ยอายุเท่ากับ 56.35 ปี สำเร็จการศึกษาชั้นประถมศึกษามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมาคือชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 25.60 ส่วนมากมีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 53.5 ระยะเวลาการทำงานอาสาสมัครประจำหมู่บ้าน ต่ำสุด 1 ปี สูงสุด 38 ปี เฉลี่ย 14.68 ปี ประเภทอาสาสมัครประจำบ้านที่ใช้บ่อยที่สุดคือ ยาแก้ปวดน้ำมูก คิดเป็นร้อยละ 14.7 รองลงมาคือ พาราเซตามอล คิดเป็นร้อยละ 14.0

2. ข้อมูลพื้นฐานตัวแปร

จากตาราง 1 แสดงค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปร พบว่า มีค่าเฉลี่ยความรู้เรื่องการใช้อาสาสมัครประจำบ้าน ความรอบรู้ด้านการเข้าถึงข้อมูล และพฤติกรรมในการใช้อาสาสมัครประจำบ้านอย่างปลอดภัยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนตัวแปรความรอบรู้ด้านการเข้าใจข้อมูล ความรอบรู้ด้านการวิเคราะห์ข้อมูลสุขภาพ ความรอบรู้ด้านการประยุกต์ใช้ข้อมูลสุขภาพ การรับรู้ความรุนแรงจากการใช้ยาและการจัดการยาอาสาสมัครประจำบ้านที่ไม่เหมาะสม และการรับรู้ประโยชน์จากการเลือกใช้หรือจัดการยาอาสาสมัครประจำบ้านที่เหมาะสมอยู่ในระดับสูง

จากตาราง 2 แสดงให้เห็นว่า ไม่พบปัญหาการที่เกิดสหสัมพันธ์ (Correlation) กันเองระหว่างตัวแปรอิสระในระดับค่อนข้างสูง (Multicollinearity) โดยค่าความสัมพันธ์อย่างระหว่าง .002 ถึง .640 ซึ่งไม่ละเมิดข้อตกลงของการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม พบว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3. ปัจจัยพยากรณ์พฤติกรรมในการใช้อาสาสมัครประจำบ้านอย่างปลอดภัย

จากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณโดยใช้ตัวแปรอิสระทั้งหมด 7 ตัว เข้าสู่สมการการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ได้แก่ ผลการวิเคราะห์พบตัวแปรอิสระ 4 ตัว สามารถร่วมพยากรณ์พฤติกรรมในการใช้อาสาสมัครประจำบ้านอย่างปลอดภัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ได้ร้อยละ 43 ($R^2 = .427$) โดยความรอบรู้ด้านการเข้าถึงข้อมูล มีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาคือ ความรู้เรื่องการใช้อาสาสมัครประจำบ้าน ความรอบรู้ด้านการประยุกต์ใช้ข้อมูลสุขภาพ และการรับรู้ความรุนแรงจากการใช้ยาและการจัดการยาอาสาสมัครประจำบ้านที่ไม่เหมาะสมตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 3 ทั้งนี้ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณสามารถเขียนสมการได้ดังนี้



พฤติกรรมในการใช้ยาสามัญประจำบ้านอย่างปลอดภัย = 23.310 + .858 (X₂) + .506 (X₁) + .367 (X₆) + .439(X₅)

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปร

ตัวแปร	Min	Max	M	SD	เกณฑ์
ความรู้เรื่องการใช้ยาสามัญประจำบ้าน (0-30 คะแนน)	13.00	26.00	21.32	2.77	ปานกลาง
ความรู้รอบรู้ด้านการเข้าถึงข้อมูล (0-16 คะแนน)	0.00	16.00	9.93	4.23	ปานกลาง
ความรู้รอบรู้ด้านการเข้าใจข้อมูล (0-16 คะแนน)	4.00	16.00	12.55	2.33	สูง
ความรู้รอบรู้ด้านการวิเคราะห์ข้อมูลสุขภาพ (0-16 คะแนน)	3.00	16.00	11.91	2.71	สูง
ความรู้รอบรู้ด้านการประยุกต์ใช้ข้อมูลสุขภาพ (0-16 คะแนน)	8.00	16.00	12.97	1.92	สูง
การรับรู้ความรุนแรงจากการใช้ยาฯ (0-16 คะแนน)	3.00	16.00	12.12	2.65	สูง
การรับรู้ประโยชน์จากการเลือกใช้ยาฯ (0-16 คะแนน)	12.00	16.00	13.88	1.90	สูง
พฤติกรรมในการใช้ยาสามัญประจำบ้านอย่างปลอดภัย (0-60 คะแนน)	29.00	60.00	43.64	4.30	ปานกลาง

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ด้วย ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson correlation coefficient)

ตัวแปร	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	Y
X1. ความรู้เรื่องการใช้ยาสามัญประจำบ้าน	1							
X2. ความรอบรู้ด้านการเข้าถึงข้อมูล	.054	1						
X3. ความรอบรู้ด้านการเข้าใจข้อมูล	.088	.545**	1					
X4. ความรอบรู้ด้านการวิเคราะห์ข้อมูลสุขภาพ	.120	.597**	.364**	1				
X5. ความรอบรู้ด้านการประยุกต์ใช้ข้อมูลสุขภาพ	-.001	.498**	.479**	.641**	1			
X6. การรับรู้ความรุนแรงจากการใช้ยาฯ	.099	.224*	.400**	.277**	.258**	1		
X7. การรับรู้ประโยชน์จากการเลือกใช้ยาฯ	.213*	.280**	.433**	.334**	.446**	.417**	1	
Y. พฤติกรรมในการใช้ยาสามัญประจำบ้านอย่างปลอดภัย	.389**	.183*	.490**	.136	.082	.393**	.212*	1

* = p < .05, ** = p < .01



ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ตัวแปรพยากรณ์พฤติกรรมในการใช้ยาสามัญประจำบ้านอย่างปลอดภัย
ด้วยการถดถอยพหุคูณโดยใช้วิธี Stepwise

ตัวแปรพยากรณ์	Unstandardized		Standardized	t	P
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	23.310	3.100		7.520	<.001
ความรู้เรื่องการเข้าใจข้อมูล X2	.858	.152	.464	5.629	<.001
ความรู้เรื่องการเข้าใจยาสามัญประจำบ้าน X1	.506	.107	.327	4.748	<.001
การรับรู้ความรุนแรงจากการใช้ยา X6	.367	.122	.226	3.020	.003
ความรู้ด้านการประยุกต์ใช้ข้อมูลสุขภาพ X5	.439	.175	.196	2.510	.013

$R^2 = .427$ Adjust $R^2 = .429$ $F = 22.942$ $P < .001$

อภิปรายผล

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ศึกษาพฤติกรรมการใช้ยาสามัญประจำบ้านของอาสาสมัครสาธารณสุข พบว่า ความรู้เรื่องการเข้าใจยาสามัญประจำบ้าน ความรอบรู้ด้านการเข้าถึงข้อมูล และพฤติกรรมในการใช้ยาสามัญประจำบ้านอย่างปลอดภัยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนความรู้ด้านการเข้าใจข้อมูล ความรอบรู้ด้านการวิเคราะห์ข้อมูลสุขภาพ ความรอบรู้ด้านการประยุกต์ใช้ข้อมูลสุขภาพ การรับรู้ความรุนแรงจากการใช้ยา และการจัดการยาสามัญประจำบ้านที่ไม่เหมาะสม และการรับรู้ประโยชน์จากการเลือกใช้หรือจัดการยาสามัญประจำบ้านที่เหมาะสมอยู่ในระดับสูง อาจเนื่องมาจาก อสม.ส่วนใหญ่มีระยะเวลาการปฏิบัติงานมากกว่า 1 ปี สามารถอ่านออก เขียนได้ การรับรู้ข่าวสารเรื่องเกี่ยวกับยาสามัญประจำบ้านที่ได้มาจากหลายช่องทาง เช่น วิทยุ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต หรือจากการได้รับความรู้จากเจ้าหน้าที่สาธารณสุข และจากการปฏิบัติงานของ อสม. ที่จะต้องตื่นตัวและสนใจเกี่ยวกับข้อมูลด้านสุขภาพที่เกี่ยวข้อง สอดคล้องกับการศึกษาของ ทรรศนีย์ บุญมัน (2564) พบว่า อสม. ส่วนใหญ่มีความรอบรู้ด้านสุขภาพอยู่ในระดับดีโดยพบปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้ด้านสุขภาพของ อสม. คือ แรงจูงใจในการปฏิบัติงานและการรับรู้บทบาทหน้าที่ อสม. และการได้รับแรงสนับสนุนทางสังคมและสอดคล้องกับการศึกษาของ พัชรสมณี อ่วมเกิด (2560) ที่ศึกษาปัจจัยทำนายพฤติกรรมการใช้ยาปฏิชีวนะของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านในจังหวัดปทุมธานี พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการใช้ยาปฏิชีวนะที่ถูกต้องและเหมาะสมในระดับดี ปัจจัยที่สามารถร่วมทำนายพฤติกรรมการใช้ยาปฏิชีวนะของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี ได้แก่ ทศนคติเกี่ยวกับการใช้ยาปฏิชีวนะ รายได้สูงกว่าเดือนละ 30,000 บาท เพศหญิง ความรู้เรื่องการเข้าใจและสรรพคุณของยาปฏิชีวนะ โดยสามารถร่วมทำนายพฤติกรรมการใช้ยาปฏิชีวนะของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านในจังหวัดปทุมธานีได้ร้อยละ 18.00



วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ศึกษายานายพฤติกรรมการใช้ยาสามัญประจำบ้านอย่างเหมาะสมของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน พบว่า ตัวแปรอิสระ 4 ตัว สามารถร่วมพยากรณ์พฤติกรรมในการใช้ยาสามัญประจำบ้านอย่างปลอดภัย โดยความรู้ด้านการเข้าถึงข้อมูล มีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาคือ ความรู้เรื่องการใช้ยาสามัญประจำบ้าน ความรู้ด้านการประยุกต์ใช้ข้อมูลสุขภาพ และการรับรู้ความรุนแรงจากการใช้ยาและการจัดการยาสามัญประจำบ้านที่ไม่เหมาะสม อาจเนื่องมาจากการปฏิบัติงานของ อสม. มีหน้าที่ถ่ายทอดและเชื่อมโยงข้อมูลสู่ประชาชนในชุมชน เป็นแบบอย่างที่เหมาะสมในการใช้ยาสามัญประจำบ้านอย่างถูกต้องและสามารถให้คำแนะนำประชาชนในเขตรับผิดชอบให้มีพฤติกรรมที่ถูกต้องในการใช้ยาสามัญประจำบ้าน สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องความรู้ด้านสุขภาพของ Nutbeam (2008) กล่าวว่า ความรู้ด้านสุขภาพระดับพื้นฐาน คือ สมรรถนะในการอ่าน เขียน คำนวณ และการเรียนรู้ที่จำเป็นเพื่อให้สามารถนำข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพไปใช้ในชีวิตประจำวันเพื่อคงไว้เพื่อสภาวะสุขภาพ เช่น การอ่านใบยินยอม การอ่านฉลากยา การเขียนข้อมูลการดูแลสุขภาพ การทำความเข้าใจต่อการให้ข้อมูลทั้งข้อความเขียนและพูดจากเจ้าหน้าที่ด้านสุขภาพรวมถึงการปฏิบัติตัวตามคำแนะนำ ความรู้ด้านสุขภาพระดับพื้นฐานถือว่าเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาทักษะที่จะสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพในระดับต่อไปอย่างมีประสิทธิภาพ และจากผลการศึกษาความรู้ด้านการประยุกต์ใช้ข้อมูลสุขภาพ และการรับรู้ความรุนแรงจากการใช้ยาและการจัดการยาสามัญประจำบ้านที่ไม่เหมาะสมถือว่าเป็นรอบรู้ด้านสุขภาพขั้นปฏิสัมพันธ์ ได้แก่ ทักษะทางสังคมในการเข้าร่วมกิจกรรม รู้จักเลือกใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพ ร่วมกับสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลกับเจ้าหน้าที่ด้านสุขภาพ หรือการสื่อสารข้อมูลด้านสุขภาพด้วยวิธีการพูด อ่าน เขียนให้ผู้อื่นเข้าใจได้ ในการพัฒนาให้ อสม. มีพฤติกรรมในการใช้ยาสามัญประจำบ้านอย่างปลอดภัยถือได้ว่าเป็นการสร้างความรู้ด้านสุขภาพไปสู่ขั้นสูงสุดคือความรู้ด้านสุขภาพขั้นวิจารณ์ญาณที่สามารถประยุกต์ใช้ข้อมูลข่าวสารในการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ และควบคุมจัดการสถานการณ์ในชีวิตประจำวันได้ เน้นการกระทำของปัจเจกบุคคลและการมีส่วนร่วมผลักดันสังคม การเมืองไปพร้อมกัน เป็นการเชื่อมโยงของบุคคลกับสังคมและสุขภาพของประชาชนทั่วไป เช่น การเป็นแกนนำเพื่อสุขภาพหรือการเข้าร่วมชมรมเพื่อสุขภาพในชุมชน สอดคล้องกับการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยาอย่างเหมาะสมและปลอดภัยของอาสาสมัครสาธารณสุขของ วิรัตน์ แก้วภูมิแห่ (2560) ที่พบว่า ความรู้และเจตคติเรื่องการใช้ยาอย่างเหมาะสมและปลอดภัยมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ยาอย่างเหมาะสมและพบว่าการสร้างความรอบรู้ด้านการใช้ยาอย่างสมเหตุสมผลของอาสาสมัครประจำหมู่บ้าน พบว่า ด้านความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลและบริการสุขภาพที่น่าเชื่อถือ และด้านความสามารถในการสื่อสารข้อมูลสารสนเทศและความสามารถในการสื่อสารกับสังคมหลังการอบรมสูงกว่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ศุทธิณี วัฒนกุล ศศิธร ชิดนาย พิเชษฐ์ แซ่ไชว ดำริห์ ทริยะ ศิวไล ปันวารินทร์และพรฤดี นิธิรัตน์, 2563)



ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

จากผลการศึกษา พบว่า ความรู้เรื่องการใช้ยาสามัญประจำบ้าน ความรอบรู้ด้านสุขภาพในด้าน การเข้าใจข้อมูล ความรอบรู้ด้านการประยุกต์ใช้ข้อมูลสุขภาพ และการรับรู้ความรุนแรงจากการใช้ยาและ การจัดการยาสามัญประจำบ้านที่ไม่เหมาะสม เป็นปัจจัยที่มีร่วมทำนายพฤติกรรมในการใช้ยาสามัญประจำ บ้านอย่างปลอดภัย หน่วยงาน และบุคลากรที่เกี่ยวข้องควรมีการพัฒนาสื่อสุขภาพเพื่อให้ความรู้เรื่องการใช้ยา สามัญประจำบ้านและให้อาสาสมัครรับรู้ถึงความรุนแรงจากการใช้ยาและการจัดการยาสามัญประจำบ้านที่ไม่ เหมาะสม นอกจากนี้ ควรมีการอบรมทักษะความรู้ทางสุขภาพด้านการใช้ยาและการจัดการยาสามัญ ประจำบ้านให้แก่อาสาสมัครสาธารณสุขอย่างต่อเนื่องจนสามารถนำความรู้และทักษะที่ได้จากการอบรม ไป ประชาสัมพันธ์ให้แก่ประชาชนในพื้นที่ความรับผิดชอบของตนเอง

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการนำข้อค้นพบจากการศึกษาไปศึกษาต่อเพื่อสร้างและพัฒนาแนวปฏิบัติในการอบรมเพื่อ เพิ่มสมรรถนะให้แก่อาสาสมัครสาธารณสุขในการสื่อสารให้แก่ประชาชนในพื้นที่ให้มีพฤติกรรมการใช้ยาสามัญ ประจำบ้านอย่างปลอดภัย

บรรณานุกรม

- กองสุขศึกษา กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข. (2563). *การประเมินความรู้ด้านสุขภาพ ของคนไทย อายุ 15 ปีขึ้นไป ในการปฏิบัติตามหลัก 3อ.2ส.* กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวง สาธารณสุข.
- ทรรศนีย์ บุญมั่น. (2564). *ปัจจัยที่มีผลต่อความรู้ด้านสุขภาพของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน จังหวัดสุโขทัย.* (วิทยานิพนธ์สาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยนเรศวร, จังหวัด พิษณุโลก.
- บุญใจ ศรีสถิตย์นรากร. (2553). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางพยาบาลศาสตร์.* กรุงเทพฯ: ยูแอนด์ไออินเตอร์มีเดีย.
- ประยูรศรี บุตรแสนคม. (2555). การคัดเลือกตัวแปรพยากรณ์เข้าในสมการถดถอยพหุคูณ. *วารสารการวัดผล การศึกษา*, 17(1), 43-60.
- พัชรสนธิ อ่วมเกิด. (2560). *ปัจจัยทำนายพฤติกรรมการใช้ยาปฏิชีวนะของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำ หมู่บ้านในจังหวัดปทุมธานี.* (วิทยานิพนธ์พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, จังหวัดปทุมธานี.
- วิรัตน์ แก้วภูมิแห่. (2560). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยาอย่างเหมาะสมและปลอดภัยของ อาสาสมัครสาธารณสุข. *วารสารวิชาการแพทย์*, 31(1), 61-71.
- ศุทธิณี วัฒนกุล, ศศิธร ชิดนาย, พิเชษฐ์ แซ่โซว, ดำริห์ ทริยะ, ศิวีไล ปันวารินทร์ และพรฤดี นิธิรัตน์. (2563). ความรอบรู้ด้านการใช้ยาอย่างสมเหตุผลของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน. *วารสาร วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี*, 12(2), 72-81.



- สกุลรัตน์ รัตนาเกียรติ. (2555). *ยาสามัญประจำบ้าน (แผนปัจจุบัน แผนโบราณ)*. สืบค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2565 จาก <http://www.slideshare.net/UtaiSukviwatsirikul/ss-17387648>.
- สินีนานู วิทยพิเชษฐสกุล และอุกฤษฏ์ สิทธิบุศย์. (2557). พฤติกรรมการใช้ยาของอาสาสมัครประจำหมู่บ้าน ตำบลบ่อแก้วทอง อำเภอบ่อทอง จังหวัดชลบุรี. *วารสารสาธารณสุขมหาวิทยาลัยบูรพา*, 9(1), 117-128.
- อุดมลักษณ์ อู่สาหะ. (2561). *พฤติกรรมการใช้ยาสามัญประจำบ้านของประชาชน อำเภอท่าช้าง จังหวัดสิงห์บุรี*. (สาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา, จังหวัดชลบุรี.
- Badran, I.G (1995). Knowledge, attitude and practice the three pillars of excellence and wisdom: A place in the medical profession. *Eastern Mediterranean Health Journal*, 1, 8-16.
- Bloom, Benjamin S. (1976). *Taxonomy of Education Objective, Handbook I: Cognitive Domain*. New York: David Mckay.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. (2nd ed.). USA: LawrenceErlbaum associates.
- Nutbeam D. (2008). The evolving concept of health literacy. *Social Science and Medicine*, 67(12), 2072-2078.



Received: July 11, 2022
Revised: October 15, 2022
Accepted: December 12, 2022

อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์
ที่ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการแอปพลิเคชันมิวสิกสตรีมมิ่ง
ของกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย ในกรุงเทพมหานคร
The Influence of Marketing Mix and E-Service Quality on Loyalty in
Using Music Streaming Services of Generation Y in Bangkok

พัชทิมา จารุศิริ (Patticha Charusiri)¹
จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์ (Jakkrapan Kittinorarat)²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการแอปพลิเคชันมิวสิกสตรีมมิ่ง ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่ใช้แอปพลิเคชันมิวสิกสตรีมมิ่งใน กรุงเทพมหานคร และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวกจนได้ตัวอย่าง จำนวน 384 คน โดยวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยสถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมานเพื่อการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษา พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ และราคาส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการ ส่วนคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ด้านการบรรลุเป้าหมาย ความพร้อมใช้งานของระบบ และความเป็น ส่วนตัวส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการแอปพลิเคชันมิวสิกสตรีมมิ่งเช่นกัน

คำสำคัญ ส่วนประสมทางการตลาด คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ ความภักดีของลูกค้า

Abstract

The objectives of this independent study were to investigate the influence of marketing mix and E-service quality on customer loyalty in using music streaming services. This study was quantitative research. The data were collected by the online questionnaire distributing to generation Y users of music streaming applications in Bangkok. The 384 samples were selected by convenience sampling technique. The data was analyzed by descriptive statistics.

¹ สาขาวิชาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สังกัดคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

² สาขาวิชาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สังกัดคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร



The inferential statistics were also used for hypothesis testing by multiple regression analysis.

The study revealed that the marketing mix factors, product and price affected the loyalty in using music streaming services. In addition, E-service quality factors regarding goal achievement, system availability and privacy also affected the loyalty in using music streaming services.

Keywords: Marketing Mix, E-service Quality, Customer Loyalty

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันเทคโนโลยีพัฒนาไปอย่างรวดเร็วนับตั้งแต่การเปลี่ยนผ่านจากยุคแอนะล็อกเข้าสู่ยุคดิจิทัล เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวัน เปลี่ยนวิถีชีวิตของผู้คนจากออฟไลน์สู่ออนไลน์มากขึ้น (WICE Logistics, 2561) ซึ่งสังคมไทยเข้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ จากผลสำรวจการใช้งานอินเทอร์เน็ตของคนไทยประจำปี พ.ศ. 2563 ของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.) หรือ ETDA (เอ็ตด้า) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม พบว่า คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยวันละ 11 ชั่วโมง 25 นาที เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2562 ถึง 1 ชั่วโมง 3 นาที โดยผู้ใช้งานมีสัดส่วนการทำกิจกรรมผ่านช่องทางออนไลน์มากกว่าช่องทางออฟไลน์ (สำนักยุทธศาสตร์ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2563) ทั้งนี้ การพัฒนาเทคโนโลยีได้เปลี่ยนแปลงช่องทางการเข้าถึงสื่ออย่างชัดเจน โดยเฉพาะช่องทางการฟังเพลง ในอดีตผู้คนฟังเพลงผ่านเครื่องเล่นแผ่นเสียง เครื่องเล่นเทปคาสเซ็ท เครื่องเล่นซีดี หรือเครื่องเล่นเอ็มพี 3 ที่ต้องดาวน์โหลดไฟล์เพลงไว้ในเครื่อง แต่ปัจจุบันผู้คนสามารถฟังเพลงผ่านเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน ซึ่งการฟังเพลงรูปแบบนี้เรียกว่า มิวสิกสตรีมมิ่ง

มิวสิกสตรีมมิ่ง คือ การฟังเพลงในรูปแบบออนไลน์ โดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลาง เป็นที่นิยมอย่างมากเนื่องจากเป็นช่องทางฟังเพลงออนไลน์ที่สะดวกไม่ต้องดาวน์โหลดไฟล์ไว้ในเครื่องอีกต่อไป และสามารถฟังเพลงจากที่ใดก็ได้สอดคล้องกับพฤติกรรมของคนในยุคดิจิทัล ในประเทศไทยมีผู้ให้บริการมิวสิกสตรีมมิ่งหลายราย แต่ที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายมี 4 ราย ได้แก่ Joox มีผู้ฟังคิดเป็นร้อยละ 71 Spotify มีผู้ฟังคิดเป็นร้อยละ 25 Apple Music คิดเป็นร้อยละ 11 และ YouTube Music เป็นผู้ให้บริการรายล่าสุด ผู้ใช้งานจึงมีทางเลือกในการฟังเพลง แต่ในขณะเดียวกันผู้ให้บริการต่างออกแบบการใช้งาน พัฒนาบริการรวมถึงฟีเจอร์ต่าง ๆ เพื่อตอบสนองการใช้งานและดึงผู้ใช้งานมาอยู่ในบริการมิวสิกสตรีมมิ่งของตนให้มากที่สุด โดยมิวสิกสตรีมมิ่งมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่องตามการเติบโตของการใช้อินเทอร์เน็ตและการใช้สมาร์ทโฟน ซึ่งกลุ่มคนที่ใช้อินเทอร์เน็ตและสมาร์ทโฟนมากที่สุดคือ เจเนอเรชันวาย (สำนักยุทธศาสตร์ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2563; CIBA, 2563)

เจเนอเรชันวาย (Gen Y) คือ คนที่เกิดในช่วงปีพ.ศ.2524 - 2543 ปัจจุบันมีอายุระหว่าง 21 - 40 ปี (สำนักยุทธศาสตร์ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2563) คนกลุ่มนี้คุ้นเคยกับเทคโนโลยีเป็นอย่างดี เพราะเติบโตในยุคที่อินเทอร์เน็ตเริ่มเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน อีกทั้งคนกลุ่มนี้เป็นผู้บริโภคหลักในทุกอุตสาหกรรม เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศไทยหรือเกือบ 1 ใน 3 ของประเทศ มีรายได้ค่อนข้างสูงและมีอัตราการใช้จ่ายต่อรายได้สูงที่สุด



เมื่อเทียบกับคนเจนเนอเรชันก่อน จึงเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ธุรกิจให้ความสำคัญ (The Bangkok Insight Editorial Team, 2562) รวมถึงมีวสิทศตรีมมิ่งที่ขับเคลื่อนด้วยกลุ่มคนฟังหลักคือ เจเนอเรชันวาย โดยเฉพาะในกรุงเทพมหานครที่มีผู้ใช้งานสูงที่สุดร้อยละ 55 (BLT, 2562) อย่างไรก็ตามกลุ่มนี้ไม่สามารถตอบสนองด้วยตราสินค้าใดตราสินค้าหนึ่ง จะเลือกบริการที่มีคุณภาพและเป็นไปตามที่ต้องการ และไม่ลังเลที่จะเปลี่ยนหรือหาตัวเลือกใหม่มาทดแทน หากผลิตภัณฑ์ที่ใช้อยู่ไม่ตรงกับความต้องการอีกต่อไป ดังนั้น แนวคิดในเรื่องส่วนประสมการตลาดและคุณภาพบริการเป็นสิ่งสำคัญสำหรับกลุ่มเจนเนอเรชันวาย เพราะคนกลุ่มนี้จะประเมินความคุ้มค่า บริการที่มีคุณภาพ หากสามารถสร้างความภักดีให้เกิดขึ้นกับคนกลุ่มนี้ได้ จะช่วยสนับสนุนหรือมอบผลประโยชน์ให้องค์กรในระยะยาว (Gronroos, 2000, อ้างถึงใน สรญา เข็มเจริญ, 2559)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาด และคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการแอปพลิเคชันมีวสิทศตรีมมิ่งของกลุ่มเจนเนอเรชันวาย ในกรุงเทพมหานคร

การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยในอดีตที่ผ่านมา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในครั้งนี้ ทำให้ได้ข้อสรุปงานวิจัยที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ส่วนประสมทางการตลาด และคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์กับความภักดีของลูกค้า ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับความภักดีของลูกค้า

ผู้วิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	สรุปผลการวิจัย
Annisa & Rahayu (2016)	นักศึกษามหาวิทยาลัยบรจวิทยาที่ เป็นลูกค้าของ PT Smartfren Telecom, Tbk.จำนวน 100 คน	พบว่า ตัวแปรราคา การส่งเสริมการตลาด และหลักฐานทางกายภาพมีอิทธิพลต่อ ความภักดีของลูกค้าในการใช้งานผลิตภัณฑ์ ข้อมูลมือถือของ PT. Smartfren Telecom, Tbk
Akbar & Zain (2014)	ผู้ใช้งาน Smartfren จำนวน 100 คน	พบว่า ตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดมี ผลในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความ ตั้งใจซื้อซ้ำเมื่อผ่านความพึงพอใจ
Souar, Mahi, & Ameer (2015)	ลูกค้าของบริษัทโทรคมนาคมประเทศ แอลจีเรียจำนวน 100 คน	พบว่าผลิตภัณฑ์ กระบวนการ และ การส่งเสริมการตลาดมีผลในเชิงบวกและ มีนัยสำคัญต่อความภักดีของลูกค้า



ตารางที่ 1 (ต่อ)

ผู้วิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	สรุปผลการวิจัย
รัฐชน ภาโนชิต, เอก บุญเจือ และ วรัท วิณีจ (2563)	ผู้ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ เคลื่อนที่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 405 คน	พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ ธุรกิจบริการที่ส่งผลต่อความภักดี คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัย ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ และปัจจัย ด้าน การจัดจำหน่าย
ศลิษา ธาตุชนะ และ ประพล เปรมทองสุข (2563)	ผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab Food จำนวน 100 คน	พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ Grab Food มากที่สุด คือ ด้านราคา และ ด้านการจัดจำหน่าย
สุชาวดี ดำรงเถิง เกียรติ, วอนชนก ไชย สุนทร และสิงหะ ฉวีสุข (2562)	ผู้ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ เคลื่อนที่ที่พักอาศัยในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน	พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด ด้าน ผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาดมี ผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโทรศัพท์ เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมี นัยสำคัญที่ระดับ 0.01
กรวิทย์ เจริญวิศาล และอริสรา เสยานนท์ (2561)	กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการ Mobile Banking ธนาคารออมสิน สำนักงาน ใหญ่จำนวน 400 คน	พบว่า ความพึงพอใจส่วนประสมทาง การตลาดด้านราคา ด้านช่องทางการใช้ บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้าน ลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อความภักดี ในการใช้บริการ MYMO
สุภัทสร ศรีมนตรี และภิเชก ชัยนิรันดร์ (2558)	ประชาชนทั่วไปที่ซื้อสินค้าและบริการ จากอินเทอร์เน็ตจำนวน 400 คน	พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการส่งมอบสินค้า ด้าน การส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับ ความภักดีในพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในทิศ ทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 1 แสดงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับตัวแปรที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า โดยผู้วิจัย
กลุ่มนี้ได้ข้อค้นพบจากการศึกษาสอดคล้องกัน กล่าวคือ ส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อความภักดีของ
ลูกค้า



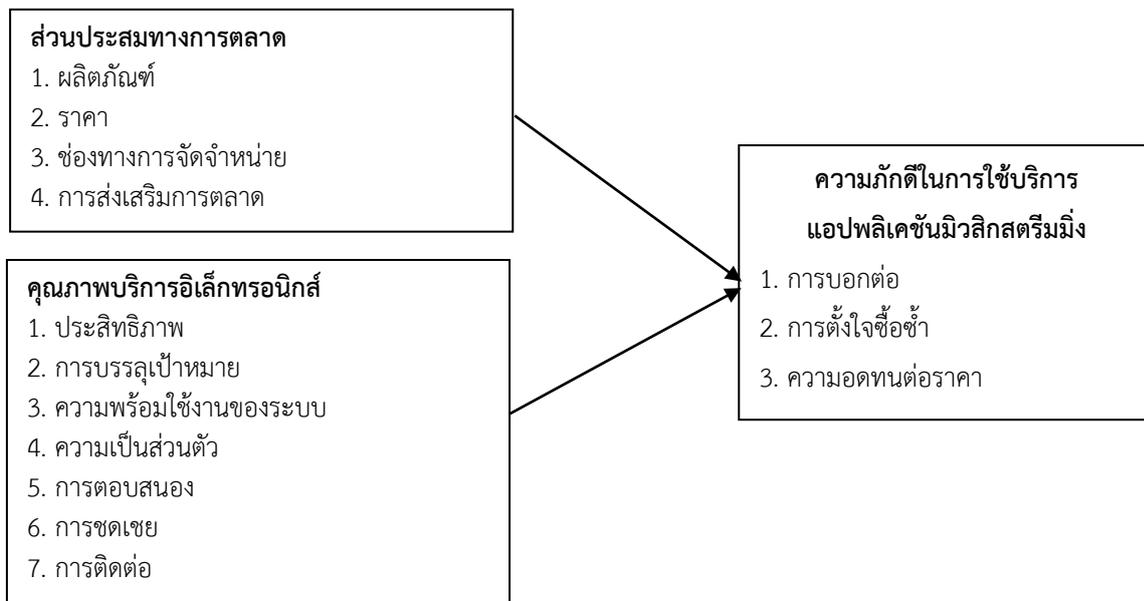
ตารางที่ 2 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องช่องระหว่างคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์กับความภักดีของลูกค้า

ผู้วิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	สรุปผลการวิจัย
Alotaibi (2021)	พลเมืองซาอุดีอาระเบียจำนวน 555 คน	พบว่า ความพร้อมใช้งานของระบบ การบรรจุเป้าหมาย การตอบสนอง การชดเชย และการติดต่อ มีผลกระทบในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความภักดีของลูกค้าเอ็ม-คอมเมอร์ซ ในขณะที่ประสิทธิภาพและความเป็นส่วนตัวไม่มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อความภักดีของลูกค้าเอ็มคอมเมอร์ซ
Jo & Mo (2018)	นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารในไนจีเรียจำนวน 167 คน	พบว่า การบรรจุเป้าหมายเป็นเพียงมิติเดียวที่มีอิทธิพลต่อความภักดีอย่างมีนัยสำคัญ
Zehir & Narcikara (2016)	ลูกค้าของร้านค้าปลีกออนไลน์ 10 แห่งที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในประเทศตุรกีจำนวน 645 คน	พบว่า มีความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นระหว่างคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ และความภักดี
Lee, Cha, & Cho (2012)	ผู้ใช้เว็บไซต์โซเซียลคอมเมอร์ซเป็นประจำจำนวน 137 คน	พบว่า ปัจจัยความพร้อมใช้งานของระบบ และการชดเชยไม่มีนัยสำคัญพอที่จะส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า
Marimon, Yaya, & Fa (2012)	ลูกค้าชาวสเปนที่ใช้บริการ e-banking จำนวน 428 คน	พบว่า ประสิทธิภาพของเว็บไซต์ และการตอบสนองต่อข้อร้องเรียนมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความภักดีทางอิเล็กทรอนิกส์
วัชร เวชประสิทธิ์ และคณะ (2564)	ลูกค้าทั่วไปในจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ที่ใช้บริการซื้อสินค้าทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้จำหน่ายสินค้าออนไลน์จำนวน 385 คน	พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความภักดีของลูกค้า มี 5 ด้าน ได้แก่ ความมั่นใจ/ไว้วางใจ การออกแบบเว็บไซต์ ความพร้อมของระบบ การสร้างบริการให้เป็นรูปธรรม และการตอบสนองลูกค้า โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีอำนาจพยากรณ์ได้ร้อยละ 79.50

จากตารางที่ 2 แสดงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับตัวแปรที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า โดยผู้วิจัยกลุ่มนี้ได้ข้อค้นพบจากการศึกษาสอดคล้องกัน กล่าวคือ คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า



ดังนั้น ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับตัวแปรที่ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการแอปพลิเคชันมิวสิกสตรีมมิ่ง พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด และคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการแอปพลิเคชันมิวสิกสตรีมมิ่ง จึงนำมาซึ่งกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ผลจากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา และกรอบแนวคิดนำมาสู่สมมติฐานวิจัย ดังนี้

1. ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการแอปพลิเคชันมิวสิกสตรีมมิ่งของกลุ่มเจนเอเรชันวายในกรุงเทพมหานคร

2. คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วยประสิทธิภาพ การบรรลุเป้าหมาย ความพร้อมใช้งานของระบบความเป็นส่วนตัว การตอบสนอง การชดเชย และการติดต่อส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการแอปพลิเคชันมิวสิกสตรีมมิ่งของกลุ่มเจนเอเรชันวายในกรุงเทพมหานคร

วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ ที่ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการแอปพลิเคชันมิวสิกสตรีมมิ่งของกลุ่มเจนเอเรชันวายในกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยแบบเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้แก่ กลุ่มเจนเอเรชันวายที่ใช้แอปพลิเคชันมิวสิกสตรีมมิ่งในกรุงเทพมหานคร โดยหน่วยวิเคราะห์ คือ หน่วยบุคคลได้แก่ กลุ่มเจนเอเรชันวายที่ใช้แอปพลิเคชันมิวสิกสตรีมมิ่งจำนวน 384 ชุด ตามสูตรของคอคแรน (Cochran, 1977 อ้างใน จีรวุฒิ เอกะกุล, 2543)



เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามออนไลน์ที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม ดังพิจารณาจากดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ได้เท่ากับ 0.97 และมีค่าความน่าเชื่อถือ ซึ่งพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของครอนบาครายด้านและทั้งชุด มีค่า อยู่ระหว่าง .87 - .94 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือได้มาก (Ahdika, 2017)

วิธีรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวความคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็น แนวทางในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาตามกรอบแนวความคิดในการวิจัย โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันไลน์และแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กไปยังประชากรเป้าหมาย คือ กลุ่มเจนเอเรชั่นวาย อายุระหว่าง 21 - 40 ปี ในกรุงเทพมหานครและใช้แอปพลิเคชันมิวสิกสตรีมมิ่งในปัจจุบัน จนกระทั่งได้กลับคืนมาจำนวน 384 ชุด ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบในแบบสอบถามจัดหมวดหมู่ของข้อมูลในแบบสอบถามเพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์ทางสถิติ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ผู้วิจัยได้ใช้เทคนิคการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธีการ Enter ทั้งนี้มีการตรวจสอบปัญหาความสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรอิสระหรือปัจจัยที่มีอิทธิพลซ้ำซ้อน (Multicollinearity) ด้วยค่าสถิติ Tolerance และ VIF

ผลการวิจัย

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21 - 25 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี โดยเป็นพนักงานเอกชน รายได้เฉลี่ย 12,001 - 18,000 บาทต่อเดือน และใช้ YouTube Music มีสัดส่วนมากที่สุด โดยกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด และคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ ในระดับมากทุกด้าน ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีความภักดีในการใช้บริการแอปพลิเคชันมิวสิกสตรีมมิ่งอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการแอปพลิเคชันมิวสิกสตรีมมิ่งของกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย ในกรุงเทพมหานคร



ตารางที่ 3 อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการแอปพลิเคชัน
มิวสิกสตรีมมิ่ง

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (b)	t	Sig. t	tolerance	VIF
ผลิตภัณฑ์ (X ₁)	.294	4.756	.000**	.415	2.407
ราคา (X ₂)	.381	6.439	.000**	.362	2.759
ช่องทางการจัดจำหน่าย (X ₃)	.140	1.904	.058	.284	3.518
การส่งเสริมการตลาด (X ₄)	-.032	-.569	.570	.412	2.425
ค่าคงที่	.794	4.667	.000**		
R ² = .485 SEE = .593 F= 91.044 Sig of F = .000					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า ส่วนประสมการตลาดด้าน ผลิตภัณฑ์ (X₁) และราคาราคา (X₂) ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการแอปพลิเคชันมิวสิกสตรีมมิ่ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยทั้ง 2 ปัจจัยสามารถร่วมกันพยากรณ์ความภักดีในการใช้บริการแอปพลิเคชันมิวสิกสตรีมมิ่ง ได้ถึงร้อยละ 48.5 ซึ่งสามารถนำมาเขียนสมการประมาณค่า ได้ดังนี้

$$y = .794 + .294(X_1) + .381(X_2)$$

สมมติฐานที่ 2 คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการแอปพลิเคชันมิวสิกสตรีมมิ่งของกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย ในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4 อิทธิพลของคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการแอปพลิเคชันมิวสิกสตรีมมิ่ง

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (b)	t	Sig. t	tolerance	VIF
ประสิทธิภาพ (X ₁)	.111	1.641	.102	.264	3.781
การบรรลุเป้าหมาย (X ₂)	.163	2.209	.028*	.219	4.562
ความพร้อมใช้งานของระบบ (X ₃)	.179	2.478	.014*	.217	4.606
ความเป็นส่วนตัว (X ₄)	.249	3.808	.000*	.262	3.822
การตอบสนอง (X ₅)	.062	.928	.354	.221	4.517
การชดเชย (X ₆)	.088	1.401	.162	.231	4.322
การติดต่อ (X ₇)	-.005	-.103	.918	.372	2.686
ค่าคงที่	.501	3.173	.002*		
R ² = .556 SEE = .551 F= 69.460 Sig of F = .000					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ด้านบรรลุเป้าหมาย (X2) ความพร้อมใช้งานของระบบ (X3) และความเป็นส่วนตัว (X4) ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการแอปพลิเคชันมิวสิกสตรีมมิ่ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยทั้ง 3 ปัจจัยสามารถรวมกันพยากรณ์ความภักดีในการใช้บริการแอปพลิเคชันมิวสิกสตรีมมิ่ง ได้ถึงร้อยละ 55.6 ซึ่งสามารถนำมาเขียนสมการประมาณค่า ได้ดังนี้

$$y = .501 + .163(X2) + .179(X3) + .249(X4)$$

อภิปรายผล

จากการวิจัย เรื่อง “อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการแอปพลิเคชันมิวสิกสตรีมมิ่งของกลุ่มเจนเอเรชันวายในกรุงเทพมหานคร” สามารถอภิปรายผลให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. ผลลัพธ์ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการแอปพลิเคชันมิวสิกสตรีมมิ่ง เป็นเพราะบริการแอปพลิเคชันมิวสิกสตรีมมิ่งตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งาน กล่าวคือ แอปพลิเคชันมีจำนวนเพลงให้ผู้ใช้งานได้เลือกฟังเยอะ เพลงมีความหลากหลาย มีคุณภาพเสียงที่คมชัด เป็นต้น ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับ สุขชาติ ดำรงเก็กเกียรติ, วอนชนก ไชยสุนทร และสิงหะ ฉวีสุข (2562) ซึ่งพบว่า ผลลัพธ์ที่มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยอธิบายถึงผลการศึกษา ดังกล่าวว่า เนื่องจากผลลัพธ์เป็นปัจจัยหลักที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ หากผลลัพธ์หรือบริการมีคุณภาพที่ดี มีความน่าสนใจ และเข้าถึงความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มเป้าหมายได้นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ซูอาร์, มหิ และอัมัวร์ (Souar, Mahi, & Ameer, 2015) ที่พบว่าผลลัพธ์ที่มีผลในเชิงบวกและมีนัยสำคัญต่อความภักดีของลูกค้า

2. ราคาส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการแอปพลิเคชันมิวสิกสตรีมมิ่ง เนื่องจากจำนวนเงินที่ผู้ใช้งานจ่ายไปมีความคุ้มค่ากับบริการที่ได้รับจากแอปพลิเคชันมิวสิกสตรีมมิ่ง รวมถึงการมีแพ็คเกจราคาแตกต่างกันและหลากหลาย ที่ผู้ใช้งานสามารถเลือกซื้อได้ตามความเหมาะสมกับการใช้งานของตนเอง ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับ ศลิษา ธาตุชนะ และประพล เปรมทองสุข (2563) ที่พบว่า ราคามีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อผู้ใช้แอปพลิเคชัน Grab Food เพราะมีราคาที่เหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับระยะเวลาที่มีความคุ้มค่า และมีราคาเป็นมาตรฐานตามที่ร้านกำหนด อีกทั้งผู้วิจัยจำนวนหนึ่ง (รัฐชน ภาโนชิต, เอกบุญเจือ และวราห์ วินิจ, 2563; กรวิทย์ เจริญวิศาล และอริสรา เสยานนท์, 2561; สุภัตสร ศรีมนตรี และภิเชกชัยนิรันดร์, 2558) ที่มีผลการศึกษาสอดคล้องกันคือ ราคามีผลต่อความภักดีของลูกค้า

3. การบรรลุเป้าหมายส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการแอปพลิเคชันมิวสิกสตรีมมิ่งของกลุ่มเจนเอเรชันวายในกรุงเทพมหานคร เป็นเพราะว่าบริการแอปพลิเคชันมิวสิกสตรีมมิ่งปฏิบัติตามคำมั่นสัญญาในการให้บริการกับผู้ใช้งาน กล่าวคือ ผู้ใช้งานได้รับบริการตามที่แอปพลิเคชันระบุไว้ ซึ่งมีความสำคัญต่อการสร้างความสัมพันธ์ที่เชื่อถือได้ระหว่างผู้ให้บริการกับผู้ใช้งาน (Firdous & Farooqi, 2019) ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับ ซิฮีร์ และนาซิคารา (Zehir & Narcikara, 2016) ที่พบว่า การบรรลุเป้าหมายมีความสัมพันธ์กับความภักดี

4. ความพร้อมใช้งานของระบบ ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการแอปพลิเคชันมิวสิกสตรีมมิ่งของกลุ่มเจนเอเรชันวายในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากแอปพลิเคชันมิวสิกสตรีมมิ่งมีความเสถียร ไม่ขัดข้องขณะใช้



งาน ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้ใช้มั่นใจได้ว่าแอปพลิเคชันพร้อมใช้งานอย่างต่อเนื่องโดยไม่มีข้อผิดพลาดทางเทคนิคใด ๆ (Firdous & Farooqi, 2019) ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับ กาญจนา ศิริแดง (2562) รวมทั้งวัชร เวชประสิทธิ์ และคณะ (2564) ที่พบว่า ความพร้อมใช้งานของระบบส่งผลต่อความภักดี

5. ความเป็นส่วนตัวก็ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการ อาจเป็นเพราะว่าผู้ใช้งานรับรู้ได้ถึงความปลอดภัยในการใช้งานแอปพลิเคชันมีวสิกสตรีมมิ่ง กล่าวคือ แอปพลิเคชันรักษาข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้งาน รวมถึงความปลอดภัยของช่องทางการชำระค่าบริการ ซึ่งผู้ใช้งานเน้นความเป็นส่วนตัว (Zehir & Narcikara, 2016) เพราะความเป็นส่วนตัวมีความสำคัญที่สุดที่ช่วยให้ผู้ใช้งานมั่นใจได้ว่าข้อมูลจะได้รับการคุ้มครอง โดยเฉพาะข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธุรกรรมทางการเงิน (Firdous & Farooqi, 2019) ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับ ธัญญธร วิทยุพาณิชยการ (2563) ที่พบว่า ความเป็นส่วนตัวมีความสัมพันธ์กับความภักดีของผู้ใช้บริการ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ควรเพิ่มเพลงเก่า เพลงนอกระแสในแอปพลิเคชันมีวสิกสตรีมมิ่งให้มากขึ้น เพื่อตอบสนองกลุ่มเจนเอเรชันวายที่เป็นผู้ฟังในตลาดเฉพาะกลุ่ม

1.2 ด้านราคา ควรให้ความสำคัญกับราคาค่าบริการ เนื่องจากราคาส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการมากที่สุด โดยบริการแอปพลิเคชันมีวสิกสตรีมมิ่งนี้ควรมีราคาที่หลากหลายให้ผู้ใช้งานเลือกตามลักษณะการใช้งาน ซึ่งผู้ให้บริการสามารถนำข้อมูลนี้ในการกำหนดกลยุทธ์เรื่องราคาให้ตอบสนองต่อผู้ใช้งานต่อไป

1.3 ด้านการบรรจุเป้าหมาย แอปพลิเคชันมีวสิกสตรีมมิ่งควรรักษาคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ในด้านนี้ไว้ เนื่องจากเป็นสิ่งที่ผู้ใช้คาดหวังที่จะได้รับจากแอปพลิเคชัน ไม่ว่าจะ เป็น แอปพลิเคชันมีวสิกสตรีมมิ่งมีเพลงให้เลือกฟังเยอะ คุณภาพเสียงเพลงคมชัด และอัปเดตเพลงใหม่อย่างรวดเร็ว

1.4 ด้านความพร้อมใช้งานของระบบ ผู้ให้บริการแอปพลิเคชันมีวสิกสตรีมมิ่งควรพัฒนาแอปพลิเคชันอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้แอปพลิเคชันมีความเสถียรต่อการใช้งานมากที่สุด

1.5 ด้านความเป็นส่วนตัว ควรให้ความสำคัญกับช่องทางการชำระค่าบริการให้มีความปลอดภัย ปกป้องข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้ ปกป้องประวัติการฟังเพลง และจัดเก็บข้อมูลบัตรเครดิตของผู้ใช้งานเป็นอย่างดี ซึ่งมีส่วนช่วยให้ผู้ใช้งานรับรู้ได้ถึงความปลอดภัยในการใช้งาน

1.6 ด้านการติดต่อ ควรเพิ่มช่องทางที่สามารถติดต่อกับเจ้าหน้าที่ได้โดยตรง อาจมีหมายเลขโทรศัพท์หรือแชทออนไลน์ที่ผู้ใช้งานสามารถสอบถาม และแจ้งปัญหาเกี่ยวกับเจ้าหน้าที่ได้ตลอด 24 ชั่วโมง

2. ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

2.1 ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างอื่นร่วมด้วย เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาในกลุ่มเจนเอเรชันวายเท่านั้น และเมื่อนำมาวิเคราะห์ส่งผลให้ความภักดีไม่แตกต่างกัน ดังนั้น ควรทำการศึกษาต่อกับกลุ่มตัวอย่างในช่วงอายุอื่น ๆ ร่วมด้วย เพื่อนำผลที่ได้มาเปรียบเทียบความภักดีในแต่ละกลุ่มว่ามีความแตกต่างอย่างไรบ้าง

2.2 ควรศึกษาตัวแปรคั่นกลาง อาทิ ความพึงพอใจ เพื่ออธิบายว่าตัวแปรคั่นกลางดังกล่าวมีอิทธิพลต่อตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามอย่างไร



บรรณานุกรม

- กรวิทย์ เจริญวิศาล และอริสรา เสยานนท์. (2561). ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด และความภักดีต่อการใช้บริการ MYMO ของลูกค้าธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต.
- กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2563). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2563 (Thailand Internet User Behavior 2020). จาก <https://www.etcha.or.th/Useful-Resource/publications/Thailand-Internet-User-Behavior-2020.aspx>.
- กาญจนา ศิริแดง. (2562). คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อความภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการขนส่งพัสดุผ่านแอปพลิเคชัน. (การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์. (2559). ความภักดีของพนักงานมหาวิทยาลัยที่ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏ-พระนคร. วารสารเศรษฐศาสตร์และกลยุทธ์การจัดการ, 3(2), 17-25.
- ณิตา ททรัพย์สินวิวัฒน์. (2560). อุตสาหกรรมเพลงไทยในยุคประเทศไทย 4.0. วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม, 5(1), 157-167. สืบค้นเมื่อ 17 กันยายน 2564 จาก <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jcosci/article/view/94973>.
- ทรงพร อวยพร. (2560). การศึกษาปัจจัยด้านคุณสมบัติส่วนบุคคล ปัจจัยด้านการให้บริการระบบ 4G และปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดี ในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 4G: กรณีศึกษาผู้ใช้บริการเครือข่าย 4G เขตกรุงเทพมหานคร. (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ธีรวุฒิ เอกะกุล. (2543). ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. อุบลราชธานี: สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
- ธัญญธร ภิญญาพานิชย์การ. (2563). คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสตรีมมิ่งของ NETFLIX. (สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ธนากร เลิศสุดวิชัย. (2560). ทำความรู้จักกับ MUSIC STREAMING คืออะไร เปรียบเทียบ 3 ค่ายยักษ์ SPOTIFY, APPLE MUSIC และ JOOX. สืบค้นเมื่อ 17 กันยายน 2564. จาก <https://digitalmarketingwow.com/2017/08/25/music-streaming>.
- รัฐชน ภาโนชิต, เอก บุญเจือ และวรัท วินิจ. (2563). แนวโน้มความภักดีของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ต่อผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่. วารสารบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 6(3), 190-197.
- รัตติยา อังกุลานนท์. (2561). เจาะ 5 พฤติกรรมชาวมิลเลนเนียลยุค 4.0 พร้อมกลยุทธ์มัดใจผู้บริโภค 'สองชั่ว'. สืบค้นเมื่อ 16 กันยายน 2564. จาก <https://www.thebangkokinsight.com/news/business/marketing-trends/>



- วัชร เวชประสิทธิ์, ฐานิดา สุริยะวงศ์, ชนิดาภา อาษาบาล, มณฑนา สมพงษ์ และอารยา จงใจรักษ์. (2564). คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้จำหน่ายสินค้าออนไลน์ที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าในจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี*, 11(1), 115-123.
- ศลิษา ธาตุชนะ และประพล เปรมทองสุข. (2563). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab Food. สืบค้นเมื่อ 25 กันยายน 2564 จาก <http://www.mis.ms.su.ac.th/>.
- สุชาวดี ดำรงเถกิงเกียรติ, วอนชนก ไชยสุนทร และสิงหะ ฉวีสุข. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่. *วารสารการบริหารและการจัดการ*, 9(2), 27-40.
- สุภัทสร ศรีมนตรี และภิเชก ชัยนรินทร์. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าในพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. *วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ*, 8(2), 151-166.
- สรญา เข้มเจริญ. (2559). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์ต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่. (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- Ahdika, A. (2017). Improvement of quality, interest, critical, and analytical thinking ability of students through the application of research-based learning (RBL) in introduction to stochastic processes subject. *International Electronic Journal of Mathematics Education*, 12(2), 167-191.
- Akbar, H. R. W., & Zain, D. (2014). The relationship among marketing mix, satisfaction, and repurchase intention on Smartfren users at Brawijaya University. *Journal Ilmiah Mahasiswa*, 2(2), 122-134.
- Alotaibi, R. S. (2021). Understanding customer loyalty of M-Commerce applications in Saudi Arabia. *International Transaction Journal of Engineering, Management, & Applied Sciences & Technologies*, 12(6), 1-12. doi: 10.14456/ITJEMAST.2021.115.
- Annisa, D. N., Rahayu, M. (2016). The Influence of service marketing mix on Smartfren customer loyalty (study on Brawijaya University student as the Smartfren customers). *Journal Ilmiah Mahasiswa*, 3(2), 153-168.
- BLT. (2562). เจาะเทรนด์ตลาดเพลงยุคดิจิทัล คนไทยกว่า 10 ล้านคนฟังผ่านแอปฯ 3,000 ล้านครั้ง. สืบค้นเมื่อ 17 กันยายน 2564. จาก <https://www.bltbangkok.com/lifestyle/entertainment/4726/>.
- CIBA. (2563). CIBA มธบ. เผย ผลวิจัย “พฤติกรรมกรรมการเลือกรับชมออนไลน์คอนเทนต์” ชี้คนกรุงติดซีรีส์หนีบ. สืบค้นเมื่อ 17 กันยายน 2564. จาก <https://ciba.dpu.ac.th/ciba-มธบ-เผย-ผลวิจัย-พฤติกรรมกรม/>.
- Firdous, S., & Farooqi, R. (2019). Service quality to e-service quality: A paradigm shifts. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering & Operations Management*, 1656-1666.



- Gronroos, C. (2000). *Service Management and Marketing: A Customer Relationship Approach*. Chichester: John Wiley.
- Jo, A., & Mo, A. (2018). Factors influencing customer satisfaction and loyalty to internet banking services among undergraduates of a Nigerian University. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 23(1), 1-21.
- Lee, J., Cha, M. S., & Cho, C. (2012). *Online service quality in social commerce websites*. In V. Khachidze, et al. (Eds.), *Contemporary Research on E-business Technology and Strategy*. (pp. 335-351). Berlin, New York: Springer.
- Marimon, F., Yaya, L. H. P., & Fa, M. C. (2012). Impact of e-quality and service recovery on loyalty: A study of e-banking in Spain. *Total Quality Management & Business Excellence*, 23(7-8), 769-787. doi: 10.1080/14783363.2011.637795.
- Souar, Y., Mahi, K., & Ameer, I. (2015). The Impact of marketing mix elements on customer loyalty for an Algerian telecommunication company. *Expert Journal of Marketing*, 3(1), 1-10.
- The Bangkok Insight Editorial Team. (2562). ถอดรหัสพฤติกรรมฟังเพลงผู้บริโภคนิยมดิจิทัล. สืบค้นเมื่อ 16 กันยายน 2564. จาก <https://www.thebangkokinsight.com/news/digital-economy/116223/>.
- Zehir, C., & Narcikara, E. (2016). E-service quality and e-recovery service quality: Effects on value perceptions and loyalty intentions. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 229, 427-443.



Received: October 10, 2022
Revised: November 21, 2022
Accepted: December 12, 2022

การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาแคมเปญการสื่อสารแบรนด์
ผ่านเฟซบุ๊กเพจของร้านอาหาร ฮิวจ์ คาเฟ่ แอนด์ บิสโทร บาร์
Participatory Action Research for Developing Brand Communication
Campaign via Huge Café and Bistro Bar Restaurant Facebook Page

ชมพูนุช ปัญญาไพโรจน์ (Chompunuch Punyapiroje)¹
ชยานิน สงศ์ศิลป์สอาด (Chayanin Songsinsa-ard)², พัชรียา นันทานนท์ (Patchareeya Nuntanon)²,
นวรรตน์ คำมี (Nawarat Khammee)² และ พลอยมุกดา หลิมเจริญ (Ploymugda Limcharoen)²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาแคมเปญการสื่อสารแบรนด์ผ่านสื่อเฟซบุ๊กเพจของร้านอาหาร ฮิวจ์ คาเฟ่ แอนด์ บิสโทร บาร์ ในจังหวัดชลบุรี ขั้นตอนแรกเริ่มจากการที่คณะผู้วิจัยลงภาคสนามเพื่อสำรวจข้อมูลพฤติกรรมลูกค้าร้านอาหารประเภทสตรีต ส่วนประสมการตลาดของร้าน และเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์สถานการณ์การตลาดและการสื่อสารแบรนด์ของทางร้านร่วมกับผู้ประกอบการเพื่อกำหนดปัญหาที่ต้องแก้ไข จากนั้นจึงได้พัฒนาแคมเปญการสื่อสารแบรนด์ของร้านในเดือน พฤษภาคม - มิถุนายน พ.ศ. 2565 หลังจากดำเนินการแคมเปญเป็นที่เรียบร้อยแล้ว คณะผู้วิจัยได้ตรวจสอบประสิทธิผลของการดำเนินงานจากข้อมูลเชิงลึกผ่านสื่อเฟซบุ๊กเพจของร้าน ผลวิจัยพบว่า การสร้างสารในสื่อออนไลน์ให้มีความน่าสนใจนั้นสามารถทำให้ลูกค้ามีความเกี่ยวข้องกับสารมากขึ้น ส่วนการจ่ายเงินค่าโฆษณาผ่านเฟซบุ๊กเพจนั้นเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยให้โพสต์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้กลยุทธ์การใช้ผู้มีอิทธิพลในออนไลน์ระดับท้องถิ่นยังช่วยเพิ่มโอกาสที่กลุ่มเป้าหมายจะได้มองเห็นชิ้นงานโฆษณาในแคมเปญสูงมากขึ้น ผลวิจัยครั้งนี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นมีความรู้ความเข้าใจแนวทางที่มีประสิทธิภาพในการวางแผนแคมเปญเพื่อสื่อสารแบรนด์ของตนเองในอนาคต

คำสำคัญ การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เฟซบุ๊กเพจ การสื่อสารแบรนด์ ผู้ประกอบการร้านอาหาร

¹ Ph.D. (Communications) รองศาสตราจารย์ หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารแบรนด์ ภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

² นิสิตปริญญาโท หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารแบรนด์ ภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา



Abstract

This research is a participatory action research for developing a brand communication campaign via Facebook page of *Huge Café and Bistro Bar* restaurant in Chonburi. First, the research team collected the data such as consumer insight in the restaurant context, marketing mix of *Huge Café and Bistro Bar* restaurant, and document and research paper related to the study issue. Then the research team and the entrepreneur analyzed situations together in order to identify the brand problems and develop the *Huge Café and Bistro Bar* brand communication campaign during May-June 2022. After executing the campaign, the research team investigated the campaign effectiveness from *Huge Café and Bistro Bar* Facebook page's insights. The research results reveal that designing interesting messages posted via Facebook page can increase customer engagement while boost posts function in Facebook Ads Manager can assist the posts reach to targeted audiences. Also using local micro-influencer strategies can increase the chances of target audiences more exposure the campaign's posts. These finding insights could assist local restaurant entrepreneurs gain a better understanding in developing their campaign planning in the future.

Keywords: Participatory Action Research, Facebook Page, Brand Communication, Restaurant Entrepreneur

บทนำ

Global Digital Report ของ We Are Social และ Hootsuite ที่เป็นแพลตฟอร์มการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งานดิจิทัลของประชากรโลกในปี 2564 และพบว่า ผู้คนทั่วโลกได้ใช้อุปกรณ์การสื่อสารแบบพกพาสูงถึง 5.27 พันล้านคน คิดเป็นร้อยละ 67.0 และจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วโลกสูงถึง 4.80 พันล้านคน คิดเป็นร้อยละ 61.0 ของประชากรโลกทั้งหมด และชาวไทยถึงร้อยละ 69.0 ที่ใช้เครื่องมือสื่อสารออนไลน์และใช้สื่อสังคมเป็นช่องทางหลักในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารและสูงเป็นอันดับ 1 ของโลก คิดเป็นร้อยละ 78.0 นอกจากนี้ยังพบว่า ร้อยละ 91.0 ของชาวไทยอ่านข่าวออนไลน์สูงเป็นอันดับ 2 ใช้สื่อเฟซบุ๊กสูงเป็นอันดับ 8 ซอปปิงออนไลน์เป็นอันดับ 4 และซื้อของออนไลน์ผ่านโทรศัพท์มือถือสูงเป็นอันดับ 8 ของโลก และร้อยละ 52.5 ของชาวไทยหาข้อมูลสินค้าก่อนซื้อผ่านทางออนไลน์เป็นประจำ (โต๊ะข่าวไอที-ดิจิทัล, 2564) ความนิยมของการใช้เฟซบุ๊กส่งผลให้ผู้ประกอบการทั้งรายใหญ่และรายย่อยทั่วโลกสนใจทำการสื่อสารแบรนด์ผ่านสื่อออนไลน์เพื่อต่อยอดธุรกิจ

ศุภณัฐ สุขโข (2563, น. 14-16, 40-41, 63) อธิบายว่า การสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กในปัจจุบันได้มีการลดขนาดการมองเห็นโพสต์ (reach) ส่งผลให้ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการและลูกค้าลดลงและทำให้ยอดขายลดลงตามไปด้วย โดยเฟซบุ๊กได้ให้เหตุผลว่า นโยบายของบริษัทฯ ต้องการให้ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กได้มีโอกาสเห็นโพสต์จากเพื่อนและครอบครัวมากกว่าจากเพจขององค์กรที่ดำเนินธุรกิจเป็นหลัก ศุภณัฐ สุขโข นำเสนอ



แนวทางแก้ไขปัญหาดังกล่าว 2 วิธี คือ 1) การทำให้โพสต์ขององค์กรมีคุณภาพและน่าสนใจมากขึ้นเพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกเกี่ยวข้องกับสารมากขึ้น (engagement) ไม่ว่าจะเป็นการกดถูกใจ (like) การแสดงความคิดเห็น (comment) การแบ่งปัน (share) หรือการกดแสดงความรู้สึกต่าง ๆ และ 2) การจ่ายเงินค่าโฆษณา (boost post) ในส่วนการจัดการ Facebook Ads Manager เพื่อให้โพสต์ของเพจสามารถเข้าถึง (reach) กลุ่มเป้าหมายได้เพิ่มมากขึ้น

สำหรับกระบวนการการทำโฆษณาในเฟซบุ๊กเพจนั้น ผู้ประกอบการควรเริ่มต้นด้วยการสร้างแคมเปญการสื่อสารก่อน จากนั้นจึงกำหนดวัตถุประสงค์การโฆษณาตั้งแต่การทำให้คนรับรู้และจดจำแบรนด์ (awareness) การสร้างการเกี่ยวพัน (engagement) การเพิ่มจำนวนคนกดคลิกไปยังเว็บไซต์ของผู้ประกอบการ (traffic) การเพิ่มจำนวนคนชมคลิป (video views) และการส่งเสริมให้คนเข้ามาร้านค้าของผู้ประกอบการ (store visits) เมื่อสร้างแคมเปญการสื่อสารแบรนด์เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้ประกอบการก็จะบรรจุชิ้นงานโฆษณาแต่ละชิ้นเข้าไปในแคมเปญเพื่อนำเสนอไปยังกลุ่มเป้าหมาย พร้อมกำหนดวันเริ่มต้น-วันสิ้นสุดของชิ้นงานโฆษณาที่จะซื้อโฆษณา งบประมาณที่จะใช้ และการแสดงตำแหน่งโฆษณา จากนั้นจึงนำโพสต์โฆษณาบรรจุเป็น ad set โดยใน 1 แคมเปญ โดยเจ้าของเฟซบุ๊กเพจสามารถบรรจุโฆษณาได้หลายชุดและหลายชิ้นงานโฆษณา (ศุภณัฐ สุขโช, 2563 หน้า 40-41, 63) อย่างไรก็ตาม กนกวรรณ แกนเกตุ (2563) กล่าวว่า ปัญหาส่วนใหญ่ที่ผู้ประกอบการไทยรายย่อยประสบในการทำตลาดออนไลน์นั้นมี 3 ประการ คือ การกำหนดกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายในแผนการสื่อสารไม่ชัดเจน การสร้างสารไม่ดึงดูดใจกลุ่มเป้าหมาย และผู้ประกอบการวิเคราะห์อย่างชัดเจนในความต้องการของลูกค้าทำให้กำหนดกลุ่มเป้าหมายผิด จากทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่า ผู้ประกอบการชาวไทยยังขาดความรู้และความเข้าใจในการวางแผนแคมเปญการสื่อสารแบรนด์ของตนเองและการขาดความคิดสร้างสรรค์ในสารเพื่อแก้ปัญหาทางการตลาด และกลับใช้วิธีการแก้ปัญหาด้วยการจ่ายเงินค่าโฆษณาแทนซึ่งไม่ใช่ทางแก้ไขปัญหาของแบรนด์ที่ยั่งยืน

เมื่อคณะผู้วิจัยได้ทบทวนงานวิจัยเกี่ยวกับงานโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์นั้นกลับพบว่า ผลการวิจัยที่ผ่านมาไม่สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันมากเพียงพอที่จะระบุได้ว่า แพลตฟอร์มออนไลน์ประเภทใดที่มีประสิทธิผลในการดึงกลุ่มคนให้เข้ามาเปิดรับสื่อโฆษณาได้ดีกว่ากัน และเมื่อทดสอบประสิทธิผลของสารโฆษณาประเภทต่าง ๆ ผลวิจัยที่ได้รับก็ยังไม่สม่าเสมอ เพราะมีหลายปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการโฆษณาไม่ว่าจะเป็นแพลตฟอร์ม รูปแบบและความน่าสนใจของเนื้อหา หรือแม้แต่พฤติกรรมการค้นหาข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย และอื่น ๆ (ณธิภัทร์ ดิษยาไตรพัฒน์, 2563; ณพัทธ์อร ฐิติฐานเดชน์ และธรรณธร ปัญญาโสภณ, 2564; มุทิตา วรรณทิม, 2561; สุเมธ ศุภนิมิตรสมบัติ, 2561)

ดังนั้น เพื่อช่วยผู้ประกอบการท้องถิ่นที่เผชิญหน้ากับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีการสื่อสารมาสู่ระบบดิจิทัลซึ่งส่งผลกระทบต่อกระบวนการทำงานด้านสื่อสารแบรนด์ในปัจจุบัน รวมถึงสถานการณ์การระบาดของโรคอุบัติใหม่ โควิด 19 ในประเทศไทยเมื่อปี 2563-2564 ที่เปรียบเสมือนตัวเร่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีการใช้ชีวิตของคนในยุคปัจจุบัน การวิจัยครั้งนี้จึงนำวิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาแคมเปญการสื่อสารแบรนด์ผ่านเฟซบุ๊กเพจของร้านอาหารท้องถิ่นให้มีประสิทธิภาพ คณะผู้วิจัยได้เลือกร้าน ฮิวจ์ คาเฟ่ แอนด์ บิสโทร บาร์ มาเป็นกรณีศึกษา ผลการวิจัยครั้งนี้จะเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นได้นำไปพัฒนาต่อยอดธุรกิจของตนเองในอนาคต ขณะเดียวกัน คณะผู้วิจัยที่เป็นนิสิตก็ได้พัฒนาทักษะ



การคิดวิเคราะห์ซึ่งเป็นทักษะสำคัญในการใช้ชีวิตและการทำงานในศตวรรษที่ 21 ที่สังคมมีความซับซ้อนและเปลี่ยนแปลงในมิติต่าง ๆ มากขึ้น และสอดคล้องตามแนวทางของการจัดการศึกษาอุดมศึกษาในปัจจุบัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์การตลาดและการสื่อสารแบรนด์ของร้าน ฮิวจ์ คาเฟ่ แอนด์ บิสโทร บาร์
2. เพื่อพัฒนาแคมเปญการสื่อสารแบรนด์ผ่านสื่อเฟซบุ๊กเพจของร้าน ฮิวจ์ คาเฟ่ แอนด์ บิสโทร บาร์
3. เพื่อประเมินประสิทธิผลแคมเปญการสื่อสารแบรนด์ผ่านสื่อเฟซบุ๊กเพจของร้าน ฮิวจ์ คาเฟ่ แอนด์ บิสโทร บาร์

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (participatory action research) เริ่มจากการที่ภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ได้ตระหนักถึงสถานการณ์ของผู้ประกอบการท้องถิ่นที่ได้ประสบปัญหาจากการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศ จึงได้จัดโครงการบริการวิชาการแก่สังคม “การสร้างแบรนด์ให้แก่ผู้ประกอบการในชุมชน” ขึ้น โดยคณะผู้วิจัยได้ติดต่อผู้ประกอบการในพื้นที่จังหวัดชลบุรีเพื่อขอความร่วมมือในการเข้าร่วมโครงการดังกล่าว ร้าน ฮิวจ์ คาเฟ่ แอนด์ บิสโทร บาร์ (Huge Café and Bistro Bar) ได้รับความคัดเลือกเพราะเป็นไปตามที่กำหนดเกณฑ์ที่กำหนด เริ่มจากการที่สถานที่ตั้งของทางร้านอยู่ในชุมชนเดียวกับมหาวิทยาลัยบูรพา เป็นธุรกิจร้านอาหารที่เปิดให้บริการใน พ.ศ. 2562 และประสบปัญหาสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 จนต้องปิดร้านทั้งสองครั้ง และได้กลับมาเปิดร้านใหม่อีกครั้งเมื่อกลางปี พ.ศ. 2564 ที่สำคัญผู้ประกอบการยังไม่เคยทำสื่อสารแบรนด์ร้านกับลูกค้ามาก่อน ดังนั้น ร้านจึงเหมาะสมที่จะเป็นกรณีศึกษาให้คณะผู้วิจัยที่เป็นนิสิตได้นำความรู้ที่เรียนมาเกี่ยวกับการสร้างแบรนด์มาช่วยพัฒนาแคมเปญการสื่อสารแบรนด์ให้แก่ผู้ประกอบการในชุมชน

ขั้นตอนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมประกอบด้วย 4 ขั้นตอนประกอบด้วย การวิเคราะห์สถานการณ์ การพัฒนาแคมเปญ การดำเนินการ การประเมินประสิทธิผล และการสรุปผลการดำเนินงานโครงการทั้งหมด ระยะเวลาในการดำเนินงานโครงการทั้งหมดเริ่มตั้งแต่มีนาคม-มิถุนายน พ.ศ. 2565 โดยมีรายละเอียดดังนี้

ขั้นที่ 1 ขั้นวางแผน (Planning): วิเคราะห์สถานการณ์การตลาดและการสื่อสารแบรนด์ของร้าน ฮิวจ์ คาเฟ่ แอนด์ บิสโทร บาร์ คณะผู้วิจัยลงภาคสนามสังเกตการณ์ลูกค้าร้านอาหารประเภทเสิร์ฟต่าง ๆ สืบค้นข้อมูลการตลาดและการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ของร้าน ฮิวจ์ คาเฟ่ แอนด์ บิสโทร บาร์ รวมถึงศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นคณะผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดแล้วจึงนำมาประชุมร่วมกับผู้ประกอบการร้านเพื่อกำหนดปัญหาทางการตลาดและการสื่อสารแบรนด์ของร้าน ฮิวจ์ คาเฟ่ แอนด์ บิสโทร บาร์ ที่ต้องการแก้ไข ระยะเวลาในการดำเนินงานตั้งแต่มีนาคม-เมษายน พ.ศ. 2565

ขั้นที่ 2 ขั้นปฏิบัติการ (Action): การพัฒนาแคมเปญสื่อสารแบรนด์ของร้าน ฮิวจ์ คาเฟ่ แอนด์ บิสโทร บาร์ หลังจากทีคณะผู้วิจัยและผู้ประกอบการตัดสินใจร่วมกันในการเลือกปัญหาในการสื่อสารแบรนด์ของร้านที่ต้องการแก้ไข จากนั้นคณะผู้วิจัยจึงได้กลับไปพัฒนาเป็นแคมเปญการสื่อสารแบรนด์ให้แก่เจ้าของร้านพิจารณาความเป็นไปได้ในบริบทข้อจำกัดต่าง ๆ ของร้าน และให้ข้อเสนอแนะในการปรับแก้ไข



ระยะเวลาในการดำเนินงานของขั้นที่ 1-2 เริ่มตั้งแต่มกราคม-เมษายน พ.ศ. 2565

ขั้นที่ 3 ขั้นสังเกตการณ์ (Observation) และขั้นที่ 4 ขั้นสะท้อนผลการปฏิบัติการ (Reflection): การดำเนินการและการประเมินผลแคมเปญการสื่อสารแบรนด์ของร้าน คณะผู้วิจัยผู้ประกอบการร้านและพนักงานร้านร่วมกันดำเนินงานให้เป็นไปตามที่แคมเปญการสื่อสารแบรนด์กำหนด เมื่อจบสื่อโฆษณาและกิจกรรมแต่ละครั้งก็จะมีการประเมินผลร่วมกันเพื่อปรับแก้ไขข้อบกพร่องในแผนสื่อและกิจกรรมในครั้งต่อไป ระยะเวลาในแผนแคมเปญเริ่มตั้งแต่ 1 พฤษภาคม-19 มิถุนายน พ.ศ. 2565 และระยะเวลาในการดำเนินงานของขั้นที่ 3-4 เริ่มตั้งแต่พฤษภาคม-มิถุนายน พ.ศ. 2565

เมื่อจบแคมเปญการสื่อสารแบรนด์ คณะผู้วิจัยได้ประเมินประสิทธิผลในการสื่อสารแบรนด์ร้านโดยใช้ข้อมูลต่าง ๆ จากเฟซบุ๊กเพจของร้าน ได้แก่ 1) ข้อมูลเชิงลึกของเฟซบุ๊กเพจของร้าน (Facebook Page Insights) ที่ร้านได้อนุญาตให้คณะผู้วิจัยเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการเป็นผู้ดูแลเพจ (administrator) ในช่วงระยะที่ดำเนินสื่อโฆษณาและกิจกรรมโปรโมชันในแคมเปญ 2) ข้อมูลเกี่ยวกับยอดขายประจำเดือนเมษายน-มิถุนายน พ.ศ. 2565 โดยเลือกช่วงเวลาก่อน ระหว่าง และหลังการดำเนินงานแคมเปญ 3) ข้อมูลจากแบบสอบถามของทางร้าน โดยร้านได้เก็บข้อมูลแบบสำรวจเกี่ยวกับการรับรู้แบรนด์ของร้าน จากนั้นคณะผู้วิจัยได้สรุปผลการเรียนรู้เบื้องต้นให้กับผู้ประกอบการร้านได้รับทราบเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนแคมเปญของร้านต่อไปในอนาคต

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์สถานการณ์ตลาดและการสื่อสารแบรนด์ร้าน อิวจ์ คาเฟ่ แอนด์ บิสโทร บาร์

ความเป็นมาของร้าน ร้าน อิวจ์ คาเฟ่ แอนด์ บิสโทร บาร์ เปิดให้บริการเมื่อวันที่ 13 กันยายน พ.ศ.2562 โดยมีคุณประไพศรี ทองศักดิ์ และคุณพงศ์พนิต ทองศักดิ์ สองพี่น้องที่มีความฝันส่วนตัวอยากเปิดร้านคาเฟ่ขายเบเกอรี่และกาแฟในตอนกลางวัน และร้านสไตล์ กิน ดื่ม และฟังดนตรีสดในตอนกลางคืน ต่อมาได้มีการนำอาหารฝรั่งเข้ามาขายเพิ่มเติม หลังจากเปิดได้สักพัก ทางร้านได้ประสบสถานการณ์ โควิด 19 ระบาดในประเทศไทยครั้งแรกเมื่อปี 2563 และครั้งที่สองในปี 2564 ทำให้ร้านได้รับผลกระทบโดยตรงเพราะไม่สามารถขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ ทำให้เสียกลุ่มลูกค้าบางกลุ่มไป ต่อมาจึงได้มีการเพิ่มเมนูอาหารจานเดียวสำหรับการเดลิเวอรี่เพิ่มขึ้น

กลุ่มลูกค้า สามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม โดยกลุ่มแรก คือ กลุ่มคนทำงานอายุระหว่างปลาย 20-30 ปีขึ้นไป อาชีพมั่นคงและมีรายได้ปานกลางค่อนข้างสูง เช่น หมอ พยาบาล พนักงานออฟฟิศ และข้าราชการ เป็นต้น พฤติกรรมการใช้บริการในช่วงเวลากลางวัน พวกเขาจะสั่งอาหารและจองโต๊ะล่วงหน้า เพราะมีเวลาพักกลางวันจำกัด ระยะเวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 60-90 นาที และถ้ามาใช้บริการที่ร้านในช่วงเย็นก็จะมาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหลังจากเลิกงาน และ/หรืออาจจะมาในช่วงวันพิเศษต่าง ๆ ส่วนกลุ่มที่สอง คือ ลูกค้าที่มีครอบครัวที่มีลูกเล็ก คู่รัก และกลุ่มเพื่อน กลุ่มนี้จะนั่งรับประทานอาหารไปเรื่อย ๆ ไม่รีบเร่ง เวลาที่ใช้บริการเฉลี่ย 60 นาที ทั้ง 2 กลุ่ม จะมาใช้บริการช่วงปลายเดือน-ต้นเดือน (ช่วงเงินเดือนออก) และจะมาวันศุกร์-อาทิตย์ ตอนเย็น ระหว่าง 18.00-22.00 น. ร้านมีลูกค้าน้อยในวันธรรมดาตอนกลางวัน



ประเภทของสินค้า เป็นอาหารฝรั่งและมีบริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ลูกค้าส่วนใหญ่นิยมสั่งอาหารจานหลักของตนเอง เช่น สปาเก็ตตี้หรือข้าว เป็นต้น แล้วจึงสั่งอาหารจานกลางเพื่อรับประทานร่วมกัน ได้แก่ สเต็ก (หมู ไก่ ปลา) ไก่ทอด และอื่น ๆ โดยทางร้านจะหั่นเนื้อเป็นชิ้นเล็ก ๆ เพื่อไว้รับประทานเป็นจานกลาง

ราคาของสินค้า อาหารประเภทสเต็กตั้งแต่ 199-950 บาท (ถ้าเป็นเนื้อวัวไทยคิดราคาตามน้ำหนัก) พาสต้าตั้งแต่ 159-289 บาท ข้าวหน้าเนื้อต่าง ๆ ตั้งแต่ 119-279 บาท ไก่ทอดตั้งแต่ 119-379 บาท (ตามจำนวนชิ้น) เครื่องดื่มตั้งแต่ 20-90 บาท กาแฟตั้งแต่ 60-100 บาท และของหวานตั้งแต่ 60-105 บาท ยอดขายส่วนใหญ่มาจากอาหารร้อยละ 60.0 เครื่องดื่มร้อยละ 40.0 ขณะที่ยอดขาย delivery น้อยกว่าร้อยละ 5.0 ของรายได้ทั้งหมด

ช่องทางการจัดจำหน่าย ร้านตั้งอยู่ถนนเมืองใหม่-อ่างศิลา ซอยนารมณตเสวี 4/1 อบจ.เสม็ด อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี เปิดให้บริการทุกวัน (ยกเว้นวันจันทร์) ตั้งแต่ 11:00-23:00 น. สำรองที่นั่งและสั่งอาหารได้ที่ 1) โทรศัพท์ หมายเลข 062-8914141 และ 093-6622990 2) ไลน์แมน : <https://lin.ee/ER3fyRM> และ 3) ข้อความส่วนตัวผ่านเฟซบุ๊กเพจ : <https://web.facebook.com/HUGECAFE>

ช่องทางการสื่อสาร มีช่องทางออนไลน์ในการสื่อสารกับลูกค้า ดังนี้ 1) สื่อเฟซบุ๊กเพจ : <https://web.facebook.com/HUGECAFE> มีจำนวนคนกดไลค์ (like) 2,250 คน และจำนวนคนติดตาม (followers) 2,330 คน (สำรวจเมื่อเดือนเมษายน พ.ศ. 2565) และ 2) สื่ออินสตาแกรม : (Instagram) @huge.cafe มีจำนวนคนติดตาม (followers) 137 คน สำรวจเมื่อ 12 พฤษภาคม พ.ศ. 2565) นอกจากนี้ยังพบการรีวิวในสื่อวงใน (Wongnai) ระหว่างปี 2562-2564 จำนวน 2-4 ชิ้นต่อปี มีค่าเฉลี่ยเรตติ้ง (rating) อยู่ที่ 3.7

เมื่อสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดของร้าน ฮิวจ์ คาเฟ่ แอนด์ บิสโทร บาร์ พบว่า อาหารที่เป็นงานเด่น (signature) ของร้าน คือ เนื้อวัวไทย เป็นเนื้อวัวชนิดที่เลี้ยงด้วยหญ้าพืชและทางร้านได้ให้ความสำคัญกับกระบวนการปรุงอาหารอย่างพิถีพิถันเพราะเชื่อว่าจะทำให้มีความอร่อยมากขึ้น จากการวิเคราะห์ พบว่า ลูกค้าชาวไทยขาดความเข้าใจความแตกต่างระหว่างเนื้อวัวไทยกับเนื้อวัวต่างประเทศ และมีความเชื่อว่าเนื้อวัวไทยมีรสชาติดีกว่า นอกจากนี้ ราคาอาหารของร้านค่อนข้างจะสูงเมื่อเทียบกับร้านคู่แข่งในพื้นที่ละแวกเดียวกัน ส่วนช่องทางการจัดจำหน่ายนั้น ร้านเน้นการขายผ่านทางหน้าร้านและยังไม่ได้เริ่มต้นการทำตลาดดิลิเวอรี่อย่างจริงจัง ส่วนการวิเคราะห์การสื่อสารแบรนด์พบว่า ร้านใช้สื่อเฟซบุ๊กเพจเป็นหลักในการสื่อสารกับลูกค้า ขณะที่มีการใช้สื่ออินสตาแกรมและไลน์โอเอในระดับต่ำ กล่าวโดยสรุป ทางร้านยังไม่เคยมีการวางแผนตำแหน่งแบรนด์และกลยุทธ์การสื่อสารอย่างจริงจังและอย่างเป็นระบบ (ดังปรากฏในตารางที่ 1)



ตารางที่ 1 สรุปการสื่อสารผ่านสื่อเฟซบุ๊กเพจของร้าน ฮิวจ์ คาเฟ่ แอนด์ บิสโทร บาร์ ในปี 2562-2564

พ.ศ.	วัตถุประสงค์ของเนื้อหา สื่อเฟซบุ๊ก	จำนวนโพสต์	Like	Comment	Share
2562	ประชาสัมพันธ์	44	976	33	78
	โฆษณา	13	1735	47	78
	ส่งเสริมการขาย	2	71	5	4
2563	ประชาสัมพันธ์	64	1679	32	94
	โฆษณา	52	5933	57	387
	ส่งเสริมการขาย	13	1174	32	92
2564	ประชาสัมพันธ์	27	397	9	37
	โฆษณา	24	878	26	121
	ส่งเสริมการขาย	18	2023	43	109
พ.ศ.	วัตถุประสงค์ของเนื้อหา สื่ออินสตาแกรม	จำนวนโพสต์	Like	Comment	Share
2563	ประชาสัมพันธ์	28	249	-	-
	โฆษณา	25	215	-	-
	ส่งเสริมการขาย	9	69	-	-
2564	ประชาสัมพันธ์	19	161	-	-
	โฆษณา	15	197	-	-
	ส่งเสริมการขาย	13	104	-	-

หมายเหตุ: ข้อมูลจากเฟซบุ๊กเพจของร้าน ฮิวจ์ คาเฟ่ แอนด์ บิสโทร บาร์ <https://web.facebook.com/HUGECAFE>

2. การพัฒนาแคมเปญการสื่อสารแบรนด์ของร้าน ฮิวจ์ คาเฟ่ แอนด์ บิสโทร บาร์

คณะผู้วิจัยประชุมร่วมกับผู้ประกอบการร้าน ฮิวจ์ คาเฟ่ แอนด์ บิสโทร บาร์ กำหนดปัญหาทางการตลาดและการสื่อสารแบรนด์ที่ต้องการแก้ไข และพัฒนาแคมเปญการสื่อสารแบรนด์ โดยขั้นแรกได้มีการกำหนดตำแหน่งของแบรนด์ (brand positioning) ของร้านที่ต้องการสื่อสาร โดยคณะผู้วิจัยและผู้ประกอบการเลือกจากอาหารที่เป็นงานเด่นของทางร้าน คือ เนื้อวัวไทย เพื่อให้แบรนด์ของร้านแตกต่างจากร้านอื่นที่ขายสินค้าประเภทเดียวกัน และเนื่องจากทางร้านเพิ่งเปิดได้ไม่นานและประสบกับสถานการณ์โควิด 19 ทำให้ต้องปิดตัวไปสองรอบ ทำให้อาจจะยังไม่เป็นที่รู้จักของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ดังนั้นแคมเปญการสื่อสารแบรนด์จึงมุ่งสร้างการรับรู้สถานที่ตั้งของร้านและตำแหน่งของแบรนด์ให้กับลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการทดลองส่งเสริมการขายเพื่อทดสอบความเป็นไปได้ของตลาดดีลิเวอรี่ ระยะเวลาของแคมเปญเริ่มตั้งแต่ 1 พฤษภาคม-19 มิถุนายน พ.ศ. 2565 สื่อที่ถูกเลือกมาใช้ในการสื่อสาร คือ สื่อเฟซบุ๊กเพจของร้าน เพราะเป็นช่องทางสื่อสารหลักที่ร้านใช้ในการสื่อสารกับลูกค้า และเป็นสื่อของร้านที่มียอดคนติดตามมากที่สุด นอกจากนี้ คณะผู้วิจัยได้มีการนำผู้มีอิทธิพลในออนไลน์ระดับท้องถิ่น (micro influencer) ที่เป็นคนในอำเภอเมืองชลบุรีมาแนะนำร้าน เพจแนะนำร้านอาหารของท้องถิ่นจังหวัดชลบุรี และเพจดีลิเวอรี่



ต้องถึนมาช่วยในการสื่อสารแบรนด์ครั้งนี้เพื่อช่วยเพิ่มการมองเห็นเนื้อหา (รายละเอียดตามที่ปรากฏตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 แคมเปญการสื่อสารแบรนด์ร้าน ฮิวจ์ คาเฟ่ แอนด์ บิสโทร บาร์

ปัญหาทางการสื่อสารแบรนด์	วัตถุประสงค์การสื่อสารแบรนด์	สารและสื่อที่ใช้ในการสื่อสารแคมเปญ
ร้านยังไม่เป็นที่รู้จักของคน อำเภอเมืองชลบุรี และยังไม่เคย มีการสื่อสารตำแหน่งของแบ รนด์ร้าน	วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อสร้างการรับรู้สถานที่ตั้งของร้านและตำแหน่งของแบรนด์ร้าน	1.1 สื่อชุดภาพนิ่งที่แสดงถึงบรรยากาศของร้านผ่านสามช่วงเวลา (#Happiness Sanctuary) พร้อมระบุสถานที่ตั้งของร้าน
	1.2 เพื่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายว่า “ร้าน Huge Café and Bistro Bar เป็นพื้นที่ความสุขส่วนตัวที่คุณได้แชร์กับตัวเอง เพื่อน และครอบครัว”	1.2.1 คลิปวิดีโอยาว 5-7 วินาที เกี่ยวกับการทำสติกเนื้อว้าวไทยพร้อมจับด้วยช้อนร้านเพื่อสร้างการรับรู้ว่า ร้านขายอาหารเกี่ยวกับสติกเนื้อว้าวไทย
	1.2.2 มีการใช้ผู้มีอิทธิพลในออนไลน์ระดับท้องถิ่น ของชลบุรี และเพจไอ้โหดลิเวอรี่ บางแสน มาแนะนำอาหารที่ร้านและเน้นเกี่ยวกับเนื้อว้าวไทย	
กลุ่มเป้าหมายมีความเชื่อที่ผิดเกี่ยวกับเนื้อว้าวไทย	วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับเนื้อว้าวไทย พร้อมระบุว่าร้านขายเนื้อว้าวไทย	2 ข้อความเนื้อหาพร้อมภาพประกอบเกี่ยวกับความรู้เนื้อว้าวไทย 7 ประเด็น
ยอดขายลดลงหลังจากร้าน ประสบสถานการณ์โควิด 19	วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อกระตุ้นยอดขายผ่านการลดราคา 5% ทั้งการรับประทานอาหารที่ร้าน และดีลิเวอรี่ ระหว่าง 1-19 มิถุนายน พ.ศ. 2565	3.1 มีการส่งไปรษณียบัตรไปยังบ้านในหมู่บ้านที่ใกล้บริเวณร้านเพื่อสร้างการรับรู้สถานที่ตั้งของร้านและส่งเสริมการขาย 3.2 มีการโพสต์ผ่านทางออนไลน์ในเพจแนะนำร้านอาหารท้องถิ่น ได้แก่ กินไรตี้ ม.บ. (จำนวนคนถูกใจเพจ 261,343) และชอบจ้บบางแสน (จำนวนคนถูกใจเพจ 898,575) และเพจไอ้โหดลิเวอรี่ บางแสน (จำนวนคนถูกใจเพจ 37,855)

กลุ่มเป้าหมายที่กำหนดในแคมเปญการสื่อสารแบรนด์ครั้งนี้ ได้แก่ คนในอำเภอเมืองในจังหวัดชลบุรี (เพราะเป็นกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ใกล้กับสถานที่ตั้งของร้านจึงมีความเป็นไปได้ที่จะมารับประทานอาหารที่ร้าน และบางส่วนเป็นกลุ่มคนที่กดชื่นชอบ (like) และติดตาม (follow) ในเฟซบุ๊กเพจของร้าน) คณะผู้วิจัยได้กำหนดคุณลักษณะ (profile) ของกลุ่มเป้าหมายเพื่อใช้ในการซื้อโฆษณา (boost post) ไว้ว่า เป็นคนวัยทำงานอายุ 20-55 ปี ขึ้นไป และมีความสนใจ (interest) โดยคัดเลือกจากคำสำคัญ (keyword) ได้แก่ กลุ่มคน



ที่มีความสนใจ (interest) เกี่ยวกับการกิน (eating) เบียร์ (beer) เนื้อวัว (beef) สเต็ก (steak) पार्टตี้ (parties) ไวน์ (wine) บาร์ (bars) อาหารและไวน์ (food & wine) อาหาร (food) แอลกอฮอล์ (alcohol) อาหารค่ำในคืนวันศุกร์ (Friday night dinner) ไนท์คลับ (nightclubs) ชีวิตกลางคืน (nightlife) อาหารค่ำ (dinner) สังสรรค์กับเพื่อนและครอบครัว (hanging out with friends and family) สูตรอาหาร (recipes) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (alcoholic beverages) ร้านอาหาร (restaurants) สั่งอาหารออนไลน์ (online food ordering) ทำอาหาร (cooking) สั่งเดลิเวอรี่ (delivery order) อาหารและเครื่องดื่มหรือส่งถึงบ้าน (food and drink or home delivery)

3. การประเมินประสิทธิผลแคมเปญการสื่อสารแบรนด์ของร้าน ฮิวจ์ คาเฟ่ แอนด์ บิสโทร บาร์

หลังจากดำเนินการแคมเปญการสื่อสารแบรนด์เสร็จเรียบร้อยแล้ว คณะผู้วิจัยได้นำข้อมูลเชิงลึกของเพจเฟซบุ๊กของร้านมาวิเคราะห์และสรุปผลได้ดังนี้

3.1 จำนวนการเข้าถึง การเข้าเยี่ยมชม และการกดชื่นชอบ ก่อนจะมีการดำเนินการแคมเปญการสื่อสารแบรนด์ของร้านพบว่า มีจำนวนคนกดชื่นชอบ 2,250 คน (สำรวจเมื่อวันที่ 30 เมษายน พ.ศ. 2565) แต่หลังจากแคมเปญเผยแพร่พบว่า จำนวนการเข้าถึงผ่านเฟซบุ๊กเพจ (Facebook page reach) เพิ่มขึ้นสูงถึง 69,312 ครั้ง จำนวนการเข้าเยี่ยมชม (Facebook page visits) เพิ่มขึ้นเป็น 3,147 คน จำนวนคนกดชื่นชอบ (Facebook page new likes) เพิ่มขึ้นเป็น 2,545 คน (สำรวจเมื่อวันที่ 19 มิถุนายน พ.ศ. 2565)

3.2 จำนวนปฏิสัมพันธ์ของลูกค้ากับร้าน คณะผู้วิจัยตรวจสอบข้อมูลเกี่ยวกับการมีปฏิสัมพันธ์ (engagement) ของสื่อโฆษณาแต่ละชุดในแคมเปญตั้งแต่การกดชื่นชอบ (like) การกดแบ่งปัน (share) และการแสดงความคิดเห็น (comment) การเข้าถึงสื่อ (reach) ประสิทธิภาพของแคมเปญสรุปไว้ในตารางที่ 3

3.2.1 การประเมินประสิทธิผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ของแคมเปญเพื่อสร้างการรับรู้สถานที่ตั้งของร้าน ฮิวจ์ คาเฟ่ แอนด์ บิสโทร บาร์ โดยกำหนดตำแหน่งร้านในด้านสถานที่ตั้งร้านว่า “เป็นร้านอาหารที่หลบภัยทางใจ (happiness sanctuary)” เพื่อให้ลูกค้าสนใจและจดจำร้านได้ง่าย ผลการวิจัยแสดงว่า การออกแบบสารที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าสามารถช่วยทำให้ลูกค้าอยากมีปฏิสัมพันธ์ร่วมมากขึ้น ตาราง 3 แสดงข้อมูลในวันที่ 20 พฤษภาคม พ.ศ. 2565 เวลา 15.20 น. ที่มีการโพสต์ข้อความบรรยายและรูปภาพแสดงถึงบรรยากาศของร้านเวลาที่แสงแดดส่องเข้ามาจนทำให้เกิดแสงเงาที่สวยงามในร้าน โพสต์ดังกล่าวได้รับความสนใจจำนวนมากเพราะลูกค้าในยุคนี้นิยมและชอบถ่ายภาพที่ร้านอาหารต่าง ๆ และโพสต์นี้มีจำนวนคนเปิดรับโพสต์สูงกว่าอีก 2 โพสต์ที่อยู่ภายใต้ชุดแนวคิดเดียวกัน (วันที่ 19 พฤษภาคม พ.ศ. 2565 เวลา 15.29 น. และวันที่ 20 พฤษภาคม พ.ศ. 2565 เวลา 17.00 น.) และใช้บอโฆษณา (boost post) และจำนวนวันเท่ากัน



ตารางที่ 3 สรุปประสิทธิผลในการดำเนินงานด้านสื่อสารแบรนด์ร้าน อีวีจ คาเฟ่ แอนด์ บิสโทร บาร์

วันเวลา	ชื่อชุดสื่อ/ รายละเอียดเนื้อหา	ประเภท สื่อ	การ Boost Post	ผลลัพธ์					
				Reach	Engagement	CPE (บาท)	Like	Share	
<i>สื่อเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อสร้างการรับรู้สถานที่ตั้งของร้านและตำแหน่งของแบรนด์ร้าน</i>									
<i>สื่อเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1.1 เพื่อสร้างการรับรู้สถานที่ตั้งของร้าน</i>									
19/5/65 15.29 น.	1.1.1 โฆษณา "มาพักใจ มาหลบร้อน ร้านเราป่าว"	ชุดภาพนิ่ง	✓	4196	362	0.73	41	8	
20/5/65 15.02 น.	1.1.2 โฆษณา "มาร้านเราป่าว ท้องฟ้าสวยนะ"	ชุดภาพนิ่ง	✓	5401	465	0.81	49	9	
20/5/65 17.00 น.	1.1.3 โฆษณา "มาแชร์ชีวิตกันที่ร้านเราป่าว บรรยากาศได้นะ"	ชุดภาพนิ่ง	✓	2545	131	1.59	18	2	
<i>สื่อเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1.2 เพื่อสร้างการรับรู้ตำแหน่งของแบรนด์ร้านว่าเป็นร้านขายอาหารประเภทเด็กเนื้อวัวไทย</i>									
3/5/65 11.00 น.	1.2.1.1 ภาพเนื้อวัวไทยถูกจี้กับกระทะและไฟลุก	คลิปสั้น	-	1026	142	-	19	15	
3/5/65 15.30 น.	1.2.1.2 ภาพเนื้อวัวไทยถูกจี้กับกระทะ	คลิปสั้น	-	727	95	-	16	18	
4/5/65 15.35 น.	1.2.1.3 ภาพเนื้อวัวไทยกำลังถูกราดด้วยเนยที่หลอมเหลว	คลิปสั้น	-	1630	218	-	19	32	
5/5/65 15.00 น.	1.2.1.4 ภาพมือกำลังหั่นเนื้อวัวไทยบนเขียง	คลิปสั้น	-	435	56	-	10	7	
6/5/65 15.00 น.	1.2.1.5 ภาพเนื้อวัวไทยบนจานพร้อมเสิร์ฟ	คลิปสั้น	-	369	45	-	13	4	
7/5/65 15.00 น.	1.2.1.6 ภาพผักย่างทานคู่กับเนื้อสแต็ก	คลิปสั้น	-	855	155	-	19	18	
8/5/65 15.00 น.	1.2.1.7 ภาพรวมคลิปทั้งหมดตั้งแต่เลือกเนื้อวัวไทย นำไปปรุง พร้อมเสิร์ฟ	คลิปสั้น	-	435	66	-	12	4	
12/5/65 19.12 น.	1.2.2.1 ข้อความแนะนำร้านทานข้าววันหยุด	ชุดภาพนิ่ง	-	-	-	-	24	5	
17/5/65 11.02 น.	1.2.2.2 ข้อความแนะนำร้านทานข้าววันหยุด	ชุดภาพนิ่ง	-	9435	19027	12.82	46	66	
<i>สื่อเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับเนื้อวัวไทย</i>									
3/5/65 17.30 น.	2.1 ที่มาของสายพันธุ์ของเนื้อวัวไทย	ภาพนิ่ง & ข้อความ	-	2187	130	-	20	13	
5/5/65 11.30 น.	2.2 อาหารวัวทำให้เนื้อมีความอร่อยที่แตกต่างกัน	ภาพนิ่ง & ข้อความ	-	603	39	-	12	8	
6/5/65 11.00 น.	2.3 ความต่างของเนื้อวัวไทยกับเนื้อวัวต่างประเทศ	ภาพนิ่ง & ข้อความ	✓	6263	520	0.59	329	12	



ตารางที่ 3 (ต่อ)

วันเวลา	ชื่อชุดสื่อ/ รายละเอียดเนื้อหา	ประเภท สื่อ	การ Boost Post	ผลลัพธ์					
				Reach	Engagement	CPE (บาท)	Like	Share	
สื่อเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 (ต่อ)									
8/5/65 11.00 น.	2.4 มือใหม่หัดสังเนื้อวัว	ภาพนิ่ง & ข้อความ	-	1452	141		24	15	
10/5/65 15.53 น.	2.5 ความอร่อยที่ต่างกันตามความสูงของเนื้อ	ภาพนิ่ง & ข้อความ	✓	10183	905	0.34	60	20	
11/5/65 15.00 น.	2.6 เคล็ดลับความอร่อยของเนื้อไทยของร้าน Huge	ภาพนิ่ง & ข้อความ	-	2463	20		9	2	
12/5/65 15.00 น.	2.7 เครื่องเคียงเนื้อไทย	ภาพนิ่ง & ข้อความ	-	737	36		10	5	
สื่อเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อกระตุ้นยอดขายผ่านการลดราคา 5%									
1/6/65 11.00 น.	3.2.1 เฟซบุ๊กเพจของร้าน ฮิวจ์ คาเฟ่ แอนด์ บิสโทร บาร์	ภาพนิ่ง	✓	1026	142	-	19	15	
1/6/65 11.00 น.	3.2.2 เฟซบุ๊กเพจ OHO Delivery	ชุดภาพนิ่ง	✓	-	-	-	-	-	
1/6/65 11.00 น.	3.2.3 เฟซบุ๊กเพจกินไรดี ม.บ.	ชุดภาพนิ่ง	✓	-	-	-	64	39	
7/6/65 11.00 น.	3.2.4 เฟซบุ๊กเพจชอบจั่งบางแสน	ชุดภาพนิ่ง	✓	-	-	-	-	-	

หมายเหตุ:

- สามารถเข้าไปดูสื่อโฆษณาและกิจกรรมได้ในเฟซบุ๊กเพจของร้าน ฮิวจ์ คาเฟ่ แอนด์ บิสโทร บาร์ <https://web.facebook.com/HUGECAFE>
- วันที่มีการโพสต์เนื้อหาร้าน ฮิวจ์ คาเฟ่ แอนด์ บิสโทร บาร์ ผ่านสื่อเฟซบุ๊กเพจจะเปิดวันที่ร้านเปิดให้บริการ ได้แก่ 1, 3-8, 10-15, 17-22, 24-29 และ 31 พฤษภาคม 2565 และ 1-5, 7-12, 14-19, มิถุนายน 2565 ทั้งนี้ในการซื้อโฆษณา (boost post) จะกำหนด 2-3 วันต่อ 1 ครั้ง
- ข้อมูลจากเฟซบุ๊กเพจผู้มีอิทธิพลออนไลน์ท้องถิ่นไม่ได้มีการรายงานผลข้อมูลเชิงลึกของเพจกลับมา

3.2.2 การประเมินประสิทธิผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ของแคมเปญ เพื่อสร้างการรับรู้ตำแหน่งแบรนด์ว่าร้าน ฮิวจ์ คาเฟ่ แอนด์ บิสโทร บาร์ ขายอาหารประเภทสเต็กเนื้อวัวไทย นำเสนอเป็นคลิปสั้น 7 ชิ้น แสดงถึงกระบวนการทำสเต็กเนื้อวัวไทยตั้งแต่เริ่มต้นจนสิ้นสุดเพื่อตอกย้ำงานเด่น (signature dish) ของร้านพร้อมกับขึ้นตัวอักษรชื่อร้านตอนจบทุกคลิป วิธีการนี้ถูกเลือกมาใช้เพื่อให้เกิดการจดจำด้วยการจับคู่ระหว่าง “เนื้อวัวไทย” กับ “ร้าน Huge” สิ่งที่น่าสนใจ คือ หลังจากโพสต์คลิปดังกล่าวแล้วปล่อยให้โพสต์ให้เป็นไปตามธรรมชาติ (organic reach) ไม่ได้มีการซื้อโฆษณา (boost post) เพิ่มเติม ข้อมูลจากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า จำนวนคนที่เปิดรับชิ้นงานแบบธรรมชาติค่อนข้างสูง นอกจากนี้ คณะผู้วิจัยยังได้ใช้ผู้มีอิทธิพลในออนไลน์ระดับท้องถิ่น (micro influencer) ที่เป็นคนในอำเภอเมืองชลบุรีและเพจดังท้องถิ่นช่วยโพสต์แนะนำร้านและเน้นงานเด่นเนื้อวัวไทยเพื่อเพิ่มการมองเห็นชิ้นงานโฆษณาในแคมเปญ และพบว่า ข้อมูล

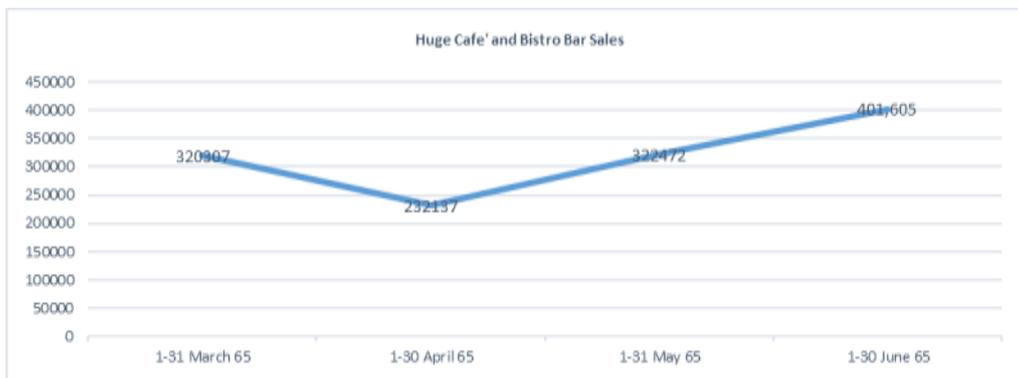


จากแบบสำรวจของร้านเกี่ยวกับการรับรู้สื่อโฆษณาประเภทคลิปสั้นพบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการครั้งแรก 16 คน จาก 50 คน ระบุว่า มีการเปิดรับสื่อโฆษณาของร้านผ่านเพจของผู้มีอิทธิพลในออนไลน์ระดับท้องถิ่นมากที่สุด

3.2.3 การประเมินประสิทธิผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ของแคมเปญ เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับเนื้อว้าวไทย ในส่วนนี้เป็นโพสต์ข้อความบรรยายร่วมกับชุดภาพนิ่งที่ให้ความรู้เกี่ยวกับเนื้อว้าวไทย จำนวน 7 ชิ้น คณะผู้วิจัยได้ทดลองซื้อโฆษณา (boost post) และปล่อยโพสต์ให้เป็นไปตามธรรมชาติ (organic reach) ผลวิจัยในตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า มีจำนวนลูกค้าที่เข้าถึงชิ้นงานเพิ่มมากขึ้นแม้จะไม่ได้ซื้อโฆษณา (เห็นได้จากวันที่ 3 และ 11 พฤษภาคม พ.ศ. 2565) สะท้อนให้เห็นได้ว่า ถ้าผู้ประกอบการสามารถเลือกประเด็นสารตามความสนใจของลูกค้าและมีการออกแบบภาพให้ดึงดูดใจก็สามารถทำให้ลูกค้าติดตามอ่านได้ และการซื้อโฆษณา (boost post) นั้นสามารถช่วยให้ลูกค้าสามารถพบเห็นชิ้นงานโฆษณาดังกล่าวสูงขึ้นถึง 2-3 เท่า (ข้อมูลจากแคมเปญวันที่ 6 และ 10 พฤษภาคม พ.ศ. 2565)

3.2.4 การประเมินประสิทธิผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ของแคมเปญ เพื่อกระตุ้นยอดขายของร้าน ฮิวจ์ คาเฟ่ แอนด์ บิสโทร บาร์ ในตารางที่ 3 แสดงถึงโพสต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย และพบว่า มีคนเข้ามาปฏิสัมพันธ์กับโพสต์ดังกล่าว (engagement) ตั้งแต่การกดถูกใจ (like) การแบ่งปัน (share) การส่งข้อความโดยตรง (direct message) ในสื่อเฟซบุ๊กเพจของทางร้าน เพื่อสั่งอาหาร จองโต๊ะ และสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมเพิ่มขึ้นก่อนที่จะทำโปรโมชั่น

ตารางที่ 4 สรุปยอดขายของร้าน ฮิวจ์ คาเฟ่ แอนด์ บิสโทร บาร์ เดือนมีนาคม-มิถุนายน พ.ศ. 2565



วันที่	ยอดขาย (บาท) การใช้บริการที่ร้าน	ยอดขาย (บาท) การซื้อกลับบ้าน มารับด้วยตนเอง	ยอดขาย (บาท) การสั่งผ่านแอปพลิเคชัน	ยอดขาย โดยรวม (บาท)
1-31 มีนาคม 2565	295,492	18,984	5,831	320,307
1-30 เมษายน 2565	227,106	264	4,767	232,137
1-31 พฤษภาคม 2565	317,571	224	4,677	322,472
1-30 มิถุนายน 2565	396,516	458	4,631	401,605

หมายเหตุ: เดือนเมษายนร้านได้หยุดในช่วงเทศกาลทำให้ยอดขายลดลง



และในตารางที่ 4 แสดงยอดขายของร้าน ฮิวจ์ คาเฟ่ แอนด์ บิสโทร บาร์ และพบว่ายอดขายของร้านในเดือนพฤษภาคมและมิถุนายน พ.ศ. 2565 สูงกว่าสองเดือนก่อนที่จะมีการทำแคมเปญ นับได้ว่าประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง แต่อย่างไรก็ตาม ยอดของการสั่งซื้อผ่านระบบดีลิเวอรี่ยังไม่ประสบความสำเร็จมากนัก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเรื่องของราคาอาหารของร้านที่สูงอยู่แล้วเมื่อถูกนำไปบวกเพิ่มขึ้นกับธุรกิจดีลิเวอรี่ทำให้จำนวนคนสั่งน้อย

อภิปรายผล

หลังจากได้ดำเนินการตามแคมเปญการสื่อสารแบรนด์ของร้าน ฮิวจ์ คาเฟ่ แอนด์ บิสโทร บาร์ พบว่าผลการวิจัยสนับสนุนแนวคิดที่ศุภณัฐ สุขโข (2563) ที่เสนอว่า การทำให้โพสต์ในสื่อออนไลน์มีคุณภาพและมีความน่าสนใจเพื่อให้ลูกค้าเกิดความเกี่ยวพันกับสารมากขึ้น (engagement) ไม่ว่าจะเป็นการกดถูกใจ แสดงความคิดเห็น แบ่งปัน หรือการกดแสดงความรู้สึกต่าง ๆ โดยการจ่ายเงินค่าโฆษณา (boost post) ในส่วนของ Facebook Ads Manager จะช่วยทำให้โพสต์สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เพิ่มมากขึ้น และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของมุกิตา วรรณทิม (2561) ที่เปรียบเทียบประสิทธิภาพการโฆษณาของแพลตฟอร์มที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของทันตแพทย์ผ่านกูเกิลและเฟซบุ๊ก กรณีศึกษา DentalGather และพบว่าแพลตฟอร์มโฆษณาทางเฟซบุ๊กมีประสิทธิภาพสามารถเพิ่มจำนวนสมาชิกได้ดีกว่าแพลตฟอร์มโฆษณากูเกิลเพราะมีวิดีโอ (VDO) ภาพแคนวาส (Canvas) และภาพ (Image) ในการดึงดูดกลุ่มเป้าหมายมากกว่า

แต่อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ต้องตระหนักคือ ผลวิจัยในอดีตนั้นไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ไม่ว่าจะเป็นเป็นการเลือกใช้แพลตฟอร์มหรือประสิทธิภาพของคอนเทนต์ประเภทต่าง ๆ (ณธิภัทร์ ดิษยาไตรพัฒน์, 2563; ณพัชรอร ฐิติฐาน์เดชน์ และธรรณูธร ปัญญาโสภณ, 2564; มุกิตา วรรณทิม, 2561; สุเมธ ศุภนิมิตรสมบัติ, 2561) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะมีปัจจัยหลายอย่างที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการโฆษณา ไม่ว่าจะเป็นแพลตฟอร์มรูปแบบและความน่าสนใจของเนื้อหา หรือแม้แต่พฤติกรรมการค้นหาข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย และอื่น ๆ สิ่งที่น่าสนใจสำหรับผู้ประกอบการท้องถิ่น คือ 1) การใช้ผู้มีอิทธิพลในออนไลน์ระดับท้องถิ่นนั้น ไม่ว่าจะเป็นเพจดังหรือบุคคลทั่วไปที่มีผู้ติดตามจำนวนหนึ่งมาช่วยแนะนำร้านนับว่าเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่มีอาจจะละทิ้งไปได้ เพราะช่วยให้ลูกค้าท้องถิ่นได้มีโอกาสเห็นชิ้นงานโฆษณาในแคมเปญมากขึ้นจากฐานข้อมูลคนกดชื่นชอบเพจเหล่านั้น และ 2) การกระตุ้นยอดขายก็ยังเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ลูกค้าสนใจและอยากทดลองใช้สินค้าหรือบริการของร้าน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

ผู้ประกอบการที่ประสงค์อยากทำการตลาดเนื้อหา (content marketing) ที่มีประสิทธิภาพนั้นจะต้องเริ่มจากการวางแผนกลยุทธ์การโฆษณาในสื่อออนไลน์ของร้านก่อน ตั้งแต่การกำหนดประเด็นที่ร้านต้องการสื่อสาร ซึ่งควรจะเป็นจุดเด่นของทางร้านที่ร้านคู่แข่งไม่มีและมีการสื่อสารแบบตอกย้ำ กำหนดลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของร้านให้ชัดเจน ศึกษาความต้องการและความสนใจของลูกค้าตลอดจนเทรนด์ที่นิยมในแต่ละยุคสมัย การนำเสนอการเขียนที่น่าสนใจและภาพถ่ายที่สวยงาม ตลอดจนอ่าน insight ของสื่อออนไลน์ของร้านเสมอหลังจากที่ได้ทำการปล่อยชิ้นงานโฆษณาในแคมเปญออกไป ก็จะช่วยให้การสื่อสารแบรนด์ของร้านผ่านสื่อออนไลน์มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น



2. ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

2.1 ผู้วิจัยอาจจะศึกษาเชิงเปรียบเทียบการทำการตลาดเนื้อหาในลักษณะต่าง ๆ ผ่านสื่อที่แตกต่างกัน ว่าสื่อประเภทใดจะมีประสิทธิผลในการเข้าถึงและปฏิสัมพันธ์กับผู้บริโภคได้แตกต่างกัน

2.2 ผู้วิจัยในอนาคตอาจจะวิเคราะห์เนื้อหาจากเพจที่ได้รับความนิยมเพื่อสรุปแนวทางการทำการตลาดเนื้อหาในลักษณะต่าง ๆ ว่าการนำเสนอในรูปแบบไหนได้รับความสนใจตอบรับจากผู้บริโภคได้ดี

กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพาที่สนับสนุนงบประมาณจัดทำโครงการบริการวิชาการแก่สังคม และคุณพงศ์พนิต ทองศักดิ์ เจ้าของร้านอีว้จ คาเฟ่ แอนด์ บิสโทร บาร์ ที่อนุญาตให้ผู้วิจัยนำข้อมูลของทางร้านมาใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษาต่อไป

บรรณานุกรม

- กนกวรรณ แกนเกตุ. (2563, 7 เมษายน). ปัญหาพื้นฐาน!! ที่เหล่า SME มักพบเจอเมื่อทำโฆษณาบน Facebook. สืบค้นจาก <https://stepstraining.co/social/problems-that-sme-meet-with-facebook-ads>
- ณธิภัทร์ ดิษยาไตรพัฒน์. (2563). การศึกษาประสิทธิผลของการมีส่วนร่วมของการโฆษณาผ่านเฟซบุ๊กและอินสตาแกรม กรณีศึกษา Collude Clothes. (ปริญญาานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพ.
- ณพัชรอรฐิฐิฐานันเดชน์ และธรรณูธร ปัญญาโสภณ. (2564). ประสิทธิภาพของการสื่อสารการตลาดดิจิทัลบน Facebook Ads และ Google Ads: กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์เอสเซนซ์บำรุงผิว บริษัท เฟซแลบส์ (ประเทศไทย) จำกัด. วารสารสหศาสตร์, 21(1), 120-135.
- โต๊ะข้าวไอที-ดิจิทัล. (2564, 25 กรกฎาคม). เปิดสถิติคนไทยเสพติด 'ออนไลน์ โซเชียล' สูงติดอันดับโลก. สืบค้นจาก bangkokbiznews.com/tech/950958?fbclid=waR2D8O2jATZgnsPITgDOrYmqKrAT1nrLU6oxCVDyr8V8Y7mWe86hSFUKopY
- มุกิตตา วรรณทิม. (2561). เปรียบเทียบประสิทธิผลการโฆษณาของแพลตฟอร์มที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของทันตแพทย์ผ่านกูเกิล (Google Ads) และเฟซบุ๊ก (Facebook Ads) กรณีศึกษา E-Marketplace ชื่อ "DentalGather" ภายใต้บริษัท เดอะ คอลแลบครีเอท จำกัด (การศึกษาค้นคว้าอิสระหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพ.
- ศุภณัฐ สุขโซ. (2563). Facebook Advertising ยิ่งแอดตรงเป้า จ่ายเบา ๆ ให้ดังและขายดี. นนทบุรี: ไอดีซี พรีเมียร์.
- สุเมธ ศุภนิมิตรสมบัติ. (2561). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัววัดประสิทธิผลของการสร้างคุณค่าตราสินค้าผ่านการโฆษณาบน Facebook กับเจตนาในการซื้อของผู้บริโภคกรณีศึกษา: แปรนด์ Ookbee. (ปริญญาานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพ.



Received: October 31, 2022

Accepted: December 12, 2022

บทความพิเศษ

ศาสตราจารย์ ดร. สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์: ปราชญ์วิจัยร่วมสมัย

จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์¹

อรณัฐ นครศรี²

ความนำ

“...ก่อนอื่นขอทราบว่าการวิจัยประเมินผลที่จะมาให้ทำนั้น จะมีการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์หรือไม่และอย่างไร ซึ่งหากแค่ต้องการได้รายงานมา 1 เล่ม เพียงเรียกได้ว่าทำครบตามโครงการแล้ว ไม่ได้นำผลจากการวิจัยไปใช้ประโยชน์อย่างจริงจัง ผมก็ไม่เห็นความจำเป็นต้องทำ เพราะจะสูญเสียงบประมาณแผ่นดินไปเปล่า ๆ และหากจะทำก็ขอให้บุคลากรของหน่วยงานต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการทำตั้งแต่เริ่มต้น เพื่อเรียนรู้กระบวนการในการวิจัยประเมินผล ต่อไปจะได้ มีความรู้ความสามารถในการวิจัยประเมินผล...”

ข้อความข้างต้น ผู้เขียนได้ยกมาจากหนังสือ “ศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ ปราชญ์วิจัย” ซึ่งเป็นหนังสืออนุสรณ์งานพระราชทานเพลิงศพ ศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ ณ เมรุวัดมกุฏกษัตริยาราม วันพฤหัสบดีที่ 24 ตุลาคม 2565 ที่ผ่านมา โดยเป็นข้อความที่ คุณนิยม เต็มศรีสุข อดีตเลขาธิการ ป.ป.ส. และอดีตรองปลัดกระทรวงยุติธรรม ได้เขียนเป็นอนุสรณ์ถึง ศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ ดังความว่า

“... นั่นคือสิ่งที่ ศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ กล่าวกับผม ในคราวที่ผมไปกราบขอให้ท่านช่วยรับในการทำการวิจัยประเมินผลนโยบายการป้องกัน และแก้ไขปัญหายาเสพติด ของสำนักงาน ป.ป.ส. เมื่อกว่า 20 ปีที่ผ่านมา เห็นได้ว่าท่านได้ให้ความสำคัญกับการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์และการใช้งบประมาณแผ่นดินที่ไม่ต้องการให้เกิดความสูญเปล่า อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรของรัฐอย่างยิ่ง...”

ผู้เขียนทั้งสองคน ต่างเป็นศิษย์ของศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ จึงร่วมกันเขียนบทความพิเศษนี้เพื่อเป็นอนุสรณ์แด่ท่านศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ เพื่อแสดงความเคารพต่อท่านอาจารย์ผู้ล่วงลับ และเพื่อให้คนรุ่นหลังได้รู้จักบุคคลสำคัญแห่งวงการวิจัยผู้ได้ชื่อว่าเป็น “ปราชญ์วิจัย”

¹ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

² หลักสูตรนักระบาดวิทยา คณะแพทยศาสตร์วชิรพยาบาล มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช



ภาพที่ 1 ศาสตราจารย์ ดร. สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์

ที่มา: ประวัติปราชญ์วิจัย ศาสตราจารย์ ดร. สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์

ประวัติการศึกษาและเกียรติคุณ

ศาสตราจารย์ ดร. สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ ดำรงตำแหน่ง ศาสตราจารย์ทางสังคมวิทยา-
ประชากรศาสตร์ โดยตำแหน่งสุดท้ายคือ ประธานมูลนิธิศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ เพื่อ
พัฒนาการศึกษาและวิจัย โดยตลอดช่วงชีวิตนั้นเป็นผู้ที่เสียสละทุ่มเททั้งกำลังกาย กำลังใจ และสติปัญญา
ให้การพัฒนาประเทศชาติในด้านวิชาการมาอย่างต่อเนื่องยาวนาน เป็นบุคคลอันทรงคุณค่าอย่างยิ่งใน
ด้านวิชาการของประเทศ โดยได้ให้การส่งเสริมและพัฒนานักศึกษาให้มีความรอบรู้ในด้าน ต่าง
ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านระเบียบวิธีการวิจัย และสถิติเพื่อการวิจัยในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ
ทั่วประเทศ ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัย
รามคำแหง มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยราชภัฏหลายแห่ง และมหาวิทยาลัยอื่น ๆ นอกจากนั้น ยังมี
ส่วนสำคัญในการช่วยเหลือสังคม ชุมชนในด้านต่าง ๆ มาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการได้ใช้ความรู้ใน
การทำวิจัยเพื่อศึกษาสาเหตุปัญหาต่าง ๆ เพื่อหาทางแก้ไข เช่น การแก้ไขปัญหาโสเภณีเด็ก ปัญหา
การสร้างงานในชนบท ปัญหายาเสพติด เป็นต้น โดยมีผลงานทางด้านการแก้ไขปัญหาสังคมที่ได้รับรางวัล
เช่น ผลงานวิจัยดีเด่นเพื่อสังคม จากมูลนิธิหม่อมงามจิตต์ บุรฉัตร ปี 2540 ผลงานวิจัยดีเด่นอันดับ
1 ของกระทรวงยุติธรรม ปี 2546 ประกาศเกียรติคุณในฐานะบุคคลที่มีผลงานระดับดีเด่น ด้านส่งเสริม
การแก้ไขปัญหายาเสพติด จากสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด ปี 2562 และ
ประกาศเกียรติคุณในฐานะบุคคลที่ได้เสียสละ อุทิศตน ใช้ความรู้ความสามารถในการสนับสนุนงาน
ป้องกันและการแก้ไขปัญหายาเสพติดอย่างต่อเนื่องและดีเยี่ยมจากสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและ
ปราบปรามยาเสพติด ปี 2563



รางวัลแห่งเกียรติยศทางวิชาการ

ศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ เป็นผู้มีความรู้ความสามารถ และสติปัญญาในระดับสูง โดยจบการศึกษาระดับปริญญาตรีจาก Victoria University, New Zealand ด้วยทุนโคลัมโบ และจบการศึกษาระดับปริญญาโทและปริญญาเอกจาก Brown University, U.S.A. ด้วยทุนสภาประชากรของสหรัฐอเมริกา โดยเฉพาะเมื่อจบปริญญาเอกจาก Brown University ได้รับเกียรตินิยมสูงสุด ฟาย เบต้า เคปป้า (Phi Beta Kappa) ซึ่งมอบให้เป็นเกียรติแก่นักวิชาการที่มีชื่อเสียงที่สุดในสหรัฐอเมริกา โดยพิจารณาจากผลงานของผู้จบการศึกษาจากทุกมหาวิทยาลัยของสหรัฐอเมริกา นอกจากนี้ ท่านยังได้เข้าอบรมที่วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร หลักสูตรวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักรภาคีรัฐร่วมกับเอกชน ปรอ.4 (344) และได้รับโล่ให้นักวิชาการดีเด่น วปอ. 344 อีกด้วย

ทั้งนี้หากพิจารณาถึงรางวัลเกียรติยศคือ การได้รับเชิญเข้าเป็นสมาชิกของสมาคม ฟาย เบต้า เคปป้า (Phi Beta Kappa) นั้น ถือเป็นตัวชี้วัดสำคัญที่สะท้อนถึงความเป็นผู้ทรงภูมิปัญญาของศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ และเป็นสิ่งรับรองถึงความสำเร็จทางวิชาการของท่านได้เป็นอย่างดี เนื่องจากเกียรตินิยมสูงสุด ฟาย เบต้า เคปป้า (Phi Beta Kappa) จะมอบให้เป็นเกียรติแก่นักวิชาการที่มีชื่อเสียงที่สุดในสหรัฐอเมริกา โดยที่ผ่านมามีผู้นำสหรัฐฯ 17 คน ที่ได้รับเกียรตินิยม Phi Beta Kappa เมื่อสำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยชั้นนำ ซึ่งในจำนวนนี้รวมถึงนายบิล คลินตัน นายจิมมี คาร์เตอร์ และนายจอร์จ เอช. บุช ผู้พิพากษาศาลฎีกา 38 คน และผู้ได้รับรางวัลโนเบลกว่า 130 คน



ภาพที่ 2 สัญลักษณ์ของ Phi Beta Kappa Society

ที่มา: <https://images.app.goo.gl/kwURcU34bytQqMkb7>

บทบาทด้านงานวิชาการ

ศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ ได้ทุ่มเทในการถ่ายทอดความรู้ที่เชี่ยวชาญให้กับลูกศิษย์และผู้ที่เกี่ยวข้องทั่วไปอย่างต่อเนื่องและยาวนาน โดยการสอนในหลักสูตรปริญญาโทและปริญญาเอกให้กับหลายมหาวิทยาลัย จัดอบรมหลักสูตรหลายหลักสูตร โดยเป็นผู้ก่อตั้งและผู้อำนวยการหลักสูตรระดับปริญญาโท และปริญญาเอกในมหาวิทยาลัยชั้นนำของประเทศ เช่น



- มหาวิทยาลัยมหิดล หลักสูตรสังคมศาสตร์การแพทย์มหาบัณฑิต (2518) หลักสูตรสังคมศาสตร์สิ่งแวดล้อมมหาบัณฑิต (2519) และหลักสูตรอาชีวศึกษาและงานยุติธรรม (2518)

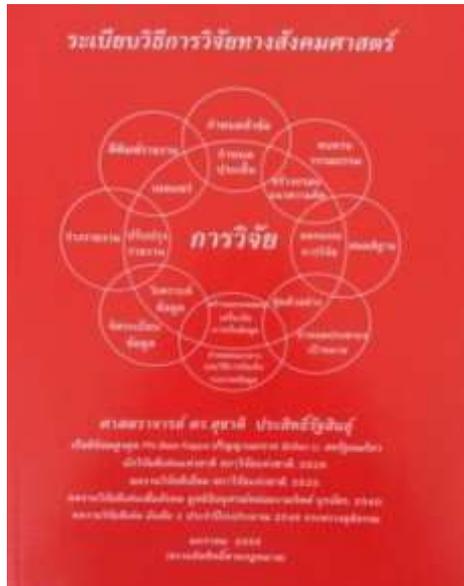
- สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ หลักสูตรเทคโนโลยีการบริหาร (การจัดการ การฝึกอบรม วิธีวิทยาการวิจัย) (2536) และหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาประชากรและการพัฒนา (2524)

- มหาวิทยาลัยปทุมธานี หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิตการพัฒนากิจการ (การพัฒนากิจการ การพัฒนาสังคม การบริหารธุรกิจ (เฉพาะด้าน) การพัฒนากิจการทางการศึกษา การพัฒนานักบริหารระดับสูง การพัฒนากิจการงานยุติธรรม วิธีวิทยาการวิจัยการพัฒนากิจการ จิตวิทยา (เฉพาะด้าน) การจัดการคุณภาพ การปกครองส่วนท้องถิ่น) (2552) และหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิตการพัฒนากิจการ (การพัฒนากิจการ การพัฒนาสังคม การบริหารธุรกิจ (เฉพาะด้าน) การพัฒนากิจการทางการศึกษา การพัฒนานักบริหารระดับสูง การพัฒนากิจการงานยุติธรรม วิธีวิทยาการวิจัยการพัฒนากิจการ จิตวิทยา (เฉพาะด้าน) การจัดการคุณภาพ) (2551)

- มหาวิทยาลัยรามคำแหง หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ (สาขารัฐศาสตร์ สังคมวิทยา บริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ นิติศาสตร์ บริหารการศึกษา วิจัยการศึกษา เทคโนโลยีการศึกษา จิตวิทยา ให้คำปรึกษา) (2543)

- มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิตการพัฒนากิจการ (การพัฒนากิจการ การพัฒนาสังคม การบริหารธุรกิจ การบริหารการศึกษา การพัฒนานักบริหารระดับสูง การบริหารงานยุติธรรม วิธีวิทยาการวิจัย จิตวิทยาให้คำปรึกษา การจัดการคุณภาพ) (2547)

อีกทั้งยังได้เขียนหนังสือ และตำราเพื่อยกระดับการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาของประเทศไทย โดยเฉพาะศาสตร์ทางด้านวิจัยและสถิติ เพื่อให้ นักศึกษาไทยได้มีความรู้ด้านการวิจัยที่ถูกต้องและได้มาตรฐานตามหลักสากล โดยมีผลงานตำราวิชาการด้านระเบียบวิธีการวิจัย และสถิติสำหรับการวิจัย เช่น 1) ศาสตร์ว่าด้วยการวิจัยอนาคตการณ์ 2) กระบวนทัศน์วิจัย การประเมินผลโครงการวิจัยเชิงปริมาณ เชิงคุณภาพ และแบบผสม การทบทวนวรรณกรรมที่ถูกต้องและได้มาตรฐานสากล 3) การเขียนข้อเสนอโครงการวิจัยเชิงปริมาณ เชิงคุณภาพ และแบบผสม ที่ถูกต้องได้มาตรฐานสากล 4) การใช้สถิติในงานวิจัยอย่างถูกต้องและได้มาตรฐานสากล 5) การประเมินผลโครงการ: หลักการและการประยุกต์ 6) วิธีวิทยาการวิจัยเชิงคุณภาพ ยุคใหม่ 7) ปรัชญาของศาสตร์สังคม 8) วิธีวิทยาการวิจัยเชิงคุณภาพ: การวิจัยปัญหาปัจจุบันและการวิจัยอนาคตกาล 9) นานานวัตกรรมวิธีวิทยาการวิจัย 10) เทคนิควิเคราะห์ตัวแปรหลายตัว สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์ 11) แบบจำลองสมการโครงสร้าง: การใช้โปรแกรม LISREL, PRELIS และ SIMPLIS 12) สถิติสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ การสร้างมาตรวัดสำหรับการวิจัยที่ถูกต้องและได้มาตรฐานสากล และ 13) “ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์” ซึ่งเป็นหนังสือที่ถูกใช้อย่างแพร่หลายในมหาวิทยาลัยชั้นนำของประเทศ และมีการตีพิมพ์มากกว่า 15 ครั้ง ซึ่งถูกเรียกขานกันว่า “วิจัยเล่มแดง”



ภาพที่ 3 หนังสือระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์ (2555)

ที่มา: ผู้เขียน

บทบาทด้านการวิจัย

ศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ ได้พัฒนาผลงานวิจัยที่มีคุณภาพ และมีค่าให้แก่วงการวิชาการมากมาย กระทั่งได้รับรางวัลระดับชาติจากหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และยังมีส่วนผลักดันให้ศิษย์หลายรุ่น ได้มีผลงานที่เป็นที่ได้อาจารย์มาตรฐานสากลเป็นที่ยอมรับในแวดวงวิชาการ

ในส่วนของผลงานวิชาการของ ศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ พบว่า ได้ทำหน้าที่เป็นผู้บริหารโครงการวิจัยที่มีคุณภาพมาตรฐานสากลให้กับหลายหน่วยงานทั้งในประเทศ เช่น สำนักงบประมาณ สำนักงานตรวจเงินแผ่นดิน สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ สำนักคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กรมสอบสวนคดีพิเศษ สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม สำนักงานคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ การเคหะแห่งชาติ สภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กรมปศุสัตว์ กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เป็นต้น และในต่างประเทศ เช่น ESCAP(Economic Social Commission for Asia and the Pacific) ILO (International Labor Organization) IDRC(International Development Research Center) Rockefeller Foundation, Population Council UNFPA (United Nations Fund for Population Activities) และที่สำคัญคือ ESCAPE ได้เชิญให้ไปเป็นที่ปรึกษาให้แก่รัฐบาลประเทศฟิลิปปินส์

แนวคิดต่อการพัฒนาด้านวิชาการและวิจัยของประเทศ

Social Eyes Thailand (2565) ได้รวบรวมแนวคิดของศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ ที่แสดงถึงความห่วงใยด้านวิชาการและวิจัย ไว้ ดังนี้



“วิกฤตการณ์ที่เกิดขึ้นในวงการวิจัยในปัจจุบันเกิดขึ้นได้เพราะการผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพต่ำ ทำให้วิทยานิพนธ์และดุษฎีนิพนธ์ที่มีคุณภาพต่ำตามไปด้วย ดุษฎีนิพนธ์หรืองานวิจัยจำนวนมากถึงขั้นที่ไม่มีคุณภาพเลย เพราะสถาบันการศึกษาส่วนใหญ่มุ่งแสวงหาผลประโยชน์ทางด้านเงินเข้ากระเป๋า กลุ่มผู้บริหารโครงการ โดยไม่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและประเทศชาติ แข่งขันกันเปิดหลักสูตรโดยไม่มีความพร้อมทางด้านวิชาการอย่างแท้จริงโดยเฉพาะอย่างยิ่งทางด้านการศึกษาที่ต้องนำมาใช้ในการทำ ดุษฎีนิพนธ์”

“การขาดความรู้ที่ถูกต้องเป็นไปได้ ทั้งที่รู้ตัว และไม่รู้ตัว สาเหตุใหญ่ของการขาดความรู้ที่ผู้วิจัยเองไม่รู้ตัว เพราะผู้วิจัยไม่เคยได้เรียนรู้ในสิ่งที่ถูกต้องและสำคัญผิดยึดมั่นถือมั่นว่าสิ่งที่ตนเองเรียนรู้มานั้น ถูกต้องและไม่พะวงสงสัยที่จะตรวจสอบความรู้ที่เล่าเรียนมานั้นว่าถูกต้องหรือไม่ เนื่องจากยึดมั่นในตัว อาจารย์ผู้สอนว่าเป็นผู้ที่มีความรู้เพราะตัวผู้เรียนเองขาดต้นทุนวิชาการ (academic capital) มีความรู้ไม่เพียงพอ หรือไม่รู้จักค้นคว้าหาความรู้มาใช้ในการตรวจสอบด้วยตนเอง”

“การขาดความรู้ที่ถูกต้องโดยรู้ตัวเกิดขึ้นได้เพราะเคยแต่เรียนรู้มาว่าสิ่งที่เรียนรู้นั้นคืออะไร แต่ไม่เข้าใจถึงแก่นสาระของสิ่งที่ได้เรียนรู้อะไร แม้จะทำทุกอย่างเท่าที่ทำได้อย่างดีที่สุดตามความสามารถเท่าที่ได้เรียนมาแต่ก็ไม่ถูกต้อง ต่อมาเมื่อได้มารับรู้ว่าผิดก็ไม่ว่าจะทำอย่างไร ผลงานวิจัยที่ได้ออกมาจึงไม่มีคุณภาพและคุณค่าที่จะนำไปใช้ได้ ที่สำคัญคือ เจ้าของผลงานวิจัยยังสำคัญผิด มีความภาคภูมิใจในผลงานไม่ว่าจะเป็นงานวิจัยหรือดุษฎีนิพนธ์ว่าเป็นงานวิจัยที่ดีมาก บอกกล่าวให้ผู้อื่นฟังด้วยความเข้าใจผิด ผู้ฟังที่เป็นนักวิชาการจริงหรือเรียนรู้อย่างถูกต้อง อดที่จะเวทนาสงสารผู้ที่ทำวิจัยที่มีลักษณะดังกล่าวไม่ได้ ไม่ว่าจะเป็ผลงานวิจัยเชิงคุณภาพหรือเชิงปริมาณหรือแบบผสม”

“คุณภาพของงานวิจัยไม่ว่าจะเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) หรือเชิงคุณภาพ (qualitative research) หรืองานวิจัยแบบผสมผสาน (mixed methodology) สะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของนักวิจัยในการพัฒนาตนเอง และในการที่จะสร้างประโยชน์ให้กับองค์กร สังคมและประเทศชาติ นักวิจัยที่ทำงานวิจัยที่ไม่มีคุณภาพโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาเอก หรือผู้ที่สำเร็จการศึกษาปริญญาเอก หรือนักวิชาการและนักวิจัยที่อยู่ในหน่วยงานของเอกชน ในสถาบันการศึกษา และในหน่วยงานของรัฐที่ต้องอาศัยผลงานวิจัยเป็นข้อมูลพื้นฐานในการกำหนดมาตรการ และแนวทางในการแก้ไขและพัฒนางานและภารกิจของตน จะไม่สามารถทำงานวิจัยที่เข้มข้นที่สามารถสร้างผลกระทบ (impact research) ที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในแนวทางที่ดีในเรื่องที่ตนศึกษาได้ หากขาดความรู้ที่ถูกต้องในเชิงระเบียบวิธีไม่ว่าจะเป็นภาพรวม (holistic methodology) ของระเบียบวิธีที่เป็นแนวทางเชิงปริมาณ หรือเชิงคุณภาพ หรือประเด็นเฉพาะของแต่ละวิธี (specific methods)”

จากแนวคิดของศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ ที่แสดงถึงความห่วงใยด้านวิชาการ และวิจัยของประเทศที่กำลังถดถอย ศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ จึงมีปณิธานที่จะพัฒนา



วิชาการของประเทศให้มีความเข้มแข็ง โดยการพัฒนาหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษาที่เน้นการวิจัยที่ถูกต้อง และได้มาตรฐานสากล อีกทั้งยังได้เผยแพร่ความรู้ของท่านผ่านบทความ หนังสือ และการอบรมผ่านกิจกรรม และโครงการต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการรับเชิญเป็นวิทยากรบรรยายให้กับโครงการ Research Zone ที่จัดโดยศูนย์จัดการความรู้และถ่ายทอดผลงานวิจัย สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้ด้านการวิจัยให้กับนักวิจัย นอกจากเอกสารงานวิจัยและตำราต่าง ๆ แล้วการก่อตั้งมูลนิธิ ศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ เพื่อพัฒนาการศึกษาและวิจัย” เป็นเจตนารมณ์ที่จะมอบมรดกทางวิชาการเพื่อสนับสนุนการศึกษาวิจัยต่อไปในอนาคต ตลอดระยะเวลาาร่วม 50 ปีที่ศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ สร้างคุณูปการอันเป็นประโยชน์ให้กับประเทศชาติ แม้ในบั้นปลายชีวิตก็ยังมี ความหวังใยอนาคตของการศึกษาวิจัย จึงเรียกได้ว่าเป็น “ปราชญ์วิจัยร่วมสมัย นักวิจัยของแผ่นดิน” ที่จะยังคงถูกกล่าวขานในวงการวิชาการด้วยผลงานมากมายที่ทิ้งไว้เป็นมรดกแก่แผ่นดิน

บรรณานุกรม

ขอแสดงความเสียใจและร่วมไว้อาลัยต่อการจากไปของ ศ.ดร.สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ นักปราชญ์ทางด้านงานวิจัย. (2022, October 14). Social Eyes. Thailand. สืบค้นจาก <https://socialeyesthailand.com/221014-13/>

“ศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ ปราชญ์วิจัย” อนุสรณ์งานพระราชทานเพลิงศพ ศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ ณ เมรุวัดมกุฏกษัตริยาราม วันพฤหัสบดี 24 ตุลาคม 2565. กรุงเทพฯ: อัดสำเนา