วารสารวิชาการ วิจัย และนวัตกรรม มสธ. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2568)

วารสารวิชาการ วิจัย และนวัตกรรม มสธ.

(มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)

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

ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2568) Vol. 5 No. 2 (July-December 2025)

ISSN 3057-1626 (Online)

ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2568)

วารสารวิชาการ วิจัย และนวัตกรรม มสธ. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)
STOU Academic Journal of Research and Innovation (Humanities and Social Science)
ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2568) Vol. 5 No. 2 (July – December 2025)
ISSN 3057-1626 (Online)

วัตถุประสงค์และขอบเขตของวารสาร

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

ขอบเขตของวารสารเป็นวารสารทางสาขานิเทศศาสตร์ 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
เลขที่ 9/9 หมู่ 9 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 พัชนี เชยจรรยา : ความเชี่ยวชาญด้านนิเทศศาสตร์และระเบียบวิธีวิจัย

รองศาสตราจารย์ ดร.ธิติพัฒน์ เอี่ยมนิรันดร์ : ความเชี่ยวชาญด้านนิเทศศาสตร์ การจัดการการสื่อสาร การสื่อสารการเมือง การจัดการสื่อสารองค์กร

รองศาสตราจารย์.ดร.สมาน งามสนิท : ความเชี่ยวชาญด้านนิเทศศาสตร์และรัฐศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยาธร ท่อแก้ว : ความเชี่ยวชาญด้านนวัตกรรมการสื่อสารการเมืองและการปกครอง

รองศาสตราจารย์ ดร.สังวรณ์ งัดกระโทก : ความเชี่ยวชาญด้านการวัดและการประเมินผลและการวิจัยเชิงปริมาณ

รองศาสตราจารย์ ดร.วัลภา สบายยิ่ง : ความเชี่ยวชาญด้านการแนะแนวและการปรึกษาเชิงจิตวิทยา การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ การพัฒนาองค์กร การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

รองศาสตราจารย์วรวุฒิ เทพทอง : ความเชี่ยวชาญด้านนิติศาสตร์และกฎหมายเอกชน

บรรณาธิการ

อาจารย์ ดร.หัสพร ทองแดง (สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช)

กองบรรณาธิการภายในมหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ ดร.กมลรัฐ อินทรทัศน์ (สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทรงลักษณ์ สกุลวิจิตร์สินธุ (สาขาวิชาศิลปศาสตร์ แขนงวิชาสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วสันต์ รัตนโภคา (สาขาวิชาศิลปศาสตร์ แขนงวิชาไทยคดีศึกษ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กรรณ จรรยาวุฒิวรรณ์ (สำนักเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กานต์ บุญศิริ (สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กรกช ขันธบุญ (สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พันทิพา อมรฤทธิ์ (สำนักเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช)

อาจารย์ ดร.ปุณณฑรีย์ สันติสุภาพร (สาขาวิชาศิลปศาสตร์ แขนงวิชาไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช)

อาจารย์ ดร.พิศุทธิภา เมธีกุล (สาขาวิชามนุษยนิเวศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช)

อาจารย์ ดร.พัทธนันท์ บุตรฉุย (สำนักเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช)

กองบรรณาธิการภายนอกมหาวิทยาลัย

ศาสตราจารย์ ดร.กล้าหาญ ณ น่าน (สาขาการจัดการทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี)

รองศาสตราจารย์ ดร.รัฐบุรุษ คุ้มทรัพย์ (อาจารย์พิเศษและนักวิชาการอิสระ)

รองศาสตราจารย์ ดร.ทิวัตถ์ มณีโชติ (คณะศึกษาศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัตน์)

รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว (คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการสื่อสาร สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์)
รองศาสตราจารย์ ดร.สุปราณี ศิริสวัสดิ์ชัย (สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา)
รองศาสตราจารย์ ดร.พยอม รัตนมณี (คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์)
รองศาสตราจารย์ ดร.พฤทธ์สรรค์ สุทธิไชยเมธี (คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพิษณุโลก)
รองศาสตราจารย์ ดร.ชินีเพ็ญ มะลิสุวรรณ (สาขาวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และสื่อดิจิทัล คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา)
รองศาสตราจารย์ธีรารักษ์ โพธิสุวรรณ (นักวิชาการอิสระ)
รองศาสตราจารย์สุมน อยู่สิน (นักวิชาการอิสระ)
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิษฐา หรุ่นเกษม (คณะวิทยาการจัดการ สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร)
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์ (สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร)
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธาสินี ปิยพสุนทรา (คณะศิลปศาสตร์ ภาษาไทยและภาษาวัฒนธรรมตะวันตก มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีรพงษ์ พวงเล็ก (คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ)
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อารยา เชียงของ (คณะพยาบาลศาสตร์เกื้อการุณย์ มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช)
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภิศักดิ์ กัลยาณมิตร (คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์)
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว (คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์)
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรินทร์ เมทะนี (คณะอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาวิชาการดนตรีและศิลปะการแสดง มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต)
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงไกร โพธิ์มณี (คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร)
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โสรยา งามสนิท (สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร)
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมัชชา นิลปัทม์ (คณะวิทยาการสื่อสาร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี)
อาจารย์ ดร.พิมพ์ชญา ฟักเปี่ยม (คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี)

กองจัดการ

นางสาววรรณภา นิ่มอ่อน ผู้จัดการวารสารฯ
นางสาวสุไรพร เติมทอง ผู้ช่วยผู้จัดการวารสารฯ

ออกแบบปกและจัดรูปเล่ม

นางสาววรรณภา นิ่มอ่อน
นางสาวนันท์นภัส มากระดี

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิผู้ประเมินบทความ
ประจำฉบับ ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2568)

ศาสตราจารย์ ดร.กิตติศักดิ์ วงษ์มเหศักดิ์	คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
ศาสตราจารย์ ดร.กล้าหาญ ณ น่าน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ศาสตราจารย์เกียรติคุณ พัชนี เชยจรรยา	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ศาสตราจารย์ ดร.ภูบดินทร์ พรพันธุ์เจษฎา	นักวิชาการอิสระ
ศาสตราจารย์ ดร.บังอร เสรีรัตน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
รองศาสตราจารย์ ดร.กุลธิดา ธรรมวิภัชน์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
รองศาสตราจารย์ ดร.รัฐบุรุษ คุ้มทรัพย์	นักวิชาการอิสระ
รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยฉัตร ล้อมชวการ	มหาวิทยาลัยชินวัตร
รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภโชคชัย นันทศรี	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
รองศาสตราจารย์ ดร.สุปราณี ศิริสวัสดิ์ชัย	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
รองศาสตราจารย์ ดร.พรปภัสสร ปริญชาญกล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
รองศาสตราจารย์ ดร.สมิทธิ์ บุญชุติมา	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.ชินีเพ็ญ มะลิสุวรรณ	มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
รองศาสตราจารย์ ดร.ศรันย์ พิมพ์ทอง	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
รองศาสตราจารย์ ดร.นิษฐา หรุ่นเกษม	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
รองศาสตราจารย์ ดร.อัมราพร สุรการ	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรินทร์ เมทะนี	มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จักรพันธ์ กิตินรรัตน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธมนพัชร์ ศรีษะพลภูสิทธิ	มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณวิมล นาคทัต	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โสรยา งามสนิท	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ตวงพร สรประเสริฐ	มหาวิทยาลัยบูรพา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อารยา เชียงของ	มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรรพัชญ์ เจียระนานนท์	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิเชียร ลัทธิพงศ์พันธ์	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรลักษณ์ เขียวมีส่วน	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันชัย สุขตาม	มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีรพงษ์ พวงเล็ก	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุทัย สติมั่น	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัชญา สกุณา	มหาวิทยาลัยรังสิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขันทอง วัฒนะประดิษฐ์	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีระ สุภะ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
พระเจริญพงษ์ วิชัย, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์วราพร ดำจับ	มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ต.ท. ดร.พงษ์ธร ธัญญสิริ	สำนักงานกิจการยุติธรรม กระทรวงยุติธรรม
พ.ต.อ.หญิง ดร.ลดาวัลย์ ชาติไทย	กองบัญชาการตำรวจตระเวนชายแดน
อาจารย์ ดร.วิเชศ คำบุญรัตน์	สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
อาจารย์ ดร.ศิริเนตร สุขดี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
อาจารย์ ดร.ธีรเสฏฐ์ ศิรธนานนท์	มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช
อาจารย์ ดร.อิทธิพล วรานุศุภากุล	สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
อาจารย์ ดร.รักชนกชรินร์ พูลสุวรรณนธี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
อาจารย์ ดร.เกรียงไกร เจียรประดิษฐ์	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

บทบรรณาธิการ

วารสารวิชาการ วิจัย และนวัตกรรม มสธ. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) ฉบับนี้เป็นปีที่ 5 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2568) ซึ่งมีขอบเขตของวารสารเป็นวารสารทางสาขานิเทศศาสตร์ มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ อีกทั้งแขนงวิชาที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ พฤติกรรมศาสตร์ รัฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ ศิลปศาสตร์ จิตวิทยา นิติศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ ส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์ การจัดการบริหารธุรกิจ พัฒนาสังคมและการศึกษา และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ด้วยเห็นความสำคัญของการรวมรวบความรู้ ถ่ายทอดและเผยแพร่เป็นวารสารวิชาการ วิจัย และนวัตกรรม มสธ. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) โดยมีกำหนดออก 2 ฉบับต่อปี คือ ฉบับที่ 1 (มกราคม – มิถุนายน) และฉบับที่ 2 (กรกฎาคม – ธันวาคม) ซึ่งเผยแพร่ในรูปแบบวารสารออนไลน์

กองบรรณาธิการวารสารวิชาการ วิจัย และนวัตกรรม มสธ. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) ขอขอบพระคุณสาขาวิชานิเทศศาสตร์และมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ที่ให้การสนับสนุนงบประมาณและทรัพยากรอื่น ๆ ที่เอื้อให้สามารถดำเนินการบริหารจัดการ และจัดทำจนได้วารสารฉบับนี้ปรากฏสู่สายตาของท่านผู้อ่าน

ขอขอบพระคุณผู้เขียนทุก ๆ ท่าน ที่มีส่วนร่วมในการจัดทำวารสารโดยส่งงานเขียนที่มีคุณค่า และขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้ความอนุเคราะห์ประเมินคุณภาพของบทความทุกชิ้น โดยให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาปรับปรุงงานเขียนจนได้บทความที่มีคุณภาพยิ่งขึ้น

กองบรรณาธิการหวังเป็นอย่างยิ่งว่า เนื้อหาบทความทั้งหมดที่นำเสนอในวารสารนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านให้สามารถนำไปใช้เพื่อการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับศาสตร์ทางด้านนิเทศศาสตร์ มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องต่อไปทั้งในเชิงวิชาการและวิชาชีพ

อาจารย์ ดร.หัสพร ทองแดง
บรรณาธิการ

สารบัญ

เรื่อง	หน้า

บทความวิชาการ: Academic Articles

ธนาคารหน่วยกิต: แนวคิด ความเป็นมา สภาพการดำเนินงานและความท้าทายของไทย
Credit Bank: Concepts, Background, Operational Status, and Challenges in Thailand ... 1-15
เมธชนนท์ ประจวบลาภ (Metchanon Prajuablap)
สถิดาพร คำสด (Sathidaporn Khomsod)

เทิ่ง สติเฟื่อง นักโฆษณาไทยในตำนานผู้มาก่อนกาลของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีช่อง 4 บางขุนพรหม
Teung Stifueang, A Legendary Thai Advertiser Ahead of His Time of Thai Television Channel 4, Bangkhunphrom ... 16-32
ชมพูนุช ปัญญไพโรจน์ (Chompunuch Punyapiroje)
ประภาส นวลเนตร (Prapas Nualnetr)

การพิชิตใจผู้บริโภครุ่นใหม่ Gen Z ด้วยกลยุทธ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแนวใหม่ (4C's)
Winning of New Generation Gen Z Consumers with New Marketing Mix Strategy (4C's) ... 33-47
พิมพ์ชญา ฟักเปี่ยม (Pimchaya Fakpiem)
จริยา รุกขพันธุ์ (Jariya Rukkhaphan)

บทความวิจัย: Research Articles

ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการปฏิบัติงานกับความเครียดของพนักงาน บริษัท ติงค์บิ๊ก คอนซัลติ้ง จำกัด
The Relationship Between Operational Factors and Work-Related Stress Among Employees of Thinkbig Consulting Co., Ltd. ... 48-63
เพ็ญสุดา มงคลใหม่ (Phensuda Mongkolmai)
เอนก ประดิษฐารมณ์ (Anek Pradittharom)

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า

บทความวิจัย: Research Articles (ต่อ)

พฤติกรรมการรับฟัง ความพึงพอใจ และความต้องการที่มีต่อรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดน
Listeners' Exposure Behavior, Satisfaction and Demand for Programming from the Broadcasting Service of Border Patrol Police 64-78
นธี หงษ์ษา (Natee Hongsa)
มนวิภา วงรุจิระ (Monwipa Wongrujira)

ก้าวข้ามวิกฤติ: การพัฒนาระบบสื่อสารสาธารณภัยเชิงบูรณาการของกรุงเทพมหานคร
Crisis Resilience Developing an Integrated Public Disaster Communication System for Bangkok 79-102
ธิติพัฒน์ เอี่ยมนิรันดร์ (Titipat Iamnirun)

การพัฒนาสื่อด้านสุขภาพเรื่องการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอย่างปลอดภัยสำหรับผู้สูงอายุ
Healthcare Material Development in Safely Using Supplementary Products for the Elderly 103-117
อารยา เชียงของ (Araya Chiangkhong)
จิรนุช งามยิ่งยศ (Jiranuch Ngamyingyod)
วีรพงษ์ พวงเล็ก (Weerapong Pounglek)
ขวัญชนก เทพปัน (Kwunchanok Theppan)
ทรงพัน โลกาวี (Shongpun Lokavee)

ผลของการจัดการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยเทคนิคกลุ่มสืบสอบที่มีต่ออัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ
Effects of Cooperative Learning with the Group Investigation Technique on Bangkok University Students' Identity Formation 118-137
วีรพงษ์ พวงเล็ก (Weerapong Pounglek)
สุนทรี ผลวิวัฒน์ (Suntaree Polvivat)
อัลฮูดา ชนิดพัฒนา (Alhuda Chanitphattana)

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า

บทความวิจัย: Research Articles (ต่อ)

การจ่ายเงินแก่ลูกจ้างในช่วงหยุดกิจการชั่วคราวในสถานการณ์โรคโควิด-19
Pay During Temporary Layoff Under the COVID-19 Crisis 138-151
จิราพร สุทันกิตระ (Jiraporn Sudhankitra)

การสังเคราะห์แนวคิดเพื่อการออกแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพสำหรับเด็กปฐมวัย: การวิจัยเชิงเอกสาร
Concepts Synthesis of Design Guidelines of Physical Environmental for Early Childhood: The Documentary Research 152-163
รจนา สังข์ทอง (Rodjana Sangtong)

Oral English Communication Problems and Solutions of Long-Tail Boat Crews in Phang Nga Province 164-179
Nadiyah Salae, Nadia Lahtam, Phetphailin Thonganan,
Nur-ainee Sri-amart, Nasrin Wuthisat, Pairote Bennui

ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรสำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร
The Relationship Between Work Motivation and Quality of Working Life of Personnel at MinBuri District Office, Bangkok 180-192
พัชญ์ชรัมพร สิทธิดำรงค์ (Patcharumporn Sitthidamrong)
นัทนิชา โชติพิทยานนท์ (Natnicha Chotpittayanon)

การเสริมสร้างพลังอำนาจในตนเองของผู้สูงอายุโดยพุทธสันติวิธี
Enhancing an Elderly Empowerment through Buddhist Peaceful Means 193-215
กรกมล พลเยี่ยม (Kornkamon Phonyiem)
ขันทอง วัฒนะประดิษฐ์ (Khantong Wattanapradith)
พระปราโมทย์ วาทโกวิโท (Phra Pramote Vatagovido)

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า

บทความวิจัย: Research Articles (ต่อ)

การส่งเสริมสัมมาชีพของคนรุ่นใหม่ด้วยการเจียระไนนิลโดยพุทธสันติวิธี
Promoting the Livelihood of the New Generation Through Sapphire Cutting by Buddhist Peaceful Means 216-235
พระนิโรธ อภิญาโณ (Phra Niroth Aphiyano (Rakphonlamuang))
ขันทอง วัฒนะประดิษฐ์ (Khantong Wattanapradith)

การสื่อสารในการขับเคลื่อนเมืองอัจฉริยะของนายกเทศมนตรีเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช
Communication for Driving the Smart City Development of the Mayor of Thung Song Municipality, Nakhon Si Thammarat Province 236-255
วิทยาธร ท่อแก้ว (Wittayatorn Tokeaw)

วารสารวิชาการ วิจัย และนวัตกรรม มสธ. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)
STOU Academic Journal of Research and Innovation (Humanities and Social Science)
ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2568) Vol. 5 No. 2 (July - December 2025)

Received: February 16, 2025
Revised: July 7, 2025
Accepted: August 27, 2025

ธนาคารหน่วยกิต: แนวคิด ความเป็นมา สภาพการดำเนินงานและความท้าทายของไทย

Credit Bank: Concepts, Background, Operational Status, and Challenges in Thailand

เมธชนนท์ ประจวบลาภ (Metchanon Prajuablap)[1*]
สถิดาพร คำสด (Sathidaporn Khomsod)[2]
[*]ผู้ประสานงานหลัก: metchanon.pr@ku.th

บทคัดย่อ

บทความฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมและนำเสนอแนวคิด ความเป็นมา สภาพการดำเนินงานและความท้าทายของระบบธนาคารหน่วยกิตในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานและการอาชีวศึกษาของประเทศไทย โดยระบบธนาคารหน่วยกิตในประเทศไทยได้รับอิทธิพลจากแนวคิดการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตและแนวคิดการรับรองประสบการณ์ที่ผู้เรียนมีมาก่อน มีพัฒนาการความเป็นมา 3 ระยะ ระยะแรกเริ่มต้น พ.ศ. 2542 - 2561 จากการประกาศกฎหมายการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 เน้นการเทียบโอนผลการเรียนภายในสถานศึกษาเป็นหลัก ระยะที่สองตั้งแต่ช่วง พ.ศ. 2561 - 2566 เป็นระยะของการวิจัยและพัฒนารูปแบบ องค์ประกอบ และแนวทางการดำเนินงานธนาคารหน่วยกิต และระยะที่สามเริ่มตั้งแต่ พ.ศ. 2567 จากการออกประกาศกระทรวงศึกษาธิการเกี่ยวกับการดำเนินงานธนาคารหน่วยกิต ปัจจุบันโครงสร้างธนาคารหน่วยกิตระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานและการอาชีวศึกษา แบ่งออกเป็น 4 ระดับ คือ ธนาคารหน่วยกิตกลาง ธนาคารหน่วยกิตระดับการศึกษา ธนาคารหน่วยกิตระดับจังหวัด และธนาคารหน่วยกิตระดับสถานศึกษา ความท้าทายสำคัญในการดำเนินงานคือ ไม่มีกฎหมายเป็นการเฉพาะ โครงสร้างมีความซับซ้อน และความรู้ความเข้าใจของสาธารณชน

คำสำคัญ ธนาคารหน่วยกิต การศึกษาขั้นพื้นฐาน อาชีวศึกษา

---

[1] *นิสิตระดับปริญญาเอก คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*
(Ph.D. Student, Faculty of Education, Kasetsart University)
[2] *ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*
(Assistant Professor, Faculty of Education, Kasetsart University)

Abstract

This academic article presents the concepts, background, operational status, and challenges of the Credit Bank system in Thailand's basic education and vocational education sectors. The Credit Bank system in Thailand has been influenced by lifelong learning promotion and the recognition of prior learning. Its development can be traced through three stages. The first, from 1999 to 2018, began with the announcement of the National Education Act of 1999, which primarily focused on credit transfer within educational institutions. The second, from 2018 to 2023, was a period of research and development of the Credit Bank's models, components, and operational guidelines. The third, starting in 2024, follows the Ministry of Education's announcement on Credit Bank operations. Currently, the structure of the Credit Bank system in basic and vocational education is divided into four levels: Central Credit Bank (regulator), Educational-Level Credit Bank (monitor), Provincial-Level Credit Bank (coordinator), and School-Level Credit Bank (operator). Key challenges in the operation of the system include the absence of specific legislation, a complex structure, and a lack of public understanding.

Keywords: Credit Bank, Basic Education, Vocational Education

บทนำ

ในช่วงระหว่าง 1-2 ปีมานี้ แวดวงการศึกษาและภาคการเมือง ได้กล่าวถึงระบบธนาคารหน่วยกิต หรือ credit bank อย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานและอาชีวศึกษา เนื่องจากรัฐบาล โดยกระทรวงศึกษาธิการ ได้ออกประกาศกระทรวง เรื่อง แนวทางการดำเนินงานธนาคารหน่วยกิตระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานและการอาชีวศึกษา พ.ศ. 2567 กำหนดให้มีจัดตั้งธนาคารหน่วยกิตในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานและอาชีวศึกษาอย่างเป็นทางการครั้งแรกในประเทศไทย (กระทรวงศึกษาธิการ, 2567) ประกอบกับสถานการณ์เด็กและเยาวชนหลุดออกนอกระบบการศึกษามากกว่าหนึ่งล้านคนจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 พิษเศรษฐกิจ ปัญหาทางสังคม ความรุนแรง และสุขภาพ ทำให้ธนาคารหน่วยกิตจึงกลายเป็นทางเลือกสำคัญที่จะอำนวยความสะดวกให้เด็กและเยาวชนที่หลุดออกจากระบบให้มีโอกาสเข้าสู่การศึกษาอีกครั้ง (กองทุนเพื่อความเสมอภาคทางการศึกษา, 2567) เนื่องจากธนาคารหน่วยกิตเป็นรูปแบบ

ของการเทียบโอนผลการเรียนเดิม และแปลงประสบการณ์หรือผลลัพธ์การเรียนรู้ให้เป็นหน่วยกิตทางการศึกษา รวมทั้งสามารถสะสมหน่วยกิตไว้ได้ ถือเป็นการส่งเสริมการศึกษาและการเรียนรู้ที่ตอบสนองความต้องการรายบุคคล

อย่างไรก็ตาม ธนาคารหน่วยกิตในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานและอาชีวศึกษา ยังถูกกล่าวถึงในวงจำกัด ซึ่งพิจารณาได้จากงานวิจัยและวิทยานิพนธ์ที่ถูกเผยแพร่ ส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับการพัฒนารูปแบบต้นแบบ หรือแนวทางการดำเนินงานในระดับปฏิบัติงานหรือสถานศึกษาเท่านั้น ยังไม่ปรากฏข้อมูลทางวิชาการเกี่ยวกับแนวคิดพื้นฐาน ความเป็นมา สภาพการดำเนินงาน และอุปสรรคในการดำเนินงานภาพรวม อันเป็นช่องว่างทางความรู้ (knowledge gap) บทความฉบับนี้ จึงนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับแนวคิดเกี่ยวกับระบบธนาคารหน่วยกิต ความเป็นมาของธนาคารหน่วยกิตในประเทศไทย สภาพการดำเนินงานปัจจุบัน และความท้าทายของการดำเนินงานของธนาคารหน่วยกิตในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานและอาชีวศึกษา ครอบคลุมมิติด้านกฎหมาย การบริหารจัดการ และสาธารณะ พร้อมทั้งเสนอแนะสำหรับการพัฒนาธนาคารหน่วยกิตให้ยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์และขอบเขตของบทความวิชาการ

บทความวิชาการฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอแนวคิด ความเป็นมา สภาพการดำเนินงาน และความท้าทายของระบบธนาคารหน่วยกิตในประเทศไทย มีขอบเขตนำเสนอระบบธนาคารหน่วยกิตในประเทศไทยเฉพาะธนาคารหน่วยกิตในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานและระดับอาชีวศึกษาเท่านั้น และมุ่งเน้นนำเสนอในมิติของโครงสร้างและการบริหารจัดการ

สามัญทัศน์ของระบบธนาคารหน่วยกิตในประเทศไทย

ระบบธนาคารหน่วยกิตในประเทศไทย ผู้เขียนนำเสนอความหมาย ความสำคัญ และแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับระบบธนาคารหน่วยกิต ดังนี้

1. ความหมายและความสำคัญของธนาคารหน่วยกิต

นักวิชาการและหน่วยงานได้ให้ความหมายของระบบธนาคารหน่วยกิต (Credit Bank) ไว้ ดังนี้

กระทรวงศึกษาธิการ (2567) ได้นิยามว่า ธนาคารหน่วยกิต หมายถึง ระบบทะเบียนสะสมหน่วยกิตและกลไกการเทียบโอนผลการเรียนที่ได้จากการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ หรือการศึกษาตามอัธยาศัย หรือผลลัพธ์การเรียนรู้ที่ได้จากการศึกษา การฝึกอบรม การรับรองมาตรฐานอาชีพ หรือการสะสมประสบการณ์ที่เกิดขึ้นจากการฝึกปฏิบัติ หรือการเรียนรู้จริงในที่ทำงานระหว่างการศึกษาหรือการประกอบอาชีพและสามารถเทียบโอนหน่วยกิตระหว่างสถานศึกษาได้

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา (2566) ให้ความหมายธนาคารหน่วยกิตไว้ว่า เป็นระบบเก็บสะสมหน่วยกิตหรือผลการเรียนรู้อย่างหลากหลายรูปแบบ เช่น การศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ การศึกษาตามอัธยาศัย จากประสบการณ์การทำงาน การฝึกอบรม เพื่อประโยชน์ในการเข้าสถานศึกษา เทียบวุฒิ รับรอง หรือรับคุณวุฒิทางการศึกษาและการทำงาน

อรุณี ตระการไพโรจน์ (2561) ให้นิยามธนาคารหน่วยกิตไว้ว่า เป็นระบบงานที่ส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนได้มีการสะสมผลการเรียนรู้ ด้วยการนำผลการเรียนรู้จากการศึกษาทุกรูปแบบ คือ ในระบบ นอกระบบ และตามอัธยาศัย รวมถึงผลการเรียนรู้จากประสบการณ์ในชีวิตและการประกอบอาชีพมาสะสมไว้ในบัญชีการเรียนรู้รายบุคคลในรูปแบบหน่วยการเรียนรู้ หรือหน่วยกิตการศึกษา สามารถสะสมได้ต่อเนื่อง ผลของการสะสมนำไปสู่การได้สถานะทางการศึกษา หรือคุณวุฒิทางการศึกษา ส่งผลต่อการพัฒนารายบุคคลอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต

กล่าวได้ว่า ธนาคารหน่วยกิตเป็นระบบสะสมหน่วยกิตที่บุคคลได้รับจากการศึกษาในระบบ นอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย รวมถึงการเทียบโอนผลการเรียนจากประสบการณ์การทำงาน การประกอบอาชีพ การฝึกอบรม การรับรองมาตรฐานฝีมือแรงงาน คุณวุฒิวิชาชีพ หรือประสบการณ์อื่น ๆ ที่บุคคลได้รับจากการดำเนินชีวิตให้เป็นหน่วยกิตทางการศึกษา เพื่อประโยชน์ในการเรียนรู้ตลอดชีวิตและพัฒนาตนเอง ตลอดจนเพื่อให้ได้รับคุณวุฒิทางการศึกษา

หากวิเคราะห์ความหมายของระบบธนาคารหน่วยกิต จะพบว่า ระบบธนาคารหน่วยกิตมีความสำคัญต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อย่างหลากหลายมิติ ประกอบด้วย

1) ช่วยเชื่อมโยงและเก็บสะสมผลการเรียนรู้ที่บุคคลเคยได้รับจากสถานศึกษาหรือหน่วยงานการศึกษาต่าง ๆ ครอบคลุมการศึกษาในระบบโรงเรียนและการศึกษานอกระบบโรงเรียน ไว้ให้บุคคลใช้ประโยชน์ทางการศึกษา พร้อมทั้งสร้างโอกาสให้บุคคลที่เคยออกจากระบบการศึกษาไปแล้ว กลับเข้ามาสู่การศึกษาและการเรียนรู้ได้อีกครั้งตลอดเวลา

2) ช่วยให้บุคคลได้รับการยอมรับในคุณค่าและยอมรับประสบการณ์จากการประกอบอาชีพ ฝึกอาชีพ พัฒนาฝีมือแรงงาน คุณวุฒิวิชาชีพ และประสบการณ์ดำเนินชีวิต โดยการแปลงประสบการณ์ให้เป็นหน่วยกิตทางการศึกษา หรือกล่าวได้ว่า ช่วยเชื่อมโยงโลกของอาชีพเข้ากับโลกของการศึกษา

3) ช่วยทำให้เกิดแรงจูงใจในการพัฒนาตนเองของบุคคลอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต กล่าวคือ เมื่อบุคคลเห็นว่าผลของการเรียนรู้ต่าง ๆ อาทิ การฝึกอบรม การพัฒนาฝีมือแรงงาน การเรียนรู้จากนอกห้องเรียน สามารถเป็นประโยชน์ต่อการยกระดับการศึกษาของตนเอง ย่อมทำให้บุคคลให้ความสนใจและตระหนักถึงการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง อันเป็นการสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ตลอดชีวิตของบุคคล

4) ช่วยยกระดับคุณวุฒิทางการศึกษาของบุคคลผ่านระบบกลไกการเทียบโอนผลการเรียนและการสะสมหน่วยกิต จากผลการเรียนในระบบและนอกระบบโรงเรียน รวมทั้งประสบการณ์ต่าง ๆ ที่บุคคลเคยได้รับ

2. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับระบบธนาคารหน่วยกิต

จากการตรวจเอกสารและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบธนาคารหน่วยกิต หรือ credit bank ในประเทศไทย ผู้เขียนเห็นว่ามีแนวคิดสำคัญ 2 ประการที่มีส่วนสนับสนุนให้เกิดระบบธนาคารหน่วยกิต (Scottish Qualifications Authority, 2019; UNESCO Institute for Lifelong Learning, 2022; เมธชนนท์ ประจวบลาภ และสถิดาพร คำสด, 2567) สรุปได้ดังนี้

1) แนวคิดการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Education/Lifelong Learning) เป็นแนวคิดและหลักการจัดการศึกษาที่มีเป้าหมายให้บุคคลได้รับการส่งเสริมการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องทุกช่วงวัย ตั้งแต่แรกเกิดจนเสียชีวิต ผสมผสานระหว่างการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย โดยมีความเชื่อพื้นฐานว่าการเรียนรู้ของมนุษย์เกิดขึ้นได้ทุกพื้นที่ ทุกเวลา ทั้งในโรงเรียนนอกโรงเรียน ประสบการณ์การดำเนินชีวิต การประกอบอาชีพ การฝึกอาชีพ และการฝึกอบรม ซึ่งประเทศไทยได้กำหนดให้การศึกษาตลอดชีวิตเป็นหลักการจัดการศึกษาของประเทศตามกฎหมายการศึกษาแห่งชาติ

2) แนวคิดการรับรองประสบการณ์ที่ผู้เรียนมีมาก่อน (Recognition of Prior Learning: RPL) เป็นกระบวนการยอมรับผลการเรียนรู้ที่มาจากประสบการณ์ และ/หรือ ผลจากการเรียนรู้จากการศึกษาในระบบ (Formal) การศึกษานอกระบบ (non-formal) และการเรียนรู้ตามอัธยาศัย (Informal) รวมไปถึงความรู้และทักษะที่ได้รับจากการดำเนินชีวิตและประสบการณ์การทำงาน เป็นการส่งเสริม เห็นคุณค่า รวมถึงสร้างความเท่าเทียมของผลการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ทุกรูปแบบไม่ว่าจะเกิดขึ้นจากในระบบโรงเรียนหรือไม่ก็ตาม โดยในต่างประเทศ เช่น ประเทศสกอตแลนด์ได้นำแนวคิดดังกล่าวมาเป็นจุดเริ่มต้นการพัฒนาระบบธนาคารหน่วยกิตและกรอบคุณวุฒิแห่งชาติ (Scottish Credit & Qualifications Framework: SCQF) ตั้งแต่ปี 1990 สำหรับประเทศไทยแนวคิดข้างต้นปรากฏอยู่ในกฎหมายการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ในมาตรา 15 กำหนดให้สถานศึกษาสามารถเทียบโอนผลการเรียนจากการศึกษาในระบบการศึกษานอกระบบ การศึกษาตามอัธยาศัย รวมถึงประสบการณ์การทำงาน และการฝึกอาชีพ ดังนั้น แนวคิดการรับรองประสบการณ์ที่ผู้เรียนมีมาก่อนนั้น จึงเป็นแนวคิดที่ตอกย้ำว่า ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่เกิดขึ้นของบุคคลจากประสบการณ์มีคุณค่าเทียบเท่ากับผลการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นจากระบบการศึกษา

กล่าวได้ว่า แนวคิดการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ที่เชื่อว่าการเรียนรู้ของบุคคลเกิดขึ้นจากทุกพื้นที่ ทุกเวลาทั้งในและนอกสถาบันการศึกษา ครอบคลุมประสบการณ์การดำเนินชีวิต และการประกอบอาชีพ และแนวคิดการรับรองประสบการณ์ที่ผู้เรียนมีมาก่อน อันเป็นแนวคิดที่ยอมรับและให้คุณค่าประสบการณ์ของ

บุคคลที่เกิดขึ้นทั้งในสถาบันการศึกษาและนอกสถาบันการศึกษา จัดเป็นแนวคิดสำคัญที่มีส่วนสำคัญในการพัฒนาและขับเคลื่อนธนาคารหน่วยกิตในประเทศไทย

ความเป็นมาของธนาคารหน่วยกิตในประเทศไทย

จากการทบทวนเอกสารทางราชการและเอกสารทางวิชาการ ประกอบกับประสบการณ์การทำงานด้านวิชาการและการเทียบโอนผลการเรียน พบว่า พัฒนาการของระบบธนาคารหน่วยกิตในประเทศไทยมีประวัติความเป็นมา ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 3 ระยะ ประกอบด้วย ระยะยึดการเทียบโอนผลการเรียน ระยะการวิจัยและพัฒนา และระยะการมีธนาคารหน่วยกิต (สำนักงานเลขาธิการคณะรัฐมนตรี, 2542; กระทรวงศึกษาธิการ, 2546; สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา, 2558; สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566; เมธชนนท์ ประจวบลาภ, 2567; และกระทรวงศึกษาธิการ, 2567) ดังนี้

ระยะที่ 1 ระยะยึดการเทียบโอนผลการเรียน

ระยะแรก เริ่มจากรัฐบาลประกาศใช้พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 โดยมาตรา 8 กำหนดให้ประเทศไทยใช้หลักการศึกษาตลอดชีวิต อันเป็นการผสมผสานระหว่างการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย เป็นหลักการจัดการศึกษาของประเทศ ประกอบกับมาตรา 15 กำหนดให้สถานศึกษาเทียบโอนผลการเรียนที่ผู้เรียนสะสมไว้ในระหว่างรูปแบบเดียวกัน หรือต่างรูปแบบได้ ไม่ว่าจะเป็นผลการเรียนจากสถานศึกษาเดียวกันหรือไม่ก็ตาม รวมทั้งจากการเรียนรู้นอกระบบ ตามอัธยาศัย การฝึกอาชีพ หรือจากประสบการณ์การทำงาน ต่อมากระทรวงศึกษาธิการออกประกาศกระทรวง เมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2546 เรื่อง การเทียบโอนผลการเรียนการศึกษาขั้นพื้นฐานและการศึกษาระดับอุดมศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญา มีเป้าหมายเชื่อมโยงผลการเรียนระหว่างการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย และผลลัพธ์การเรียนรู้จากนอกระบบ ตามอัธยาศัย การฝึกอาชีพหรือจากประสบการณ์การทำงาน เพื่อให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาต่อเนื่องในหลักสูตรใดหลักสูตรหนึ่งในสถานศึกษา รวมทั้งกำหนดแนวทางปฏิบัติการเทียบโอนผลการเรียนของสถานศึกษาขั้นพื้นฐานและอาชีวศึกษา 2 กรณี คือ (1) เทียบโอนผลการเรียนจากการย้ายสถานศึกษา เปลี่ยนรูปแบบการศึกษา ย้ายหลักสูตร ขอเข้ากลับศึกษาต่อ เทียบโอนจากต่างประเทศและขอเทียบโอนเข้าศึกษาต่อในประเทศ และ (2) เทียบโอนความรู้ ทักษะ ประสบการณ์จากสถานประกอบการ ฝึกอบรมวิชาชีพ สถาบันศาสนา บ้านเรียน (home school) ฯลฯ

ในระยะแรก (ระหว่าง พ.ศ. 2542 - 2561) สถานศึกษาส่วนใหญ่ดำเนินงานธนาคารหน่วยกิตในลักษณะเทียบโอนผลการเรียนตามประกาศกระทรวงและกฎหมายการศึกษาแห่งชาติเป็นหลัก โดยถือเป็นส่วนหนึ่งของงานวิชาการภายในสถานศึกษา ลักษณะกิจกรรมการเทียบโอนผลการเรียนของสถานศึกษาโดยทั่วไปมักจะเป็นไปตามข้อ (1) ส่วนการเทียบโอนผลการเรียนตามข้อ (2) ยังค่อนข้างจำกัด เนื่องจาก

บุคลากรขาดความรู้ความเข้าใจ และความไม่พร้อมของสถานศึกษา แต่ในระยะนี้ได้มีสถานศึกษาแห่งหนึ่งทำการเทียบโอนผลการเรียนทั้งข้อ (1) และ (2) พร้อมทั้งจัดการศึกษา 3 รูปแบบพร้อมกัน ทั้งการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย คือ โรงเรียนหนองชุมแสงวิทยา อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี การดำเนินงานของโรงเรียนได้กลายเป็นนวัตกรรมทางการศึกษาช่วยผู้เรียนที่หลุดระบบการศึกษาให้มีโอกาสกลับเข้ารับการศึกษาอีกครั้ง ภายหลังการใช้แนวคิดการเทียบโอนผลการเรียนและแนวคิด 1 โรงเรียน 3 ระบบของโรงเรียนหนองชุมแสงวิทยา ได้กลายเป็นแนวคิดหลักสำหรับจัดการศึกษาเพื่อแก้ปัญหาเด็กหลุดระบบการศึกษาของกองทุนเพื่อความเสมอภาคทางการศึกษาในปัจจุบันอีกด้วย

ระยะที่ 2 ระยะการวิจัยและพัฒนา

ระยะที่ 2 อยู่ในช่วงระหว่าง พ.ศ. 2561 - 2566 เป็นระยะของการวิจัยและพัฒนารูปแบบการดำเนินงานธนาคารหน่วยกิต จัดทำองค์ประกอบธนาคารหน่วยกิต หรือพัฒนาหน่วยงานให้มีความพร้อมเป็นธนาคารหน่วยกิต ระยะนี้เป็นการยกระดับการดำเนินงานจากระยะที่ 1 ที่มุ่งเน้นการเทียบโอนผลการเรียนอย่างเดียว มาเป็นการเพิ่มระบบสะสมหน่วยกิตของผู้เรียนคู่ขนานไปด้วย รวมถึงการทดลอง ทดสอบและพัฒนาหน่วยงานกลางและกลวิธีต่าง ๆ ให้มีความเหมาะสมกับสถานศึกษาและรูปแบบการศึกษา ปัจจัยสำคัญที่เป็นตัวเร่งให้ระยะที่ 2 ต้องริเริ่มพัฒนาระบบธนาคารหน่วยกิตในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานและอาชีวศึกษาคือ การเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ เทคโนโลยี และการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลให้ระบบการศึกษาไทยที่ขาดความยืดหยุ่นและล้าสมัย ปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงไม่ทัน เด็กและเยาวชนหลุดออกจากระบบการศึกษาเป็นจำนวนมาก ขณะที่คนรุ่นใหม่ให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ที่มีอิสระเพิ่มขึ้น และตลาดแรงงานต้องการกำลังคนที่มีทักษะมากกว่าคุณวุฒิทางการศึกษา

ข้อบ่งชี้ระยะที่ 2 พิจารณาได้จากจำนวนงานวิจัยและงานศึกษาของบุคคลและหน่วยงานต่าง ๆ ที่มีเผยแพร่ผลการพัฒนาธนาคารหน่วยกิตหลายมิติ อาทิ งานวิจัยของ อรุณี ตระการไพโรจน์ (2561) ที่ทำการศึกษาเรื่องระบบธนาคารสะสมผลการเรียนรู้สำหรับการศึกษาตลอดชีวิตในประเทศไทย งานวิจัยของปริญญา มีสุข และคณะ (2563) ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง การพัฒนาต้นแบบระบบคลังหน่วยกิตดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต งานวิจัยของศักดา สวาทะนันทน์ และฐิติมา อินทวงษ์ (2565) ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง การพัฒนาระบบสนับสนุนของสถานศึกษาเพื่อการขับเคลื่อนระบบธนาคารหน่วยกิตในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน งานวิจัยของกรรมาธิการการศึกษา วุฒิสภา (2566) ทำการศึกษา เรื่อง การพัฒนาธนาคารหน่วยกิตด้านการอาชีวศึกษาเพื่อการพัฒนากำลังคนและแรงงาน และรายงานวิจัยของสำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา (2566) ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง รูปแบบของหน่วยงานกลางและกลไกการขับเคลื่อนระบบธนาคารหน่วยกิตของประเทศไทย ผลการศึกษาวิจัยในระยะที่ 2 เกี่ยวข้องกับการพัฒนาระบบธนาคารหน่วยกิต ทั้งการวัดผลประเมินผล เทียบโอน และสะสมผลการเรียน ระบบสนับสนุนธนาคารหน่วยกิต

การพัฒนาต้นแบบธนาคารหน่วยกิต และพัฒนาระบบหน่วยงานกลางและกลไกของธนาคารหน่วยกิต จึงจัดได้ว่าเป็นยุคทองของการพัฒนาระบบธนาคารหน่วยกิตในประเทศไทย เนื่องจากมีองค์ความรู้ทางวิชาการด้านธนาคารหน่วยกิตอย่างมากมาย

ระยะที่ 3 ระยะการมีธนาคารหน่วยกิต

ระยะที่ 3 เริ่มตั้งแต่ พ.ศ. 2566 จากการประกาศใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ที่มีการระบุเรื่องการจัดทำธนาคารหน่วยกิตเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต ต่อมากระทรวงศึกษาธิการออกประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง แนวทางการดำเนินงานธนาคารหน่วยกิตระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานและการอาชีวศึกษา พ.ศ. 2567 ถือเป็นแนวปฏิบัติการจัดทำระบบธนาคารหน่วยกิตในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานและอาชีวศึกษาฉบับแรกของประเทศไทย สาระสำคัญของประกาศฉบับนี้ คือ กำหนดหลักเกณฑ์พื้นฐาน 2 ประการ คือ 1) การสะสมหน่วยกิตที่ได้จากการศึกษาในระบบ ผู้เรียนสามารถลงทะเบียนเรียนเพื่อสะสมหน่วยกิตในสถานศึกษาที่ขึ้นทะเบียนเป็นธนาคารหน่วยกิตได้มากกว่าหนึ่งแห่ง และ 2) การสะสมหน่วยกิตที่ได้รับจากการศึกษานอกระบบ การศึกษาตามอัธยาศัย การฝึกอบรม การรับรองมาตรฐานอาชีพ ประสบการณ์ที่เกิดจากการฝึกปฏิบัติ หรือการเรียนรู้จริงในที่ทำงานระหว่างการศึกษาหรือการประกอบอาชีพ สถานศึกษาต้องดำเนินการประเมินเป็นผลลัพธ์การเรียนรู้ตามกรอบคุณวุฒิแห่งชาติ ซึ่งรายละเอียดการดำเนินงานปรากฏอยู่ในเรื่องที่ 5 สภาพการดำเนินงานธนาคารหน่วยกิตในประเทศไทย

สรุปได้ว่า ธนาคารหน่วยกิตในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานและการอาชีวศึกษา เริ่มต้นจากระยะแรกยึดการเทียบโอนผลการเรียนตามกฎหมายการศึกษาแห่งชาติ และประกาศกระทรวงศึกษาธิการ ต่อมาระยะที่สองมีการวิจัยและพัฒนา ยกระดับการดำเนินงานระบบธนาคารหน่วยกิตให้สามารถเก็บสะสมหน่วยกิตได้ รวมถึงพัฒนารูปแบบ แนวทาง และองค์ประกอบของธนาคารหน่วยกิตให้เหมาะสมกับสถานศึกษาและรูปแบบการศึกษา และระยะที่สาม ตั้งแต่ พ.ศ. 2566 เป็นผลมาจากการออกประกาศกระทรวงศึกษาธิการ วันที่ 5 เมษายน 2567 กำหนดหลักเกณฑ์และแนวทางการดำเนินงานธนาคารหน่วยกิตในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานและการอาชีวศึกษา

สภาพการดำเนินงานและความท้าทายของธนาคารหน่วยกิต

สภาพการดำเนินงานธนาคารหน่วยกิตในประเทศไทย ในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน และการอาชีวศึกษา ผู้เขียนนำเสนอสภาพการดำเนินงาน และความท้าทายของธนาคารหน่วยกิต ดังนี้

1. สภาพการดำเนินงานธนาคารหน่วยกิตในปัจจุบัน

ปัจจุบัน ภาพรวมการดำเนินงานธนาคารหน่วยกิตระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานและอาชีวศึกษาเป็นไปตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เมื่อวันที่ 5 เมษายน 2567 เรื่อง แนวทางการดำเนินงานธนาคาร

หน่วยกิตระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานและการอาชีวศึกษา พ.ศ. 2567 ครอบคลุมรูปแบบการศึกษาทุกประเภท ดังนี้ (1) ระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานในระบบโรงเรียน ทั้งภาครัฐและเอกชน (2) ระดับอาชีวศึกษาในระบบ นอกระบบ และทวิภาคี ทั้งภาครัฐและเอกชน (3) การศึกษานอกระบบ ตามกฎหมายโรงเรียนเอกชน และ (4) การส่งเสริมการเรียนรู้ 3 ประเภทคือ การเรียนรู้เพื่อพัฒนาคุณวุฒิตามระดับ การเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเอง และการเรียนรู้ตลอดชีวิต สังกัดกรมส่งเสริมการเรียนรู้ ตามกฎหมายส่งเสริมการเรียนรู้ โดยมีเป้าหมาย 4 ประการ (กระทรวงศึกษาธิการ, 2567) ประกอบด้วย

(1) ส่งเสริมและสนับสนุนการเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยไม่กำหนดอายุและคุณวุฒิของผู้เรียน

(2) เชื่อมโยงทั้งการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย

(3) ส่งเสริมให้ผู้เรียนสะสมหน่วยกิตที่ได้รับจากการศึกษาทุกรูปแบบ รวมถึงผลลัพธ์การเรียนรู้ สามารถเทียบโอนหน่วยกิตระหว่างสถานศึกษาได้

(4) ส่งเสริมสถานศึกษาให้พัฒนาและใช้ประโยชน์ของธนาคารหน่วยกิตเป็นกลไกสำคัญในการจัดการศึกษาที่ตอบสนองต่อความต้องการ ความสามารถ และความสนใจของผู้เรียน

ประกาศฉบับดังกล่าวได้กำหนดโครงสร้างระบบบริหารจัดการธนาคารหน่วยกิตระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานและอาชีวศึกษาไว้ 4 ระดับคือ ธนาคารหน่วยกิตกลาง ธนาคารหน่วยกิตระดับการศึกษา ธนาคารหน่วยกิตระดับจังหวัด และธนาคารหน่วยกิตระดับสถานศึกษา ซึ่งในแต่ละระดับต่างก็มีอำนาจหน้าที่แตกต่างกันไป ดังนี้

ธนาคารหน่วยกิตกลาง

ธนาคารหน่วยกิตกลาง เปรียบเสมือนผู้กำกับดูแลภาพรวม (regulator) กิจการธนาคารหน่วยกิตในระดับต่าง ๆ มีอำนาจหน้าที่เสนอแนะรัฐมนตรีว่า การกระทรวงศึกษาธิการเกี่ยวกับการออกคำสั่ง ประกาศ ระเบียบ หลักเกณฑ์และแนวทางที่เกี่ยวข้อง กำหนดนโยบาย กำกับ ติดตาม และให้ข้อเสนอแนะการดำเนินงานธนาคารหน่วยกิตต่อรัฐมนตรี และวินิจฉัยการดำเนินงานตามประกาศ เมื่อเกิดข้อบกพร่อง ผู้ทำหน้าที่ธนาคารหน่วยกิตกลางปัจจุบันคือ สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา โดยคณะกรรมการธนาคารหน่วยกิตระดับการศึกษาและอาชีวศึกษา

ธนาคารหน่วยกิตระดับการศึกษา

ธนาคารหน่วยกิตระดับการศึกษา ทำหน้าที่กำหนดแนวปฏิบัติและแนวทางการดำเนินกิจการธนาคารหน่วยกิตตามอำนาจหน้าที่จัดการศึกษาแต่ละรูปแบบและระดับการศึกษา พร้อมทั้งกำกับติดตามการดำเนินงานธนาคารหน่วยกิตในระดับสถานศึกษาและจังหวัด (monitor) และเชื่อมโยงฐานข้อมูลธนาคารหน่วยกิตในแต่ละระดับธนาคารหน่วยกิตในระดับการศึกษา มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 4 หน่วยงาน ดังนี้

(1) สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) รับผิดชอบธนาคารหน่วยกิตรูปแบบการศึกษาในระบบที่จัดการศึกษาตามหลักสูตรแกนกลางขั้นพื้นฐาน ทั้งโรงเรียนของรัฐ และโรงเรียนเอกชน

(2) สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา (สอศ.) รับผิดชอบธนาคารหน่วยกิตรูปแบบอาชีวศึกษาในระบบ นอกระบบ และทวิภาคี ทั้งสถานศึกษาของรัฐและสถานศึกษาเอกชน

(3) สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน (สช.) รับผิดชอบธนาคารหน่วยกิตเฉพาะโรงเรียนเอกชนนอกระบบ

(4) กรมส่งเสริมการเรียนรู้ (สกร.) รับผิดชอบธนาคารหน่วยกิตของศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับเขตและระดับอำเภอ ซึ่งจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาคุณวุฒิตามระดับ การเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเอง และการเรียนรู้ตลอดชีวิต

ธนาคารหน่วยกิตระดับจังหวัด

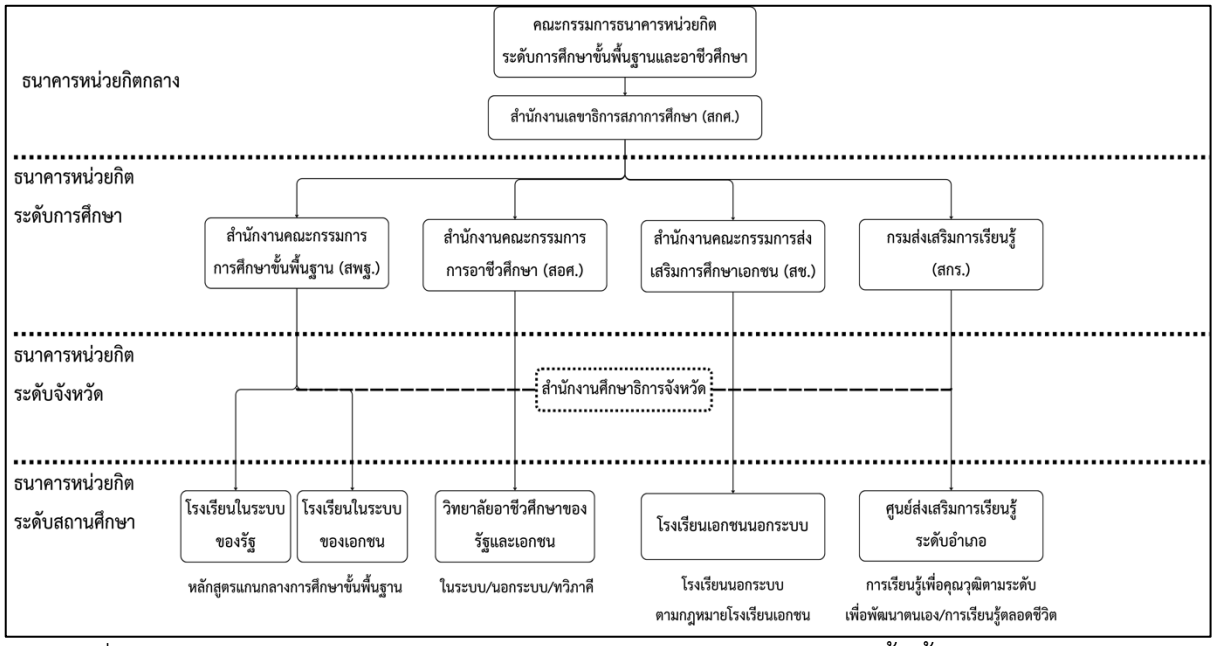
ผู้รับผิดชอบดำเนินงานธนาคารหน่วยกิตระดับจังหวัด คือ สำนักงานศึกษาธิการจังหวัด (ศธจ.) ในระดับจังหวัดทำหน้าที่ประสานงาน ส่งเสริม และบูรณาการทุกระดับการศึกษา และรูปแบบการศึกษา พร้อมทั้งตรวจสอบ รับรอง และขึ้นทะเบียนสถานศึกษาเป็นธนาคารหน่วยกิตสถานศึกษา และเชื่อมโยงฐานข้อมูลกับธนาคารหน่วยกิตระดับต่าง ๆ จึงกล่าวได้ว่า ธนาคารหน่วยกิตระดับจังหวัดเสมือนเป็นผู้ประสานงาน (coordinator) ที่ทำหน้าที่เชื่อมโยงธนาคารหน่วยกิตสถานศึกษาที่มีรูปแบบหลากหลายในพื้นที่เดียวกันเข้าด้วยกัน รวมถึงเชื่อมโยงธนาคารหน่วยกิตระดับสถานศึกษากับระดับการศึกษา และธนาคารหน่วยกิตกลาง

ธนาคารหน่วยกิตระดับสถานศึกษา

ธนาคารหน่วยกิตระดับสถานศึกษาคือ สถานศึกษาทั้งรัฐและเอกชน (โรงเรียน วิทยาลัย ศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ หรือศูนย์การเรียน) ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นธนาคารหน่วยกิตระดับสถานศึกษา มีบทบาทโดยตรงในการดำเนินงานเทียบโอนผลการเรียน จัดทำทะเบียนสะสมหน่วยกิต การวัดและประเมินผล หรือบันทึกผลการเรียน ตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ และประกาศธนาคารหน่วยกิตระดับการศึกษา กล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า ธนาคารหน่วยกิตระดับสถานศึกษาเป็นผู้ทำหน้าที่ให้บริการ (operator) กับผู้ขอใช้บริการหรือผู้เรียนนั่นเอง

กรณีสถานศึกษาที่มีความประสงค์ต้องการขึ้นทะเบียนเป็นธนาคารหน่วยกิต ให้ดำเนินการขึ้นทะเบียนกับหน่วยงานต้นสังกัดของสถานศึกษา และกรณีผู้เรียนมีความประสงค์ขอเทียบโอนผลการเรียนและสะสมหน่วยกิตให้ยื่นคำร้องต่อสถานศึกษาที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นธนาคารหน่วยกิต

จากโครงสร้างระบบบริหารจัดการธนาคารหน่วยกิตระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานและอาชีวศึกษาตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ พ.ศ. 2567 ผู้เขียนนำเสนอเป็นภาพโครงสร้าง ดังนี้



ภาพที่ 1 โครงสร้างการบริหารจัดการระบบธนาคารหน่วยกิตระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานและอาชีวศึกษา

สรุปได้ว่า สภาพการดำเนินงานธนาคารหน่วยกิตในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานและการอาชีวศึกษาในประเทศไทย มีการกำหนดโครงสร้างการบริหารจัดการใน 4 ระดับคือ ธนาคารหน่วยกิตกลาง (regulator) ธนาคารหน่วยกิตระดับการศึกษา (monitor) ธนาคารหน่วยกิตระดับจังหวัด (coordinator) และธนาคารหน่วยกิตระดับสถานศึกษา (operator)

2. ความท้าทายของการดำเนินงานธนาคารหน่วยกิตระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานและอาชีวศึกษา

จากการพิจารณางานวิจัย เอกสารทางวิชาการ และคำพิพากษาของศาล ผู้เขียนมีบทวิเคราะห์การดำเนินงานธนาคารหน่วยกิตในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานและอาชีวศึกษา ตามประกาศกระทรวง พ.ศ. 2567 ซึ่งมีความท้าทาย ปัญหา และอุปสรรคหลายด้าน (อรุณี ตระการไพโรจน์, 2561; ปริญญา มีสุข และคณะ, 2563; ศักดา สวาทะนันทน์ และฐิติมา อินทวงษ์, 2565; ศาลปกครองกลาง, 2565; กรรมาธิการการศึกษา วุฒิสภา, 2566; สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2566; สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2567) ดังนี้

ด้านกฎหมายและนโยบายภาครัฐ

ธนาคารหน่วยกิตระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานและอาชีวศึกษา มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับระบบการศึกษาของประเทศ อันเป็นบริการสาธารณะของรัฐที่ดำเนินการจัดให้กับประชาชนโดยอาศัยอำนาจตามกฎหมาย ปัจจุบันในประเทศไทยยังไม่มีกฎหมาย ว่าด้วยธนาคารหน่วยกิตเป็นการเฉพาะ แนวปฏิบัติและโครงสร้างทั้งหมด จึงมีสถานะเป็นเพียงประกาศกระทรวงศึกษาธิการที่อาศัยอำนาจตามความในกฎหมาย

การศึกษาแห่งชาติที่กล่าวถึงการเทียบโอนผลการเรียนเท่านั้น ไม่ได้กล่าวถึงการสะสมหน่วยกิต ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหาในการบังคับใช้กับสถานศึกษา หรือไม่สามารถบังคับใช้ร่วมกฎหมายการศึกษาอื่นได้ ยกตัวอย่างเช่น โรงเรียนเอกชนประเภทจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานและอาชีวศึกษาในระบบ อาจจะไม่สามารถดำเนินงานธนาคารหน่วยกิตตามประกาศกระทรวงได้ เนื่องจากศาลปกครองกลาง ได้มีคำพิพากษาและคำแถลงการณ์จากตุลาการเจ้าของสำนวน คดีหมายเลขแดงที่ 2566/2565 สรุปได้ว่า “กรณีสถานศึกษาเอกชนที่จัดการศึกษาในระบบโรงเรียน และได้รับอนุญาตให้จัดการศึกษาในระบบแล้ว มิอาจทำการเทียบโอนผลการเรียนจากการศึกษาที่แตกต่างจากการศึกษาในระบบได้” เห็นได้ว่า *ประกาศกระทรวงศึกษาธิการเกี่ยวกับธนาคารหน่วยกิตข้างต้น ได้กำหนดแนวปฏิบัติการเทียบโอนผลการเรียนและการสะสมหน่วยกิตครอบคลุมไปถึงโรงเรียนและวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในระบบ ซึ่งขัดต่อกฎหมายโรงเรียนเอกชน* อีกทั้งสถานะความเป็นประกาศกระทรวงสามารถเปลี่ยนแปลงแก้ไขและยกเลิกได้ตลอดเวลาจึงเป็นความท้าทายด้านกฎหมายและนโยบายภาครัฐทางในประเด็นการบังคับใช้และความยั่งยืนของการดำเนินงานธนาคารหน่วยกิต

ด้านโครงสร้างและการบริหารจัดการ

ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง แนวทางการดำเนินงานธนาคารหน่วยกิตระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานและการอาชีวศึกษา พ.ศ. 2567 กำหนดโครงสร้างบริหารจัดการระบบธนาคารหน่วยกิตเป็น 4 ระดับ ผู้เขียนเห็นว่า โครงสร้างบริหารจัดการข้างต้นมีความสลับซับซ้อน ในแนวทางปฏิบัติบางหน่วยงานไม่มีอำนาจหน้าที่กำกับดูแล แต่ได้รับสิทธิกำหนดหลักเกณฑ์การดำเนินงาน เช่น สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) มีสิทธิกำหนดหลักเกณฑ์ธนาคารหน่วยกิตครอบคลุมไปยังโรงเรียนเอกชน ซึ่งโรงเรียนเอกชนเป็นสถานศึกษาภายใต้กำกับดูแลของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน (สช.) โดยมีกฎหมายโรงเรียนเอกชนเป็นการเฉพาะในการดำเนินกิจการ อีกทั้งโครงสร้างดังกล่าวได้กำหนดหน้าที่ให้สถานศึกษาเป็นธนาคารหน่วยกิตทำหน้าที่เทียบโอนผลการเรียน สะสมหน่วยกิตและวัดและประเมินผล อาจก่อให้เกิดความไม่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน เนื่องจากปัจจัยทางด้านความรู้ความเข้าใจของครูและทัศนคติของครูต่อการยอมรับผลการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นนอกสถานศึกษา รวมถึงภาระงานของครูในปัจจุบันที่ล้นเกินความจำเป็น

ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธนาคารหน่วยกิต

งานวิจัยหลายฉบับ ได้ระบุว่า เด็ก เยาวชน และประชาชน ยังไม่รู้จักธนาคารหน่วยกิต และไม่รู้ว่าธนาคารหน่วยกิตจะเป็นประโยชน์อย่างไรต่อการยกระดับคุณภาพการศึกษาของตนเอง บางส่วนยังเชื่อว่าผลลัพธ์การเรียนรู้นอกห้องเรียนและการเรียนรู้จากประสบการณ์ของตนเองไม่เทียบเท่ากับผลการเรียนที่เกิดขึ้นจากในระบบการศึกษา ส่งผลต่อความเชื่อมั่นและการตัดสินใจเข้าถึงธนาคารหน่วยกิตของประชาชน

ข้อเสนอแนะ

เมื่อพิจารณาความท้าทายด้านกฎหมายและนโยบายภาครัฐ ด้านโครงสร้างและการบริหารจัดการ และด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธนาคารหน่วยกิต ผู้เขียนเห็นว่าความท้าทายข้างต้น ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานธนาคารหน่วยกิตให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมในประเทศไทย รวมถึงเป็นอุปสรรคต่อการยกระดับศักยภาพ และพัฒนาขีดความสามารถทรัพยากรมนุษย์ตามเป้าหมายแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (สำนักงานสภาสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566) ผู้เขียนจึงมีข้อเสนอแนะต่อการดำเนินงานธนาคารหน่วยกิตให้เกิดขึ้นเป็นรูปธรรมและยั่งยืน ดังนี้

1) ควรตราพระราชบัญญัติว่าด้วยธนาคารหน่วยกิตเป็นการเฉพาะ รวมทั้งปรับปรุงหรือแก้ไขกฎหมายการศึกษาที่เกี่ยวข้อง ให้สอดคล้องกับพระราชบัญญัติดังกล่าว อาทิ กฎหมายการศึกษาแห่งชาติ กฎหมายโรงเรียนเอกชน กฎหมายอาชีวศึกษา และกฎหมายส่งเสริมการเรียนรู้

2) ควรจัดตั้งหน่วยงานที่ทำหน้าที่เป็นธนาคารหน่วยกิตเป็นการเฉพาะ โดยให้มีบทบาทในการจัดทำหลักสูตรการศึกษาในระบบธนาคารหน่วยกิต เทียบโอนผลการเรียน สะสมหน่วยกิต และออกเอกสารคุณวุฒิการศึกษาแก่ผู้มาใช้บริการ และจัดให้มีบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับธนาคารหน่วยกิต หรือการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตประจำการในหน่วยงาน และสถานะของหน่วยงานควรเป็นองค์การมหาชนหรือหน่วยงานของรัฐที่มีความเป็นอิสระ ขึ้นตรงต่อนายกรัฐมนตรี เพื่อให้สามารถบริหารจัดการธนาคารหน่วยกิตได้อย่างคล่องตัว

3) ควรกำหนดยุทธศาสตร์หรือนโยบายให้ธนาคารหน่วยกิตเป็นวาระแห่งชาติ (national agenda) พร้อมทั้งกำหนดมาตรการสร้างความรู้ ความเข้าใจ และตระหนักถึงความสำคัญของระบบธนาคารหน่วยกิตต่อการพัฒนาตนเองและการเรียนรู้ตลอดชีวิตไปยังประชาชน สถานประกอบการ และหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งนี้ รัฐควรขอความร่วมมือให้สื่อสารมวลชน สถานีโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และสื่อสังคมออนไลน์ช่วยทำหน้าที่สื่อสารเกี่ยวกับธนาคารหน่วยกิตด้วย

บทสรุป

ธนาคารหน่วยกิต หรือ credit bank เป็นระบบสะสมหน่วยกิตและเทียบโอนหน่วยกิตจากผลลัพธ์การเรียนรู้ที่บุคคลได้รับจากการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย รวมถึงประสบการณ์การทำงาน การประกอบอาชีพ การฝึกอบรม การรับรองมาตรฐานฝีมือแรงงาน คุณวุฒิวิชาชีพตามกรอบคุณวุฒิแห่งชาติ หรือประสบการณ์อื่นจากการดำเนินชีวิตให้เป็นหน่วยกิตทางการศึกษา เพื่อพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องและประโยชน์ต่อการยกระดับคุณวุฒิทางการศึกษา โดยมีแนวคิดการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต และแนวคิดการรับรองประสบการณ์ที่ผู้เรียนมีมาก่อน เป็นส่วนสนับสนุนให้เกิดระบบธนาคาร

หน่วยกิต ในบริบทประเทศไทย พัฒนาการของธนาคารหน่วยกิตระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานและการอาชีวศึกษาเริ่มตั้งแต่ประกาศใช้พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และประกาศกระทรวงที่เกี่ยวข้องกับการเทียบโอนผลการเรียน และปัจจุบันธนาคารหน่วยกิตระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานและการอาชีวศึกษา ประกอบด้วยโครงสร้าง 4 ระดับคือ ธนาคารหน่วยกิตกลาง ธนาคารหน่วยกิตระดับการศึกษา ธนาคารหน่วยกิตระดับจังหวัด และธนาคารหน่วยกิตระดับสถานศึกษา อย่างไรก็ตาม ความท้าทายสำคัญของการผลักดันธนาคารหน่วยกิตให้เกิดการใช้งานอย่างแพร่หลาย และยั่งยืนอยู่ที่การมีกฎหมายและนโยบายภาครัฐที่ชัดเจน การจัดตั้งให้มีหน่วยงานดำเนินงานธนาคารหน่วยกิตเป็นการเฉพาะ รวมถึงการกำหนดให้ธนาคารหน่วยกิตเป็นวาระแห่งชาติและสร้างการรับรู้ร่วมกันของประชาชนสังคม และสถานประกอบการ

บรรณานุกรม

กรรมาธิการการศึกษา วุฒิสภา. (2566). *รายงานการพิจารณาศึกษา เรื่อง การพัฒนาธนาคารหน่วยกิตด้านการอาชีวศึกษาเพื่อการพัฒนากำลังคนและแรงงาน.* สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา.

กระทรวงศึกษาธิการ. (2546). *ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง การเทียบโอนผลการเรียนการศึกษาขั้นพื้นฐานและการศึกษาระดับอุดมศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญา พ.ศ. 2546*. https://www.moe.go.th/ backend /wp-content/uploads/2021/02/1-2.pdf

กระทรวงศึกษาธิการ. (2567). *ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง แนวทางการดำเนินงานธนาคารหน่วยกิตระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานและการอาชีวศึกษา พ.ศ. 2567.* https://ratchakitcha.soc.go.th/documents/27701.pdf

กองทุนเพื่อความเสมอภาคทางการศึกษา. (2567). *รายงานพิเศษความจริงและความเร่งด่วนของสถานการณ์เด็กนอกระบบในประเทศไทย.* https://www.eef.or.th/publication-white-paper/

ปริญญา มีสุข, ณัชติพงศ์ อูทอง, พัฒณ์รพี สุนันทพจน์, และอังค์วรา วงษ์รักษา. (2563). *การพัฒนาต้นแบบระบบคลังหน่วยกิตดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต*. สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา.

เมธชนนท์ ประจวบลาภ. (2567). การศึกษาในระบบ**:** สัญญาณวิกฤตและโอกาสในการพัฒนา. *วารสารนิสิตวัง, 21*(1), 152-162.

เมธชนนท์ ประจวบลาภ, และสถิดาพร คำสด. (2567). กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ตลอดชีวิตในประเทศไทย. *วารสารสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*, *21*(2), 26-41.

ศักดา สวาทะนันทน์, และฐิติมา อินทวงษ์. (2565). *รายงานการวิจัย เรื่อง การพัฒนาระบบสนับสนุนของสถานศึกษาเพื่อการขับเคลื่อนระบบธนาคารหน่วยกิตในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน.* มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ศาลปกครองกลาง. (2565). *คำแถลงการณ์ของตุลาการผู้แถลงคดี เรื่อง คดีพิพาทเกี่ยวกับการที่หน่วยงานทางปกครองหรือเจ้าหน้าที่ของรัฐออกคำสั่งโดยไม่ชอบด้วยกฎหมาย คดีหมายเลขดำที่ 2246/2561*. https://www.admincourt.go.th/admincourt/Casefile/admcase/document/signed/pdf/2561/01021-612246-4f-651124-0000734817.pdf

สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา. (2558). *บันทึกสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา เรื่องเสร็จที่ 2141/2558 เรื่อง การจัดการศึกษาตามโครงการ น.ส.ว.ขอโอกาส ของโรงเรียนหนองชุมแสงวิทยา.* https://comment.ocs.go.th/main/download/dlf/pdf/2141_2558_ความเห็นฉบับเต็ม

สำนักงานเลขาธิการคณะรัฐมนตรี. (2542). *พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542.* https://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2542/A/074/1.PDF

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2566). ธนาคารหน่วยกิตเปิดโอกาสการเรียนรู้สู่การยกระดับการศึกษาทุกช่วงวัย. เอสบีเคการพิมพ์.

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2566). *รายงานการวิจัย เรื่อง รูปแบบของหน่วยงานกลางและกลไกการขับเคลื่อนระบบธนาคารหน่วยกิตของประเทศไทย.* พริกหวานกราฟฟิค.

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2567). *รายงานการวิจัยและพัฒนาแพลตฟอร์มระบบธนาคารหน่วยกิตแห่งชาติเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต.* https://backoffice.onec.go.th/uploads/Book/2120-file.pdf

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบสาม*. https://www.nesdc.go.th/download/Plan13/Doc/Plan13_Final.pdf

อรุณี ตระการไพโรจน์. (2561). *ระบบธนาคารสะสมผลการเรียนรู้สำหรับการศึกษาตลอดชีวิตในประเทศไทย* [วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์]. https://dric.nrct.go.th/Search/SearchDetail/307211

Scottish Qualifications Authority. (2019). *Referencing the Scottish Credit & Qualifications Framework (SCQF) to the European Qualifications Framework (EQF) Report 2019*. https://europass.europa.eu/system /files/2020-06/Scottish%20Referencing%20Report.pdf

UNESCO Institute for Lifelong Learning. (2022). *Making lifelong learning a reality: A handbook*. UNESCO.

วารสารวิชาการ วิจัย และนวัตกรรม มสธ. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)
STOU Academic Journal of Research and Innovation (Humanities and Social Science)
ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2568) Vol. 5 No. 2 (July - December 2025)

Received: April 21, 2025
Revised: August 8, 2025
Accepted: August 27, 2025

เทิ่ง สติเฟื่อง นักโฆษณาไทยในตำนานผู้มาก่อนกาล ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีช่อง 4 บางขุนพรหม

Teung Stifueang, A Legendary Thai Advertiser Ahead of His Time of Thai Television Channel 4, Bangkhunphrom

ชมพูนุช ปัญญไพโรจน์ (Chompunuch Punyapiroje)[1]
ประภาส นวลเนตร (Prapas Nualnetr)[2]
E-mail: chompunuch@yahoo.com, prapas9@yahoo.com

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อบันทึกข้อมูลประวัติและผลงานของบรรยง เสนาลักษณ์ หรือชื่อในวงการ “เทิ่ง สติเฟื่อง” ในฐานะนักโฆษณาสดของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีช่อง 4 บางขุนพรหม เส้นทางการประกอบอาชีพในสายงานโฆษณาของเขาได้รับการหล่อหลอมจากประสบการณ์ที่สั่งสมในการทำงาน ที่เกี่ยวข้องกับโทรทัศน์ในหลากหลายบทบาท ด้วยคุณลักษณะเด่นฉพาะตัวของเขา ได้แก่ ความคิดสร้างสรรค์ อารมณ์ขัน ปฏิภาณไหวพริบ ความสามารถในการใช้ภาษา และความกล้าแสดงออกในรูปแบบที่แปลกใหม่ แตกต่างจากผู้ดำเนินรายการในยุคเดียวกัน ส่งผลให้ผลงานด้านโฆษณาสดมีความโดดเด่นและดึงดูดความสนใจจากผู้ชมได้เป็นอย่างดี เจ้าของผลิตภัณฑ์และบุคคลในแวดวงสื่อสารมวลชนต่างยอมรับในฝีมือและความสามารถของเขา “เทิ่ง สติเฟื่อง” จึงเป็นบุคคลต้นแบบที่ได้รับการกล่าวถึงในฐานะตำนานของวงการโฆษณาทางโทรทัศน์ไทย

คำสำคัญ นักโฆษณาไทย บรรยง เสนาลักษณ์ สถานีโทรทัศน์ช่อง 4 บางขุนพรหม โฆษณาสด การโฆษณาไทย

[1] *ภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา*
(Department of Communication Arts, Faculty of Humanities and Social Sciences, Burapha University)
[2] *คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี*
(Faculty of Communication Arts, Bangkokthonburi University)

Abstract

This academic article aims to document the biography and works of Banyong Senalak, known in the industry as “Teung Stifueang,” in his capacity as a live advertising presenter for Thai Television Channel 4, Bang Khun Phrom. His professional career in advertising was shaped by extensive experience in various television-related roles. Distinguished by his unique qualities—creativity, humor, quick wit, linguistic proficiency, and boldness in presenting in fresh and unconventional ways—he stood apart from other hosts of his era. These traits made his live advertising performances highly distinctive and captivating to audiences. Product owners and media professionals alike recognized his skill and talent, establishing “Teung Stifueang” as a role model and a celebrated legend in the history of Thai television advertising.

Keywords: Thai Advertiser, Banyong Senalak, Thai Television Channel 4 Bangkhunphrom, Live TV Commercials, Thai Advertising

บทนำ

หลังสงครามโลกครั้งที่สองยุติลงเมื่อ พ.ศ. 2488 ประเทศไทยได้มีการพัฒนาการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีการสื่อสารตามลำดับ การค้าขายเริ่มฟื้นตัว เศรษฐกิจการค้าภายในประเทศกลับคืนสู่ภาวะปกติ บริษัทต่างชาติที่เคยปิดกิจการลงในช่วงสงครามเริ่มกลับมาดำเนินกิจการอีกครั้ง รวมถึงบริษัทต่างชาติรายใหม่ ขณะเดียวกัน สถานการณ์การเมืองของไทยยังมีความสลับซับซ้อนและเกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นในระหว่าง พ.ศ. 2488-2491 รัฐบาลภายใต้การบริหารงานของจอมพล ป. พิบูลสงคราม ตระหนักถึงพลังสำคัญของสื่อโทรทัศน์ในการเป็นเครื่องมือสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและนโยบายต่าง ๆ ของรัฐบาลไปยังประชาชน เพื่อสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวและความรักชาติของคนในประเทศ ส่งผลให้รัฐบาลมีแนวคิดที่จะเปิดสถานีโทรทัศน์แห่งแรกในประเทศไทยในรูปแบบของบริษัทชื่อว่า บริษัทไทยโทรทัศน์ จำกัด พ.ศ. 2497 โดยมีกรมประชาสัมพันธ์หน่วยงานราชการเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ และรัฐสนับสนุนงบประมาณอีกส่วนหนึ่ง ต่อมารัฐบาลได้ออกพระราชบัญญัติเพื่อรองรับให้บริษัทฯ สามารถดำเนินกิจการวิทยุและโทรทัศน์ได้ และสามารถหารายได้จากการโฆษณาได้เพื่อจะเป็นแหล่งสนับสนุนทางการเงินที่ยั่งยืนสำหรับการดำเนินธุรกิจในอนาคต ในวันที่ 24 มิถุนายน พ.ศ. 2498 สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีช่อง 4 บางขุนพรหม จึงได้ออกอากาศอย่างเป็นทางการ

ยุคก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2 นั้นยังไม่มีบริษัทตัวแทนโฆษณาแบบสมัยใหม่ (modern advertising agency) ที่มีการคิดกลยุทธ์สร้างสรรค์โฆษณาอย่างเป็นระบบเหมือนปัจจุบัน จนเมื่อสงครามโลกสงบลง บริษัทต่างชาติที่เข้ามาจัดจำหน่ายสินค้าต่างประเทศในประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้นและจัดตั้งแผนกโฆษณาภายในบริษัทมารับผิดชอบด้านนี้ ต่อมาภายหลังจึงมีบริษัทตัวแทนโฆษณาต่างชาติเข้ามาให้บริการด้านโฆษณามากขึ้น รูปแบบการทำงานโฆษณาในยุคนั้นจึงยังไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากนัก (ชมพูนุช ปัญญไพโรจน์, 2566) อย่างที่ทราบกันดี พัฒนาการของการโฆษณานั้นสัมพันธ์กับเทคโนโลยีการสื่อสารที่เปลี่ยนไป สื่อโทรทัศน์ในยุคนั้นนับเป็นสื่อใหม่และได้รับความสนใจจากนักโฆษณาและเจ้าของสินค้าทั่วโลกเพราะเป็นสื่อที่มีทั้งเสียงและภาพเคลื่อนไหวสามารถดึงดูดความสนใจผู้ชมได้เป็นอย่างดี และยังสามารถสื่อสารข้อมูลสินค้าหรือบริการกับผู้บริโภคจำนวนมากและทุกเพศทุกวัย ดังนั้น การที่สื่อโทรทัศน์และบริษัทตัวแทนโฆษณาต่างประเทศเข้ามาในประเทศไทยในยุคนั้น นับได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการเปลี่ยนรูปแบบการทำงานโฆษณาในประเทศไทย สิ่งที่น่าสนใจคือ โฆษณาที่ออกอากาศในช่วงปีแรกที่สถานีโทรทัศน์เปิดดำเนินงานมีตั้งแต่ภาพนิ่งที่เป็นกระจกฉายโฆษณา (สไลด์) ภาพยนตร์โฆษณา (ซึ่งมีไม่มากนัก) และโฆษณาสดที่ใช้พิธีกรบรรยายข้อมูลสรรพคุณของสินค้าหรือบริการ ในช่วงเวลานั้นเทคโนโลยีการบันทึกเทปยังไม่ได้ถูกนำเข้ามาใช้ในสถานีฯ ทำให้หลักฐานทางด้านสื่อสารมวลชนและการโฆษณาจึงมีเพียงภาพนิ่งและคำบอกเล่าของคนทำงาน

วัตถุประสงค์ของบทความวิชาการนี้มุ่งบันทึกข้อมูลชีวประวัติและผลงานด้านโฆษณาของนักโฆษณาไทยที่ดำเนินงานในสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีช่อง 4 บางขุนพรหมในระยะแรก ผู้เขียนเลือกศึกษาผลงานของบรรยง เสนาลักษณ์ หรือ เท่ง สติเฟื่อง (ชื่อในวงการ) เพราะเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงในการสร้างสรรค์งานโฆษณาสดให้โดดเด่นและแตกต่างจนเป็นที่จดจำของคนทั่วไปในยุคนั้น ผู้ชม เจ้าของสินค้าหรือบริการ และบุคคลที่ทำงานในวงการสื่อสารมวลชนต่างยอมรับในความสามารถของเขา บทความเรื่องนี้จะเป็นประโยชน์ต่อแวดวงวิชาการด้านการโฆษณาและการสื่อสารมวลชนเพื่อบันทึกข้อมูลเชิงประวัติศาสตร์ของนักโฆษณาไทยที่หาได้ค่อนข้างยาก

จุดกำเนิดของเด็กชายบรรยง เสนาลักษณ์

บรรยง เสนาลักษณ์ (พ.ศ. 2476-2545) เกิดเมื่อวันที่ 18 มิถุนายน พ.ศ. 2476 ที่กรุงปักกิ่ง ประเทศจีน เป็นบุตรของบุษย์ เสนาลักษณ์ (ชาวไทย) กับโทมิโกะ (ชาวญี่ปุ่น) บุษย์ เสนาลักษณ์ ได้รับทุนจากกระทรวงศึกษาธิการให้ศึกษาต่อด้านครุศาสตร์ที่ประเทศญี่ปุ่น พ.ศ. 2472 ระหว่างที่ศึกษา ณ ประเทศญี่ปุ่น ท่านได้พบรักกับโทมิโกะ จากนั้นจึงได้เดินทางไปศึกษาที่คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยปักกิ่ง ณ ประเทศจีนต่ออีก 5 ปี และได้ให้กำเนิดเด็กชายบรรยง เสนาลักษณ์ เมื่อบุษย์ เสนาลักษณ์ สำเร็จการศึกษาจึงได้เดินทางกลับมาประเทศไทย พ.ศ. 2480 ส่วนโทมิโกะได้ขอไปเยี่ยมบ้านที่ประเทศญี่ปุ่นพร้อมลูกเป็นเวลา 6 เดือน

จากนั้นทั้งคู่ได้เดินทางกลับมาประเทศไทยเมื่อบรรยงผู้เป็นมิตรอายุได้ 5 ขวบ เพื่อเข้าศึกษาต่อที่โรงเรียนในประเทศไทย

พ.ศ. 2482-2483 โทมิโกะได้เดินทางไปเรียนตัดเสื้อที่ประเทศญี่ปุ่นและได้ทำงานเป็นครู จนกระทั่งสงครามโลกครั้งที่ 2 เกิดขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2484-2485 บุษย์ เสนาลักษณ์ เริ่มป่วยเป็นโรคปอด โทมิโกะจึงเดินทางกลับมาทางเรือเพื่อมาเยี่ยม แต่เรือดังกล่าวถูกโจมตีอับปางลง โทมิโกะได้รับบาดเจ็บจึงต้องกลับไปพักรักษาตัวที่ประเทศตนเอง จากนั้น โทมิโกะได้เดินทางกลับมาประเทศไทยใหม่อีกครั้งเพื่อมารับบรรยง เสนาลักษณ์กลับไปด้วย แต่พระยาพิพัฒน์วรรณกิจ (คุณปู่) และคุณย่าไม่ยินยอม ทำให้โทมิโกะต้องกลับประเทศญี่ปุ่นตามลำพัง เมื่อสงครามทวีความรุนแรง ญี่ปุ่นถูกโจมตีจากฝ่ายสัมพันธมิตร ก็ไม่ได้ข่าวโทมิโกะผู้เป็นมารดาอีกเลย ขณะที่บุษย์ เสนาลักษณ์ ผู้เป็นบิดาได้ถึงแก่กรรมใน พ.ศ. 2486 บรรยง เสนาลักษณ์ จึงอยู่ภายใต้การดูแลของคุณปู่ คุณย่า และญาติฝั่งพ่อ

บรรยง เสนาลักษณ์ ได้ศึกษาต่อชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-4 ที่โรงเรียนสวนสุนันทา และเข้าศึกษาต่อโรงเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นที่โรงเรียนมัธยมวัดเบญจมบพิตร และโรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัย บรรยง เป็นคนที่สนุกสนาน ชอบทำกิจกรรมต่าง ๆ ในโรงเรียนทำให้เป็นที่รู้จักของคนในโรงเรียนและเพื่อน ๆ รักใคร่ต่อมา พ.ศ. 2493 บรรยง เสนาลักษณ์ ได้เข้าศึกษาต่อที่คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จนได้รับประกาศนียบัตรระดับอนุปริญญา บรรยงเป็นคนโสด ไม่มีครอบครัว ได้มีบุตรบุญธรรม 1 คน คือ ศิลป รักษ์ผะดา

บรรยง เสนาลักษณ์ ได้ชื่อเล่นว่า “เทิ่ง” ตอนสมัยเรียนมหาวิทยาลัยเพราะเป็นคนตัวสูงเห็นได้แต่ไกล เวลาเดินจะส่ายหน้าสายตา ชะเง้อไปมา เพื่อนนักศึกษาหญิงจึงเรียกว่า “ตาเทิ่ง” ส่วนนามสกุล “สติเฟื่อง” นั้น นักเขียนชื่อดัง อาจินต์ ปัญจพรรค์ ตั้งให้เมื่อเข้ามาทำงานที่สถานีโทรทัศน์ช่อง 4 บางขุนพรหม (สุระ นิยมวัน, ศุภลักษณ์ อัศวานนท์, วาริชา จิตตานนท์, และฉัตรวรัญ องคสิงห์, 2545)

สถานีโทรทัศน์ช่อง 4 บางขุนพรหม: สถานีโทรทัศน์แห่งแรกของประเทศไทย

สงครามโลกครั้งที่สองยุติลงเมื่อ พ.ศ.2488 สภาวการณ์การเมืองไทยมีความสลับซับซ้อน และมีความเปลี่ยนแปลงมากขึ้นในระยะเวลาไม่กี่ปี ช่วง พ.ศ. 2488–2491 ได้มีการเปลี่ยนแปลงคณะรัฐบาลหลายครั้ง มีเพียงรัฐบาลของจอมพล ป. พิบูลสงครามที่สามารถบริหารประเทศได้เป็นระยะเวลายาวนานกว่าคณะอื่น ๆ คณะรัฐบาลของจอมพล ป. พิบูลสงคราม ให้ความสำคัญของสื่อโทรทัศน์เพราะเป็นสื่อที่ทันสมัยในยุคนั้น มีทั้งภาพและเสียงจึงสามารถดึงดูดความสนใจจากผู้ชมได้ดี และมีแนวคิดที่จะเปิดสถานีโทรทัศน์ในประเทศไทยโดยหวังว่าจะเป็นสถานีโทรทัศน์แห่งแรกของประเทศไทยและในทวีปเอเชีย ซึ่งจะทำให้เกิดความเจริญก้าวหน้าทางการศึกษา การแพทย์ และการสาธารณสุข สินิทธิ์ สิทธิรักษ์ นักวิชาการที่ศึกษาประวัติศาสตร์โทรทัศน์ได้ตั้งข้อสังเกตว่า รัฐบาลในยุคนั้นมีจุดมุ่งหมายซ่อนเร้นที่จะใช้สื่อดังกล่าวเป็นเครื่องมือ

ตอบโต้ฝ่ายตรงข้ามและเสริมสร้างอิทธิพลทางการเมืองของตน ต่อมารัฐบาลได้เตรียมการด้วยการส่งข้าราชการกรมโฆษณาการไปดูงานสถานีโทรทัศน์ในประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศอังกฤษในระยะสั้นและระยะยาวเมื่อ พ.ศ. 2494 และได้เตรียมการก่อตั้งสถานีโทรทัศน์ไทยทีวี ช่อง 4 บางขุนพรหมขึ้นมา ขณะที่สื่อมวลชนและผู้แทนราษฎรต่างวิพากษ์วิจารณ์เกี่ยวกับงบประมาณในการลงทุนก่อตั้งสถานีฯ ที่มีค่าใช้จ่ายสูงมาก และยังต้องมีการพัฒนาปัจจัยพื้นฐานเพื่อรองรับเทคโนโลยีใหม่ไม่ว่าการสาธารณูปโภคและพลังงานของประเทศ ขณะที่คนในประเทศยังขาดแคลนปัจจัยสี่ในการดำรงชีวิต รัฐบาลจึงหาทางออกด้วยการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ในรูปแบบบริษัทชื่อว่า บริษัทไทยโทรทัศน์ จำกัด ใน พ.ศ. 2497 โดยให้กรมประชาสัมพันธ์หน่วยงานราชการเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ และรัฐให้เงินงบประมาณสนับสนุนอีกส่วนหนึ่ง นอกจากนี้ รัฐบาลยังได้ออกพระราชบัญญัติ 2 ฉบับคือ พระราชบัญญัติวิทยุคมนาคม พ.ศ. 2498 ให้กรมไปรษณีย์โทรเลขโดยกองบริหารความถี่ (กบถ.) ควบคุมการใช้ความถี่วิทยุ และพระราชบัญญัติวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2498 เพื่อให้ส่วนราชการและหน่วยงานที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติส่งวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ได้ นับเป็นการออกกฎหมายเพื่อรองรับให้บริษัทไทยโทรทัศน์ จำกัด สามารถดำเนินกิจการวิทยุและโทรทัศน์ได้และหารายได้จากการโฆษณาได้เพื่อเลี้ยงบริษัทในอนาคต (สินิทธิ์ สิทธิรักษ์, 2543)

ในที่สุด สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีช่อง 4 บางขุนพรหม (ปัจจุบันคือ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9) ได้เริ่มออกอากาศเป็นครั้งแรก เมื่อวันที่ 24 มิถุนายน พ.ศ. 2498 ในระบบ EIA (The Electronics Industries Association Standard) 525 เส้น 60 Hz. มาตรฐานแบบ M มี 30 Frames/Sec สีขาว-ดำ และใช้เครื่องส่ง RCA และเครื่องรับโทรทัศน์ส่วนใหญ่นำเข้าจากต่างประเทศ ใช้ไฟฟ้า 110 Volt ความถี่ 60 Hz. มีการใช้ระบบไฟฟ้าแตกต่างจากประเทศไทยที่เป็น 220 Volt ความถี่ 50 Hz. จึงต้องใช้หม้อแปลงไฟฟ้าส่งผลให้การรับ-ส่งสัญญาณไม่สมบูรณ์มากเท่าที่ควร

ยุคเริ่มต้นของการออกอากาศรายการของทางสถานีโทรทัศน์ส่วนใหญ่เป็นรายการสด เพราะในช่วงนั้นเทคโนโลยีการบันทึกเทปยังไม่ได้ถูกนำเข้ามาใช้ในสถานีฯ ภาพยนตร์ที่จะฉายทางโทรทัศน์ได้มี 3 ประเภท ได้แก่ 1) ภาพยนตร์ข่าวที่ต้องถ่ายทำ ล้าง ตัดต่อ และออกอากาศ 2) ภาพยนตร์โฆษณาหรือภาพยนตร์ชุดจากต่างประเทศ ซึ่งจะถูกนำมาพากย์เป็นภาษาไทยก่อนออกอากาศ และ 3) ภาพยนตร์โฆษณาหรือภาพยนตร์ชุดของไทย ประเภทนี้มีไม่มากนักเพราะค่าใช้จ่ายการผลิตค่อนข้างสูง เนื่องจากต้องผลิตด้วยฟิล์มภาพยนตร์ 16 มม. ประเภทของรายการที่ออกอากาศสด ได้แก่ รายการข่าว รายการสนทนา รายการดนตรีร่ายรำ รายการละคร และรายการโฆษณาสด คำว่า การออกอากาศสด หมายความว่า ผู้แสดงจะต้องแสดง-เล่นสดขณะที่ออกอากาศผ่านกล้องโทรทัศน์ขนาดใหญ่ มีน้ำหนักมาก เคลื่อนที่บนขาตั้งกล้องเท่านั้น และมี Boom Microphone ที่แขวนบนขาตั้งหรือคานที่ถือยกไว้ในระดับสูง เพื่อรับเสียงได้ทั้งหมดพร้อมกัน โดยต้องหันทิศทางการรับเสียงไปที่ผู้แสดงเท่านั้น (ประภาส นวลเนตร, 2561)

รูปแบบโฆษณาในช่วงแรกที่สถานีฯ ดำเนินการมี 3 ประเภท ได้แก่ 1) กระจกฉายโฆษณา (สไลด์) บริษัทร้านค้าธุรกิจขนาดกลางและเล็ก หรือผู้ต้องการโฆษณารายย่อยนิยมมาก โดยจะมาว่าจ้างให้ทางสถานีฯ จัดทำแผ่นสไลด์ที่มีข้อมูลชื่อสินค้าหรือบริการ ภาพ หรือข้อความโฆษณาสั้น ๆ ลูกค้าอาจออกแบบหรือคิดข้อความโฆษณาของตนเอง หรือว่าจ้างให้เจ้าหน้าที่ของสถานีฯ ช่วยออกแบบและคิดข้อความโฆษณาก็ได้ และผลิตกระจกสไลด์โฆษณาขึ้นมาพร้อมจ่ายค่าเวลาในการออกอากาศ เมื่อถึงช่วงเวลาโฆษณา เจ้าหน้าที่ที่เป็นช่างกล้องจะใช้กล้องจับภาพที่สไลด์และให้พิธีกรบรรยายสรรพคุณสินค้า เครื่องฉายภาพจากกระดาษภาพนิ่ง หรือสไลด์ เรียกว่า Telop และจะฉายครั้งละ 10-15 วินาที 2) ภาพยนตร์โฆษณา (ดังที่กล่าวมาข้างต้น) และ 3) โฆษณาสดในห้องส่ง เจ้าของสินค้าหรือบริการจะเลือกโฆษณาสินค้าของตนไม่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการใดรายการหนึ่ง หรืออาจจะเป็นผู้อุปถัมภ์รายการภาพยนตร์ทั้งเรื่องหรือการแสดงสดในห้องส่งแต่ละครั้งก็ได้ เนื่องจากในยุคนั้นยังไม่มีการบันทึกเทป ทำให้ทุกครั้งที่ถึงช่วงเวลาโฆษณา พิธีกรต้องออกมาพูดสดทุกครั้ง เจ้าของสินค้าหรือบริการมีหน้าที่จัดเตรียมสินค้า ป้าย โลโก้ และอื่น ๆ ขณะที่ผู้จัดหาโฆษณาอาจเตรียมของประกอบฉากมาเพิ่ม จากนั้นจะให้พิธีกร (ซึ่งเจ้าของสินค้าหรือบริการจะเป็นคนเลือกมาและรับผิดชอบค่าตัวพิธีกร) มายืนหน้ากล้องเพื่อบรรยายสรรพคุณสินค้า หรืออาจสาธิตการใช้สินค้าออกอากาศใช้เวลาประมาณ 1-2 นาที (ชมพูนุช ปัญญไพโรจน์, 2566; ประภาส นวลเนตร, 2561)

สภาวการณ์ของบริษัทตัวแทนโฆษณาในประเทศไทยยุคหลังสงครามโลกครั้งที่ 2

ก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2 นั้นมีบริษัทตัวแทนโฆษณาแบบสมัยใหม่น้อยมาก การโฆษณาส่วนใหญ่เป็นไปในลักษณะที่เจ้าขององค์กรสื่อ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ภาพยนตร์ และอื่น ๆ ทำหน้าที่คิดสร้างสรรค์และผลิตชิ้นงานโฆษณาให้กับเจ้าของสินค้าหรือบริการ โดยเจ้าของสินค้าหรือบริการอาจสร้างสรรค์ข้อความโฆษณาหรือภาพประกอบด้วยตนเองก็ได้ จนกระทั่งสงครามโลกสงบลง บริษัทต่างชาติที่เข้ามาจัดจำหน่ายสินค้าต่างประเทศในประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้นและจัดตั้งแผนกโฆษณาภายในบริษัท (in house agency) มารับผิดชอบด้านนี้ ต่อมาภายหลังจึงมีบริษัทตัวแทนโฆษณาต่างชาติเข้ามาให้บริการด้านโฆษณามากขึ้น รูปแบบการทำงานโฆษณาในยุคนั้นจึงยังไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากนัก (ชมพูนุช ปัญญไพโรจน์, 2566) ประกิต อภิสารธนรักษ์ (2538) นักโฆษณาในยุคนั้น ปัจจุบันเป็นเจ้าของบริษัทประกิต โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน) ได้เล่าเกี่ยวกับการโฆษณาสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีช่อง 4 บางขุนพรหมในยุคนั้นว่า

> *“ในยุคแรก ๆ ของการก่อตั้งสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีช่อง 4 นั้น เอเยนซี่โฆษณายังมีน้อยมากหรือแทบจะไม่มีเลย ส่วนใหญ่เป็นการทำโฆษณาแบบทำเอง หรือ in-house กล่าวคือ บริษัทใหญ่ ๆ จะตั้งแผนกโฆษณาขึ้นมาทำโฆษณาสินค้าของตนเอง เช่น บริษัท ดีทแฮล์ม จำกัด บริษัท สหพัฒนพิบูล จำกัด บริษัท ลีเวอร์บราเดอร์ส จำกัด และอื่น ๆ บริษัทดังกล่าวมีแผนกโฆษณาที่มีงบประมาณมาก และหรือเป็นผู้ผลิตสินค้าขึ้นมาขายเอง”*

สอดคล้องกับ มานิต รัตนสุวรรณ เล่าถึงประสบการณ์การทำงานของตนในบริษัทตัวแทนโฆษณาต่างชาติว่า นักโฆษณาต่างชาติมักทำงานสร้างสรรค์โฆษณาซึ่งนับเป็นตำแหน่งสำคัญเพราะได้กำหนดแนวคิดสร้างสรรค์โฆษณา และเป็นหัวหน้างานของพนักงานคนไทย ขณะที่พนักงานคนไทยส่วนใหญ่จะทำงานด้านการตลาดและงานดูแลลูกค้า การจะได้รับโอกาสดี ๆ ขึ้นอยู่กับหัวหน้างานชาวต่างชาติ (มานิต รัตนสุวรรณ และสมฤดี ศรีจรรยา, 2555)

เมื่อดาวจรัสแสง: จุดกำเนิดของ เทิ่ง สติเฟื่อง บนเส้นทางบันเทิง

ขณะที่ บรรยง เสนาลักษณ์ กำลังศึกษาที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เขาเป็นที่รู้จักในหมู่นักศึกษาจากการจัดกิจกรรมมหาวิทยาลัยให้มีการแสดงที่แปลกใหม่และน่าจดจำ เช่น งานระหว่างจุฬา-ธรรมศาสตร์ที่ทั้งสองสถาบันจะมีการแสดงดนตรีและการแสดงรีวิวจากนิสิตโดยผลัดกันขึ้นเวที ในช่วงเวลานั้น มีภาพยนตร์จากฮอลลีวูดเรื่องหนึ่งที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากเรื่องราวเกี่ยวกับจักรพรรดิเนโรและกรุงโรม ในภาพยนตร์มีฉากกรุงโรมถูกเผาวอดวาย บรรยงได้นำฉากดังกล่าวมาดัดแปลงเป็นการแสดงในหอประชุม โดยเขารับบทเป็นจักรพรรดิเนโรที่เห็นกรุงโรมถูกไฟไหม้และต้องแสดงอาการร้องไห้ บรรยงได้นำเอาถ้วยเล็ก ๆ มารองน้ำตาตนเองทำให้ผู้ชมในหอประชุมพากันหัวเราะด้วยความคาดไม่ถึง นอกจากนี้ยังมีการลงจากเวทีมาเล่นกับผู้ชมอย่างใกล้ชิด สร้างความสนุกสนานและตื่นเต้นให้กับผู้ชมในหอประชุม การแสดงดังกล่าวอาจถือได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นของเส้นทางในวงการบันเทิงของบรรยง เสนาลักษณ์ ซึ่งมีการแสดงที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวและฉีกแนวไปจากตลกในยุคสมัยเดียวกันอย่างชัดเจน

ต่อมา สุภางค์ (พิจิตรคุรุการ) ชูโต เพื่อนร่วมรุ่นที่เคยร่วมกิจกรรมในสโมสรนิสิตของมหาวิทยาลัยกับบรรยง และขณะนั้นทำงานเป็นผู้จัดรายการเพลงทางสถานีวิทยุ ท.ท.ท. ที่สี่แยกคอกวัว ซึ่งมีการจัดรายการแสดงสดให้ผู้ชมด้วย ได้ชักชวนให้บรรยงเข้าร่วมงานด้วยกันในปี พ.ศ. 2497 จนกระทั่งวันหนึ่งในรายการวิทยุ “ปัญหารอบโลก” ที่มีจำนง รังสิกุลและผู้ช่วยรายการผู้หญิงมาจัดรายการ *หน้าม่านหน้าไมค์* ออกอากาศถามปัญหาผู้ชมในห้องส่งที่มีราว 50 คน บรรยง เสนาลักษณ์ เป็นหนึ่งในผู้ชมได้ยกมือตอบคำถามพร้อมปล่อยมุขตลกของนักศึกษามหาวิทยาลัย จึงเรียกเสียงฮาจากผู้ชมเป็นอย่างมาก ทำให้จำนง รังสิกุล ต้องเชิญขึ้นเวทีเพื่อให้ผู้ชมได้เห็นตัวจริง คืนนั้นเองทำให้บรรยง เสนาลักษณ์ได้แจ้งเกิดขึ้นในวงการบันเทิงอย่างเป็นทางการ ต่อมา จำนง รังสิกุลได้ชักชวนให้บรรยงมาเป็นผู้ช่วยรายการอีกคนนึงในการจัดรายการทุกสัปดาห์ โดยทำตั้งแต่รายการเล็กจนถึงรายการใหญ่ (สุระ นิยมวัน, ศุภลักษณ์ อัศวานนท์, วาริชา จิตตานนท์, และฉัตรวรัญ องคสิงห์, 2545)

ก่อนหน้าที่สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีช่อง 4 บางขุนพรหมจะเริ่มดำเนินการออกอากาศประมาณ 3 เดือน จำนง รังสิกุล หัวหน้าฝ่ายจัดรายการโทรทัศน์ ได้รับบรรยง เสนาลักษณ์ เข้ามาทำงานที่บริษัทไทยโทรทัศน์ จำกัด ทันทีเพราะเห็นว่า บรรยงเป็นคนสมัยใหม่ มีความรู้ความสามารถ มีปฏิภาณไหวพริบ โต้ตอบได้ไว

มีอารมณ์ขัน และมีคำพูดแปลก ๆ มาสร้างเสียงหัวเราะให้กับผู้ชมรายการ (ในช่วงเวลานั้น สถานีวิทยุ ท.ท.ท. ได้เปิดโอกาสให้คนทั่วไปสามารถเข้ามาฝึกการทำงานโทรทัศน์) ในปี พ.ศ. 2498 บริษัทฯ ยังได้รับท้วม ทรนง อารีย์ นักดนตรี หม่อมราชวงศ์ ถนัดศรี สวัสดิวัฒน์ และสะอาด เปี่ยมพงศ์สานต์ เข้ามาทำงานหน้าที่ต่าง ๆ ในการจัดรายการโทรทัศน์ ด้วยคุณลักษณะส่วนตัวของบรรยง เสนาลักษณ์ ทำให้จำนง รังสิกุล มอบหมายให้รับบทตลกเล่นคู่กับท้วม ทรนง และตั้งชื่อในวงการให้ว่า “เทิ่ง กระหม่อมทอง” หลังออกอากาศไป 1-2 ครั้ง ก็มีผู้ชมทางบ้านเขียนจดหมายว่า กระหม่อมทองเป็นนามสกุลของเขา ทำให้อาจินต์ ปัญจพรรค์ ต้องตั้งนามสกุลให้ใหม่ และจากการที่บรรยงเป็นคนที่มีสติปัญญา คิดแต่เรื่องเฟื่อง ๆ ฟู ๆ แตกต่างจากคนอื่น ทำอะไรก็ถูกใจผู้ชม อาจินต์ ปัญจพรรค์ เลยตั้งให้ว่า “สติเฟื่อง” จากนั้นมา บรรยง จึงมีชื่อในวงการ “เทิ่ง สติเฟื่อง” (ต่อไปจะใช้ชื่อนี้ในบทความ)

วันที่ 24 มิถุนายน 2498 สถานีโทรทัศน์ช่อง 4 บางขุนพรหม ได้แพร่ภาพออกอากาศเป็นครั้งแรก จำนง รังสิกุล หัวหน้าฝ่ายจัดรายการโทรทัศน์ได้มอบหมาย เทิ่ง สติเฟื่อง เป็นพิธีกรอ่านโฆษณาวิทยุโทรทัศน์ยี่ห้ออาร์ ซี เอ ที่เป็นผู้อุปถัมภ์ตลอดรายการในคืนนั้น แม้เทิ่งจะรู้สึกตื่นเต้นเพราะไม่เคยทำโฆษณาสดมาก่อน แต่สุดท้ายก็ประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี จากนั้น เทิ่งจึงได้รับความไว้วางใจจากหัวหน้าให้ทำงานด้านอื่น ๆ ตลอดมา การทำงานในสถานียุคเริ่มแรกนั้นยังไม่มีการแบ่งฝ่ายการทำงานเหมือนสถานีโทรทัศน์ในปัจจุบัน เจ้าหน้าที่ของสถานีจำเป็นต้องทำงานมากกว่าหนึ่งหน้าที่ เทิ่งได้รับมอบหมายจาก จำนง รังสิกุล ให้ไปทำงานด้านต่าง ๆ ตั้งแต่ผู้กำกับเวทีทั่วไป ผู้ช่วยในรายการ *ปัญหาผะหมี* (ดังภาพที่ 1) เนื่องจากจำนง รังสิกุล เห็นว่ารูปร่างลักษณะที่สูงเพรียวผิวขาวของเทิ่งเหมาะที่จะเป็นนักแสดง เพราะสามารถแต่งหน้าแต่งตัวอะไรได้หมด จำนง รังสิกุล จึงให้เทิ่งรับบท เสี่ยวเอ้อ ผู้ช่วยในศาลเจ้า ในรายการ *ปัญหาผะหมี* เทิ่งต้องแต่งหน้าแต่งตัวชุดต่าง ๆ (ซึ่งเทิ่งคิดเอง ทำเอง และหาซื้อชุดเอง) และมาบอกใบ้คำในรายการอย่างฉลาด มีชั้นเชิง ตลก ยียวน ทำให้ผู้ชมสนุกสนาน วันดีคืนดี เทิ่งก็ติดหนวด ติดไฝ หรือทำท่าเลียนแบบนักร้องคนดังตอนทำหน้าที่มอบของรางวัลจากผู้อุปถัมภ์รายการ บางครั้งถ้าผู้อุปถัมภ์รายการต้องการให้มีคนบรรยายสรรพคุณสินค้า เทิ่งก็จะรับหน้าที่บรรยายให้ (สุระ นิยมวัน, ศุภลักษณ์ อัศวานนท์, วาริชา จิตตานนท์, และฉัตรวรัญ องคสิงห์, 2545; อารีย์ นักดนตรี, 2546)

ภาพที่ 1 เทิ่ง (ซ้ายสุด) จำนง (กลางซ้าย) อารีย์ (กลางขวา) ผู้ชมที่ร่วมรายการ (ขวาสุด)
ที่มา: สุระ นิยมวัน, ศุภลักษณ์ อัศวานนท์, วาริชา จิตตานนท์, และฉัตรวรัญ องคสิงห์ (2545)

เทิ่ง สติเฟื่อง: นักสร้างสรรค์โฆษณาสดผู้มาก่อนกาล

จากที่กล่าวมาข้างต้น บริษัท ไทยโทรทัศน์ จำกัด ก่อตั้งขึ้นเพื่อดำเนินกิจการของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีช่อง 4 บางขุนพรหม โดยมุ่งหวังให้ใช้เงินจากรายได้ค่าโฆษณาของสถานีเลี้ยงตัวได้ แต่อย่างไรก็ตาม จำนง รังสิกุล ผู้บริหารของสถานีฯ ยังยึดหลักการในการจัดรายการโทรทัศน์ว่าต้องมีครบ 3 ประการ ได้แก่ การให้ข่าวสาร การให้ความรู้ และการให้ความบันเทิง ในสัดส่วนที่สมดุล และยังต้องสร้างคนและสร้างงาน ดังนั้น นโยบายของจำนง รังสิกุล จึงส่งเสริมให้เจ้าหน้าที่สถานีฯ ต้องมีความสามารถในการทำงานรอบด้าน แม้ว่าสถานีฯ จะได้รับเงินอุดหนุนจากภาครัฐบาลในระยะแรก แต่ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศก็ยังสูงเกินกว่าที่บริษัทไทยโทรทัศน์ จำกัด จะดำเนินงานให้คุ้มทุนได้ ส่งผลให้สถานีฯ ต้องหารายได้จากการโฆษณาของบริษัทเอกชน อย่างไรก็ตาม จำนง รังสิกุล ผู้บริหารสถานีบริษัทฯ ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการหารายได้จากโฆษณามากนักและเชื่อว่า

> *“บริการวิทยุและโทรทัศน์ที่ดีจะละเลยการบำเพ็ญประโยชน์แก่ประชาชนนั้นไม่ได้ การทำบริการสาธารณะ หมายถึง การลงทุน ซึ่งไม่มีผลกำไรเป็นตัวเงินโดยตรง แต่ผลกำไรยั่งยืนที่พึงหวังก็คือ ชื่อเสียงอันดี เมื่อชื่อเสียงดี รายได้ก็จะเพิ่มขึ้นเป็นเงาตามตัว กล่าวโดยสรุป สิ่งที่บริษัทได้ทำมาแล้ว กำลังทำอยู่และทำต่อไปก็คือ แสวงหาทั้งชื่อเสียงและรายได้ให้ได้ผลดีทั้งสองอย่างพร้อม ๆ กัน ซึ่งไม่ใช่สิ่งที่ทำได้ง่ายนัก”*

ผลลัพธ์จากการดำเนินงานตามนโยบายดังกล่าวส่งผลให้รายการทางสถานีฯ ได้รับความนิยมจากผู้ชมอย่างมาก เพราะรายการมีคุณภาพ ยอดการจำหน่ายเครื่องรับโทรทัศน์ขยายตัวเพิ่มขึ้น บริษัทห้างร้านต่างพา

กันให้ความสนใจที่จะลงโฆษณาทางโทรทัศน์เป็นจำนวนมาก ทำให้รายได้จากค่าโฆษณาของสถานีฯ เพิ่มขึ้นจาก 101,295 บาท ใน พ.ศ. 2498 เป็น 2,819,536.66 บาท ใน พ.ศ. 2500 ผู้อุปถัมภ์รายการมีตั้งแต่องค์การค้า หน่วยงานของรัฐ และบริษัทระดับชาติและนานาชาติ (สินิทธิ์ สิทธิรักษ์, 2543)

เนื่องจาก เทิ่ง สติเฟื่อง เป็นคนที่รูปร่างหน้าตาดี มีมนุษยสัมพันธ์ มีอารมณ์ขัน และช่างเจรจา ทำให้จำนง รังสิกุล มอบหมายให้เป็นผู้จัดหาโฆษณาให้กับสถานีฯ เทิ่งได้ออกไปพบปะกับเจ้าของสินค้าหรือบริการห้างร้านต่าง ๆ พร้อมเชิญให้มาเป็นผู้อุปถัมภ์รายการ เมื่อได้ร่วมทำงานและคุ้นเคยกันมากขึ้น เจ้าของบริษัทห้างร้านต่าง ๆ ได้ติดต่อกลับมาหาเทิ่งเพื่อขอลงโฆษณาในรายการของสถานีฯ บ้างก็ขอให้ช่วยคิดรูปแบบการโฆษณาให้ จึงอาจกล่าวได้ว่า เทิ่ง สติเฟื่อง เป็นนักจัดหาโฆษณารายแรก ๆ ของสถานีฯ ที่นำสินค้ามาเป็นผู้อุปถัมภ์รายการ (ดังภาพ 2-3) ท้วม ทรนง คู่ซี้ในวงการได้กล่าวไว้ว่า *"..คุณเทิ่งเป็นคนหาโฆษณาเก่งมาก เรียกว่าเก่งที่สุดก็ว่าได้ ผมอยากมีเงินใช้บ้างก็เลยศึกษาวิธีการจากคุณเทิ่ง และเจริญรอยตามเขาตั้งแต่นั้นมา"* เช่นเดียวกับอาจินต์ ปัญจพรรค์ ที่เขียนถึงเทิ่งไว้ว่า

> *"เทิ่งหาสปอนเซอร์เก่งมาก เพราะนายห้าง เมียนายห้างชอบดูเทิ่งกันทั้งนั้น ขอสปอนเซอร์ได้สะดวก โดยเจ้าของสินค้าสั่งกำชับมาว่าเทิ่งต้องออกพูดเอง ก็ดีไปอีกที่ได้เบิกค่าพูดค่าออกกล้อง เบิกจากสถานีในขณะการประกาศกรณีปฏิบัติหน้าที่ออกกล้องโฆษณาสินค้า สินค้าจะขายได้ดีหรือไม่ก็ตามเถิด แต่ว่าเทิ่งเล่นได้สนุกมาก ตัวเทิ่งเด่นดีโด่งดังขึ้นทุกวันคืน..."* (สุระ นิยมวัน, ศุภลักษณ์ อัศวานนท์, วาริชา จิตตานนท์, และฉัตรวรัญ องคสิงห์, 2545; อาจินต์ ปัญจพรรค์, 2533)

เมื่อทั้งสองฝ่ายตกลงกันเรียบร้อยแล้ว เมื่อถึงวันจริง บริษัทห้างร้านก็จะนำสินค้า ภาพสินค้า โลโก้ และอื่น ๆ ที่ต้องการนำเสนอมาให้ผู้จัดหาโฆษณาที่ห้องส่งของสถานีฯ ผู้จัดหาโฆษณาและเจ้าหน้าที่ก็จะจัดเตรียมสิ่งเหล่านั้นเพื่อใช้ในการถ่ายทำ และอาจเตรียมสิ่งของอื่น ๆ มาประกอบฉากเพิ่มเติมตามบทโฆษณาที่วางไว้ ผู้จัดหาโฆษณาอาจจะเขียนหรือไม่เขียนบทโฆษณาให้พิธีกรก็ได้[3] อย่างน้อยก็จะมีการอธิบายให้ฟังเบื้องต้นว่าเจ้าของสินค้าหรือบริการต้องการนำเสนอสรรพคุณสินค้าหรือบริการด้านใด พิธีกรก็จะนำคำโฆษณาเหล่านั้นมาเรียบเรียงใหม่หรือหาคำแปลก ๆ คำสละสลวยเพื่อมาบรรยายสินค้าหรือบริการเพื่อให้ผู้ชมสนใจ บางครั้งอาจจะมีการสาธิตวิธีการใช้สินค้านั้นก็เป็นไปได้

กระบวนการโฆษณาสดจะเริ่มขึ้นเมื่อการแสดงรายการจบในแต่ละช่วง ช่วงเวลาพักจะเป็นช่วงของการโฆษณา โดยทั่วไปช่างกล้องจะแพนกล้องมาจับภาพสินค้า/ป้ายโลโก้เพื่อออกอากาศ และก็จะพิธีกรมาบรรยายสรรพคุณของสินค้าและสาธิตวิธีการใช้สินค้า จากนั้นกล้องจะมาจับภาพใบหน้าของพิธีกรเพื่อตอกย้ำ

[3]บริษัทห้างร้านจะเป็นคนระบุว่าต้องการพิธีกรท่านใด และรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในส่วนของพิธีกรทั้งหมด

คุณภาพและสถานที่จำหน่ายสินค้าหรือบริการก่อนจบการโฆษณา ทั้งหมดใช้เวลา 1-2 นาทีต่อสินค้าแต่ละตัว (ดังภาพที่ 2) (อารีย์ นักดนตรี, 2546)

ภาพที่ 2 เทิ่ง (ซ้ายมือ) กำลังโฆษณาสดบริษัท แผ่นเสียงคาเธ่ย์ จำกัด
ที่มา: สุระ นิยมวัน, ศุภลักษณ์ อัศวานนท์, วาริชา จิตตานนท์, และฉัตรวรัญ องคสิงห์ (2545)

การที่เทิ่ง สติเฟื่อง รับงานต่าง ๆ ของสถานีฯ ทำให้ผู้ชมรับรู้บุคลิกและความสามารถเฉพาะตัวของเขา ไม่ว่าจะเป็นคนตลก มีปฏิภาณไหวพริบ มีความสามารถทางภาษาในการแปลงเนื้อเพลงแปลงคำ และมีความกล้าทำในสิ่งที่คนอื่นคิดไม่ถึง ส่งผลให้ผลงานทุกชิ้นของเทิ่งเต็มไปด้วยสีสัน แปลกใหม่ สร้างสรรค์ มีชีวิตชีวาและสนุกสนาน บ่อยครั้งที่เทิ่งไปติดต่อขอให้บริษัทห้างร้านมาโฆษณาในรายการของสถานีฯ เจ้าของมักสอบถามความคิดเห็นของเทิ่งว่างานโฆษณาสินค้าของตนควรเป็นรูปแบบใด ส่วนใหญ่เมื่อเทิ่งเสนอแนวทางทุกคนแทบจะไม่ปฏิเสธเพราะถือเป็นความคิดที่สุดยอดแล้ว

นันทวัน เมฆใหญ่ สุวรรณปิยะศิริ (2568) พิธีกรคู่ขวัญกับเทิ่งในรายการแม่บ้านชิงทอง ได้กล่าวว่า

> *“คุณเทิ่ง สติเฟื่อง ทำอยู่กับสถานีโทรทัศน์ช่องสี่บางขุนพรหมมานาน คนก็จะเห็นโฆษณาแปลก ๆ ในช่วงนั้น เช่น ถ้าจะโฆษณาสบู่อาบน้ำ ท่านก็จะทำอ่างอาบน้ำที่คนนั่งได้ในห้องส่ง ใส่น้ำลงไปแล้วท่านก็จะไปฟอกสบู่จริง ๆ หรือถ้าโฆษณายาหอม ท่านก็จะแต่งตัวเป็นคนแก่นุ่งโจงกระเบน เสื้อคอกระเช้า ดมยานัตถุ์ คุณเทิ่งสามารถเล่นได้ทุกบทบาท จะโฆษณาอะไรก็แล้วแต่ คุณเทิ่งไม่ได้เล่นละคร คนก็จะมารอชมการแสดงตอนโฆษณานี่แหละ ความโดดเด่นในการทำงานของคุณเทิ่งอยู่ที่ตัวเขาเลย เขาทำอะไรก็เป็นจุดเด่น ไม่มีใครกล้าทำเหมือนคุณเทิ่ง ไม่มีใครทำได้เหมือน เขาเป็นคนที่อ่านเยอะ เขียนเยอะ เป็นนักแสดง เป็นพิธีกร เป็นเอนเตอร์เทนเนอร์”*

สอดคล้องกับที่ อารีย์ นักดนตรี (2546) พิธีกรคู่ขวัญที่กล่าวถึงลักษณะการทำงานของ เทิ่ง สติเฟื่อง ไว้ว่า

> *“พ่อเทิ่งตัวดี อยากจะให้คนดูสนใจสินค้า พยายามคิดค้นวิธีการโฆษณาให้ดูแปลกและโลดโผน พร้อมทั้งขอให้ดิฉันหาเครื่องแต่งตัวตามจินตนาการของตัวเอง ดู ๆ ไปก็น่าเบื่อเหมือนกันที่จะเอาสินค้าวางบนโต๊ะ และพูด ๆ ๆ แต่เทิ่งเขามีหัวคิดสร้างสรรค์ ชอบคิดนั่นทำนี่”*
>
> *“เขาเหมาะที่จะโฆษณาตลกแหวกแนวด้วยอารมณ์ฝันเฟื่องตามแบบของเขา เพราะมีหัวคิดแปลกแหวกแนวในการโฆษณา เมื่อจะทำละครจี้เส้นแล้วก็ให้มันจี้เส้นทั้งโฆษณาด้วยจึงจะดี”*

เช่นเดียวกับ ใหญ่ นภายน โฆษกวงดนตรีสุนทราภรณ์และเป็นคนที่เทิ่งชวนให้เข้ามาทำงานโฆษณาสดด้วยกัน เขาได้เล่าประสบการณ์การทำโฆษณาชิ้นแรกกับเทิ่ง โดยเทิ่งนัดให้มาที่ห้องส่งและเทิ่งบอกเขาก่อนออกอากาศว่า *“ไม่ต้องพูดอะไรมากเพียงคอยเสริมและถามถึงสรรพคุณยา นอกนั้น ถ้าเฮีย (ใหญ่ นภายน) มีอะไรตลกก็เสริมได้ ผม (เทิ่ง) จะคอยรับคำพูด”* พอได้เวลาออกอากาศ เทิ่งจูงมือผมให้ไปยืนข้าง ๆ แล้วถามว่า *“นี่คุณใหญ่...เป็นอะไรทำไมถึงได้ไอแบบนี้”* ผมเลยต้องตอบว่า *“แหม...ไอมากเหลือเกิน (ทำเสียงไอ) เมื่อคืนนี้ก็ไอทั้งคืน ไม่รู้จะกินยาอะไร มันถึงจะหายไอได้”* จากนั้นเทิ่งก็จะบรรยายสรรพคุณของยาแล้วส่งขวดยาให้ ใหญ่ นภายน กิน หรือโฆษณาสดในละครของคณะนาฏศิลป์สัมพันธ์ เรื่อง *มะกะโท* ซึ่งเป็นเรื่องราวในประวัติศาสตร์มอญและผู้แสดงทุกคนในละครแต่งตัวเป็นมอญ เทิ่ง สติเฟื่อง ท้วม ทรงนง และใหญ่ นภายน จึงไปหาเครื่องแต่งกายเลียนแบบตัวแสดงในละคร พอถึงช่วงเวลาที่ละครพักก็จะเป็นช่วงเวลาของการโฆษณา เทิ่ง ท้วม ใหญ่ และนักแสดงสมทบก็ทำท่ากำลังไปออกรบที่กำแพงเมืองซึ่งเป็นฉากหนึ่งในละครเรื่องนั้น ทำให้คนในห้องส่งต่างงงว่าเกิดอะไรขึ้นเพราะละครกำลังพักอยู่ จนเทิ่งตะโกนออกมาว่า *“หยุด นี่เป็นเวลาที่โฆษณาแล้ว”* นักแสดงในงานโฆษณาต่างก็ถลกแขนเสื้อแล้วมองนาฬิกาในข้อมือตัวเองพร้อมพูดว่า *“นาฬิกายี่ห้อ...เดินตรงเวลาดีแท้”* จากนั้นเทิ่งก็สั่งหยุดรบทันที หรือในงานโฆษณายาหม่องหรือขี้ผึ้งของบริษัทขายยาแก้วสารพัดนึก พวกเรา (เทิ่ง ท้วม ใหญ่) ได้นำละครวิทยุของคณะวัฒนารมณ์ที่กำลังออกอากาศที่สถานีวิทยุแห่งประเทศไทยและได้รับความนิยม มาเลียนแบบด้วยการสร้างเป็นเรื่องราวแม่ผัวกับลูกสะใภ้ พอถึงเวลาออกอากาศ เทิ่งให้ผม (ใหญ่ นภายน) แต่งตัวเป็นภรรยาของท้วมและเทิ่งแสดงเป็นแม่ผัว ขณะที่สะใภ้ (ใหญ่ นภายน) กำลังรีดผ้าอยู่แม่ผัว (เทิ่ง) ก็หันมาดุด่าว่า *“รีดเสื้อผ้าไม่เป็น มันน่าจะเอาเตารีดมารีดหน้าซะให้เข็ด”* แล้วก็ยกเตารีดมารีดบนหน้าสะใภ้แล้วเดินออกไปจากฉาก สามี (ท้วม ทรนง) กลับจากทำงาน เมื่อเห็นภรรยาถูกเตารีดรีดหน้าจึงบอกว่า *“ไม่เป็นไร”* พร้อมหยิบน้ำมันหม่องหรือขี้ผึ้งของแก้วสารพัดนึกมาทาให้บนใบหน้าภรรยา และภรรยาก็หายเจ็บหายปวดทันที

ข้อมูลที่กล่าวมาสะท้อนให้เห็นถึงวิธีการคิดงานโฆษณาสดของเทิ่ง สติเฟื่อง ส่วนใหญ่เทิ่งจะคิดไว้ก่อนอาจจะไม่ได้เขียนเป็นบทออกมา เมื่อถึงวันออกอากาศ เขาก็จะบอกนักแสดงและฝ่ายฉากว่าจะทำอะไรกันบ้าง

การที่เทิ่งเป็นคนชอบอ่านหนังสือทำให้มีความรู้รอบตัวมาก มีความสามารถในการจับกระแสนิยมของคนในสังคมในช่วงนั้น และประสบการณ์การใช้สินค้าที่โฆษณา เขานำมาผสมผสานกับคุณสมบัติของสินค้าหรือบริการและสร้างเป็นเรื่องราวและวิธีการนำเสนอในงานโฆษณาที่เต็มไปด้วยความน่าสนใจ บางครั้งมีการหักมุมทำให้ผู้ชมคาดไม่ถึง และสร้างภาพจำที่แปลกใหม่ซึ่งพิธีกรคนอื่นในยุคนั้นไม่ได้ทำ (ดังภาพที่ 3-5) นอกจากนี้เขายังได้สร้างบทสนทนาที่เต็มไปด้วยมุกตลกและถ้อยคำแปลกใหม่ในงานโฆษณาจนกลายเป็นคำสแลงที่คนในสังคมนำไปใช้กัน สิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นตัวตนของเทิ่ง สติเฟื่องได้ชัดเจนว่า เป็นคนที่สนุกสนาน มีอารมณ์ขัน กล้าทำสิ่งแปลกใหม่ ไม่กลัวเสียงวิพากษ์วิจารณ์ ส่งผลให้เทิ่ง สติเฟื่อง ได้รับความรักและความนิยมจากผู้ชมและคนในวงการในยุคนั้นจนกลายเป็นพิธีกรแถวหน้า เมื่อสื่อโทรทัศน์ได้รับความนิยมมากขึ้น เจ้าของสินค้าหรือบริการและบริษัทตัวแทนโฆษณาเริ่มซื้อเวลาเพื่อโฆษณาสินค้าหรือบริการของตนมากขึ้น ภาพยนตร์โฆษณาได้ถูกนำมาใช้มากขึ้น การโฆษณาในประเทศไทยเริ่มเข้าสู่ระบบการทำงานที่เป็นสากล ส่งผลให้การโฆษณาสดลดลงไปตามลำดับ (นันทวัน เมฆใหญ่ สุวรรณปิยะศิริ, 2568)

ภาพที่ 3 โฆษณาขายยา (ซ้าย คือ ท้วม กลาง คือ ใหญ่ ขวา คือ เทิ่ง)

ภาพที่ 4 โฆษณาแชมพูแฟซ่าโดยเทิ่ง

ภาพที่ 5 แอร์โฮสเตส (แสดงโดยเทิ่ง) โฆษณาสายการบินหนึ่งที่ให้บริการชั้นยอดกับผู้โดยสาร (ภาพซ้าย คือ ใหญ่) (ภาพขวา คือ ท้วม)

ที่มา: สุระ นิยมวัน, ศุภลักษณ์ อัศวานนท์, วาริชา จิตตานนท์, และฉัตรวรัญ องคสิงห์ (2545)

หากวิเคราะห์ตามหลักวิชาการจะเห็นได้ว่า การโฆษณาสดของ เท่ง สติเฟื่อง นั้น ใช้แนวคิดการสื่อสารแบบแสดงออก (performative) และการสื่อสารแบบโต้ตอบทันที (improv-based communication) หรือเรียกว่า การด้นสดแบบละคร (theatrical improvisation) ซึ่งเป็นการสื่อสารที่ไม่มีการเตรียมตัวมาก่อน เน้นการรับ (accept) และต่อยอด (offer) ด้วยการสร้างบทสนทนาเชิงสถานการณ์ (Improvisational Theatre, 2025; Performativity, 2025) ซึ่งสอดคล้องกับคุณลักษณะส่วนตัวของ เท่ง สติเฟื่อง ที่เป็นคนมีความมั่นใจในตัวเอง ชอบคิดสร้างสรรค์สิ่งแปลกใหม่ และกล้าแสดงออก นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาตามเทคนิคการโฆษณาจะเห็นว่า เท่ง สติเฟื่อง ได้ใช้จุดหักมุกในงานโฆษณาสด (plot twist in advertising) ด้วยการแสดงเหตุการณ์ที่พลิกผันอย่างไม่คาดคิด ซึ่งทำลายสมมุติฐานเริ่มต้นของผู้ชมเกี่ยวกับเรื่องราวในโฆษณา ทำให้ผู้ชมเกิดความประหลาดใจและมีอารมณ์ร่วมโดยเฉพาะอารมณ์ขันกับเรื่องราวในโฆษณา ซึ่งในท้ายที่สุดจะช่วยเพิ่มพลังของโฆษณาและการจดจำแบรนด์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Kim & Yu, 2015)

เท่ง สติเฟื่อง: นักโฆษณาผู้สร้างคำสแลงให้กับสังคม

นอกจากความสามารถในการสร้างสรรค์เรื่องราวและวิธีการนำเสนอสินค้าในงานโฆษณาสดแล้ว คุณลักษณะเด่นอีกประการหนึ่งของเท่ง สติเฟื่องที่มิอาจมองข้ามไปได้ คือ การเป็นคนที่มีความสามารถในการใช้ภาษาเนื่องจากการเท่งเป็นคนชอบอ่านและชอบเขียน ทำให้ในหัวของเขามีคลังคำศัพท์จำนวนมาก กอปรกับการเป็นคนที่มีปฏิภาณไหวพริบ โต้ตอบว่องไว สนุกในการแปลงคำแปลงเพลง ถ้าเทียบเป็นนักเขียนบทโฆษณา (copywriter) เท่งนับว่าเป็นคนที่มีความสามารถในการสร้างคำแปลก ใหม่ ใช้คำที่มีสีสันมีชีวิตชีวา ความเจ้าสำบัดสำนวนทำให้การบรรยายสินค้าในโฆษณาของเท่งเป็นเอกลักษณ์ที่ผู้ชมจดจำเกี่ยวกับเขา (รวมภาพในอดีตเล่าเหตุการณ์ต่าง ๆ, 2558) เช่น

คำว่า “เดทสะมอเร่” คาดว่ามาจากการเลียนชื่อเพลงว่า “*That’s amore* (นั่นคือความรัก)” เป็นเพลงดังของดีน มาร์ติน (Dean Martin) ในภาพยนตร์เรื่อง *The Caddy* ฉายเมื่อ พ.ศ. 2496 พอแปลงเป็นไทย เนื่องจากคำแรกไปพ้องกับคำภาษาอังกฤษว่า “dead ที่แปลว่า ตาย” ส่วนคำว่า “amore เป็นภาษาอิตาลี แปลว่า ความรัก” ไม่ได้ถูกนำมาสร้างความหมาย ดังนั้น คำว่า “เดทสะมอเร่” ที่ใช้ในสังคมไทยจึงเป็นคำสแลงแปลว่า “ตาย” (วิกิพจนานุกรม, 2566)

คำว่า “เริ่ดสะแมนแตน”[4] ถูกนำมาใช้ครั้งแรกเมื่อเท่งโฆษณาสดผงซักฟอกยี่ห้อหนึ่ง โดยเท่งได้นำกะละมังซักผ้าที่มีการตีผงซักฟอกกับน้ำจนเป็นฟองฟอดไว้ในห้องส่ง จากนั้นเท่งซึ่งสวมเสื้อสูทได้ก้าวลงไป

[4] ที่มาของคำ “เริ่ดสะแมนแตน” ยังไม่มีใครสามารถยืนยันได้แน่ชัดว่า เท่งนำมาจากไหน บางคนบอกว่าคำนี้เพี้ยนมาจากคำภาษาฝรั่งเศสว่า La Samaritaine (ลาซามารีแตน) ซึ่งเป็นชื่อห้างหรูและเก่าแก่ในกรุงปารีส บ้างก็บอกว่า คำนี้น่าจะเพี้ยนมาจากชื่อของเลิศ เศรษฐบุตร หรือพระยาภักดีนรเศรษฐที่บิดาตั้งชื่อว่า “เลิศมันเตา” (เลิด-สะ-มัน-เตา) ซึ่งมีความหมายว่า “เลิศเหนือใคร” และเป็นคำแสลงในยุคนั้นไว้เรียกขานสิ่งของหรือบุคคลที่ยอดเยี่ยมหรือมีความเป็นเลิศในด้านใดด้านหนึ่ง จึงคาดว่าเท่งอาจนำคำว่า “เลิศมันเตา” มาแปลงเป็น “เลิศสะแมนแตน” และนำมาใช้ในงานโฆษณาสด ทำให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย กว้างขวาง และเป็นคำฮิตติดปากของคนรุ่นหลังจนถึงปัจจุบัน

นั่งยอง ๆ ในกะละมังแล้วทำท่าซักผ้าที่กำลังสวมใส่อยู่ พร้อมบรรยายสรรพคุณของผงซักฟอกยี่ห้อนั้นแล้วพูดว่า “คือ มัน เริ่ดสะแมนแตนจริง ๆ ฮ่ะ คุณแม่บ้าน” (มิวเซียมสยาม, 2564ก, ข) ความหมายที่เทิ่งต้องการสื่อถึง คือ สิ่งที่ยอดเยี่ยม เป็นเลิศเหนือสิ่งอื่นใด หรืออะไรก็ตามที่ทำให้ประทับใจอย่างมาก

คำว่า ส.บ.ม.ย.ห. ย่อมาจาก สบายมาก อย่าห่วง ได้ถูกบรรจุในพจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน หมายความว่า “ไม่มีปัญหาจริง ๆ อย่ากังวลใจ” นอกจากนี้ยังมีคำ “โล่สะมันเตา” และ “แรดสะมูต้า” เป็นต้น

แม้ว่า นักอนุรักษ์ภาษาไทย จะมองว่าเป็นการทำให้ภาษาวิบัติ แต่ก็ไม่อาจปฏิเสธได้ว่า คำเหล่านี้กลายเป็นมรดกที่เทิ่งมอบให้กับวงการบันเทิงและวงการภาษาไทย และยังคงได้ยินคนใช้กันถึงปัจจุบัน นอกจากนี้ เทิ่งยังใช้ความสามารถทางภาษาด้วยการประพันธ์คำร้องเพลงหลายเพลงให้กับโรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัย ได้แก่ เพลง ชมพูฟ้าอาลัย กลิ่นกุหลาบ ประพันธ์ทำนองโดยใหญ่ นภายน ขับร้องโดย บุษยา รังสี และเพลงอื่น ๆ เช่น กุหลาบที่ไม่เคยโรย และวันดอกกุหลาบบาน

อำลาอาลัยบริษัทไทยโทรทัศน์ เริ่มการเขียนบทชีวิตใหม่

ใน พ.ศ. 2511 เป็นปีที่จำนง รังสิกุล ผู้บริหารสถานีถูกย้ายจากบริษัท ไทยโทรทัศน์ จำกัด กลับไปอยู่กรมประชาสัมพันธ์สังกัดเดิม เทิ่ง สติเฟื่องได้ออกมาจัดตั้ง “ศรีไทยการละคร” ขึ้น และได้นำนวนิยายของนักเขียนชื่อดังในยุคนั้นไม่ว่าจะเป็น ก. สุรางคนางค์ กฤษณา อโศกสิน สีฟ้า และทมยันตี เป็นต้น มาเขียนเป็นบทละครและผลิตให้กับสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ เช่น สถานีกองทัพบกช่อง 5 ขาวดำ สถานีช่อง 7 สี และสถานีช่อง 3 เป็นต้น เทิ่งเป็นคนคิดอะไรล้ำหน้าคนอื่นเสมอ คณะละครของเขาจึงมีฉากงดงามวิจิตรอลังการ เพราะเทิ่งรู้จักบริษัทห้างร้านจำนวนมากและสามารถขอยืมเฟอร์นิเจอร์และของประกอบฉากจากพวกเขาได้ นอกจากนี้ เทิ่งเป็นคนชอบให้โอกาสคนจึงนำดาราหน้าใหม่เข้าสู่วงการบันเทิง งานละครของเขาในตอนนั้นประสบความสำเร็จอย่างมากมาย เรียกได้ว่า เป็นยุคทองที่รุ่งเรืองที่สุดในชีวิตของเทิ่งอีกครั้ง ต่อมา เทิ่งได้ทดลองสร้างภาพยนตร์เรื่อง *ดาร์บี้* ขึ้นใน พ.ศ. 2516 เนื่องจากแนวของภาพยนตร์ล้ำสมัยเกินไปทำให้ผู้ชมไม่เข้าใจ กอปรกับช่วงที่ภาพยนตร์ออกฉายเป็นช่วงเดียวกับตุลาคม พ.ศ. 2516 สถานการณ์การเมืองมีความรุนแรง ส่งผลให้ภาพยนตร์ของเขาไม่ประสบความสำเร็จ เทิ่งจึงหันกลับไปทำละครตลกเบาสมองจบในตอนชื่อ *หัวร่อก่อนนอน* แต่ไม่ประสบผลสำเร็จเช่นกัน ภายหลังได้หันไปทำรายการแม่บ้านและอาหารแทน ตั้งแต่รายการ *แม่บ้านสมองไว* ที่ช่อง 9 *แม่บ้านชิงทอง* และ *ที่นี่มีทอง* ทางช่อง 5 โดยทำหน้าที่พิธีกรและทำโฆษณาสดในรายการดังกล่าว (สุระ นิยมวัน, ศุภลักษณ์ อัศวานนท์, วาริชา จิตตานนท์, และฉัตรวรัญ องคสิงห์, 2545)

บทสรุป: ปิดม่านเวที

เรื่องราวของบรรยง เสนาลักษณ์ หรือ เทิ่ง สติเฟื่อง สะท้อนให้เห็นถึงการเป็นนักโฆษณาไทยที่มีสีสันและเป็นตำนานของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีช่อง 4 บางขุนพรหม บรรยง เสนาลักษณ์ สร้างตัวด้วยคุณลักษณะและความเป็นตัวตนของเขาที่เต็มไปด้วยความคิดสร้างสรรค์ มีอารมณ์ขัน มีปฏิภาณไหวพริบ และที่สำคัญ คือความเป็นคนกล้าคิดและกล้าแสดงออกสิ่งที่แปลกแหวกแนว ทำให้ผลงานโฆษณาสดทางโทรทัศน์ของเขาจึงโดดเด่น สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้ชม และแตกต่างจากพิธีกรคนอื่นยุคนั้น เทิ่ง สติเฟื่องได้ก้าวขึ้นมาเป็นพิธีกรแถวหน้าของวงการโทรทัศน์ ผู้ชมต่างตั้งตารอคอยที่จะชมการแสดงโฆษณาสดของเทิ่ง เจ้าของบริษัทห้างร้านต่างก็รักใคร่และพร้อมให้การสนับสนุนเขาทุกทางไม่ว่าเขาจะทำงานด้านใด และคนในวงการโทรทัศน์ต่างยอมรับในฝีมือและความสามารถของเขา ผลงานของ บรรยง เสนาลักษณ์ แม้จะไม่มีหลักฐานเชิงประจักษ์มากนักนอกเหนือจากภาพถ่าย แต่ก็ยังคงอยู่ในคำเล่าขานของคนในวงการและคนทั่วไปในสังคมไทย

บรรณานุกรม

ชมพูนุช ปัญญูไพโรจน์. (2566). การดำเนินงานโฆษณาทางโทรทัศน์ยุคหลังสงครามโลกครั้งที่สองภายใต้การบริหารงานของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีช่อง 4 บางขุนพรหม. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, *40*(2), 63-87.

นันทวัน เมฆใหญ่ สุวรรณปิยะศิริ (2568, 1 เมษายน). สัมภาษณ์.

ประกิต อภิสารธนรักษ์. (2538). จำนง รังสิกุล กับ เอเยนซี่โฆษณา. ใน จำนง รังสิกุล (บ.ก.), *ตำนานโทรทัศน์ไทยกับจำนง รังสิกุล* (น. 232-234). ม.ป.พ.

ประภาส นวลเนตร. (2561). *การผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์.* คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

มานิต รัตนสุวรรณ, และสมฤดี ศรีจรรยา. (2555). *การตลาดยุคสร้างสรรค์ 4.0.* เลิฟ แอนด์ ลิฟ.

มิวเซียมสยาม. (2564ก, 25 ตุลาคม). *เรื่องเริ่ด ๆ ของเทิ่ง สติเฟื่อง*. [โพสต์]. Facebook. https://web.facebook.com/photo/?fbid=10165872279915215&set=a.387596445214

มิวเซียมสยาม. (2564ข, 25 ตุลาคม). *เลิศสมันเตาชื่อเริ่ด ๆ ของนายเลิศ*. [โพสต์]. Facebook. https://web.facebook.com/photo/?fbid=10165872279955215&set=a.387596445214

รวมภาพในอดีตเล่าเหตุการณ์ต่าง ๆ. (2558, 2 กุมภาพันธ์). *ส.บ.ม.ย.ห. เริ่ดสะแมนแตน โล่สะมันเตา แรดสะมูต้า*. [โพสต์]. Facebook. https://web.facebook.com/photo.php?fbid= 1554353614805969&id =1433459853562013&set=a.1434200413487957&locale=th_TH&_rdc=1&_rdr#

วิกิพจนานุกรม. (2566, 2 สิงหาคม). *เด็ดสะมอเร่.* https://th.wiktionary.org/wiki/เด็ดสะมอเร่

สินิทธิ์ สิทธิรักษ์. (2543). *กำเนิดโทรทัศน์ไทย (พ.ศ. 2493-2500).* โครงการ 60 ปี ประชาธิปไตย คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุระ นิยมวัน, ศุภลักษณ์ อัศวานนท์, วาริชา จิตตานนท์, และฉัตรวรัญ องคสิงห์. (2545). *ชีวิตที่รื่นรมย์ เหิ่งสติเฟื่อง*. ม.ป.พ.

อาจินต์ ปัญจพรรค์ (2533). *ยักษ์ปากเหลี่ยม.* สำนักพิมพ์หมึกจีน.

อารีย์ นักดนตรี. (2546). *โลกมายาของอารีย์.* โรงพิมพ์แซทโฟร์ พริ้นติ้ง.

Improvisational theatre. (2025). *Wikipedia*. https://en.wikipedia.org/wiki/Improvisational_theatre

Kim, B. H., & Yu, J. (2015). Level of creativity and attitudes toward an advertisement. *Journal of Advertising Research*, *55*(2), 123-135.

Performativity. (2025). Wikipedia. https://en.wikipedia.org/wiki/Performativity

วารสารวิชาการ วิจัย และนวัตกรรม มสธ. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)
STOU Academic Journal of Research and Innovation (Humanities and Social Science)
ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2568) Vol. 5 No. 2 (July - December 2025)

Received: April 21, 2025
Revised: July 27, 2025
Accepted: August 31, 2025

การพิชิตใจผู้บริโภครุ่นใหม่ Gen Z ด้วยกลยุทธ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแนวใหม่ (4C's)

Winning of New Generation Gen Z Consumers with New Marketing Mix Strategy (4C's)

พิมพ์ชญา ฟักเปี่ยม (Pimchaya Fakpiem)[1]
จริยา รุกขพันธุ์ (Jariya Rukkhaphan)[2]
E-mail: pimchaya.f@dru.ac.th, jariya.r@dru.ac.th

บทคัดย่อ

กลุ่ม Generation Z คือ กลุ่มผู้บริโภคที่มีอิทธิพลสำคัญต่อการจับจ่ายใช้สอยในตลาดในปัจจุบัน และเป็นตัวแปรปัจจัยสำคัญในการกำหนดให้พฤติกรรมของผู้บริโภคให้เปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภค Gen Z มีพฤติกรรมและความคาดหวังแตกต่างไปจากกลุ่มผู้บริโภคในรุ่นก่อน ๆ ดังนั้น ผู้ประกอบการ และนักการตลาดจึงจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค Gen Z เนื่องจากการทำการตลาดในรูปแบบเดิม ๆ โดยให้ความสำคัญกับส่วนประสมการตลาด แบบเดิมคือ สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย อาจไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ เพราะกลุ่มผู้บริโภค Gen Z ไม่เชื่อการตลาดแบบเดิม ๆ แต่ให้ความสำคัญกับการตลาดแบบใหม่ที่เปิดโอกาสให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมกับแบรนด์มากขึ้น ดังนั้น ในการทำการตลาดกับ ผู้บริโภค Gen Z จึงต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแนวใหม่ (4C's) ประกอบด้วย ผู้บริโภค (Consumer) ต้นทุน (Cost) การสื่อสาร (Communication) และความสะดวก (Convenience) ซึ่งเป็นแนวคิดทางการตลาดที่มองในมุมของผู้บริโภค โดยให้ความสำคัญและยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง เพื่อให้นักการตลาดสามารถเข้าถึงผู้บริโภคในปัจจุบันได้ง่ายขึ้น และสามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ ผู้บริโภครุ่นใหม่ Generation Z กลยุทธ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแนวใหม่ (4C's) การพิชิตใจลูกค้า

[1] *อาจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี*
(Professor, Communication Arts Program, Faculty of Management Science, Dhonburi Rajabhat University)
[2] *อาจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี*
(Professor, Communication Arts Program, Faculty of Management Science, Dhonburi Rajabhat University)

Abstract

Generation Z is a consumer group that significantly influences current spending in the market and is an important variable in determining changes in consumer behavior. This is because Gen Z consumers have different behaviors and expectations from previous generations. Therefore, entrepreneurs and marketers need to adjust their strategies to align with Gen Z consumer behavior. Traditional marketing, focusing on the traditional marketing mix (products, prices, distribution channels, and sales promotions), may not be effective enough. Gen Z consumers do not believe in traditional marketing, but rather focus on new marketing that allows consumers to engage with brands more. Therefore, when marketing to Gen Z consumers, it is necessary to focus on the new marketing mix (4C's), which includes consumers, cost, communication, and convenience. This is a marketing concept that looks at the consumer's perspective, emphasizing and focusing on customers, so that marketers can reach current consumers more easily and communicate with them more effectively.

Keywords: New Generation Consumers, Generation Z, New Marketing Mix Strategy (4C's), How to win customers

บทนำ

กลุ่ม Generation Z หรือ รุ่นเซนเทนเนียล (Centennials) หรือ Gen Z คือ กลุ่มผู้บริโภคที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2538-2553 หรือช่วงอายุระหว่าง 15 - 30 ปี ทำให้คนกลุ่ม Gen Z คือ คนที่อยู่ในช่วงวัยรุ่นครอบคลุมไปจนถึงคนหนุ่มสาวที่กำลังจะจบการศึกษาระดับมหาวิทยาลัย รวมถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ก้าวเข้าสู่วัยทำงานในระยะเริ่มต้น (First Jobber) โดยพฤติกรรมของกลุ่มผู้บริโภคเจนเนอเรชัน Z มักใช้ชีวิตอยู่กับคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์มือถือ และโซเชียลมีเดียตั้งแต่วัยเด็ก ดังนั้นจึงถือเป็นคนยุคดิจิทัลแบบแท้จริงรุ่นแรก สามารถใช้เทคโนโลยีได้อย่างไม่มีติดขัด และเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเทคโนโลยีต่าง ๆ อยู่ตลอดเวลา ซึ่งในปัจจุบันกลุ่มผู้บริโภค Gen Z นี้ เป็นเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่นักวิจัยการตลาด และนักวิเคราะห์แนวโน้มธุรกิจให้ความสำคัญ เพราะแม้ว่าคนกลุ่มนี้จะมีกำลังซื้อสินค้าจำกัด กำลังซื้อไม่สูงเท่ากลุ่มผู้บริโภค Gen ก่อนหน้า คือ Gen X – Y แต่คนรุ่น Gen Z นั้น เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่กำลังจะกลายเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีอิทธิพลสำคัญต่อการจับจ่ายใช้สอยในตลาด ดังนั้นจึงถือได้ว่า คนกลุ่ม Gen Z คือ ตัวแปรปัจจัยสำคัญในการกำหนดให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ทั้งในแง่ของการที่กลุ่ม Gen Z เป็นกลุ่มคนที่เติบโตมาในยุคดิจิทัล มีความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ต ทำให้มีพฤติกรรมการบริโภคที่แตกต่างจากคนรุ่น

ก่อน ๆ อีกทั้งกลุ่ม Gen Z ไม่ได้มองหาแค่สินค้า แต่ต้องการประสบการณ์ที่ดีจากการซื้อสินค้าและบริการ พวกเขาชอบการมีส่วนร่วมและประสบการณ์ที่แปลกใหม่ และยังให้ความสำคัญกับประเด็นทางสังคมและสิ่งแวดล้อม พวกเขามักจะเลือกซื้อสินค้าและบริการจากแบรนด์ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Krungsri Guru, 2024)

จากความสำคัญของกลุ่มผู้บริโภค Gen Z ในด้านของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคในตลาด ทำให้การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคของ Gen Z เป็นเรื่องสำคัญที่นักการตลาดต้องให้ความสำคัญ และต้องทำการศึกษาเพื่อให้เกิดความเข้าใจ โดยจากรายงานของ Sprocket (2023) ได้ทำการสรุปพฤติกรรมเฉพาะของกลุ่มผู้บริโภค Gen Z ไว้ว่า เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับคุณค่าที่ได้รับจากประสบการณ์ และความรู้สึกร่วมที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการ เนื่องจากคนใน Gen Z มีค่านิยมที่หลากหลาย จึงใส่ใจกับความรู้สึกของตนเองที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ซึ่งแตกต่างกันอย่างชัดเจนกับคนในรุ่นก่อน ๆ ที่มักต้องการมีสิ่งต่าง ๆ เหมือนที่คนอื่นมี นอกจากนั้น คน Gen Z ยังมีวิถีการอุปโภคบริโภคที่เรียกว่า “Experiential consumption” กล่าวคือ ไม่ใช่แค่การซื้อสินค้ามากินมาใช้ แต่ต้องการเพลิดเพลินกับการกระทำหรือกิจกรรมที่ให้ประสบการณ์ต่อตัวเอง ยิ่งไปกว่านั้นยังพบว่า กลุ่มผู้บริโภค Gen Z ยังมีวิถีการอุปโภคบริโภคที่แตกต่างอีกลักษณะซึ่งเรียกว่า “Meaningful consumption” กล่าวคือ สนใจว่าการอุปโภคบริโภคของตนมีส่วนร่วมหรือทำประโยชน์ต่อสังคมหรือไม่ อย่างไรอีกด้วย โดยในการการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการของกลุ่มผู้บริโภค Gen Z จะใส่ใจกับ Cost performance มากกว่าแบรนด์ กล่าวคือ ในการซื้อไม่ได้ดูเพียงแค่ว่าเป็นสินค้าหรือบริการของแบรนด์ใด แต่จะพิจารณาด้วยว่า สินค้าหรือบริการ นี้ “มีคุณค่ากับตนเองอย่างไร” นอกจากนั้นยังใส่ใจกับ Time performance ด้วย กล่าวคือ ไม่เพียงแค่เงินที่ใช้จ่ายไป แต่มักจะคิดด้วยว่าตนเองพอใจกับเวลาที่ต้องใช้ไปด้วยหรือไม่ และที่สำคัญในกลุ่มผู้บริโภค Gen Z จะให้ความสำคัญกับ “การเป็นตัวของตัวเอง” มากที่สุด ดังนั้นหากคนกลุ่ม Gen Z นี้ เห็นคุณค่าหรือมีความพอใจในสิ่งใดสิ่งหนึ่งแล้ว ก็พร้อมที่จะใช้จ่ายกับสิ่งนั้นๆ โดยไม่ลังเลใจ (Sprocket, 2023)

ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า ในโลกธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การเข้าใจกลุ่มผู้บริโภค Gen Z คือกุญแจสำคัญที่จะนำพาแบรนด์ให้ประสบความสำเร็จ แต่อย่างไรก็ดีกลุ่มผู้บริโภค Gen Z นั้น มีพฤติกรรมและความคาดหวังแตกต่างไปจากกลุ่มผู้บริโภคในรุ่นก่อน ๆ อย่างชัดเจน ด้วยเหตุนี้ ธุรกิจจึงจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค Gen Z เพื่อดึงดูดและรักษาความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายนี้ (Krungsri Guru, 2024) แม้ว่าจะมีการศึกษาเกี่ยวกับ Generation Z เพิ่มขึ้นในช่วงหลายปีที่ผ่านมา แต่ยังขาดการศึกษาเชิงลึกที่เชื่อมโยงพฤติกรรมเฉพาะของ Generation Z กับกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมอย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะการประยุกต์ใช้แนวคิดส่วนประสมการตลาดแนวใหม่ (4C's Marketing Mix) ที่เน้นผู้บริโภคเป็นศูนย์กลางในบริบทของตลาดไทย การศึกษานี้จึงมีความสำคัญในการลดช่องว่างทางวิชาการดังกล่าว และเป็นแนวทางสำหรับนักการตลาดในการปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภครุ่นใหม่ บทความนี้มุ่งเน้นนำเสนอพฤติกรรมและลักษณะเฉพาะของผู้บริโภค Generation Z ที่มีผลต่อ

การตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ นำเสนอกลยุทธ์การตลาด 4C's สำหรับกลุ่ม Generation Z เมื่อเปรียบเทียบกับแนวคิดการตลาดแบบดั้งเดิม และนำเสนอแนวทางการประยุกต์ใช้กลยุทธ์ 4C's ในการพิชิตใจผู้บริโภค Generation Z อย่างมีประสิทธิภาพ

Gen Z สำคัญอย่างไรสำหรับนักการตลาด

Generation Z เป็นคนรุ่นแรก ที่ได้รับการเลี้ยงดูมาในโลกที่รายล้อมไปด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัย ส่งผลให้ชีวิตประจำวันของพวกเขาเชื่อมต่อกับโลกออนไลน์ หรือสามารถกล่าวได้ว่า Generation Z เป็น True Digital Natives ที่เติบโตขึ้นมาในยุคที่เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันตั้งแต่เกิด Generation Z หรือที่เรียกว่า “iGeneration” หรือ “Centennials” มีคุณลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากรุ่นก่อนอย่างชัดเจน ตามการศึกษาของ Seemiller และ Grace (2019) Generation Z ไม่เพียงแต่เป็น Digital Natives เท่านั้น แต่ยังเป็น “Digital Integrators” ที่สามารถผสานเทคโนโลยีเข้ากับทุกด้านของชีวิตได้อย่างเป็นธรรมชาติ การศึกษาของ Turner (2015) พบว่า Generation Z มีพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีที่โดดเด่น ได้แก่ การใช้เวลาออนไลน์เฉลี่ย 10 ชั่วโมงต่อวัน การสามารถใช้อุปกรณ์หลายชนิดพร้อมกัน (Multi-tasking) การมีความสามารถในการกรองข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว และการต้องการการตอบสนองแบบทันที (Real-time response) (Pew Research Center, 2019) ส่งผลทำให้ Generation Z เป็นกลุ่มคนที่มีส่วนร่วมทางออนไลน์มากกว่ากลุ่มผู้บริโภคกลุ่มอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นการเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก การอ่านรีวิวสินค้าและบริการ การแชร์ชีวิตส่วนตัว และเรื่องราวในชีวิตประจำวันผ่านอินสตาแกรม เป็นต้น ซึ่งถ้าหากแบรนด์สินค้าหรือบริการต่าง ๆ ต้องการเชื่อมต่อกับกลุ่มผู้บริโภค Gen Z ก็มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสร้างตัวตนบนโลกออนไลน์อย่างมีกลยุทธ์เพื่อดึงดูดความสนใจจากกลุ่มผู้บริโภค Gen Z และที่สำคัญคือ กลุ่มผู้บริโภค Gen Z จะไม่เสพสื่อแบบเดิม ๆ เช่น โทรทัศน์ และวิทยุ ดังนั้นหากแบรนด์ต้องการเชื่อมต่อกับพวกเขา จะต้องเลือกแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียต่าง ๆ หรือวิดีโอที่พวกเขาชื่นชอบ เช่น TikTok และ YouTube มาใช้ในการสื่อสารแทนสื่อในรูปแบบเดิม (วัชระ ทองสุข, 2565) โดยผลการสำรวจในบทความของ Tinuiti (2023) พบว่า 32% ของคนเจน Z ซื้อของจากช่องทางออนไลน์อย่างน้อยวันละ 1 ครั้ง และ 43% ของคนเจน Z ค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่ต้องการซื้อจาก TikTok ก่อนเสมอ

ในแง่ของการใช้ชีวิตของกลุ่มผู้บริโภค Gen Z นั้น ก็มีความน่าสนใจไม่แพ้พฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารเช่นเดียวกัน เพราะคนกลุ่มจัดเป็น Digital Native ตัวจริง โดยเป็นกลุ่มคนที่เกิดและโตมาพร้อมกับเทคโนโลยี สามารถเข้าถึงข้อมูลองค์ความรู้ต่าง ๆ ได้อย่างหลากหลายและไม่จำกัด ความสงสัยใคร่รู้ถูกคลี่คลายได้เพียงไม่กี่วินาทีเพราะมีอินเทอร์เน็ต ทำให้คนเจน Z มีความคิดเป็นของตัวเอง มีความชื่นชอบ มีคุณค่าที่ยึดถือ และมีรสนิยมเฉพาะตัวที่โดดเด่น จากการศึกษาของ Marketeer (2024) ได้สรุปการใช้ชีวิตของกลุ่มผู้บริโภค Gen Z ในประเด็นที่น่าสนใจไว้ 4 ด้าน ดังนี้

1. การเชื่อมต่อออนไลน์ตลอดเวลา กล่าวคือ Gen Z มีชีวิตที่เชื่อมต่อกับโลกออนไลน์อยู่ตลอดเวลา ใช้โซเชียลมีเดียเพื่อการสื่อสาร อัปเดตข่าวสาร และสร้างเครือข่ายทางสังคมเป็นหลัก

2. การแสวงหาความเป็นตัวของตัวเอง โดย Gen Z ให้ความสำคัญกับการแสดงออกถึงความเป็นตัวของตัวเอง และการยอมรับความหลากหลาย สนับสนุนความเท่าเทียม และการยอมรับความแตกต่างในสังคม

3. การจัดการเวลาและความสำคัญของการพักผ่อน แม้ว่า Gen Z จะเชื่อมต่อกับโลกออนไลน์อย่างมาก ในขณะเดียวกันก็ยังเห็นคุณค่าของการพักผ่อนและการดูแลสุขภาพจิต และแสวงหาความสมดุลในชีวิต

4. การมุ่งเน้นที่การเรียนรู้และพัฒนาตัวเอง โดยพบว่า Gen Z ให้ความสำคัญกับการเรียนรู้และการพัฒนาทักษะใหม่ ๆ สนใจที่จะเรียนรู้จากแหล่งข้อมูลออนไลน์ และการเข้าร่วมคอร์สออนไลน์ เพื่อเสริมสร้างความรู้และทักษะที่ตรงกับความสนใจของตนเอง

ดังนั้น จากที่ได้กล่าวมาแล้วว่ากลุ่มผู้บริโภค Gen Z ถือเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ทรงพลัง และมีอิทธิพลสูงต่อทิศทางของตลาดในอนาคต ด้วยพฤติกรรมการบริโภคและการใช้ชีวิตที่โดดเด่นและแตกต่างจากรุ่นก่อน การเข้าใจและตอบสนองต่อความต้องการของพวกเขาอย่างถูกต้อง จึงเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับธุรกิจในยุคปัจจุบัน ซึ่งจากการศึกษาพฤติกรรมบริโภคของ Gen Z โดยสามารถสรุปได้ว่า Gen Z เป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมบริโภคที่น่าสนใจและแตกต่างจากรุ่นก่อน ๆ อย่างชัดเจน ดังนี้

1. การซื้อสินค้าผ่านออนไลน์ ผู้บริโภค Gen Z ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์มากกว่าไปยังร้านค้าจริง เพราะชื่นชอบความสะดวกสบาย และความเร็วในการซื้อสินค้า รวมถึงมีความไว้วางใจต่อการรีวิวสินค้าและความเห็นจากผู้ใช้คนอื่น ๆ

2. ความสำคัญของคุณค่าและความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมักจะเลือกซื้อสินค้าจากแบรนด์ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

3. การให้ความสำคัญกับความเป็นส่วนตัว ใส่ใจในเรื่องความเป็นส่วนตัว และข้อมูลส่วนตัวของตนเอง และมักเลือกใช้บริการและสินค้าเฉพาะที่มีนโยบายความเป็นส่วนตัวที่ชัดเจน และเชื่อถือได้

4. ชื่นชอบคอนเทนต์ที่สั้น กระชับ และทันสมัย และดึงดูดสายตา เช่น วิดีโอสั้น ๆ บนแพลตฟอร์มอย่าง TikTok หรือ Instagram Reels เป็นต้น

นอกจากนั้น Krungsri Guru (2024) ยังได้ทำการสรุปพฤติกรรมบริโภคของ Gen Z ที่น่าสนใจไว้เพิ่มเติมด้วยว่า

1. นิยมซื้อของออนไลน์ โดยนิยมซื้อสินค้าผ่าน E-commerce ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจจึงควรมีเว็บไซต์ที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย และมีข้อมูลของสินค้าอย่างละเอียด และควรพัฒนาช่องทางในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ และขั้นตอนการชำระเงินที่ง่ายและรวดเร็ว ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค Gen Z

2. ไม่ยึดติดกับแบรนด์ กลุ่มผู้บริโภค Gen Z นั้นไม่ได้เป็นกลุ่ม Brand loyalty แต่จะให้ความสำคัญกับตัวสินค้ามากกว่าชื่อเสียงของแบรนด์ นิยมใช้สินค้าที่สามารถใช้งานได้หลากหลาย ดังนั้นสินค้าแบบ

Multifunction จึงเป็นที่นิยมในชาว Gen Z ผู้ประกอบการธุรกิจจึงจำเป็นต้องปรับรูปแบบสินค้าให้สามารถใช้งานได้หลากหลายขึ้น เพื่อให้ดึงดูดผู้บริโภคกลุ่ม Gen Z

3. มีกำลังซื้อสูงขึ้นเรื่อย ๆ แม้จำนวนประชากร Gen Z จะลดลงเมื่อเทียบกับเจเนอเรชันอื่น แต่พวกเขามีกำลังซื้อที่สูงขึ้นเรื่อยๆ แต่อย่างไรก็ดีพวกเขาเหล่านี้ต้องการสินค้าเฉพาะเจาะจงที่แสดงความเป็นตัวของตัวเองและใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ชื่นชอบการใช้จ่ายเพื่อสร้างความสุขความพอใจกับตนเอง ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจควรจะมีความคิดสร้างสรรค์ไม่เหมือนใครเพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคชาว Gen Z เกิดความสนใจ

นอกจากนั้นสิ่งที่สำคัญที่สุด สำหรับกลุ่มผู้บริโภค Gen Z คือ คุณภาพสินค้า เพราะคน Gen Z นั้นจะมีพฤติกรรมผู้บริโภคที่โดดเด่น คือ การใส่ใจในคุณภาพของสินค้าต้องมาก่อน เนื่องจากการเข้าถึงข้อมูลของสินค้าต่าง ๆ ในอินเทอร์เน็ตสามารถทำได้อย่างรวดเร็วเพียงแค่คลิกด้วยปลายนิ้ว ก็มีข้อมูลสินค้าต่าง ๆ ให้เลือกอย่างมากมายแล้ว ดังนั้นกลุ่มผู้บริโภค Gen Z จึงคัดเลือกสินค้าที่พวกเขาค้นหาข้อมูลอย่างมากก่อนที่จะเลือกซื้อ หากสินค้ามีคุณภาพโดดเด่นก็จะช่วยให้การตัดสินใจในการซื้อสินค้าของชาว Gen Z เป็นเรื่องที่ง่ายขึ้น ดังนั้นจึงต้องถือว่า กลุ่มผู้บริโภค Gen Z มีนิสัยที่ ‘พิถีพิถัน’ ในการเลือกซื้อสินค้า หรือบริการมากกว่าที่คิด อีกทั้งยังมีจุดแข็งคือ การหาข้อมูล และการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสินค้าแต่ละชิ้น อีกทั้งยังเป็นกลุ่มคนที่มีจิตสำนึกทางสังคมและสิ่งแวดล้อมที่สูงกว่ารุ่นก่อน Wood (2013) ระบุว่า Generation Z มี “Cause-driven mentality” โดยให้ความสำคัญกับประเด็นทางสังคมและสิ่งแวดล้อม การศึกษาของ Francis และ Hoefel (2018) พบว่า 73% ของ Generation Z ยินดีจ่ายเงินเพิ่มสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืน 67% คาดหวังให้แบรนด์แสดงจุดยืนในประเด็นสังคม และ 86% พิจารณาค่านิยมของแบรนด์ก่อนตัดสินใจซื้อ คุณลักษณะนี้สะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงจากการบริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการส่วนตัว (Self-oriented consumption) ไปสู่การบริโภคเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Socially-conscious consumption) อีกหนึ่งคุณลักษณะสำคัญของ Generation Z คือ การให้ความสำคัญกับประสบการณ์มากกว่าการครอบครองสินค้า ตามแนวคิด Experience Economy ของ Pine และ Gilmore (1998) Generation Z มองหาการมีส่วนร่วมและประสบการณ์ที่มีความหมาย การศึกษาของ Khare et al. (2020) พบว่า Generation Z มีพฤติกรรมที่เรียกว่า “Experiential consumption” โดย 78% เลือกใช้เงินกับประสบการณ์มากกว่าสิ่งของ 65% มองหาประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใครและสามารถแชร์ได้ในโซเชียลมีเดีย และ 59% ให้ความสำคัญกับการปรับแต่งส่วนตัว (Personalization) ในผลิตภัณฑ์และบริการ

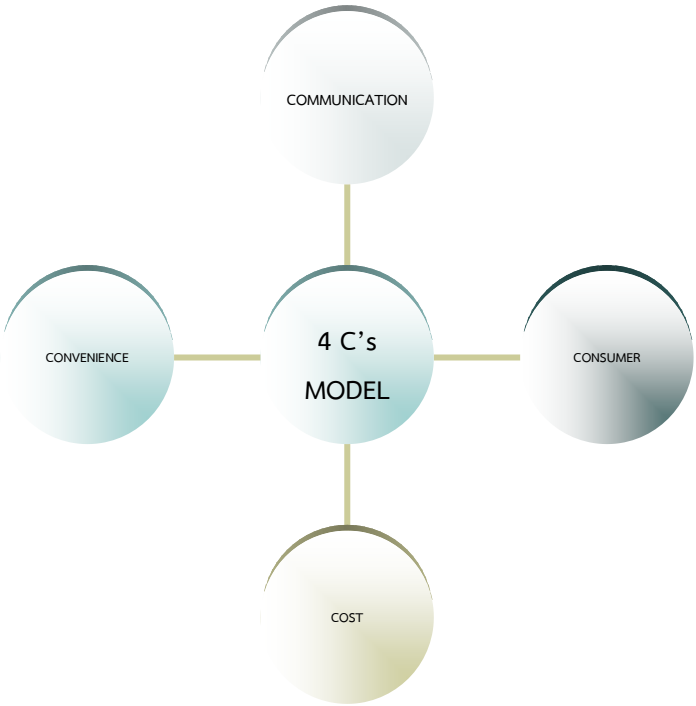
ดังนั้น จากการกล่าวมาทั้งหมด จึงสามารถสะท้อนให้เห็นได้อย่างชัดเจนว่า สำหรับนักการตลาดแล้วนั้น การทำการตลาดในรูปแบบเดิมๆ กับ กลุ่มผู้บริโภค Gen Z อาจไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ เพราะกลุ่มผู้บริโภค Gen Z ไม่เชื่อการตลาดแบบเดิม ๆ แต่ให้ความสำคัญกับการตลาดแบบใหม่ที่เปิดโอกาสให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมกับแบรนด์มากขึ้น ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า การทำการตลาดแบบเดิม ๆ โดยให้ความสำคัญกับส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) แบบเดิม คือ สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย อาจจะไม่ตอบโจทย์ความต้องการของ กลุ่มผู้บริโภค Gen Z ได้อย่างเพียงพออีกต่อไป

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแนวใหม่ (4C's) พิชิตใจผู้บริโภค Gen Z

หากกล่าวถึงการตลาดในรูปแบบที่คุ้นเคย และใช้กันมาอย่างต่อเนื่องยาวนานในแวดวงการตลาดนั้น เชื่อว่า นักการตลาดส่วนใหญ่จะนึกถึง 4P Marketing คือ ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่เป็นพื้นฐานของหลักการตลาดที่นำมาประยุกต์ในการวางแผนหรือใช้ทำความเข้าใจการทำการตลาด โดยจะประกอบด้วยปัจจัย 4 อย่าง ได้แก่ Product, Price, Place และ Promotion ที่นักการตลาดและนักธุรกิจนิยมนำมาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อวางแผนด้านการตลาดให้ครอบคลุมกับตัวสินค้าและบริการของแบรนด์ช่วยผลักดันให้สินค้าและบริการให้สามารถกระตุ้นการตัดสินใจของผู้บริโภค และได้รับความพึงพอใจสูงสุด ทำให้ลูกค้าเกิดการซื้อซ้ำ ใช้บริการซ้ำ บอกต่อได้ง่ายมากขึ้น แต่อย่างไรก็ดีจากพฤติกรรมของผู้บริโภคในกลุ่ม Gen Z ที่มีความแตกต่างไปจากกลุ่มผู้บริโภคก่อนหน้าอย่างชัดเจน โดย Gen Z ให้ความสำคัญกับคุณภาพและความน่าเชื่อถือของสินค้า/บริการ พวกเขาต้องการสินค้าที่ตอบโจทย์ความต้องการของตนเองและเป็นสินค้าที่สะท้อนตัวตนของพวกเขา อีกทั้งยังใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่บนโลกออนไลน์ ดังนั้นช่องทางการสื่อสารและจำหน่ายสินค้า/บริการต้องเข้าถึงได้ง่ายและสะดวก เช่น โซเชียลมีเดีย แพลตฟอร์มวิดีโอสั้น และอีคอมเมิร์ซ และสิ่งที่สำคัญ คือ ชื่นชอบการสื่อสารที่จริงใจ เป็นกันเอง และสร้างประสบการณ์ร่วม เช่น การรีวิวจากผู้ใช้จริง การสร้างคอนเทนต์ที่เข้าถึงง่าย และเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วม ซึ่งจากพฤติกรรมของกลุ่ม Gen Z นี้เอง ทำให้เกิดแนวคิดการตลาดใหม่ ๆ ที่เปลี่ยนแปลงจาก 4P Marketing ที่เน้นไปเรื่องการคิดแบบ Business Centric มาเป็น 4C Marketing ที่เป็น Customer Centric เป็นสำคัญ โดยการเปลี่ยนผ่านจาก 4P Marketing (Product, Price, Place, Promotion) ไปสู่4C's (Customer, Cost, Convenience, Communication) คือ การเปลี่ยนกรอบความคิดจากที่เน้นผลิตภัณฑ์มาสู่การเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง โดย 4C's จะให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้า (Customer) ต้นทุนที่ลูกค้าต้องจ่าย (Cost) ความสะดวกสบายในการเข้าถึงสินค้าและบริการ (Convenience) และการสื่อสารสองทางกับลูกค้า (Communication) เพื่อสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างแท้จริง ซึ่งแนวคิดแบบ 4C Marketing นี้ ไม่ได้มุ่งหวังแค่ความสำเร็จในเชิงการตลาดเท่านั้น แต่ยังสะท้อนถึงความเปลี่ยนแปลงในด้านความคิดเพื่อสนับสนุนนักการตลาด และผู้บริหารเพื่อให้มองเห็นและเข้าใจถึงห่วงโซ่คุณค่าทั้งหมดจากมุมมองของลูกค้ามากขึ้น โดย 4C's ที่มองจากมุมของผู้บริโภค เพื่อทำความเข้าใจความต้องการ ปัญหา และคุณค่าที่ลูกค้าต้องการอย่างแท้จริง ทำให้สามารถสร้างสินค้า บริการ และกลยุทธ์ที่ตอบโจทย์ลูกค้าได้ตรงจุดมากขึ้นในยุคที่การแข่งขันสูงและผู้บริโภคมีอำนาจในการเลือกซื้อมากขึ้น ทำให้เกิดการทำการตลาดแบบ Niche Marketing หรือการมุ่งเน้นความสนใจไปสู่การทำตลาดเฉพาะกลุ่ม ด้วยการทำความเข้าใจที่ความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริงและสร้างตัวผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์ความต้องการเหล่านั้นแทน

ดังนั้น จึงสามารถกล่าวได้ว่า การตลาดแบบ 4C นั้นสอดคล้องกับพฤติกรรมและความชอบของ Gen Z ได้ดีในหลายด้าน เนื่องจาก Gen Z ให้ความสำคัญกับประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการ พวกเขาต้องการความคุ้มค่า เข้าถึงได้ง่าย และสื่อสารได้อย่างตรงไปตรงมาและจริงใจ โดยแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสม

ทางการตลาดในรูปแบบ 4C เป็นแนวคิดที่ถูกพัฒนามาจากแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดแบบเดิม หรือ 4P ซึ่งเป็นแนวคิดทางการตลาดในมุมมองของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายที่มุ่งเน้นไปที่ตัวผลิตภัณฑ์เป็นหลัก แต่เนื่องจากผู้บริโภคมีความต้องการและพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้เครื่องมือทางการตลาดแบบเดิมไม่สามารถทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าได้ และเริ่มรู้สึกว่ามีความแตกต่างน้อยลง จึงได้เกิดแนวคิดทางการตลาดแบบใหม่ขึ้นมาหรือที่เรียกว่า 4C's Marketing ซึ่งเป็นแนวคิดทางการตลาดที่มองในมุมของผู้บริโภค โดยให้ความสำคัญและยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง เพื่อให้นักการตลาดสามารถเข้าถึงผู้บริโภคในปัจจุบันได้ง่ายขึ้น และสามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งเรียกแนวคิดนี้อย่างเป็นทางการว่า ส่วนประสมการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค (Marketing Mix from Consumer's Perspectives) หรือ 4Cs Marketing (Lauterborn, 1990) ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ ผู้บริโภค (Consumer) ต้นทุน (Cost) การสื่อสาร (Communication) และความสะดวก (Convenience) (Acutt, 2016) โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 1 องค์ประกอบของ 4Cs Marketing

1. ความต้องการของผู้บริโภค (Consumer wants and needs) หมายถึง ความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค หรือสิ่งที่ลูกค้าอยากได้และอยากซื้อจริง ๆ ผู้ผลิตควรทำการศึกษาถึงความต้องการของผู้บริโภคอย่างจิงจังและเข้าให้ถึง Consumer Insight ของผู้บริโภคไม่ใช่เพียงแค่ผลิตสินค้าที่ตนเองอยากจะขาย แต่ก่อนที่จะทำการผลิตสินค้าออกมาก็ต้องมองว่าผลิตสินค้านี้แล้วผู้บริโภคจะซื้อไปใช้หรือไม่ นอกจากนี้ยังต้องให้

ความสำคัญไปถึงการบริหารความสัมพันธ์ของลูกค้า หรือที่เรียกว่า CRM (Customer Relation Management) โดยต้องยึดหลักการสรรค์สร้างสินค้าและบริการให้ตรงใจลูกค้า (เสรี วงษ์มณฑา และชุษณะ เตชคณา, 2560) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Borden (1964) ที่ได้กล่าวไว้ว่า ความต้องการของผู้บริโภค (Consumer Wants and Needs) นั้นคือ แนวคิดที่ว่าแทนที่จะผลิตอะไรก็ได้ที่ขายได้ ก็ต้องเปลี่ยนเป็นจะผลิตอะไรที่ผู้บริโภคต้องการมากกว่า โดยสินค้าที่ผลิตออกมานั้นควรจะสินค้าที่ผู้บริโภคจะซื้อใช้เพื่อแก้ปัญหาการอยู่รอดของพวกเขา (Consumer Solution) แทนที่จะเป็นการอยู่รอดของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย

กล่าวโดยสรุป องค์ประกอบส่วนประสมการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค ตัวที่ 1 คือ ความต้องการของผู้บริโภค (Consumer wants and needs) จะเป็นการเปลี่ยนจากผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการ (Product) ที่ให้ความสำคัญกับตัวสินค้าหรือบริการอย่าง product ว่าคืออะไร ดีอย่างไร เป็นความต้องการของผู้บริโภค (Consumer) โดยให้ความสำคัญกับความต้องการของผู้บริโภคมากกว่า โดยพิจารณาจากกลุ่มเป้าหมายที่ธุรกิจต้องการเป็นใคร กลุ่มเป้าหมายกำลังมองหาสินค้าแบบใดอยู่ สินค้าและบริการของธุรกิจในรูปแบบใดจึงจะสามารถรองรับความต้องการเหล่านี้ได้

2. ต้นทุนของผู้บริโภค (Consumer’s Cost to Satisfy) หมายถึง ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคยินดีจ่ายแลกกับการได้รับสินค้าและบริการ ซึ่งไม่ใช่เพียงแค่เงินที่จ่ายค่าสินค้าแต่ยังรวมถึงค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการให้ได้สินค้าและบริการนั้นมา โดยต้นทุนนี้ถือเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการพิจารณาตัดสินใจของลูกค้า (เสรี วงษ์มณฑา และชุษณะ เตชคณา, 2560) ดังนั้นในการกำหนดราคาของผู้ขายจึงไม่ใช่เพียงแค่การพยายามลดต้นทุนเพื่อตั้งราคาขายให้ต่ำที่สุด เพื่อให้ลูกค้าสามารถซื้อได้ แต่ต้องพิจารณาว่าราคาที่ตั้งเป็นราคาที่ผู้บริโภคยินดีจะจ่ายด้วย (Londhe, 2014)

กล่าวโดยสรุป องค์ประกอบส่วนประสมการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค ตัวที่ 2 คือ ต้นทุนของผู้บริโภค (Consumer’s Cost to Satisfy) นั้น จะเป็นการเปลี่ยนจากราคา (Price) เป็นต้นทุนของผู้บริโภค (Cost) โดยการเปลี่ยนมาเป็นมองในมุมของต้นทุนของผู้บริโภค (Cost) แบบ 4C Marketing ที่จะเน้นความเต็มใจของลูกค้าที่จะจ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการ ซึ่งจะช่วยทำให้การตั้งราคาเป็นไปตามความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าที่จะได้รับสินค้าบริการนั้นมากขึ้น โดยต้นทุนหรือเงินที่ลูกค้ายินดีที่จะจ่ายนั้นจะต้องคุ้มค่ากับสิ่งที่จะได้ หากต้องจ่ายในราคาสูงแสดงว่า ความคาดหวังในสินค้าและบริการนั้นย่อมสูงตามด้วย การตั้งราคาจึงจำเป็นที่จะต้องหาราคาที่ลูกค้ายินดีที่จะจ่ายให้ได้ เพื่อนำราคานั้นไปลดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ทำให้สามารถเสนอบริการในราคาที่ลูกค้ายอมรับได้นั่นเอง

3. ความสะดวกในการซื้อ (Convenience to buy) หมายถึง ความสะดวกสบายของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าและบริการและช่องทางที่ผู้บริโภคยินดีจะซื้อสินค้า ซึ่งไม่ใช่เพียงแค่สถานที่จัดจำหน่ายที่ต้องมีให้ทั่วถึงตามแนวคิดทางการตลาดรูปแบบเดิม แต่ผู้ขายต้องให้ความสำคัญไปถึงการอำนวยความสะดวกสบายให้กับผู้บริโภคในการซื้อสินค้าและบริการ เช่น การเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายที่ผู้บริโภคสามารถหาซื้อสินค้าได้อย่างสะดวกรวดเร็วด้วยการใช้อินเทอร์เน็ท การเลือกดูสินค้าและจองผ่าน Catalog การให้บริการส่ง

สินค้าถึงบ้าน เป็นต้น (เสรี วงษ์มณฑา และชุษณะ เตชคณา, 2560) ซึ่ง Borden (1964) ได้ให้แนวคิดไว้ว่า ความสะดวกในการซื้อสมัยใหม่ ผู้ประกอบการต้องคิดว่าจะเพิ่มความสะดวกในการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคได้อย่างไร เพราะในตอนนี้ผู้บริโภคจะเป็นผู้ตัดสินใจว่าจะซื้อที่ไหนซื้อมากเท่าไร และซื้อเวลาใดมากกว่าการซื้อตามช่องทางที่ถูกกำหนดขึ้นจากผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย

กล่าวโดยสรุป องค์ประกอบส่วนประสมการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค ตัวที่ 3 คือ ความสะดวกในการซื้อ (Convenience to buy) จะเป็นการเปลี่ยนจากสถานที่หรือช่องทางในการขาย (Place) ไปเป็นความสะดวกในการซื้อ (Convenience) โดยแต่เดิมการขายสินค้าหรือบริการตามแนวคิดแบบ 4P Marketing จะต้องเน้นขายสินค้าให้ได้ราคาดีตามสถานที่ที่กำหนดเท่านั้น แต่ความสะดวกในการซื้อ (Convenience) แบบ 4C Marketing จะเป็นการขายสินค้าและบริการโดยการคำนึงถึงความสะดวกในการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคมากขึ้นทั้งในช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ โดยนักการตลาดจะต้องหาให้เจอว่า ช่องทางใดที่ลูกค้าต้องการจะใช้เพื่อซื้อสินค้าและบริการ

4. การสื่อสาร (Communications) หมายถึง รูปแบบการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ซึ่งเน้นการติดต่อสื่อสารแบบสองทางมากกว่าแค่การสื่อสารด้วยการทำโปรโมชั่นลด แลก แจก แถม หรือการทำกิจกรรมทางการตลาดทั่วไป โดยผู้ขายต้องให้ความสำคัญในการสื่อสารที่สะดวก ง่ายและรวดเร็ว สร้างให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ และเกิดความเชื่อใจในสินค้าและบริการ (เสรี วงษ์มณฑา และชุษณะ เตชคณา, 2560) ซึ่ง Borden (1964) ได้ให้แนวคิดไว้ว่า การสื่อสาร (Communication) วิธีการสื่อสารนั้นแทนที่จะใช้สื่อเพื่อการกระตุ้นการตัดสินใจซื้อแบบในอดีตที่เคยประสบความสำเร็จ ปัจจุบันการสื่อสารต้องพิจารณาทั้งสื่อและสารใดที่ผู้บริโภคจะรับฟัง การตลาดวันนี้ไม่ใช่ว่าผู้บริโภคจะยอมฟังในสิ่งที่ต้องการจะพูดดังเช่นเดิม แต่ปัจจุบันผู้บริโภคเลือกที่จะฟังและไม่ฟัง เลือกที่จะเชื่อและไม่เชื่อ ดังนั้นการส่งเสริมการตลาดจึงควรหันมาให้ความสำคัญในเรื่องการสื่อสารมากกว่าการลด แลก แจก แถม แต่ให้ความสำคัญในการสร้างเรื่องราวสร้างความไว้เนื้อเชื่อใจผ่านสื่อที่ผู้บริโภครับฟังมากกว่า

กล่าวโดยสรุป องค์ประกอบส่วนประสมการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค ตัวที่ 4 คือ การสื่อสาร (Communications) จะเป็นการเปลี่ยนจากการส่งเสริมการขายหรือการสื่อสารของแบรนด์ (Promotion) มาเป็นการสื่อสาร (Communication) โดยแต่เดิมนั้นการส่งเสริมการขายหรือการสื่อสารของแบรนด์ (Promotion) จากแนวคิด 4P Marketing จะเน้นการลด แลก แจก แถม อาจจะมีการให้รายละเอียดสินค้าหรือยกคุณค่าของสินค้าบ้าง ซึ่งจะแตกต่างกันกับ 4C Marketing ที่จะเน้นการสื่อสารหรือทำการตลาดเพื่อส่งเสริมการขายกับลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเท่านั้น เพื่อให้แน่ใจว่าสินค้าหรือบริการนั้นจะตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้แบบตรงจุดแน่นอน

การประยุกต์ใช้กลยุทธ์ 4C's สำหรับ Generation Z

โดยในส่วนของการประยุกต์ใช้กลยุทธ์ 4C's สำหรับ Generation Z ต้องอาศัยความเข้าใจลึกซึ้งเกี่ยวกับพฤติกรรมและความคาดหวังเฉพาะของกลุ่มนี้ ซึ่งแตกต่างจากรุ่นก่อนอย่างมีนัยสำคัญ

โดยในมิติของ Consumer wants and needs การศึกษาพบว่า Generation Z ต้องการสินค้าและบริการที่สะท้อนตัวตนและความเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง โดย 83% ต้องการสินค้าที่สามารถปรับแต่งได้ตามความชอบส่วนตัว และ 67% ยินดีจ่ายเงินเพิ่มสำหรับสินค้าที่ออกแบบเฉพาะ (Customized Products) นอกจากนี้ 58% ใช้เทคโนโลยี Augmented Reality (AR) และ Virtual Reality (VR) ในการทดลองสินค้าก่อนซื้อ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความต้องการประสบการณ์ที่ก้าวหน้าและมีส่วนร่วม ความต้องการของ Generation Z ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงที่การปรับแต่งส่วนตัวเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการมีจุดประสงค์ที่ชัดเจนเกินกว่าการทำกำไร โดย 74% เลือกแบรนด์ที่มีพันธกิจ (Mission) ที่สอดคล้องกับค่านิยมของตน 69% สนับสนุนแบรนด์ที่ช่วยแก้ปัญหาสังคม และ 61% คาดหวังให้แบรนด์มีบทบาทในการสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกต่อสังคม ดังนั้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับ Generation Z จึงต้องใช้แนวทาง Purpose-driven Design ที่ไม่เพียงแต่ตอบสนองความต้องการส่วนบุคคล แต่ยังสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

มิติของ Cost to satisfy Generation Z มีการประเมินต้นทุนที่แตกต่างจากรุ่นก่อนอย่างชัดเจน โดยพิจารณาต้นทุนรวม (Total Cost of Ownership) ที่เกิดขึ้นตลอดการใช้งาน ไม่เพียงแค่ราคาซื้อ การศึกษาพบว่า 67% ของ Generation Z ให้ความสำคัญกับต้นทุนเวลาที่ประหยัดได้จากการใช้สินค้า 58% พิจารณาต้นทุนสังคมและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และ 52% คำนึงถึงต้นทุนโอกาสจากการเปรียบเทียบทางเลือกหลายรูปแบบก่อนตัดสินใจ นอกจากนี้ 79% ค้นหาข้อมูลและเปรียบเทียบราคาผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ 71% ใช้แอปพลิเคชันเปรียบเทียบราคาก่อนซื้อ และ 64% ยินดีจ่ายเงินเพิ่มสำหรับคุณภาพและประสบการณ์ที่ดี ซึ่งแสดงให้เห็นว่า Generation Z เป็นกลุ่มที่มีความรอบรู้ทางการเงิน (Financial Literacy) และสามารถประเมินคุณค่า (Value Assessment) ได้อย่างเป็นระบบ

มิติของ Convenience to buy เป็นองค์ประกอบที่ Generation Z ให้ความสำคัญสูงสุด เนื่องจากเป็นกลุ่มที่คาดหวังประสบการณ์ที่ราบรื่นและไร้รอยต่อ (Seamless Experience) ในทุกช่องทาง การศึกษาพบว่า 91% ต้องการสามารถซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง 85% คาดหวังว่าจะสามารถเริ่มซื้อในช่องทางหนึ่งและดำเนินการต่อในอีกช่องทางได้อย่างต่อเนื่อง และ 78% ต้องการการจัดส่งแบบ Same-day หรือ Next-day delivery นอกจากนี้ Generation Z ยังมีพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านมือถือ (Mobile-First Shopping) สูง โดย 87% ใช้สมาร์ทโฟนในการค้นหาข้อมูลสินค้า 73% ซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันมือถือ และ 69% ใช้ Social Commerce ในการซื้อสินค้า

มิติของ Communication Generation Z ต้องการการสื่อสารที่จริงใจ โปร่งใส และมีส่วนร่วม โดย 86% ต้องการข้อมูลที่ตรงไปตรงมาจากแบรนด์ 79% ชอบเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้จริง (User-Generated

Content) และ 72% เชื่อถือคำแนะนำจาก Influencer ที่มีความเชี่ยวชาญ รูปแบบการสื่อสารที่ Generation Z ชื่นชอบได้แก่ เนื้อหาแบบ Interactive ที่สามารถมีส่วนร่วมได้ (81%) การตอบกลับที่รวดเร็วจากแบรนด์ (75%) และเนื้อหาที่มีความบันเทิงผสมกับข้อมูลสินค้า หรือ Edutainment (68%) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความต้องการในการเป็นส่วนหนึ่งของแบรนด์มากกว่าการเป็นเพียงผู้รับสารทางเดียว

บทสรุป

กลุ่ม Generation Z คือ กลุ่มผู้บริโภคที่มีอิทธิพลสำคัญต่อการจับจ่ายใช้สอยในตลาดในปัจจุบัน และเป็นตัวแปรปัจจัยสำคัญในการกำหนดให้พฤติกรรมของผู้บริโภคให้เปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากกลุ่มผู้บริโภค Gen Z นั้น มีพฤติกรรมและความคาดหวังแตกต่างไปจากกลุ่มผู้บริโภคในรุ่นก่อน ๆ อย่างชัดเจน ด้วยเหตุนี้ธุรกิจจึงจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค Gen Z โดยพบว่า การทำการตลาดในรูปแบบเดิมๆ กับ กลุ่มผู้บริโภค Gen Z อาจไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ เพราะกลุ่มผู้บริโภค Gen Z ไม่เชื่อการตลาดแบบเดิม ๆ แต่ให้ความสำคัญกับการตลาดแบบใหม่ที่เปิดโอกาสให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมกับแบรนด์มากขึ้น ดังนั้นในการทำการตลาดกับ ผู้บริโภค Gen Z จึงต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแนวใหม่ (4C’s) ประกอบด้วย ผู้บริโภค (Consumer) ต้นทุน (Cost) การสื่อสาร (Communication) และความสะดวก (Convenience) ซึ่งเป็นแนวคิดทางการตลาดที่มองในมุมของผู้บริโภค โดยให้ความสำคัญและยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง เพื่อให้นักการตลาดสามารถเข้าถึงผู้บริโภคในปัจจุบันได้ง่ายขึ้น และสามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยสินค้าที่กลุ่มผู้บริโภค Gen Z นิยมเลือกซื้อ มักเป็นสินค้าตามรสนิยมและความต้องการของตนเองในขณะนั้น และให้ความสนใจกับแบรนด์ที่แสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนั้น ควรจูงใจคนกลุ่มนี้ด้วยการทำให้พวกเขารู้สึกมีส่วนร่วม มากกว่าการขายด้วยโปรโมชันและสินค้าลดราคา โดยผู้เขียนมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. กระบวนการตัดสินใจซื้อที่ผู้บริโภค Gen Z จะให้ความสำคัญกับขั้นการค้นหาข้อมูล (Information Search) เนื่องจากผู้บริโภคกลุ่มนี้ชอบการค้นหาข้อมูลของสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ทั้โดยเฉพาะผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Instagram/Line/ YouTube/ Facebook เป็นต้น ดังนั้นนักการตลาดจึงควรให้ความใส่ใจในหัวข้อต่าง ๆ เหล่านี้ รวมตลอดถึงการรักษามาตรฐานของ สินค้าและการบริการ เพื่อทำให้ผู้บริโภคประทับใจและรีวิวสินค้า สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับทั้งผลิตภัณฑ์และธุรกิจด้วย

2. ผู้บริโภค Gen Z จัดเป็นกลุ่มคนที่มีความคิดเป็นของตัวเอง มีความชื่นชอบ มีคุณค่าที่ยึดถือ และมีรสนิยมเฉพาะตัวที่โดดเด่น ดังนั้นการออกแบบสินค้า หรือบริการควรให้ความสำคัญกับความต้องการของผู้บริโภค Gen Z ที่เป็นลูกค้าเป้าหมายเป็นหลัก โดยเน้นการใช้แนวคิดส่วนประสมการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค (Marketing Mix from Consumer’s Perspectives) มาใช้ในการวางแผนสินค้า บริการ รวมทั้งการตลาด

3. นอกจากความคุ้มค่าด้านราคาแล้ว สิ่งที่ผู้บริโภค Gen Z ให้ความสำคัญมาเป็นอันดับหนึ่งในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ คือ ‘คุณภาพ’ โดยจะมีการรีวิวของสินค้าก่อนกดสั่งซื้อทุกครั้ง ดังนั้นการสื่อสารในรูปแบบของ Content Creator จึงเป็นอีกรูแปบบการสื่อสารที่ผู้ประกอบการควรพิจารณานำมาใช้ในการสื่อสารกับผู้บริโภคกลุ่มนี้

4. การยึดถือเรื่องคุณภาพเป็นสำคัญทำให้ Brand Loyalty ของผู้บริโภค Gen Z เปลี่ยนแปลงไปได้ตลอดเวลา เพราะความสามารถ และความง่ายในการมองหาตัวเลือกใหม่ๆ และพร้อมลองใช้เพื่อประสบการณ์ที่ดีกว่าตลอดเวลา ดังนั้นหากพบว่า มาตรฐานของแบรนด์ที่ใช้อยู่ประจำลดลงและไม่ตอบโจทย์อีกต่อไป ผู้บริโภค Gen Z ก็ไม่ลังเลที่จะโละของทั้งหมดทิ้งไป และเลือกใช้ของใหม่ ๆ ทดแทน ดังนั้นการรักษาคุณภาพของสินค้า และบริการ รวมถึงการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าจึงเป็นเรื่องสำคัญ หากกลุ่มเป้าหมายหลักของสินค้าหรือบริการ คือ ผู้บริโภค Gen Z

ทั้งนี้ ในบทความนี้แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า Generation Z เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีลักษณะเฉพาะแตกต่างจากรุ่นก่อนอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีคุณลักษณะสำคัญสามประการ คือ การเป็น Digital Natives ที่แท้จริงที่สามารถผสานเทคโนโลยีเข้ากับทุกด้านของชีวิต การมี Values-driven mentality ที่ให้ความสำคัญกับจุดยืนทางสังคมและสิ่งแวดล้อม และการให้ความสำคัญกับประสบการณ์และความหมายมากกว่าการครอบครองสินค้า ลักษณะเฉพาะเหล่านี้ส่งผลให้กลยุทธ์การตลาดแบบดั้งเดิม (4P's) ที่เน้นการควบคุมจากผู้ผลิตไม่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มนี้ได้อย่างเพียงพอ และในส่วนของกลยุทธ์การตลาด 4C's ที่เน้นผู้บริโภคเป็นศูนย์กลางแสดงให้เห็นถึงความเหมาะสมกับ Generation Z มากกว่า 4P's อย่างชัดเจน โดยเฉพาะในด้านการสร้างความสะดวก (Convenience) และการสื่อสาร (Communication) ซึ่งมีความสำคัญสูงสุดสำหรับกลุ่มนี้ การประยุกต์ใช้ 4C's อย่างมีประสิทธิภาพ ต้องอาศัยการเข้าใจลึกซึ้งเกี่ยวกับพฤติกรรม ค่านิยม และความคาดหวังของ Generation Z รวมถึงการใช้เทคโนโลยีในการสร้างประสบการณ์ที่ราบรื่นและมีความหมาย โดยสำหรับนักการตลาดและผู้ประกอบการ การปรับเปลี่ยนจากการคิดแบบ Product-Centric เป็น Customer-Centric เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในยุคดิจิทัล การลงทุนในเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาระบบ Omnichannel การสร้าง Corporate Purpose ที่ชัดเจน และการพัฒนาทีมงานให้เข้าใจและสื่อสารกับ Generation Z ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับความสำเร็จ

บรรณานุกรม

วัชระ ทองสุข. (2565). *เข้าใจ Gen Z อย่างอินไซท์ กำลังซื้อกลุ่มใหม่ เขย่าโลกออนไลน์ด้วยปลายนิ้ว.* https://talkatalka.com/blog/insight-gen-z/

เสรี วงษ์มณฑา, และชุษณะ เตชคณา. (2560). การตลาด 4.0 ในบริบทประเทศไทย 4.0. *วารสารเศรษฐศาสตร์และนโยบายสาธารณะ*, *8*(15), 1-16. https://so01.tci-thaijo.org/index.php/econswu/article/view/117795/90375

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2566). *รายงานสถิติประชากรและสังคม พ.ศ. 2566*. สำนักงานสถิติแห่งชาติ.

Borden, N. H. (1964). The concept of the marketing mix. *Journal of Advertising Research*, *4*(2), 2-7.

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, *3*(2), 77-101.

Chillakuri, B., & Mahanandia, R. (2018). Generation Z entering the workforce: The need for sustainable strategies in maximizing their talent. *Human Resource Management International Digest*, *26*(4), 34-38.

Cisco. (2023). *Annual Internet Report (2018–2023)*. Cisco Systems.

Deloitte. (2023). *Global 2023 Gen Z and Millennial Survey*. Deloitte Insights.

Dimock, M. (2019). *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. Pew Research Center. https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/

Edelman, D. C. (2010). Branding in the digital age: You're spending your money in all the wrong places. *Harvard Business Review*, *88*(12), 62-69.

Eventbrite. (2020). *Generation Z: Fueling the Experience Economy*. Eventbrite.

Francis, T., & Hoefel, F. (2018). *'True Gen': Generation Z and its implications for companies. McKinsey & Company*. https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/true-gen-generation-z-and-its-implications-for-companies

Global Web Index. (2023). *Digital Consumer Behavior Report 2023*. GWI Research.

Khare, A., Pandey, S., & Sadachar, A. (2020). Understanding millennial and Generation Z luxury consumers. *International Journal of Consumer Studies*, *44*(3), 253-264.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. John Wiley & Sons.

Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing*, *80*(6), 69-96.

Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). Naturalistic inquiry. Sage Publications.

Mannheim, K. (1952). The problem of generations. In P. Kecskemeti (Ed.), *Essays on the sociology of knowledge* (pp. 276-322). Routledge.

McCarthy, E. J. (1960). *Basic marketing: A managerial approach*. Richard D. Irwin.

McKinsey & Company. (2022). *The state of fashion 2022: An uneven recovery and new frontiers*. McKinsey Global Institute.

Microsoft. (2022). *Digital Consumer Trends 2022*. Microsoft Corporation.

Nielsen. (2021). *Consumer sentiment around climate change and sustainability*. Nielsen Holdings.

Pew Research Center. (2019). *Mobile fact sheet*. https://www.pewresearch.org/internet/fact-sheet/mobile/

Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the experience economy. *Harvard Business Review*, *76*(4), 97-105.

Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, *9*(5), 1-6.

Priporas, C. V., Stylos, N., & Fotiadis, A. K. (2017). Generation Z consumers' expectations of interactions in smart retailing: A future agenda. *Computers in Human Behavior*, *77*, 374-381.

Seemiller, C., & Grace, M. (2019). *Generation Z: A century in the making*. Routledge.

Strauss, W., & Howe, N. (1991). *Generations: The history of America's future, 1584 to 2069*. William Morrow.

Turner, A. (2015). Generation Z: Technology and social interest. *The Journal of Individual Psychology, 71*(2), 103-113.

Verhoef, P. C., Kannan, P. K., & Inman, J. J. (2015). From multi-channel retailing to omni-channel retailing: Introduction to the special issue on multi-channel retailing. *Journal of Retailing*, *91*(2), 174-181.

Wood, S. (2013). Generation Z as consumers: Trends and innovation. Institute for Emerging Issues, NC State University.

วารสารวิชาการ วิจัย และนวัตกรรม มสธ. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)
STOU Academic Journal of Research and Innovation (Humanities and Social Science)
ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2568) Vol. 5 No. 2 (July - December 2025)

Received: May 16, 2025
Revised: July 13, 2025
Accepted: September 3, 2025

ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการปฏิบัติงานกับความเครียด ของพนักงานบริษัท ติงค์บิ๊ก คอนซัลติ้ง จำกัด

The Relationship Between Operational Factors and Work-Related Stress Among Employees of Thinkbig Consulting Co., Ltd.

เพ็ญสุดา มงคลใหม่ (Phensuda Mongkolmai)[1]
เอนก ประดิษฐารมณ์ (Anek Pradittharom)[2]
E-mail: phensudamongkolmai68@gmail.com,
kone@rumail.ru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยด้านการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความเครียดของพนักงานบริษัท ติงค์บิ๊ก คอนซัลติ้ง จำกัด 2) ระดับความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ติงค์บิ๊ก คอนซัลติ้ง จำกัด 3) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความเครียดกับความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ติงค์บิ๊ก คอนซัลติ้ง จำกัด ด้วยวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งใช้ประชากรทั้งหมดในการวิจัย จำนวน 110 คน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ผลวิจัยพบว่า 1) พนักงานบริษัท ติงค์บิ๊ก คอนซัลติ้ง จำกัด มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความเครียด ภาพรวมอยู่ในระดับน้อย 2) พนักงานบริษัท ติงค์บิ๊ก คอนซัลติ้ง จำกัด มีระดับความเครียดในการปฏิบัติงาน ภาพรวมอยู่ในระดับน้อย 3) ปัจจัยด้านการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความเครียด มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ติงค์บิ๊ก คอนซัลติ้ง

[1] *นักศึกษาหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต (การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง (Faculty of Human Resources Development, Ramkhamhaeng University)*

[2] *คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง (Faculty of Human Resources Development, Ramkhamhaeng University)*

จำกัด ภาพรวมอยู่ในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.820

คำสำคัญ ปัจจัยด้านการปฏิบัติงาน ความเครียดในการปฏิบัติงาน ความสัมพันธ์

Abstract

This research aimed to (1) examine work-related factors that affect employee stress at Thinkbig Consulting Co., Ltd., (2) investigate the level of work-related stress among employees at Thinkbig Co., Ltd., and (3) explore the relationship between work-related factors and employee stress at Thinkbig Consulting Co., Ltd. A quantitative research methodology was employed, using the total population of 110 employees. Data were collected through questionnaires and analyzed using statistical methods, including mean, percentage, frequency, standard deviation, and Pearson's correlation coefficient. The findings revealed that employees at Thinkbig Consulting Co., Ltd. generally reported a low level of agreement regarding work-related factors affecting stress. Similarly, the overall level of work-related stress was found to be low. Furthermore, a strong positive correlation was found between work-related factors and employee stress, with a statistically significant correlation coefficient of 0.820 at the 0.01 level.

Keywords: Operational Factors, Work-Related Stress, Correlation

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การปฏิบัติงานมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ เพราะไม่เพียงแต่สร้างรายได้และความมั่นคงในชีวิตเท่านั้น แต่ยังมีบทบาทในการสร้างคุณค่า ความภาคภูมิใจในตนเอง และความหมายของการดำรงอยู่ การปฏิบัติงานทำให้มนุษย์ได้ใช้ความรู้ ความสามารถ และทักษะในการสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ มีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคม และรู้สึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของระบบที่ใหญ่กว่า นอกจากนี้ การปฏิบัติงานยังช่วยส่งเสริมพฤติกรรมทางสังคม เช่น ความมีวินัย ความรับผิดชอบ และการปฏิบัติงานร่วมกับผู้อื่น ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของการอยู่ร่วมกันในสังคม

ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) ที่มุ่งเน้นผลลัพธ์ให้ผู้ปฏิบัติงานในประเทศมีคุณภาพชีวิตที่ดีและมีความสุข ในขณะเดียวกัน คุณภาพชีวิตในการทำงาน (Quality

of work life) มีความสำคัญอย่างยิ่งในการปฏิบัติงานปัจจุบัน เพราะคนเป็นทรัพยากรที่สำคัญ เป็นต้นทุนทางสังคมที่มีคุณค่า ในปัจจุบันคนส่วนใหญ่ต้องเข้าสู่ระบบการปฏิบัติงาน เพื่อให้ชีวิตดำรงอยู่ได้และตอบสนองความต้องการพื้นฐาน เมื่อคนต้องปฏิบัติงานในที่ทำงานเป็นส่วนใหญ่ จึงควรมีสภาวะที่เหมาะสม ทำให้เกิดความสุขทั้งร่างกายและจิตใจ มีความรู้สึกมั่นคงทั้งสุขภาวะทางกาย สุขภาวะทางอารมณ์ สุขภาวะทางจิตวิญญาณ และสุขภาวะทางสังคม (กองสวัสดิการแรงงาน, 2547) ท่ามกลางบริบทของความเปลี่ยนแปลงที่มีความผันผวนและไม่แน่นอนสูง กระบวนการปฏิบัติงานภายในองค์กรมีแนวโน้มที่จะซับซ้อนและซ้ำซ้อนมากขึ้น ส่งผลให้ผู้ปฏิบัติงานต้องเผชิญกับความท้าทายในการปรับตัวต่อกระบวนการที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งประกอบด้วยหลายปัจจัย เช่น ลักษณะของงาน โครงสร้างองค์กร และบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบที่เปลี่ยนแปลงหรือไม่ชัดเจน หากไม่ได้รับการสนับสนุนอย่างเหมาะสม อาจนำไปสู่ภาวะแรงกดดันในการทำงานและก่อให้เกิดความเครียด

ข้อมูลสายด่วนสุขภาพจิต 1323 เมื่อเดือนมกราคม พ.ศ. 2566 พบวัยแรงงานอายุ 20-59 ปี ขอรับบริการเรื่องความเครียด วิตกกังวล ไม่มีความสุขในการทำงาน สูงอันดับ 1 กว่า 5,989 สาย จากทั้งหมด 8,009 สาย ความเครียดมีผลต่อความสุขภาพกายและสุขภาพจิตของเราเป็นอย่างมาก ความเครียดจากการทำงานเกิดจากปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเครียดนั้นมีหลายประการ รวมถึงกระทบต่อประสิทธิภาพในการทำงาน ความเครียดเป็นสภาวะที่ต้องเจอกับปัญหาต่าง ๆ เกิดความวิตกกังวล รู้สึกกดดันและซึมเศร้า ความเครียดสามารถเกิดขึ้นได้โดยที่ไม่รู้ตัว เพราะบุคคลมักจะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองต่อความเครียดไม่เหมือนกัน สิ่งสำคัญที่สุดในการจัดการกับความเครียดคือ ตัวเราเอง ต้องรู้ตัวเองว่าเรากำลังเครียด และรู้จักทบทวนหาสาเหตุของความเครียด โดยอาจจะพิจารณาด้วยตนเองหรือปรึกษากับคนใกล้ชิดที่ไว้วางใจได้ หรือปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญทางสุขภาพจิตโดยตรง เมื่อพบสาเหตุแล้วจะได้ติดตามหาทางแก้ไขต่อไป นอกจากนี้ ยังต้องรู้จักยอมรับสภาพความเป็นจริงของชีวิตในปัจจุบันและพร้อมที่จะปรับเปลี่ยนเท่าที่จะทำได้เพื่อให้ชีวิตดีขึ้น อีกทั้งมีความเต็มใจที่จะแก้ไขเปลี่ยนแปลงตัวเราก่อนเป็นอันดับแรก เมื่อมีปัญหาที่เกิดขึ้นจะต้องไม่โทษคนอื่นหรือเกี่ยงให้คนอื่นปรับปรุงตัวก่อน สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญมากสำหรับการจัดการกับความเครียด

บริษัท ติงค์บิ๊ก คอนซัลติ้ง จำกัด เป็นผู้ให้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจที่เชี่ยวชาญด้านการวางกลยุทธ์และการจัดการ การวิจัยธุรกิจ การขับเคลื่อนการเปลี่ยนผ่านสู่ยุคดิจิทัล (digital transformation) ตลอดจนการพัฒนานวัตกรรม และเสริมสร้างทักษะด้านการจัดการบุคลากรและองค์กร โดยบริการคำปรึกษาเชิงดิจิทัลแก่หน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อสนับสนุนการปรับตัวและยกระดับศักยภาพในการดำเนินงานให้สามารถขับเคลื่อนองค์กรในยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน นอกเหนือจากการให้ความสำคัญกับผลงานแล้ว บุคลากรในองค์กรทุกคนถือเป็นหัวใจขององค์กร เพราะเป็นผู้ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จและ

บรรลุเป้าหมายขององค์กร เพื่อให้พนักงานทุกคนได้อย่างมีประสิทธิภาพ การรับรู้ปัญหาจากการทำงานที่ส่งผลให้เกิดความเครียดของพนักงานจึงเป็นสิ่งสำคัญ

จากความเป็นมาและความสำคัญที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการปฏิบัติงานกับความเครียดของพนักงานบริษัท ติงค์บิ๊ก คอนซัลติ้ง จำกัด เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาความเครียดภายในองค์กร และพัฒนาคุณภาพชีวิตของบุคลากรให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความเครียดของพนักงานบริษัท ติงค์บิ๊ก คอนซัลติ้ง จำกัด
2. เพื่อศึกษาระดับความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ติงค์บิ๊ก คอนซัลติ้ง จำกัด
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความเครียดกับระดับความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ติงค์บิ๊ก คอนซัลติ้ง จำกัด

สมมติฐานการวิจัย

1. พนักงานบริษัท ติงค์บิ๊ก คอนซัลติ้ง จำกัด มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความเครียดอยู่ในระดับน้อยถึงปานกลาง
2. พนักงานบริษัท ติงค์บิ๊ก คอนซัลติ้ง จำกัด มีระดับความเครียดในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับน้อยถึงปานกลาง
3. ปัจจัยด้านการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความเครียด มีความสัมพันธ์ทางบวกกับระดับความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ติงค์บิ๊ก คอนซัลติ้ง จำกัด

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยด้านการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความเครียด

แนวคิดของ Cartwright and Cooper (1997) ได้อธิบายเกี่ยวกับปัจจัยด้านการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความเครียด 6 ด้าน ได้แก่

1. ด้านลักษณะของงาน การรับรู้ เนื้อหาของงาน ปริมาณงาน ความสอดคล้องกับทักษะความสามารถ หรือความถนัดของผู้ปฏิบัติงาน รวมถึงระดับความท้าทาย ความหลากหลายของงาน และระยะเวลา

ในการดำเนินงาน หากลักษณะของงานมีความซับซ้อนสูง หรือภาระงานมากเกินไปโดยไม่เหมาะสมกับศักยภาพของบุคลากร อาจส่งผลให้เกิดความเครียดและลดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานได้

2. ด้านบทบาทและหน้าที่ความรับผิดชอบ การที่บทบาทของพนักงานในองค์กรได้ถูกกำหนด และมีการสื่อสารให้พนักงานได้เข้าใจอย่างชัดเจน ความคาดหวังขององค์กรที่มีต่อตัวพนักงาน หากมีความคลุมเครือในบทบาทอาจเกิดความขัดแย้งหรือความเครียดในการปฏิบัติงานได้

3. ด้านความสัมพันธภาพในองค์กร ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรในองค์กร ไม่ว่าจะเป็นเพื่อนร่วมงาน หรือผู้บังคับบัญชา การได้รับการยอมรับซึ่งกันและกัน และความร่วมมือร่วมใจกันในการปฏิบัติงาน หากในองค์กรขาดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากร การขาดการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชาหรือมีความขัดแย้งกับเพื่อนร่วมงานก็จะส่งผลให้ขาดความมั่นคงทางจิตใจ และเกิดความเครียดในการปฏิบัติงานสูง

4. ด้านการพัฒนาและความก้าวหน้าในอาชีพ การได้รับตอบสนองในเรื่องของการได้รับเลื่อนขั้นให้สูงขึ้น การได้รับโอกาสในงานที่สำคัญ ได้ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม หรือได้รับการฝึกอบรม ในทางกลับกัน หากขาดโอกาสในการเลื่อนขั้น ไม่ได้รับการส่งเสริมให้เติบโตในสายอาชีพ หรือมองไม่เห็นแนวทางความก้าวหน้า อาจก่อให้เกิดความรู้สึกเบื่อหน่าย ขาดแรงจูงใจ ส่งผลให้เกิดภาวะความเครียด และลาออกได้

5. ด้านโครงสร้างขององค์กร สภาพแวดล้อมและรูปแบบการจัดการภายในองค์กร ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่ลักษณะของโครงสร้างหน่วยงาน กฎระเบียบภายในองค์กร สถานที่ทำงาน อุปกรณ์และเครื่องใช้ในการปฏิบัติงาน ในทางกลับกัน หากองค์กรมีโครงสร้างที่แข็งตัว ขาดความชัดเจน หรือไม่มีระบบสนับสนุนที่เหมาะสม อาจส่งผลให้บุคลากรเกิดความรู้สึกกดดัน ไม่มั่นคงในหน้าที่ และขาดแรงจูงใจในการทำงาน อาจนำไปสู่ความเครียดในการปฏิบัติงานในระยะยาวได้

6. ด้านปัจจัยที่นอกเหนือจากงาน ความสมดุลระหว่างการทำงานและชีวิตส่วนตัว เช่น การจัดสรรเวลาอย่างเหมาะสม ความยืดหยุ่นในการทำงาน และความสามารถในการพักผ่อนหรือทำกิจกรรมส่วนตัวได้อย่างสมดุล ในทางกลับกัน หากมีภาระงานล้นมือ มีความจำเป็นต้องทำงานนอกเวลาหรือวันหยุดอย่างต่อเนื่อง ไม่มีเวลาส่วนตัว ก็อาจทำให้เหนื่อยล้าทั้งทางร่างกายและจิตใจ เกิดความเครียดสะสม นำไปสู่ภาวะหมดไฟในการทำงาน และอาจกระทบถึงคุณภาพชีวิตโดยรวม

พรพิสุทธิ์ พรหมเทศน์ (2562) กล่าวว่า ความเครียดในการปฏิบัติงาน หมายถึง สถานการณ์ที่ตอบสนองต่อการทำงานที่กระตุ้นร่างกายและจิตใจ ทำให้บุคคลขาดความสมดุล ส่งผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย จิตใจ และความสามารถในการปฏิบัติงานลดลง ซึ่งแบ่งเป็น 5 ด้านได้ดังนี้ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านลักษณะงาน ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านลักษณะองค์การ และด้านลักษณะบุคคล

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความเครียด

Robbins (1996) ได้กล่าวว่า บุคลากรที่ต้องเผชิญกับความเครียดมีการแสดงออกได้หลายอย่างที่แตกต่างสามารถอธิบายได้ 3 ลักษณะคือ อาการทางร่างกาย อาการทางจิตใจ และอาการทางพฤติกรรม

1. อาการทางร่างกาย (Physiological Symptoms) บุคคลที่มีความเครียดส่วนใหญ่จะแสดงออกทางร่างกายมาอันดับแรก พบว่า ความเครียดส่งผลต่อการปวดศีรษะ ปวดท้อง ความดันสูง เป็นต้น

2. อาการทางจิตใจและอารมณ์ (Psychological Symptoms) เมื่อบุคคลเกิดความเครียดจากการเผชิญปัญหา ความไม่พึงพอใจ จะแสดงอาการทางจิตใจที่สามารถสังเกตได้ เช่น อารมณ์หงุดหงิด โมโหง่าย ซึมเศร้า ไม่สามารถตัดสินใจ ลังเลกลัวไม่กล้า เป็นต้น

3. อาการทางพฤติกรรม (Behavioral Symptoms) เมื่อบุคคลเกิดความเครียดจะส่งผลต่อการแสดงออกของพฤติกรรม การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปจากเดิม เช่น การปฏิบัติงานล่าช้า ลางานเพิ่มขึ้น งานไม่มีคุณภาพ สูบบุหรี่ ดื่มเหล้า เป็นต้น

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความเครียดในการปฏิบัติงาน

ณัฐธิดา สุพรรณภพ (2559) กล่าวว่า ความเครียดในการปฏิบัติงาน คือ สภาวะความรู้สึกของบุคคลที่เกิดขึ้นเมื่อเผชิญกับความไม่สมดุลของปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน เช่น ความกดดันจากหน้าที่รับผิดชอบ ปริมาณงานที่มากเกินไป ความไม่แน่นอนในตำแหน่งงาน หรือความขัดแย้งในที่ทำงาน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้อาจส่งผลกระทบต่อร่างกายและจิตใจของบุคคล รวมทั้งประสิทธิภาพในการทำงาน โดยอาจแสดงออกในรูปแบบของผลกระทบทั้งเชิงบวก เช่น การกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจในการทำงาน หรือในเชิงลบ เช่น ความเหนื่อยล้า ความวิตกกังวล หรือภาวะหมดไฟในการทำงาน (Burnout)

Beehr and Franz (1995) ให้ความหมายความเครียดในการปฏิบัติงานไว้ว่า สภาพแวดล้อมในการปฏิบัติทั้งหมดเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดความไม่สบายใจ ความกดดัน ความคับข้องใจส่งผลก่อให้เกิดเป็นความเครียดในการปฏิบัติงาน มีการศึกษาค้นคว้าหาถึงสาเหตุของความเครียดที่มีผลมาจากการงาน เช่น การปฏิบัติงานที่มีระยะเวลายาวนานเกินไป งานที่มีมากเกินไป บทบาทหน้าที่ในการทำงานที่คลุมเครือ สิ่งเหล่านี้ล้วนทำให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงาน

Tayloy (1986) ได้กล่าวถึง สาเหตุความเครียดในการปฏิบัติงาน เกิดขึ้นจากหลายปัจจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับบุคคล บทบาทในองค์กร และโครงสร้างขององค์กรโดยรวมมีสาเหตุดังต่อไปนี้

1. ลักษณะงาน ได้แก่ สภาพแวดล้อมการปฏิบัติงานไม่ดี เครื่องมือในการปฏิบัติงานไม่เหมาะสม ภาระงานหนัก งานมีความซับซ้อนเกินความสามารถในการปฏิบัติงาน

2. บทบาทหน้าที่ในองค์กรไม่ชัดเจน

3. ไม่ได้รับการสนับสนุนด้านความก้าวหน้าในการปฏิบัติงาน

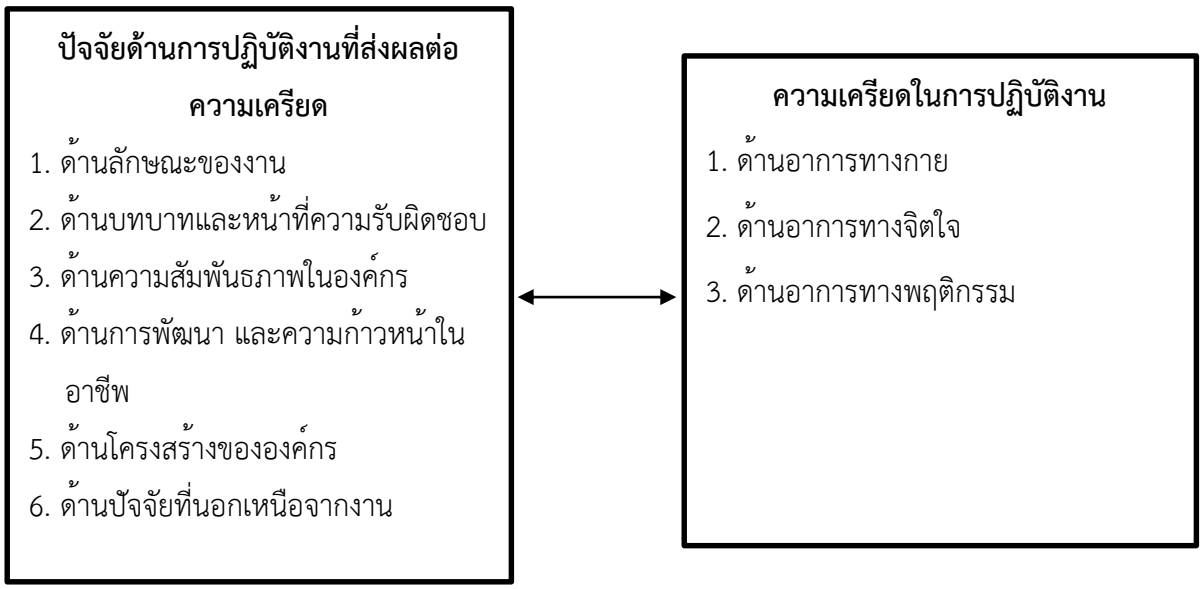
4. สัมพันธภาพในองค์กรไม่ดีจะนำไปสู่ความเครียดในการปฏิบัติงาน

5. โครงสร้างและบรรยากาศในองค์กร ได้แก่ นโยบายของผู้บริหาร แนวทางการปฏิบัติงาน กฎระเบียบการปฏิบัติงาน

สรุปได้ว่า ความเครียดในการปฏิบัติงานมีสาเหตุมาจากทั้งปัจจัยภายในและภายนอกตัวบุคคล โดยปัจจัยภายใน เช่น ความสามารถในการปรับตัว การควบคุมอารมณ์ และระดับความทนต่อแรงกดดัน เป็นต้น ขณะที่ปัจจัยภายนอก ประกอบด้วย ลักษณะงานที่มีความซับซ้อนหรือภาระงานที่มากเกินไป ความไม่ชัดเจนของบทบาทหน้าที่ ขาดโอกาสในการพัฒนาและความก้าวหน้าในสายอาชีพ การถูกกดดันหรือเอารัดเอาเปรียบ ความสัมพันธ์เชิงลบระหว่างเพื่อนร่วมงานหรือหัวหน้างาน รวมถึงการประเมินผลงานที่ขาดความยุติธรรม ปัจจัยเหล่านี้ล้วนมีแนวโน้มส่งผลให้บุคลากรเกิดความเครียด ซึ่งหากไม่ได้รับการจัดการอย่างเหมาะสม อาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพจิต ความพึงพอใจในงาน และประสิทธิภาพในการทำงานโดยรวม ดังนั้น องค์กรควรให้ความสำคัญกับการออกแบบระบบการทำงานที่เหมาะสม ส่งเสริมสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการทำงาน สนับสนุนการพัฒนาทักษะและความก้าวหน้าในสายอาชีพ ตลอดจนสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เปิดกว้างและเป็นธรรม เพื่อช่วยลดระดับความเครียดของบุคลากรและเสริมสร้างความยั่งยืนในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในระยะยาว

กรอบแนวคิดวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยด้วยการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความเครียดของ Cartwright and Cooper (1997) และแนวคิดเกี่ยวกับความเครียดในการปฏิบัติงานของ Robbin (1996) โดยมีรายละเอียดดังนี้



วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการปฏิบัติงานกับความเครียดของพนักงานบริษัท ติงค์บิ๊ก คอนซัลติ้ง จำกัด” ในครั้งนี้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) โดยมีรายละเอียดในการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานบริษัท ติงค์บิ๊ก คอนซัลติ้ง จำกัด จำนวนทั้งสิ้น 110 คน เนื่องจากจำนวนประชากรมีจำนวนจำกัด ผู้วิจัยจึงใช้ประชากรทั้งหมดในการศึกษาวิจัย

2. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ตัวแปรอิสระ ปัจจัยด้านการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความเครียด ตามแนวคิดของ Cartwright and Cooper (1997) ประกอบด้วย 6 ด้าน (1) ด้านลักษณะของงาน (2) ด้านบทบาทและหน้าที่ความรับผิดชอบ (3) ด้านความสัมพันธภาพในองค์กร (4) ด้านการพัฒนาและความก้าวหน้าในอาชีพ (5) ด้านโครงสร้างขององค์กร (6) ด้านปัจจัยที่นอกเหนือจากงาน ตัวแปรตาม ความเครียดในการปฏิบัติงาน ตามแนวคิดของ (Robbin, 1996) ประกอบด้วย 3 ด้าน (1) ด้านอาการทางกาย (2) ด้านอาการทางจิตใจ (3) ด้านอาการทางพฤติกรรม

3. เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความเครียด และความเครียดในการปฏิบัติงาน ที่ผู้วิจัยพัฒนาจากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา และผู้ทรงคุณวุฒิ ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ และนำเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC: Index of item objective congruence) พบว่ามีค่า IOC ระหว่าง 0.50-1.00 ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach’s Alpha = 0.961 โดยแบบสอบถามที่พัฒนาคุณภาพ มีทั้งหมด 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อคำถามข้อมูลส่วนบุคคลทางประชากรศาสตร์ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบสำรวจรายการ (check list) จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความเครียดของพนักงานบริษัท ติงค์บิ๊ก คอนซัลติ้ง จำกัด ตามแนวคิดของ Cartwright and Cooper (1997) ทั้งหมด 6 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านลักษณะของงาน (2) ด้านบทบาทและหน้าที่ความรับผิดชอบ (3) ด้านความสัมพันธภาพในองค์กร (4) ด้านการพัฒนาและความก้าวหน้าในอาชีพ (5) ด้านโครงสร้างขององค์กร และ (6) ด้านปัจจัยที่

นอกเหนือจากงาน จำนวน 35 ข้อ คำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) โดยให้ผู้ตอบเลือกตอบเพียง 1 ตัวเลือก แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

5 หมายถึง ท่านเห็นด้วยกับข้อความนี้มากที่สุด

4 หมายถึง ท่านเห็นด้วยกับข้อความนี้มาก

3 หมายถึง ท่านเห็นด้วยกับข้อความนี้ปานกลาง

2 หมายถึง ท่านเห็นด้วยกับข้อความนี้น้อย

1 หมายถึง ท่านเห็นด้วยกับข้อความนี้น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามระดับความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ติงค์บิ๊ก คอนซัลติ้ง จำกัด ทั้งหมด 3 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านอาการทางกาย (2) ด้านอาการทางจิตใจ และ (3) ด้านอาการทางพฤติกรรม จำนวน 20 ข้อ คำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) โดยให้ผู้ตอบเลือกตอบเพียง 1 ตัวเลือก แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

5 หมายถึง ท่านมีความเครียดในการปฏิบัติงานมากที่สุด

4 หมายถึง ท่านมีความเครียดในการปฏิบัติงานมาก

3 หมายถึง ท่านมีความเครียดในการปฏิบัติงานปานกลาง

2 หมายถึง ท่านมีความเครียดในการปฏิบัติงานน้อย

1 หมายถึง ท่านมีความเครียดในการปฏิบัติงานน้อยมาก

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

กลุ่มประชากรในงานวิจัยทั้ง 110 คน ตอบแบบสอบถามครบถ้วนและสมบูรณ์ทุกชุด ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ด้วยการหาค่าร้อยละ (percentage) และค่าความถี่ (frequency) เพื่ออธิบายลักษณะของประชากร

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความเครียดของพนักงานบริษัท ติงค์บิ๊ก คอนซัลติ้ง จำกัด ที่ประกอบด้วย (1) ด้านลักษณะของงาน (2) ด้านบทบาทและหน้าที่ความรับผิดชอบ (3) ด้านความสัมพันธภาพในองค์กร (4) ด้านการพัฒนาและความก้าวหน้าในอาชีพ (5) ด้านโครงสร้างขององค์กร (6) ด้านปัจจัยที่นอกเหนือจากงาน ด้วยการหาค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) เป็นรายด้านและโดยรวม นำเสนอในรูปแบบตาราง โดยใช้เกณฑ์การแปลผลเป็นระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง เห็นด้วยระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง เห็นด้วยระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง เห็นด้วยระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง เห็นด้วยระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง เห็นด้วยระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 วิเคราะห์ระดับความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ติงค์บิ๊ก คอนซัลติ้ง จำกัด ที่ประกอบด้วย (1) ด้านอาการทางกาย (2) ด้านอาการทางจิตใจ (3) ด้านอาการทางพฤติกรรม ด้วยการหาค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) โดยใช้เกณฑ์การแปลผลเป็นระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง ความเครียดในการปฏิบัติงานระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง ความเครียดในการปฏิบัติงานระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง ความเครียดในการปฏิบัติงานระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง ความเครียดในการปฏิบัติงานระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง ความเครียดในการปฏิบัติงานระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความเครียดกับความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ติงค์บิ๊ก คอนซัลติ้ง จำกัด ด้วยสถิติการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) โดยพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ตามแนวคิดของฮิงเกิ้ล Hinkle (1998) เกณฑ์ในการพิจารณาความสัมพันธ์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (ρ) ดังนี้

0.90 ถึง 1.00 หมายถึง มีความสัมพันธ์ระดับสูงมาก
0.70 ถึง 0.90 หมายถึง มีความสัมพันธ์ระดับสูง
0.50 ถึง 0.70 หมายถึง มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง
0.30 ถึง 0.50 หมายถึง มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ
0.00 ถึง 0.30 หมายถึง มีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความเครียดของพนักงานบริษัท ติงค์บิ๊ก คอนซัลติ้ง จำกัด พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความเครียดภาพรวมอยู่ในระดับน้อย (μ = 1.72) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า พนักงานบริษัท ติงค์บิ๊ก คอนซัลติ้ง จำกัด มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความเครียด มากที่สุด 3 ด้าน ได้แก่ ด้านบทบาทและหน้าที่ความรับผิดชอบ (μ = 1.77) ด้านการพัฒนาและความก้าวหน้าในอาชีพ (μ = 1.74) และด้านโครงสร้างขององค์กร (μ = 1.72) ตามลำดับ (ผลการวิเคราะห์แสดงดังตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความเครียดของพนักงานบริษัท ติงค์บิ๊ก คอนซัลติ้ง จำกัด จำแนกเป็นรายด้านและโดยรวม

ปัจจัยด้านการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความเครียด	μ	σ	ระดับ
ด้านลักษณะของงาน	1.70	0.48	น้อย
ด้านบทบาทและหน้าที่ความรับผิดชอบ	1.77	0.62	น้อย
ด้านความสัมพันธภาพในองค์กร	1.68	0.56	น้อย
ด้านการพัฒนาและความก้าวหน้าในอาชีพ	1.74	0.61	น้อย
ด้านโครงสร้างขององค์กร	1.72	0.57	น้อย
ด้านปัจจัยที่นอกเหนือจากงาน	1.68	0.64	น้อย
รวม	**1.72**	**0.51**	**น้อย**

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ติงค์บิ๊ก คอนซัลติ้ง จำกัด พบว่า ระดับความเครียดในการปฏิบัติงาน ภาพรวมอยู่ในระดับน้อย (μ = 1.62) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า พนักงานบริษัท ติงค์บิ๊ก คอนซัลติ้ง จำกัด มีระดับความเครียดในการปฏิบัติงาน 3 ด้าน โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านอาการทางกาย (μ = 1.73) ด้านอาการทางจิตใจ (μ = 1.65) และด้านอาการทางพฤติกรรม (μ = 1.47) ตามลำดับ (ผลการวิเคราะห์แสดงดังตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ติงค์บิ๊ก คอนซัลติ้ง จำกัด จำแนกเป็นรายด้านและโดยรวม

ระดับความเครียดในการปฏิบัติงาน	μ	σ	ระดับ
ด้านอาการทางกาย	1.73	0.65	น้อย
ด้านอาการทางจิตใจ	1.65	0.65	น้อย
ด้านอาการทางพฤติกรรม	1.47	0.52	น้อย
รวม	**1.62**	**0.57**	**น้อย**

3. ปัจจัยด้านการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความเครียด มีความสัมพันธ์ทางบวก กับความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ติงค์บิ๊ก คอนซัลติ้ง จำกัด ภาพรวมอยู่ในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.820 สำหรับปัจจัยด้านการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความเครียด กับ ความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ติงค์บิ๊ก คอนซัลติ้ง จำกัด มีค่าสัมประสิทธิ์

สหสัมพันธ์รายด้าน อยู่ระหว่าง .453 ถึง .805 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกด้าน แม้ว่าภาพรวมของตัวแปรต้นและตัวแปรตามจะอยู่ในระดับน้อย แต่มีแนวโน้มสอดคล้องกันในเชิงทิศทางอย่างมีนัยสำคัญ โดยคู่ที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงสุด 3 คู่ ได้แก่ ปัจจัยด้านการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความเครียด ด้านความสัมพันธภาพในองค์กร กับ ความเครียด ด้านอาการทางจิตใจ มีความสัมพันธ์กันระดับสูง (ρ = 0.805) ปัจจัยด้านการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความเครียด ด้านความสัมพันธภาพในองค์กร กับ ความเครียดด้านอาการทางกาย มีความสัมพันธ์กันระดับสูง (ρ = 0.751) และปัจจัยด้านการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความเครียดด้านโครงสร้างขององค์กรกับความเครียดด้านอาการทางกาย มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง (ρ = 0.747) ตามลำดับ (ผลการวิเคราะห์แสดงดังตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการปฏิบัติงานกับความเครียดของพนักงานบริษัท ติงค์บิ๊ก คอนซัลติ้ง จำกัด

ปัจจัยด้านการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความเครียด	**ระดับความเครียดในการปฏิบัติงาน**				
	ด้านอาการทางกาย	**ด้านอาการทางจิตใจ**	**ด้านอาการทางพฤติกรรม**	**รวม**	**ระดับความสัมพันธ์**
ด้านลักษณะของงาน	.587**	.631**	.453**	.607**	ปานกลาง
ด้านบทบาทและหน้าที่ความรับผิดชอบ	.719**	.740**	.541**	.726**	สูง
ด้านความสัมพันธภาพในองค์กร	.751**	.805**	.672**	.804**	สูง
ด้านการพัฒนาและความก้าวหน้าในอาชีพ	.657**	.738**	.619**	.726**	สูง
ด้านโครงสร้างขององค์กร	.747**	.745**	.531**	.736**	สูง
ด้านปัจจัยที่นอกเหนือจากงาน	.711**	.678**	.592**	.715**	สูง
รวม	**.793****	**.823****	**.649****	**.820****	**สูง**

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการปฏิบัติงานกับความเครียดของพนักงานบริษัท ติงค์บิ๊ก คอนซัลติ้ง จำกัด สามารถอภิปรายผล ดังนี้

1. ผลการศึกษาปัจจัยด้านการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความเครียดของพนักงานบริษัท ติงค์บิ๊ก คอนซัลติ้ง จำกัด มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการปฏิบัติงาน ภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ทั้ง 6 ด้าน

โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านบทบาทและหน้าที่ความรับผิดชอบ ด้านการพัฒนาและความก้าวหน้าในอาชีพ ด้านโครงสร้างขององค์กร ด้านลักษณะของงาน ด้านความสัมพันธภาพในองค์กร และด้านปัจจัยที่นอกเหนือจากงาน ตามลำดับ เนื่องมาจากบริษัท ติงค์บิ๊ก คอนซัลติ้ง จำกัด มีรูปแบบการบริหารงานที่ชัดเจน โดยกำหนดโครงสร้างองค์กรที่เหมาะสม พร้อมทั้งวางขอบเขตของบทบาทและหน้าที่ความรับผิดชอบให้กับพนักงานอย่างชัดเจน ครอบคลุม และเป็นธรรม ลดความซ้ำซ้อนของงาน และหลีกเลี่ยงความขัดแย้งจากบทบาทที่ไม่แน่นอน นอกจากนี้ บริษัท ติงค์บิ๊ก คอนซัลติ้ง จำกัด ยังมีนโยบายสนับสนุนการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการจัดฝึกอบรม การเพิ่มพูนทักษะ และการปรับปรุงกระบวนการทำงาน เพื่อให้พนักงานสามารถยกระดับศักยภาพในการปฏิบัติงาน ตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งมีบางส่วนสอดคล้องกับงานวิจัยของ มณฑล เหลืองบุศราคัม และเกวลิน ศีลพิพัฒน์ (2566) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการทำงานที่มีความสัมพันธ์กับความเครียดของบุคลากรกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ผลวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านการทำงาน ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เนื่องมาจากบริบทลักษณะในการทำงานของแต่ละองค์กรย่อมมีความแตกต่างกัน จึงมีความเป็นไปได้ที่มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการปฏิบัติงานมีภาพรวมในระดับแตกต่างกันไป

2. ผลการศึกษาระดับความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ติงค์บิ๊ก คอนซัลติ้ง จำกัด พบว่า ระดับความเครียดในการปฏิบัติงาน ภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ทั้ง 3 ด้าน โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านอาการทางกาย ด้านอาการทางจิตใจ และด้านอาการทางพฤติกรรม เนื่องมาจากพนักงานบริษัท ติงค์บิ๊ก คอนซัลติ้ง จำกัด มีแนวทางการบริหารจัดการงานและเวลาที่เหมาะสม ส่งผลให้ร่างกายสามารถปรับสมดุลและฟื้นฟูได้อย่างเพียงพอ มีความมั่นคงทางอารมณ์ พึงพอใจในการทำงาน ไม่รู้สึกวิตกกังวล หรือมีอารมณ์แปรปรวนในระดับที่กระทบต่อการทำงาน แสดงให้เห็นว่า บุคลากรมีทักษะในการจัดการความรู้สึกตนเอง และได้รับการสนับสนุนทางจิตใจจากเพื่อนร่วมงานหรือระบบภายในองค์กรที่ส่งเสริมสุขภาพจิต และไม่พบพฤติกรรมที่บ่งชี้ถึงความเครียด โดยพนักงานยังคงมีความมุ่งมั่นในการทำงาน มีวินัยไม่ขาดงานหรือมาสายบ่อย และสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างราบรื่น ซึ่งมีบางส่วนสอดคล้องกับงานวิจัยของ อิสราภรณ์ พละศักดิ์ (2563) ศึกษาเรื่อง ความเครียดจากการทำงานและปัจจัยที่เกี่ยวข้องของพยาบาลวิชาชีพ สำนักงานบรรเทาทุกข์และประชานามัยพิทักษ์ สภากาชาดไทย ผลวิจัย พบว่า ระดับความเครียดในการปฏิบัติงานภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ทั้งนี้ระดับความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานแต่ละองค์กร มีความแตกต่างกันตามบริบทขององค์กร อย่างเช่น องค์กรเอกชน ความเครียดมักเกิดจากแรงกดดันด้านผลลัพธ์ ความเร็วในการทำงาน การแข่งขัน และความไม่แน่นอนของตำแหน่งงาน ขณะที่องค์กรภาครัฐจะมีความเครียดที่มาจากระบบราชการที่มีขั้นตอนซับซ้อน งานเอกสารจำนวนมาก และข้อจำกัดในการปรับเปลี่ยนสิ่งต่าง ๆ แม้ว่าจะมี

ความมั่นคงในงานสูงกว่า ซึ่งหากไม่สามารถจัดการกับความเครียดได้อย่างเหมาะสม ส่งผลให้เกิดการแสดงออกทางร่างกาย ทางจิตใจ และทางพฤติกรรมต่อไป จึงมีความเป็นไปได้ที่มีระดับความเครียดในการปฏิบัติงานมีภาพรวมในระดับแตกต่างกันไป

3. ผลการศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการปฏิบัติงานกับความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ติงค์บิ๊ก คอนซัลติ้ง จำกัด พบว่า ปัจจัยด้านการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความเครียดมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ติงค์บิ๊ก คอนซัลติ้ง จำกัด ภาพรวมอยู่ในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกด้าน โดยคู่ที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงสุด 3 คู่ ได้แก่ ปัจจัยด้านการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความเครียด ด้านความสัมพันธภาพในองค์กร กับระดับความเครียดด้านอาการทางจิตใจ มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง ปัจจัยด้านการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความเครียดด้านความสัมพันธภาพในองค์กร กับระดับความเครียดด้านอาการทางกาย มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง และปัจจัยด้านการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความเครียดด้านโครงสร้างขององค์กร กับระดับความเครียดด้านอาการทางกาย ความสัมพันธ์กันในระดับสูง ตามลำดับ เนื่องมาจากพนักงานบริษัท ติงค์บิ๊ก คอนซัลติ้ง จำกัด มีปัจจัยด้านการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความเครียดและความเครียดในการปฏิบัติงาน ภาพรวมอยู่ในระดับน้อยทุกด้าน เพราะได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหารที่ได้ให้ความสำคัญกับการจัดระเบียบภายในองค์กร เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงาน ความคล่องตัวในการดำเนินธุรกิจ และความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงในยุคปัจจุบัน โดยโครงสร้างที่ดีจะช่วยให้องค์กรดำเนินงานอย่างมีทิศทาง มีระบบ ลดความซ้ำซ้อนในการทำงาน สร้างความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างบุคลากรภายในองค์กร ไม่ว่าจะเป็นระหว่างเพื่อนร่วมงาน หรือระหว่างพนักงานกับหัวหน้างาน ซึ่งสัมพันธ์ที่ดีเหล่านี้ช่วยให้เกิดการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ การร่วมมือกันทำงาน และบรรยากาศการทำงานที่ส่งเสริมการเรียนรู้และการเติบโต ซึ่งมีบางส่วนสอดคล้องกับงานวิจัยของ จักรวัฒน์ เร่งถนอมทรัพย์ (2565) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างสัมพันธภาพ ความเครียดและทัศนคติในการทำงานกับผลการปฏิบัติงานของบุคลากร กรณีศึกษาพนักงานสอบสวนกองบังคับการตำรวจนครบาล สำนักงานตำรวจแห่งชาติ ผลวิจัย พบว่า ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการปฏิบัติงานกับความเครียดในการปฏิบัติงาน ภาพรวมอยู่ในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าพนักงานมีความคิดเห็นต่อปัจจัยในการทำงานเพิ่มขึ้น หรือปัจจัยในการทำงานเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น ความเครียดในการทำงานโดยรวมของพนักงานจะลดลงในระดับต่ำ หรือลดลงเล็กน้อย

ปัจจัยด้านการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความเครียด มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับระดับความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ติงค์บิ๊ก คอนซัลติ้ง จำกัด จากผลโดยภาพรวมของพนักงาน บริษัท ติงค์บิ๊ก คอนซัลติ้ง จำกัด ที่มีความเครียดภาพรวมอยู่ในระดับน้อย แสดงถึงความสำเร็จในการบริหารจัดการปัจจัยด้านการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นในด้านลักษณะของงาน ด้านบทบาทและหน้าที่ความ

รับผิดชอบ ด้านความสัมพันธภาพในองค์กร ด้านการพัฒนา และความก้าวหน้าในอาชีพ ด้านโครงสร้างขององค์กร และด้านปัจจัยที่นอกเหนือจากงาน ซึ่งสะท้อนถึงการบริหารงานของบริษัท ติงค์บิ๊ก คอนซัลติ้ง จำกัด ที่ให้ความสำคัญกับ “คน” ซึ่งเป็นทรัพยากรอันมีค่าที่สุดในองค์กร ดังนั้น องค์กรควรรักษาจุดแข็งนี้ไว้ พร้อมต่อยอดพัฒนาให้เป็นวัฒนธรรมองค์กรที่ยั่งยืนต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการปฏิบัติงานกับความเครียดของพนักงานบริษัท ติงค์บิ๊ก คอนซัลติ้ง จำกัด ในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะให้กับผู้บริหาร ผู้บังคับบัญชา รวมถึงผู้มีอำนาจหน้าที่รับผิดชอบในส่วนที่เกี่ยวข้องนำผลวิจัยที่ได้ไปใช้ ดังนี้

1.1 ควรมีการพัฒนาระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานให้มีความเป็นระบบและต่อเนื่อง ทั้งด้านทักษะเฉพาะทาง ความสามารถในการทำงานเป็นทีม และคุณลักษณะด้านพฤติกรรม เพื่อให้สามารถปรับตัวกับวัฒนธรรมองค์กร บทบาทหน้าที่ และวิธีการทำงานได้รวดเร็วยิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรตั้งแต่เริ่มต้น

1.2 ควรมีการสำรวจเพิ่มเติมเกี่ยวกับพื้นที่สำหรับการพักผ่อนหรือผ่อนคลาย พร้อมทั้งสำรวจความพึงพอใจของพนักงานต่อสภาพแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สามารถปรับปรุงหรือแก้ไขจุดบกพร่องได้ตรงจุด เพื่อเป็นการส่งเสริมสุขภาวะของพนักงานได้อย่างรอบด้านยิ่งขึ้น และควรมีระบบสนับสนุนด้านสุขภาพจิต เช่น ที่ปรึกษาด้านสุขภาพจิตภายในองค์กร หรือสิทธิการเข้าถึงนักจิตวิทยาหรือผู้เชี่ยวชาญภายนอก เพื่อช่วยเสริมความมั่นคงด้านอารมณ์และความรู้สึกของพนักงานให้มากยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการปฏิบัติงานกับความเครียดของพนักงานบริษัท ติงค์บิ๊ก คอนซัลติ้ง จำกัด เท่านั้น จึงอาจมีความแตกต่างจากองค์กรอื่น ๆ ที่มีรูปแบบการปฏิบัติงาน หรือบริบทของงานที่แตกต่างกัน ดังนั้น จึงควรทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการปฏิบัติงานกับความเครียดเพิ่มเติม เพื่อให้ผลการศึกษาวิจัยมีความหลากหลาย และครบคลุมมากยิ่งขึ้น

2.2 ควรทดสอบค่าความสัมพันธ์ด้วยสถิติอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น สถิติการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression Analysis) เพื่อให้การวิเคราะห์ข้อมูลมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.3 ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรทำการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้เข้าใจปัจจัยด้านการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความเครียด และความเครียดในการปฏิบัติงานได้อย่างลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

กองสวัสดิการแรงงาน. (2547). *คุณภาพชีวิตงาน (Quality of work life)*. อนุสารแรงงาน.

จักรวัฒน์ เร่งถนอมทรัพย์. (.(2565*ความสัมพันธ์ระหว่างสัมพันธภาพ ความเครียดและทัศนคติในการทำงาน กับผลการปฏิบัติงานของบุคลากร กรณีศึกษาพนักงานสอบสวนกองบังคับการตำรวจนครบาล สำนักงานตำรวจแห่งชาติ* [ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง]. ฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ณัฐธิดา สุพรรณภพ. (2559). *ความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดในการทำงาน คุณภาพชีวิตในการทำงาน การรับรู้คุณค่าของงานและความเหนื่อยหน่ายในการทำงานของบุคลากร สายวิชาการ กรณีศึกษามหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร* [ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. ฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พรพิสุทธิ์ พรหมเทศน์. (2562). ปัจจัยความเครียดในการปฏิบัติงานของผู้บริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการบริหารงานโรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดสำนักงานศึกษาธิการภาค 11. *วารสารการบริหารการศึกษาและภาวะผู้นำ*, *8*(29), 55-64.

มณฑล เหลืองบุศราคัม และเกวลิน ศีลพิพัฒน์. (2566). ปัจจัยการทำงานที่มีความสัมพันธ์กับความเครียดของบุคลากรกรมตรวจบัญชีสหกรณ์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์*, *7*(2), 1-15.

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2566). *สายด่วนสุขภาพจิตเผย “ความเครียด-กังวัล-ทำงานไม่มีความสุข” ปัญหาอันดับ 1 ของแรงงานไทย*. https://www.thaihealth.or.th/?p=334929

อิสราภรณ์ พละศักดิ์. (2563). *ความเครียดจากการทำงานและปัจจัยที่เกี่ยวข้องของพยาบาลวิชาชีพ สำนักงานบรรเทาทุกข์และประชานามัยพิทักษ์ สภากาชาดไทย* [วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. ฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Beehr, T. A., & Franz, T. M. (1995). *The current debate about the meaning of job stress*. Haworth Press.

Cartwright, S., & Cooper, C. L. (1997). *Managing workplace stress* (Vol. 1). Sage Publications.

Hinkle, D. E., Wiersma, W., & Jurs, S. G. (1998). *Applied statistics for the behavioral sciences* (4th ed.). Houghton Mifflin.

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2009). *Organizational behavior* (13th ed.). Prentice Hall.

Taylor, S. E. (1986). *Health psychology*. Random House.

วารสารวิชาการ วิจัย และนวัตกรรม มสธ. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)
STOU Academic Journal of Research and Innovation (Humanities and Social Science)
ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2568) Vol. 5 No. 2 (July - December 2025)

Received: February 18, 2025
Revised: July 15, 2025
Accepted: September 3, 2025

พฤติกรรมการรับฟัง ความพึงพอใจ และความต้องการที่มีต่อรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดน

Listeners' Exposure Behavior, Satisfaction and Demand for Programming from the Broadcasting Service of Border Patrol Police

นธี หงษ์ษา (Natee Hongsa)[1]
มนวิภา วงรุจิระ (Monwipa Wongrujira)[2]
E-mail: natea74@hotmail.com, monwipa.won@stou.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดน 2) ความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อสถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดน และ 3) ความต้องการของผู้ฟังสถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดน ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างผู้รับฟังสถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดนในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชัยภูมิ ยโสธร อุดรธานี แพร่ ตาก นครศรีธรรมราช สงขลา และกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 400 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษา พบว่า 1) การเปิดรับฟังรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดนส่วนใหญ่รับฟังผ่านทางเครื่องรับวิทยุ จากที่พักอาศัยของตนเอง ใช้เวลาในการเปิดรับฟังเฉลี่ยต่อครั้งน้อยกว่า 30 นาที ในช่วงเวลา 06.00 - 09.00 น. โดยเฉลี่ย 1-2 วันต่อสัปดาห์ ฟังรายการเฉพาะช่วงที่น่าสนใจ เพื่อแสวงหาความรู้ข่าวสาร โดยเฉพาะจากรายการนานาสาระกับ ตชด. และไม่เคยร่วมกิจกรรมกับสถานีฯ

[1] *นักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช*
(Student in Master of Communication Arts program, Sukhothai Thammathirat Open University)
[2] *รองศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช*
(Associate Professor of School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University)

2) ความพึงพอใจของผู้ฟังในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และด้านที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ ด้านเนื้อหารายการ รองลงมาคือ ด้านผู้ดำเนินรายการ และด้านประเภทรายการ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยพึงพอใจน้อยที่สุดคือ การมีส่วนร่วมในรายการ 3) ความต้องการของผู้ฟังรายการที่มีต่อสถานีฯ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านความชัดเจนของสัญญาณคลื่น รองลงมาคือ ด้านความต้องการด้านผู้ดำเนินรายการ และด้านประเภทรายการที่มีความต้องการ ส่วนค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านความต้องการการมีส่วนร่วมกับสถานีฯ ตามลำดับ และผู้ฟังยังได้มีข้อเสนอแนะให้สถานีฯ ปรับปรุงเครื่องส่งสัญญาณของสถานีฯ ให้สามารถส่งได้ไกล และพัฒนาคลื่นสัญญาณให้ชัดเจนมากกว่าเดิม

คำสำคัญ พฤติกรรมการรับฟัง ความพึงพอใจ ความต้องการ สถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดน

Abstract

This research aimed to study: 1) the listeners' exposure behavior of the Broadcasting Service of Border Patrol Police; 2) listeners' satisfaction with the station's programming; and 3) listeners' demands for programming. It applied the quantitative research method of a survey by questionnaires. The sample population was 400 listeners to the Broadcasting Service of Border Patrol Police in Kanchanaburi, Prachuab Khiri Khan, Chaiyaphum, Yasothon, Udon Thani, Phrae, Tak, Nakhon Si Thammarat, Songkhla, and Bangkok, were chosen through multi-stage sampling. Data were analyzed with the descriptive statistics of frequency, percentage, mean, and standard deviation.

The results showed that 1) The majority of survey respondents listened to the Broadcasting Service of Border Patrol Police's programs on a radio in their place of residence. Most listened for less than 30 minutes per day, 1-2 times a week, most often during the time period 06:00-09:00. They chose to listen to only the programming that was interesting, for the purpose of obtaining news and information, especially the "Nana Sara Gab BPP." program. Most survey respondents had never participated in any station activities. 2) Overall, listeners were highly satisfied with the station. The category that received the highest average satisfaction score was program content, followed by program hosts, and type of programs, while the category that received the lowest average satisfaction score was program participation. 3) Overall, listeners had a high level of demand for the station.

Considering different aspects, the highest average demand score was for transmission signal clarity, followed by good program hosts and types of programs. The lowest average demand score was for audience participation. Listener suggestions were for the station to improve its signal transmission to reach a wider area and to provide greater audio clarity.

Keywords: Listening behavior, Satisfaction, Demand, Border Patrol Police Radio Station

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

วิทยุกระจายเสียงทำหน้าที่เผยแพร่ข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิงที่สามารถเข้าถึงกลุ่มคนได้เป็นจำนวนมาก และเป็นที่ยอมรับว่า วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่สามารถให้บริการผู้ฟังในเขตรัศมีการส่งกระจายเสียงที่กว้างและไกลมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สามารถเข้าถึงชนบทที่อยู่ห่างไกลความเจริญและทุรกันดาร วิทยุกระจายเสียงมีอิทธิพลต่อประชาชน ในสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เนื่องจากเป็นสื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายด้วยเวลาอันรวดเร็ว วิทยุกระจายเวียงจึงเป็นสื่อที่มีบทบาทในการขับเคลื่อนสังคม โดยทำหน้าที่ทั้งกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เสนอข้อมูล และทำหน้าที่ให้ความบันเทิงผ่อนคลายความตึงเครียด และยังทำหน้าที่สอดส่องดูแลความเป็นไปของสังคม จึงเป็นกลไกสำคัญในการผลักดันการเปลี่ยนแปลง ช่วยเปิดโลกความรู้ รายการวิทยุจึงใช้ในการประชาสัมพันธ์เรื่องราวได้กว้างขวางและเป็นที่นิยมทั่วไป โดยเฉพาะกลุ่มประชาชนที่อาศัยในพื้นที่ที่สื่อเทคโนโลยีทันสมัยยังเข้าไม่ถึง

วิทยุกระจายเสียง เป็นสื่อที่มีคุณประโยชน์แก่สังคมมนุษย์ ทั้งยามปกติและยามสงคราม การรักษาความสงบภายในประเทศ กองบัญชาการตำรวจตระเวนชายแดน เป็นหน่วยงานหนึ่งของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ ที่มีภารกิจหลักในการเฝ้าระวังรักษาสถานการณ์ชายแดน ดูแลรักษาความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน รักษาความสงบเรียบร้อยด้วยการป้องกันปราบปรามอาชญากรรมสำคัญ และพัฒนาช่วยเหลือประชาชน เพื่อเสริมความมั่นคงของชาติ ในพื้นที่ชายแดนและพื้นที่ที่มีปัญหาด้านความมั่นคงจำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วน รวมทั้งประชาชนในพื้นที่ให้เข้ามาเป็นเครือข่ายและมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ รวมทั้งรับทราบข้อมูลข่าวสาร โดยใช้ “สถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดน” เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ในการเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างประชาชนกับกองบัญชาการตำรวจตระเวนชายแดน หรือหน่วยงานรัฐด้วยกัน

ทั้งนี้ สถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดนให้บริการข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ข้อเท็จจริง รวมทั้งรับฟังความคิดเห็นของประชาชน เพื่อนำข้อมูลเสนอต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้รับทราบ และนำข้อมูลไปใช้ในทางที่เป็นประโยชน์ทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่น ในปัจจุบันกองบัญชาการตำรวจตระเวนชายแดนมีสถานีวิทยุกระจายเสียง จำนวน 10 สถานีใน 10 จังหวัด ได้แก่ กาญจนบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชัยภูมิ ยโสธร

อุดรธานี แพร่ ตาก นครศรีธรรมราช สงขลา และกรุงเทพมหานคร โดยการจัดตั้งสถานีวิทยุกระจายเสียงกองบัญชาการตำรวจตระเวนชายแดน มีวัตถุประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนเข้าใจการปฏิบัติงานของกองบัญชาการตำรวจตระเวนชายแดน และแจ้งข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ของโลกปัจจุบัน โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง เผยแพร่และประชาสัมพันธ์ถึงโทษของยาเสพติดและรณรงค์ต่อต้าน และเพื่อให้ประชาชนตระหนักถึงปัญหาอาชญากรรมและเข้ามามีส่วนร่วมในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม และรู้จักป้องกันตนเอง (สถานีวิทยุกระจายเสียงกองบัญชาการตำรวจตระเวนชายแดน, ม.ป.ป.)

บทบาทหน้าที่ของสถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดนจะประสบผลสำเร็จได้นั้น จะต้องผลิตรายการให้เข้าถึงผู้ฟังให้ได้มากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผู้ฟังตามพื้นที่ห่างไกลคมนาคม โดยภาพรวมรายการต่าง ๆ ของสถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดน จะต้องสอดคล้องกับพฤติกรรม และความพึงพอใจ รวมถึงความต้องการของผู้ฟังสถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดน ตลอดจนการเพิ่มจำนวน และรักษากลุ่มผู้ฟังให้ได้มากที่สุด มีการดำเนินงานเพื่อนำเสนอข่าวสาร สาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ทั้งในสภาวะปกติและไม่ปกติ ให้ประชาชนได้รับทราบ แต่พบว่า ยังไม่เคยมีการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับฟัง และประเมินความพึงพอใจของผู้ฟังเลย ทั้งที่ประเด็นเหล่านี้มีความสำคัญ และจำเป็นอย่างยิ่งในการพัฒนารูปแบบของการนำเสนอรายการของสถานีฯ จึงมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับฟัง ความพึงพอใจ และความต้องการของผู้รับฟังสถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดน เพื่อนำมาเป็นแนวทางการปรับปรุงผังรายการและพัฒนารายการให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น สามารถตอบสนองความพึงพอใจ และความต้องการในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของผู้ฟังได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

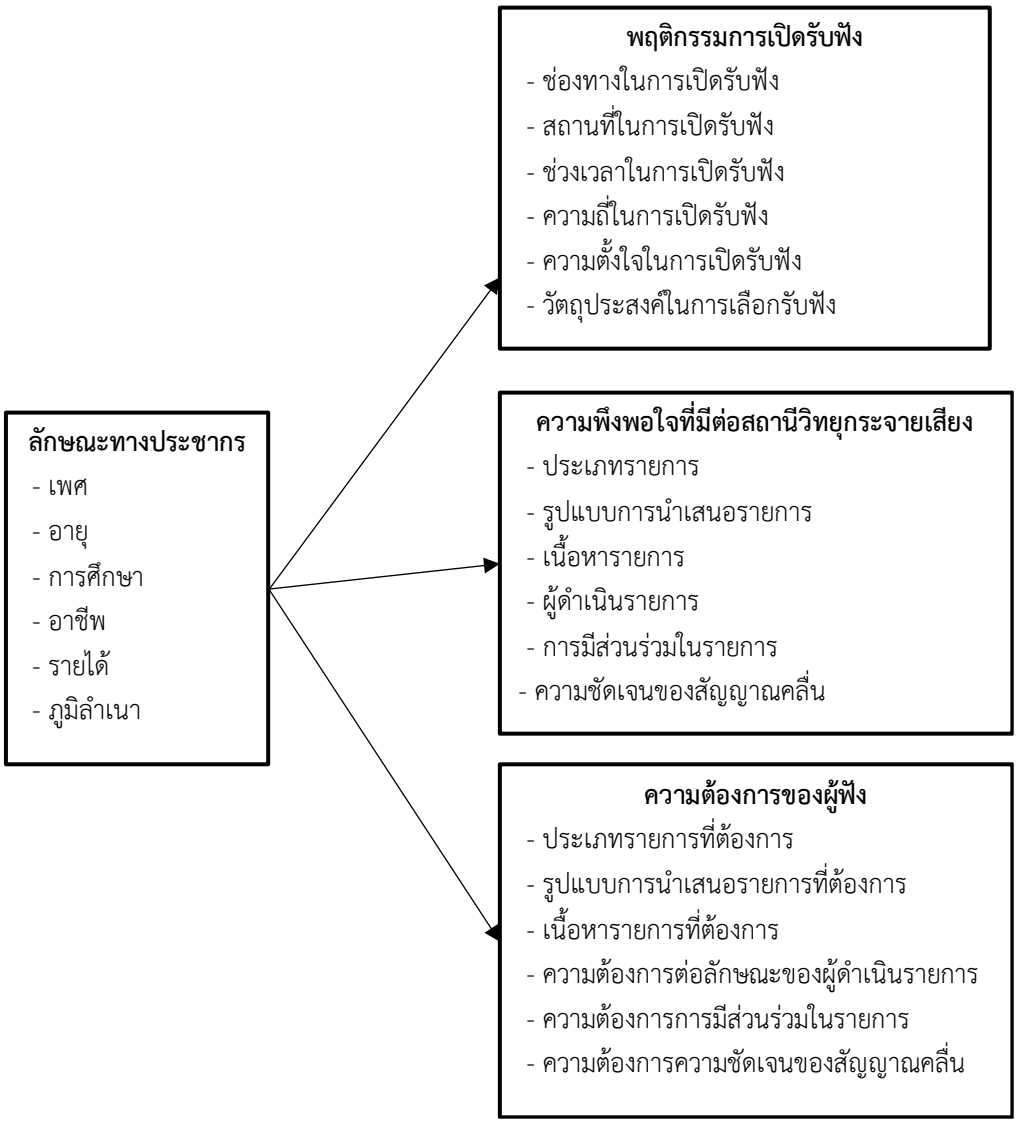
1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับฟังของผู้ฟังทางสถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดน
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อสถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดน
3. เพื่อศึกษาความต้องการของผู้ฟังสถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดน

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับฟัง ได้แก่ ช่องทางในการเปิดรับฟัง สถานที่ในการเปิดรับฟัง ช่วงเวลาในการเปิดรับฟัง ความถี่ในการเปิดรับฟัง ความตั้งใจในการเปิดรับฟัง วัตถุประสงค์ในการเลือกรับฟัง ความพึงพอใจของผู้รับฟังที่มีต่อรูปแบบรายการ เนื้อหารายการ ผู้ดำเนินรายการ การมีส่วนร่วมในรายการ ความชัดเจนของสัญญาณคลื่น และความต้องการของผู้รับฟัง

ขอบเขตด้านประชากร ศึกษาผู้รับฟังสถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดน จำนวน 10 แห่ง ในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชัยภูมิ ยโสธร อุดรธานี แพร่ ตาก นครศรีธรรมราช สงขลา และกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดการวิจัย



นิยามศัพท์

1. ผู้ฟัง หมายถึง ผู้ที่เปิดรับฟังรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดน ทั้งเพศหญิงและเพศชาย ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป อาศัยอยู่ในจังหวัดกาญจนบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชัยภูมิ ยโสธร อุดรธานี แพร่ ตาก นครศรีธรรมราช สงขลา และกรุงเทพมหานคร

2. พฤติกรรมการเปิดรับฟัง หมายถึง การเปิดรับฟังรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดน ช่องทางในการเปิดรับฟัง สถานที่ในการเปิดรับฟัง ช่วงเวลาในการเปิดรับฟัง ความถี่ในการเปิดรับฟัง ความตั้งใจในการเปิดรับฟัง และวัตถุประสงค์ในการเลือกรับฟัง

3. ความพึงพอใจของผู้ฟัง หมายถึง ความรู้สึกชอบ ไม่ชอบต่อลักษณะของประเภทรายการ รูปแบบรายการ เนื้อหารายการ ผู้ดำเนินรายการ การมีส่วนร่วมในรายการของผู้รับฟังสถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดนและความชัดเจนของสัญญาณคลื่น

4. ความต้องการของผู้ฟัง หมายถึง สิ่งที่ผู้รับฟังต้องการจากการให้บริการข้อมูลข่าวสารของสถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดน ได้แก่ ประเภทรายการ รูปแบบรายการ เนื้อหารายการ ผู้ดำเนินรายการ การมีส่วนร่วมในรายการ และความชัดเจนของสัญญาณคลื่น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดนได้ทราบถึงพฤติกรรม ความพึงพอใจ และความต้องการของผู้รับฟัง ที่ฟังรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดน

2. นำผลการศึกษาไปใช้ปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดนให้เหมาะสมต่อไป

วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการรับฟัง ความพึงพอใจ และความต้องการที่มีต่อรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดน” ในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณด้วยการสำรวจ โดยมีรายละเอียดในการวิจัย ดังนี้

1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ผู้ฟังรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดนที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (multi-stage sampling) โดยสุ่มเลือกผู้ฟังจาก 10 สถานีใน 10 จังหวัด ซึ่งเป็นที่ตั้งของสถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดน ได้แก่ กาญจนบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชัยภูมิ ยโสธร อุดรธานี แพร่ ตาก นครศรีธรรมราช สงขลา และกรุงเทพมหานคร

และกำหนดกลุ่มตัวอย่างจังหวัดละ 40 คน รวมเป็น 400 คน แล้วใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling) ในการเก็บข้อมูล

2. เครื่องมือวิจัย

การเก็บข้อมูลครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม ประกอบด้วย ประเด็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร พฤติกรรมการเปิดรับฟัง ความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบรายการ เนื้อหารายการ ผู้ดำเนินรายการ การมีส่วนร่วมในรายการ และความชัดเจนของสัญญาณคลื่น รวมทั้งความต้องการของผู้รับฟังสถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยนำแบบสอบถามไปแจกให้กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 25-40 ปี ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดคือปริญญาตรี มีอาชีพรับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ รายได้มากกว่า 30,000 บาทต่อเดือน และส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอาศัยอยู่ในภาคกลาง

ด้านพฤติกรรมการเปิดรับฟัง จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับช่องทางการเปิดรับฟังรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดน พบว่า ส่วนใหญ่เปิดรับฟังรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดนผ่านทางช่องทางเครื่องรับวิทยุ รองลงมา เปิดรับฟังผ่านทางอินเตอร์เน็ต เช่น เฟซบุ๊ก เว็บไซต์ เป็นต้น และเปิดรับฟังผ่านทางช่องทางแอปพลิเคชัน Bppradio station น้อยที่สุด ส่วนใหญ่เปิดรับฟังรายการจากที่พักอาศัยของตนเอง รองลงมาจากที่ทำงาน และเปิดรับฟังรายการในรถระหว่างเดินทาง ส่วนใหญ่ใช้เวลาในการเปิดรับฟังรายการของสถานีฯ โดยเฉลี่ยต่อครั้งน้อยกว่า 30 นาที ทั้งนี้ช่วงเวลาที่เปิดรับฟังมากที่สุดคือ 06.00-09.00 น. และส่วนใหญ่เปิดรับฟัง 1-2 วันต่อสัปดาห์

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับความตั้งใจฟังรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดน พบว่ามากกว่าร้อยละ 50 ตั้งใจฟังรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดนเฉพาะช่วงที่น่าสนใจ รองลงมามีลักษณะการเปิดทิ้งไว้ รับฟังบ้าง ไม่ได้รับฟังบ้าง และเหตุผลหลักที่เลือกฟังรายการของสถานีฯ คือ แสวงหาความรู้ข่าวสาร ทั้งนี้ รายการที่เป็นที่นิยมรับฟังคือ รายการนานาสาระกับ ตชด. รองลงมาคือ รายการ ตชด. เพื่อประชาชน และรายการ Police News ส่วนใหญ่ไม่เคยร่วมกิจกรรมกับสถานีฯ มีส่วนน้อยที่ร่วมกิจกรรมโดยกด like, share หรือ comment ทางเฟซบุ๊กของสถานีฯ

ด้านความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อสถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งด้านที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ ด้านเนื้อหารายการ รองลงมาคือ ผู้ดำเนินรายการ และประเภทรายการ ส่วนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ การมีส่วนร่วมในรายการ ส่วนความพึงพอใจ **ด้านประเภทรายการ** ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะรายการข่าวสารที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ส่วนค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือรายการส่งเสริมการศึกษา จริยธรรม ศิลปวัฒนธรรม สำหรับความพึงพอใจ **ด้านรูปแบบการนำเสนอรายการ** ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะรูปแบบการนำเสนอรายการมีเอกลักษณ์เฉพาะมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ส่วนค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ มีการพัฒนารูปแบบการนำเสนอรายการให้ทันสมัยตลอดเวลา

นอกจากนี้ความพึงพอใจของผู้ฟัง **ด้านเนื้อหารายการ** ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะเนื้อหารายการที่มีสาระประโยชน์ต่อสังคมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ส่วนค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือเนื้อหารายการไม่น่าเบื่อ มีความหลากหลาย **ด้านผู้ดำเนินรายการ** ผู้ฟังมีความพึงพอใจผู้ดำเนินรายการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีความเป็นกันเองกับผู้ฟัง ดำเนินรายการมีคุณภาพ และมีความน่าเชื่อถือ ส่วนความพึงพอใจ**ด้านการมีส่วนร่วมในรายการ** ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือการเปิดโอกาสให้ผู้ฟังโทรศัพท์เข้ามาแสดงความคิดเห็นระหว่างจัดรายการ **ด้านความชัดเจนของสัญญาณคลื่น** ภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะในประเด็นสัญญาณวิทยุมีความเสถียรและชัดเจน รายละเอียดตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจที่มีต่อสถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดน

ความพึงพอใจที่มีต่อสถานีวิทยุฯ แต่ละด้าน	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
เนื้อหารายการ	3.96	0.678	มาก
ผู้ดำเนินรายการ	3.91	0.734	มาก
ประเภทรายการ	3.90	0.785	มาก
รูปแบบการนำเสนอรายการ	3.84	0.772	มาก
ความชัดเจนของสัญญาณคลื่น	3.78	0.778	มาก
การมีส่วนร่วมในรายการ	3.75	0.866	มาก
ภาพรวม	**3.86**	**0.769**	**มาก**

ด้านความต้องการของผู้ฟังรายการทางสถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง **ความชัดเจนของสัญญาณคลื่น** มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ส่วนค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ **ความต้องการการมีส่วนร่วมกับสถานีฯ** ด้านประเภทรายการกลุ่มตัวอย่างมีความต้องการภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะประเภทรายการข่าว รายงานข่าวด่วน วิเคราะห์ข่าว มีค่าเฉลี่ยความต้องการสูงสุด รองลงมา คือรายการส่งเสริมอาชีพ แนะนำการประกอบอาชีพ และรายการสัมภาษณ์ผู้มีความรู้ความสามารถ ส่วนค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือรายการส่งเสริมการศึกษา แนะนำด้านการศึกษาตามลำดับ **ด้านรูปแบบการนำเสนอรายการ** มีความต้องการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ เชิญผู้มีความเชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ มาร่วมจัดรายการ รองลงมาคือ การรายงานสด และเปิดเพลงต่อเนื่องทั้งวัน ส่วนค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ โทรศัพท์เข้ามาร่วมจัดรายการ แสดงความคิดเห็น ตามลำดับ

ส่วน**เนื้อหารายการ**ที่ต้องการรับฟังมากที่สุดคือ รายการเกี่ยวกับความรู้ด้านกฎหมาย รองลงมาคือ รายการเกี่ยวกับการประกอบอาชีพ และรายการเกี่ยวกับสุขภาพ ส่วนค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ รายการเกี่ยวกับเด็ก ส่วนความต้องการ **ด้านผู้ดำเนินรายการ** ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีทักษะในการสื่อสาร ภาษาที่ใช้เข้าใจง่าย รองลงมาคือ มีไหวพริบ แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี นำเสนอรายการแบบมืออาชีพ มีความรู้รอบตัวดี และมีความเป็นกันเองกับผู้ฟัง นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังมี **ความต้องการการมีส่วนร่วมกับสถานีฯ** โดยเฉพาะอย่างยิ่ง โทรศัพท์เข้ามาแสดงความคิดเห็นระหว่างจัดรายการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อีกทั้งยังต้องการให้พัฒนาสัญญาณคลื่นวิทยุให้มีความเสถียรและชัดเจน รองลงมาคือ พัฒนาแอปพลิเคชัน Bppradio station ท้ายที่สุดกลุ่มตัวอย่างมีข้อเสนอแนะสำหรับการปรับปรุงสถานีฯ คือ การจัดรายการบางครั้งขาดตอน อยากให้มีการจัดรายการแบบสดมากกว่านี้ โดยควรมีการปรับปรุงเครื่องส่งสัญญาณของสถานีให้สามารถส่งได้ไกล เนื่องจากกิโลวัตต์ของเครื่องส่งสัญญาณของสถานีส่งสัญญาณได้น้อยมาก และพัฒนาคลื่นสัญญาณให้ชัดเจนมากกว่าเดิม อีกทั้งควรหาข่าวสารให้ทันกับเหตุการณ์ปัจจุบันมาจัดรายการ รายละเอียดตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการในภาพรวม

ความต้องการเพิ่มเติมจากรายการปัจจุบัน	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ความชัดเจนของสัญญาณคลื่น	4.08	0.672	มาก
ความต้องการด้านผู้ดำเนินรายการ	4.00	0.657	มาก
ประเภทรายการที่มีความต้องการ	3.95	0.663	มาก
ความต้องการเนื้อหารายการ	3.90	0.686	มาก
ความต้องการรูปแบบการนำเสนอรายการ	3.86	0.702	มาก

ความต้องการเพิ่มเติมจากรายการปัจจุบัน	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ความต้องการการมีส่วนร่วมกับสถานีฯ	3.69	0.845	มาก
ภาพรวม	**3.91**	**0.704**	**มาก**

อภิปรายผล

จากการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับฟังสถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับฟังรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดนผ่านเครื่องรับวิทยุ จากที่พักอาศัยของตนเอง ซึ่งใช้เวลาในการเปิดรับฟังรายการของสถานีฯ เฉลี่ยน้อยกว่า 30 นาทีต่อครั้ง ในช่วงเวลา 06.00-09.00 น. เป็นประจำสัปดาห์ 1-2 วัน โดยเปิดรับฟังรายการของสถานีฯ เฉพาะช่วงที่น่าสนใจ เพื่อแสวงหาความรู้ข่าวสาร กับรายการนานาสาระกับ ตชด. และส่วนใหญ่ไม่เคยร่วมกิจกรรมกับสถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดน ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะการเปิดรับฟังสถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดนผ่านเครื่องรับวิทยุ ซึ่งเป็นอุปกรณ์ที่มีใช้กันอยู่ในทุกบ้าน จึงสามารถเปิดรับฟังรายการจากที่พักอาศัยของตนเองได้ง่ายและสะดวก โดยเฉพาะในช่วงเวลา 06.00-09.00 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาเตรียมตัวไปทำงาน ซึ่งผู้ฟังจะเปิดรับฟังสถานี ฯ เฉพาะช่วงที่น่าสนใจ เพื่อแสวงหาความรู้ข่าวสาร ยามเช้า และรายการนานาสาระกับ ตชด. เป็นรายการให้ความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม คุณภาพชีวิต และสิ่งแวดล้อม ซึ่งเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานตามนโยบายการดำเนินงานของรัฐบาล สำนักงานตำรวจแห่งชาติ กองบัญชาการตำรวจตระเวนชายแดน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ บัวผิน โตทรัพย์ (2559) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับฟัง และความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดสุราษฎร์ธานี เอฟ.เอ็ม 89.75 เมกะเฮิรตซ์ ผลการศึกษา พบว่า ผู้ฟังส่วนใหญ่เปิดรับฟังสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดสุราษฎร์ธานี เอฟ.เอ็ม 89.75 เมกะเฮิรตซ์ 1-2 วันต่อสัปดาห์ ช่วงเวลาที่เปิดรับฟังมากที่สุดคือ 05.00-09.00 น. ตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันอาทิตย์ เนื่องจากคลื่นสัญญาณมีความชัดเจนดีมาก โดยเปิดรับฟังรายการรอบวันทันข่าว และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ กันยรินทร์ นิธินพรัศม์ (2556) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อรายการวิทยุออนไลน์คลื่น OK LOVE ผลการศึกษา พบว่า ผู้ฟังส่วนใหญ่เปิดรับฟังรายการวิทยุออนไลน์คลื่น OK LOVE ผ่านอินเทอร์เน็ตมากที่สุด เฉลี่ย 5 ครั้งต่อสัปดาห์ ในช่วงเวลา 09.00-12.00 น. โดยรับฟัง 3 ชั่วโมงต่อครั้ง ซึ่งรับฟังมานาน 2 ปี และไม่เคยร่วมกิจกรรมกับสถานีฯ นอกจากการกด Like หรือ Comment ผ่านทาง Facebook

จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อสถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ใน

ระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านเนื้อหารายการ รองลงมาคือ ด้านผู้ดำเนินรายการ ด้านประเภทรายการ ด้านรูปแบบการนำเสนอรายการ ด้านความชัดเจนของสัญญาณคลื่น และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ด้านการมีส่วนร่วมในรายการ ตามลำดับ จากผลการศึกษาข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ผู้ฟังรายการทางสถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดนให้ความสำคัญกับเนื้อหารายการที่มีสาระประโยชน์ต่อสังคม มีความถูกต้อง จับประเด็นชัดเจน กระชับ มีความเป็นกลาง เชื่อถือได้ มีความทันสมัย ทันกับเหตุการณ์ปัจจุบัน สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ รวมถึงให้แง่คิดในการดำรงชีวิต ช่วยพัฒนาและส่งเสริมประชาธิปไตยปราศจากผลประโยชน์ทางการเมือง และครอบคลุมเรื่องราวสาระที่น่าสนใจต่าง ๆ นอกจากนี้ผู้ดำเนินรายการต้องมีความเป็นกันเองกับผู้ฟัง มีความน่าเชื่อถือ มีความรอบรู้ตัวเป็นอย่างดีสามารถนำเสนอรายการแบบมืออาชีพ มีทักษะในการสื่อสารที่ดี ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารเข้าใจง่าย มีไหวพริบ แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดีและมีเอกลักษณ์ ในการนำเสนอรายการให้มีคุณภาพ จึงจะสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ฟังได้เป็นอย่างดี ส่วนความพึงพอใจประเภทรายการข่าวสาร ผู้ฟังพึงพอใจรายการให้ความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม คุณภาพชีวิต และสิ่งแวดล้อม รายการบันเทิง และรายการส่งเสริมการศึกษา จริยธรรม ศิลปวัฒนธรรม ที่มีการจัดลำดับเรื่องราวและช่วงเวลาอย่างชัดเจน ตามลำดับ เพื่อให้ผู้ฟังสามารถติดตามได้ง่าย สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ มนวิภา วงรุจิระ และคณะ (2566) ที่ประเมินผลการเผยแพร่ข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ ผลการศึกษา พบว่า ผู้รับข่าวสารผ่านสื่อของกรมฯ มีความพึงพอใจต่อเนื้อหาที่ถูกต้องแม่นยำ ครบถ้วน น่าเชื่อถือ การมีจรรยาบรรณ ไม่ขัดศีลธรรม แต่รูปแบบการนำเสนอในสื่อต่าง ๆ ของกรมประชาสัมพันธ์ ไม่ดึงดูดความสนใจและมีความเป็นทางการสูง ในขณะที่พึงพอใจคุณภาพของผู้ดำเนินรายการที่ใช้ภาษาถูกต้องชัดเจนตามอักขระวิธี มีไหวพริบปฏิภาณในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า และเป็นผู้ที่มีความรู้รอบตัวเป็นอย่างดี สามารถนำเสนอข่าวหรือรายการตามมาตรฐานวิชาชีพและความเชี่ยวชาญในอาชีพ และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ปาริสสา กาญจนกุล และคณะ (2565) ได้ศึกษาการใช้ประโยชน์จากเนื้อหารายการข่าวและความพึงพอใจของผู้ฟังรายการ “ห้องข่าว FM100” สถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน เอฟเอ็ม 100 เมกะเฮิรตซ์ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ฟังมีความพึงพอใจเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ด้านประเภทรายการมากที่สุดคือ รายการเพลงและการสร้างความเข้มแข็งชุมชนและท้องถิ่น เนื่องจากความสนใจของผู้สูงอายุที่สนใจรายการเพลง ข่าวท้องถิ่นวิถีชีวิต ตลอดจนสุขภาพและอนามัย โดยต้องมีผู้ประกาศสองคนขึ้นไปร่วมกันจัดรายการ และสัมภาษณ์สดในห้อง มีรูปแบบการจัดรายการที่เนื้อหารายการมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งผู้ดำเนินรายการมีลีลาการพูดที่เหมาะสมกับรูปแบบการนำเสนอรายการ และสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี

จากการศึกษาความต้องการของผู้ฟังรายการทางสถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมาก

ทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความชัดเจนของสัญญาณคลื่น รองลงมาคือ ผู้ดำเนินรายการ ประเภทรายการ เนื้อหารายการ รูปแบบการนำเสนอรายการ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ความต้องการการมีส่วนร่วมกับสถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดน จากผลการศึกษาข้างต้นแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ฟังรายการทางสถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดน ให้ความสำคัญกับการพัฒนาสัญญาณคลื่นวิทยุให้มีความเสถียร ชัดเจน และต้องการให้มีการพัฒนาแอปพลิเคชัน Bppradio station ให้เสียงมีความชัดเจน ไม่มีเสียงรบกวนหรือสัญญาณขาดหาย เพื่อให้ผู้ฟังสามารถรับฟังได้อย่างต่อเนื่อง รองลงมาคือต้องการด้านผู้ดำเนินรายการที่มีทักษะในการสื่อสาร ภาษาที่ใช้เข้าใจง่าย มีไหวพริบ แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี สามารถนำเสนอรายการแบบมืออาชีพ มีความรู้รอบตัวดี มีความเป็นกันเองกับผู้ฟัง มีเอกลักษณ์ในการนำเสนอสามารถจัดรายการโดยใช้ภาษาท้องถิ่นได้ และควรมีทักษะในการสื่อสาร มีความรู้ในเรื่องที่นำเสนอ สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ฟังได้ นอกจากนี้ ผู้ฟังยังต้องการฟังรายการข่าว รายงานข่าวด่วน หรือรายการวิเคราะห์ข่าว รายการส่งเสริมอาชีพที่แนะนำการประกอบอาชีพ รายการสัมภาษณ์ผู้มีความรู้ความสามารถ รายการเพลงไทย เพลงลูกทุ่ง เพลงสากล และรายการส่งเสริมการศึกษา แนะนำด้านการศึกษาและมีการปรับปรุงรายการใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ผู้ฟังไม่รู้สึกเบื่อและสามารถติดตามรายการอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สันทัด ทองรินทร์ และคณะ (2567) ที่ได้ศึกษาการเปิดรับ ความพึงพอใจ ความผูกพัน ความต้องการ และความคาดหวังของผู้ใช้บริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อสื่อกรมประชาสัมพันธ์ พบว่า ผู้ฟังมีความต้องการหรือคาดหวังให้มีความคิดสร้างสรรค์ สะท้อนความคิดเห็นจากประชาชนสู่รัฐ สร้างและพัฒนาเครือข่ายประชาสัมพันธ์เพื่อการสื่อสารประเด็นความคิดสำคัญอย่างต่อเนื่อง และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ อรุณีวรรณ บัวเหนี่ยว และพิเชษฐ เพียรเจริญ (2552) ซึ่งได้ศึกษารายการวิทยุ: ความพึงพอใจและความต้องการของผู้ฟังสถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ผลการศึกษา พบว่า รายการที่ผู้ฟังสถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ต้องการให้เพิ่มมากที่สุดคือ รายการเกี่ยวกับชุมชน เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของชุมชน

นอกเหนือจากความพึงพอใจและความต้องการแล้วผู้ฟังรายการทางสถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดนมีข้อเสนอแนะว่า การจัดรายการบางครั้งขาดตอน อยากให้มีการจัดรายการแบบสดมากกว่านี้ โดยควรมีการปรับปรุงเครื่องส่งสัญญาณของสถานีให้สามารถส่งได้ไกล เนื่องจากกิโลวัตต์ของเครื่องส่งสัญญาณของสถานีส่งสัญญาณได้น้อยมาก และพัฒนาคลื่นสัญญาณให้ชัดเจนมากกว่าเดิม อีกทั้งควรหาข่าวสารให้ทันกับเหตุการณ์ปัจจุบันมาจัดรายการ และควรมีการพัฒนารายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดนอย่างต่อเนื่อง เช่นเดียวกับงานวิจัยของ อรุณีวรรณ บัวเหนี่ยว และพิเชษฐ เพียรเจริญ (2552) ที่ศึกษาความพึงพอใจและความต้องการของผู้ฟังสถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี พบว่า ผู้ฟังสถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

มีข้อเสนอแนะว่า สถานีวิทยุกระจายเสียงฯ ควรมีการพัฒนารายการอย่างต่อเนื่อง เช่น รายการเพลงแนวใหม่เพลงเก่าผสมกัน รายการภาษาต่างประเทศ รายการความรู้ทางศาสนา รายการสำหรับเด็กและเยาวชน รายการสารคดี และพัฒนาเนื้อหารายการหรือข่าวสารให้ทันกับเหตุการณ์ปัจจุบัน เช่น รายการวิเคราะห์ข่าวปัจจุบัน รายการการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในชีวิตประจำวัน รายการเกี่ยวกับสุขภาพ รายการข่าวภายในมหาวิทยาลัย รายการที่ส่งเสริมการอยู่ร่วมกันในสังคม รายการเกี่ยวกับสถานการณ์ของสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ รายการที่ให้สาระเกี่ยวกับการประกอบอาชีพ รายการเกี่ยวกับภูมิปัญญาชาวบ้าน โดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการจัดรายการวิทยุแบบสดมากขึ้น และขยายคลื่นสัญญาณของสถานีให้ไกลเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ผู้ดำเนินรายการควรปรับปรุงสำเนียงภาษาไทยให้ชัดเจน ถูกต้องยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

สถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดน ควรรักษาคุณภาพเนื้อหาของรายการ และพัฒนาเนื้อหารายการให้มีประโยชน์ต่อสังคมและครอบคลุมเนื้อหารอบด้าน โดยเฉพาะรายการข่าวสารที่จำเป็นต้องพัฒนารูปแบบรายการข่าว รายงานข่าวด่วน และการวิเคราะห์ข่าวอย่างต่อเนื่อง ให้มีความรวดเร็วและทันสมัย อีกทั้งควรใช้ผู้ดำเนินรายการมีคุณภาพและมีความน่าเชื่อถือ มีการพัฒนาทักษะในการสื่อสาร และภาษาที่ใช้เข้าใจได้ง่ายของผู้ดำเนินรายการ และสามารถจัดรายการหรือดำเนินรายการด้วยความเป็นกันเองกับผู้ฟัง

นอกจากนี้ ควรปรับปรุงพัฒนาสัญญาณคลื่นวิทยุของสถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดนให้มีความเสถียรและชัดเจน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ฟังได้ และควรพิจารณาดำเนินการกิจกรรมที่ช่วยสร้างการมีส่วนร่วมในการร่วมจัดรายการ หรือแสดงความคิดเห็นระหว่างจัดรายการผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ฟังได้

ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาให้กว้างขึ้น ขยายพื้นที่ทำการศึกษาให้ครอบคลุมพื้นที่ให้มากที่สุด และควรเก็บข้อมูลในรูปแบบของการสัมภาษณ์เชิงลึกควบคู่ไปด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะสาเหตุของความพึงพอใจน้อย หรือเหตุผลของความต้องการในประเด็นต่าง ๆ เพื่อให้ทราบถึงข้อบกพร่องที่ทางสถานีจะสามารถนำไปปรับปรุงแก้ไขให้ตรงจุด

บรรณานุกรม

กองบัญชาการตำรวจตระเวนชายแดน. (2565). *แผนประกอบกิจการสถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดน.* http://www.bpp.go.th/

กองบัญชาการตำรวจตระเวนชายแดน. (ม.ป.ป.). *สถานีวิทยุกระจายเสียงกองบัญชาการตำรวจตระเวนชายแดน*. http://www.bpp.go.th/index.php?option=com_content&view=article&id=3465:bppradio&catid=9&Itemid=101

กันยรินทร์ นิธินพรัศม์. (2556). *พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อรายการวิทยุออนไลน์คลื่น OK LOVE* [การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:99978

นล นาคนาคา. (2555). *ความพึงพอใจของนักเรียนตาบอดในประเทศไทยต่อหนังสือเสียง หนังสือภาพนูน และหนังสืออักษรเบรลล์* [การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่]. https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?

นันทินี พิศวิลัย. (2558). *พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.com ในเขตกรุงเทพมหานคร* [การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:92797

บัวผิน โตทรัพย์. (2559). พฤติกรรมการเปิดรับฟังและความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เอฟ.เอ็ม. 89.75 เมกะเฮิรตซ์. *วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิตย์*, *10*(2), 177-203.

ปาริสสา กาญจนกุล, สุณิสา เมืองแก้ว, และอลิชา ตรีโรจนานนท์. (2565). การใช้ประโยชน์จากเนื้อหารายการข่าวและความพึงพอใจของผู้ฟังรายการ “ห้องข่าว FM100” สถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน เอฟเอ็ม 100 เมกะเฮิรตซ์. *วารสารการสื่อสารและสื่อบูรณาการ*, *13*(1), 109-128.

พิจิตรา มงคลศรีพิพัฒน์. (2559). *พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์โครงการเที่ยวไทยกับพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย [การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ].* http://dspace.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/2887

มนวิภา วงรุจิระ, สันทัด ทองรินทร์, และไพบูรณ์ คะเชนทรพรรค์. (2566). การประเมินผลการเผยแพร่ข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์. *วารสารวิชาการ วิจัย และนวัตกรรม มสธ. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, *3*(1), 19-33.

ลัดดา แคนบุญจันทร์. (2553). *พฤติกรรมการรับฟังรายการข่าวสารความรู้ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ระบบ เอฟ.เอ็ม.101.75 MHz ของประชาชนในจังหวัดบุรีรัมย์* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:122337

ลิปิกร ชัยนิพพันธุ์. (2563). *กลยุทธ์การจัดและส่งเสริมรายการของสถานีวิทยุออนไลน์ กรณีศึกษา CAT RADIO* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรังสิต]. https://rsuir-library.rsu.ac.th/handle/123456789/353

สันทัด ทองรินทร์, มนวิภา วงรุจิระ, และไพบูรณ์ คะเชนทรพรรค์. (2567). การเปิดรับ ความพึงพอใจ ความผูกพัน ความต้องการ และความคาดหวังของผู้ใช้บริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อสื่อกรมประชาสัมพันธ์. *วารสารนิเทศศาสตรปริทัศน์*, *28*(1), 80-91.

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2553). *พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม.* https://broadcast.nbtc.go.th/law-acts

อรุณีวรรณ บัวเหนี่ยว และ พิเชษฐ เพียรเจริญ. (2552). การศึกษาสภาพการรับฟัง ความพึงพอใจ และความต้องการของผู้ฟังรายการวิทยุของสถานีวิทยุกระจายเสียง มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี. *วารสารวิทยบริการ*, *20*(1), 1-22.

วารสารวิชาการ วิจัย และนวัตกรรม มสธ. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)
STOU Academic Journal of Research and Innovation (Humanities and Social Science)
ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2568) Vol. 5 No. 2 (July - December 2025)

Received: June 17, 2025
Revised: September 16, 2025
Accepted: September 16, 2025

ก้าวข้ามวิกฤติ: การพัฒนาระบบสื่อสารสาธารณภัยเชิงบูรณาการของกรุงเทพมหานคร

Crisis Resilience Developing an Integrated Public Disaster Communication System for Bangkok

ธิติพัฒน์ เอี่ยมนิรันดร์ (Titipat Iamnirun)[1]
E-mail: titipat.iam@stou.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการจัดการสาธารณภัยและการสื่อสารในภาวะวิกฤติของกรุงเทพมหานคร 2) วิเคราะห์แนวปฏิบัติที่ดีจากภาคอุตสาหกรรม และ 3) พัฒนาแนวทางการสื่อสารสาธารณภัยเชิงบูรณาการ โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพแบบกรณีศึกษาเหตุการณ์อาคารถล่ม พ.ศ. 2568 เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่มกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 16 คน ผลการวิจัย พบว่า 1) สภาพการจัดการสาธารณภัยและการสื่อสารในภาวะวิกฤติของกรุงเทพมหานคร ประสบปัญหาการขาดเอกภาพในการบัญชาการ การสื่อสารที่ล่าช้าและขัดแย้ง การเตรียมความพร้อมไม่เพียงพอ และการขาดการมีส่วนร่วมของประชาชน 2) แนวปฏิบัติที่ดีจากภาคอุตสาหกรรมมีจุดแข็งในระบบบัญชาการแบบรวมศูนย์ การใช้เทคโนโลยีบูรณาการ การพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง และวัฒนธรรมความปลอดภัยที่เข้มแข็ง 3) แนวทางการสื่อสารสาธารณภัยเชิงบูรณาการ 6 มิติ ได้แก่ การปฏิรูประบบบัญชาการ พัฒนาระบบสื่อสารแบบบูรณาการ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน นำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ พัฒนาบุคลากรเฉพาะทาง และปรับปรุงกฎหมายเพื่อความโปร่งใส ข้อเสนอใหม่ทางวิชาการคือกรอบแนวคิด “Adaptive Cross-sector Integration Model” ที่ประยุกต์แนวปฏิบัติจากภาคอุตสาหกรรมมาปรับใช้กับบริบทเมืองหลวง การพัฒนา “Integrated Crisis Communication Platform” ที่เป็น Single Source of Truth และแนวคิด “Community-centered Resilience Building” ที่ให้ชุมชนเป็นเจ้าของระบบจัดการภัยพิบัติ ผลการวิจัยนี้

[1] *สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช*
(School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University)

จะเป็นแนวทางในการยกระดับความสามารถการจัดการภัยพิบัติของกรุงเทพมหานครให้มีประสิทธิภาพและยั่งยืน

คำสำคัญ การจัดการสาธารณภัยเชิงบูรณาการ การสื่อสารในภาวะวิกฤติ ภาคอุตสาหกรรม การมีส่วนร่วมของประชาชน อาคารถล่ม พ.ศ. 2568

Abstract

This research aims to 1) study the current state of public disaster management and crisis communication in Bangkok; 2) analyze best practices from the industrial sector, and 3) develop integrated disaster communication guidelines. Using qualitative research methodology through a case study of the 2025 building collapse incident, data was collected via in-depth interviews and focus groups with 16 stakeholders. The findings revealed that: 1) Bangkok's disaster management and crisis communication face challenges including lack of unified command, delayed and conflicting communication, insufficient preparedness, and limited public participation; 2) Best practices from the industrial sector demonstrate strengths in centralized command systems, integrated technology utilization, continuous personnel development, and strong safety culture; 3) Integrated disaster communication guidelines encompass six dimensions: command system reform, integrated communication system development, community participation enhancement, technology application, specialized personnel development, and legal framework improvement for transparency. The study's theoretical contributions include the “Adaptive Cross-sector Integration Model” that applies industrial practices to urban contexts, the development of an “Integrated Crisis Communication Platform” serving as a Single Source of Truth, and the “Community-centered Resilience Building” concept that positions communities as owners of disaster management systems. These research findings provide guidelines for enhancing Bangkok's disaster management capabilities toward greater efficiency and sustainability.

Keywords: Integrated Disaster Management, Crisis Communication, Industrial Sector, Public Participation, 2025 Building Collapse

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กรุงเทพมหานครในฐานะศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ สังคม และการปกครองของประเทศไทย เผชิญกับความท้าทายด้านการจัดการสาธารณภัยที่ทวีความรุนแรงขึ้นอย่างต่อเนื่อง การขยายตัวของเมืองอย่างรวดเร็วในช่วงสามทศวรรษที่ผ่านมา ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ทำให้เมืองมีความเปราะบางต่อภัยพิบัติหลากหลายรูปแบบ ทั้งอุทกภัย อัคคีภัย แผ่นดินไหว และภัยจากโครงสร้างสิ่งก่อสร้าง ตามที่ระบุในแผนการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยแห่งชาติ พ.ศ. 2564-2570 (กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย, 2564)

ภัยจากอุทกภัย ถือเป็นภัยพิบัติที่สร้างความเสียหายต่อกรุงเทพมหานครมากที่สุด โดยเหตุการณ์มหาอุทกภัย พ.ศ. 2554 นับเป็นวิกฤติน้ำท่วมครั้งร้ายแรงที่สุดในรอบ 70 ปี ส่งผลให้เกิดความเสียหายทั้งภาคการเกษตร อุตสาหกรรม เศรษฐกิจ สังคม และส่งผลกระทบเป็นลูกโซ่ไปยังภาคส่วนอื่นอีกเป็นจำนวนมาก ย้อนสาเหตุ มหาอุทกภัย 2554 ครบรอบ 10 ปี ทั่วประเทศเกิดภัยพิบัติ เสียชีวิต 657 ราย มีผู้เสียชีวิต 657 ราย สูญหาย 3 คน ราษฎรเดือดร้อน 4,039,459 ครัวเรือน 13,425,869 คน ย้อนสาเหตุ มหาอุทกภัย 2554 ครบรอบ 10 ปี ทั่วประเทศเกิดภัยพิบัติ เสียชีวิต 657 ราย ตามรายงานการประเมินอย่างรวดเร็วของธนาคารโลกและรัฐบาลไทย ความเสียหายรวมจากอุทกภัย 2554 มีมูลค่า 1.43 ล้านล้านบาท (ประมาณ 46.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ) (World Bank & Royal Thai Government, 2012)

ภัยจากโครงสร้างอาคาร เป็นอีกหนึ่งความเสี่ยงที่สำคัญ เหตุการณ์อาคารสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินถล่มจากแผ่นดินไหวเมื่อวันที่ 28 มีนาคม พ.ศ. 2568 สะท้อนความเปราะบางของอาคารสูงในกรุงเทพมหานครที่มีมากกว่า 1,200 แห่ง โดยการสำรวจ พบว่า อาคารสูงที่มีอายุเกิน 30 ปีกว่า 400 แห่ง มีความเสี่ยงต่อการเสียหายจากแผ่นดินไหว (กรมโยธาธิการและผังเมือง, 2566) นอกจากนี้ ยังมีเหตุการณ์อาคารถล่มที่เกิดขึ้นจริง อาทิ กรณีโรงแรมรอยัล พลาซ่า จังหวัดนครราชสีมา พ.ศ. 2536 ที่มีผู้เสียชีวิต 137 คน และเหตุการณ์ทางเดินยกระดับ BTS สถานีสะพานตากสินถล่มในปี พ.ศ. 2564 ซึ่งแม้ไม่มีผู้เสียชีวิต แต่สร้างความตื่นตระหนกอย่างมาก

ภัยจากอัคคีภัย ในพื้นที่กรุงเทพมหานครมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยสถิติปี พ.ศ. 2566 มีเหตุเพลิงไหม้ 2,847 ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 12 จากปีก่อนหน้า โดยเฉพาะในย่านชุมชนแออัดและอาคารพาณิชย์เก่า เหตุการณ์สำคัญ ได้แก่ ไฟไหม้ชุมชนคลองเตย พ.ศ. 2563 ที่ทำให้บ้านเรือนกว่า 100 หลังถูกไฟไหม้ ไฟไหม้ห้างสรรพสินค้าในย่านวังบูรพา พ.ศ. 2565 และไฟไหม้โรงงานสารเคมีย่านบางพลี พ.ศ. 2564 ที่ส่งผลให้เกิดมลพิษทางอากาศในวงกว้าง (สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร, 2567)

ภัยจากแผ่นดินไหว แม้กรุงเทพมหานครจะไม่ได้อยู่บนรอยเลื่อนที่มีพลัง แต่การศึกษาของกรมทรัพยากรธรณี (2565) พบว่า มีรอยเลื่อนมีพลังอย่างน้อย 14 รอยเลื่อนในภาคตะวันตกและภาคเหนือที่อาจส่งผลกระทบต่อกรุงเทพมหานครได้ โดยเฉพาะรอยเลื่อนศรีสวัสดิ์และรอยเลื่อนเจดีย์สามองค์ นอกจากนี้

ลักษณะทางธรณีวิทยาของกรุงเทพมหานครที่เป็นชั้นดินเหนียวอ่อนหนาถึง 15 เมตร ทำให้มีความเสี่ยงต่อการขยายคลื่นแผ่นดินไหว (Soil Amplification) สูงกว่าพื้นที่อื่น 2-3 เท่า

กรณีการพังถล่มของอาคารสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินแห่งใหม่ที่อยู่ระหว่างการก่อสร้าง อันเนื่องมาจากผลกระทบของแผ่นดินไหวจากประเทศเมียนมา แสดงให้เห็นถึงกลไกการตอบสนองต่อภัยพิบัติที่มีการบูรณาการการทำงานระหว่างหน่วยงานหลายภาคส่วน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาการประสานงานในการจัดการภัยพิบัติที่พบว่า การจัดการภัยพิบัติเป็นสาขาที่ต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างความเชี่ยวชาญต่าง ๆ และหน่วยงานต่าง ๆ ในระดับนานาชาติ (Deniz et al., 2023) โดยกรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยในฐานะหน่วยงานหลักได้ใช้ยุทธวิธีการค้นหาและกู้ภัย (Search and Rescue Operations) ที่เน้นการช่วยชีวิตผู้ประสบภัยเป็นสำคัญ ซึ่งในภาวะฉุกเฉินขนาดใหญ่ ทีม USAR (Urban Search and Rescue) มักประสบปัญหาทรัพยากรไม่เพียงพอเนื่องจากจำนวนอาคารที่พังถล่มและผู้ประสบภัยจำนวนมาก ดังเช่นกรณีแผ่นดินไหวตุรกี (Galanti, L., et al., 2024) ในขณะเดียวกัน นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ได้แสดงภาวะผู้นำในการบริหารวิกฤติผ่านการเรียกประชุมเร่งด่วนเพื่อวางแผนปฏิบัติการยกแผ่นพื้นคอนกรีตขนาดใหญ่ที่ต้องอาศัยความเชี่ยวชาญทางวิศวกรรม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการใช้เทคโนโลยีในการจัดการภัยพิบัติที่เน้นการประสานงาน ความยืดหยุ่น และความยั่งยืนของระบบหลังจากภัยพิบัติ (Vermiglio et al., 2022)

การที่นายกรัฐมนตรีมีบัญชาให้กรมโยธาธิการและผังเมือง กรุงเทพมหานคร ร่วมกับสมาคมวิศวกรรมสถานแห่งประเทศไทยฯ จัดตั้งคณะกรรมการสอบหาข้อเท็จจริงภายในกำหนดเวลา 1 สัปดาห์ สอดคล้องกับแผนการประสานงานการสืบสวนหลังแผ่นดินไหวที่สนับสนุนโดย NEHRP ซึ่งเน้นการจับข้อมูลวิกฤติเพื่อเข้าใจสาเหตุและผลกระทบ เพื่อนำบทเรียนไปปรับปรุงความสามารถในการรับมือแผ่นดินไหวในอนาคต (U.S. Geological Survey, 2024) การรายงานของกองเฝ้าระวังแผ่นดินไหว กรมอุตุนิยมวิทยา ที่บันทึกการเกิดอาฟเตอร์ช็อกถึง 236 ครั้ง สะท้อนความสำคัญของการติดตามอย่างต่อเนื่อง ดังเช่นกรณีแผ่นดินไหวตุรกี-ซีเรีย 2023 ที่มีอาฟเตอร์ช็อกเกิดขึ้นมากกว่า 7,500 ครั้ง (Yu et al., 2024) ทั้งหมดนี้สะท้อนถึงแนวทางการจัดการภัยพิบัติที่ครอบคลุมทั้งมิติการกู้ภัยฉุกเฉิน การประเมินผลกระทบ และการสืบสวนเชิงลึกเพื่อสกัดบทเรียนสำคัญ อันจะนำไปสู่การพัฒนามาตรการป้องกันและการเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติในอนาคตตามแนวคิด “Build Back Better” (UNDRR, 2024)

การจัดการสาธารณภัยสมัยใหม่ต้องครอบคลุมทุกวงจรของภัยพิบัติ ตั้งแต่การป้องกันและลดผลกระทบ การเตรียมความพร้อม การตอบสนอง และการฟื้นฟู ตามกรอบการลดความเสี่ยงจากภัยพิบัติเซนได 2015-2030 (United Nations Office for Disaster Risk Reduction, 2015) ที่ประเทศไทยได้ให้สัตยาบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารในภาวะวิกฤติ (Crisis Communication) ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการแจ้งเตือน ควบคุมข่าวสาร และสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องให้กับประชาชน (Coombs, 2019) ในยุคดิจิทัลที่

ข้อมูลข่าวสารแพร่กระจายผ่านสื่อสังคมออนไลน์อย่างรวดเร็ว การจัดการการสื่อสารมีความซับซ้อนมากขึ้น โดยงานวิจัยพบว่าข่าวลือในสื่อสังคมสามารถแพร่กระจายได้เร็วและมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของประชาชนอย่างมีนัยสำคัญ (Oh et al., 2013)

จากการศึกษาเบื้องต้นพบว่า ระบบการจัดการสาธารณภัยของกรุงเทพมหานครยังคงเผชิญกับปัญหาการขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงาน การสื่อสารที่ไม่มีประสิทธิภาพ และการขาดการมีส่วนร่วมของประชาชน ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือในช่วงน้ำท่วมปี พ.ศ. 2554 ที่มีการสื่อสารขัดแย้งกันระหว่างหน่วยงานรัฐ ทำให้ประชาชนสับสนและไม่สามารถเตรียมตัวรับมือได้อย่างเหมาะสม ในขณะที่ภาคอุตสาหกรรม โดยเฉพาะนิคมอุตสาหกรรมที่มีความเสี่ยงสูง ได้พัฒนาระบบการจัดการภัยพิบัติที่มีประสิทธิภาพตามมาตรฐานสากล มีศูนย์บัญชาการกลาง ระบบเตือนภัยที่ทันสมัย และการฝึกซ้อมอย่างสม่ำเสมอ (ธนชาติ นุ่มนนท์, 2562) ช่องว่างนี้แสดงให้เห็นถึงโอกาสในการถอดบทเรียนและประยุกต์ใช้แนวปฏิบัติที่ดี (Best Practices) ข้ามภาคส่วน ซึ่งยังไม่เคยมีการศึกษาอย่างเป็นระบบในบริบทของประเทศไทย

การวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหา และอุปสรรคของระบบการจัดการสาธารณภัยและการสื่อสารในภาวะวิกฤติของกรุงเทพมหานคร พร้อมทั้งวิเคราะห์แนวปฏิบัติที่ดีจากภาคอุตสาหกรรมเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาระบบสื่อสารสาธารณภัยเชิงบูรณาการ อันจะนำไปสู่การยกระดับความสามารถในการจัดการภัยพิบัติของกรุงเทพมหานครให้มีประสิทธิภาพและยั่งยืน สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในการสร้างเมืองและชุมชนที่ปลอดภัย ยืดหยุ่น และยั่งยืน (Pelling, 2011)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการจัดการสาธารณภัยและการสื่อสารในภาวะวิกฤติของกรุงเทพมหานครในปัจจุบัน
2. เพื่อศึกษาแนวปฏิบัติที่ดีจากการจัดการสาธารณภัยและการสื่อสารในภาวะวิกฤติของภาคอุตสาหกรรม
3. เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาระบบสื่อสารสาธารณภัยเชิงบูรณาการของกรุงเทพมหานคร

การทบทวนวรรณกรรม

บทความวิจัยนี้อาศัยแนวคิดและทฤษฎีที่สำคัญ ได้แก่

ทฤษฎีการสื่อสารในภาวะวิกฤติ (Situational Crisis Communication Theory - SCCT) ทฤษฎีการสื่อสารในภาวะวิกฤติของ Coombs (2007) เสนอกรอบการทำงานเชิงประจักษ์สำหรับการเข้าใจวิธีการใช้การสื่อสารหลังวิกฤติเพื่อปกป้องชื่อเสียงให้ได้มากที่สุด ทฤษฎีนี้แบ่งกลยุทธ์การตอบสนองเป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ การปฏิเสธ (Deny) การลดทอน (Diminish) และการสร้างใหม่ (Rebuild) โดยการเลือกกล

ยุทธ์ขึ้นอยู่กับระดับความรับผิดชอบที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมองว่าองค์กรมีต่อวิกฤตินั้น ทฤษฎีนี้มีความสำคัญต่องานวิจัยเนื่องจากช่วยวิเคราะห์รูปแบบการสื่อสารของกรุงเทพมหานครในช่วงสาธารณภัย และเปรียบเทียบกับแนวปฏิบัติของภาคอุตสาหกรรม การประยุกต์ใช้ในงานวิจัยจะช่วยพัฒนากรอบการประเมินประสิทธิภาพการสื่อสาร และออกแบบข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับการเลือกใช้กลยุทธ์การสื่อสารที่เหมาะสมในแต่ละระยะของภัยพิบัติ

แนวคิดการจัดการความเสี่ยงจากภัยพิบัติ (Disaster Risk Management - DRM) แนวคิดการจัดการความเสี่ยงจากภัยพิบัติตามกรอบเซนไดของ UNDRR (2015) มุ่งเน้นการลดความเสี่ยงผ่าน 4 ลำดับความสำคัญ ได้แก่ การทำความเข้าใจความเสี่ยง การเสริมสร้างธรรมาภิบาลในการจัดการความเสี่ยง การลงทุนเพื่อลดความเสี่ยง และการเตรียมความพร้อมเพื่อการตอบสนองที่มีประสิทธิภาพและ “สร้างใหม่ให้ดีกว่าเดิม” แนวคิดนี้สำคัญต่องานวิจัยเพราะเป็นกรอบมาตรฐานสากลที่ประเทศไทยให้สัตยาบัน ช่วยวิเคราะห์ช่องว่างระหว่างนโยบายกับการปฏิบัติของกรุงเทพมหานคร การนำมาประยุกต์ใช้จะช่วยพัฒนาตัวชี้วัดการประเมินความพร้อมด้านการจัดการสาธารณภัย กำหนดลำดับความสำคัญของการพัฒนาระบบและออกแบบแผนยุทธศาสตร์การสื่อสารที่สอดคล้องกับวงจรการจัดการภัยพิบัติ

ทฤษฎีการจัดการแบบเครือข่าย (Network Governance Theory) ทฤษฎีการจัดการแบบเครือข่ายของ Kapucu และ Garayev (2016) อธิบายว่าเครือข่ายได้กลายเป็นวิธีการที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในการจัดการกับภาวะฉุกเฉินและภัยพิบัติ โครงสร้างเครือข่ายทั้งแนวตั้งและแนวนอนจะส่งผลต่อประสิทธิภาพของเครือข่ายความร่วมมือระหว่างองค์กรในการจัดการภัยพิบัติ (Li and Liu, 2023) โดยเครือข่ายแนวนอนที่เน้นความยืดหยุ่นและการปรับตัวมีแนวโน้มที่จะให้การตอบสนองที่มีประสิทธิภาพมากกว่าโครงสร้างแนวตั้ง ทฤษฎีนี้สำคัญต่องานวิจัยในการวิเคราะห์รูปแบบความร่วมมือระหว่างกรุงเทพมหานครกับภาคส่วนต่าง ๆ การประยุกต์ใช้จะช่วยออกแบบโครงสร้างการบริหารจัดการแบบเครือข่าย พัฒนากลไกการแบ่งปันข้อมูลและทรัพยากร และสร้างแพลตฟอร์มการสื่อสารร่วมที่เชื่อมโยงทุกภาคส่วน

แนวคิดการสื่อสารความเสี่ยงและวิกฤติ (Crisis and Emergency Risk Communication - CERC)แนวคิด CERC ที่พัฒนาโดย Reynolds และ Seeger (2005) เป็นการผสมผสานแนวคิดดั้งเดิมของการสื่อสารสุขภาพและความเสี่ยงกับงานด้านการสื่อสารในภาวะวิกฤติและภัยพิบัติ (Reynolds and Seeger, 2005) แนวคิดนี้นำเสนอเป็นเครื่องมือที่ผู้สื่อสารด้านสุขภาพสามารถใช้จัดการเหตุการณ์ที่ซับซ้อน โดยกำหนดกิจกรรมการสื่อสารที่เหมาะสมในแต่ละช่วงของการพัฒนาภัยพิบัติหรือวิกฤติ แนวคิดนี้สำคัญต่องานวิจัยในการพัฒนาแนวทางการสื่อสารที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนในแต่ละช่วงของภัยพิบัติ การนำมาประยุกต์จะช่วยออกแบบระบบการสื่อสารแบบบูรณาการที่ครอบคลุมทุกช่องทาง พัฒนาเนื้อหาสารที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มเป้าหมาย และสร้างกลไกการจัดการข้อมูลในภาวะที่มีความไม่แน่นอนสูง

แนวคิดความยืดหยุ่นในการจัดการภัยพิบัติ (Disaster Resilience) แนวคิดความยืดหยุ่นตามการศึกษาของ Vermiglio et al. (2022) เน้นการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น Big Data และการวิเคราะห์เชิงคาดการณ์ (BDPA) ในการสนับสนุนการจัดการภัยพิบัติ เทคโนโลยีเหล่านี้ช่วยปรับปรุงการมองเห็น การประสานงาน และความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานด้านมนุษยธรรมหลังจากภัยพิบัติ แนวคิดนี้ยังเน้นการสร้างความยืดหยุ่นผ่านการพัฒนาขีดความสามารถของชุมชนและองค์กร ความสำคัญต่องานวิจัยคือการวิเคราะห์ระดับความยืดหยุ่นของระบบการจัดการสาธารณภัยของกรุงเทพมหานครเทียบกับภาคอุตสาหกรรม การประยุกต์ใช้จะช่วยพัฒนาดัชนีชี้วัดความยืดหยุ่น ออกแบบระบบเตือนภัยอัจฉริยะ และสร้างแผนการฟื้นฟูที่เน้นการพัฒนาขีดความสามารถระยะยาวของชุมชน

แนวปฏิบัติที่ดี (Best Practices) คือการรวบรวมองค์ความรู้จากประสบการณ์จริงที่ได้รับการพิสูจน์แล้วว่ามีประสิทธิภาพสูงสุดในการแก้ปัญหาหรือดำเนินงานในสาขาใดสาขาหนึ่ง ซึ่งแตกต่างจากการทำตามกฎระเบียบหรือมาตรฐานทั่วไป เพราะมักสะท้อนถึงนวัตกรรมและวิธีการที่ก้าวหน้ากว่า ดังที่ W. Edwards Deming ชี้ให้เห็นว่า การปรับปรุงกระบวนการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Improvement) เป็นกุญแจสำคัญสู่ความสำเร็จขององค์กร การนำแนวปฏิบัติที่ดีมาใช้ช่วยลดความเสี่ยง เพิ่มประสิทธิภาพ และช่วยให้องค์กรไม่ต้องเสียเวลาลองผิดลองถูก โดยสามารถศึกษาผ่านการเปรียบเทียบ (Benchmarking) การวิจัยและกรณีศึกษา หรือการแลกเปลี่ยนความรู้กับผู้เชี่ยวชาญ การนำมาประยุกต์ใช้ต้องทำอย่างเป็นระบบ เริ่มจากการระบุปัญหา คัดเลือกแนวปฏิบัติที่เหมาะสมกับบริบท ทดลองนำร่อง ประเมินผล และขยายผลไปทั่วองค์กร พร้อมทั้งปรับปรุงอย่างต่อเนื่องตามการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัยและเทคโนโลยี

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Methodology) ด้วยแนวทางการศึกษารายกรณี (Case Study Approach) ตามกรอบแนวคิดของ Yin (2018) โดยมุ่งศึกษาเชิงลึกถึงกระบวนการสื่อสารความเสี่ยงในภาวะวิกฤตผ่านกรณีเหตุการณ์อาคารถล่ม พ.ศ. 2568 การออกแบบการวิจัยเน้นการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างแนวปฏิบัติการจัดการสาธารณภัยของกรุงเทพมหานครกับแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practices) ของระบบการจัดการภาวะฉุกเฉินในนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด เพื่อสังเคราะห์เป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและปฏิบัติการที่เหมาะสมกับบริบทของมหานครขนาดใหญ่

ผู้ให้ข้อมูลหลัก การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลดำเนินการด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตามหลักเกณฑ์ความอิ่มตัวของข้อมูล (Data Saturation) โดยกำหนดคุณสมบัติผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) จำนวนรวม 16 คน จำแนกเป็นกลุ่มตามบทบาทและประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการสาธารณภัย

กลุ่มแรก ประกอบด้วยผู้กำหนดนโยบายและผู้ปฏิบัติจำนวน 6 คน ได้แก่ ผู้ปฏิบัติงานสำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยกรุงเทพมหานคร จำนวน 2 คน ผู้ปฏิบัติงานการสื่อสารด้านสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร จำนวน 1 คน ผู้บริหารด้านการจัดการสาธารณภัยของกรุงเทพมหานคร จำนวน 1 คน ผู้บริหารงานด้านความปลอดภัยจากภาคอุตสาหกรรม (NPC) จำนวน 1 คน ผู้ปฏิบัติงานด้านความปลอดภัยจากภาคอุตสาหกรรม (NPC) จำนวน 1 คน

กลุ่มที่สองคือ ประชาชนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจำนวน 10 คน ซึ่งเป็นผู้ได้รับผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมจากเหตุการณ์ภัยพิบัติ โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่มย่อยสำหรับการสนทนากลุ่มเพื่อให้ได้มุมมองที่หลากหลายและเอื้อต่อการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ได้แก่ กลุ่มประชาชนชุมชนสามเสน จำนวน 3 คน กลุ่มผู้นำชุมชนและกลุ่มผู้สูงอายุ จำนวน 4 คน กลุ่มประชาชนผู้อาศัยบริเวณตึกถล่ม จำนวน 3 คน

เครื่องมือการวิจัย ประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview Protocol) ที่ออกแบบคำถามให้ครอบคลุมประเด็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการ การสื่อสาร และการประสานงานในภาวะวิกฤต และใช้แนวทางการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion Protocol) ที่เน้นการกระตุ้นให้เกิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และข้อเสนอแนะจากมุมมองของประชาชน และแบบวิเคราะห์เอกสาร (Document Analysis Framework) สำหรับการศึกษาแผนปฏิบัติการ รายงานสถานการณ์และเอกสารที่เกี่ยวข้อง

การเก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามดำเนินการช่วงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2568 โดยใช้แนวทางการเก็บข้อมูลแบบพหุวิธี (Multiple Data Collection Methods) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่รอบด้านและน่าเชื่อถือ การสัมภาษณ์เชิงลึกดำเนินการแบบตัวต่อตัวกับผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ พร้อมบันทึกเสียงและถอดความแบบคำต่อคำ เพื่อรักษาความถูกต้องของข้อมูล การสนทนากลุ่มจัดขึ้น 3 ครั้ง กลุ่มละ 3-4 คน โดยใช้เทคนิคการอำนวยการกลุ่มแบบมีส่วนร่วมเพื่อสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการแสดงความคิดเห็นอย่างเปิดเผย นอกจากนี้ยังมีการวิเคราะห์เอกสารปฐมภูมิและทุติยภูมิ ที่มีความครอบคลุมแผนปฏิบัติการ รายงานสถานการณ์ บันทึกการประชุม และเอกสารนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการสาธารณภัยของทั้งสองหน่วยงาน

การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพ (Qualitative Content Analysis) ซึ่งกระบวนการวิเคราะห์เริ่มจากการเตรียมข้อมูล (Data Preparation) โดยการถอดความ จัดระเบียบ และนำเข้าข้อมูลสู่ระบบ จากนั้นดำเนินการลงรหัส (Coding Process) โดยใช้การลงรหัสแบบอุปนัย (Inductive) สำหรับประเด็นที่โผล่ขึ้นจากข้อมูล และแบบนิรนัย (Deductive) สำหรับประเด็นที่กำหนดไว้ ขั้นตอนต่อมาคือการพัฒนาหมวดหมู่ (Category Development) โดยจัดกลุ่มรหัสที่มีความสัมพันธ์กันและพัฒนาเป็นหมวดหมู่หลักและหมวดหมู่รอง การสังเคราะห์ประเด็นสำคัญ (Thematic Synthesis) ดำเนินการโดยการระบุแก่นสาระและความเชื่อมโยงระหว่างหมวดหมู่ต่างๆ เพื่อสร้างความเข้าใจเชิงลึก

เกี่ยวกับปรากฏการณ์ที่ศึกษา สุดท้ายคือ การตีความและสร้างข้อสรุป (Interpretation) ผ่านการวิเคราะห์เชิงวิพากษ์และการสร้างข้อเสนอเชิงทฤษฎีที่สอดคล้องกับบริบทของกรุงเทพมหานคร

จริยธรรมการวิจัย การวิจัยนี้ได้รับการพิจารณาจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ และปฏิบัติตามหลักจริยธรรมอย่างเคร่งครัด ได้แก่ 1) ขอความยินยอมจากผู้ให้ข้อมูลทุกคนก่อนการเก็บข้อมูล 2) รักษาความลับและความเป็นส่วนตัวของผู้ให้ข้อมูล และ 3) นำเสนอข้อมูลด้วยความเป็นกลางและตรงตามความเป็นจริง

ผลการวิจัย

1. สภาพการจัดการสาธารณภัยและการสื่อสารในภาวะวิกฤติของกรุงเทพมหานครในปัจจุบัน

1.1 การขาดความเป็นเอกภาพในการบัญชาการและการประสานงาน ระบบการบัญชาการเหตุการณ์ของกรุงเทพมหานครยังคงประสบปัญหาความไม่ชัดเจนในสายการบังคับบัญชา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเวลาวิกฤติที่ต้องการการตัดสินใจอย่างรวดเร็วและเด็ดขาด การขาดผู้มีอำนาจสูงสุดในการสั่งการที่หน้างานส่งผลให้เกิดความสับสนและความล่าช้าในการดำเนินการ

> *“มีแผนอยู่แต่ไม่สามารถปฏิบัติได้... เพราะว่ามีผู้หลักผู้ใหญ่มาดูบ้าง มาอะไรบ้าง บางทีมันก็ไม่เป็นเอกเทศ”* (ผู้ปฏิบัติงานสำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยกรุงเทพมหานคร 1, สัมภาษณ์ 4 มิถุนายน 2568)

> *“ผอ.เขตไม่ได้มีองค์ความรู้ เฉพาะทาง บางทีก็ มันทำให้เกิด loss time บางอย่างในการตัดสินใจ”* (ผู้ปฏิบัติงานสำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยกรุงเทพมหานคร 2, สัมภาษณ์ 4 มิถุนายน 2568)

> *“หน่วยงาน หลายหน่วยงานเขาพยายามเข้ามาช่วยอะครับ เราเข้าใจ”* (ผู้ปฏิบัติงานการสื่อสารด้านสาธารณภัยกรุงเทพมหานคร, สัมภาษณ์ 4 มิถุนายน 2568)
> "มั่ว ๆ อันนี้ต้องยอมรับว่ามั่ว” (ผู้บริหารงานด้านความปลอดภัยจากภาคอุตสาหกรรม (NPC), สัมภาษณ์ 6 มิถุนายน 2568)

> *“ปัญหาที่เจอตอนแรกคือเราไม่สามารถควบคุมคนเข้าไปได้”* (ผู้ปฏิบัติงานด้านความปลอดภัยจากภาคอุตสาหกรรม (NPC), สัมภาษณ์ 6 มิถุนายน 2568)

> "*ระบบบริหารจัดการภัยพิบัติของกรุงเทพมหานครยังขาดความเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานอย่างแท้จริง การทำงานมักแยกส่วน ขาดผู้บัญชาการกลาง และข้อมูลไม่*

ถึงกัน ทำให้การจัดการในภาวะวิกฤตเกิดความล่าช้าและซ้ำซ้อน" (กลุ่มประชาชนผู้อาศัยบริเวณตึกถล่ม, สนทนากลุ่ม 5 มิถุนายน 2568)

"ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบจัดการสาธารณภัยเชิงบูรณาการในภาวะวิกฤตยังไม่สามารถตัดสินใจและดำเนินการได้รวดเร็วเต็มที่ เนื่องจากโครงสร้างการสั่งการซับซ้อน" (กลุ่มผู้นำชุมชนและกลุ่มผู้สูงอายุ, สนทนากลุ่ม 5 มิถุนายน 2568)

สรุป ปัญหาหลักของระบบบัญชาการคือ การขาดผู้มีอำนาจเด็ดขาดในการตัดสินใจ การแทรกแซงจากผู้บริหารระดับสูงที่ขาดความเชี่ยวชาญ และความล่าช้าในการมอบอำนาจจากส่วนกลาง ซึ่งต้องใช้เวลาหลายวัน (ประมาณ 4 วัน) กว่าจะมาถึงผู้อำนวยการเขต สิ่งเหล่านี้ส่งผลให้การจัดการภัยพิบัติในช่วงแรกเกิดความสับสนและไม่มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเลยช่วงเวลาทอง 72 ชั่วโมงในการช่วยชีวิตผู้ประสบภัย

1.2 การสื่อสารที่ไม่มีประสิทธิภาพและล่าช้าในภาวะวิกฤต พบปัญหาการสื่อสารที่ล่าช้าและขาดความน่าเชื่อถือ โดยเฉพาะในช่วงชั่วโมงแรกของเหตุการณ์ ข้อมูลที่ได้รับจากภาครัฐไม่ค่อยสม่ำเสมอหรือไม่ตรงกันในแต่ละหน่วยงาน

"ไม่ค่อยมีการสื่อสารการสื่อสารยังช้าในช่วงชั่วโมงแรกของเหตุการณ์ยังขาดการ 'ลงพื้นที่สื่อสารแบบเผชิญหน้า' โดยเฉพาะกับกลุ่มเปราะบาง เช่น ผู้สูงอายุ คนพิการ รวมถึงผู้ได้รับผลกระทบ" (กลุ่มประชาชนผู้อาศัยบริเวณตึกถล่ม, สนทนากลุ่ม 5 มิถุนายน 2568)

"การให้ข่าวสารบางหน่วยงานพูดไม่ตรงกัน เช่น หน่วยกู้ภัยบอกอย่างหนึ่ง หน่วยราชการแถลงอีกอย่างหนึ่ง และน้ำหนักของข่าวมุ่งเน้น 'ดราม่า' มากกว่า 'ความรู้'" (กลุ่มประชาชนชุมชนสามเสน, สนทนากลุ่ม 5 มิถุนายน 2568)

"ในช่วงเกิดเหตุแผ่นดินไหวและตึก สตง. ถล่ม ประชาชนพบว่า การสื่อสารทางโทรศัพท์มีปัญหาอย่างรุนแรง เนื่องจากเครือข่ายล่มและสัญญาณขัดข้องจากการใช้งานหนาแน่น' (กลุ่มผู้นำชุมชนและกลุ่มผู้สูงอายุ, สนทนากลุ่ม 5 มิถุนายน 2568)

"ข่าวลือที่แพร่เร็ว การสื่อสารล่าช้า ช่องทางไม่ทั่วถึง และการเน้นดราม่ามากกว่าความรู้" (กลุ่มประชาชนชุมชนสามเสน, สนทนากลุ่ม 5 มิถุนายน 2568)

"นักเลงคีย์บอร์ดอะ...เป็นปัญหาแล้วคนก็ชอบฟังมันด้วย" (ผู้ปฏิบัติงานการสื่อสารด้านสาธารณภัยกรุงเทพมหานคร, สัมภาษณ์ 4 มิถุนายน 2568)

“กู้ภัยบนภาพสื่อเยอะเกินไป” และทำให้ “ความเป็น specialist มันน้อยลง” (ผู้ปฏิบัติงานสำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร 1, สัมภาษณ์ 4 มิถุนายน 2568)

สรุป ระบบสื่อสารในภาวะวิกฤติของกรุงเทพมหานครขาดความรวดเร็ว ความแม่นยำ และความครอบคลุม โดยมีอุปสรรคสำคัญจากข้อมูลที่ขัดแย้งกัน ช่องทางสื่อสารที่จำกัด ปัญหาเครือข่ายล่ม และการแพร่กระจายของข่าวลือ รวมถึงการแสวงหาประโยชน์จากสื่อโดยผู้ที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้อง ทำให้เกิดความสับสนและลดประสิทธิภาพการทำงานของเจ้าหน้าที่

1.3 การเตรียมความพร้อมและการฝึกซ้อมไม่เพียงพอ แม้จะมีแผนการจัดการภัยพิบัติ แต่การนำไปปฏิบัติและการฝึกซ้อมยังไม่เพียงพอ

“มีแผนอยู่แต่ไม่สามารถปฏิบัติได้” (ผู้ปฏิบัติงานสำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร 1, สัมภาษณ์ 4 มิถุนายน 2568)

“*น้อยอะ*” [เกี่ยวกับความถี่ในการฝึกซ้อม] (ผู้ปฏิบัติงานสำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร 2, สัมภาษณ์ 4 มิถุนายน 2568)

“*หน่วยงานราชการทำอะไรต้องขึ้นอยู่กับงบประมาณ*” (ผู้บริหารด้านการจัดการสาธารณภัยของกรุงเทพมหานคร, สัมภาษณ์ 4 มิถุนายน 2568)

“*การซ้อมอพยพมักเป็นพิธีกรรม ไม่สมจริง และไม่มีภาคประชาชนเข้าร่วมอย่างแท้จริง*” (กลุ่มประชาชนชุมชนสามเสน, สนทนากลุ่ม 5 มิถุนายน 2568)

“*ไม่เคยเจอ เพราะฉะนั้นมันก็เลยไม่มีเรื่องของการที่เตรียมเตรียมเตรียมตัวเตรียมการในการที่จะป้องกันหรือว่ามีการฝึกซ้อม*” (กลุ่มผู้นำชุมชนและกลุ่มผู้สูงอายุ, สนทนากลุ่ม 5 มิถุนายน 2568)

“*หลายคนไม่รู้จะทำอะไร หรือไปทางไหนในยามฉุกเฉิน ขาดแผนรองรับในระดับพื้นที่*” (กลุ่มประชาชนผู้อาศัยบริเวณตึกถล่ม, สนทนากลุ่ม 5 มิถุนายน 2568)

สรุป การเตรียมความพร้อมของกรุงเทพมหานคร ยังขาดประสิทธิภาพเนื่องจากแผนปฏิบัติการไม่สอดคล้องกับสถานการณ์จริง การฝึกซ้อมมีน้อย ไม่สมจริง และขาดการมีส่วนร่วมจากประชาชน โดยมีข้อจำกัดด้านงบประมาณเป็นอุปสรรคสำคัญ

1.4 การขาดการมีส่วนร่วมของประชาชน ระบบการจัดการภัยพิบัติของกรุงเทพมหานครยังขาดการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างแท้จริง แม้ประชาชนจะตื่นตัวและต้องการมีส่วนร่วม แต่ยังขาดกลไกที่ชัดเจน

> *"ประชาชนไม่รู้ข้อมูลที่ควรรู้ เช่น สถานะอาคารราชการ การซ่อมบำรุงโครงสร้างพื้นฐาน"* (กลุ่มประชาชนผู้อาศัยบริเวณตึกถล่ม, สนทนากลุ่ม 5 มิถุนายน 2568)

> *"ประชาชนไม่รู้ว่าอาคารไหนเสี่ยง ถนนไหนน้ำท่วม จุดไหนอพยพ"* (กลุ่มประชาชนชุมชนสามเสน, สนทนากลุ่ม 5 มิถุนายน 2568)

> *"การยกระดับ 'การมีส่วนร่วมของประชาชน' ในทุกระดับคือภาคประชาชนผลักดันให้มีการเปิดพื้นที่ให้ชุมชนเข้าร่วมในกระบวนการวางแผนและตัดสินใจ"* (กลุ่มผู้นำชุมชนและกลุ่มผู้สูงอายุ, สนทนากลุ่ม 5 มิถุนายน 2568)

สรุป การจัดการสาธารณภัยของ กทม. ยังไม่เปิดกว้างให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมอย่างมีประสิทธิภาพ โดยขาดการให้ข้อมูลที่จำเป็นและกลไกที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมเชิงรุก

2. แนวปฏิบัติที่ดีจากการจัดการสาธารณภัยและการสื่อสารในภาวะวิกฤติของภาคอุตสาหกรรม

จากการศึกษาแนวปฏิบัติของภาคอุตสาหกรรมโดยมุ่งเน้นศึกษาด้านความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อมในนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงาน พบองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการสาธารณภัย ดังนี้

2.1 ระบบบัญชาการและการบริหารจัดการแบบบูรณาการ ภาคอุตสาหกรรมได้พัฒนาระบบบัญชาการที่มีลักษณะของการรวมศูนย์อำนาจ (Centralized Command) และการบูรณาการทรัพยากร (Resource Integration) อย่างเป็นระบบ ซึ่งแตกต่างจากระบบราชการที่มีการกระจายอำนาจและขาดเอกภาพในการสั่งการ

> *"เพื่อแก้ปัญหาตรงนี้เอา ควบคุมเป็นองค์รวม"* (ผู้ปฏิบัติงานด้านความปลอดภัยจากภาคอุตสาหกรรม (NPC), สัมภาษณ์ 6 มิถุนายน 2568)

> *"รับแจ้งเหตุแล้วก็ เป็นศูนย์รวมสัญญาณแจ้งเหตุ"* (ผู้ปฏิบัติงานด้านความปลอดภัยจากภาคอุตสาหกรรม (NPC), สัมภาษณ์ 6 มิถุนายน 2568)

> *"มอนิเตอร์ที่หน้าจอได้ว่า ที่โรงงานไหน มันบริเวณไหนแล้ว ให้เราสามารถควบคุมจัดการได้"* (ผู้ปฏิบัติงานด้านความปลอดภัยจากภาคอุตสาหกรรม (NPC), สัมภาษณ์ 6 มิถุนายน 2568)

"เวลาเกิดเคสแล้ว ผมมาช่วยพี่แน่นอน... ใช้ไปก่อนเดี๋ยวมาตังกัน" (ผู้บริหารงานด้านความปลอดภัยจากภาคอุตสาหกรรม (NPC), สัมภาษณ์ 6 มิถุนายน 2568)

สรุป ภาคอุตสาหกรรมมีระบบบัญชาการที่เป็นหนึ่งเดียว มีศูนย์กลางที่ชัดเจนในการรับแจ้งเหตุและเฝ้าระวัง รวมถึงการแบ่งระดับการบริการ (Full Package Service และ Mini Package) ที่กำหนดขอบเขตความรับผิดชอบและเวลาตอบสนองที่แน่นอน ทำให้การตัดสินใจและการปฏิบัติงานเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

2.2 การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมขั้นสูง ภาคอุตสาหกรรมมีการลงทุนด้านเทคโนโลยีอย่างเป็นระบบ โดยใช้แนวคิด Digital Transformation ในการพัฒนาระบบเฝ้าระวังและแจ้งเตือนภัย

"เราจะมียึดสัญญาณ ไฟ alarm นะครับ แล้วก็สัญญาณ CCTV ผ่านระบบ network" (ผู้ปฏิบัติงานด้านความปลอดภัยจากภาคอุตสาหกรรม (NPC), สัมภาษณ์ 6 มิถุนายน 2568)

"แทกสัญญาณ CCTV กลับมาได้" (ผู้ปฏิบัติงานด้านความปลอดภัยจากภาคอุตสาหกรรม (NPC), สัมภาษณ์ 6 มิถุนายน 2568)

"ถ่ายทอดวิดีโอหรือใช้กับ realtime" (ผู้ปฏิบัติงานด้านความปลอดภัยจากภาคอุตสาหกรรม (NPC), สัมภาษณ์ 6 มิถุนายน 2568)

"แอปพลิเคชัน ในการรับแจ้งเหตุ แอปพลิเคชันเนี่ยมันก็คล้าย ๆ กับ Line สมมุติว่ามี emergency กด internet ปั๊บ ก็จะมาแจ้งที่ศูนย์เราพร้อมกับพิกัด incident ที่เกิดขึ้น พร้อมกับเบอร์ contact สำหรับผู้แจ้งมา" (ผู้ปฏิบัติงานด้านความปลอดภัยจากภาคอุตสาหกรรม (NPC), สัมภาษณ์ 6 มิถุนายน 2568)

"Pilosim ก็จะเป็นเหตุในอาคาร" (ผู้ปฏิบัติงานด้านความปลอดภัยจากภาคอุตสาหกรรม (NPC), สัมภาษณ์ 6 มิถุนายน 2568)

"Google Earth เบื้องต้นนะครับ ที่เราทำจำลองไว้" (ผู้ปฏิบัติงานด้านความปลอดภัยจากภาคอุตสาหกรรม (NPC), สัมภาษณ์ 6 มิถุนายน 2568)

"รถ mobile เคลื่อนที่สื่อสาร" (ผู้ปฏิบัติงานด้านความปลอดภัยจากภาคอุตสาหกรรม (NPC), สัมภาษณ์ 6 มิถุนายน 2568)

“โดรน ตรวจจับความร้อน” (ผู้ปฏิบัติงานด้านความปลอดภัยจากภาคอุตสาหกรรม (NPC), สัมภาษณ์ 6 มิถุนายน 2568)

“ระบบตรวจวัดสภาพอากาศ” (ผู้ปฏิบัติงานด้านความปลอดภัยจากภาคอุตสาหกรรม (NPC), สัมภาษณ์ 6 มิถุนายน 2568)

สรุป ภาคอุตสาหกรรมใช้เทคโนโลยีที่หลากหลายและบูรณาการ เช่น CCTV ระบบ Alarm วิทยุดิจิทัล แอปพลิเคชันแจ้งเหตุ โปรแกรมจำลองสถานการณ์ โดรน และระบบตรวจวัดสภาพอากาศ เพื่อการเฝ้าระวัง การแจ้งเตือน และการวางแผนการตอบโต้ที่รวดเร็วและแม่นยำ

2.3 การพัฒนาความพร้อมของบุคลากรอย่างต่อเนื่อง ภาคอุตสาหกรรมใช้แนวทาง Continuous Professional Development (CPD) ในการพัฒนาบุคลากร ผ่านการฝึกอบรมและการเตรียมความพร้อมที่เข้มข้น

“น้อง survey ทุกคืนก็จะแจ้งกลับมาว่าพื้นที่โรงงานที่เราไปในรอบเนี้ย” (ผู้ปฏิบัติงานด้านความปลอดภัยจากภาคอุตสาหกรรม (NPC), สัมภาษณ์ 6 มิถุนายน 2568)

“50 วันกินนอนอยู่ที่นี่” (ผู้บริหารงานด้านความปลอดภัยจากภาคอุตสาหกรรม (NPC), สัมภาษณ์ 6 มิถุนายน 2568)

“มาตรวจสอบร่างกายเดือนละครั้ง... ตลอดอายุการทำงาน” (ผู้ปฏิบัติงานด้านความปลอดภัยจากภาคอุตสาหกรรม (NPC), สัมภาษณ์ 6 มิถุนายน 2568)

“performance test ทดสอบกลับมาว่ารถมันยัง ได้ capacity" (ผู้ปฏิบัติงานด้านความปลอดภัยจากภาคอุตสาหกรรม (NPC), สัมภาษณ์ 6 มิถุนายน 2568)

“ทุกปีเราจะต้องทำเหมือนเดิมนะครับ ทำทุกปีนะครับ” (ผู้ปฏิบัติงานด้านความปลอดภัยจากภาคอุตสาหกรรม (NPC), สัมภาษณ์ 6 มิถุนายน 2568)

“ซ้อมแผน ให้ปีละ 10 ครั้ง” (ผู้บริหารงานด้านความปลอดภัยจากภาคอุตสาหกรรม (NPC), สัมภาษณ์ 6 มิถุนายน 2568)

สรุป ภาคอุตสาหกรรมให้ความสำคัญกับการฝึกซ้อมและการบำรุงรักษาอุปกรณ์อย่างสม่ำเสมอและเข้มงวด รวมถึงการฝึกอบรมบุคลากรที่เข้มข้น เพื่อให้มั่นใจว่าทั้งทีมและเครื่องมือมีความพร้อมสูงสุดในการรับมือกับเหตุการณ์ฉุกเฉิน

2.4 การสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัยและมาตรฐานวิชาชีพ ภาคอุตสาหกรรมมุ่งเน้นการสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัยและบุคลากรมืออาชีพผ่านการพัฒนาที่เป็นระบบ

> *"กำลังคนของเรา 223 นาย... ทีมตอบโต้ภาวะฉุกเฉิน ที่เป็นมืออาชีพแล้วก ได้มาตรฐานสากล"* (ผู้บริหารงานด้านความปลอดภัยจากภาคอุตสาหกรรม (NPC), สัมภาษณ์ 6 มิถุนายน 2568)
>
> *"คนที่ Performance ดี ๆ... เข้าไปฝึกกับ URSA"* (ผู้ปฏิบัติงานด้านความปลอดภัยจากภาคอุตสาหกรรม (NPC), สัมภาษณ์ 6 มิถุนายน 2568)
>
> *"ทีม เอ็นจิเนียร์อยู่ด้วย"* (ผู้ปฏิบัติงานด้านความปลอดภัยจากภาคอุตสาหกรรม (NPC), สัมภาษณ์ 6 มิถุนายน 2568)
>
> *"ซ่อมบำรุง ในการทดสอบรถดับเพลิง"* (ผู้ปฏิบัติงานด้านความปลอดภัยจากภาคอุตสาหกรรม (NPC), สัมภาษณ์ 6 มิถุนายน 2568)
>
> *"save cost"* (ผู้ปฏิบัติงานด้านความปลอดภัยจากภาคอุตสาหกรรม (NPC), สัมภาษณ์ 6 มิถุนายน 2568)
>
> *"สถานีฝึกของเราเอง"* (ผู้บริหารงานด้านความปลอดภัยจากภาคอุตสาหกรรม (NPC), สัมภาษณ์ 6 มิถุนายน 2568)

สรุป ภาคอุตสาหกรรมสร้างบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถและสมรรถภาพทางกายสูงผ่านกระบวนการคัดเลือกที่เข้มงวด (ทดสอบ 4 วิชา เคมี คณิตศาสตร์ อังกฤษ จริยธรรม และทดสอบสมรรถภาพทางกาย) การฝึกอบรมที่ได้มาตรฐานสากล และการพัฒนาทักษะเฉพาะทางภายในองค์กร รวมถึงการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและความเป็นมืออาชีพ

3. แนวทางการพัฒนาระบบสื่อสารสาธารณภัยเชิงบูรณาการของกรุงเทพมหานคร

จากการวิเคราะห์สภาพปัญหาของการจัดการสาธารณภัยในกรุงเทพมหานคร และการถอดบทเรียนจากแนวปฏิบัติที่ดีของภาคอุตสาหกรรม ผู้วิจัยได้สังเคราะห์แนวทางการพัฒนาระบบสื่อสารสาธารณภัยเชิงบูรณาการ โดยอาศัยข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากทุกภาคส่วน ดังนี้

3.1 การสร้างแพลตฟอร์มการจัดการและบัญชาการที่ชัดเจนและเป็นเอกภาพ กรุงเทพมหานครจำเป็นต้องปฏิรูประบบบัญชาการภัยพิบัติให้มีความชัดเจนและเป็นเอกภาพ เพื่อลดความซับซ้อนและเพิ่มความรวดเร็วในการตัดสินใจ

"SML ก็พอแล้ว... เขียวเหลืองแดงง่าย ๆ เลย" (ผู้ปฏิบัติงานสำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร 1, สัมภาษณ์ 4 มิถุนายน 2568)

"วันนั้นมีใครได้ดาบกายสิทธิ์คนเดียวไหม" (ผู้บริหารงานด้านความปลอดภัยจากภาคอุตสาหกรรม (NPC), สัมภาษณ์ 6 มิถุนายน 2568)

"กำหนดผู้มีอำนาจตัดสินใจรับผิดชอบ ในแต่ละพื้นที่เหล่านั้น" (ผู้บริหารงานด้านความปลอดภัยจากภาคอุตสาหกรรม (NPC), สัมภาษณ์ 6 มิถุนายน 2568)

"เวลาเกิดเคสแล้ว ผมมาช่วยพี่แน่นอน... ใช้ไปก่อนเดี๋ยวมาตังกัน. (ผู้บริหารงานด้านความปลอดภัยจากภาคอุตสาหกรรม (NPC), สัมภาษณ์ 6 มิถุนายน 2568)

"loss time บางอย่างในการตัดสินใจ" (ผู้ปฏิบัติงานสำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร 2, สัมภาษณ์ 4 มิถุนายน 2568)

สรุป การขาดผู้มีอำนาจเด็ดขาดในการตัดสินใจ การแทรกแซงจากผู้บริหารระดับสูงที่ขาดความเชี่ยวชาญ และความล่าช้าในการมอบอำนาจ ชี้ให้เห็นว่า กทม. จำเป็นต้องพัฒนาระบบบัญชาการให้มีลำดับชั้นที่ชัดเจน มีผู้บัญชาการเหตุการณ์ที่มีอำนาจเด็ดขาด และแผนปฏิบัติการที่สามารถนำไปใช้ได้จริงทันที

3.2 การพัฒนาระบบสื่อสารที่รวดเร็ว แม่นยำ และครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย การพัฒนาระบบสื่อสารเป็นหัวใจสำคัญของการจัดการภัยพิบัติที่มีประสิทธิภาพ กรุงเทพมหานครต้องสร้างระบบที่สามารถสื่อสารได้รวดเร็ว แม่นยำ และเข้าถึงประชาชนทุกกลุ่ม

"ตั้งศูนย์ข่าวกลาง ใช้ภาษาง่าย ตรวจสอบข่าวลือเร็ว และให้ชุมชนมีบทบาทมากขึ้นในการส่งต่อข้อมูล" (กลุ่มผู้นำชุมชนและกลุ่มผู้สูงอายุ, สนทนากลุ่ม 5 มิถุนายน 2568)

"เสียงตามสาย ชุมชนอาสา รถเสียงตั้งระบบ SMS อัตโนมัติ หรือ LINE Official Account สำหรับแจ้งเตือนภัยเฉพาะเขต" (กลุ่มผู้นำชุมชนและกลุ่มผู้สูงอายุ, สนทนากลุ่ม 5 มิถุนายน 2568)

"SMS แจ้งเตือน อยากให้มีการรีอยู่เรื่อย ๆ เพื่อที่จะได้เป็นการเทสระบบเป็นตัวด้วย เพราะว่ามันใช้ได้ไม่ได้" (กลุ่มผู้นำชุมชนและกลุ่มผู้สูงอายุ, สนทนากลุ่ม 5 มิถุนายน 2568)

“พวกดารา น่ะไปถ่ายไลฟ์สดใช่ป่ะ พวกนี้ตัวปัญหา” (กลุ่มผู้นำชุมชนและกลุ่มผู้สูงอายุ, สนทนากลุ่ม 5 มิถุนายน 2568)

“นักเลงคีย์บอร์ด... เป็นปัญหา แล้วคนก็ชอบฟังด้วย” (ผู้ปฏิบัติงานสำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร 2, สัมภาษณ์ 4 มิถุนายน 2568)

สรุป ปัญหาการสื่อสารที่ล่าช้า ข้อมูลไม่ตรงกัน เครือข่ายล่ม และข่าวลือแพร่กระจาย ทำให้ กทม. ต้องพัฒนาระบบสื่อสารที่บูรณาการและเชื่อถือได้ โดยมีศูนย์กลางการสื่อสารที่ชัดเจน ใช้เทคโนโลยีหลากหลายช่องทาง และเน้นการให้ข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์

3.3 การส่งเสริมการเตรียมความพร้อมและการมีส่วนร่วมของชุมชนเชิงรุก การสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนเป็นกุญแจสำคัญในการจัดการภัยพิบัติอย่างยั่งยืน กรุงเทพมหานครต้องเปลี่ยนจากการทำงานแบบรวมศูนย์มาเป็นการส่งเสริมให้ชุมชนมีบทบาทเชิงรุก

“จัดทำ ‘คู่มือรับมือภัยพิบัติประจำชุมชน’ แบบเข้าใจง่าย แจกถึงมือประชาชน” (กลุ่มประชาชนชุมชนสามเสน, สนทนากลุ่ม 5 มิถุนายน 2568)

“สร้าง ‘แผนที่จุดเสี่ยงภัย’ แบบเปิดเผย และอัปเดตได้” (กลุ่มประชาชนชุมชนสามเสน, สนทนากลุ่ม 5 มิถุนายน 2568)

“จัดให้มี ‘การฝึกซ้อมร่วม’ ระหว่างหน่วยงานรัฐ โรงเรียน ห้าง ชุมชนจำลองสถานการณ์ให้ใกล้เคียงของจริงที่สุด” (กลุ่มประชาชนชุมชนสามเสน, สนทนากลุ่ม 5 มิถุนายน 2568)

“การซ้อมอพยพมักเป็นพิธีกรรม ไม่สมจริง และไม่มีภาคประชาชนเข้าร่วมอย่างแท้จริง” (กลุ่มประชาชนชุมชนสามเสน, สนทนากลุ่ม 5 มิถุนายน 2568)

“สอนเด็กในประเทศไทยให้รู้เบื้องต้น” (กลุ่มประชาชนผู้อาศัยบริเวณตึกถล่ม, สนทนากลุ่ม 5 มิถุนายน 2568)

“สนับสนุนเครือข่ายอาสาสมัครและ อสม.” (กลุ่มประชาชนชุมชนสามเสน, สนทนากลุ่ม 5 มิถุนายน 2568)

“ตั้งกองทุนภัยพิบัติระดับชุมชน” (กลุ่มประชาชนชุมชนสามเสน, สนทนากลุ่ม 5 มิถุนายน 2568)

“เจ้าของแผน” (กลุ่มผู้นำชุมชนและกลุ่มผู้สูงอายุ, สนทนากลุ่ม 5 มิถุนายน 2568)

สรุป การขาดแผนปฏิบัติการที่เข้าถึงชุมชน การฝึกซ้อมที่ไม่เพียงพอ และการขาดการมีส่วนร่วมของประชาชน ชี้ให้เห็นว่า กทม. จำเป็นต้องสร้างเสริมความเข้มแข็งของชุมชนผ่านการให้ความรู้การจัดทำเครื่องมือที่เข้าใจง่าย และการฝึกซ้อมที่เน้นการมีส่วนร่วมจริง

3.4 การนำเทคโนโลยีและข้อมูลเชิงวิศวกรรมมาใช้ในการจัดการภัยพิบัติ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและวิศวกรรมเป็นปัจจัยสำคัญในการยกระดับความสามารถในการจัดการภัยพิบัติให้ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ

> *“กทม. มีวงจรปิดถ้าบูรณาการได้บวก AI เข้าไปครับถ้าเกิดเหตุ สามารถดูเลย”* (กลุ่มประชาชนผู้อาศัยบริเวณตึกถล่ม, สนทนากลุ่ม 5 มิถุนายน 2568)

> *“simulation 3 มิติจากพลิกดินเขารู้เลยว่ามันอยู่ตรงไหนยังไง เขาเข้ามาในรูปแบบ engineer”* (ผู้ปฏิบัติงานสำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร 2, สัมภาษณ์ 4 มิถุนายน 2568)

สรุป การขาดการใช้เทคโนโลยีขั้นสูงในการเฝ้าระวัง การแจ้งเตือน และการจำลองสถานการณ์ ทำให้ กทม. ต้องลงทุนในระบบเทคโนโลยีและวิศวกรรมที่ทันสมัย เช่น เซ็นเซอร์ ระบบจำลอง 3 มิติ โดรน และ AI เพื่อเพิ่มความแม่นยำและรวดเร็วในการรับมือภัยพิบัติ

3.5 การพัฒนาบุคลากรและ Career Path สำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านภัยพิบัติ การพัฒนาบุคลากรให้มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านเป็นการลงทุนระยะยาวที่จำเป็นสำหรับการจัดการภัยพิบัติที่มีประสิทธิภาพ

> *“สร้างศูนย์ฝึกอบรม”* (ผู้ปฏิบัติงานสำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร 1, สัมภาษณ์ 4 มิถุนายน 2568)

> *“เสียประมาณปีนึงเป็น 100 ล้าน ในการเอาจะให้เงินที่ให้เอกชนมาฝึก”* (ผู้ปฏิบัติงานสำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร 1, สัมภาษณ์ 4 มิถุนายน 2568)

> *“ผอ.เขตไม่ได้มีองค์ความรู้ บางทีก็ มันทำให้เกิด loss time บางอย่างในการตัดสินใจ”* (ผู้ปฏิบัติงานสำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร 2, สัมภาษณ์ 4 มิถุนายน 2568)

สรุป การขาดบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านภัยพิบัติโดยตรง และการฝึกอบรมที่ไม่เพียงพอ ทำให้ กทม. ต้องลงทุนในการพัฒนาบุคลากรตั้งแต่ระดับผู้บริหารจนถึงผู้ปฏิบัติการ โดยสร้างหลักสูตรและสถาบันฝึกอบรมของตนเอง

3.6 การปรับปรุงโครงสร้างและกฎหมายเพื่อเพิ่มความรับผิดชอบและความโปร่งใส การปฏิรูปเชิงโครงสร้างและกฎหมายเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างระบบจัดการภัยพิบัติที่มีธรรมาภิบาลและได้รับความเชื่อมั่นจากประชาชน

> *“ตรวจสอบโครงสร้างอาคารราชการเป็นระยะ”* (กลุ่มผู้นำชุมชนและกลุ่มผู้สูงอายุ, สนทนากลุ่ม 5 มิถุนายน 2568)
>
> *“ถ้าเรารู้กฎหมายมันจะรีบทำอย่างเร็วมันจะแก้ปัญหาได้เยอะ เรื่องฟ้องร้องคนตายนี่นะครับไม่จบง่ายเลยนะฮะ”* (กลุ่มผู้นำชุมชนและกลุ่มผู้สูงอายุ, สนทนากลุ่ม 5 มิถุนายน 2568)
>
> *“โครงสร้างระบบราชการคอรัปชั่น”* (กลุ่มประชาชนผู้อาศัยบริเวณตึกถล่ม, สนทนากลุ่ม 5 มิถุนายน 2568)

สรุป การขาดความโปร่งใสในข้อมูลอาคารราชการ และกลไกความรับผิดชอบทางกฎหมายที่ไม่ชัดเจน ทำให้ กทม. ต้องปรับปรุงกฎหมายและโครงสร้างการตรวจสอบ เพื่อให้เกิดความโปร่งใส ความรับผิดชอบ และความเชื่อมั่นจากประชาชน

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการจัดการสาธารณภัยและการสื่อสารในภาวะวิกฤติของกรุงเทพมหานคร วิเคราะห์แนวปฏิบัติที่ดีจากภาคอุตสาหกรรม และพัฒนาแนวทางการสื่อสารสาธารณภัยเชิงบูรณาการ ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 16 คน พบประเด็นสำคัญ 3 ประการ ดังนี้

ประการแรก ระบบการจัดการสาธารณภัยของกรุงเทพมหานครประสบปัญหาเชิงโครงสร้าง 4 มิติหลัก ได้แก่ (1) การขาดเอกภาพในการบัญชาการ ซึ่งส่งผลให้เกิดความล่าช้าในการตัดสินใจและการดำเนินการ (2) ระบบการสื่อสารที่ไม่มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะปัญหาข้อมูลที่ขัดแย้งและการแพร่กระจายของข่าวลือ (3) การเตรียมความพร้อมที่ไม่เพียงพอ ทั้งในแง่ความถี่ของการฝึกซ้อมและความสมจริงของการฝึก และ (4) การขาดการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างเป็นระบบ

ประการที่สอง ภาคอุตสาหกรรม โดยเฉพาะบริษัท เอ็นพีซี เซฟตี้ จำกัด ได้พัฒนาระบบการจัดการสาธารณภัยที่มีประสิทธิภาพผ่าน 4 องค์ประกอบหลัก คือ (1) ระบบบัญชาการแบบรวมศูนย์ที่มีการตัดสินใจรวดเร็ว (2) การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแบบบูรณาการ (3) การพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่องและเข้มข้น และ (4) การสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัยในองค์กร

ประการที่สาม แนวทางการพัฒนาที่เหมาะสมสำหรับกรุงเทพมหานครประกอบด้วย 6 มิติ ได้แก่ การปฏิรูประบบบัญชาการ การพัฒนาระบบสื่อสารแบบบูรณาการ การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ การพัฒนาบุคลากรเฉพาะทาง และการปรับปรุงกฎหมายเพื่อเพิ่มความโปร่งใส

การวิเคราะห์ช่องว่างเชิงโครงสร้างและการจัดการ ผลการวิจัยสอดคล้องกับทฤษฎีการจัดการแบบเครือข่าย (Network Governance Theory) ของ Kapucu & Garayev (2016) ที่ชี้ให้เห็นว่าโครงสร้างแนวนอนที่มีความยืดหยุ่นจะให้การตอบสนองที่มีประสิทธิภาพมากกว่าโครงสร้างแนวตั้ง ปัญหาการขาดเอกภาพในการบัญชาการของกรุงเทพมหานครสะท้อนถึงความท้าทายของระบบราชการไทยที่มีสายการบังคับบัญชาซับซ้อน ขณะที่ภาคอุตสาหกรรมสามารถสร้างระบบบัญชาการแบบรวมศูนย์ได้เนื่องจากมีความคล่องตัวในการตัดสินใจและไม่ติดขัดด้วยระเบียบราชการ การค้นพบนี้ ขยายองค์ความรู้จากงานวิจัยของธนชาติ นุ่มนนท์ (2562) ที่ศึกษาการประยุกต์ใช้ระบบ ICS ในประเทศไทย โดยชี้ให้เห็นว่าปัญหาไม่ได้อยู่ที่การขาดองค์ความรู้หรือระบบ แต่อยู่ที่การนำไปปฏิบัติที่ต้องเผชิญกับข้อจำกัดเชิงโครงสร้างของระบบราชการ

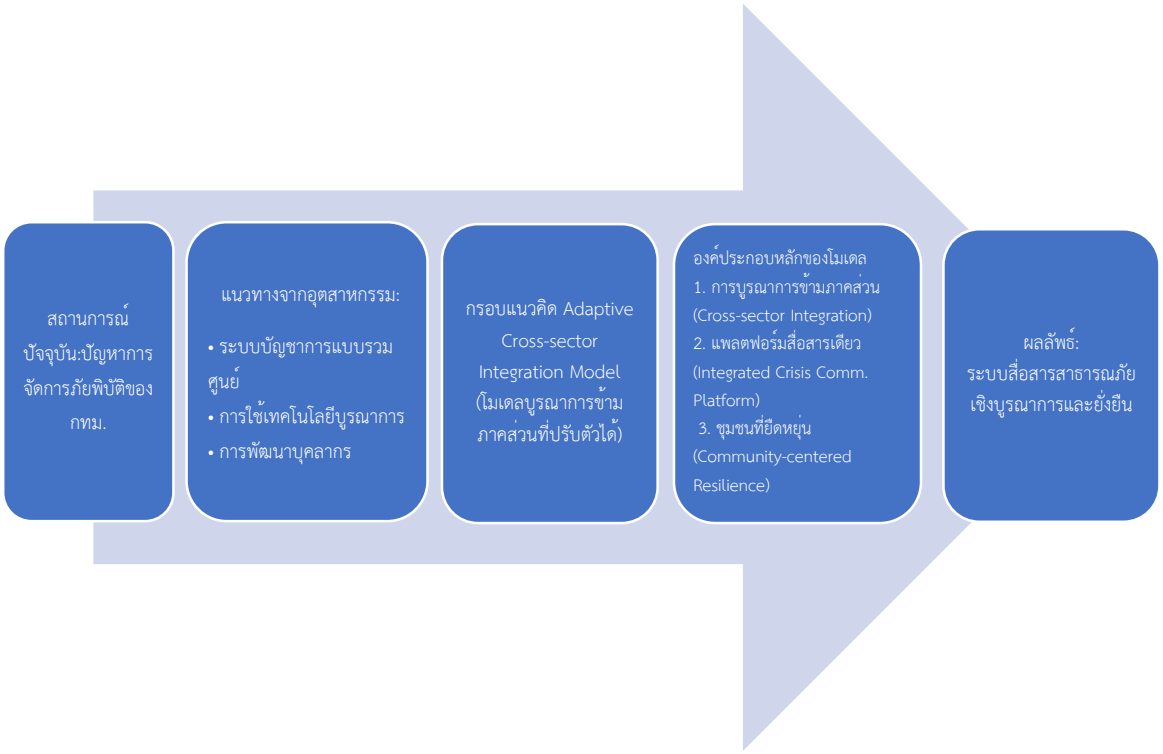
การสื่อสารในภาวะวิกฤติและการจัดการข้อมูล ปัญหาการสื่อสารที่พบในการวิจัยสอดคล้องกับแนวคิด Crisis and Emergency Risk Communication (CERC) ของ Reynolds และ Seeger (2005) ที่เน้นความสำคัญของการสื่อสารที่รวดเร็ว แม่นยำ และน่าเชื่อถือ การที่ข้อมูลจากหน่วยงานต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานครขัดแย้งกันสะท้อนถึงการขาดแหล่งข้อมูลเดียวที่เชื่อถือได้ (Single Source of Truth) ซึ่งเป็นหลักการสำคัญในการจัดการข้อมูลภาวะวิกฤติ นอกจากนี้ ปัญหา “นักเลงคีย์บอร์ด” และการแพร่กระจายข่าวลือผ่านสื่อสังคมออนไลน์สอดคล้องกับการศึกษาของ Oh et al. (2013) ที่พบว่า ข่าวลือในสื่อสังคมสามารถแพร่กระจายได้เร็วกว่าข้อมูลที่ถูกต้องถึง 6 เท่า ซึ่งชี้ให้เห็นความจำเป็นในการพัฒนากลยุทธ์การจัดการข้อมูลเชิงรุกในยุคดิจิทัล

การถ่ายทอดความรู้ข้ามภาคส่วน (Cross-sector Knowledge Transfer) การวิจัยนี้นำเสนอมุมมองใหม่ในการถ่ายทอดแนวปฏิบัติที่ดีจากภาคอุตสาหกรรมสู่ภาครัฐ ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยส่วนใหญ่ที่มักศึกษาการถ่ายทอดความรู้จากต่างประเทศ การที่ภาคอุตสาหกรรมสามารถพัฒนาระบบที่มีประสิทธิภาพได้ แสดงให้เห็นว่าปัจจัยความสำเร็จไม่ได้อยู่ที่ทรัพยากรเพียงอย่างเดียว แต่อยู่ที่การจัดการเชิงระบบและวัฒนธรรมองค์กร อย่างไรก็ตาม การถ่ายทอดแนวปฏิบัติข้ามภาคส่วนต้องคำนึงถึงความแตกต่างของบริบท (Contextual Differences) โดยเฉพาะความซับซ้อนของพื้นที่เมืองที่มีประชากรหลากหลายกลุ่ม ซึ่งแตกต่างจากนิคมอุตสาหกรรมที่มีขอบเขตจำกัดและชัดเจน

การมีส่วนร่วมของประชาชนและการสร้างความยืดหยุ่นของชุมชน ข้อค้นพบเกี่ยวกับความต้องการมีส่วนร่วมของประชาชนสอดคล้องกับแนวคิด Disaster Resilience ของ Vermiglio et al. (2022) ที่เน้นการสร้างความยืดหยุ่นผ่านการพัฒนาขีดความสามารถของชุมชน การที่ประชาชนต้องการเป็น “เจ้าของแผน”

สะท้อนถึงการเปลี่ยนกระบวนทัศน์จากการจัดการแบบ Top-down สู่ Bottom-up Approach ข้อเสนอในการจัดตั้ง “กองทุนภัยพิบัติระดับชุมชน” เป็นนวัตกรรมทางสังคมที่น่าสนใจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Community-based Disaster Risk Management (CBDRM) ที่ประสบความสำเร็จในหลายประเทศในเอเชีย

แบบจำลอง กรอบแนวคิดโมเดลบูรณาการข้ามภาคส่วนที่ปรับตัวได้ (Adaptive Cross-sector Integration Model)



ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากผลการวิจัยเสนอให้กรุงเทพมหานครดำเนินการปฏิรูปเชิงนโยบาย 3 ด้านหลัก ได้แก่

1.1 การปฏิรูปโครงสร้างการบัญชาการ โดยผลักดันแก้ไขพระราชบัญญัติป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย พ.ศ. 2550 เพื่อให้ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครมีอำนาจบัญชาการเต็มในพื้นที่ โดยไม่ต้องรอส่วนกลาง พร้อมจัดตั้งคณะกรรมการบริหารจัดการสาธารณภัยที่ตัดสินใจได้ทันที

1.2 การจัดตั้งศูนย์บัญชาการและสื่อสารกลางแบบ War Room ถาวรพร้อมเทคโนโลยีทันสมัย บุคลากร 24 ชั่วโมง และ Public Information Officer ที่ผ่านการฝึกอบรม รวมถึง Communication Protocol ที่ชัดเจน

1.3 การสร้างกลไกความร่วมมือข้ามภาคส่วน ผ่าน MOU กับภาคเอกชนที่มีความเชี่ยวชาญ และจัดตั้งคณะกรรมการร่วมภาครัฐ-เอกชน-ประชาชน

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

ด้านปฏิบัติการเสนอ 3 แนวทาง ดังนี้

2.1 พัฒนาระบบเทคโนโลยี ผ่านแอปพลิเคชัน “Bangkok Safe” ระบบ Dashboard แบบ Real-time ระบบ AI คัดกรองข่าวลือ และฐานข้อมูลภัยพิบัติบูรณาการ

2.2 พัฒนาศักยภาพบุคลากร โดยจัดตั้งสถาบันการจัดการภัยพิบัติกรุงเทพมหานคร พัฒนาหลักสูตรผู้บริหาร สร้าง Career Path ชัดเจน และฝึกซ้อม Table Top Exercise รายไตรมาส

2.3 ส่งเสริมการมีส่วนร่วมชุมชน ด้วยคู่มือภัยพิบัติประจำบ้าน แผนที่เสี่ยงภัยแบบมีส่วนร่วม อาสาสมัครสื่อสารภัยพิบัติ และกองทุนภัยพิบัติชุมชนแบบสมทบทุน

3. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

การวิจัยต่อยอดควรดำเนินการ 4 ด้าน ดังนี้

3.1 วิจัยเชิงปริมาณ สำรวจความพร้อมและการรับรู้ของประชาชนวงกว้าง รวมถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมรับมือภัยพิบัติ

3.2 วิจัยเชิงเปรียบเทียบ กับมหานครอาเซียนอื่นๆ เช่น สิงคโปร์ กัวลาลัมเปอร์ จาการ์ตา เพื่อหาแนวปฏิบัติที่เหมาะสมกับเขตร้อนชื้น

3.3 วิจัยเชิงนวัตกรรม ทดสอบ Blockchain จัดการข้อมูล IoT เตือนภัย และ Digital Twin จำลองสถานการณ์

3.4 วิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ในพื้นที่นำร่องให้ชุมชนร่วมออกแบบและทดสอบระบบเพื่อสร้างต้นแบบขยายผล

บรรณานุกรม

กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย. (2564). *แผนการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยแห่งชาติ พ.ศ. 2564-2570*. https://ndwc.disaster.go.th/ndwc/cms/2744?id=44525

กรมโยธาธิการและผังเมือง. (2566). *รายงานการสำรวจความเสี่ยงอาคารสูงในกรุงเทพมหานคร*. กรมโยธาธิการและผังเมือง.

กรมทรัพยากรธรณี. (2565). *รายงานการศึกษารอยเลื่อนมีพลังในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: กรมทรัพยากรธรณี.

ธนชาติ นุ่มนนท์. (2562). การประยุกต์ใช้ระบบบัญชาการเหตุการณ์ (ICS) ในการจัดการสาธารณภัยของประเทศไทย: ความท้าทายและโอกาส. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง*, *4*(1), 55-68.

สำนักป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรุงเทพมหานคร. (2567). *รายงานสถิติเหตุเพลิงไหม้ในกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2566*. https://data.bangkok.go.th/organization/19000000?organization=19000000&_groups_limit=0&groups=garbageindist&license_id=License+ not+specified

Coombs, W. T. (2007). Protecting organization reputations during a crisis: The development and application of situational crisis communication theory. *Corporate Reputation Review*, *10*(3), 163-176.

Coombs, W. T. (2019). *Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding* (5th ed.). SAGE Publications.

Deniz, T., Taşan-Kok, T. B. T., & Eraydın, A. (2023). Coordination analysis in disaster management: A qualitative approach in Türkiye. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, *111*, 104672. https://doi.org/10.1016/j.ijdrr.2023.104672

Galanti, L., et al. (2024). Placing engineering in the earthquake response and the survival chain. *Nature Communications*, *15*, Article 4298. https://doi.org/10.1038/s41467-024-48624-3

Kapucu, N., & Garayev, V. (2016). Structure and network performance: Horizontal and vertical networks in emergency management. *Administration & Society*, *48*(8), 931-961.

Li, Y., & Liu, Q. (2023). Inter-organizational collaboration networks in disaster management: A systematic review. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, *85*, 103487.

Oh, O., Agrawal, M., & Rao, H. R. (2013). Community intelligence and social media services: A rumor theoretic analysis of tweets during social crises. *MIS Quarterly*, *37*(2), 407-426.

Pelling, M. (2011). *Adaptation to climate change: From resilience to transformation*. Routledge.

Reynolds, B., & Seeger, M. W. (2005). Crisis and emergency risk communication as an integrative model. *Journal of Health Communication*, *10*(1), 43-55.

United Nations Office for Disaster Risk Reduction. (2015). *Sendai framework for disaster risk reduction 2015-2030*. UNDRR.

Vermiglio, C., Noto, G., Bolívar, M. P. R., & Zarone, V. (2022). Disaster management and emerging technologies: A performance-based perspective. *Meditari Accountancy Research*, *30*(4), 1093-1117.

World Bank & Royal Thai Government. (2012). *Thai flood 2011: Rapid assessment for resilient recovery and reconstruction planning*. World Bank.

Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). SAGE Publications.

Yu, X., Hu, X., Song, Y., Xu, S., Li, X., Song, X., ... & Wang, F. (2024). Intelligent assessment of building damage of 2023 Turkey-Syria Earthquake by multiple remote sensing approaches. *NPJ Natural Hazards*, *1*(1), 3. https://doi.org/10.1038/s44304-024-00003-0

U.S. Geological Survey. (2024). *Plan to coordinate post-earthquake investigations supported by the National Earthquake Hazards Reduction Program (NEHRP)*. U.S. Department of the Interior. https://pubs.usgs.gov/publication/cir1542

United Nations Office for Disaster Risk Reduction (UNDRR). (2024). *Global Assessment Report on Disaster Risk Reduction (GAR 2024)*. United Nations. https://www.undrr.org/gar

วารสารวิชาการ วิจัย และนวัตกรรม มสธ. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)
STOU Academic Journal of Research and Innovation (Humanities and Social Science)
ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2568) Vol. 5 No. 2 (July - December 2025)

Received: July 20, 2025
Revised: September 9, 2025
Accepted: September 13, 2025

การพัฒนาสื่อด้านสุขภาพเรื่องการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอย่างปลอดภัยสำหรับผู้สูงอายุ

Healthcare Material Development in Safely Using Supplementary Products for the Elderly

อารยา เชียงของ (Araya Chiangkhong)[1]
จิรนุช งามยิ่งยศ (Jiranuch Ngamyingyod)[1]
วีรพงษ์ พวงเล็ก (Weerapong Pounglek)[2*]
ขวัญชนก เทพปัน (Kwunchanok Theppan)[3]
ทรงพัน โลกาวี (Shongpun Lokavee)[3]
*ผู้ประสานงานหลัก E-mail: weerapong.p@bu.ac.th

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและประเมินประสิทธิภาพของสื่อมัลติมีเดียเรื่องการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอย่างปลอดภัยสำหรับผู้สูงอายุ โดยใช้รูปแบบการวิจัยและพัฒนา (R&D) ตามกระบวนการ ADDIE Model ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ การวิเคราะห์ ออกแบบ พัฒนา การนำไปใช้ และการประเมินผล การเก็บข้อมูลประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง แบบทดสอบวัดความรู้ และแบบประเมินความตระหนัก รวมทั้งแบบประเมินความพึงพอใจและคุณภาพของสื่อ ในกลุ่มผู้สูงอายุจำนวน 160 คน ที่มีประสบการณ์หรือมีความสนใจในผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และสามารถใช้อุปกรณ์เพื่อดูวิดีโอหรือสื่อดิจิทัลได้ ใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณาเพื่ออธิบายข้อมูลพื้นฐานด้วย ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อมูลด้านบริบทและพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา และวิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์ก่อน-หลัง โดย one sample t-test โดยประเมินค่าประสิทธิภาพด้วยสูตรของ Meguigans

[1] *คณะพยาบาลศาสตร์เกื้อการุณย์ มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช*
(Kuakarun Faculty of Nursing, Navamindradhiraj University)
[2] *คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ*
(School of Communication Arts, Bangkok University)
[3] *คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ*
(The Faculty of Science and Technology, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้สูงอายุมีความเข้าใจคลาดเคลื่อน พึ่งพาแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือไม่ได้ และขาดการปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ ส่งผลให้เกิดผลข้างเคียงจากการใช้ร่วมกับยา สื่อที่พัฒนาขึ้นมีเนื้อหาครอบคลุมหลักการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอย่างปลอดภัย ออกแบบตาม Bloom’s Taxonomy ทั้งด้านความรู้ เจตคติ และพฤติกรรม ผลการทดลองใช้พบว่า ผู้สูงอายุเข้าใจเนื้อหาได้ดี มีความพึงพอใจในระดับดีมาก และผลการประเมินประสิทธิภาพด้วยสูตร Meguigans แสดงให้เห็นว่าสื่อสามารถเพิ่มความรู้และความตระหนักได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยมีค่าประสิทธิภาพเฉลี่ยสูงกว่าเกณฑ์ 60% ทั้งสองด้าน นอกจากนี้ผู้สูงอายุที่รับชมสื่อสุขภาพมัลติมีเดียรายงานความพึงพอใจในระดับดีมาก ทั้งด้านเนื้อหา การนำเสนอ และเสียงบรรยาย โดยให้คะแนนเฉลี่ยใกล้เคียงหรือสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐาน 4.5 คะแนน แม้ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่สะท้อนว่าสื่อมีความเหมาะสม ชัดเจน และตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้อย่างเหมาะสม

คำสำคัญ สื่อสุขภาพ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ผู้สูงอายุ การพัฒนาสื่อ ADDIE Model

Abstract

This article aims to develop and evaluate the effectiveness of a multimedia health education tool on the safe use of dietary supplements for older adults, using a research and development (R&D) design based on the ADDIE model, comprising five phases: Analysis, Design, Development, Implementation, and Evaluation. Data collection tools included semi-structured interviews, knowledge tests, awareness assessments, and multimedia user satisfaction and quality evaluation forms. Descriptive statistics, specifically mean and standard deviation, were used to describe demographic data. Content analysis was utilized for data concerning the context and behaviors of supplement use. A one-sample t-test was used to analyze the pre-test and post-test results, and the multimedia's efficiency was evaluated using Meguigan's formula.

Findings revealed that older adults often misunderstood the nature of dietary supplements, relied on unreliable information sources, and lacked consultation with health professionals, leading to adverse interactions with medications. The developed multimedia content addressed key principles for the safe use of supplements and was designed based on Bloom’s Taxonomy to target cognitive, affective, and behavioral learning domains. Pilot testing showed that participants understood the content well and reported high levels of satisfaction. Effectiveness evaluation using Meguigans formula demonstrated significant improvements in

both knowledge and awareness, with performance indices exceeding 60%. User satisfaction ratings across content, presentation, and narration averaged close to or above the 4.5 benchmark, indicating the tool's clarity, relevance, and appropriateness for the target audience.

Keywords: Health media, Dietary supplements, Older adults, Media development, ADDIE model

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยได้เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2564 โดยมีสัดส่วนประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป เกินร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมด (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565) การเปลี่ยนแปลงเชิงประชากรนี้ส่งผลต่อรูปแบบพฤติกรรมสุขภาพของประชาชน โดยเฉพาะในกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งมักประสบปัญหาโรคเรื้อรัง เช่น เบาหวาน ความดันโลหิตสูง หรือภาวะไขมันในเลือดผิดปกติ จึงมีแนวโน้มที่จะบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพิ่มขึ้น เพื่อเสริมสร้างสุขภาพและชะลอการเสื่อมของร่างกาย (วิภารัตน์ หาจันดา และคณะ, 2565; อรณี วาสนาพิตรานนท์, 2564)

อย่างไรก็ตาม พบว่าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจะจัดอยู่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่ใช่ยา และสามารถหาซื้อได้ง่าย แต่การใช้โดยปราศจากความรู้ที่ถูกต้องอาจก่อให้เกิดผลข้างเคียงหรืออันตราย โดยเฉพาะเมื่อใช้ร่วมกับยาที่ได้รับจากแพทย์ เช่น น้ำมันปลาที่มีฤทธิ์ต้านการเกาะกลุ่มของเกล็ดเลือด อาจเพิ่มความเสี่ยงของภาวะเลือดออกในผู้ที่ใช้ยาต้านการแข็งตัวของเลือด (เพิ่มพรรณ์ ธนะภาส และคณะ, 2563) ปัญหาเหล่านี้สะท้อนถึงความจำเป็นในการเสริมสร้างความรู้และทักษะในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอย่างปลอดภัยในผู้สูงอายุ การศึกษาในประเทศไทยยังพบว่า ผู้สูงอายุจำนวนมากได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากแหล่งที่ไม่น่าเชื่อถือ เช่น คำบอกเล่าจากเพื่อน โฆษณาบนสื่อออนไลน์ หรือสื่อทีวีดาวเทียม ซึ่งมักมีเนื้อหาชวนเชื่อหรือโฆษณาเกินจริง (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา [อย.] และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ [สสส.], 2564) ขณะที่การเข้าถึงคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ เช่น แพทย์หรือเภสัชกร ยังมีข้อจำกัดทั้งด้านเวลา ทรัพยากรบุคคล และความถี่ในการพบปะ สิ่งเหล่านี้ล้วนส่งผลให้เกิดการตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์โดยขาดข้อมูลที่ถูกต้อง

แม้ว่าประเทศไทยจะมีการควบคุมผลิตภัณฑ์เสริมอาหารโดยหน่วยงานรัฐ เช่น สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ผ่านระบบการอนุญาตเลขสารบบอาหาร การตรวจสอบคุณภาพ และการควบคุมโฆษณา แต่ในทางปฏิบัติกลับพบว่ายังมีผลิตภัณฑ์จำนวนมากที่ไม่ได้รับอนุญาต หรือโฆษณาโดยหลีกเลี่ยงข้อกำหนดทางกฎหมาย โดยเฉพาะในแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Facebook, YouTube และ TikTok (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, 2565) ทำให้ผู้บริโภค โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุซึ่งอาจไม่มี

ทักษะในการประเมินข้อมูลสื่อออนไลน์ ตกเป็นเหยื่อของการโฆษณาหลอกลวงได้ง่าย (พิมพ์ศิริ อุยวัฒนกุล และคณะ, 2565) เพื่อจัดการกับปัญหาดังกล่าว การส่งเสริมสุขภาพด้วยวิธีการใหม่ที่เข้าถึงง่ายและเหมาะสมกับลักษณะการเรียนรู้ของผู้สูงอายุจึงเป็นสิ่งจำเป็น ผลงานวิจัยจำนวนมากที่ชี้ให้เห็นว่า การใช้สื่อมัลติมีเดีย โดยเฉพาะวิดีโอที่มีภาพเคลื่อนไหว เสียงบรรยาย และสถานการณ์จำลองที่เกี่ยวข้องกับชีวิตจริง สามารถกระตุ้นการเรียนรู้และส่งเสริมพฤติกรรมสุขภาพในกลุ่มผู้สูงอายุได้อย่างมีประสิทธิภาพ (สายสุนีย์ จับโจร และคณะ, 2563)

ADDIE Model เป็นแนวทางการพัฒนาสื่อที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลาย ซึ่งกระบวนการออกแบบการเรียนรู้ที่ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ การวิเคราะห์ (Analysis) การออกแบบ (Design) การพัฒนา (Development) การนำไปใช้ (Implementation) และการประเมินผล (Evaluation) (Branch, 2009) โมเดลนี้ช่วยให้การพัฒนาสื่อสุขภาพสามารถออกแบบได้อย่างเป็นระบบ มีการกำหนดวัตถุประสงค์การเรียนรู้อย่างชัดเจน และสามารถประเมินผลได้จริง จากบริบทดังกล่าว ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญในการพัฒนาสื่อสุขภาพมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอย่างปลอดภัยในกลุ่มผู้สูงอายุ โดยใช้กระบวนการศึกษาและพัฒนาเชิงระบบตามแนวทาง ADDIE Model เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพและสามารถเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคได้อย่างยั่งยืน สื่อมัลติมีเดียเรื่องการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอย่างปลอดภัยสำหรับผู้สูงอายุที่ถูกพัฒนาขึ้นนี้ จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการทำให้ผู้สูงอายุมีความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและมีความตระหนักรู้ในการพิจารณาเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอย่างปลอดภัย ตลอดจนการสร้างต้นแบบสื่อสุขภาพมัลติมีเดียที่ออกแบบตามกระบวนการวิจัย ซึ่งมีคุณภาพและเหมาะกับผู้สูงอายุแก่ศูนย์สุขภาพ ให้สามารถนำไปใช้ในกิจกรรมการให้ความรู้เพื่อส่งเสริมสุขภาพและลดภาระบุคลากรในการให้รู้รายบุคคล

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อพัฒนาและประเมินประสิทธิภาพและผลสัมฤทธิ์ของสื่อมัลติมีเดียเรื่องการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอย่างปลอดภัยสำหรับผู้สูงอาย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ได้รับการรับรองจริยธรรมการวิจัยจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน คณะพยาบาลศาสตร์เกื้อการุณย์ มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราชเลขที่รับรอง KFN 24.1/2020 มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและประเมินประสิทธิภาพของสื่อสุขภาพมัลติมีเดียสำหรับผู้สูงอายุเกี่ยวกับการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอย่างปลอดภัย มีกระบวนการพัฒนา 5 ขั้นตอนตามกรอบแนวคิดของ ADDIE Model ได้แก่

ขั้นวิเคราะห์ (Analysis) ศึกษาบริบท ปัญหา และความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้สูงอายุและผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพ เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ตลอดจนกำหนดวัตถุประสงค์ เนื้อหา และลักษณะสื่อที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

ขั้นออกแบบ (Design) วางแผนการออกแบบสื่อโดยกำหนดโครงสร้างเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และกลยุทธ์ด้านมัลติมีเดีย เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการเรียนรู้ของผู้สูงอายุ กำหนดวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรมตาม Bloom’s Taxonomy และเลือกวิธีการวัดผลสัมฤทธิ์อย่างเป็นระบบ

ขั้นพัฒนา (Development) ผลิตสื่อมัลติมีเดียตามแผนที่ออกแบบไว้ โดยใช้เนื้อหาที่ถูกต้องตามหลักวิชาการ ภาษาที่เข้าใจง่าย และเทคนิคมัลติมีเดีย เช่น ภาพเคลื่อนไหว เสียงบรรยาย และกรณีตัวอย่าง พร้อมจัดทำเครื่องมือในการประเมินผล

ขั้นนำไปใช้ (Implementation) ทดลองใช้สื่อกับกลุ่มผู้สูงอายุเป้าหมาย เพื่อประเมินผลลัพธ์เชิงพฤติกรรมและประเมินการใช้งานจริงในบริบทชุมชนเมือง รวมถึงรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากกลุ่มเป้าหมาย

ขั้นประเมินผล (Evaluation) ประเมินคุณภาพของสื่อโดยผู้เชี่ยวชาญ ประเมินผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ ความตระหนัก และความพึงพอใจของผู้ใช้ รวมถึงคำนวณค่าประสิทธิภาพของสื่อตามสูตรของ Meguigans เพื่อวัดความเหมาะสมของเนื้อหาและรูปแบบ

กลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยและพัฒนา (Research and Development: R&D) ในแต่ละระยะมีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันตามวัตถุประสงค์และลักษณะของกิจกรรมการวิจัย โดยอาศัยการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเป็นผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป อาศัยอยู่ในเขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร และมีประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและครอบคลุมบริบทของกลุ่มเป้าหมายอย่างเหมาะสม

ระยะการวิเคราะห์ (Analysis Phase) ซึ่งเป็นขั้นตอนแรกของการวิจัย มุ่งเน้นการศึกษาบริบท ปัญหา และความต้องการด้านข้อมูลสุขภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในผู้สูงอายุ กลุ่มตัวอย่างในระยะนี้ประกอบด้วยผู้สูงอายุจำนวน 10 คน จากการคัดเลือกแบบเจาะจง ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อสำรวจทัศนคติ ความเข้าใจผิด แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ และความต้องการด้านการเข้าถึงข้อมูลสุขภาพอย่างปลอดภัยควบคู่ไปกับการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพจำนวน 3 คน ประกอบด้วย แพทย์เวชศาสตร์ครอบครัว 1 คน เภสัชกร 1 คน และนักโภชนาการ 1 คน ซึ่งเป็นผู้มีประสบการณ์ในการให้คำปรึกษาแก่ผู้สูงอายุเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ผลจากการสัมภาษณ์ในระยะนี้นำไปสู่การออกแบบเนื้อหาสาระที่ตรงกับความเข้าใจและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

ระยะการออกแบบและพัฒนา (Design and Development Phases) มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดโครงสร้างเนื้อหาและผลิตต้นแบบของสื่อมัลติมีเดีย กลุ่มตัวอย่างในระยะนี้คือผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างสื่อมัลติมีเดียและมีประสบการณ์ในการผลิตเสื่อสุขภาพ จำนวน 5 คน ซึ่งได้รับเชิญให้ประเมินคุณภาพของสื่อที่พัฒนาในรูปแบบวิดีโอมัลติมีเดีย โดยใช้เกณฑ์ด้านความถูกต้องของเนื้อหา ความเหมาะสมด้านเทคนิคมัลติมีเดีย และความสามารถในการสื่อสารกับผู้สูงอายุได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญมีวัตถุประสงค์เพื่อให้สื่อที่พัฒนาขึ้นมีคุณภาพและสามารถสื่อสารข้อมูลด้านสุขภาพได้อย่างเข้าใจง่ายและตรงประเด็น

ระยะการนำไปใช้ (Implementation Phase) ซึ่งเป็นขั้นตอนทดลองใช้ต้นแบบของสื่อ กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยผู้สูงอายุ จำนวน 10 คน ที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมายหลัก โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกคือเป็นผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป อาศัยอยู่ในเขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร และมีประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร โดยเน้นผู้ที่สามารถใช้อุปกรณ์เทคโนโลยีพื้นฐานได้และมีความสนใจในผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร กลุ่มตัวอย่างดังกล่าวได้รับชมสื่อที่พัฒนาขึ้นในเวอร์ชันต้นแบบ และให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ ความเข้าใจง่ายของภาษา และความน่าสนใจของสื่อ ข้อมูลจากระยะนี้มีความสำคัญในการปรับปรุงและแก้ไขจุดบกพร่องก่อนนำสื่อไปใช้ในกลุ่มเป้าหมายวงกว้าง

ระยะการประเมินผล (Evaluation Phase) ซึ่งเป็นการทดลองใช้สื่อในกลุ่มเป้าหมายหลักเพื่อวัดประสิทธิภาพของสื่อและผลสัมฤทธิ์ของการเรียนรู้ กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยผู้สูงอายุ จำนวน 160 คน ที่อาศัยในเขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร โดยมีเกณฑ์คัดเลือกคือ เป็นผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป มีประสบการณ์หรือความสนใจในผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และสามารถใช้อุปกรณ์ดูวิดีโอหรือสื่อดิจิทัลได้ในระดับเบื้องต้น กลุ่มตัวอย่างได้รับชมวิดีโอมัลติมีเดียและเข้าร่วมการประเมินผลทั้งด้านความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมจำลอง (เช่น การเลือกฉลากผลิตภัณฑ์จากสถานการณ์สมมติ) รวมถึงความพึงพอใจต่อสื่อ ผลการประเมินในระยะนี้เป็นข้อมูลหลักในการพิจารณาว่าสื่อสุขภาพที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพเพียงพอต่อการนำไปใช้ในระดับพื้นที่หรือระดับนโยบายในอนาคต

เครื่องมือการวิจัย

เพื่อให้การวิจัยและพัฒนาสื่อสุขภาพมัลติมีเดียสำหรับผู้สูงอายุในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอย่างปลอดภัยเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยได้ออกแบบเครื่องมือวิจัยที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของแต่ละระยะในกระบวนการวิจัยและพัฒนา (R&D) โดยมีเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณรวมทั้งสิ้น 5 ฉบับ ดังนี้

1. แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) เครื่องมือนี้ใช้ในระยะวิเคราะห์บริบท (Analysis Phase) โดยมุ่งเน้นการรวบรวมข้อมูลเชิงลึกจากผู้สูงอายุและผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่แท้จริงเกี่ยวกับพฤติกรรม ความเข้าใจ และประเด็นที่สนับสนุนให้ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้สูงอายุ

แบบสัมภาษณ์ประกอบด้วยคำถามหลัก (main questions) ที่ครอบคลุม 4 ประเด็น ได้แก่ (1) ความหมายและการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (2) แหล่งข้อมูลที่ใช้ตัดสินใจ (3) ปัญหาหรือผลกระทบจากการใช้ และ (4) แนวทางที่ต้องการในการเข้าถึงข้อมูลสุขภาพอย่างเหมาะสม ตรวจสอบความตรงของเนื้อหา (content validity) แบบสัมภาษณ์ได้รับการตรวจสอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน ได้แก่ แพทย์เวชศาสตร์ครอบครัว นักโภชนาการ และนักวิจัยด้านสุขภาพผู้สูงอายุ และมีการปรับถ้อยคำให้เหมาะสมกับการสื่อสารกับกลุ่มผู้สูงอายุ

2. แบบวัดความรู้ (แบบทดสอบก่อน–หลังเรียน) แบบทดสอบนี้ใช้เพื่อวัดความรู้ของผู้สูงอายุเกี่ยวกับการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารก่อนและหลังการชมสื่อสุขภาพ โดยพัฒนาขึ้นจากประเด็นสำคัญในเนื้อหาของสื่อมัลติมีเดีย ซึ่งครอบคลุม 4 ตอน ได้แก่ ความหมายและประเภทของผลิตภัณฑ์ ความเข้าใจผิดทั่วไป ความเสี่ยงจากการใช้ผิดวิธี และแนวทางการเลือกใช้อย่างปลอดภัย แบบทดสอบประกอบด้วยคำถามแบบปรนัยจำนวน 15 ข้อ มีตัวเลือก 4 ตัวเลือก มีคำตอบที่ถูกต้องเพียงหนึ่งข้อ

3. แบบวัดความตระหนัก เพื่อวัดการเปลี่ยนแปลงด้านทัศนคติและความตระหนักในการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอย่างปลอดภัย ผู้วิจัยได้พัฒนาแบบสอบถามรูปแบบ Likert scale 5 ระดับ โดยประกอบด้วย 12 ข้อคำถามที่วัดในมิติของ (1) ความตระหนักถึงความเสี่ยง (2) ความเชื่อมั่นในแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ (3) ความตั้งใจในการปรึกษาผู้เชี่ยวชาญก่อนใช้ และ (4) การปฏิเสธคำแนะนำจากโฆษณาที่เกินจริง ตรวจสอบค่าดัชนีความตรงเชิงเนื้อหา (IOC) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 คน และปรับปรุงตามคำแนะนำก่อนนำไปใช้จริง ได้แก่ แพทย์เวชศาสตร์ครอบครัว นักโภชนาการ และนักวิจัยด้านสุขภาพผู้สูงอายุ และมีการปรับถ้อยคำให้เหมาะสมกับการสื่อสารกับกลุ่มผู้สูงอายุ

4. แบบประเมินคุณภาพสื่อ(สำหรับผู้เชี่ยวชาญ) เพื่อประเมินคุณภาพของสื่อสุขภาพมัลติมีเดียที่พัฒนาขึ้น ผู้วิจัยได้จัดทำแบบประเมินที่ใช้โดยผู้เชี่ยวชาญใน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเนื้อหา ด้านเทคนิคมัลติมีเดีย และด้านการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย แบบประเมินนี้ใช้เกณฑ์ 5 ระดับ (Likert scale) และประกอบด้วยหัวข้อการประเมินจำนวน 15 รายการ เช่น ความถูกต้องของเนื้อหา ความชัดเจนของเสียงและภาพ ความเหมาะสมกับวัย และการเข้าใจง่าย

5. แบบประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งาน (ผู้สูงอายุ) แบบสอบถามนี้ใช้หลังจากผู้สูงอายุได้รับชมวิดีโอมัลติมีเดีย โดยวัดระดับความพึงพอใจใน 4 ด้าน ได้แก่ (1) ความน่าสนใจของเนื้อหา (2) ความเข้าใจง่ายของการนำเสนอ (3) ความรู้สึกว่าตนเองได้รับประโยชน์ (4) ความตั้งใจที่จะนำความรู้ไปใช้ในชีวิตจริง แบบสอบถามใช้มาตร 5 ระดับ (Likert scale) เช่นเดียวกับเครื่องมือวัดอื่น และออกแบบให้มีภาษาที่ชัดเจน ใช้คำง่าย เหมาะสมกับระดับการรู้หนังสือของกลุ่มเป้าหมาย

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายข้อมูลพื้นฐาน และวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ในข้อมูลบริบทและพฤติกรรมการใช้

ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในผู้สูงอายุ วิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์ก่อน–หลัง โดยใช้ one sample t-test และ ประเมินค่าประสิทธิภาพด้วยสูตรของ Meguigans

ผลการวิจัย

การพัฒนาและประเมินผระสิทธิภาพของสื่อมัลติมีเดียเรื่องการใช้ผลิตภัรฑ์เสริมอาหารอย่างปลอดภัยสำหรับผู้สูงอายุ ผู้วิจัยนำเสนอผลการศึกษาตามกรอบของ ADDIE Model ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นการวิเคราะห์ (Analysis Phase) จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ พบว่าผู้สูงอายุมีความเข้าใจคลาดเคลื่อน พึ่งพาแหล่งข้อมูลที่ไม่น่าเชื่อถือ และได้รับผลข้างเคียงจากการใช้ร่วมกับยา ทั้งยังต้องการสื่อสุขภาพที่เข้าใจง่าย จากการวิเคราะห์นี้ ผู้วิจัยได้กำหนดเนื้อหาสื่อครอบคลุมความรู้ ความเสี่ยง และแนวทางการใช้ผลิตภัณฑ์อย่างปลอดภัย พร้อมกำหนดวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรมตาม Bloom’s Taxonomy เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและประเมินผล มีรายละเอียดดังนี้

1. การสำรวจและวิเคราะห์บริบท

ผลกระทบจากการใช้ผลิตภัณฑ์ และความต้องการข้อมูลสุขภาพในรูปแบบที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ ผลการวิเคราะห์สรุปได้เป็นประเด็นสำคัญ ดังนี้

ความเข้าใจคลาดเคลื่อน ผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีความเข้าใจผิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร โดยเชื่อว่าเป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติที่ปลอดภัย และสามารถใช้ทดแทนยาแผนปัจจุบันในการรักษาโรคเรื้อรัง เช่น เบาหวาน ความดันโลหิตสูง หรือโรคข้อเสื่อม

แหล่งข้อมูล การตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์มักอ้างอิงจากคำแนะนำของเพื่อนหรือคนรู้จัก รวมถึงการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Facebook, YouTube และ LINE โดยไม่มีการตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งทางวิชาการ หรือปรึกษาผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพ

ผลกระทบที่ไม่พึงประสงค์ ผู้ให้ข้อมูลบางรายประสบกับอาการไม่พึงประสงค์จากการใช้ผลิตภัณฑ์ร่วมกับยารักษาโรค เช่น ภาวะเลือดออกง่าย มึนงง หรือความดันโลหิตต่ำ ซึ่งสะท้อนถึงการขาดความรู้เกี่ยวกับปฏิกิริยาระหว่างผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและยา

ความต้องการในการเข้าถึงข้อมูลสุขภาพ ผู้สูงอายุส่วนใหญ่แสดงความต้องการสื่อสุขภาพที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย มีความน่าเชื่อถือ และใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย โดยเฉพาะในรูปแบบวิดีโอที่มีภาพและเสียงบรรยาย หรือผ่านช่องทางบริการสุขภาพใกล้บ้าน

ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจนี้จัดเป็น**ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ซึ่งมีความสำคัญต่อการวิเคราะห์ความต้องการและพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย อันจะนำไปสู่การกำหนดเนื้อหาและรูปแบบของสื่อสุขภาพที่ตอบสนองต่อผู้สูงอายุอย่างมีประสิทธิภาพ

2. การวิเคราะห์ผู้เรียนและการกำหนดเนื้อหา กลุ่มเป้าหมายของการพัฒนาสื่อในครั้งนี้คือผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ซึ่งมีความแตกต่างกันด้านพื้นฐานการศึกษา ความรู้ด้านสุขภาพ และทักษะการใช้เทคโนโลยี ผู้เรียนส่วนใหญ่สามารถเข้าใจเนื้อหาได้ดี เมื่อได้รับข้อมูลในรูปแบบสื่อภาพและเสียงควบคู่กัน โดยเฉพาะในรูปแบบวิดีโอที่มีคำอธิบายชัดเจน ใช้ภาษาง่าย และมีตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน จากการวิเคราะห์ข้อมูลและบริบทของผู้เรียน ผู้วิจัยจึงได้กำหนด หัวข้อเนื้อหาหลัก สำหรับสื่อสุขภาพมัลติมีเดีย ได้แก่ ความหมายและประเภทของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ความเข้าใจผิดที่พบบ่อยในกลุ่มผู้สูงอายุ ความเสี่ยงและอันตรายจากการใช้ผลิตภัณฑ์ผิดวิธี และแนวทางการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์อย่างปลอดภัย และความสำคัญของการปรึกษาแพทย์หรือเภสัชกรก่อนใช้

3. การกำหนดวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม เพื่อให้สื่อสุขภาพที่พัฒนาขึ้นสามารถประเมินผลสัมฤทธิ์ของการเรียนรู้ได้อย่างเป็นระบบ ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรมโดยอิงจาก Bloom’s Taxonomy ครอบคลุม 3 ด้านหลัก ดังนี้

ด้านความรู้ (Cognitive Domain) ผู้เรียนสามารถอธิบายหลักการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอย่างปลอดภัยได้อย่างถูกต้อง

ด้านเจตคติ (Affective Domain) ผู้เรียนมีความตระหนักถึงความเสี่ยงของการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารโดยไม่ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ

ด้านพฤติกรรม (Psychomotor Domain) ผู้เรียนสามารถนำความรู้ไปใช้ในการเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร โดยพิจารณาจากฉลาก อย. และแหล่งที่มาที่เชื่อถือได้

ขั้นการออกแบบ (Design Phase) กระบวนการออกแบบสื่อสุขภาพมัลติมีเดียในขั้นนี้มุ่งเน้นการวางแผนอย่างเป็นระบบ เพื่อให้แนวทางการนำเสนอมีความสอดคล้องกับลักษณะการเรียนรู้ของผู้สูงอายุ ซึ่งมีความหลากหลายด้านการรู้หนังสือ ความสามารถในการฟัง และทักษะการใช้เทคโนโลยี โดยเริ่มจากการออกแบบโครงสร้างเนื้อหา ซึ่งได้จากการวิเคราะห์บริบทและข้อมูลปฐมภูมิที่เก็บรวบรวมในขั้นก่อนหน้า เนื้อหาทั้งหมดถูกจัดเรียงออกเป็นสี่ตอนหลัก ได้แก่ ความหมายและประเภทของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ความเข้าใจผิดที่พบบ่อยในกลุ่มผู้สูงอายุ ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้ผลิตภัณฑ์อย่างไม่ถูกวิธีรวมถึงปฏิกิริยาระหว่างยา และแนวทางการเลือกใช้อย่างปลอดภัยร่วมกับการปรึกษาผู้เชี่ยวชาญก่อนใช้ผลิตภัณฑ์มีรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงการจัดเรียงเนื้อหาสื่อสุขภาพมัลติมีเดีย

ฉาก	ช่วงเวลา	ภาพที่แสดง	คำบรรยายเสียง	สาระสำคัญ
1	0:00 - 0:30	ภาพผู้สูงอายุกำลังเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบนชั้นวาง	ผู้สูงอายุหลายคนใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารโดยหวังว่าจะดีต่อสุขภาพ...	ผู้สูงอายุใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมากขึ้น แต่ยังมีความเข้าใจผิดและเสี่ยงต่อการใช้ผิดวิธี

ฉาก	ช่วงเวลา	ภาพที่แสดง	คำบรรยายเสียง	สาระสำคัญ
2	0:30 - 1:00	กราฟิกแสดงความแตกต่างระหว่างผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและยา	ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารไม่ใช่ยา แต่ช่วยเสริมสุขภาพ...	ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารไม่ใช่ยา แต่ใช้เพื่อเสริมสารอาหาร
3	1:00 - 2:00	ภาพอินโฟกราฟิกวิธีเลือกผลิตภัณฑ์ที่มี อย.	การเลือกผลิตภัณฑ์อย่างปลอดภัยต้องมีเลข อย. และแหล่งผลิตที่ชัดเจน...	การเชื่อคำโฆษณาหรือใช้ร่วมกับยาโดยไม่ปรึกษาแพทย์อาจเกิดอันตราย เช่น ปฏิกิริยาระหว่างยา
4	2:00 - 3:00	ภาพจำลองการใช้ร่วมกับยา และคำเตือน	การใช้ร่วมกับยาบางชนิดอาจเกิดปฏิกิริยาที่เป็นอันตราย...	เลือกผลิตภัณฑ์ที่มี อย. ตรวจฉลากและปรึกษาผู้เชี่ยวชาญก่อนใช้ทุกครั้ง
5	3:00 - 4:00	ภาพผู้สูงอายุได้รับคำปรึกษาจากแพทย์หรือเภสัชกร	ควรปรึกษาแพทย์หรือเภสัชกรทุกครั้งก่อนใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่...	ผู้สูงอายุควรมีความรู้ ความตระหนัก และทักษะในการตัดสินใจเพื่อใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอย่างปลอดภัย

รูปแบบของสื่อถูกออกแบบให้เป็นวิดีโอแนวนอน ความยาวประมาณ 4 นาที โดยเน้นความเป็นมิตรและเข้าใจง่าย มีผู้บรรยายเสียงผู้ชายวัยกลางคนที่พูดด้วยภาษาที่เรียบง่ายและชัดเจน ใช้สถานการณ์จำลองที่ใกล้เคียงกับชีวิตประจำวัน เพื่อสร้างความเชื่อมโยงกับผู้เรียน เนื้อหาประกอบด้วยภาพเคลื่อนไหวที่อธิบายเนื้อหาแต่ละช่วง ข้อความสรุปย้ำประเด็นสำคัญในระหว่างเรื่อง และสัญลักษณ์ที่ช่วยฝึกการสังเกต เช่น เครื่องหมาย อย. หรือฉลากผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้องสำหรับวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรมของสื่อในครั้งนี้ ได้รับการกำหนดโดยอิงตามกรอบแนวคิดของ Bloom’s Taxonomy เพื่อให้สามารถประเมินผลสัมฤทธิ์ของผู้เรียนได้ในสามด้านหลัก ได้แก่ ด้านความรู้ที่ผู้เรียนสามารถอธิบายประเภทและหลักการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารได้อย่างถูกต้อง ด้านเจตคติที่มุ่งเน้นการส่งเสริมทัศนคติที่ไม่พึ่งพาการตัดสินใจซื้อจากคำบอกเล่าโดยปราศจากการตรวจสอบข้อมูล และด้านทักษะทางพฤติกรรมที่ผู้เรียนสามารถสังเกตและตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เชื่อถือได้ เช่น อย. และแหล่งข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ

ขั้นการพัฒนา (Development Phase) หลังจากได้ออกแบบโครงร่างและเนื้อหาของสื่อมัลติมีเดียอย่างครบถ้วนแล้ว ขั้นตอนต่อมาคือ การพัฒนาสื่อให้มีความสมบูรณ์และเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายผู้สูงอายุ ซึ่งในกระบวนการนี้ ผู้วิจัยได้ให้ความสำคัญกับการออกแบบเชิงผู้ใช้ (user-centered design) โดยพิจารณาถึงลักษณะเฉพาะของผู้สูงอายุ เช่น ขนาดตัวอักษรที่ชัดเจน สีสันสบายตา เสียงบรรยายที่ชัดเจน และจังหวะการนำเสนอที่ไม่เร่งรีบจนเกินไป ทั้งนี้เพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถเข้าถึง เข้าใจ และมีส่วนร่วมกับเนื้อหาได้อย่างแท้จริง

เมื่อสื่อวิดีโอมัลติมีเดียฉบับร่างเสร็จสิ้นแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการทดลองใช้งานต้นแบบ โดยเชิญกลุ่มผู้สูงอายุจำนวน 10 คน เข้าร่วมการทดลองรับชมสื่อ ซึ่งคัดเลือกจากกลุ่มประชากรที่มีคุณสมบัติตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ทั้งในด้านอายุ ความสามารถในการใช้อุปกรณ์ดิจิทัลเบื้องต้น และความสมัครใจเข้าร่วมการแสดงความคิดเห็น

ผู้สูงอายุที่เข้าร่วมได้รับชมวิดีโอความยาวประมาณ 4 นาที โดยใช้โทรศัพท์มือถือหรือแท็บเล็ตที่มีขนาดหน้าจอเหมาะสม ระหว่างรับชมมีการจดบันทึกพฤติกรรมการรับชม ความสนใจ ความเข้าใจ และการแสดงออกทางความรู้สึก หลังรับชม ผู้เข้าร่วมทุกคนได้รับแบบประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับความเข้าใจในเนื้อหา ความน่าสนใจ และความเหมาะสมของสื่อ รวมถึงเข้าร่วมการสัมภาษณ์สั้นเพื่อสะท้อนข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในเชิงคุณภาพ เช่น ส่วนที่เข้าใจยาก ข้อความที่ไม่ชัดเจน ภาพประกอบที่ทำให้สับสน หรือจังหวะการพูดที่เร็วเกินไป

ผลการทดลองต้นแบบ พบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่สามารถเข้าใจเนื้อหาสาระในวิดีโอได้ดีและรู้สึกว่าสื่อมีความน่าสนใจ สีสันสบายตา และภาพเคลื่อนไหวช่วยเพิ่มการจดจำ อย่างไรก็ตาม มีข้อเสนอแนะบางประการที่ควรปรับปรุง เช่น การลดความเร็วของการบรรยายในบางช่วง และการเพิ่มตัวอย่างผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่พบได้ในชีวิตประจำวันเพื่อเพิ่มความใกล้ชิดกับผู้ชม ข้อเสนอแนะเหล่านี้ถูกนำมาปรับปรุงในเวอร์ชันสุดท้ายก่อนการใช้งานจริงในกลุ่มทดลอง

ขั้นประเมินผล (Evaluation) ผลจากการประเมินภายหลังได้รับชมสื่อสุขภาพแสดงให้เห็นว่าสื่อสุขภาพมีประสิทธิภาพในการเพิ่มความรู้และความตระหนักของผู้สูงอายุในการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอย่างปลอดภัย โดยมีประสิทธิภาพเฉลี่ยตามสูตร Meguigans สูงกว่า 60% ทั้งด้านความรู้และความตระหนัก พบว่า การประเมินผลสัมฤทธิ์ด้านความรู้ ดำเนินการโดยใช้แบบทดสอบจำนวน 15 ข้อ ก่อนและหลังการรับชมสื่อสุขภาพมัลติมีเดีย พบว่า คะแนนเฉลี่ยก่อนเรียนเท่ากับ 8.12 (S.D. = 2.08) และหลังเรียนเท่ากับ 12.80 (S.D. = 1.64) เมื่อคำนวณค่าประสิทธิภาพด้วยสูตรของ Meguigans พบว่า โดยค่าดัชนีประสิทธิภาพที่ได้จากสูตร Meguigans เท่ากับ 0.648 หรือคิดเป็นประสิทธิภาพ ร้อยละ 64.75 สะท้อนว่าสื่อสามารถเสริมสร้างความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับการประเมินผลสัมฤทธิ์ด้านความตระหนัก ใช้แบบสอบถาม Likert 5 ระดับ จำนวน 12 ข้อ พบว่า ค่าเฉลี่ยก่อนชมสื่อเท่ากับ 3.22 (S.D. = 0.21) และหลังชมสื่อเท่ากับ 4.32 (S.D. = 0.17) โดยค่าดัชนีประสิทธิภาพที่ได้จากสูตร Meguigans เท่ากับ 0.618 หรือคิดเป็นประสิทธิภาพ 61.80% แสดงว่าสื่อมีผลในการส่งเสริมความตระหนักเรื่องการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในผู้สูงอายุได้อย่างเหมาะสม รายละเอียดดังตาราง 2

ตารางที่ 2 ประสิทธิภาพของสื่อสุขภาพต่อความรู้และความตระหนักของผู้สูงอายุ

ตัวชี้วัด	ค่าเฉลี่ยก่อนเรียน	ค่าเฉลี่ยหลังเรียน	ค่าดัชนีประสิทธิภาพ (E)	ประสิทธิภาพ (%)
ความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร	6.86	12.13	0.648	64.75%
ความตระหนักเรื่องการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร	3.22	4.32	0.618	61.80%

หมายเหตุ: ค่าดัชนีประสิทธิภาพ (E) คำนวณจากสูตรของ Meguigans โดยเกณฑ์ประสิทธิภาพ ≥ 0.6 (หรือ 60%)

การประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานต่อสื่อสุขภาพมัลติมีเดีย หลังรับชมสื่อ ผู้สูงอายุได้ประเมินความพึงพอใจใน 4 ด้าน ได้แก่ ความน่าสนใจของเนื้อหา ความเข้าใจง่ายของการนำเสนอ ความรู้สึกว่าตนได้รับประโยชน์ และความตั้งใจจะนำความรู้ไปใช้จริง โดยผลการประเมิน User Experience (UX) แบ่งออกเป็น 3 ด้านหลัก ได้แก่ ด้านเนื้อหา ด้านการนำเสนอ และด้านเสียง วิเคราะห์โดยใช้ One-Sample t-test เปรียบเทียบกับเกณฑ์ค่ากลาง 4.5 จากคะแนนเต็ม 5 ผลการประเมินพบว่า ด้านเนื้อหา ผู้สูงอายุให้ค่าเฉลี่ย 4.48 ซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์เล็กน้อย แต่ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ (p = .302) แสดงถึงความพึงพอใจในระดับดีมาก เนื้อหาชัดเจน ครอบคลุม และเป็นประโยชน์ ด้านการนำเสนอ มีค่าเฉลี่ย 4.53 สูงกว่าเกณฑ์เล็กน้อย แต่ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ (p = .145) สะท้อนถึงการนำเสนอที่เหมาะสม เข้าใจง่าย และตอบสนองกลุ่มเป้าหมายได้ดี ด้านเสียง ได้ค่าเฉลี่ย 4.47 ต่ำกว่าเกณฑ์เล็กน้อย และไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ (p = .169) ผู้ใช้งานยังคงมีความพึงพอใจในระดับดีมาก ทั้งในด้านความดัง ความชัดเจน และความเหมาะสมของเสียงบรรยาย สรุปได้ว่า ผู้สูงอายุมีความพึงพอใจต่อสื่อสุขภาพมัลติมีเดียในระดับ “ดีมาก” ทุกด้าน แม้ค่าคะแนนจะไม่แตกต่างจากเกณฑ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่สะท้อนว่าสื่อที่พัฒนาขึ้นตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้อย่างเหมาะสมแสดงดังตาราง 3

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าความพึงพอใจของผู้ใช้งานกับค่าเกณฑ์มาตรฐาน (4.5)

ด้านที่ประเมิน	M (S.D.)	t	df	P-value	ΔM
เนื้อหา	4.48 (0.31)	-1.034	189	0.302	-0.023
การนำเสนอ	4.53 (0.29)	1.465	189	0.145	0.03
เสียง	4.47 (0.33)	-1.38	189	0.169	-0.033

หมายเหตุ ΔM คือค่าผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยและเกณฑ์ 4.5 (M – 4.5)

สรุปและอภิปรายผล

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและประเมินประสิทธิภาพของสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอย่างปลอดภัยในผู้สูงอายุ โดยใช้กระบวนการตามโมเดล ADDIE โดยในระยะที่ 1 (Analysis Phase) พบว่า ผู้สูงอายุมีความเข้าใจคลาดเคลื่อนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร มักพึ่งพาแหล่งข้อมูลที่ไม่น่าเชื่อถือ เช่น โฆษณาออนไลน์หรือคำแนะนำจากเพื่อน และขาดการปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ ส่งผลให้เกิดผลข้างเคียงจากการใช้ร่วมกับยา ผู้สูงอายุแสดงความต้องการสื่อสุขภาพที่เข้าใจง่าย เข้าถึงได้ และใช้ภาษาที่ชัดเจน โดยเฉพาะในรูปแบบวิดีโอที่มีภาพและเสียงประกอบ จากผลการวิเคราะห์ดังกล่าว สื่อสุขภาพจึงได้รับการออกแบบให้ครอบคลุมความรู้ ความเสี่ยง และแนวทางการใช้ผลิตภัณฑ์อย่างปลอดภัย พร้อมกำหนดวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรมตามกรอบของ Bloom’s Taxonomy ครอบคลุมด้านความรู้ เจตคติ และพฤติกรรม ในระยะที่ 2 การออกแบบและพัฒนา (Design and Development Phases)

ผลการประเมินประสิทธิภาพของสื่อ ภายหลังระยะที่ 3 การนำสื่อไปใช้ (Implementation Phase) พบว่า ผู้สูงอายุมีความรู้และความตระหนักเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีค่าดัชนีประสิทธิภาพตามสูตรของ Meguigans เท่ากับ 0.648 สำหรับความรู้ และ 0.618 สำหรับความตระหนัก ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐาน 0.6 ขณะเดียวกัน ผลการประเมินประสบการณ์ผู้ใช้ User Experience (UX) แสดงให้เห็นว่าผู้สูงอายุมีความพึงพอใจต่อสื่อในระดับดีมาก โดยให้คะแนนเฉลี่ยด้านเนื้อหา 4.48 ด้านการนำเสนอ ค่าเฉลี่ย 4.53 และด้านเสียง ค่าเฉลี่ย 4.47 จากคะแนนเต็ม 5 สะท้อนถึงประสิทธิภาพของสื่อที่ได้จากกระบวนการพัฒนาโดยใช้ ADDIE Model ซึ่งเป็นแนวทางที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในการพัฒนาสื่อการเรียนรู้ เนื่องจากมีลำดับขั้นตอนชัดเจน ครอบคลุมตั้งแต่การวิเคราะห์บริบท การออกแบบ การพัฒนา ทดลองใช้ และประเมินผล ดังนั้น การใช้ ADDIE Model จึงช่วยให้มีกระบวนวิเคราะห์ปัญหาที่ตรงกับบริบทและความต้องการของผู้สูงอายุอย่างแท้จริง นำไปสู่การออกแบบและการพัฒนาที่เหมาะสมกับลักษณะเฉพาะของผู้สูงอายุ เช่น การใช้ภาพเคลื่อนไหว ฟอนต์ขนาดใหญ่ เสียงชัดเจน และจังหวะการพูด เป็นต้น ซึ่งช่วยให้ผู้สูงอายุสามารถเข้าถึงเนื้อหาและเข้าใจได้ง่าย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chaimaha et al. (2020) ที่พบว่าการออกแบบสื่อสุขภาพให้เหมาะสมกับลักษณะของผู้สูงอายุ ส่งผลให้การเรียนรู้และความพึงพอใจเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

นอกจากนี้ การออกแบบเนื้อหาสื่อในการศึกษานี้ ทีมผู้วิจัยได้ยึดหลักการตามกรอบ Bloom’s Taxonomy ซึ่งช่วยให้กำหนดจุดมุ่งหมายทางการเรียนรู้ที่ครอบคลุมทั้งด้านความรู้ (Cognitive Domain) เจตคติ (Affective Domain) และพฤติกรรม (Psychomotor Domain) ทำให้ผู้สูงอายุไม่เพียงได้รับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร แต่ยังเกิดความตระหนักถึงความเสี่ยงจากการใช้ผิดวิธี และสามารถตัดสินใจเลือกใช้ได้อย่างปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Hrebin et al. (2020) ที่พบว่า การออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้โดยยึดตาม Bloom’s Taxonomy ทำให้ผู้เรียนสามารถเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพได้จริง

ดังนั้น จากผลประเมินประสิทธิภาพ จึงสามารถกล่าวได้ว่าสื่อนี้มีประสิทธิภาพเหมาะสมกับผู้สูงอายุทั้งในแง่การเรียนรู้และการใช้งานจริงในบริบทชุมช ซึ่งในเชิงปฏิบัติงานสื่อสุขภาพที่พัฒนาขึ้นนี้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในหลากหลายบริบท ได้แก่ ศูนย์สุขภาพชุมชน โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ชมรมผู้สูงอายุ หรือกิจกรรมของหน่วยงานท้องถิ่น โดยเฉพาะในกลุ่มผู้สูงอายุที่มีข้อจำกัดด้านการรู้หนังสือ หรือเข้าไม่ถึงแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ การใช้สื่อในรูปแบบวิดีโอสามารถช่วยลดภาระของบุคลากรทางการแพทย์ในการให้ความรู้รายบุคคล และสามารถใช้ซ้ำได้ในระยะยาว ซึ่งมีประโยชน์ทั้งในเชิงการส่งเสริมสุขภาพและการจัดการทรัพยากรบุคลากรอย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อจำกัดของการวิจัย (Limitations) กลุ่มตัวอย่างจำกัดในพื้นที่เดียว การวัดผลเป็นระยะสั้น ยังไม่มีข้อมูลติดตามระยะยาว ผู้เข้าร่วมต้องสามารถอ่านและเข้าใจภาษาไทย และมีทักษะการใช้เทคโนโลยีขั้นพื้นฐาน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการประยุกต์ใช้ หน่วยงานสาธารณสุขสามารถนำสื่อไปใช้ในกิจกรรมให้ความรู้ผู้สูงอายุ อาจใช้ร่วมกับกิจกรรมให้คำปรึกษาโดยเภสัชกรหรือพยาบาล

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต ศึกษาผลลัพธ์ระยะยาว เช่น การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภค ขยายกลุ่มเป้าหมายไปยังพื้นที่ชนบท หรือกลุ่มที่มีภาวะเจ็บป่วย ร่วมพัฒนาสื่อรูปแบบอื่น เช่น แอปพลิเคชันหรือเกมการเรียนรู้

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจากกองทุนวิจัยมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช

บรรณานุกรม

พิมพ์ศิริ อุยวัฒนกุล, เจตนิพิฐ สมมาตย์, และ วิภารัตน์ หาจันดา. (2565). ความชุกและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้สูงอายุอำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น. *วารสารวิทยาศาสตร์สุขภาพและการสาธารณสุขชุมชน*, *5*(2), 79-92. https://he01.tci-thaijo.org/index.php/jhscph/article/download/255949/175663/1036482

เพิ่มพรรณ์ ธนะภาส, อัจฉรียา ฟองศรี, กฐิน สมบูรณ์, และประดิตร ปะนะรัตน์. (2563). การจัดการปัญหาความไม่ปลอดภัยด้านยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพของผู้ป่วยโรคเบาหวานและความดันโลหิตสูงในเขตคลินิกชุมชนวัดใหม่ทุ่งคา อำเภอรัตภูมิ จังหวัดสงขลา. *วารสารเภสัชกรรมไทย*, *12*(1), 251-258. https://he01.tci-thaijo.org/index.php/TJPP/article/view/208175

วิภารัตน์ หาจันดา, เจตนิพิฐ สมมาตย์, พิมพ์ศิริ อุยวัฒนกุล, และกฤชกันทร สุวรรณพันธุ์. (2565). ความรอบรู้ด้านสุขภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและยาแผนโบราณของผู้สูงอายุในตำบลโนนอุดม อำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น. *วารสารสาธารณสุขและวิทยาศาสตร์สุขภาพ*, *5*(2), 132-142. https://he02.tci-thaijo.org/index.php/tjph/article/view/241929

สายสุนีย์ จับโจร, สุดาใจ โล่ห์วนิชชัย, ธิดานุช พุทธสิมมา, และเบญจภัค จงหมื่นไวย์. (2563). การพัฒนาสื่อการเรียนรู้ออนไลน์สำหรับโต้ตอบกับผู้สูงอายุ. *วารสารเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร*, *7*(2), 1-13. https://ph02.tci-thaijo.org/index.php/itm-journal/article/view/241426

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). *รายงานสถานการณ์ประชากรไทย พ.ศ. 2565*. สำนักนายกรัฐมนตรี.

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2564). *รายงานผลการสำรวจทัศนคติ พฤติกรรมการบริโภค และความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้สูงอายุไทย*. กระทรวงสาธารณสุข.

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. (2565, 3 พฤศจิกายน). *อย. เผยผลงานปีงบ 2565 ฟันคดีโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพและสถานประกอบการ ผิดกฎหมายกว่า 2,500 คดี จับกุมร่วมกับ บก.ปคบ. รวมมูลค่าของกลางกว่า 1,300 ล้านบาท*. กระทรวงสาธารณสุข. https://www.fda.moph.go.th/news/

อรณี วาสนาพิตรานนท์. (2564). *พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้ป่วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรังในจังหวัดสมุทรสงคราม* [วิทยานิพนธ์ปริญญาเภสัชศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร].

Branch, R. M. (2009). *Instructional design: The ADDIE approach*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-0-387-09506-6

Chaimaha, N., Putthinoi, S., & Lersilp, S. (2020). Development of learning media for the elderly to promote child health in the community. *Occupational Therapy International*, *2020*, Article 7252046. https://doi.org/10.1155/2020/7252046

Hrebin, N., Grabovska, S., Karkovska, R., & Vovk, A. (2020). Applying Benjamin Bloom's taxonomy ideas in adult learning. *Journal of Education Culture and Society, 11*(1), 61–72. https://doi.org/10.15503/jecs2020.1.61.72

วารสารวิชาการ วิจัย และนวัตกรรม มสธ. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)
STOU Academic Journal of Research and Innovation (Humanities and Social Science)
ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2568) Vol. 5 No. 2 (July - December 2025)

Received: June 7, 2025
Revised: July 26, 2025
Accepted: September 3, 2025

ผลของการจัดการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยเทคนิคกลุ่มสืบสอบที่มีต่ออัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ

Effects of Cooperative Learning with the Group Investigation Technique on Bangkok University Students' Identity Formation

วีรพงษ์ พวงเล็ก (Weerapong Pounglek)[1]*
สุนทรี ผลวิวัฒน์ (Suntaree Polvivat)[2]
อัลฮูดา ชนิดพัฒนา (Alhuda Chanitphattana)[3]
*ผู้ประสานงานหลัก: weerapong.p@bu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลของการจัดการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยเทคนิคกลุ่มสืบสอบที่มีต่อการพัฒนาอัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพใน 3 ด้าน ได้แก่ ความคิดสร้างสรรค์ จิตวิญญาณผู้ประกอบการ และความเป็นสากล โดยมีสมมติฐาน 2 ข้อคือ นักศึกษากลุ่มทดลองที่ได้รับการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยเทคนิคกลุ่มสืบสอบ มีค่าเฉลี่ยอัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพทั้งโดยรวมและรายด้านสูงกว่ากลุ่มควบคุม และคะแนนหลังการทดลองจะสูงกว่าก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงทดลอง โดยใช้แผนการทดลองแบบสุ่มกลุ่มควบคุมที่มีการวัดก่อนและหลังการทดลอง กลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษาชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาการสร้างแบรนด์อินฟลูเอนเซอร์ จำนวน 80 คน แบ่งเป็นกลุ่มทดลอง 40 คน และกลุ่มควบคุม 40 คน โดยใช้การสุ่มแบบหลายขั้นตอน กลุ่มทดลองได้รับ

[1] *ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำภาควิชาการสื่อสารและสื่อใหม่ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ (Assistant Professor, Department of Communication and New Media, School of Communication Arts, Bangkok University)*

[2] *อาจารย์ประจำภาควิชาการสื่อสารและสื่อใหม่ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ (Lecturer, Department of Communication and New Media, School of Communication Arts, Bangkok University)*

[3] *อาจารย์ประจำภาควิชาการสื่อสารและสื่อใหม่ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ (Lecturer, Department of Communication and New Media, School of Communication Arts, Bangkok University)*

การเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยเทคนิคกลุ่มสืบสอบ ส่วนกลุ่มควบคุมได้รับการเรียนตามปกติ เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบวัดอัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ และวิเคราะห์ข้อมูลด้วย t-test แบบอิสระและไม่อิสระ

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มทดลองมีคะแนนอัตลักษณ์ทั้งโดยรวมและรายด้านสูงกว่ากลุ่มควบคุม และมีคะแนนอัตลักษณ์หลังการทดลองสูงกว่าก่อนทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยเทคนิคกลุ่มสืบสอบจึงมีศักยภาพในการส่งเสริมอัตลักษณ์นักศึกษาที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย โดยเฉพาะเมื่อใช้ผ่านกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมและโครงงานเชิงประสบการณ์ จึงควรนำไปใช้ในรายวิชาอื่นและพัฒนาการออกแบบการเรียนรู้เชิงอัตลักษณ์อย่างเป็นระบบ

คำสำคัญ การเรียนรู้แบบร่วมมือ เทคนิคกลุ่มสืบสอบ อัตลักษณ์นักศึกษา มหาวิทยาลัย

Abstract

This study investigated the effects of cooperative learning using the group investigation technique on the identity development of Bangkok University students in three domains: creativity, entrepreneurial spirit, and internationalization. It was hypothesized that the experimental group would score significantly higher than the control group in both overall and domain-specific identity, and that their posttest scores would exceed pretest scores at the .05 level of significance.

A true experimental design with a randomized control group and pretest-posttest measurement was employed. The participants were 80 second-year students majoring in Influencer Branding, divided into an experimental group and a control group of 40 each, using multi-stage sampling. The experimental group received instruction through cooperative learning with the group investigation technique, while the control group followed conventional instruction. The research instrument was a student identity scale aligned with Bangkok University's identity framework. Data were analyzed using independent and paired-sample t-tests.

The results showed that the experimental group significantly outperformed the control group and demonstrated notable gains from pretest to posttest. This confirms the effectiveness of cooperative learning using group investigation in enhancing student identity in alignment with institutional goals. The participatory and project-based nature of the

approach contributed to deeper identity formation. It is recommended that this model be applied in other courses and that identity-based instructional design be promoted more broadly.

Keywords: Cooperative Learning, Group Investigation Technique, Student Identity, University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคที่สังคมโลกเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและเต็มไปด้วยความท้าทายด้านเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี การศึกษาระดับอุดมศึกษาไม่เพียงแต่สร้างบัณฑิตที่มีทักษะวิชาชีพเท่านั้น แต่ต้องพัฒนาผู้เรียนให้มีอัตลักษณ์ที่โดดเด่น สะท้อนถึงคุณค่าร่วมและจุดยืนของมหาวิทยาลัยที่สังกัด อัตลักษณ์นักศึกษามีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทางการเรียนรู้ พฤติกรรมทางวิชาชีพ และความสามารถในการปรับตัวต่อโลกแห่งการทำงาน (Mendoza et al., 2024; Lau & Zheng, 2025) ซึ่งการสร้างอัตลักษณ์ของนักศึกษาเป็นกระบวนการที่ซับซ้อนที่ต้องสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของสถาบัน และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวิชาการและสังคมเพื่อให้นักศึกษามีอัตลักษณ์สถาบันติดตัวอย่างชัดเจน (Mendoza et al., 2024; Lau & Zheng, 2025) ดังนั้น การส่งเสริมและพัฒนาอัตลักษณ์ของนักศึกษาให้สอดคล้องกับอุดมการณ์ พันธกิจ และภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย จึงเป็นภารกิจสำคัญที่จะช่วยยกระดับคุณภาพผู้สำเร็จการศึกษาให้มีความแตกต่าง โดดเด่น และเป็นที่ยอมรับในระดับสังคมและตลาดแรงงาน

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ (2567) เป็นสถาบันอุดมศึกษาเอกชนชั้นนำด้านการสื่อสารและนวัตกรรมสร้างสรรค์ ได้กำหนด “อัตลักษณ์นักศึกษา” อย่างชัดเจนว่า ต้องเป็นผู้มีความคิดสร้างสรรค์ (creativity) มีจิตวิญญาณของผู้ประกอบการ (entrepreneurial spirit) และมีความเป็นสากล (internationalization) ดังนั้น การออกแบบกระบวนการเรียนการสอนที่สามารถปลูกฝังและหล่อหลอมอัตลักษณ์เหล่านี้ จึงกลายเป็นภารกิจสำคัญของทุกหลักสูตร การเรียนรู้ในชั้นเรียนจึงไม่ควรเป็นเพียงการถ่ายทอดเนื้อหา หากแต่ต้องมีพลังในการสร้างตัวตนทางวิชาชีพที่แตกต่างจากบัณฑิตของมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ซึ่งการพัฒนาอัตลักษณ์ของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษานั้นมาจากการให้นักศึกษามีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นการสะท้อนตนเองและการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ซึ่งสามารถช่วยให้นักศึกษาตระหนักถึงบทบาทและคุณค่าของตนเองในบริบททางวิชาการและวิชาชีพ (Fong et al., 2025; Mendoza et al., 2024)

หนึ่งในแนวคิดการจัดการเรียนรู้ที่ได้รับการยอมรับอย่างสูงในการส่งเสริมการสร้าง อัตลักษณ์และพัฒนาการทางสังคมของผู้เรียน คือ “การเรียนรู้แบบร่วมมือ” (Cooperative Learning) โดยเฉพาะเทคนิคกลุ่มสืบสอบ (Group Investigation: GI) ซึ่งเป็นแนวทางการจัดการเรียนการสอนที่เน้นการทำงานร่วมกันของนักศึกษาในกลุ่มย่อย เพื่อบรรลุเป้าหมายการเรียนรู้ร่วมกัน แนวทางนี้ส่งเสริมให้นักศึกษาพัฒนาทักษะ

การสื่อสาร การคิดวิเคราะห์ และความรับผิดชอบร่วมกัน ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของอัตลักษณ์นักศึกษา (Sharan, 1990; Joyce & Weil, 1996) เน้นการพัฒนาทักษะการสื่อสาร การคิดเชิงวิเคราะห์ และความสามารถในการมีบทบาทอย่างมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นคุณลักษณะสำคัญของอัตลักษณ์นักศึกษาในศตวรรษที่ 21 ทั้งนี้ Gillies (2016) และ Slavin (2014) ยืนยันว่า การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือ ไม่เพียงช่วยส่งเสริมผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน แต่ยังสร้างความผูกพัน และเชื่อมโยงโดยตรงกับการก่อตัวของอัตลักษณ์ในระดับบุคคลและสถาบัน และช่วยสร้างความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มและสถาบัน อันเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาอัตลักษณ์ของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษา (University of Cincinnati News, 2024)

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจะมีหลักฐานเชิงประจักษ์ถึงประสิทธิผลของการเรียนรู้แบบร่วมมือในบริบทตะวันตกและเอเชียตะวันออกหลายแห่ง และจากการค้นข้อมูลจากระบบฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์กลางของประเทศไทย (ThaiJO) ซึ่งเป็นแหล่งรวมวารสารวิชาการที่ผลิตในประเทศไทยทุกสาขาวิชา พบเพียงบทความวิจัยที่ศึกษาประสิทธิผลของการเรียนรู้แบบร่วมมือที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเนื้อหาการเรียนการสอนทางวิชาการของนักเรียนชั้นประถมศึกษาและมัธยมศึกษา โดยงานวิจัยในบริบทของมหาวิทยาลัยไทยที่ศึกษาความเชื่อมโยงระหว่างเทคนิคการเรียนรู้แบบกลุ่มสืบสอบกับการสร้างอัตลักษณ์นักศึกษานั้นยังไม่ปรากฏ (ThaiJo, 2568) ซึ่งช่องว่างทางวิชาการนี้จึงสะท้อนถึงความจำเป็นในการศึกษาเชิงทดลองที่ออกแบบอย่างเป็นระบบเพื่อทดสอบว่า การเรียนรู้แบบร่วมมือโดยใช้เทคนิคกลุ่มสืบสอบสามารถส่งผลต่อการพัฒนาอัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยได้จริงหรือไม่ งานวิจัยนี้จึงมีความสำคัญทั้งในเชิงทฤษฎีและปฏิบัติ โดยจะช่วยเติมเต็มองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับการพัฒนาอัตลักษณ์ในระดับอุดมศึกษา ตลอดจนเป็นประโยชน์เชิงนโยบายและแนวทางปฏิบัติแก่ผู้บริหารและอาจารย์ในการออกแบบการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับเป้าหมายการผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพ มีอัตลักษณ์ชัดเจน และสามารถตอบสนองความต้องการของภาคอุตสาหกรรมและสังคมไทยในอนาคตได้อย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาผลของการจัดการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยเทคนิคกลุ่มสืบสอบที่มีต่อการพัฒนาอัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ

สมมติฐานการวิจัย

1. นักศึกษากลุ่มทดลองที่ได้เรียนรู้แบบร่วมมือด้วยเทคนิคกลุ่มสืบสอบ มีค่าเฉลี่ยคะแนนอัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพทั้งโดยรวมและรายด้านสูงกว่านักศึกษากลุ่มควบคุมที่เรียนแบบปกติ

2. นักศึกษากลุ่มทดลองที่ได้เรียนรู้แบบร่วมมือด้วยเทคนิคกลุ่มสืบสอบ มีค่าเฉลี่ยคะแนนอัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพทั้งโดยรวมและรายด้านหลังการทดลองสูงกว่าก่อนการทดลอง

การทบทวนวรรณกรรม

งานวิจัยเรื่อง “ผลของการจัดการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยเทคนิคกลุ่มสืบสอบที่มีต่ออัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ” มีการทบทวนวรรณกรรมเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์นักศึกษาในระดับอุดมศึกษา

อัตลักษณ์ (Identity) ของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาเป็นแนวคิดที่เชื่อมโยงกับการพัฒนาตัวตน ความเชื่อมั่นในตนเอง บทบาททางสังคม และจุดยืนทางวิชาชีพ โดยอัตลักษณ์ของนักศึกษาไม่ได้ก่อตัวขึ้นได้เองโดยธรรมชาติ แต่เป็นผลของกระบวนการเรียนรู้ ประสบการณ์ทางวิชาการ การมีส่วนร่วมในชั้นเรียน การทำกิจกรรมกลุ่ม และความสัมพันธ์กับอาจารย์และเพื่อนร่วมสถาบัน (Komives et al., 2006; Tajfel & Turner, 1986) โดยงานวิจัยพบว่า การพัฒนาอัตลักษณ์ในช่วงมหาวิทยาลัยมีผลอย่างยิ่งต่อความสามารถในการตั้งเป้าหมายชีวิต ทักษะความเป็นผู้นำ และความพร้อมในการประกอบอาชีพในอนาคต (Fong et al., 2025; Mendoza et al., 2024) โดยเฉพาะในบริบทของสถาบันอุดมศึกษาที่มีเป้าหมายในการสร้างบัณฑิตที่มีคุณลักษณะเฉพาะ จึงทำให้อัตลักษณ์นักศึกษาถูกใช้เป็นทั้งเป้าหมายปลายทางของระบบการศึกษาและเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของการจัดการเรียนรู้ โดยมีบทบาทความสำคัญในการกำหนดความแตกต่างระหว่างมหาวิทยาลัยหนึ่งกับอีกมหาวิทยาลัยหนึ่ง (Lau & Zheng, 2025) ซึ่งสอดคล้องกับทิศทางของการศึกษาไทยในปัจจุบันที่เน้นการพัฒนาผู้เรียนแบบองค์รวม (Holistic Education) ทั้งด้านวิชาการ อารมณ์ สังคม และคุณลักษณะเฉพาะตัว (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2565)

ทั้งนี้ มหาวิทยาลัยกรุงเทพมุ่งเน้นการพัฒนาอัตลักษณ์นักศึกษา 3 ด้าน ได้แก่ 1) ความคิดสร้างสรรค์ (creativity) 2) มีจิตวิญญาณผู้ประกอบการ (entrepreneurial spirit) และ 3) มีความเป็นสากล (internationalization) โดยมีนิยามแต่ละด้านดังนี้ (มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2567)

1) ความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง การมีความคิดที่ยืดหยุ่น มีทักษะในการวิเคราะห์ แยกแยะ และเชื่อมโยงข้อมูลจากความหลากหลาย เพื่อนำไปสู่การสังเคราะห์ความคิดใหม่ที่มีความแปลกใหม่ ไม่ซ้ำแบบใคร และสามารถประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริงได้อย่างสร้างสรรค์

2) จิตวิญญาณผู้ประกอบการ ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่

(1) ฉลาดในการตั้งคำถาม (Curiosity) หมายถึง ความกระตือรือร้นในการค้นหาความรู้ช่างสังเกต และแสวงหาคำตอบเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่หรือประสบการณ์ใหม่

(2) ฉลาดมีไหวพริบทันโลก (Street Smart) หมายถึง ความสามารถในการเรียนรู้จากประสบการณ์ตนเองและผู้อื่น เพื่อใช้แก้ปัญหาและปรับตัวได้ในบริบทที่แตกต่าง

(3) ฉลาดหาความร่วมมือ (Collaboration) หมายถึง ความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่นอย่างมีประสิทธิภาพ มีบทบาทในทีม และช่วยให้กลุ่มบรรลุเป้าหมาย

(4) ความมุ่งมั่น ตั้งใจเรียนรู้ และสู้ในสิ่งที่รัก (Passion) หมายถึง การรู้จักตนเอง มีเป้าหมายชีวิต และมีพลังใจในการมุ่งไปสู่เป้าหมายอย่างไม่ย่อท้อ

3) ความเป็นสากล ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ ได้แก่

(1) กรอบความคิดใฝ่รู้และทักษะภาษาอังกฤษ (Inquisitive Mindset and English Language Skills) หมายถึง การเรียนรู้ภาษาอังกฤษอย่างมีเป้าหมาย และสามารถนำไปใช้สื่อสารและสร้างโอกาสทางวิชาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(2) กรอบความคิดสากล (International Mindset) หมายถึง การเข้าใจและยอมรับความหลากหลายทางวัฒนธรรม ความสามารถในการทำงานข้ามวัฒนธรรม และการมีจิตสำนึกของการเป็นพลเมืองโลก

อัตลักษณ์ทั้ง 3 ด้านข้างต้นสะท้อนคุณค่าหลักของมหาวิทยาลัยกรุงเทพในการผลิตบัณฑิตที่ไม่เพียงมีความรู้และทักษะทางวิชาชีพเท่านั้น แต่ยังต้องมีความสามารถในการคิด วิเคราะห์ สื่อสาร และปรับตัวให้ได้ในบริบทของโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งถือเป็นเป้าหมายสำคัญของการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21

2. แนวคิดการเรียนรู้แบบร่วมมือ

การเรียนรู้แบบร่วมมือ (Cooperative Learning) เป็นกลยุทธ์การสอนที่นักเรียนทำงานร่วมกันในกลุ่มขนาดเล็กเพื่อบรรลุเป้าหมายการเรียนรู้ร่วมกัน โดยมีหลักการสำคัญคือการพึ่งพาอาศัยกันในทางบวก (positive interdependence) ความรับผิดชอบส่วนบุคคล (individual accountability) การมีปฏิสัมพันธ์ส่งเสริมกัน (promotive interaction) การเรียนรู้ทักษะทางสังคม และการสะท้อนผลการทำงานร่วมกัน (Johnson & Johnson, 1994) ซึ่งแต่ละกลุ่มประกอบด้วยสมาชิกที่มีความรู้ความสามารถแตกต่างกัน ทั้งผู้เรียนที่มีความสามารถสูง ปานกลาง และน้อย โดยสมาชิกจะคอยช่อยเหลือซึ่งกันและกันและส่งเสริมให้ผู้เรียนได้ค้นพบคำตอบและรับผิดชอบต่อการเรียนด้วยตนเองให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่าการเรียนรู้แบบร่วมมือช่วยส่งเสริมการสร้างตัวตนของผู้เรียน เพราะผู้เรียนได้สะท้อนตัวเองผ่านการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การรับฟัง และการสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมกลุ่ม ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาอัตลักษณ์ทางสังคมและวิชาชีพ (Gillies, 2016; Mendo-Lázaro et al., 2022) ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการเรียนที่ต้องการพัฒนาอัตลักษณ์มหาวิทยาลัยให้แก่นักศึกษาให้มีความชัดเจนมากขึ้น

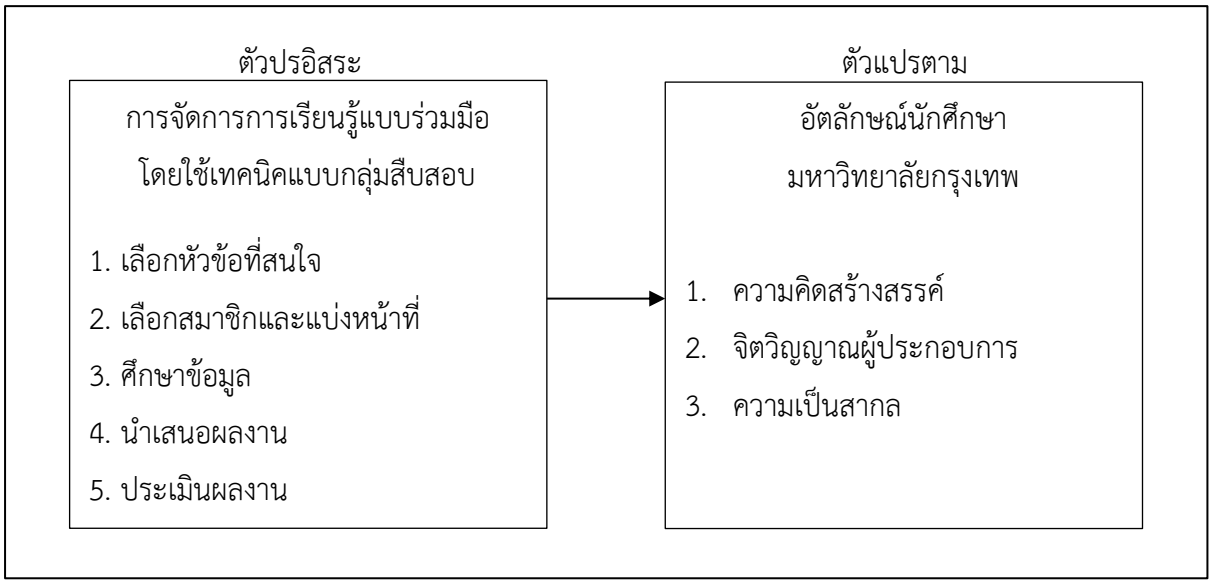
รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือที่ได้รับการยอมรับในการวิจัยด้านการศึกษา ได้แก่ เทคนิคแบบกลุ่มสืบสอบ (Group Investigation: GI) ซึ่งเน้นการเรียนรู้ผ่านการค้นคว้าร่วมกัน การตัดสินใจกลุ่ม และการนำเสนอความรู้สู่สาธารณะ ซึ่งเอื้อต่อการพัฒนาความรับผิดชอบ ความคิดสร้างสรรค์ และการตระหนักรู้ในบทบาทของตนเองให้เป็นผู้เรียนที่มีคุณภาพ โดยเทคนิคแบบกลุ่มสืบสอบนี้ได้รับการยอมรับว่าเป็นแนวทาง

ที่สามารถกระตุ้นให้ผู้เรียนมีความกระตือรือร้น พัฒนาทักษะการทำงานเป็นทีม การสื่อสาร การแก้ปัญหา และการสะท้อนตนเอง ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของอัตลักษณ์เชิงวิชาชีพ (Sharan, 1990; Joyce & Weil, 1996) ทั้งนี้ เขมณัฏฐ์ มิ่งศิริธรรม (2554) ได้สังเคราะห์ขั้นตอนการเรียนแบบร่วมมือโดยใช้เทคนิคแบบกลุ่มสืบสอบจากผลงานวิชาการทั้งในและต่างประเทศสรุปว่าประกอบด้วย 5 ขั้นตอน 1) เลือกหัวข้อที่สนใจ 2) เลือกสมาชิกและแบ่งหน้าที่ 3) ศึกษาข้อมูล 4) นำเสนอผลงาน และ 5) ประเมินผลงาน ซึ่งกระบวนการเหล่านี้ทำให้ผู้เรียนมีโอกาสค้นพบตัวเองผ่านบทบาทต่าง ๆ ในกลุ่ม เช่น ผู้นำ ผู้นำเสนอ ผู้รวบรวมข้อมูล และผู้ตั้งคำถาม สิ่งเหล่านี้ล้วนส่งผลต่อการตระหนักรู้ในศักยภาพของตนเอง ซึ่งเป็นพื้นฐานของการสร้างอัตลักษณ์ของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่เมื่อผู้เรียนได้มีบทบาท แสดงออก คิดวิเคราะห์ และเรียนรู้ร่วมกันกับผู้อื่นจะช่วยเสริมสร้างพัฒนาการทางปัญญาและอัตลักษณ์ของผู้เรียน (Vygotsky, 1978) โดยเฉพาะในช่วงชีวิตของการเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัย เป็นช่วงพัฒนาอัตลักษณ์ที่สำคัญที่สามารถเรียนรู้ผ่านประสบการณ์และทำให้มีอัตลักษณ์ที่ได้เรียนรู้ติดตัวไปประกอบวิชาชีพในการทำงานได้ (Erikson, 1968; Marcia, 1980)

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแม้ว่าจะมีงานวิจัยจำนวนหนึ่งที่ศึกษาอัตลักษณ์ของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษา โดยเน้นบทบาทของประสบการณ์การเรียนรู้ การมีส่วนร่วมในชั้นเรียน และความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของสถาบัน (Fong et al., 2025; Mendoza et al., 2024; Lau & Zheng, 2025) รวมถึงมีงานวิจัยที่ยืนยันว่าการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยเทคนิคกลุ่มสืบสอบช่วยเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและทักษะทางสังคม (Gillies, 2016; Mendo-Lázaro et al., 2022) และงานวิจัยของภาณุวัฒน์ ศิวะสกุลราช (2564) ที่ศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในรายวิชาความคิดสร้างสรรค์ โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยเทคนิค LT (learning together) ของนักศึกษาครูได้พบว่า นักศึกษาครูสนุก มีการแลกเปลี่ยนความรู้กัน และส่งผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาความคิดสร้างสรรค์สูงขึ้นจากเดิม แต่ยังไม่พบงานวิจัยที่เชื่อมโยงโดยตรงระหว่างการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยเทคนิคกลุ่มสืบสอบกับการพัฒนาอัตลักษณ์ของนักศึกษาในบริบทของมหาวิทยาลัยไทย

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงทดลอง ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดหลังจากทบทวนวรรณกรรมข้างต้น โดยใช้แนวคิดการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยเทคนิคกลุ่มสืบสอบจากการสังเคราะห์ของเขมณัฏฐ์ มิ่งศิริธรรม (2554) ที่ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน และอัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุเทพ 3 ด้าน (มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2567) โดยผู้วิจัยแสดงกรอบแนวคิดในการวิจัยตามภาพที่ 1 ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยในรูปแบบของการทดลอง ใช้แบบแผนการทดลองที่มีกลุ่มทดลอง กลุ่มควบคุม และมีการทดสอบก่อนการทดลองและหลังการทดลอง (randomized control group pretest-posttest design) เนื่องจากแบบแผนการทดลองนี้ทำการสุ่มตัวอย่างในกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมที่มีคุณลักษณะไม่แตกต่างกัน เพื่อป้องกันการเกิดปัญหาจากตัวแปรแทรกซ้อน โดยกลุ่มทดลองได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิคกลุ่มสืบสอบ ส่วนกลุ่มควบคุมได้รับการจัดการเรียนรู้แบบปกติ ทั้งนี้ผู้วิจัยวัดอัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพด้วยแบบวัดในระยะก่อนการทดลองและหลังการทดลองหลังจากปิดคลาสเรียน 1 สัปดาห์ แล้วนำผลคะแนนมาทดสอบค่าเฉลี่ย ทั้งก่อนการทดลองและหลังการทดลอง ทั้งภายในกลุ่มและระหว่างกลุ่ม โดยใช้สถิติการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (independent-sample t test) กลุ่มที่ไม่เป็นอิสระต่อกัน (paired-sample t test)

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชา BF021: celebrity & influencer branding ในภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2567 จำนวน 6 กลุ่ม รวมจำนวนนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนทั้งสิ้น 246 คน (งานทะเบียนนักศึกษา สำนักทะเบียน มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2568) โดยรายวิชานี้เป็นวิชาบังคับที่เปิดสอนให้กับนักศึกษาชั้นปีที่ 2 ของนักศึกษาที่เรียนสาขาวิชาการสร้างแบรนด์อินฟลูเอนเซอร์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ซึ่งจัดการเรียนการสอนโดยนักศึกษาต้องมีผลลัพธ์การเรียนรู้ (course learning outcome) เหมือนกันทุกกลุ่ม

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ นักศึกษาสาขาวิชาการสร้างแบรนด์อินฟลูเอนเซอร์ที่ลงทะเบียนเรียนวิชา BF021: celebrity & influencer branding จำนวน 80 คน แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มละ 40 คน การเลือกกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีสุ่มแบบหลายลำดับขั้น โดยเริ่มจากการสุ่มแบบกลุ่ม (cluster random sampling) โดยกำหนดหน่วยการสุ่ม (sampling unit) เป็นกลุ่มเรียน (section) ทั้งหมด 6 กลุ่ม ได้แก่ 218A, 218B, 218C, 218D, 218E และ 218F โดยแต่ละกลุ่มแบ่งกลุ่มตามลักษณะประชากรด้านเพศที่มีลักษณะเหมือนกัน แล้วจับสลากสุ่มแบบไม่ซ้ำกัน (without replacement) 2 กลุ่มได้แก่ 218A และ 218C หลังจากนั้นทำการจับสลากเลือกกลุ่มควบคุมและกลุ่มทดลอง โดยผลการจับสลาก ได้แก่ กลุ่มควบคุมคือ 218A มีนักศึกษา 40 คน และกลุ่มทดลองคือ 218C มีนักศึกษา 40 คนเป็นจำนวนเท่ากัน โดยแบบแผนการทดลองแบบสุ่มที่ใช้ในการวิเคราะห์ความแปรปรวน แสดงดังตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างจากแบบแผนการทดลองแบบ randomized control group pretest-posttest design

รูปแบบการจัดการเรียนการสอน	เพศ			รวม
	ชาย	หญิง	LGBTQ+	
การเรียนรู้แบบร่วมมือ (กลุ่มทดลอง)	16	22	2	40
ปกติ (กลุ่มควบคุม)	16	22	2	40

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วยเครื่องมือ จำนวน 2 ชุด ได้แก่

1. การจัดการการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพในรายวิชา BF021: celebrity & influencer branding โดยใช้โครงงานเป็นฐาน (Project-based Learning) ประกอบด้วย โครงงาน 3 ชิ้น ได้แก่ 1) การจัดงานสัมมนาเพื่อเรียนรู้เรื่องการสร้างแบรนด์อินฟลูเอนเซอร์และผู้มีชื่อเสียง 2) การสร้างช่อง (channel) บนสื่อสังคมออนไลน์ และ 3) การไลฟ์สด (live) เพื่อสร้างรายได้ ทั้งนี้ผู้สอนมีหน้าที่เป็นโค้ช (coach) โดยการให้หลักการเพื่อให้ผู้เรียนค้นหาความรู้ความเข้าใจในสิ่งที่เรียน และคอยช่วยเหลือนักศึกษาให้ดำเนินการสำเร็จตามเป้าหมายทั้ง 3 โครงงาน โดยใช้กระบวนการตั้งคำถาม การระดมความคิด และให้ผู้เรียนหาวิธีการในการหาคำตอบด้วยตนเอง ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพอย่างเต็มที่ของผู้เรียน โดยใช้หลักการเรียนรู้แบบร่วมมือ 5 ขั้นตอน ทั้ง 3 โครงงาน โดยมีรายละเอียดดังนี้

โครงงานที่ 1 การจัดงานสัมมนาเพื่อเรียนรู้เรื่องการสร้างแบรนด์อินฟลูเอนเซอร์และผู้มีชื่อเสียง โดยแบ่งนักศึกษาออกเป็น 5 กลุ่ม กลุ่มละ 8 คน ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ 1) เลือกหัวข้อที่สนใจ

โดยให้แต่ละกลุ่มเลือกและคิดหัวข้อจัดงานสัมมนาที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบรนด์อินฟลูเอนเซอร์และผู้มีชื่อเสียง โดยให้ผู้เรียนระดมสมองหารือว่าสนใจอยากเรียนรู้การสร้างแบรนด์อินฟลูเอนเซอร์ประเภทใด เพื่อส่งเสริมการใช้ความคิดสร้างสรรค์ (creativity) ในการกำหนดประเด็นวิจัยและมุมมองใหม่ที่แตกต่าง และมุ่งมั่นที่จะเรียนรู้สิ่งที่ตนเองรัก (passion) 2) เลือกสมาชิกและแบ่งหน้าที่ โดยให้นักศึกษาระดมสมองในรายละเอียดของการจัดงานสัมมนาว่าควรประกอบไปด้วยอะไรบ้าง พร้อมกับควรมีฝ่ายอะไรบ้าง ทำหน้าที่อะไรบ้างตามความถนัดของสมาชิก เช่น ผู้นำกลุ่ม ผู้สืบค้นข้อมูล ผู้วิเคราะห์เนื้อหา และผู้นำเสนอ เพื่อฝึกทักษะความร่วมมือ (collaboration) และความรับผิดชอบร่วมกัน ซึ่งสอดคล้องกับองค์ประกอบของจิตวิญญาณผู้ประกอบการ (entrepreneurial spirit) 3) ศึกษาข้อมูล สืบค้นความรู้เรื่องการจัดสัมมนา เทคนิคการเป็นพิธีกร การประชาสัมพันธ์ การติดต่อวิทยากรจากวงการจริง เพื่อฝึกการค้นหาความรู้ (curiosity) และส่งเสริมให้ใช้ภาษาอังกฤษในการอ่านหรือสรุปข้อมูลบางส่วน เพื่อพัฒนาความสามารถทางภาษาและกรอบความคิดแบบสากล (International Mindset) 4) นำเสนอผลงาน โดยแต่ละกลุ่มนำเสนอแผนการจัดงานและความก้าวหน้าของโครงงานกับผู้สอน ซึ่งขั้นนี้เป็นการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ในการนำเสนอ (creative communication) และการใช้ภาษาในการสื่อสารกับผู้ฟัง ซึ่งสอดคล้องกับ ความเป็นสากลและการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม และ 5) ประเมินผลงาน หลังจากจบงานสัมมนาเรียบร้อยแล้ว ผู้เรียนและผู้สอนร่วมกันประเมินผลงานโดยใช้เกณฑ์ร่วม (rubric) ที่ครอบคลุมด้านเนื้อหา การคิดวิเคราะห์ การนำเสนอ และการทำงานเป็นทีม พร้อมสะท้อนกระบวนการเรียนรู้ในกลุ่ม เพื่อพัฒนาทักษะการประเมินตนเอง (self-assessment) และพัฒนาความมุ่งมั่นที่จะเรียนรู้สิ่งที่ตนเองรัก (Passion)

โครงงานที่ 2 เป็นการสร้างช่องบนสื่อสังคมออนไลน์ โดยให้นักศึกษาแบ่งกลุ่ม จำนวน 10 กลุ่ม กลุ่มละ 4 คน เพื่อวางแผนและผลิตเนื้อหาในช่องของตนเอง ซึ่งประกอบด้วย 5 ขั้นตอนตามรูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือ ได้แก่ 1) เลือกหัวข้อที่สนใจ โดยให้แต่ละกลุ่มระดมสมองร่วมกันว่าอยากสร้างช่องที่มีเนื้อหาแบบใด เช่น ช่องรีวิวสินค้า ช่องด้านแฟชั่น ช่องเน้นประเด็นทางสังคม หรือช่องแนวสร้างแรงบันดาลใจ เพื่อให้ผู้เรียนได้มุ่งมั่นที่จะเรียนรู้สิ่งที่ตนเองรัก ใช้ความคิดสร้างสรรค์ และพัฒนาความกระตือรือร้นในการตั้งคำถามเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายและประเด็นที่น่าสนใจ 2) เลือกสมาชิกและแบ่งหน้าที่ โดยให้นักศึกษาวางโครงสร้างการทำงานในกลุ่มและเลือกบทบาทที่แต่ละคนถนัด เช่น ครีเอเตอร์ ผู้ดูแลการตัดต่อ ผู้วางแผนเนื้อหา และผู้ดูแลโซเชียลมีเดีย เพื่อฝึกทักษะความร่วมมือและความสามารถในการประเมิน ตลอดจนปรับบทบาทตนเองตามสถานการณ์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของจิตวิญญาณผู้ประกอบการ (entrepreneurial spirit) 3) ศึกษาข้อมูลโดยค้นคว้าเกี่ยวกับเทรนด์การตลาดออนไลน์ เทคนิคการวางคอนเทนต์ การใช้แพลตฟอร์มต่าง ๆ และการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ชม โดยใช้ทั้งแหล่งข้อมูลภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ซึ่งช่วยส่งเสริมกรอบความคิดแบบใฝ่รู้และทักษะภาษาอังกฤษที่จำเป็นต่อการสื่อสารระดับสากล 4) นำเสนอผลงาน โดยแต่ละกลุ่มสร้างเนื้อหาอย่างน้อย 3 ตอน เผยแพร่ผ่านช่องของตนเองบนแพลตฟอร์มที่เลือก เช่น YouTube, TikTok หรือ

Instagram และนำเสนอแผนกลยุทธ์ของช่องให้ผู้สอนและเพื่อนร่วมชั้นรับฟังและให้ข้อเสนอแนะ ซึ่งเป็นการพัฒนาทักษะการสื่อสารสร้างสรรค์และส่งเสริมความมั่นใจในการนำเสนอไอเดียในบริบทระหว่างวัฒนธรรม และ 5) ประเมินผลงาน เมื่อสิ้นสุดโครงการ นักศึกษาและผู้สอนร่วมกันประเมินความสำเร็จของช่องโดยใช้เกณฑ์ร่วม (rubric) ที่พิจารณาทั้งด้านคุณภาพเนื้อหา การมีส่วนร่วมของกลุ่ม และปฏิสัมพันธ์กับผู้ชม พร้อมทั้งสะท้อนการเรียนรู้และเสริมสร้างความมุ่งมั่นในการพัฒนาไอเดียที่ตนรักให้เกิดผลจริง

โครงงานที่ 3 เป็นกิจกรรมการไลฟ์สดผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มจำนวน 10 กลุ่ม กลุ่มละ 4 คน เพื่อจำลองสถานการณ์การนำเสนอสินค้า บริการ หรือแนวคิดด้วยการไลฟ์สดจริง พร้อมเป้าหมายในการสร้างรายได้และฝึกทักษะด้านการสื่อสารการตลาด ซึ่งดำเนินการผ่าน 5 ขั้นตอนของการเรียนรู้แบบร่วมมือ ได้แก่ 1) เลือกหัวข้อที่สนใจ โดยแต่ละกลุ่มระดมสมองเลือกประเด็นที่จะไลฟ์สด เช่น รีวิวผลิตภัณฑ์ การแชร์ประสบการณ์ หรือการสอนทักษะเฉพาะด้าน เพื่อฝึกความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบเนื้อหา และกระตุ้นความสนใจใฝ่รู้ในการสำรวจตลาดจริง 2) เลือกสมาชิกและแบ่งหน้าที่ โดยกำหนดบทบาทให้แต่ละคน เช่น พิธีกร ผู้ควบคุมเทคนิค ผู้จัดการตอบแชต และผู้สรุปผล เพื่อพัฒนาทักษะความร่วมมือและฝึกความสามารถในการตัดสินใจและรับผิดชอบร่วมกัน ซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งของจิตวิญญาณผู้ประกอบการ 3) ศึกษาข้อมูล นักศึกษาศึกษาเทคนิคการไลฟ์ เทคนิคการขาย การสร้าง engagement กับผู้ชม และกลยุทธ์การสร้าง conversion โดยใช้ทั้งแหล่งข้อมูลในและต่างประเทศเพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษและการเรียนรู้ผ่านบริบทสากล 4) นำเสนอผลงาน แต่ละกลุ่มดำเนินกิจกรรมไลฟ์สดจริงตามช่วงเวลาที่กำหนดผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ พร้อมรายงานผลการเข้าถึง รายได้ หรือการตอบรับของผู้ชม โดยเน้นการฝึกการสื่อสารอย่างมั่นใจและเรียนรู้จากบริบทจริง และ 5) ประเมินผลงาน หลังเสร็จสิ้นการไลฟ์สด นักศึกษานำผลตอบรับจริงมาประเมินและวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของกลุ่ม พร้อมกับรับการประเมินจากเพื่อนร่วมชั้นและผู้สอน เพื่อฝึกการประเมินตนเองจากการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง

ทั้งนี้ทั้ง 3 โครงงานกำหนดการเรียนการสอนรวมทั้งสิ้น 15 สัปดาห์ และทำการตรวจสอบค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) จากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ซึ่งผลการประเมินได้คะแนน 1.00 นั่นคือผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านมีความคิดเห็นต่อความสอดคล้องระหว่างรูปแบบการจัดการการเรียนรู้แบบบร่วมมือกับกิจกรรมการสอนสามารถนำไปใช้กับกลุ่มทดลองได้ ส่วนกลุ่มควบคุมจัดการเรียนการสอนในรูปแบบปกติ คืออาจารย์ผู้สอนบรรยาย มอบหมายงาน และสอบ จำนวน 15 สัปดาห์เท่ากัน

2. แบบวัดอัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ โดยพัฒนาจากแนวคิดการสร้างอัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ (มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2567) ประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไป จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ เพศและอายุ และ 2) แบบวัดอัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ 3 ด้าน ได้แก่ (1) ความคิดสร้างสรรค์ จำนวน 3 ข้อ (2) จิตวิญญาณผู้ประกอบการ ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ฉลาดตั้งคำถาม ฉลาดมีไหวพริบทันโลก ฉลาดหาความร่วมมือ และมุ่งมั่นที่จะเรียนรู้สิ่งที่ตนเองรัก รวม 14 ข้อ

และ (3) ความเป็นสากล ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ ได้แก่ กรอบความคิดใฝ่รู้และทักษะภาษาอังกฤษ และกรอบ รวม 7 ข้อ โดยมีข้อคำถามวัดอัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพรวมทั้งฉบับจำนวน 24 ข้อ โดยผ่านการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (content validity) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน มีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ในช่วง 0.6 – 1.0 จากนั้นนำแบบวัดที่ปรับปรุงแล้วไปทดสอบความเชื่อมั่น (reliability) กับกลุ่มที่มีความคล้ายกันกับประชากรเป้าหมายคือ นักศึกษาที่เรียนวิชา BF021: celebrity & influencer branding กลุ่ม 218B จำนวน 40 คน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α-Coefficient) ของครอนบาช (Cronbach) แบบวัดอัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพทั้งฉบับเท่ากับ .988 และตามรายด้านทั้ง 3 ด้าน คือ ความคิดสร้างสรรค์ จิตวิญญาณผู้ประกอบการ และความเป็นสากล เท่ากับ .949, .975 และ .981 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 จึงอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Cronbach, 1990)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้นำเสนอตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานการวิจัย โดยเริ่มต้นจากการเปรียบเทียบความแตกต่างของอัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพระหว่างกลุ่มทดลองกับกลุ่มควบคุมก่อนเข้าร่วมการวิจัย เพื่อตรวจสอบความแปรปรวนค่าเฉลี่ยของคะแนนอัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบความแตกต่างของอัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพโดยรวมและรายด้านระหว่างกลุ่มทดลองที่ได้เรียนรู้โดยรูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือ และกลุ่มควบคุมที่เรียนแบบปกติก่อนเข้าร่วมการวิจัย

เงื่อนไขการวิจัย	n	M	SD	t	p
อัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพโดยรวม ก่อนเข้าร่วมการวิจัย					
- กลุ่มทดลอง (เรียนแบบร่วมมือ)	40	3.09	.73	-.083	.934
- กลุ่มควบคุม (เรียนแบบปกติ)	40	3.10	.73		
อัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ ด้านความคิดสร้างสรรค์ ก่อนเข้าร่วมการวิจัย					
- กลุ่มทดลอง (เรียนแบบร่วมมือ)	40	3.09	.79	.286	.776
- กลุ่มควบคุม (เรียนแบบปกติ)	40	3.04	.77		

เงื่อนไขการวิจัย	n	M	SD	t	p
อัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ ด้านจิตวิญญาณผู้ประกอบการ ก่อนเข้าร่วมการวิจัย					
- กลุ่มทดลอง (เรียนแบบร่วมมือ)	40	3.07	.74	-.086	.932
- กลุ่มควบคุม (เรียนแบบปกติ)	40	3.09	.74		
อัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ ด้านความเป็นสากล ก่อนเข้าร่วมการวิจัย					
- กลุ่มทดลอง (เรียนแบบร่วมมือ)	40	3.11	.76	-.233	.816
- กลุ่มควบคุม (เรียนแบบปกติ)	40	3.15	.75		

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มทดลองที่จะทำการเรียนแบบร่วมมือและกลุ่มควบคุมที่เรียนแบบปกติ ก่อนเข้าร่วมการวิจัย มีค่าเฉลี่ยอัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพโดยรวม ด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้านจิตวิญญาณผู้ประกอบการ และด้านความเป็นสากลมีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นั่นหมายความว่าทั้งกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมไม่มีตัวแปรแทรกซ้อนต่อตัวแปรอัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ จึงสามารถทำการทดสอบต่อได้

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 นักศึกษากลุ่มทดลองที่ได้เรียนรู้แบบร่วมมือมีค่าเฉลี่ยคะแนนอัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ ทั้งโดยรวมและรายด้านสูงกว่านักศึกษากลุ่มควบคุมที่เรียนแบบปกติ โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบความแตกต่างของอัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพโดยรวมและรายด้านระหว่างกลุ่มทดลองที่ได้เรียนรู้โดยรูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือ และกลุ่มควบคุมที่เรียนแบบปกติหลังเข้าร่วมการวิจัย

เงื่อนไขการวิจัย	n	M	SD	t	p
อัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพโดยรวม หลังเข้าร่วมการวิจัย					
- กลุ่มทดลอง (เรียนแบบร่วมมือ)	40	4.47	.51	10.018	.000
- กลุ่มควบคุม (เรียนแบบปกติ)	40	3.14	.67		

เงื่อนไขการวิจัย	n	M	SD	t	p
อัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ ด้านความคิดสร้างสรรค์ หลังเข้าร่วมการวิจัย					
- กลุ่มทดลอง (เรียนแบบร่วมมือ)	40	4.48	.58	9.634	.000
- กลุ่มควบคุม (เรียนแบบปกติ)	40	3.11	.69		
อัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ ด้านจิตวิญญาณผู้ประกอบการ หลังเข้าร่วมการวิจัย					
- กลุ่มทดลอง (เรียนแบบร่วมมือ)	40	4.53	.51	10.288	.000
- กลุ่มควบคุม (เรียนแบบปกติ)	40	3.12	.70		
อัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ ด้านความเป็นสากล หลังเข้าร่วมการวิจัย					
- กลุ่มทดลอง (เรียนแบบร่วมมือ)	40	4.34	.53	8.476	.000
- กลุ่มควบคุม (เรียนแบบปกติ)	40	3.19	.67		

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยของอัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพทั้งโดยรวมและรายด้านทุกด้านระหว่างกลุ่มทดลองกับกลุ่มควบคุม มีค่า $p < .05$ ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 กล่าวคือ นักศึกษากลุ่มทดลองที่ได้เรียนรู้แบบร่วมมือมีค่าเฉลี่ยคะแนนอัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพทั้งโดยรวม ด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้านจิตวิญญาณผู้ประกอบการ และด้านความเป็นสากลสูงกว่านักศึกษากลุ่มควบคุมที่เรียนแบบปกติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 นักศึกษากลุ่มทดลองที่ได้เรียนรู้แบบร่วมมือมีค่าเฉลี่ยคะแนนอัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพทั้งโดยรวมและรายด้านหลังการทดลองสูงกว่าก่อนการทดลอง โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของอัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพโดยรวมและรายด้าน ก่อนและหลังการได้เรียนรู้โดยรูปแบบการเรียนรู้ของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม

เงื่อนไขการวิจัย	กลุ่มทดลอง				กลุ่มควบคม			
	M	SD	t	p	M	SD	t	P
อัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพโดยรวม								
- ก่อนเข้าร่วมการวิจัย	3.09	.73	-10.612	.000	3.10	.73	-1.929	.061
- หลังเข้าร่วมการวิจัย	4.47	.51			3.14	.67		
อัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ ด้านความคิดสร้างสรรค์								
- ก่อนเข้าร่วมการวิจัย	3.09	.79	-9.384	.000	3.04	.77	-2.082	.044
- หลังเข้าร่วมการวิจัย	4.48	.58			3.11	.69		
อัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ ด้านจิตวิญญาณผู้ประกอบการ								
- ก่อนเข้าร่วมการวิจัย	3.07	.74	-11.469	.000	3.09	.74	-1.858	.071
- หลังเข้าร่วมการวิจัย	4.53	.51			3.12	.70		
อัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ ด้านความเป็นสากล								
- ก่อนเข้าร่วมการวิจัย	3.11	.76	-8.494	.000	3.15	.75	-1.145	.259
- หลังเข้าร่วมการวิจัย	4.34	.53			3.19	.67		

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยของอัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพทั้งโดยรวมและรายด้านทุกด้านในกลุ่มทดลองก่อนเข้าร่วมการวิจัยกับหลังเข้าร่วมการวิจัย มีค่า $p < .05$ ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 กล่าวคือ นักศึกษากลุ่มทดลองที่ได้เรียนรู้แบบร่วมมือมีค่าเฉลี่ยคะแนนอัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพทั้งโดยรวมและรายด้าน หลังการทดลองสูงกว่าก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

นอกจากนี้ ยังวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยอัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพในกลุ่มควบคุมทั้งก่อนและหลังเข้าร่วมการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า มีค่า $p > .05$ ในอัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพโดยรวม ด้านจิตวิญญาณผู้ประกอบการ และด้านความเป็นสากล ยกเว้นด้านความคิดสร้างสรรค์เพียงด้านเดียวที่มีค่า $p < .05$

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยผู้วิจัยอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยคือ เพื่อศึกษาผลของการจัดการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยเทคนิคกลุ่มสืบสอบที่มีต่อการพัฒนาอัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ ดังนี้

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า นักศึกษากลุ่มทดลองที่ได้รับการเรียนรู้แบบร่วมมือโดยใช้เทคนิคกลุ่มสืบสอบ มีค่าเฉลี่ยคะแนนอัตลักษณ์ทั้งโดยรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านความคิดสร้างสรรค์ จิตวิญญาณผู้ประกอบการ และความเป็นสากลสูงกว่ากลุ่มควบคุม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นั่นหมายความว่าการจัดการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือสามารถพัฒนาให้นักศึกษามีอัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพได้

นอกจากนี้ ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ยังพบอีกว่า คะแนนหลังการทดลองของกลุ่มทดลองในอัตลักษณ์โดยรวมและรายด้านทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ความคิดสร้างสรรค์ จิตวิญญาณผู้ประกอบการและ ความเป็นสากลก็สูงกว่าก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เช่นกัน จึงยิ่งยืนยันได้ว่าการจัดการเรียนร่วมแบบร่วมมือสามารถพัฒนาอัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพโดยรวมและรายด้านได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนเมื่อพิจารณาผลความแตกต่างภายในกลุ่มควบคุมก่อนและหลังเรียนในรูปแบบปกติ พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เพียงด้านเดียวเท่านั้น นั่นคือ การเรียนแบบปกติสามารถพัฒนาอัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพด้านความคิดสร้างสรรค์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้เพียงด้านเดียว จึงยิ่งทำให้มั่นใจได้ถึงผลของการจัดการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือที่สามารถพัฒนาอัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Vygotsky (1978) ที่อธิบายว่า การเรียนรู้ที่เกิดขึ้นในบริบทของการทำงานร่วมกับผู้อื่นในสังคม โดยเฉพาะเมื่อผู้เรียนมีบทบาทในการแสดงออก คิด วิเคราะห์ และเรียนรู้ร่วมกัน จะช่วยเสริมสร้างพัฒนาการทางปัญญาและอัตลักษณ์ทางสังคมของผู้เรียน อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาอัตลักษณ์ของ Erikson (1968) และ Marcia (1980) ซึ่งอธิบายว่า ชีวิตช่วงมหาวิทยาลัยเป็นช่วงพัฒนาอัตลักษณ์ที่สำคัญและกระตุ้นได้ดีที่สุดโดยผ่านประสบการณ์ที่มีความหมาย ตลอดจนสอดคล้องกับงานวิจัยของ Gillies (2016) ซึ่งระบุว่า การเรียนรู้แบบร่วมมือมีอิทธิพลต่อการพัฒนาทักษะด้านอารมณ์และการมีปฏิสัมพันธ์ (soft skills) และมโนทัศน์แห่งตน (self-concept) ของผู้เรียน ทั้งในมิติการคิดสร้างสรรค์ การทำงานกลุ่ม และการแสดงออกทางความเชื่อมั่น และยังสอดคล้องกับเขมณัฏฐ์ มิ่งศิริธรรม (2554) ซึ่งศึกษาการบูรณาการวิธีการเรียนแบบร่วมมือ พบว่าผู้เรียนมีส่วนร่วมทางความคิด วิเคราะห์ปัญหา และแสดงออกทางวิชาชีพได้ดีขึ้น ขณะที่งานวิจัยของภาณุวัฒน์ ศิวะสกุลราช (2564) ที่ศึกษาการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือกับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในรายวิชาความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาครู พบว่า นักศึกษาครูมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาความคิดสร้างสรรค์สูงกว่าก่อนเรียนเช่นกัน

โดยผลการวิจัยเป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่าการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยเทคนิคกลุ่มสืบสอบเปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีบทบาทเป็นเจ้าของการเรียนรู้ตั้งแต่ต้นจนจบ ตั้งแต่การเลือกหัวข้อ การตั้งคำถาม การค้นคว้าข้อมูล การสร้างสรรค์เนื้อหา ไปจนถึงการนำเสนอผลงาน และการประเมินตนเอง กระบวนการเหล่านี้ช่วยให้ผู้เรียนรู้สึกว่าตนเองมีคุณค่า มีอิสรภาพในการคิด และสามารถสร้างตัวตนผ่านกระบวนการเรียนรู้ได้จริง อีกทั้งการที่ผู้เรียนต้องรับผิดชอบต่อภารกิจของกลุ่มในแต่ละโครงงาน เช่น การจัดสัมมนา การสร้างช่องบนสื่อออนไลน์ และการไลฟ์สดมีความใกล้เคียงกับสถานการณ์จริงในโลกวิชาชีพ ช่วยให้ผู้เรียนเชื่อมโยงประสบการณ์เรียนรู้กับบริบทจริง (authentic learning) และเกิดการเรียนรู้แบบมีความหมาย (meaningful learning) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างอัตลักษณ์ตามที่ Komives et al. (2006) ได้กล่าวไว้ว่าการพัฒนาอัตลักษณ์ในระดับอุดมศึกษาเกิดจากประสบการณ์ตรงที่ผู้เรียนมีบทบาท ความรับผิดชอบ และการสะท้อนคิด ไม่ใช่เพียงการเรียนรู้เชิงรับ ดังนั้น การเรียนรู้แบบร่วมมือที่เชื่อมโยงกับสถานการณ์จริงจึงช่วยส่งเสริมอัตลักษณ์และความเป็นตัวของตัวเองอย่างมีความหมาย อีกทั้งการที่ผู้สอนมีบทบาทเป็นโค้ช (coach) ไม่ใช่เพียงผู้ถ่ายทอดความรู้ แต่เป็นผู้กระตุ้น คอยตั้งคำถาม ส่งเสริมการคิดวิเคราะห์ และสนับสนุนการทำงานกลุ่ม ส่งผลให้เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง (self-directed learning) ซึ่งมีผลโดยตรงต่อการพัฒนาอัตลักษณ์ในบริบทโครงงานเชิงสร้างสรรค์ให้นักศึกษาได้ทำในสิ่งที่ตนเองชอบซึ่งเป็นส่วนสำคัญของจิตวิญญาณผู้ประกอบการ และมีความเป็นสากลในระดับที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยยังพบว่า กลุ่มควบคุมที่เรียนแบบปกติสามารถพัฒนาอัตลักษณ์ด้านความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างมีนัยสำคัญ แม้จะไม่มีความเปลี่ยนแปลงในด้านอื่น ซึ่งเป็นประเด็นที่แตกต่างจากงานของภาณุวัฒน์ ศิวะสกุลราช (2564) ที่พบว่าการเรียนรู้แบบร่วมมือเท่านั้นจึงสามารถพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างมีนัยสำคัญในรายวิชาความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาครู โดยความแตกต่างนี้สะท้อนว่าการเรียนรู้แบบปกติ หากมีเนื้อหาวิชาที่เอื้อต่อการใช้ความคิดสร้างสรรค์ เช่น รายวิชา Celebrity & Influencer Branding ที่ต้องคิดกลยุทธ์ การออกแบบแบรนด์ หรือการวิเคราะห์กรณีศึกษา ก็สามารถกระตุ้นอัตลักษณ์ด้านนี้ได้เช่นกัน โดยเฉพาะเมื่อผู้เรียนมีแรงบันดาลใจภายในสูง หรือผู้สอนออกแบบกิจกรรมเสริมอย่างเหมาะสม ดังนั้น แม้การเรียนรู้แบบร่วมมือจะส่งผลต่ออัตลักษณ์โดยรวมได้ดีกว่า แต่ผลการวิจัยนี้ยังชี้ให้เห็นว่าการจัดการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับบริบทของรายวิชาและผู้เรียนก็สามารถพัฒนาอัตลักษณ์บางด้านได้อย่างมีประสิทธิภาพเช่นกัน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 สถาบันอุดมศึกษาควรบรรจุการจัดการรูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยเทคนิคกลุ่มสืบสอบไว้ในแผนการสอนของรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัย

จากผลการวิจัย พบว่า การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยเทคนิคกลุ่มสืบสอบส่งผลโดยตรงต่อการพัฒนาอัตลักษณ์นักศึกษาในทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ความคิดสร้างสรรค์ จิตวิญญาณผู้ประกอบการ และความเป็นสากล ดังนั้น มหาวิทยาลัยกรุงเทพและสถาบันอื่นที่ต้องการสร้างบัณฑิตที่มีคุณลักษณะเฉพาะ ควรบูรณาการการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยเทคนิคแบบสืบสอบไว้ในแผนการสอนของวิชาพื้นฐานหรือวิชาชีพที่ต้องการสร้าง “ตัวตนทางวิชาชีพ” ให้เป็นอัตลักษณ์นักศึกษาที่เรียนจบหรืออัตลักษณ์ของบัณฑิตให้มีความแตกต่างและโดดเด่นเป็นอัตลักษณ์ที่แท้จริงตามที่ต้องการ เพื่อนำไปใช้ในสถานประกอบการตามวิชาชีพต่าง ๆ ได้

1.2 สนับสนุนให้อาจารย์พัฒนาทักษะการออกแบบกิจกรรมแบบมีส่วนร่วมของผู้เรียน

จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า การออกแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนเลือกหัวข้อ ตั้งคำถาม และทำงานกลุ่ม เป็นปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นการสร้างอัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยได้ ดังนั้น สถาบันการศึกษาควรส่งเสริมให้อาจารย์พัฒนาทักษะการออกแบบกระบวนการเรียนรู้แบบร่วมมือที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลางอย่างเป็นระบบ เพื่อไปใช้พัฒนาการจัดการการเรียนรู้ให้นักศึกษาเกิดอัตลักษณ์นักศึกษามหาวิทยาลัยอย่างชัดเจนจนเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นและแตกต่างจากมหาวิทยาลัยอื่น

1.3 ส่งเสริมการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือโดยเน้นโครงงานร่วมมือที่เชื่อมโยงกับการสร้างอัตลักษณ์

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยเทคนิคกลุ่มสืบสอบร่วมกับกิจกรรมโครงงาน เช่น การจัดสัมมนา การสร้างช่องออนไลน์ และการไลฟ์สด เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยให้ผู้เรียนได้ฝึกทักษะจริง มีบทบาทนำ และสะท้อนตัวตนของตนเองได้อย่างลึกซึ้งตามอัตลักษณ์นักศึกษาที่เป็นเป้าหมายของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ ดังนั้น จึงควรส่งเสริมให้หลักสูตรต่าง ๆ ทั้งของมหาวิทยาลัยกรุงเทพเองและมหาวิทยาลัยอื่น ใช้การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยเทคนิคกลุ่มสืบสอบลักษณะนี้ในรายวิชาอื่น ๆ โดยออกแบบให้เนื้อหาไปเชื่อมกับ “เป้าหมายอัตลักษณ์บัณฑิต” ของแต่ละสถาบัน

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยครั้งนี้วัดผลหลังการเรียนจบในระยะเวลาอันสั้น ดังนั้น การวิจัยในอนาคตควรใช้รูปแบบการติดตามผลในระยะยาว (longitudinal design) เพื่อตรวจสอบว่า อัตลักษณ์ที่พัฒนาขึ้นจะคงอยู่หรือลดลงเมื่อเข้าสู่สถานการณ์จริงหรือวิชาชีพจริง

2.2 การทดลองในครั้งนี้ดำเนินการกับนักศึกษาในสาขานิเทศศาสตร์เพียงกลุ่มเดียว งานวิจัยในอนาคตควรขยายไปยังสาขาอื่น และเปรียบเทียบผลการใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือในแต่ละบริบท เช่น วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี หรือศิลปะ เพื่อประเมินศักยภาพของการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมืออย่างรอบด้าน

2.3 แม้งานวิจัยนี้จะพบผลเชิงบวกจากการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือ แต่ยังไม่มีการวิเคราะห์ว่าปัจจัยใดในกระบวนการร่วมมือส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์โดยตรง ดังนั้น การวิจัยเชิงคุณภาพหรือการวิเคราะห์แบบโมเดลโครงสร้าง (SEM) จะสามารถอธิบายกลไกการพัฒนาอัตลักษณ์ได้อย่างลึกซึ้งและแม่นยำยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

เขมณัฏฐ์ มิ่งศิริธรรม. (2554). การบูรณาการวิธีการเรียนแบบร่วมมือกับการเรียนร่วมกัน. *E-Journal, Silpakorn University*, *4*(1), 435-444.

ภาณุวัฒน์ ศิวะสกุลราช. (2564). การศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาครู คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา โดยการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยเทคนิค LT. *วารสารศิลปากร ศึกษาศาสตร์วิจัย*, *13*(1), 228-237, https://so05.tci-thaijo.org/index.php/suedureasearch journal/article/view/248996

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. (2567). *รายงานการประเมินตนเองตามเกณฑ์คุณภาพการศึกษาเพื่อการดำเนินการที่เป็นเลิศ (EdPEx) ปีการศึกษา 2567.* มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2565). *ยุทธศาสตร์การอุดมศึกษาไทย 15 ปี (2565-2580).* พิมพ์ดี.

Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing* (5th ed.). UCL Press.

Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and crisis*. W. W. Norton & Company.

Fong, C. J., Mahdavivand Fard, S., Dezhkameh, A., Littlefield, T. D., & Rozek, C. S. (2025). Exploring disparities and antecedents to students' belonging at U.S. community colleges: An analysis by gender and racial/ethnic groups. *Community College Journal of Research and Practice*, *49*(6), 440-449. https://doi.org/10.1080/10668926.2025.2471276

Gillies, R. M. (2016). Cooperative learning: Review of research and practice. *Australian Journal of Teacher Education*, *41*(3), 39-54. https://doi.org/10.14221/ajte.2016v41n3.3

Johnson, D. W., & Johnson, R. T. (1994). An overview of cooperative learning. In *Creativity and collaborative learning*. Paul H. Brookes Publishing.

Joyce, B. R., & Weil, M. (1996). *Models of teaching* (5th ed.). Allyn & Bacon.

Komives, S. R., Longerbeam, S. D., Owen, J. E., Mainella, F. C., & Osteen, L. (2006). A leadership identity development model: Applications from a grounded theory. *Journal of College Student Development*, *47*(4), 401-418. https://doi.org/10.1353/csd.2006.0048

Lau, P., & Zheng, J. (2025). Exploring the interplay among student identity development, university resources, and social inclusion in higher education: Analyzing students as partners project in a Hong Kong university. *Social Sciences*, *14*(3), 119. https://doi.org/10.3390/socsci14030119

Marcia, J. E. (1980). Identity in adolescence. In J. Adelson (Ed.), *Handbook of adolescent psychology*. Wiley.

Mendo-Lázaro, S., León-del-Barco, B., Polo-del-Río, M., & López-Ramos, V. M. (2022). The impact of cooperative learning on university students' academic goals. *Frontiers in Psychology*, *12*, Article 787210. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.787210

Mendoza, R., Kim, A. Y., Galvez, G., & Chun, C. (2024). Reflection, reflexivity, and science identity in an undergraduate research program. *Scholarship and Practice of Undergraduate Research*, *8*(2), 12-20. https://doi.org/10.18833/spur/8/2/2

Sharan, S. (1990). *Cooperative learning: Theory and research*. Bloomsbury Publishing.

Slavin, R. E. (2014). Cooperative learning and academic achievement: Why does groupwork work? *Anales de Psicología*, *30*(3), 785-791. https://doi.org/10.6018/analesps.30.3.201201

Tajfel, H., & Turner, J. C. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. In S. Worchel & W. G. Austin (Eds.), *Psychology of intergroup relation* (pp. 7–24). Hall Publishers.

ThaiJo. (2568, 20 มีนาคม). *ระบบฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์กลางของประเทศไทย.* https://www.tci-thaijo.org/

University of Cincinnati News. (2024, December). *Why is cooperative learning important in education?* https://www.uc.edu/news/articles/2024/12/why-is-cooperative-learning-important-in-education.html

Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in society: The development of higher psychological processes*. Harvard University Press.

วารสารวิชาการ วิจัย และนวัตกรรม มสธ. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)
STOU Academic Journal of Research and Innovation (Humanities and Social Science)
ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2568) Vol. 5 No. 2 (July - December 2025)

Received: October 1, 2024
Revised: July 30, 2025
Accepted: September 3, 2025

การจ่ายเงินแก่ลูกจ้างในช่วงหยุดกิจการชั่วคราวในสถานการณ์โรคโควิด-19[1]

Pay During Temporary Layoff Under the COVID-19 Crisis

จิราพร สุทันกิตระ (Jiraporn Sudhankitra)[2]
E-mail: s_jiraporn@yanoo.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาและทบทวนแนวคิดทฤษฎี มาตรฐานระหว่างประเทศ กฎหมายและมาตรการที่เกี่ยวข้องสิทธิและหน้าที่ของนายจ้างและลูกจ้างที่เกี่ยวกับจ่ายเงินให้แก่ลูกจ้างในระหว่างการหยุดกิจการชั่วคราว 2) วิเคราะห์แนวทางการตีความและการบังคับใช้การจ่ายเงินให้แก่ลูกจ้างในระหว่างการหยุดกิจการชั่วคราวตามมาตรา 75 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 ในช่วงการระบาดของโรคโควิด-19 และ 3) ศึกษาและเสนอแนะแนวทางในการปรับปรุงกฎหมายเพื่อให้มีความชัดเจนและสอดคล้องกับมาตรฐานแรงงานระหว่างประเทศและเจตนารมณ์ของกฎหมายแรงงาน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาปัจจุบัน และป้องกันการระบาดของโรคอื่น ๆ และเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นโดยไม่คาดคิดมาก่อน ผลการวิจัย พบว่า โดยหลักการแล้วมาตรา 75 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 และมาตรการในการเยียวยาลูกจ้างที่ว่างงานจากผลกระทบของการระบาดของโรคโควิด-19 มีความสอดคล้องกับมาตรการระหว่างประเทศ และสามารถให้ความคุ้มครองและความเป็นธรรมแก่นายจ้างและลูกจ้างได้ แต่พบว่า ยังมีปัญหาบางประการในการตีความและการบังคับใช้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้เสนอให้แก้ไขถ้อยคำในวรรคหนึ่ง ดังนี้ “ในกรณีที่นายจ้างมีความจำเป็นต้องพักงานหรือลดชั่วโมงทำงานของลูกจ้างเป็นการชั่วคราวด้วยเหตุหนึ่งเหตุใดทางธุรกิจที่สำคัญ อันมีผลกระทบต่อการประกอบกิจการของนายจ้าง จนทำให้นายจ้างไม่สามารถประกอบ

---

[1] *บทความนี้เรียบเรียงมาจากงานวิจัยเรื่อง “การจ่ายเงินในช่วงหยุดกิจการชั่วคราวในสถานการณ์โควิด-19” ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2566*

[2] *สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช*
(School of Law, Sukhothai Thammathirat Open University)

กิจการได้ตามปกติ ซึ่งมิใช่เหตุสุดวิสัยให้นายจ้างจ่ายเงินให้แก่ลูกจ้างไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของค่าจ้างในวันทำงานที่ลูกจ้างได้รับก่อนนายจ้างหยุดกิจการตลอดระยะเวลาที่นายจ้างไม่ได้ให้ลูกจ้างทำงาน ณ สถานที่จ่ายเงินตามมาตรา 55 และภายในกำหนดเวลาการจ่ายเงินตามมาตรา 70 (1) และเพิ่มเติมวรรค สอง ดังนี้ การหยุดกิจการที่มีระยะเวลานานกว่า 90 วัน ให้ลูกจ้างมีสิทธิเลิกสัญญากับนายจ้างได้ โดยปฏิบัติตามมาตรา 17 และมีสิทธิได้รับเงินช่วยเหลือในอัตราค่าชดเชยตามมาตรา 118”

คำสำคัญ การหยุดกิจการชั่วคราว การคุ้มครองแรงงาน การพักงาน การลดชั่วโมงทำงาน

Abstract

The objectives of this study are as follows: 1) To study and review theoretical concepts. international standards laws and measures regarding payments to employees during a temporary shutdown of business. 2) To analyze guidelines for interpreting and enforcing payments to employees during a temporary shutdown of business according to Section 75 of the Labor Protection Act B.E. 2541 during the COVID-19 outbreak. and 3) To study and suggest ways to improve the law to make it clearer and consistent with international labor standards and the spirit of labor law. To use as a guideline for solving current problems. and prevent the spread of other diseases and events that may occur unexpectedly. The study found that, overall, Section 75 of the Labor Protection Act B.E. 2541 and measures to provide compensation to unemployed employees from the effects of the COVID-19 outbreak It is consistent with international measures. and can provide protection and fairness to employers and employees However, it was found that there were still some problems in interpretation and enforcement. It is, therefore, proposed to amend the words in the first paragraph as follows: “In the case where the employer needs to temporarily suspend or reduce the working hours of the employees for any important business reason that affects the employer's business operations which affects the employer's business operations to the extent that the employer is unable to operate the business as usual which is not a force majeure event, the employer must pay the employee not less than 50 percent of the working day wages that the employee received before the employer ceased business throughout the period that the employer did not allow the employee to work at the place of payment according to Section 55 and within

the time period for payment according to Section 70 (1).” And add paragraph two as follows: “For a shutdown of business that lasts longer than 90 days, the employee has the right to terminate the contract with the employer by complying with Section 17 and is entitled to receive financial assistance at the compensation rate according to Section 118.”

Keywords: Temporary business closure, Labor protection, Temporary layoff, Working hours reduction

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การหยุดกิจการชั่วคราวเป็นมาตรการหนึ่งที่นายจ้างใช้เมื่อการประกอบธุรกิจประสบปัญหา มีเงื่อนไขและหลักเกณฑ์ตามมาตรา 75 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 โดยมีเจตนารมณ์ให้นายจ้างได้แก้ไขปัญหาในการดำเนินกิจการที่ประสบปัญหา ขณะเดียวกันก็ช่วยให้ลูกจ้างไม่ต้องถูกเลิกจ้างและยังได้รับการเยียวยาในระหว่างที่นายจ้างหยุดกิจการด้วย มาตรการนี้มีบทบาทสำคัญมากในระหว่างที่มีวิกฤตการณ์ ดังจะเห็นได้จากการหยุดกิจการชั่วคราวของนายจ้างจำนวนมากในช่วงมหาอุทกภัยเมื่อปี พ.ศ. 2554 (ประภัสสร รัตนวิเชียร, 2016) และระหว่างการแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ผ่านมา (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย [ทีดีอาร์ไอ], 2564) จากข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติร่วมกับหน่วยงานพันธมิตร (TDRI, UNICEF, World Bank และ UN Data Group) ซึ่งได้ทำการสำรวจเกี่ยวกับผลกระทบสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 พบว่า จากสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 กิจการที่ได้รับคำสั่งจากภาครัฐฯ ให้ปิดกิจการ คิดเป็นร้อยละ 27.6 และกิจการที่ไม่ใช่กิจการที่รัฐบาลได้สั่งให้ปิดเป็นการเฉพาะแต่นายจ้างตัดสินใจปิดกิจการเอง คิดเป็นร้อยละ 58.9 เนื่องจากการระบาดของโควิด-19 และมาตรการของรัฐบาลส่งผลต่อปัจจัยด้านเศรษฐกิจและการจัดการของกิจการเหล่านี้ในหลายด้านทำให้นายจ้างจำนวนมากที่ยังไม่ต้องการเลิกกิจการได้เลือกใช้การหยุดกิจการชั่วคราวเพื่อลดค่าจ้าง โดยมีสถานประกอบการหยุดชั่วคราว 4,400 แห่ง กระทบลูกจ้าง จำนวน 8.9 แสนคน (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย [ทีดีอาร์ไอ], 2564)

จากการศึกษาแนวคำพิพากษา พบว่า กฎหมายการหยุดกิจการชั่วคราวของไทยจะเป็นมาตรการทางกฎหมายที่ช่วยเหลือนายจ้างและเยียวยาลูกจ้างได้ดี เนื่องจากศาลได้วางหลักในการวินิจฉัยโดยคำนึงถึงการคุ้มครองลูกจ้างและความสุจริตของนายจ้าง แต่เมื่อศึกษาทบทวนวรรณกรรมก็พบว่า บทบัญญัตินี้มีปัญหาบางประการในการตีความและการบังคับใช้ นอกจากนี้ การหยุดกิจการชั่วคราวของนายจ้างมิได้เป็นการหยุดกิจการที่เข้าหลักเกณฑ์ตามมาตรา 75 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงานเสมอไปทุกกรณี จึงต้องมีการวิเคราะห์ว่าจะนำกฎหมายใดมาบังคับใช้ การระบาดของโควิด-19 เป็นวิกฤติที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน จึงมีประเด็นมีปัญหาหลายประการที่จะต้องพิจารณาในการจ่ายค่าจ้างให้แก่ลูกจ้างในระหว่างการหยุดกิจการของ

นายจ้าง ประเด็นเหล่านี้ก่อให้เกิดปัญหา กล่าวคือ ไม่อาจเยียวยาลูกจ้างอย่างเป็นธรรมและนายจ้างเองไม่อาจใช้มาตรการนี้แก้ไขปัญหาได้อย่างเต็มที่ตามเจตนารมณ์ของกฎหมาย ปัญหาเหล่านี้หากไม่ได้รับการแก้ไขย่อมส่งผลต่อเศรษฐกิจโดยรวม จากความสำคัญของปัญหาดังกล่าว งานวิจัยนี้จึงมีจุดมุ่งหมายที่สำคัญที่จะวิเคราะห์ให้เห็นว่า ในระหว่างการหยุดกิจการชั่วคราวตามมาตรา 75 พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 ในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ว่ากฎหมายที่บังคับใช้อยู่มีความครอบคลุมต่อปัญหาและสามารถตอบสนองและสอดคล้องกับการคุ้มครองนายจ้างและลูกจ้างอย่างเป็นธรรม ตามหลักการของกฎหมายแรงงานได้เพียงใด และหาแนวทางแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอีกทั้งป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาและทบทวนแนวคิดทฤษฎี มาตรฐานระหว่างประเทศ กฎหมายและมาตรการที่เกี่ยวข้องสิทธิและหน้าที่ของนายจ้างและลูกจ้างที่เกี่ยวกับจ่ายเงินให้แก่ลูกจ้างในระหว่างการหยุดกิจการชั่วคราว
2. วิเคราะห์แนวทางการตีความและการบังคับใช้การจ่ายเงินให้แก่ลูกจ้างในระหว่างการหยุดกิจการชั่วคราวตามมาตรา 75 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 ในช่วงการระบาดของโรคโควิด-19
3. ศึกษาและเสนอแนะแนวทางในการปรับปรุงกฎหมายเพื่อให้มีความชัดเจนและสอดคล้องกับมาตรฐานแรงงานระหว่างประเทศและเจตนารมณ์ของกฎหมายแรงงาน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาปัจจุบัน และป้องกันการระบาดของโรคอื่น ๆ และเหตุการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้นโดยไม่คาดคิดมาก่อน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบแนวคิดทฤษฎี มาตรฐานระหว่างประเทศ กฎหมายและมาตรการที่เกี่ยวข้องสิทธิและหน้าที่ของนายจ้างและลูกจ้างที่เกี่ยวกับจ่ายเงินให้แก่ลูกจ้างในระหว่างการหยุดกิจการชั่วคราว
2. ทราบแนวทางการตีความและการบังคับใช้มาตรา 75 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 ในเรื่องการจ่ายเงินให้แก่ลูกจ้างในระหว่างการหยุดกิจการชั่วคราวในช่วงการระบาดของโรคโควิด-19
3. เสนอแนะแนวทางที่เหมาะสมในการปรับปรุงบทบัญญัติของกฎหมาย ทำให้การบังคับใช้กฎหมายมีประสิทธิภาพมากเป็นแนวทางในการปัญหาปัจจุบัน การระบาดของโรคอื่นๆ และเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยไม่คาดคิดมาก่อน โดยมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการคุ้มครองแรงงงานตามบทบัญญัตินี้และสอดคล้องเจตนารมณ์ของกฎหมายแรงงานต่อไป
4. จะนำผลไปเสนอหรือเผยแพร่ต่อหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนสภาองค์กรนายจ้าง และสหพันธ์แรงงานลูกจ้าง

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) เช่น หนังสือ ตำราทางวิชาการ บทความ วารสารทางวิชาการ งานวิจัย วิทยานิพนธ์ คำพิพากษาศาลฎีกาที่เกี่ยวข้อง ตัวบทกฎหมายของไทยและกฎหมายต่างประเทศ และเอกสารอื่น ๆ ในรูปของข้อมูลเอกสารและข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยศึกษาปัญหาทางกฎหมายแรงงานในช่วงโรคโควิด-19 จากข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสาร หนังสือกฎหมายแรงงาน ตัวบทกฎหมาย บทความเกี่ยวกับการวิเคราะห์ปัญหาจากผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมาย จากนั้นนำปัญหาดังกล่าวมาเขียนเป็นปัญหาข้อกฎหมายด้วยแล้วนำทฤษฎีต่าง ๆ มาวิเคราะห์และอภิปรายผล เพื่อหาปัญหาและคำตอบของปัญหา สรุปเป็นข้อมูลเพื่อใช้ในการอ้างอิง โดยจะนำข้อมูลที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้ามาแล้วนำมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) พร้อมกับนำเสนอโดยการเขียนบรรยายและอธิบาย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สอดคล้องตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้และนำมาสรุปผลโดยการอธิบายเชิงพรรณนา

สรุปการวิจัยและอภิปรายผล

มาตรฐานแรงงานระหว่างประเทศขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (International Labor Organization – ILO) ที่เกี่ยวกับการหยุดกิจการชั่วคราว มี 3 ฉบับ คือ *1) อนุสัญญาการส่งเสริมการจ้างงานและคุ้มครองการว่างงาน 1998 (ฉบับที่ 168) (*ILO, 2020) (Employment Promotion and Protection against Unemployment Convention, 1988) (No. 168) มาตรา 10 (2) (b)[3] ระบุให้ประเทศสมาชิกที่ให้สัตยาบันให้ความคุ้มครองแก่ลูกจ้างที่สูญเสียรายได้จากการที่ไม่ได้ทำงาน ในกรณีนายจ้างลดชั่วโมงทำงานปกติ หรือถูกพักงานหรือรายได้ลดลงจากการที่นายจ้างพักงานชั่วคราวหรือหยุดโดยยังไม่ได้เลิกสัญญาจ้างแรงงานอันเนื่องมาจากปัญหาทางเศรษฐกิจ เทคโนโลยีหรือโครงสร้าง และมาตรา 15 กำหนดอัตราการเยียวยาแก่ลูกจ้างในรูปแบบของการจ่ายเงินเป็นงวดแก่ลูกจ้างไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของค่าจ้างที่ลูกจ้างเคยได้หรือไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของอัตราค่าจ้างขั้นต่ำ[4] *2) ข้อแนะว่าด้วยการจ้างงานและงานที่มีคุณค่าเพื่อสันติภาพและการฟื้นฟู 2017 (No. 205) (Employment and Decent Work for Peace and Resilience Recommendation, 2017) (No. 205)* ในส่วนที่เกี่ยวกับสถานการณ์วิกฤตที่เกิดภัยพิบัติของโรคโควิด-19 นายจ้างต้องหาวิธีแก้ไขต้องการแรงงานของนายจ้างลดลงเป็นเรื่องแรก หากนายจ้างใช้มาตรการลดชั่วโมงการทำงานปกติชั่วคราว ควรพิจารณาค่าชดเชยบางส่วนสำหรับการสูญเสียค่าจ้างสำหรับชั่วโมงทำงานปกติที่ลูกจ้างไม่ได้ทำงาน โดยให้ได้รับทุนสนับสนุนทางการเงินจากรัฐด้วย ซึ่งจะต้องครอบคลุมทั้งการสูญเสียรายได้

[3] Article 10 2.

[4] Article 15 1.

เนื่องจากการไม่ได้ทำงานอันเป็นผลจากการลดชั่วโมงการทำงานปกติ และการไม่ได้รับค่าจ้างเลยจากการหยุดทำงานชั่วคราว (Niklas Selberg, 2020) และ *3) กรอบนโยบายเพื่อจัดการกับผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมจากวิกฤตโควิด-19 โดยมีเป้าหมายเพื่อบรรเทาผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมของการระบาดใหญ่และช่วยให้ประเทศต่าง ๆ ฟื้นตัวจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 (A policy framework for tackling the economic and social impact of the COVID-19 crisis)* กำหนดหลักการสำคัญ เพื่อใช้เป็นแนวทางจัดการปัญหาด้านแรงงานจากวิกฤติการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 (ILO, 2020)

จากการศึกษากฎหมายของต่างประเทศที่นำมาใช้ในการคุ้มครองลูกจ้างในการจ่ายเงินให้แก่ลูกจ้างในระหว่างที่นายจ้างหยุดกิจการชั่วคราว โดยศึกษาจากประเทศญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร และฟินแลนด์ พบว่า **ประเทศญี่ปุ่น** มีบทบัญญัติเกี่ยวกับการจ่ายเงินให้แก่ลูกจ้างในกรณีที่นายจ้างให้ลูกจ้างหยุดงานไว้ในมาตรา 26 พระราชบัญญัติมาตรฐานแรงงาน ค.ศ. 1947 (the Labor Standards Act 1947) เมื่อ *“นายจ้างให้ลูกจ้างหยุดงาน”* กฎหมายกำหนดให้ *“นายจ้างต้องจ่ายเงินให้แก่ลูกจ้าง* (allowance for absence from work) *อย่างน้อยเท่ากับร้อยละ 60 ของค่าจ้างเฉลี่ยของลูกจ้างที่เกี่ยวข้องในช่วงเวลาที่ลูกจ้างไม่ได้ทำงาน”* หากการหยุดงานนั้น *“เป็นผลสืบเนื่องจากนายจ้าง”*[5] ว่ามีความหมายรวมถึงอุปสรรคต่าง ๆ ด้านการจัดการและการบริหารที่เป็นผลมาจากการจัดการของนายจ้าง ทำให้กิจการของนายจ้างต้องหยุดชะงัก ครอบคลุมถึงสิ่งที่อยู่ในขอบเขตซึ่งนายจ้างบังคับควบคุมได้ ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากภายนอกแต่หากมูลเหตุที่แท้จริงเกิดจากสิ่งที่อยู่ในขอบเขตที่นายจ้างบังคับควบคุมได้ก็ถือว่าเป็นผลสืบเนื่องจากนายจ้างด้วย (Yusaku Akasaki, 2020) ไม่รวมเหตุสุดวิสัยเพราะเป็นเหตุสุดวิสัยเป็นเหตุการณ์นอกขอบเขตธุรกิจของนายจ้าง แต่นายจ้างต้องพิจารณาใช้มาตรการอื่นก่อนที่จะสั่งให้ลูกจ้างหยุดงาน โดยพิจารณาขอบเขตของมาตรการดังกล่าวตามความจำเป็นและสมเหตุสมผลสำหรับการดำเนินธุรกิจต่อไปโดยไม่ก่อให้เกิดความเสียหายในสถานการณ์ทางธุรกิจด้วย (Ministry of Health Labor and Welfare, 2020) จากการระบาดของโรคโควิด-19 ซึ่งมีกิจการที่นายจ้างไม่ให้ลูกจ้างทำงานจำนวนมากและมีปัญหาในเรื่องการจ่ายค่าจ้างสำหรับลูกจ้างที่ไม่ได้ทำงาน กระทรวงสาธารณสุข แรงงาน และสวัสดิการ ได้ประกาศหลักเกณฑ์สำหรับการให้ลูกจ้างหยุดงานเนื่องจาก “เหตุสุดวิสัย” ตามมาตรา 26 พระราชบัญญัติมาตรฐานแรงงาน ค.ศ. 1947 ไว้ (Ministry of Health Labor and Welfare, 2022) เพื่อความชัดเจนว่ากรณีใดเป็นการไม่ได้ทำงานจากเหตุสุดวิสัย **สหราชอาณาจักร** มี The Employment Rights Act 1996 มีบทบัญญัติให้นายจ้างและให้ลูกจ้างพักงานชั่วคราว (temporary lay-off) หรือลดเวลาการทำงานของลูกจ้าง (shorted-time work) ได้ (Anne Morris, 2021) โดยทำงานจะต้องได้รับความยินยอมจากลูกจ้างเสียก่อน เหตุที่นายจ้างไม่มีงานเพียงพอให้ลูกจ้างกฎหมายกำหนดไว้ 2 กรณีคือ การลดลงของข้อกำหนดของธุรกิจของนายจ้างสำหรับงานประเภทที่ลูกจ้างมีหน้าที่ต้องทำ หรือ

[5] Labor Standard Law of Japan 1947 Article 26.

เหตุอื่นใดที่กระทบกระเทือนต่อการทำงานตามปกติของธุรกิจของนายจ้างเกี่ยวกับงานประเภทที่ลูกจ้างทำ[6] กฎหมายไม่ได้กำหนดไว้ระยะเวลาในการพักงานชั่วคราวหรือลดเวลาการทำงานของลูกจ้าง แต่ลูกจ้างมีสิทธิให้นายจ้างเลิกจ้างเพราะคนล้นงานได้หากในการพักงานนั้นลูกจ้างไม่ได้รับค่าจ้างหรือลดเวลาการทำงานเป็นระยะเวลาสี่สัปดาห์ติดต่อกัน หรือหกสัปดาห์ ภายในระยะเวลา 13 สัปดาห์ ในกรณีเลิกจ้างดังกล่าวลูกจ้างมีสิทธิได้เงินค่าชดเชยตามที่กฎหมายกำหนด[7] ในระหว่างการพักงานนายจ้างต้องจ่ายค่าจ้างอย่างน้อยตามที่กฎหมายกำหนดซึ่งเรียกว่าการประกันค่าจ้างตามอัตราการรับประกันค่าจ้างตามกฎหมาย (guarantee pay) ในช่วงการระบาดของโรคโควิด-19 *รัฐบาลได้ประกาศแผนการรักษาการจ้างงานในช่วงโรคไวรัสโคโรน่า (Coronavirus Job Retention Scheme - CJRS)* เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2563 โดยรัฐบาลให้การสนับสนุนโดยจ่ายเป็นเงินชดเชยร้อยละ 80 ของค่าจ้างแก่ลูกจ้างที่นายจ้างให้หยุดงานชั่วคราวจำนวนสูงสุดถึง 2,500 ปอนด์ต่อเดือนเป็นเวลานานถึงสิบเก้าเดือนโดยสิ้นสุดลงเมื่อสิ้นเดือนตุลาคม 2564 เพื่อให้นายจ้างสามารถให้ลูกจ้างพักงานหรือลดชั่วโมงทำงานของลูกจ้างโดยไม่ต้องเลิกจ้างลูกจ้างและทำธุรกิจต่อไปได้ (Stephen Evans and Joe Dromey, 2022) **ประเทศฟินแลนด์** มีพระราชบัญญัติสัญญาจ้างแรงงาน (Employment Contract Act (55/2001)) ที่บัญญัติเกี่ยวกับการที่ลูกจ้างไม่ได้ทำงานออกเป็น 3 กรณี คือ 1) ลูกจ้างพร้อมจะทำงานตามสัญญาแต่ไม่ได้ทำงานเพราะเป็นความผิดของนายจ้าง กรณีนี้นายจ้างจะต้องจ่ายค่าจ้างเต็มจำนวน[8] 2) นายจ้างให้ลูกจ้างหยุดงานด้วยเหตุที่ไม่ได้เป็นความผิดของนายจ้างหรือลูกจ้าง ซึ่งอาจเกิดเหตุการณ์ธรรมชาติ หรือเกิดจากการกระทำของบุคคลอื่น ในกรณีเช่นนี้ลูกจ้างมีสิทธิได้รับค่าตอบแทนตามระยะเวลาที่เกิดเหตุขัดขวางการทำงานของลูกจ้าง แต่ไม่เกิน 14 วัน[9] และ 3) นายจ้างให้ลูกจ้างพักงานตามพระราชบัญญัติสัญญาการจ้างงาน[10] ซึ่งกฎหมายกำหนดเหตุไว้คือ นายจ้างมีเหตุผลทางการเงินหรือเหตุผลที่เกี่ยวข้องกับการผลิตที่นายจ้างจะเลิกสัญญาจ้างลูกจ้างได้ หรืองานหรือศักยภาพของนายจ้างในการให้งานลูกจ้างลดลงชั่วคราว และนายจ้างไม่สามารถจัดหางานอื่นหรือการฝึกอบรมอื่น ๆ ที่จำเป็นที่เหมาะสมให้กับพนักงานอย่างสมเหตุสมผล โดยจะถือว่างานที่จะให้ลูกจ้างทำหรือศักยภาพในการให้งานลูกจ้างลดลงชั่วคราวหากคาดได้ระยะเวลาดังกล่าวจะนานถึง 90 วัน[11] ในระหว่างการพักงานชั่วคราวภาระหน้าที่ของลูกจ้างในการทำงานและสิทธิในค่าจ้างจะถูกระงับ แต่เมื่อสถานการณ์ทางธุรกิจดีขึ้นและการพักงานชั่วคราวสิ้นสุดลงลูกจ้างก็กลับมาทำงานได้ตามปกติ[12] แต่นายจ้างและลูกจ้างอาจตกลงที่จะพักงานได้เองแม้ไม่มีเหตุตามที่กฎหมายกำหนดตาม

[6] Employment Rights Act 1996 section 28 (1)

[7] Employment Rights Act 1996 Section 135. (2) Subsection (1).

[8] Employment Contracts Act (55/2001).

[9] Employment Contracts Act (55/2001)

[10] Chapter 5 Lay-offs Section 1.

[11] Chapter 5, Section 2, Työsopimuslaki 55/2001,

[12] Chapter 5, Section 2, Työsopimuslaki 55/2001).

ระยะเวลาที่ตกลงกันได้หากการพักงานจำเป็นเมื่อพิจารณาถึงการดำเนินงานของนายจ้างหรือสถานะทางการเงินของนายจ้าง ผลกระทบของวิกฤติโรคระบาดของโรคโควิด-19 และมาตรการล็อคดาวน์ของรัฐบาล มีการขยายสิทธิของนายจ้างในการพักงานลูกจ้างชั่วคราวโดยให้นายจ้างพักงานลูกจ้างตามสัญญาจ้างที่กำหนดระยะเวลา แม้ว่าสวัสดิการด้านประกันสังคมจะครอบคลุมได้ดี รัฐบาลได้ออกกฎหมายเพิ่มเติมซึ่งก็คือ พระราชบัญญัติฉบับว่าด้วยเงินช่วยเหลือโรคระบาดชั่วคราว (väliaikainen epidemiakorvaus) เพื่อช่วยเหลือบุคคลและครอบครัวที่ตกอยู่ในสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่ย่ำแย่ และเพื่อชดเชยค่าใช้จ่ายที่เกิดจากข้อจำกัดของโรคโควิด-19 โดยสถาบันประกันสังคมแห่งประเทศฟินแลนด์ (KELA) จะจ่ายเป็นเงินเบี้ยเลี้ยง 75 ยูโร (82 ดอลลาร์สหรัฐ) ต่อคนต่อเดือน และมีโครงการให้การสนับสนุนทางเศรษฐกิจสำหรับนายจ้างจำนวนมาก

ประเทศไทย มาตรา 75 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 วางมาตรฐานการคุ้มครองลูกจ้างกรณีนายจ้างหยุดประกอบกิจการบางส่วนหรือทั้งหมดโดยให้นายจ้างจ่ายเงินให้แก่ลูกจ้างในอัตราร้อยละ 75 ของค่าจ้างที่เคยได้รับตลอดระยะเวลาหยุดกิจการชั่วคราวในกรณีมีความจำเป็นที่มิใช่เหตุสุดวิสัย ซึ่งก็ได้มีการนำมาปรับใช้กับการหยุดกิจการชั่วคราวของนายจ้างในช่วงที่ประสบปัญหาดำเนินกิจการในช่วงการระบาดของโรคโควิด–19 จากการวิเคราะห์กับมาตรฐานขององค์กรแรงงานระหว่างประเทศ (ไอแอลโอ) พบว่ามีความสอดคล้องกับ *อนุสัญญาการส่งเสริมการจ้างงาน และคุ้มครองการว่างงาน 1998 (ฉบับที่ 168)* (Employment Promotion and Protection against Unemployment Convention, 1988 (No. 168) มาตรา 10 (2) (b) ที่ให้ความคุ้มครองแก่ลูกจ้างที่สูญเสียรายได้จากการที่ไม่ได้ทำงานในกรณีนายจ้างลดชั่วโมงทำงานปกติ และยังให้ความคุ้มครองที่สูงกว่าที่ไอแอลโอกำหนดด้วยโดยที่มาตรา 75 ได้กำหนดให้เป็นหน้าที่ของนายจ้างและจ่ายไม่น้อยกว่าร้อยละ 75 ขณะที่ไอแอลโอให้รัฐภาคีให้จ่ายเงินแก่ลูกจ้างไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของค่าจ้างที่เคยได้รับหรืออัตราค่าจ้างขั้นต่ำที่เคยได้รับก่อนหยุดกิจการ

ต่อประเด็นการเยียวยาลูกจ้างที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤติการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 กระทรวงแรงงานของไทยได้มีการออก*กฎกระทรวงเพื่อให้ความคุ้มครองแก่ลูกจ้างผู้ประกันตนด้วยการจ่ายเงินประโยชน์ทดแทนกรณีว่างงานอันเนื่องจากเหตุสุดวิสัยถึงขนาดที่นายจ้างต้องหยุดประกอบกิจการหรือกรณีที่ลูกจ้างต้องถูกกักตัวหรือเฝ้าระวังการระบาดของโรคโควิด-19* ให้ลูกจ้างที่ไม่ได้ทำงานและไม่ได้ค่าจ้างมีสิทธิได้รับเงินประโยชน์ทดแทน ซึ่งเป็นมาตรการที่สอดคล้องกับ *Employment and Decent Work for Peace and Resilience Recommendation, 2017 (No. 205)* ที่มุ่งเน้นการแก้ไขวิกฤติแรงงานที่ต้องเผชิญกับการแพร่ระบาดของโรคโควิด -19 และเป็นไปตาม*แนวทางกรอบนโยบายเพื่อจัดการกับผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมจากวิกฤตโรคโควิด-19 (A policy framework for tackling the economic and social impact of the Covid-19 crisis)* ที่ให้สนับสนุนช่วยเหลือผู้ประกอบการให้เกิดการจ้างงานและการคุ้มครองรายได้ โดยการขยายความคุ้มครองด้านประกันสังคมครอบคลุมแรงงานทุกกลุ่ม แต่กฎกระทรวงยังไม่ครอบคลุมถึง

แรงงานทุกประเภทเพราะจำกัดความช่วยเหลือแก่เฉพาะลูกจ้างผู้ประกันตนเท่านั้น สำหรับลูกจ้างชั่วคราว อาชีพอิสระซึ่งยังอยู่ในวัยแรงงาน (อายุระหว่าง 15-59 ปี) ที่ไม่อยู่ในระบบประกันสังคม และได้รับผลกระทบจากโรคโควิด-19 สามารถได้รับการเยียวยาจากโครงการเราไม่ทิ้งกันให้เงินเยียวยาแก่แรงงาน จำนวน 5,000 บาทต่อคน เป็นเวลา 3 เดือน

ผู้วิจัยเห็นว่า โดยหลักการแล้วมาตรา 75 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 และมาตรการในการเยียวยาลูกจ้างที่ว่างงานจากผลกระทบของการระบาดของโรคโควิด-19 มีความสอดคล้องกับมาตรการระหว่างประเทศ และสามารถให้ความคุ้มครองและความเป็นธรรมแก่นายจ้างและลูกจ้างได้ แต่พบว่ายังมีปัญหาบางประการในการตีความและการบังคับใช้ ดังนี้

1) มาตรา 75 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 บัญญัติว่า “*นายจ้าง**หยุดกิจการชั่วคราว**โดยเป็นการหยุดทั้งหมดหรือบางส่วน*” ซึ่งมีคำอธิบายว่า เป็นการหยุดการให้บริการ การจำหน่าย หรือการหยุดผลิต แต่ศาลได้เคยตัดสินว่าการลดกำลังการผลิต โดยนายจ้างให้ลูกจ้างแต่ละกลุ่มสลับกันหยุดงานตามจำนวนวันที่นายจ้างกำหนด (เช่น กลุ่มละ 6 วัน) เพื่อเฉลี่ยการใช้แรงงานให้มีจำนวนน้อยลง ว่าเป็นการหยุดกิจการด้วย ซึ่งตามคำพิพากษานี้นายจ้างไม่ได้หยุดการผลิต การให้บริการ หรือการจำหน่ายในการดำเนินกิจการทั้งหมดหรือบางส่วนใด ๆ เลย นอกจากนี้ในช่วงการระบาดของโรคโควิด-19 ที่ผ่านมาพบว่ากิจการจำนวนมากในภาคบริการ เช่น ร้านอาหาร โรงแรม หลายแห่งให้ลูกจ้างบางส่วนหยุดงานเพราะลูกค้าเข้าพักน้อยกว่าปกติโดยที่ไม่ได้มีการหยุดกิจการส่วนหนึ่งส่วนใดเลย กรณีเช่นนี้เป็นการลดกำลังแรงงานซึ่งตามแนวคำพิพากษาถือเป็นการหยุดกิจการชั่วคราว นอกจากนี้ ยังมีกรณีที่นายจ้างปิดสถานที่ประกอบการแต่ลูกจ้างยังทำงานอยู่ หรือนายจ้างหยุดกิจการชั่วคราวบางสาขาแต่ให้ลูกจ้างสาขาที่หยุดกิจการนั้นไปทำงานที่สาขาอื่น หรือกรณีนายจ้างปิดสำนักงานแต่ยังดำเนินกิจการอยู่โดยให้ลูกจ้างทำงานที่บ้าน (WFH) กรณีดังกล่าวนี้เมื่อพิจารณาตามถ้อยคำของมาตรา 75 ก็ไม่ถือเป็นการหยุดกิจการ เพราะแม้จะมีการหยุดการดำเนินกิจการบางส่วน แต่ถ้าข้อเท็จจริงปรากฏว่านายจ้างยังมีปริมาณการผลิตหรือการบริการเท่าเดิมก็จะไม่ถือเป็นการหยุดกิจการ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่าควรปรับแก้ไขคำว่า “การหยุดกิจการ” ให้มีความชัดเจนและความเหมาะสมต่อสภาพการปฏิบัติของนายจ้าง

2) มาตรา 75 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 ไม่ได้ระบุ**ระยะเวลาในการหยุดกิจการ** แต่การหยุดกิจการนานเกินไปทำให้ลูกจ้างที่อาศัยค่าจ้างเพื่อยังชีพและเลี้ยงดูครอบครัวต้องเดือดร้อน ที่ผ่านมาระยะเวลาที่เหมาะสมในการหยุดกิจการชั่วคราวจึงต้องอาศัยการวินิจฉัยของศาล ที่จะพิจารณาดูพฤติการณ์ของนายจ้างในระหว่างการหยุดกิจการชั่วคราวเป็นกรณีไป โดยให้ความสำคัญกับความสุจริตของนายจ้างและคำนึงถึงลูกจ้างด้วย การที่กฎหมายไม่กำหนดระยะเวลาการหยุดกิจการชั่วคราวให้ชัดเจนก็อาจมีข้อเสียเช่นกันการระบาดของโรคโควิด-19 ที่ยาวนานเป็นระยะเวลาเกือบ 2 ปี ในช่วงดังกล่าวรัฐบาลไม่สามารถคาดทิศทางของสถานการณ์ได้ หลายกิจการหยุดไปเป็นเวลานานกว่า 3 เดือนเพื่อรอดูสถานการณ์

การหยุดกิจการชั่วคราวเป็นเวลานานจึงอาจเกิดขึ้นได้แม้ว่าจะไม่ได้เป็นความต้องการของนายจ้างก็ตาม จากการที่กฎหมายไม่ได้มีกำหนดระยะเวลาไว้ชัดเจน การพิจารณาว่าการหยุดกิจการของนายจ้างแต่ละ กรณีเป็นว่าเป็นระยะเวลาในการหยุดกิจการชั่วคราวที่เหมาะสมหรือไม่ ในขณะที่มีนายจ้างหยุดกิจการเป็นจำนวนมาก การบังคับใช้กฎหมายจึงอาจเกิดความล่าช้า จึงมีลูกจ้างจำนวนมากที่ต้องเดือดร้อน และอาจนำไปสู่ข้อพิพาทแรงงาน เพราะนายจ้างและลูกจ้างต่างก็ไม่มีความชัดเจนในสิทธิของตัวเอง

3) แต่เดิมมาตรา 75 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 กำหนด**อัตราเงินที่นายจ้างจะต้องจ่ายให้แก่ลูกจ้างในระหว่างที่นายจ้างหยุดกิจการชั่วคราว**ไว้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของค่าจ้างในวันทำงานที่ลูกจ้างได้รับก่อนนายจ้างหยุดกิจการตลอดระยะเวลาที่นายจ้างไม่ได้ให้ลูกจ้างทำงาน เงินนี้ไม่ใช่ค่าจ้างแต่กฎหมายกำหนดให้นายจ้างมีหน้าที่จ่ายแก่ลูกจ้างเพื่อเยียวยาลูกจ้างที่ไม่ได้ค่าจ้างเพราะไม่ได้ทำงาน และต่อมากฎหมายได้แก้เป็นไม่น้อยกว่าร้อยละ 75 ของค่าจ้างในวันทำงานที่ลูกจ้างได้รับก่อนนายจ้างหยุดกิจการตลอดระยะเวลาที่นายจ้างไม่ได้ให้ลูกจ้างทำงาน[13] โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความคุ้มครองลูกจ้างมากขึ้น และให้อัตรานี้เป็นมาตรฐานต่ำสุด ซึ่งเป็นการเพิ่มภาระแก่นายจ้างมากขึ้นในขณะที่นายจ้างมีปัญหาเรื่องรายได้และค่าใช้จ่ายและไม่มีผลผลิตหรือผลผลิตน้อยลง การกำหนดอัตราที่สูงเกินไปหากนายจ้างไม่อาจรับภาระค่าใช้จ่ายได้ก็อาจต้องเลิกกิจการไปและลูกจ้างก็ต้องถูกเลิกจ้างในที่สุด ซึ่งไม่เป็นไปตามเจตนารมณ์ของกฎหมาย

4) ตามมาตรา 75 การที่นายจ้างจะหยุดกิจการชั่วคราวได้นั้นกฎหมายได้ระบุ**เหตุในการหยุดกิจการชั่วคราว**โดยบัญญัติว่า *“นายจ้างมีความจำเป็นอย่างสำคัญโดยเหตุหนึ่งเหตุใด”* โดยไม่ได้ระบุความหมายหรือรายละเอียดไว้อะไรคือความจำเป็น จึงเป็นแต่เพียงกรอบซึ่งมีความหมายกว้าง โดยอาจเกิดจากเหตุใดเหตุหนึ่งก็ได้แต่ต้องส่งผลที่รุนแรงต่อกิจการของนายจ้างถึงขนาดที่นายจ้างไม่อาจประกอบกิจการได้ตามปกติ นายจ้างอาจยกเหตุที่ไม่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ เช่น เรื่องส่วนตัวของนายจ้างเป็นความจำเป็นในการหยุดกิจการชั่วคราวได้ ซึ่งจะไม่เป็นธรรมต่อลูกจ้าง

5) กรณีนายจ้างได้ตัดสินใจหยุดกิจการชั่วคราวเองเพราะได้รับผลกระทบจากโรคระบาดโควิด-19 ทำให้ไม่สามารถดำเนินกิจการได้ตามปกติเพราะขาดรายได้จนถึงขนาดที่จะดำเนินการต่อไปอาจขาดทุนและต้องเลิกกิจการนั้น ได้มีผู้ให้ความเห็นว่าการตัดสินใจหยุดกิจการเองโดยที่รัฐบาลไม่ได้สั่งปิดดังกล่าวเป็นกรณีที่นายจ้างไม่อาจอ้างเหตุสุดวิสัยได้เพราะเป็นการที่นายจ้างตัดสินใจเองที่จะหยุดกิจการชั่วคราว นายจ้างจะต้องจ่ายเงินให้แก่ลูกจ้างร้อยละ 75 ของค่าจ้างในวันทำงานที่ลูกจ้างได้รับก่อนนายจ้างหยุดกิจการตลอดระยะเวลาที่นายจ้างไม่ให้ลูกจ้างทำงาน โดยที่ไม่ได้พิจารณาถึงสาเหตุของการหยุดกิจการชั่วคราวของนายจ้าง ซึ่งน่าจะไม่ถูกต้องและไม่ให้ความเป็นธรรมแก่นายจ้าง

[13] แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2551.

ข้อเสนอแนะ

เมื่อได้ศึกษากฎหมายต่างประเทศต่างก็ได้กำหนดเกี่ยวกับวิธีการของนายจ้าง ระยะเวลา และอัตราเงินที่จ่ายให้แก่ลูกจ้างในช่วงที่นายจ้างประสบปัญหาในการดำเนินกิจการ ผู้วิจัยจึงได้นำมาพิจารณา ปรับใช้และเสนอแนวทางในการปรับแก้ไขแก้กฎหมายไทยเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นและป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตดังต่อไปนี้

1) แก้ไขถ้อยคำในมาตรา 75 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 จาก คำว่า **“หยุดกิจการชั่วคราว” เป็น “พักงาน” หรือ “ลดชั่วโมงการทำงาน”** โดยนำกฎหมายแรงงานของประเทศอังกฤษมาเป็นแนวทาง เหตุผลที่ควรปรับแก้เพราะแม้มาตรา 75 จะบัญญัติว่าการหยุดกิจการบางส่วนหรือทั้งหมด แต่จากการศึกษาพบว่า ศาลได้เคยตัดสินว่าการลดจำนวนลูกจ้างโดยให้สลับกันหยุดโดยที่ไม่ได้มีการหยุดการผลิต การบริการ การจำหน่ายส่วนหนึ่งส่วนใดเลยก็เป็นการหยุดกิจการชั่วคราวตามมาตรา 75 นอกจากนั้น ในบางกรณีแม้จะมีการปิดสถานประกอบการแต่ไม่ถือเป็นการหยุดกิจการชั่วคราวเพราะลูกจ้างยังมีการทำงานอาจเป็นการผลิตหรือบริการ ดังนั้น จะเห็นได้ว่า คำพิพากษาแสดงให้เห็นว่าเงื่อนไขสำคัญก็คือการที่นายจ้างไม่ให้ลูกจ้างทำงาน ผลศึกษาพบว่า ในช่วงการระบาดของโรคโควิด-19 กิจการของนายจ้างที่มีขนาดเล็กเมื่อมีลูกค้าน้อยมีงานไม่พอให้ลูกจ้างทำ นายจ้างก็เลือกจะลดชั่วโมงทำงานของลูกจ้างหรือให้ลูกจ้างบางส่วนหยุดงานโดยไม่ได้หยุดกิจการส่วนหนึ่งส่วนใด เพราะสภาพและขนาดของกิจการไม่เหมาะสมที่เลือกหยุดการผลิต บริการ หรือจำหน่ายเฉพาะส่วนใดส่วนหนึ่ง ดังนั้น กฎหมายควรจะต้องปรับเปลี่ยนให้มีความชัดเจนและให้ปรับใช้ได้กับสภาพความเป็นจริงทางธุรกิจด้วย

2) กำหนดระยะเวลาในการหยุดกิจการชั่วคราวให้ชัดเจน แนวคิดก็คือ เมื่อนายจ้างแก้ไขปัญหาในการดำเนินการให้ลุล่วงแล้วก็จะต้องกลับมาเปิดกิจการ จึงต้องให้เวลานายจ้างอย่างเพียงพอในการแก้ปัญหา แต่ก็ไม่ควรจะนานเกินไปเพราะลูกจ้างจะเดือดร้อน เพราะหากนายจ้างหยุดกิจการนานเกินไปลูกจ้างก็อาจลาออกไปเอง จากการศึกษาพบว่า แนวทางกฎหมายคุ้มครองแรงงานของสหราชอาณาจักรนั้นถึงแม้ว่ากฎหมายไม่ได้กำหนดระยะเวลาในการพักงานชั่วคราวหรือลดเวลาการทำงานของลูกจ้าง แต่ลูกจ้างมีสิทธิให้นายจ้างเลิกจ้างเพราะเหตุคนล้นงานได้หากในการพักงานนั้นลูกจ้างไม่ได้รับค่าจ้างหรือลดเวลาการทำงานเป็นระยะเวลาสี่สัปดาห์ติดต่อกัน หรือหกสัปดาห์ภายในระยะเวลา 13 สัปดาห์ ในกรณีเลิกจ้างดังกล่าวลูกจ้างมีสิทธิได้เงินค่าชดเชยตามที่กฎหมายกำหนด[14] ระยะเวลานานเท่าใดนั้นควรต้องพิจารณาให้เหมาะสมกับบริบทของสังคมและเศรษฐกิจของแต่ละประเทศซึ่งอาจไม่เท่ากัน สำหรับประเทศไทยระยะเวลาที่เหมาะสมนั้นผู้เขียนเห็นว่าอาจอาศัยพิจารณาจากกฎกระทรวงฯที่กำหนดให้สิทธิประโยชน์ให้แก่ลูกจ้างที่ว่างงานไม่เกิน 90 วัน จึงน่าจะวางเป็นแนวทางได้ว่า**การหยุดกิจการชั่วคราวไม่ควรจะเกิน 90 วันโ**ดยบัญญัติไว้ในมาตรา 75

[14] Employment Rights Act 1996 section 28 (1).

เพื่อคุ้มครองสิทธิของลูกจ้าง อีกทั้งให้เกิดความชัดเจนต่อสิทธิและหน้าที่ของนายจ้างและลูกจ้าง และลดข้อพิพาทที่อาจจะเกิดขึ้น

3) ลดอัตราเงินขั้นต่ำที่นายจ้างตามที่กฎหมายกำหนดให้นายจ้างจ่ายแก่ลูกจ้างตามมาตรา 75 การระบาดของโรคโควิด-19 ก่อให้เกิดผลกระทบต่อเศรษฐกิจอย่างรุนแรง สหราชอาณาจักรนายจ้างจำนวนมากไม่มีงานให้ลูกจ้างทำและไม่มีเงินพอจะจ่ายเงินให้ลูกจ้างในระหว่างการพักงานหรือลดชั่วโมงทำงานตามที่กฎหมายแรงงานกำหนด เพื่อให้นายจ้างสามารถให้ลูกจ้างพักงานหรือลดชั่วโมงทำงานของลูกจ้างโดยไม่ต้องเลิกจ้างลูกจ้างและทำธุรกิจต่อไปได้ *รัฐบาลได้ประกาศแผนการรักษาการจ้างงานในช่วงโรคไวรัสโคโรนา (Coronavirus Job Retention Scheme – CJRS)* โดยรัฐบาลจ่ายเป็นเงินชดเชยร้อยละ 80 ของค่าจ้างแก่ลูกจ้างที่นายจ้างให้หยุดงานชั่วคราวสูงสุดถึง 2,500 ปอนด์ต่อเดือนเป็นเวลานานถึงสิบเก้าเดือนโดยสิ้นสุดลงเมื่อสิ้นเดือนตุลาคม 2564 เพื่อให้นายจ้างสามารถให้ลูกจ้างพักงานหรือลดชั่วโมงทำงานของลูกจ้างโดยไม่ต้องเลิกจ้างลูกจ้างและทำธุรกิจต่อไปได้ บทเรียนของสหราชอาณาจักรทำให้เห็นว่าการรักษาการจ้างงานเป็นสิ่งสำคัญต่อเศรษฐกิจโดยรวมเพราะการว่างงานจำนวนมากจะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจอย่างรุนแรง ดังนั้นการกำหนดให้นายจ้างจ่ายเงินในอัตราที่สูงเกินไปขณะที่นายจ้างมีปัญหาที่ต้องแก้ไขและรายได้ลดลง จึงอาจส่งผลให้การบังคับใช้กฎหมายไม่ได้ผลตามเจตนารมณ์ของกฎหมาย จากการศึกษา*อนุสัญญาการส่งเสริมการจ้างงาน และคุ้มครองการว่างงาน 1998 (ฉบับที่ 168) (Employment Promotion and Protection against Unemployment Convention, 1988 (No. 168) มาตรา 10 (2) (b)* ที่ให้รัฐภาคีให้จ่ายเงินแก่ลูกจ้างไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของค่าจ้างที่เคยได้รับหรืออัตราค่าจ้างขั้นต่ำ ผู้วิจัยจึงเสนอให้ลดอัตราเงินที่กำหนดให้นายจ้างจ่ายให้แก่ลูกจ้างตามมาตรา 75 **จากร้อยละ 75 เป็นร้อยละ 50 ของค่าจ้างในวันทำงานที่ลูกจ้างได้รับก่อนนายจ้างหยุดกิจการชั่วคราว**

4) ปรับแก้เหตุในการหยุดกิจการชั่วคราวให้มีขอบเขตที่ชัดเจน ตามบทบัญญัติของมาตรา 75 *นายจ้างมีความจำเป็นอย่างสำคัญโดยเหตุหนึ่งเหตุใด* ซึ่งในการตีความและบังคับที่ผ่านมาจะเห็นได้ว่าเป็นเรื่องทางธุรกิจ จากการศึกษากฎหมายคุ้มครองแรงงานของฟินแลนด์ได้ระบุว่านายจ้างต้องมีเหตุผลทางการเงินหรือเหตุผลที่เกี่ยวข้องกับผลิตที่นายจ้างจะเลิกสัญญาจ้างลูกจ้างได้ หรืองานหรือศักยภาพของนายจ้างในการให้งานลูกจ้างลดลงชั่วคราวและนายจ้างไม่สามารถจัดหางานอื่นหรือการฝึกอบรมอื่น ส่วนกฎหมายแรงงานของประเทศญี่ปุ่นกำหนดว่า *“เป็นผลสืบเนื่องจากนายจ้าง”* ซึ่งเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการจัดการและการบริหารธุรกิจของนายจ้าง ผู้เขียนจึงเห็นว่าสมควรปรับแก้ถ้อยคำในมาตรา 75 ให้มี**ขอบเขตในการดำเนินกิจการของนายจ้าง**เพื่อให้ชัดเจนขึ้นตามเจตนารมณ์ของมาตรานี้

5) กรณีนายจ้างหยุดกิจการเองเพราะได้รับผลกระทบจากการไม่มีลูกค้า ไม่มีวัตถุดิบ และไม่สามารถดำเนินกิจการได้ตามปกติเพราะขาดรายได้จนถึงขนาดที่จะดำเนินการต่อไปอาจขาดทุนและต้องเลิกกิจการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อพิจารณาจากสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นกับกิจการโรงแรม ร้านอาหาร การผลิต นายจ้างจะ

อ้าง**เหตุสุดวิสัย**เพื่อไม่ต้องจ่ายเงินให้แก่ลูกจ้างในระหว่างการหยุดกิจการชั่วคราวตามมาตรา 75 ได้หรือไม่ ผู้เขียนเห็นว่าเมื่อเหตุในการหยุดกิจการของนายจ้างเป็นผลกระทบจากการระบาดของโรคโควิด-19 หรือผลกระทบจากมาตรการล็อคดาวน์ของรัฐบาลซึ่งเป็นเหตุสุดวิสัยเพราะเป็นเหตุการณ์ที่นายจ้างไม่อาจคาดหมายได้และไม่อาจหลีกเลี่ยงหรือป้องกันหรือแก้ไขได้ จึงเป็นการที่นายจ้างมีความจำเป็นโดยเหตุหนึ่งเหตุใดที่สำคัญอันมีผลกระทบต่อการประกอบกิจการของนายจ้างจนทำให้นายจ้างไม่สามารถประกอบกิจการได้ตามปกติเนื่องจากเหตุสุดวิสัย นายจ้างจึงไม่ต้องจ่ายค่าจ้างตามตามมาตรา 372 วรรคหนึ่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ และไม่ต้องจ่ายเงินให้แก่ลูกจ้างในระหว่างที่นายจ้างไม่ให้ลูกจ้างทำงานตามมาตรา 75 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541

จากข้อเสนอแนะข้อ 1) - 5) จึงสมควรที่จะปรับแก้มาตรา 75 วรรคหนึ่ง และเพิ่มวรรคสองแห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 เป็นดังนี้

*“ในกรณีที่นายจ้างมีความจำเป็นต้อง**พักงานหรือลดชั่วโมงทำงานของลูกจ้าง**เป็นการชั่วคราวด้วยเหตุหนึ่งเหตุใด**ทางธุรกิจ**ที่สำคัญอันมีผลกระทบต่อการประกอบกิจการของนายจ้าง จนทำให้นายจ้างไม่สามารถประกอบกิจการได้ตามปกติซึ่งมิใช่เหตุสุดวิสัยให้นายจ้างจ่ายเงินให้แก่ลูกจ้างไม่น้อยกว่า**ร้อยละ 50** ของค่าจ้างในวันทำงานที่ลูกจ้างได้รับก่อนนายจ้างหยุดกิจการตลอดระยะเวลาที่นายจ้างไม่ได้ให้ลูกจ้างทำงาน ณ สถานที่จ่ายเงินตามมาตรา 55 และภายในกำหนดเวลาการจ่ายเงินตามมาตรา 70 (1) **การหยุดกิจการที่มีระยะเวลานานกว่า 90 วัน ให้ลูกจ้างมีสิทธิเลิกสัญญากับนายจ้างได้ โดยปฏิบัติตามมาตรา 17 และมีสิทธิได้รับเงินช่วยเหลือในอัตราค่าชดเชยตามมาตรา 118”***

บรรณานุกรม

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2564, 22 พฤษภาคม). *การสำรวจผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19*. https://tdri.or.th/2021/05/covid-31/

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2564, 22 พฤษภาคม). *ความเห็นทางวิชาการเกี่ยวกับมาตรการเพิ่มสิทธิประโยชน์ของผู้ประกันตนจาก 62% เป็น 75%*. https://tdri.or.th/295890000021/05/covid-31/.

Akasaki, Y. (2020, April 21). *COVID-19 impact on labour issues in Japan*. CLO. https://www.clo.jp/english/column/490/

Evans, S., & Dromey, J. (2020, May). *Next steps for the coronavirus job retention scheme*. Learning and Work Institute. https://learningandwork.org.uk/wp-content/uploads/2020/05/Next-steps-for-the-Coronavirus-Job-Retention-Scheme-Learning-and-Work-Institute.pdf

International Labour Organization. (2021, May 20). A policy framework for tackling the economic and social impact of the COVID-19 crisis. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@dgreports/@dcomm/documents/briefingnote/wcms_745337.pdf

International Labour Organization. (2020, May 29). *Standards and COVID-19 (coronavirus)* (Version 2.1). http://ittdashboard.nso.go.th/img/covid/result_COVID-Establishment.pdf

Ministry of Health, Labour and Welfare. (2021, February 20). *Respond to COVID-19 after the reclassification change*. https://www.mhlw.go.jp/stf/covid-19/kenkou-iryousoudan_00006.html

Morris, A. (2021, June 4). *Statutory guarantee pay for lay-offs, the CJRS and unemployment*. Lawble. https://www.lawble.co.uk/statutory-guarantee-pay/

Selberg, N. (2020). The ILO response to COVID-19: ILO and international labour standards in times of a pandemic. *Italian Labour Law e-Journal, 13*(1), 161–185. https://doi.org/10.6092/issn.1561-8048/11202

วารสารวิชาการ วิจัย และนวัตกรรม มสธ. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)
STOU Academic Journal of Research and Innovation (Humanities and Social Science)
ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2568) Vol. 5 No. 2 (July - December 2025)

Received: February 16, 2025
Revised: September 12, 2025
Accepted: September 13, 2025

การสังเคราะห์แนวคิดเพื่อการออกแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพสำหรับเด็กปฐมวัย: การวิจัยเชิงเอกสาร

Concepts Synthesis of Design Guidelines of Physical Environmental for Early Childhood: The Documentary Research

รจนา สังข์ทอง (Rodjana Sangtong)[1]
E-mail: fagrrns@ku.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงเอกสารครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและสังเคราะห์แนวทางการออกแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพสำหรับเด็กปฐมวัย โดยใช้กระบวนการวิธีวิจัยเชิงเอกสาร ตามแนวของ Scott (1990) ศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง แบ่งเป็นวรรณกรรมภาษาไทย จำนวน 5 ฉบับ และวรรณกรรมภาษาต่างประเทศ จำนวน 4 ฉบับ ผลการศึกษาสามารถประมวลความรู้ถึงองค์ประกอบของการออกแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพสำหรับเด็กปฐมวัย ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการจัดพื้นที่ โดยพบว่า ลักษณะของการออกแบบที่คำนึงถึงส่วนใหญ่คือ พื้นที่มีความยืดหยุ่นต่อการจัดกิจกรรมที่หลากหลาย 2) ด้านการตกแต่ง โดยพบว่า ลักษณะของการออกแบบที่คำนึงถึงส่วนใหญ่คือ ใช้สีโทนอ่อนและพื้นที่ตกแต่งเชื่อมโยงกับธรรมชาติ และ 3) ด้านการเลือกเครื่องเรือน โดยพบว่า ลักษณะของการเลือกเครื่องเรือนที่คำนึงถึงส่วนใหญ่คือ เครื่องเรือนมีความแข็งแรง ปลอดภัย ทำความสะอาดง่าย การวิจัยเชิงเอกสารครั้งนี้จะเป็นแนวทางในการวางแผนออกแบบ ปรับปรุงพื้นที่ของสถานศึกษาเพื่อให้สอดคล้องกับการพัฒนาเด็กปฐมวัย

คำสำคัญ แนวทางการออกแบบ สภาพแวดล้อมทางกายภาพ เด็กปฐมวัย

[1] *นักวิจัย สาขาพัฒนาการครอบครัวและเด็ก ภาควิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (Researcher of Major of Family and Child Development, Department of Home Economics, Faculty of Agriculture, Kasetsart University)*

Abstract

This documentary research aimed to study and synthesize guidelines for designing physical environments for early childhood. By using the Documentary research technique (Scott, 1990) in studying related literatures consists of 5 Thai literatures and 4 foreign literatures. The study results can summarize knowledge about the elements of designing physical environments for early childhood, divided into 3 important aspects: 1) Space arrangement, which found that the most commonly considered design characteristic was that the space is flexible for organizing a variety of activities; 2) Decoration, which found that the most commonly considered design characteristic was using light colors and decorating the space in connection with nature; and 3) Furniture selection, which found that the most commonly considered furniture selection characteristic was that the furniture is strong, safe, and easy to clean. This documentary research will serve as a guideline for planning, designing, and improving the space of educational institutions to be consistent with early childhood development.

Keywords: Design Guidelines, Physical Environmental, Early Childhood

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เด็กปฐมวัยที่เป็นช่วงวัยแห่งการพัฒนา มีความสำคัญ และจำเป็นอย่างยิ่งต่อการสร้างรากฐานชีวิต เด็กปฐมวัยควรได้รับการดูแล เอาใจใส่ และได้เรียนรู้ผ่านสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม การจัดสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมจะช่วยกระตุ้นให้เด็กเกิดการเรียนรู้ และได้รับประสบการณ์ที่ดี สภาพแวดล้อมที่ดีจะก่อให้เกิดความรู้สึกที่มั่นคง อบอุ่น มีความสุข และเกิดความรู้สึกว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของสถานที่ และกลุ่มคนรอบข้าง (จีระพันธุ์ พูลพัฒน์, 2561) การออกแบบพื้นที่ทางกายภาพอย่างมีจุดมุ่งหมาย และสมดุลกัน จะส่งเสริมให้เด็กได้เล่น ได้เรียนรู้อย่างอิสระ และเป็นธรรมชาตินั้น จะเปิดโอกาสให้เด็กพัฒนาในทุกๆด้าน สอดคล้องกับหลักสูตรการศึกษาปฐมวัย พุทธศักราช 2560 ที่กล่าวถึงหลักการพัฒนาเด็กโดยองค์รวมผ่านการเล่นอย่างมีความหมายและมีการทำกิจกรรมที่หลากหลาย ได้ลงมือกระทำในสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ (สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา, 2560)

สำหรับในระดับนโยบายของประเทศไทยนั้น ได้กำหนดเป็นนโยบายไว้ในแผนพัฒนาเด็กและเยาวชนแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560 – 2564 ซึ่งระบุในยุทธศาสตร์ที่ ๒ การเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลไกสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนอย่างมีประสิทธิภาพ ในมาตรการ ๒.๖ ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดพื้นที่เรียนรู้ที่ปลอดภัยสำหรับเด็กและเยาวชน (คณะกรรมการส่งเสริมการพัฒนาเด็กและเยาวชนแห่งชาติ, 2561) สอดคล้องกับมาตรฐานศูนย์เด็กเล็กแห่งชาติ คู่มือการดำเนินงานตามมาตรฐาน ระบุในมาตฐานที่ 1 การบริหารจัดการศูนย์เด็กเล็ก ตัวบ่งชี้ที่ 1.3 การจัดสภาพแวดล้อมศูนย์เด็กเล็กว่า อาคารสถานที่ และสภาพแวดล้อมบริเวณศูนย์ฯ มีความสะอาดร่มรื่น แข็งแรง ปลอดภัย ตั้งอยู่ห่างจากสภาพแวดล้อมที่เป็นมลพิษ และพื้นที่เสี่ยงอันตราย (สำนักส่งเสริมและพิทักษ์เด็ก, 2555) การออกแบบพื้นที่ให้เหมาะสมกับพัฒนาการ และการเรียนรู้ของเด็ก จึงเป็นหน้าที่อันสำคัญยิ่งที่สถานศึกษาต้องออกแบบพื้นที่ทางกายภาพให้สอดคล้อง และคำนึงถึงความสำคัญในการส่งเสริมพัฒนาการ และการเรียนรู้ของเด็กสอดคล้องกับแผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579 ที่กล่าวถึง การพัฒนาการศึกษาที่จะพัฒนาผู้เรียนไปสู่การเรียนรู้ได้อย่างดีเยี่ยม จำเป็นต้องการออกแบบสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่เหมาะสม (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2560)

ปัจจุบันสถานศึกษาในระดับปฐมวัยทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีการออกแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพสำหรับเด็กที่มีความหลากหลายตามแนวคิดและหลักการของสถานศึกษา การศึกษาวิจัยนี้ จึงมุ่งเน้นศึกษาและรวบรวมข้อมูลงานวิจัยในประเทศและต่างประเทศ เกี่ยวกับแนวทางการออกแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพสำหรับเด็กปฐมวัย เพื่อศึกษาและสังเคราะห์แนวทางการออกแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพสำหรับเด็กปฐมวัยจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในประเด็นการนำเสนอแนวทางการออกแบบสถานศึกษาปฐมวัยในช่วง 6 ปีที่ผ่านมา ระหว่าง ปี พ.ศ. 2562 ถึง พ.ศ. 2567 ว่ามีแนวทางการออกแบบสถานศึกษาอย่างไร เพื่อเป็นองค์ความรู้เกี่ยวกับแนวทางการออกแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพเพื่อส่งเสริมพัฒนาการสำหรับเด็กปฐมวัยอันเป็นประโยชน์แก่สถานศึกษา พ่อแม่ผู้ปกครอง และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องใช้เป็นแนวทางในการออกแบบพื้นที่ทางกายภาพเพื่อเด็กปฐมวัยต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยเชิงเอกสารครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและสังเคราะห์แนวทางการออกแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพเพื่อเด็กปฐมวัย

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

เพื่อเป็นองค์ความรู้เกี่ยวกับแนวทางการออกแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพเพื่อส่งเสริมพัฒนาการสำหรับเด็กปฐมวัยอันเป็นประโยชน์แก่สถานศึกษา พ่อแม่ผู้ปกครอง และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องใช้เป็นแนวทางในการออกแบบพื้นที่ทางกายภาพเพื่อเด็กปฐมวัย

วิธีการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) โดยผู้วิจัยคัดเลือกเอกสารระดับทุติยภูมิที่เกี่ยวข้องและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย จากบทความวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในระยะ 6 ปี คือ ปี พ.ศ. 2562 ถึง พ.ศ. 2567 หรือ ค.ศ. 2019 ถึง 2024 และผู้วิจัยใช้กระบวนการตามแนวทางของ Scott (1990) ดังนี้ 1) ความจริง (Authenticity) หมายถึง มีความถูกต้อง มาจากแหล่งเชื่อถือได้ สมบูรณ์สอดคล้องกับบริบทของสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาที่ตีพิมพ์ 2) ความถูกต้องน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึง เอกสารนั้นจะต้องไม่มีข้อมูลที่ผิดพลาด บิดเบือน หรือคลาดเคลื่อนไปจากความเป็นจริง 3) การเป็นตัวแทน (Representativeness) หมายถึง สามารถแสดงรายละเอียดแทนเอกสารประเภทเดียวกันได้เหมาะสม 4) ความหมาย (Meaning) หมายถึง เอกสารต้องมีความชัดเจน และเข้าใจได้ง่าย ผลการคัดเลือกพบว่าเป็นวรรณกรรมภาษาไทย จำนวน 5 ฉบับ และวรรณกรรมภาษาต่างประเทศ จำนวน 4 ฉบับ ซึ่งผู้วิจัยได้นำวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องมาสังเคราะห์องค์ประกอบสำคัญของการออกแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพสำหรับเด็กปฐมวัย ดังรายละเอียดที่นำเสนอในบทความ

สรุปผลการศึกษา

การทบทวนวรรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับประเด็นของแนวทางการออกแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพสำหรับเด็กปฐมวัย ผลการสังเคราะห์องค์ประกอบสำคัญของการออกแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพสำหรับเด็กปฐมวัย ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการจัดพื้นที่ 2) ด้านการตกแต่ง 3) ด้านการเลือกเครื่องเรือน มีรายละเอียดที่สำคัญโดยสรุป ดังนี้ (วิศณี ไชยรักษ์ และคณะ, 2564; ภูรี สาโคตร์ และคณะ, 2565; วิศณี ไชยรักษ์ และวิไลวรรณ พานทอง, 2564; นิฤมล วงค์อินพ่อ และสถิรพร เชาวน์ชัย, 2565; อัณศยา พรภัทรนันท์ และคณะ, 2566; Hussein et al, 2022; Iliev et al, 2021; Fardlillah et al, 2019; Le et al, 2024)

1) ด้านการจัดพื้นที่

แนวทางการจัดพื้นที่สำหรับเด็กปฐมวัยที่เอื้อต่อการเรียนรู้ ควรจัดบรรยากาศให้เหมือนบ้านเพื่อให้เด็กรู้สึกคุ้นเคยผ่อนคลาย เด็กจะมีความสุขกับบรรยากาศที่อบอุ่น และปัจจัยความปลอดภัยในการออกแบบเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยให้เด็กรู้สึกมั่นใจและไร้กังวล การจัดสัดส่วนของพื้นที่ของห้องเรียนให้

เพียงพอต่อจำนวนเด็กตามสัดส่วนที่กำหนดไว้ในมาตรฐานสถานพัฒนาเด็กปฐมวัยแห่งชาติ กล่าวคือ มีพื้นที่พอเพียงสำหรับการจัดกิจกรรมและกิจวัตรประจำวันของเด็กพอเพียงเฉลี่ย 1.5-2.0 ตารางเมตรต่อคน การจัดพื้นที่ต้องมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนสอดคล้องกับความต้องการทางการศึกษาและพัฒนาการของเด็ก ห้องเรียนต้องเหมาะสมในการจัดกิจกรรมที่หลากหลาย เน้นพื้นที่ว่างเพื่อรองรับกับกิจกรรมที่ใช้ร่วมกัน ห้องเรียนที่สามารถปรับเปลี่ยนแผนผังสอดคล้องกับรูปแบบกิจกรรมได้อย่างเหมาะสม จะช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ พื้นที่ที่ยืดหยุ่นได้ช่วยกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ การมีพื้นที่เพียงพอ และมีพื้นที่โล่งกลางห้อง เพื่อให้เด็กสามารถเคลื่อนไหวและเล่นได้อย่างอิสระ การออกแบบทางเดินในห้องเรียนแบบเปิดโล่งเพื่อนำไปสู่กิจกรรมหนึ่งไปยังอีกกิจกรรมหนึ่ง เป็นการส่งเสริมให้เด็กสามารถเลือกทำกิจกรรมได้ด้วยตนเอง ไม่ต้องให้ครูชี้นำหรือออกคำสั่ง การแบ่งพื้นที่อย่างมีความหมายด้วยสัญลักษณ์ เช่น การเติมสีสันให้กับทางเดิน ผนัง และพื้น การกั้นห้องไม่เน้นปิดกั้นเสียงแต่เป็นการปิดมุมมองในบางกิจกรรม เลือกใช้ผนังกั้นห้องเรียนแบบเบาที่สามารถเลื่อนได้ เพื่อให้ครูสะดวกในการสังเกตเด็กได้อย่างทั่วถึงและทันท่วงที

สำหรับห้องเล่นควรมีการแบ่งพื้นที่บางส่วนให้เด็กมีพื้นที่ส่วนตัว ควรแยกพื้นที่ส่วนใช้เสียงและส่วนที่สงบเงียบออกจากกัน การออกแบบพื้นที่โดยคำนึงถึงเสียงที่สมดุล ไม่เสียงดังเกินไป และสามารถลดเสียงสะท้อนได้ จะช่วยสร้างสภาพแวดล้อมที่น่าอยู่ ลดความเครียด และช่วยให้เด็กเรียนรู้การฟัง และการมีปฏิสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ

สำหรับการจัดสภาพแวดล้อมนอกห้องเรียน ควรมีพื้นที่ว่างรองรับกิจกรรมการเคลื่อนไหว มีพื้นที่ส่วนกลาง เช่น สนามเด็กเล่น ห้องรับประทานอาหาร หรือมุมเล่นและเรียนรู้ร่วมกัน เพื่อส่งเสริมให้เด็กมีทักษะทางสังคม การจัดภูมิทัศน์ของสภาพแวดล้อมกลางแจ้งที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ และมีความหลากหลายของลักษณะหรือรูปแบบ เช่น เนินดิน หลุม เส้นทางสัญจร สี ลวดลาย การเลือกต้นไม้ การวางผังทิศทางอาคาร ทำให้พื้นที่โล่งเกิดร่มเงา เป็นต้น เพื่อประโยชน์ของการใช้งาน เด็กมีกิจกรรมที่หลากหลาย และกระตุ้นประสาทสัมผัส

2) ด้านการตกแต่ง

แนวทางการตกแต่งสภาพแวดล้อมทางกายภาพของห้องเรียน โดยจัดห้องเรียนให้มีแสงสว่างเพียงพอ อากาศถ่ายเทสะดวก ใช้พื้นที่ธรรมชาติและแสงจากธรรมชาติด้วยการเชื่อมโยงพื้นที่ภายในและภายนอกอาคาร ด้วยสวน สนามเด็กเล่น หรือพื้นที่เปิดโล่ง ให้ความสำคัญกับแสงสว่างจากธรรมชาติผ่านช่องระบายอากาศ และการเปิดหน้าต่างเพื่อให้เด็กได้ดูบรรยากาศภายนอกห้องเรียน จะช่วยให้เด็กรู้สึกใกล้ชิดกับธรรมชาติ สงบ และลดความเครียดได้

สำหรับวัสดุตกแต่งควรเน้นวัสดุจากธรรมชาติที่ปลอดภัย และมีในท้องถิ่น การใช้วัสดุจากธรรมชาติ ปลอดภัย และปลอดสารพิษ เพื่อสร้างพื้นที่การเรียนรู้ที่เป็นมิตรและความรู้สึกใกล้ชิดกับธรรมชาติ

ผนังห้องเรียนใช้ลวดลายเส้นกราฟิกของภาพที่เด็กคุ้นเคย เช่น ภาพต้นไม้ ภาพเครื่องเรือนของใช้ในบ้าน การใช้ลวดลายเส้นกราฟิกที่สอดคล้องกับธรรมชาติ สามารถกระตุ้นความสนใจ ส่งเสริมบรรยากาศการเรียนรู้ และเพิ่มการจดจำได้ดีขึ้น ผนังบางจุดอาจออกแบบให้เด็กได้สามารถขีดเขียนภาพตามจินตนาการได้ การตกแต่งที่ออกแบบให้วัสดุพื้นผิวแตกต่างกัน เช่น พื้นผิวเรียบ หยาบ นุ่ม หรือแข็ง จะช่วยกระตุ้นประสาทสัมผัส สำหรับการใช้สีของห้องเรียนควรเป็นโทนสีอ่อน การใช้สีภาพรวมเป็นโทนสีธรรมชาติ เช่น สีเขียวให้ความรู้สึกผ่อนคลายและปลอดภัย สีฟ้าให้ความรู้สึกสบายใจเชื่อมโยงกับความสนุกและความอ่อนโยน ส่งผลให้เด็กเกิดอารมณ์เชิงบวก

3) การเลือกเครื่องเรือน

แนวทางการเลือกใช้เครื่องเรือนสำหรับเด็กปฐมวัย ควรคำนึงถึงขนาดที่เหมาะสมกับลักษณะทางกายภาพของเด็ก การเลือกใช้เครื่องเรือนที่เหมาะสม เช่น ลักษณะของโต๊ะ อ่างล้างมืออยู่ในระดับความสูงที่เหมาะสม ลักษณะของชั้นวางอุปกรณ์ที่มีลักษณะเปิดเป็นช่องโล่งไม่มีบานปิดทึบ สามารถมองเห็นของใช้และหยิบเก็บได้เอง ช่วยให้เด็กเรียนรู้การจัดการตนเอง และมีความเป็นอิสระมากขึ้น เก้าอี้ที่มีน้ำหนักเบา เด็กสามารถเคลื่อนย้ายได้ หรือฉากกั้น สามารถปรับเปลี่ยนได้เหมาะสมกับลักษณะกิจกรรมต่าง ๆ เช่น กิจกรรมกลุ่มเล็ก กลุ่มใหญ่ เด็กจะรู้สึกถึงความสบายใจในพื้นที่ที่พวกเขาสามารถควบคุมได้ สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่ง คือ การเลือกใช้วัสดุ สี และเครื่องเรือนที่มิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีความแข็งแรง ทนทานต่อการใช้งาน และมีความปลอดภัยต่อเด็ก

ตารางที่ 1 การสังเคราะห์ลักษณะขององค์ประกอบในการออกแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพสำหรับเด็กปฐมวัย

ที่มา	การจัดพื้นที่					การตกแต่ง			การเลือกเครื่องเรือน		
	สอดคล้องกับวัตถุประสงค์	ยืดหยุ่น รองรับกิจกรรมที่หลากหลาย	ปลอดภัย ครูดูแลได้อย่างทั่วถึง	เชื่อมโยงกับธรรมชาติ	ให้ความรู้สึกอบอุ่น คุ้นเคย	โทนสีอ่อน	เชื่อมโยงกับธรรมชาติ	แสงสว่างเพียงพอ	ขนาดเหมาะสมกับเด็ก	แข็งแรง ปลอดภัย ทำความสะอาดง่าย	เด็กสามารถใช้ได้ด้วยตนเอง และเคลื่อนย้ายได้
วิศณี ไชยรักษ์ และคณะ (2564)		✓		✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓
ภูรี สาโคตร์ และคณะ (2565)							✓				
วิศณี ไชยรักษ์ และวิไลวรรณ พานทอง (2564)	✓	✓				✓	✓		✓	✓	✓
นิฤมล วงค์อินพ่อ และสถิรพร เชาวน์ชัย (2565)		✓	✓					✓		✓	
อัณศยา พรภัทรนันท์ และคณะ (2566)		✓									
Hussein et al. (2022)					✓					✓	
Iliev et al. (2021)	✓		✓								✓
Fardlillah et al. (2019)		✓	✓	✓					✓	✓	
Le et al. (2024)		✓	✓			✓			✓	✓	✓
รวม	2	6	4	2	2	3	3	1	4	6	4

ที่มา: สังเคราะห์โดยผู้วิจัย

จากการสังเคราะห์ลักษณะขององค์ประกอบในการออกแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพสำหรับเด็กปฐมวัยในตารางที่ 1 พบว่า การสังเคราะห์องค์ประกอบสำคัญของการออกแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพสำหรับเด็กปฐมวัย ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการจัดพื้นที่ โดยพบว่า ลักษณะของการออกแบบที่คำนึงถึงส่วนใหญ่คือ พื้นที่มีความยืดหยุ่นต่อการจัดกิจกรรมที่หลากหลาย 2) ด้านการตกแต่ง โดยพบว่า ลักษณะของการออกแบบที่คำนึงถึงส่วนใหญ่คือ ใช้สีโทนอ่อนและพื้นที่ตกแต่งเชื่อมโยงกับธรรมชาติ และ 3) ด้านการเลือกเครื่องเรือน โดยพบว่า ลักษณะของการเลือกเครื่องเรือนที่คำนึงถึงส่วนใหญ่คือ เครื่องเรือนมีความแข็งแรง ปลอดภัย ทำความสะอาดง่าย

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบของการออกแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพสำหรับเด็กปฐมวัย ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการจัดพื้นที่ 2) ด้านการตกแต่ง และ 3) ด้านการเลือกเครื่องเรือน โดยพบว่าด้านการจัดพื้นที่ ลักษณะของการออกแบบที่คำนึงถึงส่วนใหญ่คือ พื้นที่มีความยืดหยุ่นต่อการจัดกิจกรรมที่หลากหลาย สอดคล้องกับตฤณ หงษ์ใส และอัจฉรีย์ ไกรกิจราษฎร์ (2563) ระบุถึง การจัดห้องเรียนให้มีความเหมาะสมและมีความยืดหยุ่นกับเนื้อที่ที่มีอยู่ และใช้เนื้อที่ทุกตารางนิ้วที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด ทั้งยังสอดคล้องกับ วีนัส ภักดิ์นรา (2564) ระบุถึงการจัดห้องเรียนให้มีความยืดหยุ่นสูงสามารถปรับเปลี่ยนได้อย่างหลากหลาย ไม่จำกัดรูปแบบ เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะการจัดกิจกรรมและวัตถุประสงค์ของการเรียนการสอน จะสามารถส่งเสริมการเรียนรู้ของเด็กและเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ซึ่งเด็กจะรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่ กระตุ้นความคิดและจินตนาการ และการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น สอดคล้องกับ นัฏฐิกา นวพันธุ์ (2560) ระบุถึงการวางแผนผังของห้องเรียนควรจัดสรรแบ่งพื้นที่ภายในห้องแต่ละพื้นที่เชื่อมต่อกัน เพื่อรองรับการทำกิจกรรมที่หลากหลาย ทั้งงานเดี่ยว และงานกลุ่มได้ในเวลาเดียวกัน การวางแผนผังเช่นนี้จะทำให้เด็กได้มีโอกาสสังเกตและเรียนรู้จากเพื่อน ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ สร้างปฏิสัมพันธ์กัน และครูสามารถดูแลเด็กได้ทั่วถึง สำหรับด้านการตกแต่ง พบว่า ลักษณะของการออกแบบที่คำนึงถึงส่วนใหญ่คือ ใช้สีโทนอ่อนและพื้นที่ตกแต่งเชื่อมโยงกับธรรมชาติ สอดคล้องกับ นัฏฐิกา นวพันธุ์ (2560) กล่าวถึง การใช้สีเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่มักคำนึงถึงในการออกแบบสภาพแวดล้อมสำหรับเด็กปฐมวัย เพราะสีมีอิทธิพลต่อความรู้สึกของเด็ก สำหรับการใช้สีในห้องเรียนมักจะใช้สีอ่อน ทั้งยังสอดคล้องกับ วีชานา อับดุลเลาะ และวุฒิชัย เนียมเทศ (2563) กล่าวถึง ผนังของห้องเรียนควรทาด้วยสีอ่อน โดยสีอ่อนจะให้ความรู้สึกว่ามีขนาดใหญ่ กว้างขวาง สีวรรณะเย็นจะให้ความรู้สึก สบาย เรียบ สงบ และสอดคล้องกับ Siegel (n.d.) ระบุถึงสีพื้นทางเดิน และเฟอร์นิเจอร์ใช้สีใกล้เคียงกับธรรมชาติเพื่อให้เด็กมีสมาธิ รู้สึกอบอุ่น สำหรับด้านการเลือกเครื่องเรือน พบว่า ลักษณะของการเลือกเครื่องเรือนที่คำนึงถึงส่วนใหญ่คือ เครื่องเรือนมีความแข็งแรง ปลอดภัย ทำความสะอาดง่าย

สอดคล้องกับ กรมอนามัย (2564) ระบุถึงเครื่องเรือนต้องเป็นวัสดุที่แข็งแรง ทนทาน มีคุณภาพดี ไม่ชำรุด แตกหัก ซึ่งความปลอดภัยของเครื่องเรือนและสภาพแวดล้อมในห้องเรียนมีส่วนสำคัญต่อพัฒนาการทางอารมณ์ของเด็ก เมื่อเด็กอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัย เด็กจะรู้สึกมั่นคงทางจิตใจ กล้าแสดงออก และกล้าลองสิ่งใหม่ๆ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีพัฒนาการทางจิตสังคมของ Erik Erikson โดยเฉพาะในระยะของความไว้วางใจ กับไม่ไว้วางใจ และความเป็นอิสระ กับความสงสัยในตนเอง ที่เน้นว่าเด็กจะพัฒนาอารมณ์และบุคลิกภาพที่มั่นคงได้ หากเติบโตในสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยและได้รับการสนับสนุนอย่างเหมาะสม (ตฤณ หงษ์ใส และคณะ, 2563; McLeod, 2025)

นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่า วรรณกรรมทั้งในประเทศและต่างประเทศในช่วง 6 ปีที่ผ่าน (พ.ศ. 2562-2567) มีข้อเสนอแนะแนวทางการออกแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพสำหรับเด็กปฐมวัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบพื้นที่ให้เชื่อมโยงกับธรรมชาติ ทั้งการใช้พื้นที่ธรรมชาติเชื่อมโยงพื้นที่ภายในและภายนอกอาคาร ด้วยสวน สนามเด็กเล่น หรือพื้นที่เปิดโล่ง ให้ความสำคัญกับแสงสว่างจากธรรมชาติผ่านช่องระบายอากาศและหน้าต่าง ช่วยให้เด็ก ๆ รู้สึกใกล้กับธรรมชาติ สงบ และลดความเครียด เน้นการใช้วัสดุตกแต่งจากธรรมชาติที่ปลอดภัย ปลอดสารพิษ และมีในท้องถิ่น แสดงให้เห็นว่า สถานศึกษาให้ความสำคัญกับการสร้างสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ส่งเสริมพัฒนาการของเด็กปฐมวัย โดยเน้นความเชื่อมโยงกับธรรมชาติ สอดคล้องกับ Mehrabansehgonbad et al. (2019) ที่ระบุว่า พื้นที่ธรรมชาติยังเป็นสื่อการเรียนรู้ปลายเปิดที่เด็กจะได้ใช้ประสาทสัมผัสทั้งห้า การที่เด็กได้อยู่ใกล้ชิดธรรมชาติจะสามารถช่วยกล่อมเกลาจิตใจให้อ่อนโยน ละเอียดอ่อน ผ่อนคลาย และส่งเสริมจินตนาการ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. กระทรวงศึกษาธิการ ร่วมกับกรมอนามัยในการสร้างกลไกติดตาม ตรวจประเมิน และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยการจัดตั้งคณะกรรมการหรือหน่วยงานที่มีภารกิจในการตรวจประเมินสภาพแวดล้อมในสถานศึกษาปฐมวัยทั่วประเทศ รวมถึงส่งเสริมการแลกเปลี่ยนแนวปฏิบัติที่ดีระหว่างสถานศึกษา

2. สนับสนุนงบประมาณและทรัพยากร เพื่อจัดสรรงบประมาณเฉพาะด้านการพัฒนาสภาพแวดล้อมทางกายภาพในสถานศึกษาปฐมวัย รวมถึงส่งเสริมการใช้วัสดุในท้องถิ่นที่ปลอดภัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

3. ขับเคลื่อนนโยบายด้านธรรมชาติกับการเรียนรู้ของเด็กปฐมวัย โดยสนับสนุนให้สถานศึกษาเชื่อมโยงสภาพแวดล้อมทางกายภาพกับธรรมชาติ เช่น ห้องเรียนเปิดโล่งให้สามารถมองเห็นทัศนียภาพของสวนดอกไม้ ต้นไม้ มีทางสัญจรเป็นสวนผักที่เด็กมีส่วนร่วมในการดูแล เป็นต้น

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

- สถานศึกษาปฐมวัยนำผลการวิจัยไปพัฒนาปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางกายภาพด้วยการให้ความสำคัญกับเด็กเป็นศูนย์กลาง โดยการคำนึงถึงพื้นที่ที่มีความยืดหยุ่นต่อการจัดกิจกรรมที่หลากหลาย เพื่อให้พื้นที่เกิดประโยชน์สูงสุดในการใช้งาน เด็กรู้สึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่ การตกแต่งเน้นสีโทนอ่อน ให้ความรู้สึกถึงความสงบ ผ่อนคลาย จัดหาวัสดุเครื่องเรือนที่มีความแข็งแรง ปลอดภัย ทำความสะอาดง่าย รวมถึงการตกแต่งพื้นที่ การเลือกใช้เครื่องเรือน และวัสดุต่างๆจากธรรมชาติ เพื่อให้เด็กใกล้ชิดและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้มีขอบเขตมุ่งศึกษาเฉพาะสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมทางจิตวิทยาเพื่อส่งเสริมพัฒนาการของเด็กปฐมวัย

2. ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับบุคคลที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้ปกครอง ผู้อำนวยการโรงเรียน ครู นักพัฒนาการเด็ก สถาปนิก หรือผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพเพื่อส่งเสริมพัฒนาการของเด็กปฐมวัย

บรรณานุกรม

กรมอนามัย. (2564). *คู่มือการจัดการอนามัยสิ่งแวดล้อมในสถานพัฒนาเด็กปฐมวัยเพื่อเด็กไทยสุขภาพดี.* https://apps.hpc.go.th/dl/web/upFile/2021/12-4052-20211206130901/ddd93393299b182eca644ed37997295f.pdf

คณะกรรมการส่งเสริมการพัฒนาเด็กและเยาวชนแห่งชาติ. (2561). *แผนพัฒนาเด็กและเยาวชนแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560 – 2564 (*พิมพ์ครั้งที่ 2). โรงพิมพ์ เจ.เอส.การพิมพ์.

จีระพันธุ์ พูลพัฒน์. (2561, 15 มกราคม). *ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กต้นแบบ.* Pecera Thailand. http://www.pecerathailand.org/2018/01/382.html

ตฤณ หงษ์ใส, อัจฉรีย์ ไกรกิจราษฎร์, และณัฏฐพร จักรวิเชียร. (2563). การจัดสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมต่อการเรียนรู้สำหรับเด็กปฐมวัย. *วารสารปัญญา*, *27*(1), 102-111.

ตฤณ หงษ์ใส และอัจฉรีย์ ไกรกิจราษฎร์. (2563). สภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาทักษะสมอง EF สำหรับเด็กปฐมวัย. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร*, *18*(1), 31-49.

นิฤมล วงค์อินพ่อ และสถิรพร เชาวน์ชัย. (2565). การศึกษาสภาพและแนวทางการจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ ของเด็กปฐมวัย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 2. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, *7*(8), 306-321.

นัฏฐิกา นวพันธุ์. (2560). การออกแบบสถาปัตยกรรมและพื้นที่สำหรับเด็กปฐมวัยตามแนวการสอนแบบมอนเตสซอรี. *วารสารวิชาการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สจล*, *25*(2), 11-23.

ภูรี สาโคตร์, อริสลา บุญโพธิ์เตี้ย, และมารดารัตน์ สุขสง่า. (2565). รูปแบบสถาปัตยกรรมภายในของศูนย์พัฒนาเด็กก่อนวัยเรียนกรุงเทพมหานครที่เสริมสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ของเด็กปฐมวัยตามการจัดการเรียนรู้แบบสมองเป็นฐาน. *วารสารจันทรเกษมสาร*, *28*(2), 221-236.

วิศณี ไชยรักษ์ และวิไลวรรณ พานทอง. (2564). แนวทางการจัดพื้นที่ภายในห้องเรียนเด็กปฐมวัยที่ส่งเสริมกิจกรรมการเรียนรูปที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ. *RMUTI Journal*, *14*(1), 83-102.

วิศณี ไชยรักษ์, ขวัญจิต รัตนวรรณนุกูล, และพงษ์ศักดิ์ ลอยฟ้า (2564). การเสนอแนะแนวทางการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในพื้นที่การเรียนการสอน ในศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษาจังหวัดนครราชสีมา. *วารสารวิชาการ คณะสภาปัตยกรรม สจล*, *33*(2), 86-99.

วีซานา อับดุลเลาะ และ วุฒิชัย เนียมเทศ. (2563). การจัดสภาพแวดล้อมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 แนวคิด ทฤษฎี และแนวทางปฏิบัติ. *วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, *7*(2), 227-246.

วีนัส ภักดิ์นรา. (2564). การจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้. *วารสารครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย*, *15*(1), 8-19.

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2560). *แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579* (พิมพ์ครั้งที่ 1). พริกหวานกราฟฟิค.

อัณศยา พรภัทรนันท์, ฉมาวงศ์ สุริยจันทร์, และศศิลักษณ์ ขยันกิจ. (2566). ข้อพิจารณาการออกแบบสภาพแวดล้อมกลางแจ้งโรงเรียนอนุบาลเพื่อส่งเสริมพัฒนาการของเด็กปฐมวัย. *Chulalongkorn University Theses and Dissertations (Chula ETD)*, *4*, 892-904. https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/12605/

Fardlillah, Q., & Suryono, Y. (2019). Physical environment classroom: Principles and design elements of classroom in early childhood education. In *Advances in Social Science, Education and Humanities Research* (Vol. 296, pp. 120-127). Atlantis Press. https://www.atlantis-press.com/proceedings/icsie-18/55917541

Hussein, M. F., Al-Ayash, A. A., & Hussein, H. F. (2022). The influence of interior design elements on children's learning happiness comfort and growth (Petra Nursery as a case study). *International Journal of Mechanical Engineering*, *7*(1), 68-75.

Iliev, B., & Domljan, D. (2021). The kindergarten interior as an important factor for the healthy development of preschool children. *European International Journal of Pedagogics*, *3*(1), 1-9.

Le, T.-H., & Vu, H. T. H. (2024). Public preschool architecture in Ho Chi Minh City: Assessing the current situation towards the development of children's emotional intelligence. *Journal of Science and Technology*, *22*(11), 83-88

McLeod, S. (2018). Erik Erikson's stages of psychosocial development. *Simply psychology*, *3*(2), 1-3.

Mehrabansehgonbad, Z., Falahatdoost, S., & Mohammadkhani, A. (2019). *Requirements of designing a kindergarten based on green architecture* [Master's thesis, Islamic Azad University]. https://sciarena.com/storage/models/article/1GMu97Q2GlP1KqJTCsjlReOMrLPmMerdXH7QG88ckd0nAWn2y1T5KD3QibWP/requirements-of-designing-a-kindergarten-based-on-green-architecture.pdf

Scott, J. (1990). *A matter of record: Documentary sources in social research*. Polity Press.

Siegel, T. J. (n.d.). *Quality environments for children*. https://www.liifund.org/wp-content/uploads/2011/03/LIIF-Quality_Environments_for_Children-2010.pdf

วารสารวิชาการ วิจัย และนวัตกรรม มสธ. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)
STOU Academic Journal of Research and Innovation (Humanities and Social Science)
ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2568) Vol. 5 No. 2 (July - December 2025)

Received: March 15, 2025
Revised: July 13, 2025
Accepted: September 3, 2025

Oral English Communication Problems and Solutions of Long-Tail Boat Crews in Phang Nga Province

Nadiyah Salae, Nadia Lahtam, Phetphailin Thonganan,
Nur-ainee Sri-amart, Nasrin Wuthisat[1]
Pairote Bennui[2]
E-mail: bpairote@tsu.ac.th

Abstract

Pang Nga province has many famous sea tourist attractions in Southern Thailand, so a lot of foreign tourists visit there. Consequently, longtail-boat crew, namely key local personnels of tourism, need to verbally communicate in English for guiding and facilitating the tourists**.** However, they seem to face certain problems**.** This study aimed to investigate the problems of oral communication in English that long-tail boat crews faced and to identify the strategies used by long-tail boat crews to solve such problems. This qualitative study employed semi-structured interview. The sample consisted of 10 longtail boat serving tourists from the *Koh Klang* and *Khlong Khian* communities, *Takua Thung* district, *Phang Nga* province. The researchers used a content analysis method to analyze the recorded oral interview data. The results showed that the long-tail boat crews faced specific main problems related to oral English communication, including pronunciation, vocabulary, grammar, accents, feelings of difficulty in speaking English, challenges with foreign tourists who speak English as second and native languages, cultural differences, speaking rapidly, long sentences, and slang. Additionally, the crews employed particular strategies to address these problems, which included adjusting their speech, managing misunderstandings caused by misuse of terminology, understanding long and complex sentences, communicating with non-proficient English speakers, learning about cultural differences, using translation applications, employing body language, and developing their English communication skills. This research reflects grassroots-level English communication among local tourism workers in southern Thailand. It also indicates a readiness of English communication of tourism personnels for increasing the income to their communities.

Keywords: Problems and Solutions, Oral English Communication, Long-tail Boat Crew, Foreign Tourists, Phang Nga Province

[1] *Fourth-Year English Majors, Bachelor of Arts (English), Faculty of Humanities and Social Sciences, Thaksin University, Songkhla)*
[2] *Associate Professor, Faculty of Humanities and Social Sciences, Thaksin University, Songkhla*

Introduction

Phang Nga is a province with rich natural tourist places. It earns the nickname "The Land of Forested Islands." The province comprises many famous and scenery tourism sites. The most famous place is *Phang Nga* Bay located in Phang Nga National Park, which attracts domestic and foreign tourists. Moreover, the province is known for its vibrant local lifestyle, with diverse ethnic groups such as Thais, Chinese, and Muslims living in traditional communities like *Koh Panyee, Koh Yao*, and *Moken* villages. Phang Nga is globally recognized for its unique natural resources, making it a top destination for travelers (Kapook, 2024).

Among many islands in Phang Nga, various types of tour boats are used. According to an anonymous informant (a local resident) (July 7, 2024), in communities such as *Koh Klang* and *Khlong Khian*, there have been long-tail boats for tourists due to their affordability and the convenience they offer in docking on different islands. Unlike larger boats, requiring disembarking from the rear, long-tail boats allow passengers to easily board and disembark at various points (JC Tour Phuket, 2024). In relation to the anonymous informant (the local resident (July 7, 2024), most tourists in Phang Nga chose long-tail boat services, as taking the boats provided unobstructed scenic views. Foreign tourists often booked the tours directly via Google Maps. Moreover, the long-tail boat is a distinctive Thai symbol of tourism, as it is rarely used in other countries.

Koh Klang village is located near *Khao Tapu*, Phang Nga's most famous attraction since 1974, after it was featured in the Hollywood film "James Bond: The Man with the Golden Gun", attracting tourists to this island (Department of Mineral Resources, 2024). Thus, it has been called 'James Bond Islands'. Moreover, *Khlong Khian* village is a peaceful natural destination which is ideal for relaxation or immersion in nature (Smt Jmn 'kat, 2021). This area is also close to *Samet Nangshe* Viewpoint, often compared to scenes from "Star Wars", further enticing tourists to book long-tail boat tours online through Google Maps (the anonymous informant (the local resident) (July 7, 2024). As a result, long-tail boat crews must communicate in English with tourists, although they often struggle with language barriers (MGR Online, 2023). According to the anonymous informant (the local resident) (July 7, 2024), language challenges were the main obstacle for these Thai boat crews, who often lacked English proficiency, making communication with foreign tourists difficult. Additionally, they struggled to understand what the tourists were saying, leading to misunderstandings and difficulties in conveying information. Another obstacle was accent and pronunciation. Even when the crews could speak English, the diverse accents of tourists, such as British or American, could be difficult to understand. This resulted in their complication of mutual comprehension.

Tourism in *Phang Nga* Bay is very popular due to its numerous attractions with natural beauty and panoramic scenery. According to Tourism Authority of Thailand (2024), "Phang Nga Bay National Park, situated in the Andaman Sea in Southern Thailand, has long been a popular destination for travelers from around the world." Phang Nga Bay encompasses several districts. After researching various websites, the researchers identified an interesting

community in the Kalai District, known as the *Koh Klang* and *Khlong Khian* community. Both communities host numerous private businesses, including an interesting Private boat tour to visit the islands. The most popular boat is the long-tail boat, in which crews serve tourists. It is possible that the long-tail boat crews have close interactions with tourists and communicates in spoken English more frequently than other personnels of tourism. Nevertheless, they are similar to other Thais in that they use English as a foreign language for work, so they inevitably face some problems in oral communication. Consequently, this study attempts to investigate longtail boat crews' speaking problems and identify the way they solve such problems. This study will thus lead to the creation of concepts or models for English language teaching that help meet the needs and or solve the problems of local tourism workers who have difficulty accessing English language learning.

Objectives of the Study

This study consist of two objectives as follows:

1. To investigate the problems of oral communication in English in the foreign tourists that long-tail boat crews faced.
2. To identify the strategies used by long-tail boat crews to solve problems in oral communication in English with foreign tourists.

Literature Review

Previous studies in problems and solutions of oral English communication of longtail boat crews in Thailand seem to be rare. However, only some studies regarding tourism personnels in Thailand can be found. First of all, Leelaviriyawong (2015, as cited in Hayiwani & Bennui, 2023) investigated the satisfaction of foreign tourists in Bangkok towards English skills of Thai vendors using a questionnaire. The findings revealed that most of them were moderately satisfied with English listening skills of Thai vendors although they were not native English speakers. This study also mentioned the main problems which the tourists faced including pronunciation, confidence, English grammar, and vocabulary. Besides, the speaking speed and the accents of the tourists were problems to the vendors. Moreover, Vansook (2021) studied satisfaction of Thai tour guides who worked with international tourists in central Thailand towards their English abilities through a questionnaire. The respondents had a high perception level of their speaking skills supported by eye contact while grammar was the least supportive aspect. They had a moderate level of perception towards their listening skills. However, they still had problems in using vocabulary, listening to different accents of non-native English speakers, in understanding native English speakers who used slang and dialects. To improve English communication skills, they suggested practicing English listening by engaging with multimedia resources and conversing with foreigners. In addition, Sermsook et al. (2012), examined tourism staff's problems and needs for using English at work and to explore their needs for improving English for their work. In light of listening problems, the hotel staff was not able to understand different accents of foreign customers, especially those

with a British accent. Pertaining to speaking skills, the hotel staff could not speak English correctly as their sentences were ungrammatical and sometimes resulted in foreign customers' misunderstandings. Overall, these studies reflect different dimensions of English communication problems by Thai staff of tourism industry.

To implement the present study, theories are also needed. This study considers theory of oral English communication for non-native English users by some scholars. According to Okoro, 2007, as cited in Ibna Seraj & Habil, 2021, p. 229), EFL (English as a foreign language) learners may face more challenging in mastering oral English communication than other skills – listening, speaking, and reading. In the Fourth Industrial Revolution era, oral communication is increasingly needed in the fourth Industrial Revolution Era. Further, Ellis (2003, as cited in Ibna Seraj & Habil, 2021, p.229) states that oral communication skills is significant for one's mastering a second language. Acquiring second and foreign language requires abilities in applying the phonological and grammatical systems of the language to convey meanings. Such skills can involve face-to-face and long-distance interactions, especially online conversations. Further, theory of oral English communication strategies is also observed. Umrah et.al. (2018) stated that difficulties and strategies of communication seem to be common issues in EFL teaching and learning. Meanwhile, the studies about communication strategies in non-school-based activities are rare. Moreover, Tarone et al. (1976, as cited in Doqaruni, 2013, p. 180) provide some communication strategies, namely transfer from the native language, overgeneralization, prefabricated pattern, over- elaboration, epenthesis, and avoidance. Additionally, Tarone (1977) provides five conscious communication strategies which are avoidance, paraphrase, conscious transfer, appeal for assistance, and mime. These are summarized as follows:

(i) Avoidance consists of topic avoidance and message abandonment. *Topic avoidance* takes place when the learners are not aware of the vocabulary, leading to avoiding to talk about the concept. *Message abandonment* is that the learner starts to talk about the concept but are unable to proceed and start a new sentence;

(ii) Paraphrase comprises approximation, word coinage, and circumlocution. Approximation can be overgeneralization in communication. Word coinage can be the use of innovative words for communicating. Circumlocution is about the use of extended language forms to describe an object;

(iii) Conscious transfer contains literal translation from L1 to L2 and language switching;

(iv) Appeal for assistance can be the use of dictionary and native speaker for correct terms; and

(v) Mime can be the use of non-verbal strategies in communication.

According to Dŏrnyei (1995, as cited in Umrah, 2018, pp. 118-119), communication strategies comprise of two main ones – "avoidance and compensatory strategies" and an additional one – "stalling or time-gaining strategies". These include 12 communication strategies of traditional conceptualizations which are (i) message abandonment; (ii) topic

avoidance; (iii) circumlocution; (iv) approximation; (v) use of all-purpose words; (v) word-coinage, (vi) use of non-linguistic means; (vii) literal translation; (ix) foreignizing, (x) code-switching; (xi) appeal for help, and (xii) use of fillers/hesitation devices. They also covered two more communication strategies as conceptualized by the Nijmegen University Group which are (i) conceptual strategies (analytic and holistic strategies) and linguistic/code strategies (morphological creativity and transfer).

As a whole, these theoretical foundations provide valuable guidelines for the researchers in conducting their study.

From the aforementioned background and rationale as well as previous studies and theories, there is a need to study the problems and solutions of English communication of longtail boat crews in Pang Nga Province as there has never been a direct study on this career.

Scope of the Study

The study focuses on only the problems and solution strategies related to oral English communication among long-tail boat crews in Phang Nga Province, specifically *in Koh Klang* Village, *Kalai* Subdistrict, *Takua Thung* District and *Khlong Khian* Village, *Khlong Khian* Subdistrict, *Takua Thung* District. The participants included only 10 long-tail boat crews from 10 different boat tours that served foreign tourists during the data collection period, with 5 boat tours located at *Khlong Khian* Village and the other 5 boat tours located at Koh Klang Village. The research subjects were purposely selected according to the snowball sampling. Further, online interviews serve as the primary method of data collection. This is the inability of the researchers to visit the area due to budget constraints, timing issues, and long distances. This is considered a limitation of the study.

Definition of Terms

Two important terms need to be defined. For the first, 'oral English communication' refers to the process of using English to convey information, thoughts, or feelings from one person to another through speaking, particularly in face-to-face communication or situations requiring immediate interaction. In the context of this research, the focus is on oral English communication between long-tail boat crews and foreign tourists, which may face obstacles such as unclear pronunciation, lack of appropriate vocabulary, or difficulty understanding the accents of the interlocutors. Another is 'long-tail boat crew'. It involves individuals who work as operators or crews of long-tail boats, responsible for ensuring the safety of tourists during sea or river journeys, particularly in the tourist areas of Phang Nga province. This research focuses on the crews who play a key role in providing services to foreign tourists and face difficulties in communicating in English.

Significance of the Study

1. This study is significant in that it realizes the importance of longtail boat crews as the career who bring the national income. Their oral English communication is the key

component that leads to the success. Their problems and solutions of English uses can be revealed for a further understanding of the potential of Thais' English proficiency.

2. This study will greatly benefit those interested in pursuing this type of business or career. Whether they are in *Koh Klang* and *Khlong Khian* Village or elsewhere, individuals in similar occupations can use this study to gain insights. They can do a further study to provide the greatest benefit to their work.

3. This study will benefit various organizations, including community enterprises and government agencies, by helping to promote further development within local communities. The further solutions can be done by the relevant organizations' provision of intensive courses of English oral communication training and creating manuals or toolkits to assist them.

Research Methodology

1. Research design: This research is designed as a qualitative study because the researchers studied a small number of long-tail boat crews. This mode of study will delve into a clear answer to particular problems and solutions in oral English communication through the crews' perspectives using in-depth online interviews.

2. Data source. The major primary data source was the interview data taken from the crews' perspectives. Moreover, the secondary data source was from various reputable websites, with regard to a broad overview of the tourism communities in Pang Nga.

3. Population and sampling: The researchers used a snowball sampling as the method of selecting the population or the so-called longtail boat crews. This method is convenient, and one of the researcher teams has a friend living in the selected tourism community in the province. This friend of the researcher teams could be the key person that led to seeking the research participants. The researchers contacted the long-tail boat crews who were familiar with them through a network of acquaintances. These long-tail boat crews were purposely chosen as the sample group due to their willingness, expertise and direct experience in communicating in English with foreign tourists. From the preliminary survey, *Koh Klang* village consisted of 19 entrepreneurs which ran the longtail boat trip business along Pang-nga Bay; however, only 5 entrepreneurs had full-time crews. The rest of them had no crews. *Khlong Khian* village comprised 9 entrepreneurs of this business with 15 crews in a total number. Thus, the researchers selected 5 crews from each village. They could represent the long-tail boat crews in the communities, and they did not convey the researchers' bias. The researchers needed to employ the snowball sampling because it was difficult to access those who work in this tourism industry.

4. Research instruments: There were three instruments used in this study.

(1) Online semi-structured interview: It was used due to the geographical distance between the researchers and participants, and budgetary constraints. This could be acknowledged as a limitation of this study. It consisted of three sections. Section 1, personal information, focused on general background information about the participants, such as age, education, work experience, and English proficiency. This helped the researchers understand

the crews' background information. Section 2, about problems of oral English communication, highlighted the first aim of this study. It emphasized the problems the crews faced with oral English communication while serving foreign tourists. This part also covered 10 questions on their personal insights and opinions on the communication difficulties they faced. This provided additional information on areas that require improvement. Section 3, about strategies or techniques the crews used for solving problems in oral English communication in 10 questions, represented the second aim of the study.

(2) Voice recorder: The researchers used a mobile phone recorder to record the oral interviews. Recording the interviews could assure accuracy and clarity, preventing the loss of important details and minimizing the risk of misinterpretation.

(3) Transcription of the oral interview data: This study used transcription as a crucial instrument in the qualitative research process. The researchers transcribed the recorded audio data from the interviews in Thai, and then translated them into English. This process facilitated the researchers' easier analysis and interpretation of the findings.

5. Pilot study: This preliminary study aimed to understand the spatial context and address the research objectives. The pilot study proceeded in three processes.

(1) A review of sample questions by the advisor: After the interview questions had been designed, they were reviewed by the advisor. In this regard, the advisor raised a question "Do you think cultural differences between long-tail boat crews and foreign tourists affect oral English communication? If so, what are some examples?" In response, the researchers provided further clarification on this question to ensure that the long-tail boat crews could understand it effectively.

(2) Refinement of questions: The researchers utilized feedback and suggestions from the advisor to refine and finalize the questions, ensuring that they were comprehensive and appropriate for the interviewees in the context of the study.

(3) Trial out of questions: The piloting procedure was conducted on August 22, 2024 through online interview. The interviewers (the researchers) had trialed out the designed questions to interview one of the selected participants through the recorded mobile phone. Only one question which was not understandable to the participant was about 'culture and slang'. Given that 'culture' is a broad topic, it necessitates a more focused explanation. Additionally, the meaning of 'slang' was clarified, as the long-tail boat crews perceived slang to refer to vulgar language.

After this, the interview questions were refined by the researchers and approved by the advisor for the actual data collection.

6. Data collection

Prior to the actual data collection, the selected participants were asked to fill in the consent form for their willingness in participating in this study. To support ethical considerations, the participant's data protection and confidentiality procedures necessary for research integrity were pointed out. That is, the chosen participants were informed these considerations before their signing of the consent form. The actual data gathering process was

conducted in September 2024, on the following dates and times: September 6 at 1:00 p.m., 2:14 p.m., and 7:00 p.m.; September 9 at 7:00 p.m.; September 13 at 2:00 p.m., 3:05 p.m., and 4:30 p.m.; September 14 at 9:30 a.m.; September 15 at 10:30 a.m.; and September 18 at 11:00 a.m. In this regard, two interview modes were utilized: one-on-one interviews and group interviews. Each interview lasted between 20 and 30 minutes per participant. All interview sessions were recorded and subsequently transcribed in Thai. The transcriptions were then translated into English to ensure the accuracy and comprehension for data analysis. The study involved interviews with 10 long-tail boat crews, and the same set of questions was posed to each participant. Because of the use of online interviews, some limitations might arise such as unobservable non-verbal cues such as posture or facial expressions.

7. Data Analysis: Upon completion of the transcription, the researchers conducted a content analysis of the interview file to explore the similarities and differences based on the set questions. The analysis commenced with an overview of the background information concerning the crews, utilizing comparison tables. Subsequently, the researchers examined the 10 problems identified during interviews with the 10 participants. Following this, the strategies employed by the crews to address these problems were analyzed, with distinct paragraphs created for each participant. Indeed, these problems and solution strategies were studied with the use of the theoretical foundations as mentioned. Each thematic aspect of the problems and strategies was synthesized by the researchers considering each participant's recorded answers. The overall findings of the 10 participants were thematically summarized. This data analysis process was approved by the advisor before the findings were to be presented. After this, the researchers presented the findings in the paragraph form to further illustrate their similarities and differences. They then summarized all findings and engaged in a discussion, comparing the results with the existing theories and previous studies to provide a comprehensive understanding of the context and significance of the data.

Results

The findings consist of four parts: background information of the participants, problems of English oral communication, strategies for solving problems in oral English communication; and additional information.

1. Background Information of Participants: It is revealed in the following tables.

Table 1: The participants' general background information

Participant	Gender	Age (years old)	Level of education	Work experience (year/s)
Crew A	F	27	High School (M.6)	7
Crew B	F	20	High School (M.6)	3
Crew C	M	33	Bachelor's Degree	2
Crew D	F	32	Associate's Degree	2

Participant	Gender	Age (years old)	Level of education	Work experience (year/s)
Crew E	F	21	High School	1 year 6 months
Crew F	F	47	High School	3
Crew G	M	47	Junior High School	3
Crew H	F	37	Associate's Degree	4
Crew I	F	31	High School	3
Crew J	F	50	High School	20

Table 1 shows the participants' gender, age, education levels, and work experience. They were 8 females and 2 males, and aged between 20 to 50 years. Their education levels ranged from junior high school to bachelor's degrees. Moreover, their work experience varied from 1.6 to 20 years.

Table 2: The participants' background information on English abilities

Participant	English knowledge	Practice English Speaking	Training Course
Crew A	Intermediate	Practice English while providing service to foreign tourists	Never
Crew B	Intermediate	Basic knowledge from high school and self- taught through social media practiced independently	Never
Crew C	Intermediate	Practice English while providing service to foreign tourists	Have, participated in extra lessons
Crew D	Intermediate	Through golf course maintenance	Have, but do not remember the course' name
Crew E	Fair	Social media, watching movies, and listening to music, sometimes foreign tourists teach	Never
Crew F	Fair	Using the translation application, the Duo lingo application, memorize the English words	Have, on Kruwhan YouTube channel
Crew G	Fair	Practicing through a phone	Never
Crew H	Intermediate	Practice from experience and conversations foreign tourists.	Never
Crew I	Fair	Practice speaking with foreign tourists and learn new vocabulary in social media	Never

Participant	English knowledge	Practice English Speaking	Training Course
Crew J	Fair	Learn English by myself, practice speaking with foreign tourists.	Have, English for work and English for daily life

Regarding Table 2, the English proficiency of the crews ranged from fair to intermediate, allowing them to communicate while on the job. The crews primarily learned by themselves and used social media to improve their English skills such as vocabulary. Six of the crews received training courses in English while the others did not.

2. Problems of English Oral communication

There appear to be ten problems of oral English communication faced by the crews.

(1) Pronunciation: Crews A, B, D, F, G, H, I, and J encountered pronunciation difficulties. These problems led to misunderstandings when communicating with foreign tourists. Crews A, G, and I also felt insecure, shy, or anxious about their pronunciation, fearing mistakes. Additionally, Crew J faced specific challenges with the retroflex 'I' sound in consonant clusters, and Crew C struggled with British English accents.

(2) Vocabulary: Crews A, D, E, F, G, H, I, and J faced obstacles due to their unfamiliar vocabulary or inability to recall certain words. This hindered smooth communication. Crews B and C reported using incorrect words, which often led to miscommunication. Crews C and E noted that they sometimes forgot the meanings of words, further complicating interactions.

(3) Grammar: Most of the crews (A, B, C, D, F, G, H, I, and J) believed that despite grammatical errors, the tourists could still understand them. Crew D emphasized that the tourists could infer the meaning while Crew I preferred using short sentences. However, Crew E felt that the tourists often struggled to understand him due to grammatical mistakes, and Crews F and G noted that some tourists had difficulty in their speaking with incorrect grammar.

(4) Accents: Crews A, B, C, E, H, I, and J reported that understanding foreign tourists' accents, especially those from England or India, was challenging due to unfamiliar pronunciations. Crew B mentioned that non-native English tourists had more comprehensible accents. However, Crews D and F found accents easier to understand when familiar phrases were used, and Crew G found simple sentences manageable.

(5) Feeling of difficulty in speaking English: While Crews A, B, and C felt excitement and saw communicating with tourists as a challenge, Crews D and E expressed regret over missed communication opportunities. Crews F, G, and H felt confident in handling difficulties through experience while Crews I and J were anxious but determined to overcome their challenges.

(6) Problems with foreign tourists who speak English as a second or a foreign language (ESL/EFL): Crews A, C, D, E, F, G, I, and J experienced difficulties when communicating

with EFL tourists, particularly Russian and Chinese ones. However, Crews B and H did not encounter any significant issues in these situations.

(7) Cultural differences: Crews C, D, and G faced problems related to cultural differences in communication, leading to misunderstandings due to unfamiliar idioms or informal language. Their Southern Thai accents were also challenging. However, other crews (A, B, E, F, H, and J) felt that cultural differences did not affect their communication as they were familiar with the tourists' cultures.

(8) Speaking rapidly: Crews A, B, C, E, F, G, H, I, and J found it difficult to understand foreign tourists who spoke too quickly, particularly when they mixed with unclear pronunciation or unfamiliar vocabulary. Crew D did not have this problem as the tourists she interacted with usually spoke slowly.

(9) Long sentences: This was problematic to most crews. Crews B, C, and H had difficulty identifying key points. Crew J tried to grasp the main points, but Crews G, I, and J struggled to understand them. Crew A and D did not face these problems as they focused on the words they knew or dealt with the tourists using simple sentences.

(10) Slang: Crews A, B, C, F, and G did not understand slang terms, causing their confusion. However, Crew J was familiar with slang, and others (Crews D, E, H, and I) did not encounter this problem.

3. Strategies for solving problems in oral English communication

The crew used ten strategies for solving problems in their oral English communication.

(1) Strategies for adjusting speech in communication: Most crews, such as Crews B, C, D, F, G, H, and J, frequently used translation applications to support their communication, aiding in pronunciation, vocabulary translation, and explanation. Other crews, including A, E, I, and J, adapted their speech by adjusting or repeating their words to enhance tourist comprehension. Additionally, body language was a vital tool used to clarify communication, demonstrating a common goal among all crews to make their messages easily understood.

(2) Strategies for managing misunderstandings caused by misuse of terminology: When facing misunderstandings, Crews A, C, E, F, and G prioritized repeating or elaborating on their explanations to aid the tourists' comprehension. A further strategy observed among Crews A, B, D, E, H, and I was the use of translation apps to clarify meanings or explaining vocabulary. Body language was also utilized by Crews A and J to reinforce their verbal communication.

(3) Strategies for understanding long and complex sentences: When listening to long and complex sentences, Crews A, B, C, F, and H opted to ask the tourists to repeat themselves while Crews B and C requested slower speech. Translation applications were also a commonly used tool for Crews A, E, H, and I to assist their comprehension. Crew J chose to redirect conversations that strayed from tour topics whereas Crew D reported not encountering such difficulties, citing the simplicity of tourist speech.

(4) Strategies for communicating with non-proficient English speakers: Most crews, including A, B, E, F, G, H, and J, used translation applications when communicating with non-proficient English tourists. Crews B and E translated into the tourists' native language while Crews B, D, and J supplemented this with body language. Crew C favored using simpler vocabulary or loanwords, and Crew I found success using visual aids, namely pictures and videos, to facilitate location identification.

(5) Strategies for learning cultural differences: The crews demonstrated different approaches to manage the tourists' cultural differences. Crews B and D emphasized direct communication to bridge cultural gaps while Crews G, H, and J saw cultural interactions as opportunities for learning. In contrast, Crews C, E, and I chose to remain polite and quiet, but Crews A and F reported no issues related to cultural differences.

(6) Strategies for grasping words (key points): All crews recognized the importance of identifying key words in conversation, often utilizing translation applications and body language to enhance communication clarity. This approach was particularly effective in bridging the gap caused by language differences.

(7) Strategies for understanding slang: Confronting the tourists' use of unfamiliar slang, Crews A, B, C, and G asked them to repeat or explain the terms. Crews F, G, and H turned to translation applications while Crew J relied on contextual cues. Crew E ignored slang altogether, and Crew I responded to them with a polite smile, but Crew D reported no experiences with slang usage.

(8) Strategies for communicating through translation application: All crews adopted the use of translation applications as a primary tool for facilitating their communication. Crew D used these apps to understand non-proficient English speakers while Crew E combined this with consulting other websites. Some crews (F and I) recognized the limitations of translation apps, particularly in areas with poor Internet connectivity.

(9) Strategies for using body language to convey meaning: All crews employed body language as a key communicative strategy. This included hand gestures, facial expressions, and acting out examples to help the tourists better understand instructions, directions, and safety warnings.

(10) Strategies for developing English communication skills: Crews A, E, G, H, and J used translation applications, but Crews G, H, and J used body language. Crew A also learned from movies and music whereas Crew E practiced speaking. Crews B and I turned to online platforms, namely YouTube and TikTok. In contrast, Crew C did not employ any strategies, and Crews D and F focused on visual aids such as pointing and photographs.

4. Additional Information: There are three additional information provided by the crews.

(1) Success in English skills: Crews A, B, and J were highly successful in communicating with tourists, receiving positive feedback despite occasional difficulties. Crews C, D, G, and H rated their success as moderate, often relying on translation apps. Meanwhile, Crews E, F, and I felt that their English skills were still insufficient.

(2) Perception of foreign tourists: Tourists generally perceived Crews A, B, C, and G as effective communicators. Crew J particularly noted for preparedness. Crews H and J received the most positive feedback while Crews D, F, and I struggled with this. Crew F managed expectations by informing tourists of their limited English proficiency.

(3) Suggestions: Many crews suggested that additional training in English communication, with a focus on relevant vocabulary and industry-specific phrases, would be beneficial. Crew E highlighted the need for safety-related vocabulary while Crew D emphasized the importance of casual conversations to enhance communication skills.

Discussion

In light of the problem of oral English communication, firstly the long-tail boat crews faced significant challenges when communicating with foreign tourists, with pronunciation being a critical problem. Many crews struggled to pronounce words accurately, leading to misunderstandings that could frustrate both parties. This aligns with Ibna Seraj and Habil's (2021) findings that pronunciation is a major hurdle for EFL learners. Additionally, anxiety plays a significant role, as the crews often lacked confidence in their language skills, fearing judgment or making mistakes, which could exacerbate pronunciation difficulties. The diverse accents of tourists led to difficult communication, making it harder for crews to convey information clearly. To address these problems, provision of training on pronunciation and a supportive practice environment could enhance the crews' confidence and effectiveness, ultimately improving the experience for foreign tourists and fostering more positive interactions. Secondly, the grammar problems faced by the crews are closely connected to Leelaviriyawong's (2015) work, as both discuss communication challenges in English with foreigners. Some crews believed that foreigners could still understand them despite grammatical errors while others found it difficult to communicate effectively without proper grammar. Similarly, Leelaviriyawong's (2015) study found that foreigners experienced difficulties with grammar and pronunciation when interacting with Thai speakers. Additionally, the crews encountered difficulties in understanding various English accents, which parallels the findings of Sermsook et al. (2021) regarding issues faced by hotel employees in the tourism industry. This highlights the need for focused listening practice to enhance comprehension skills. Cultural differences resulted in complicated communication, particularly when foreign tourists used idioms and specialized terminology. The lack of understanding of slang among many crews revealed a vocabulary gap that could hinder effective communication. Vansook (2021) emphasizes the critical role of cultural context and slang usage in facilitating effective interactions. Lastly, the crews struggled with the rapid speech of foreign tourists, reflecting the comprehension challenges identified by Leelaviriyawong (2015) in fast-paced conversations. This underscores the necessity for clear and slow communication. Overall, these problems illustrate the complexities that the crews face when communicating with foreign tourists.

In terms of strategies for oral English communication, the findings revealed that the crews employed various strategies, including topic avoidance or changing the subject of conversation, using body language, and utilizing translation applications to facilitate communication. These approaches align with Tarone's (1977) theory on conscious communication strategies - avoidance, paraphrasing, conscious transfer, appeal for assistance, and mime – which were applied by the crews. Further, the study is consistent with Dörnyei's (1995) framework, which emphasizes the use of non-linguistic signals in communication. Additionally, Tarone et al.'s (1976) strategies such as transfer from the native language and avoidance of certain conversational topics were used by the crews. Overall, these findings highlight the adaptive techniques that long-tail boat crews utilize to enhance their communication effectiveness with international tourists.

The findings seem to reflect a sociolinguistic issue in a Thai tourism setting. Majority of the participants did not understand Chinese and Russian tourists' spoken English. It is normal that Thai speakers seem to be familiar with the accents of native English speakers rather those of than non-native ones. Like other Thai learners of English, these participants were taught English as a foreign language in which native English is the most important model for learning.

This is similar to what Sahrai and Tantiniranat (2024) found that many Thai students in a public school viewed that the American English accent was the model of English pronunciation. When the participants of the present study had to face other non-native English tourists from China and Russia, they did not understand the way these tourists spoke English. This may be because these participants had no linguistic background in Chinese and Russian.

In addition, all the long-tail boat crews revealed that they used body language as a prominent strategy to solve their oral English communication problems. This alights with a study of Siswanto (2016) who found that Indonesian tour guides in Kuta beach of central Lombok regency employed body language to overcome their English communication problems. From this, the Thai crews in the present study and the Indonesian tour guides are similar in that they are English as a foreign language (EFL users). The easiest way of solving their English-speaking problem relies on the use of humans' instinct, especially non-verbal communication. This can indicate their effort to facilitate their communication with foreign tourists.

Conclusion, Implications, and Recommendation

It can be concluded that the 10 longtail boat crews in the two tourist communities in Pang Nga province had linguistic problems when communicating in English with foreign tourists. Those cover phonetic, lexical, grammatical, culturally semantic, and sociolinguistic aspects. They attempted to solve these problems using different strategies with regard to verbal and non-verbal communication, acquisitional factors, and technological devices.

This study provides some practical implications. As this study revealed the problems and solutions of oral English communication of the long-tail boat crews in the famous tourism

community in southern Thailand, they seem to be the crucial database necessary for training programs, language policy, and community-based tourism. The relevant administerial organization in Pang Nga province should take into consideration by launching training programs or intensive course for the long-tail boat crews' English communication skills development. Next, the Thai Ministry of Education should pay special attention to language policy in the tourism area, especially the provinces along the Andaman Sea. That is, the use of English as a second language in schools and colleges in those provinces should be considered as the pilot study. Additionally, community-based tourism in English or English for specific purposes (ESP) for tourism should be incorporated into training courses offered by the community or vocational college or the university or tertiary educational institute in collaboration with the Tourism Authority of Thailand in those provinces so that a number of long-tail boat crews can have more chance to improve their communicative English abilities. These implications can be contributions to grassroots' English language use in tourism.

This study focused on oral English communication, but future research could benefit from exploring participants' listening skills as well. This may yield different results that can effectively be compared with this study. Future research should incorporate a diverse range of participants associated with these crews who utilize English, as this may offer valuable perspectives for comparative analysis. While this study focused solely on interviewing the crews, future research should also consider the perspectives of tourists, as their insights might yield clearer or divergent results. Although this study relied on online interviews, subsequent studies should engage directly with the community to gain a more comprehensive understanding of its dynamics. Further, employing a combination of questionnaires and interviews may produce different and more nuanced outcomes.

References

Department of Mineral Resources. (2024). *Koh Tapu, tambon Ka Lai, amphoe Takua Thung, changwat Phang Nga* [Koh Tapu, Ka Lai subdistrict, Takua Thung district, Phang Nga province]. https://www.dmr.go.th/เกาะตะปู/

Doqaruni, V. R. (2013). The relationship between communication strategies and noticing function of output hypothesis in teacher talk. *The Journal of Language and Linguistic Studies*, *9*(1), 176-205. http://www.jlls.org/vol9no1/176-205.pdf

Dörnyei, Z. (1995). On the teachability of communication strategies. *TESOL quarterly*, *29*(1), 55-85. http://bluefieldcomp.pbworks.com/w/file/fetch/112596109/On%20the%20 Teachability%20of%20Communication%20Strategies.pdf

Ellis, R. (2003). *Task-based language learning and teaching*. Oxford University Press.

Hayiwani, A., & Bennui, P. (2023). A study of foreign tourists' attitudes toward English communication problems of the staff at tourist assistance center at Phuket International Airport. *Journal of Multidisciplinary in Social Sciences*, *19*(2), 42-51. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/sduhs/article/view/268401/177934

Ibna Seraj, P. M., & Hadina, H. (2021). A systematic overview of issues for developing EFL learners' oral English communication skills. *Journal of Language and Education*, *7*(1), 229-240. https://jle.hse.ru/article/view/10737/12747

JC Tour Phuket. (2024). *Long tail classic tiaw koh klai klai ruea hang yao dee kwa* [Longtail classic: It's better to travel to nearby islands by long-tail boats]. https://www.jctour-thai.com/specialboatoct/longtail.htm

Kapook. (2024). *Tiaw tale Phang Nga yeun din daen hang pa koh* [Travel to the sea in Phang Nga, visit the land of island forests]. https://travel.kapook.com/view17896.html

Leelaviriyawong, S. (2015). *Foreign tourists' satisfaction towards English oral communication with Thai vendors in Bangkok* [Unpublished master's thesis]. Thammasat University. http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2015/TU_2015_5721040870_4515_2506.pdf

MGR Online. (2023, January 26). *"Samet Nangshe" chut chom view sud wow khong Phang Nga thee luang luep pai tua lok* ["Samet Nangshe" the most amazing viewpoint of Phang Nga that is famous all over the world]. https://mgronline.com/travel/detail/9660000007861

Okoro, N. (2007). Strategies for remedying poor communication skills of students. *An Interdisciplinary Journal of Communication Studies*, *6*, 13-22.

Sahrai, A., & Tantiniranat, S. (2024). "My accent is not okay.": Exploring Thai students' attitudes towards English accents. *THAITESOL Journal*, *37*(1), 156-178. https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1430824.pdf

Sermsook, K., Nakplad, R., & Jantawong, L. (2021). Problems and needs analysis of English for tourism industry: A case of hotel staff in Phang Nga Province, Thailand. *Education Quarterly Reviews*, *4*(3), 73-82. https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1319357.pdf

Siswanto, H. (2016). *Communication problems commonly encountered by tourist guides: A study at Kuta Beach Central Lombok* [Unpublished bachelor's thesis]. Mataram University. https://eprints.unram.ac.id/11706/1/E1D%20011%20024.pdf

Smt Jmn 'kat. (2021). *One day trip tambon Khlong Khian tee gin tee tiaw Phang Nga* [One day trip Khlong Khian subdistrict, places to eat and visit in Phang Nga]. Wongnai. https://www.wongnai.com/trips/one-day-trip-khlong-khian-phangnga

Tarone, E., Cohen, A. D., & Dumas, G. (1976). A closer look at some interlanguage terminology: A framework for communication strategies. In C. Faerch & G. Kasper (Eds.), *Strategies in interlanguage communication* (pp. 4-14). Longman.

Tarone, E. (1977). Conscious communication strategies in interlanguage: A progress report. *On TESOL*, 77, 194-203. https://www.academia.edu/67222968/Conscious_communication _ strategies_in_interlanguage_A_progress_report

Tourism Authority of Thailand. (2024). *Phang-Nga Bay (Ao Phang Nga national park)*. https://www.tourismthailand.org/Attraction/phang-nga-bay-ao-phang-nga-national-park

Umrah, D. M., Mahyuni, M., & Syahdan, S. (2018). Communication strategy for English guides: Tourism area in Lombok Island. *International Journal of Social Sciences and Humanities*, *2*(3), 117-124. https://media.neliti.com/media/publications/268725-communication-strategy-for-english-guide-e37c4ea8.pdf

Vansook, A. (2021). *Thai tour guides' perception toward English communication skills* [Unpublished master's thesis]. Thammasat University. https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2021/TU_2021_6121040023_14856_16928.pdf

วารสารวิชาการ วิจัย และนวัตกรรม มสธ. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)
STOU Academic Journal of Research and Innovation (Humanities and Social Science)
ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2568) Vol. 5 No. 2 (July - December 2025)

Received: April 3, 2025
Revised: July 20, 2025
Accepted: September 3, 2025

ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรสำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร

The Relationship Between Work Motivation and Quality of Working Life of Personnel at MinBuri District Office, Bangkok

พัชญ์ชรัมพร สิทธิดำรงค์ (Patcharumporn Sitthidamrong)[1*]
นัทนิชา โชติพิทยานนท์ (Natnicha Chotpittayanon)[2]
*E-mail: inoohang_2418@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานและคุณภาพชีวิตการทำงานบุคลากรสำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร และ 2) ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรสำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ พนักงานข้าราชการ ลูกจ้างประจำ และลูกจ้างชั่วคราว ซึ่งกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยคำนวณจากสูตรการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.95 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 259 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า 1) แรงจูงใจในการปฏิบัติงานและคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรสำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และ 2) แรงจูงใจในการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรสำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับสูง โดยเป็นความสัมพันธ์กันในทิศทางบวก ดังนั้น สำนักงาน

[1] *นักศึกษาหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ วิทยาลัยการเมืองและการปกครอง มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*
(Student in Master of Public Administration Program (Public Administration), College of Politics and Government, Suan Sunandha Rajabhat University)
[2] *วิทยาลัยการเมืองและการปกครอง มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*
(College of Politics and Government, Suan Sunandha Rajabhat University)

เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร ควรให้ความสำคัญกับการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานให้กับบุคลากร เพื่อส่งเสริมให้บุคลากรมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ทำให้บุคลากรมีคุณภาพชีวิตการทำงานที่ดีมีขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานให้กับองค์กร

คำสำคัญ คุณภาพชีวิตการทำงาน แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน สำนักงานเขตมีนบุรี

Abstract

This research aimed to 1) study level the of work motivation and quality of working life of personnel of Min Buri District Office, Bangkok; And 2) To study the relationship between work motivation and its effect on the quality of working life of the personnel of Min Buri District Office, Bangkok. This research is a quantitative research. The sample size is determined using the Taro Yamane formula with a confidence level of 0.95. The sample consisted of 259 civil servants and temporary civil servants. The research method used was questionnaires and data analysis using ready-made statistical programs. The statistics used in the research were descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation. And inferential statistics include and Pearson correlation coefficient analysis. The research results found that 1) the motivation to work and the quality of working life of the personnel of Min Buri District Office, Bangkok, were overall at a high level. And 2) motivation to work is related to the quality of working life of the personnel of Min Buri District Office, Bangkok at a high level, with a positive relationship. Therefore, the Min buri District Office, Bangkok, should prioritize creating motivation for its personnel to encourage them to perform their duties effectively. This will help improve the employees' quality of work life, boost their morale, and strengthen their enthusiasm in contributing to the organization.

Keywords: Quality of Work Life, Motivation to Work, Min Buri District Office

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในสังคมไทยปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว ทั้งในเรื่องของเทคโนโลยีการสื่อสาร การเมือง เศรษฐกิจ ย่อมส่งผลต่อการดำรงชีวิต คนทุกคนล้วนแล้วต้องการดำรงชีวิตด้วยความปกติสุข แม้ว่าอาจจะต้องเจอปัญหาหรืออุปสรรคใด ๆ แตกต่างกันออกไป ดังนั้น คุณภาพชีวิตในการทำงาน

(Quality of Working Life) ถือว่าเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่ง เพราะมนุษย์เป็นทรัพยากรที่มีค่าและมีความสำคัญต่อหน่วยงานหรือองค์กร ดังนั้น สภาพแวดล้อมและบรรยากาศ สถานที่ทำงานจะต้องมีความเหมาะสมและเอื้อต่อการทำงาน มีรายได้ตามสมควรที่สามารถเลี้ยงตนเองและครอบครัวได้อย่างเพียงพอ กล่าวคือ ทำให้ผู้ปฏิบัติงานมีความรู้สึกที่ดีต่องาน มีความมั่นคง ทำให้เกิดความสุข โดยจะส่งผลดีทั้งตัวบุคคลและหน่วยงานหรือองค์กร (นงนภัส ธรรมบันเทิง, 2561)

ความสำคัญของคุณภาพชีวิตในการทำงาน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มผลผลิตองค์กรตลอดจนการมีคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ดีจะเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจของผู้ปฏิบัติงาน และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการคุณภาพชีวิตในการทำงานเป็นไปตามทฤษฎีสองปัจจัยของเฮิร์ซเบิร์ก (จุลวิทย์ จุลหริก, 2560) ซึ่งเป็นทฤษฎีเกี่ยวกับการจูงใจ - ค้ำจุน ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างศักยภาพการทำงานให้ดีขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ สำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร จัดตั้งขึ้นเพื่อให้มีการบริการจัดการและดำเนินการบริการสาธารณะให้ประชาชนในพื้นที่ได้รับประโยชน์สูงสุด

สำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร เป็นพื้นที่การปกครองส่วนท้องถิ่นของกรุงเทพมหานครมีการแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 2 แขวง ได้แก่ แขวงมีนบุรีและแขวงแสนแสบ มีผู้อำนวยการเขตเป็นผู้บริหารสูงสุด และแบ่งการบริหารออกเป็น สองฝ่ายหลัก คือ ผู้ช่วยผู้อำนวยการเขตฝ่าย 1 และผู้ช่วยผู้อำนวยการเขตฝ่าย 2 แบ่งเป็นฝ่ายที่ปฏิบัติงานในสำนักงานเขตมีนบุรีได้ทั้งหมด 10 ฝ่าย บุลลากรสำนักงานเขตมีนบุรีที่ปฏิบัติหน้าที่รวมทั้งหมด 730 คน ประกอบด้วย พนักงานข้าราชการ ลูกจ้างประจำ และลูกจ้างชั่วคราว ลักษณะงานของสำนักงานเขตจะเป็นงานบริการให้กับประชาชน จากการศึกษาพบว่า ปัญหาสำคัญในการปฏิบัติงานคือ บุคลากรของกรุงเทพมหานครไม่สามารถปฏิบัติงานได้อย่างเต็มที่ ส่วนหนึ่งมีสาเหตุมาจากคุณภาพชีวิตการทำงาน อีกทั้งยังมีปัญหาจากระบบภายใน เช่น ขาดความรู้ ความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงาน วัสดุอุปกรณ์บางอย่างไม่เพียงพอหรือมีแต่สภาพเก่าชำรุด (แผนปฏิบัติราชการประจำปี พ.ศ. 2566 สำนักงานเขตมีนบุรี) ทำให้ไม่สามารถปรับตัวให้ทันการเปลี่ยนแปลงได้ (นราทิพย์ ผินประดับ, 2562) การที่บุคลากรมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานย่อมส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงาน บุคลากรจะมีขวัญกำลังใจในการปฏิบัติหน้าที่อันจะทำให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานเพื่อประโยชน์ต่อประชาชนที่เข้ารับบริการ

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรสำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร เพื่อจะได้ทราบถึงระดับความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงาน มาเป็นข้อมูลในการพัฒนาคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรสำนักงานเขต เพื่อบุคลากรได้ทำงานอย่างเต็มกำลังความสามารถ ส่งผลให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ซึ่งผลของการศึกษาจะเป็นแนวทางให้ผู้บริหารระดับสูงนำไปวางแผนปรับปรุงการบริหารงานทรัพยากรบุคคล ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีกับองค์กรต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานและคุณภาพชีวิตการทำงานบุคลากรสำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรสำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ที่มุ่งศึกษาระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานและคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรสำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรสำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร

2. ขอบเขตด้านตัวแปร

2.1 ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส ตำแหน่งงาน อายุงาน เงินเดือน และแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ได้แก่ ปัจจัยจูงใจ และ ปัจจัยค้ำจุน

2.2 ตัวแปรตาม คือ คุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรสำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร

3. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ บุคลากรสำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร รวมทั้งหมด 730 คน กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 259 คน (อัตรากำลังข้าราชการ/ลูกจ้าง สำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร, 2567)

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานข้าราชการ ลูกจ้างประจำ และลูกจ้างชั่วคราวที่ปฏิบัติงานในสำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร จำนวน 730 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานข้าราชการ ลูกจ้างประจำ และลูกจ้างชั่วคราวที่ปฏิบัติงานในสำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร ซึ่งกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยคำนวณจากสูตรการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.95 ความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่าง 0.05 ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 259 คน ตามสูตร

$$n = \frac{N}{1 + Ne^{2}}$$

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นจากการศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมี 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล เป็นลักษณะแบบสำรวจรายการ (Checklist) ให้ตอบตามความเป็นจริง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส ตำแหน่งงาน อายุงาน และเงินเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ปัจจัยจูงใจในการปฏิบัติงานและปัจจัยค้ำจุนในการปฏิบัติงาน

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตการทำงาน แบ่งออกเป็น 8 ด้าน ได้แก่ การได้รับค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม สภาพแวดล้อมการทำงานที่คำนึงถึงความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ ความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงาน โอกาสในการพัฒนาความสามารถบุคคล การบูรณาการด้านสังคมและการทำงานร่วมกัน ประชาธิปไตยในองค์กร ความสมดุลระหว่างชีวิตกับชีวิตส่วนตัว ลักษณะงานที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม

เกณฑ์การให้คะแนนคำถามแรงจูงใจในการปฏิบัติงานและคุณภาพชีวิตในการทำงาน แบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ 5 = เห็นด้วยมากที่สุด 4 = เห็นด้วยมาก 3 = เห็นด้วยปานกลาง 2 = เห็นด้วยน้อย 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยทำการหาค่าความสอดคล้องภายในของแบบสอบถาม IOC (Index of item-Objective Congruence : IOC) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ทำการตรวจประเมินและให้คำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไข ผลจากแบบสอบถามในขั้นสุดท้ายหลังการแก้ไขตามคำแนะนำได้ค่า IOC ภาพรวมทั้งฉบับเท่ากับ 0.97 จึงนำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บข้อมูลได้

การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด จากนั้นวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่ใช้วัดตัวแปรที่ศึกษาแต่ละตัวแปรโดยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha – Coefficient) ด้วยวิธีการของ Cronbach’s Alpha Coefficient (1951) ในการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของแบบสอบถาม เท่ากับ .983 ซึ่งเป็นค่าระดับความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้ได้ทำการเก็บข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

3.1 ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เพื่อขออนุญาตเข้าทำการเก็บข้อมูล

3.2 ดำเนินการแจกแบบสอบถามให้กับบุคลากรสำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร

3.3 ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม แล้วนำข้อมูลมา

วิเคราะห์หาค่าทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่และค่าร้อยละ ใช้สำหรับอธิบายปัจจัยส่วนบุคคล ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้อธิบายแรงจูงใจในการปฏิบัติงานและคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรสำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร และสถิติเชิงอนุมาน คือ สถิติวิเคราะห์ความสัมพันธ์แรงจูงใจในการปฏิบัติงานและคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรสำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2553)

ผลการวิจัย

สำหรับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า บุคลากรสำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 66.80 มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.56 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 52.90 มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 59.46 มีตำแหน่งงานในปัจจุบันเป็นลูกจ้างประจำ คิดเป็นร้อยละ 56.76 มีอายุงาน 3 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 68.73 และมีเงินเดือน 15,000 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.86

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 1 สรุปค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ปัจจัยจูงใจในการปฏิบัติงาน	4.13	0.49	มาก
ปัจจัยค้ำจุนในการปฏิบัติงาน	3.98	0.53	มาก
รวม	**4.06**	**0.47**	**มาก**

จากตารางที่ 1 พบว่า บุคลากรสำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 4.06, S.D. = .47) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ลำดับแรกคือ ปัจจัยจูงใจในการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 4.13, S.D. = .49) และปัจจัยค้ำจุนในการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 3.98, S.D. = .53) ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรสำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 2 สรุปค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตการทำงาน

คุณภาพชีวิตการทำงาน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. การได้รับค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม	3.96	0.61	มาก
2. สภาพแวดล้อมการทำงานที่คำนึงถึงความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ	4.06	0.69	มาก
3. ความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงาน	4.01	0.64	มาก
4. โอกาสในการพัฒนาความสามารถบุคคล	4.01	0.61	มาก
5. การบูรณาการด้านสังคมและการทำงานร่วมกัน	4.03	0.64	มาก
6. ประชาธิปไตยในองค์กร	3.98	0.65	มาก
7.ความสมดุลระหว่างชีวิตงานกับชีวิตส่วนตัว	4.02	0.60	มาก
8.ลักษณะงานที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม	4.17	0.61	มาก
รวม	**4.03**	**0.48**	**มาก**

จากตารางที่ 2 แสดงข้อมูลคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรสำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 4.03, S.D. = .48) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ลำดับแรกคือ ลักษณะงานที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 4.17, S.D. = .61) รองลงมาคือ สภาพแวดล้อมการทำงานที่คำนึงถึงความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 4.06, S.D. = .69) การบูรณาการด้านสังคมและการทำงานร่วมกันอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 4.03, S.D. = .64) ความสมดุลระหว่างชีวิตงานกับชีวิตส่วนตัวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 4.02, S.D. = .60) ความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงาน ($\bar{X}$= 4.01, S.D. = .64) โอกาสในการพัฒนาความสามารถบุคคล ($\bar{X}$= 4.01, S.D. = .61) ประชาธิปไตยในองค์กร ($\bar{X}$= 3.98, S.D. = .65) และการได้รับค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม ($\bar{X}$= 3.96, S.D. = .61) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรสำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 3 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรสำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร

แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	คุณภาพชีวิตการทำงาน			
	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	Sig.	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทางความสัมพันธ์
1. ปัจจัยจูงใจ	.62**	0.00	ปานกลาง	บวก
2. ปัจจัยค้ำจุน	.71**	0.00	สูง	บวก
รวม	**.72****	**0.00**	**สูง**	**บวก**

**นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 3 พบว่า ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรสำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร ในภาพรวมของแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตในการทำงาน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 (Sig. = .00) ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และมีความสัมพันธ์ ในระดับสูง (r = .72) โดยเป็นความสัมพันธ์กันในทางบวก หมายความว่า ยิ่งมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน มากเท่าใด ยิ่งส่งผลให้คุณภาพชีวิตการทำงานมากขึ้นตามไปด้วย โดยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตการทำงานมากที่สุดคือ ปัจจัยค้ำจุน มีความสัมพันธ์ในระดับสูง (r = .71) รองลงมาคือ ปัจจัยจูงใจ มีความสัมพันธ์ ในระดับปานกลาง (r = .62)

อภิปรายผล

1. แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร

จากผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้านนั้น มีความสอดคล้องกับทฤษฎีแรงจูงใจในการปฏิบัติของ Herzberg (จุลวิทย์ จุลหริก, 2560) แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ปัจจัยจูงใจในการปฏิบัติงาน จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าบุคลากรสำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร มีปัจจัยจูงใจในการปฏิบัติงานด้านความสำเร็จในการทำงานมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าบุคลากรรู้สึกประสบความสำเร็จเมื่องานของเขาสามารถให้บริการประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การอำนวยความสะดวกด้านทะเบียนราษฎร์ การดูแลเรื่องโครงสร้างพื้นฐาน และการส่งเสริมคุณภาพชีวิต

ประชาชนในเขตมีนบุรี เมื่อผลงานของบุคลากรได้รับการยกย่องหรือชมเชยจากผู้บริหารหรือประชาชน เช่น ได้รับรางวัลพนักงานดีเด่น หรือได้รับคำขอบคุณจากผู้มาติดต่อราชการ อาจช่วยเพิ่มความรู้สึกภาคภูมิใจและแรงจูงใจในการทำงาน ความสามัคคีในองค์กร การได้รับความร่วมมือจากเพื่อนร่วมงาน และสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการทำงานเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้บุคลากรรู้สึกถึงความสำเร็จและความสุขในการทำงาน แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ปัจจัยค้ำจุนในการปฏิบัติงาน ด้านความเป็นอยู่ส่วนตัว เนื่องจากสำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร ตั้งอยู่ในเขตที่กำลังพัฒนาทำให้ค่าครองชีพสูงขึ้นเมื่อเทียบกับอัตราเงินเดือนที่ได้รับ สวัสดิการที่ได้รับอาจไม่ครอบคลุม เช่น ค่ารักษาพยาบาล เงินโบนัส หรือสวัสดิการด้านที่อยู่อาศัย บุคลากรอาจต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายของครอบครัว เช่น ค่าการศึกษาของบุตร หรือการดูแลผู้สูงอายุ มีภาระหนี้สินจากสินเชื่อบ้าน รถ หรือบัตรเครดิต ทำให้เงินเหลือใช้ในชีวิตประจำวันน้อยลง บุคลากรบางตำแหน่งอาจมีภาระงานสูง ทำให้ขาดเวลาพักผ่อน ความเครียดจากงานอาจส่งผลต่อสุขภาพจิตและร่างกาย จากปัจจัยต่างๆที่กล่าวมาทำให้บุคลากรสำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นต่อปัจจัยค้ำจุน ด้านความเป็นอยู่ส่วนตัวน้อยที่สุด

2. คุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรสำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร

จากผลการวิจัยพบว่า คุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรสำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้านนั้น สำหรับคุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรสำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านลักษณะงานที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม ตามแนวคิดของวอลตัน Walton (จุลวิทย์ จุลหริก, 2560) โดยอธิบายด้านลักษณะงานที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมคือ กิจกรรมการทำงานที่ดำเนินไปในลักษณะที่ได้รับผิดชอบต่อสังคม และผู้ปฏิบัติงานจะต้องรู้สึกและยอมรับว่าองค์กรที่ตนปฏิบัติงานอยู่นั้นรับผิดชอบต่อสังคม จากผลการวิจัยพบว่า บุคลากรสำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานครเป็นกำลังสำคัญในการบริหารจัดการพื้นที่ ช่วยเหลือประชาชน และพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น หากไม่มีบุคลากรเหล่านี้ ประชาชนอาจไม่ได้รับบริการที่สะดวกและมีประสิทธิภาพ อีกทั้งการพัฒนาชุมชนและโครงสร้างพื้นฐานก็อาจหยุดชะงัก ดังนั้น บุคลากรสำนักงานเขตจึงเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาสังคมโดยรวม ดังที่ Merton (อุรวี ศรีจันทร, 2549) กล่าวว่า คุณภาพชีวิตการทำงาน คือ จริยธรรมของการทำงานและสภาพการทำงานโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินสภาพการทำงาน ความพอใจและความไม่พอใจของคนงาน การจัดการเพื่อประสิทธิภาพของผลผลิตและการได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางว่ามีส่วนร่วมต่อความมั่นคงและเสถียรภาพของสังคม โดยบุคลากรในสำนักงานเขตได้ทำงานที่สร้างคุณค่าให้กับสังคม โดยการให้บริการที่มีคุณภาพ พัฒนาชุมชน ส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชน และให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการพัฒนาตนเองและสังคม ดังนั้น สำนักงานเขตมีนบุรีไม่ได้เป็นเพียงหน่วยงานราชการ แต่เป็นองค์กรที่ขับเคลื่อนคุณภาพชีวิตของประชาชนและสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมด้วย เมื่อบุคลากรสำนักงานเขตมีนบุรีได้ให้บริการแก่ประชาชนด้วยความเต็มที่ เต็มใจ ประชาชนที่เข้ามาใช้บริการในสำนักงานเขตก็ประทับใจในการมาใช้บริการ

ได้รับคำชมจากประชาชน ทำให้บุคลากรในสำนักงานเขตมีขวัญและกำลังใจในการให้บริการประชาชน ส่งผลให้บุคลากรมีสุขภาพจิตที่ดี และเพิ่มแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน สำหรับระดับคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรสำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม Clayton (1969) และจุลวิทย์ จุลหริก (2560) กล่าวว่า ทฤษฎีอีอาร์จีแบ่งความต้องการออกเป็นขั้นๆ และความต้องการของมนุษย์เริ่มต้นที่ขั้นต้นก่อนเช่นเดียวกับทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ แต่ทฤษฎีนี้แบ่งความต้องการของมนุษย์ออกเป็นเพียง 3 ขั้น ได้แก่ ความต้องการการอยู่รอด (Existence Needs) เป็นความต้องการขั้นแรกสุด อาทิ การได้รับเงินเดือนประจำ มีการงานที่มั่นคง มีสภาพการทำงานที่ปลอดภัย มีเวลาหยุดพักที่เหมาะสม มีการดูแลพนักงานในด้านต่างๆ เช่น มีโรงอาหาร มีการประกันภัยและประกันสุขภาพ มีอากาศบริสุทธิ์ และมีแสงสว่างที่เพียงพอ เป็นต้น เนื่องจากปัจจุบันค่าครองชีพสูงขึ้น บุคลากรบางคนต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม เช่น การดูแลครอบครัว การศึกษา หรือการรักษาพยาบาลทำให้รายได้ที่มีอยู่ไม่สามารถครอบคลุมค่าใช้จ่ายทั้งหมดได้ หรือไม่เพียงพอต่อการดำรงชีวิตในระดับที่เหมาะสม และบุคลากรได้รับค่าตอบแทนตามเกณฑ์ของภาครัฐ มีข้อจำกัดจากระเบียบและนโยบาย ทำให้ไม่สามารถปรับเพิ่มค่าตอบแทนตามผลงานหรือประสิทธิภาพได้อย่างยืดหยุ่นเหมือนภาคเอกชน ส่งผลให้บุคลากรรู้สึกว่าค่าตอบแทนไม่เหมาะสมและยุติธรรม (จุฑารัตน์ สิริเลาหวัฒนกุล และจักรพันธ์ กิตตินรรัตน์, 2567)

3. ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานกับคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรสำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร

จากผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง โดยเป็นความสัมพันธ์กันในทิศทางบวก หมายความว่า ยิ่งมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานมากขึ้นเท่าใด ยิ่งส่งผลให้คุณภาพชีวิตการทำงานมากขึ้นตามไปด้วย โดยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตการทำงานมากที่สุด คือ ปัจจัยค้ำจุน มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง (r = .71) นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (Sig = .00) รองลงมาคือ ปัจจัยจูงใจ มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง (r = .62) นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (Sig = .00) ตามลำดับ สอดคล้องกับแนวคิดของ Herzberg (จุลวิทย์ จุลหริก, 2560) กล่าวว่า มนุษย์มีความต้องการ 2 ประเภทคือ ความต้องการขจัดความทุกข์ในร่างกายให้หมดไป เช่น ความหิว ความเจ็บป่วย และความต้องการในความสุขทางใจ ทฤษฎีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าทฤษฎีสองปัจจัย (Two-factor theory) หรือทฤษฎีแรงจูงใจ - ค้ำจุน ปัจจัยจูงใจ (Motivation factors) คือ แรงขับเคลื่อนที่สร้างแรงจูงใจให้บุคคลที่รักและชอบการทำงาน หรือทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ปัจจัยค้ำจุน (Hygiene factor) คือ แรงจูงใจที่มีลักษณะป้องกันไม่ให้เกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ซึ่งมีลักษณะที่เกิดขึ้นจากสภาพแวดล้อมหรือเป็นส่วนประกอบของงานและยังสอดคล้องกับแนวคิดของคุณภาพชีวิตการทำงานของ วอลตัน Walton (จุลวิทย์ จุลหริก, 2560) ได้กล่าวถึงคุณภาพชีวิตการทำงานที่ตอบสนองความต้องการและความปรารถนาของบุคคล

โดยพิจารณาจากคุณลักษณะสำคัญที่ประกอบขึ้นเป็นคุณภาพชีวิตการทำงาน โดยแบ่งออกเป็น 8 ประการ คือ 1) ค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ (Adequate and fair Compensation) 2) สภาพการทำงานที่มีความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ (Safe and Healthy Working) 3) ความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน (Future Opportunity for Continued Growth and Security) 4) โอกาสในการใช้และพัฒนาขีดความสามารถของบุคคล (Immediate Opportunity to Use and Develop Human Capacity) 5) การทำงานร่วมกันและความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น (Social Integration in the Work Organization) 6) สิทธิส่วนบุคคลในสถานที่ทำงาน (Constitutionalism in the Work Organization) 7) จังหวะชีวิต หรือความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงานโดยส่วนรวม (Work and the Total Life Space) 8) ความเป็นประโยชน์ต่อสังคม (The Social Relevance of Work Life) จากผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรสำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร จะเห็นได้ว่าแรงจูงใจในการปฏิบัติงานมีบทบาทสำคัญอย่างมากในการสร้างคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรสำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานกับคุณภาพชีวิตการทำงานย่อมเป็นสิ่งที่ส่งผลไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าองค์กรให้ความสำคัญกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากร จะส่งเสริมให้บุคลากรอยากปฏิบัติงานและทำอย่างเต็มที่ ความสามารถส่งผลให้งานประสบความสำเร็จ บุคลากรเกิดความภาคภูมิใจในหน้าที่ความรับผิดชอบของตนเอง ทำให้บุคลากรมีความสุขในการทำงาน จากผลการวิจัยเห็นได้ว่า คุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรสำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร มีผลมาจากแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุน องค์กรต้องให้ความสำคัญกับบุคลากรเพราะเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนองค์กรให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งทางสำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร ได้จัดให้มีสวัสดิการเพื่อเพิ่มแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เงินเพิ่มค่าครองชีพชั่วคราว เงินช่วยเหลือค่าครองชีพ เงินตอบแทนพิเศษ จากสวัสดิการดังกล่าวที่กล่าวมาทำให้บุคลากรรู้สึกมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน สร้างขวัญและกำลังใจใจการทำงานพร้อมขับเคลื่อนองค์กรให้มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ มนัสสวาท ปริญญาจารย์ (2566) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการสังกัดสำนักงานเขตบางแค กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการสังกัดสำนักงาน เขตบางแค กรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ดังนั้น สำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร ควรให้ความสำคัญกับการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานให้กับบุคลากร จะเห็นได้จากผลการวิจัยที่พบว่าความสัมพันธ์ของแรงจูงใจในการปฏิบัติงานกับคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรสำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับสูง เพื่อให้บุคลากรมี

แรงจูงใจในการปฏิบัติงานและคงอยู่กับองค์กรเป็นเวลานาน เพราะถ้าบุคลากรมีแรงจูงใจมากเท่าใด ยิ่งส่งผลให้มีคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรสำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร สูงขึ้นเท่านั้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้งาน

1.1 ควรสนับสนุนสวัสดิการ เช่น ค่ารักษาพยาบาล เงินโบนัส หรือสวัสดิการด้านที่อยู่อาศัย การศึกษาของบุตร หรือการดูแลผู้สูงอายุให้แก่บุคลากร เพื่อส่งเสริมให้บุคลากรมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานเพิ่มขึ้น ทำให้บุคลากรมีขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน

1.2 สำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร ควรมีมาตรการส่งเสริมคุณภาพชีวิตการทำงาน เพื่อสนับสนุนให้บุคลากรปฏิบัติงานได้อย่างมีความสุขและมีประสิทธิภาพ

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

2.1 ควรทำการศึกษาปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรสำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร เช่น ความสุขในการทำงาน,ความผูกพันต่อองค์กร และประสิทธิภาพการทำงาน เป็นต้น

2.2 ควรทำการวิจัยเปรียบเทียบคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรหว่างสำนักงานเขต เพื่อจะได้เห็นความแตกต่างและปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงาน เพื่อหาแนวทางปรับปรุงให้เหมาะสมกับแต่ละสำนักงานเขต

2.3 ควรดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพเพิ่มเติม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและหลากหลาย ซึ่งการวิจัยเชิงคุณภาพจะทำให้เข้าใจปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรอย่างแท้จริง

บรรณานุกรม

จุฑารัตน์ สิริเลาหวัฒนกุล และจักรพันธ์ กิตตินรรัตน์. (2567). การบริหารจัดการตามกระบวนการจัดการ POCCC ที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของข้าราชการ ในสังกัดกรมหม่อนไหม. *วารสารวิชาการ วิจัย และนวัตกรรม มสธ. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, *4*(1), 1-15.

จุลวิทย์ จุลหริก. (2560). *การศึกษาคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานกวาดถนน เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร* [การค้นคว้าอิสระปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2553). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย.* ไทเนรมิตกิจ อินเตอร์ โปรเกรสชิฟ.

นงนภัส ธรรมบันเทิง. (2561). *ศึกษาคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานเก็บขยะมูลฝอย ฝ่ายรักษาความสะอาดและสวนสาธารณะ เขตสาทร* [การค้นคว้าอิสระปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

นราทิพย์ ผินประดับ. (2562). คุณภาพชีวิตในการทำงานของข้าราชการกรุงเทพมหานคร. *วารสาร มจร มนุษยศาสตร์ปริทรรศน์*, *5*(1). 242-257.

มนัสสวาท ปริญญาจารย์. (2566). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานกับแรงจูงใจการปฏิบัติงานของข้าราชการสังกัดสำนักงานเขตบางแค กรุงทพมหานคร. *PROCEDIA of Multidisciplinary Research*, *1*(7), 1-12.

สำนักงานเขตมีนบุรี. (2567). *แผนปฏิบัติราชการประจำปี พ.ศ.2566 สำนักงานเขตมีนบุรี*. https://webportal.bangkok.go.th/minburi/page/sub/17032/

สำนักงานเขตมีนบุรี. (2567). *อัตรากำลังข้าราชการ/ลูกจ้าง สำนักงานเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร.* https://webportal.bangkok.go.th/minburi/page/sub/

อุรวี ศรีจันทร. (2549). *คุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานขับรถ: กรณีศึกษา บริษัทซีเมนต์ไทยโลจิสติกส์ จำกัด* [สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

วารสารวิชาการ วิจัย และนวัตกรรม มสธ. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)
STOU Academic Journal of Research and Innovation (Humanities and Social Science)
ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2568) Vol. 5 No. 2 (July - December 2025)

Received: April 9, 2025
Revised: November 4, 2025
Accepted: November 29, 2025

การเสริมสร้างพลังอำนาจในตนเองของผู้สูงอายุโดยพุทธสันติวิธี

Enhancing an Elderly Empowerment through Buddhist Peaceful Means

กรกมล พลเยี่ยม (Kornkamon Phonyiem)[1]*
ขันทอง วัฒนะประดิษฐ์ (Khantong Wattanapradith)[2]
พระปราโมทย์ วาทโกวิโท (Phra Pramote Vatagovido)[3]
*E-mail: kornkamonp@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพบริบท ปัญหา และความต้องการจำเป็นในการเสริมพลังอำนาจในตนเองของผู้สูงอายุในชุมชนบ้านนากวาง 2) สร้างชุดปฏิบัติการเสริมสร้างพลังอำนาจในตนเองของผู้สูงอายุตามหลักพุทธสันติวิธี และ 3) พัฒนาและนำเสนอผลการเสริมสร้างพลังอำนาจในตนเองของผู้สูงอายุในชุมชนบ้านนากวางโดยใช้พุทธสันติวิธี ใช้รูปแบบวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เก็บ รวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูล จำนวน 31 คน และจัดกิจกรรมเชิงปฏิบัติการด้วยเทคนิค PAOR กับผู้สูงอายุ จำนวน 62 คน วิเคราะห์ข้อมูลสถิติ t-test และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย พบว่า 1) สภาพบริบทของผู้สูงอายุในชุมชนบ้านนากวาง พบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ขาดการดูแลจากลูกหลานที่ไปทำงานในเมือง ทำให้เกิดความเหงา และขาดการรวมกลุ่มทำกิจกรรมร่วมกัน นอกจากงานบุญที่วัด ความต้องการหลักของผู้สูงอายุคือการรวมกลุ่มเพื่อทำกิจกรรม สร้างพื้นที่แสดงศักยภาพ และพัฒนาทักษะเพื่อเพิ่มคุณภาพชีวิต 2) ชุดปฏิบัติการเสริมสร้างพลังอำนาจในตนเองของผู้สูงอายุสร้างขึ้นจากการบูรณาการแนวคิดศาสตร์สมัยใหม่ร่วมกับหลักพุทธสันติวิธี ส่งเสริมให้ผู้สูงอายุรักตนเอง มีจิตใจเข้มแข็ง วิเคราะห์ปัญหาอย่างมีเหตุผล และรวมกลุ่มเพื่อสร้างพลังร่วมกัน โดยใช้หลักพละ 5 ได้แก่ ศรัทธา วิริยะ สติ สมาธิ ปัญญา วิธีการจัดกิจกรรมควรเน้นการมีส่วนร่วม การแบ่งปันประสบการณ์ และการสอดแทรกหลักธรรมในการดำเนินชีวิต 3) ผลการพัฒนาและนำเสนอกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ พบว่าผู้สูงอายุที่เข้าร่วมกิจกรรมมี

[1] *มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย (Mahachulalongkornrajavidyalaya University)*

[2] *มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย (Mahachulalongkornrajavidyalaya University)*

[3] *มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย (Mahachulalongkornrajavidyalaya University)*

ค่าเฉลี่ยคะแนนพลังอำนาจสูงกว่าก่อนการเข้าร่วมกิจกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (t=5.63) ผลลัพธ์ของกิจกรรมแสดงให้เห็นว่าผู้สูงอายุมีความสุข สนุกสนาน มีสติ และสมาธิมากขึ้น องค์ความรู้ที่ได้คือ โมเดล “SELF LOVE สูงพลัง สร้างสุข ดุจดอกไม้บาน”

คำสำคัญ ผู้สูงอายุ การเสริมพลังอำนาจในตนเอง พุทธสันติวิธี

Abstract

The research article consisted of the following three objectives: 1) to explore the context, problems, and needs related to empowering the elderly in Ban Na Kwang community; 2) to develop a set of practices for empowering the elderly using Buddhist peaceful means; and 3) to create and present the results of empowering the elderly using Buddhist peaceful means in Ban Na Kwang community. The research adopted a participatory action research (PAR) method. Data were gathered through in-depth interviews with 28 participants, while workshops employed the PAOR (Plan-Act-Observe-Reflect) technique which were organized with 62 elderly participants. Quantitative data were analyzed using t-test statistics, while qualitative data were analyzed through content analysis.

From the study, the following results were found: 1) The context of the elderly in Ban Na Kwang community found that the majority of these elderly individuals lack support from their children or grandchildren, who typically reside and work in the city, resulting in feelings of loneliness. Moreover, there is an absence of group activities, apart from participation in religious ceremonies at the local temple. The primary need among the elderly is the social groups, where they can engage in activities, demonstrate their potential, and develop skills to improve their quality of life; 2) A set of practices designed to empower the elderly combines modern scientific principles with Buddhist peaceful means, promoting self-love, rational problem-solving, and collaboration within groups. By incorporating the Five Powers—faith, effort, mindfulness, concentration, and wisdom—these practices encourage collective empowerment. The focus of the activities is on active participation, experience sharing, and the application of Buddhist principles in everyday living; and 3) The results of the workshop demonstrated that after engaging in the activities, the elderly showed a higher average score

on self-empowerment compared to before, with a significant statistical difference at 0.05 level (t = 5.63). These results suggest that the elderly participants experienced higher levels of happiness, enjoyment, mindfulness, and concentration. A body of knowledge gained from the study contributed to the development of “SELF LOVE: High Power, Creating Happiness Like a Blooming Flower” model.

Keywords: Elderly, Self-Empowerment, Buddhist Peaceful Means

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรผู้สูงวัยกับการเพิ่มขึ้นของประชากรโลกที่ลดลง เป็นปรากฏการณ์เกิดขึ้นทั่วโลกและรัฐบาลแต่ละประเทศตระหนักถึงความสำคัญและแนวทางรับมือกับปัญหานี้ สำหรับประเทศไทยก็เช่นเดียวกัน ในปี 2565 พบว่า มีประชากรที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปจำนวน 13 ล้านคน จากจำนวนประชากร 66 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 19 ของประชากรทั้งหมด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในขณะที่ประชากรไทยโดยรวมมีอัตราเพิ่มติดลบ (ประชากรลดลง) แต่ประชากรสูงอายุกลับกำลังเพิ่มขึ้นด้วยอัตราที่เร็วมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาคเหนือเป็นภาคที่มีผู้สูงอายุมากที่สุด (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2566) ทำให้ปัจจุบันประเทศไทยได้ก้าวสู่การเป็นสังคมสูงอายุระดับสมบูรณ์ (aged society) และคาดการณ์ว่าในอีก 15 ปี ข้างหน้าประเทศไทยจะก้าวสู่สังคมที่เรียกกันว่า super-aged society (สังคมสูงวัยระดับสุดยอด) โดยมีสัดส่วนของประชากรที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 30 ของประชากรทั้งหมด (วรเวศม์ สุวรรณระดา, 2566) ปัญหาของผู้สูงอายุนอกจากมีปริมาณที่เพิ่มมากขึ้นแล้ว ยังทำให้มีปัญหาอื่นตามมาดังเช่น ปัญหาความเสื่อมถอย ซึ่งปัญหาของผู้สูงวัยไม่ใช่ความเสื่อมถอยทางด้านร่างกายเท่านั้น แต่เป็นความเสื่อมถอยทางด้านของพลังใจ ดังผลการวิจัย พบว่า ผู้สูงอายุที่มีภาวะซึมเศร้าในประเทศไทยมีจำนวนร้อยละ 76.4 มีอายุระหว่าง 60-74 ปี อายุเฉลี่ยของผู้ป่วยเท่ากับ 70.01 ปี (ปิติคุณ เสตะปุระ และณัฐธกูล ไชยสงคราม, 2565) สาเหตุของการเสื่อมถอยทางด้านจิตใจหรือพลังใจ เพราะไม่มีพลังอำนาจ นอกจากพลังอำนาจแล้วสังคมไทยต้องอยู่รวมกันไม่เป็นสังคมปัจเจก ต้องมีการอยู่ร่วมกัน ยิ่งอยู่ร่วมกันยิ่งมีพลังเสริมอำนาจให้กันและกัน ดังผลการวิจัยในหนังสือหลากมิติในหนึ่งชั่วชีวิต พบว่า ขนาดและความใกล้ชิดในช่วงเวลาก่อนหน้าของการเข้าสู่วัยสูงอายุ มีผลต่อสุขภาพในช่วงหลังของชีวิต และมีผลกระทบต่อสุขภาพจิตของผู้สูงอายุเป็นอย่างมาก (สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล, 2566) สะท้อนให้เห็นถึงสาเหตุที่ผู้สูงอายุมีพลังถดถอย

สำหรับพื้นที่นำร่อง คือ ชุมชนบ้านนากวาง ตั้งอยู่ที่หมู่ที่ 3 ตำบลบ้านฝาย อำเภอน้ำปาด จังหวัดอุตรดิตถ์ มีระยะห่างจากอำเภอน้ำปาด 3 กิโลเมตร อยู่ภายใต้เขตการปกครองของ องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านฝาย จำนวนประชากรจากข้อมูลและสถิติประชากรตามทะเบียนราษฎร์ ณ เดือน มีนาคม พ.ศ. 2568 มี

ประชากรทั้งหมด จำนวน 715 คน เพศชาย จำนวน 354 คน เพศหญิง จำนวน 361 คน มีครัวเรือนจำนวน 269 หลัง พบว่า มีจำนวนผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป จำนวน 239 คน แยกเป็นชาย 114 คน หญิง 125 คน หรือคิดเป็น 33% ของจำนวนประชากรรวมทั้งหมด (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง, 2568) ซึ่งนับว่าเป็นสัดส่วนที่สูงและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ผู้สูงอายุมีหลากหลายกลุ่มทั้งติดบ้าน ติดเตียง และติดสังคม ซึ่งผู้วิจัยได้เข้าไปพูดคุยกับกลุ่มผู้สูงอายุติดบ้านและติดสังคม และผู้นำชุมชนรวมถึงอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ซึ่งต่างให้ความสนใจในงานวิจัยเกี่ยวกับการเสริมสร้างพลังอำนาจในตนเองของผู้สูงอายุ เพื่อให้ผู้สูงอายุได้ฟื้นคืนพลัง มีกำลังใจและกำลังกายที่ดีสามารถมีความสุขในการดำเนินชีวิตในช่วงบั้นปลายได้อย่างมีพลัง

ด้วยแนวคิดทฤษฎีในศาสตร์สมัยใหม่เกี่ยวกับการเสริมพลังอำนาจเป็นทั้งกระบวนการและผลลัพธ์ กระบวนการคือการกระทำ กิจกรรม หรือโครงสร้างที่ช่วยเสริมอำนาจให้บุคคลและชุมชน และผลลัพธ์ของกระบวนการจะส่งผลให้ระดับการเสริมพลังอำนาจเพิ่มขึ้น (Febriana, 2011) ในขณะที่หลักธรรมในพระพุทธศาสนากล่าวถึงพลังเช่นกัน เรียกว่า หลักพละ 5 ที่นอกจากเป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาจิตและปัญญาเพื่อเข้าถึงปัญญาญาณขั้นสูงแล้ว ยังสามารถนำมาใช้เป็นหลักในการดำเนินชีวิตเพื่อช่วยส่งเสริมพลังอำนาจของผู้สูงอายุ และการที่จะให้ผู้สูงอายุสามารถกำหนดการดำเนินชีวิตได้อย่างมีความหมาย ต้องมีทั้งพลังภายนอกและพลังภายในที่ส่งเสริมกัน ทั้งสองอย่างนี้จะช่วยให้การนำหลักพละ 5 มาเป็นตัวช่วยเสริมพลังอำนาจ ช่วยลดความห่วงกังวลของผู้สูงอายุ จึงเป็นการเพิ่มพลังให้กับผู้สูงอายุได้อย่างแท้จริง

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยได้ตระหนักถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับผู้สูงอายุ ซึ่งนับวันผู้สูงอายุมีจำนวนเพิ่มขึ้น อายุยืนขึ้น แต่กำลังใจและกำลังกาย รวมถึงความสุขความ เบิกบาน ความมีชีวิตชีวา ในการดำเนินชีวิตกลับลดน้อยถอยลงไป เมื่อผู้สูงอายุขาดพลังทำให้คุณภาพในการใช้ชีวิตย่อมลดน้อยลงไปด้วย ซึ่งในทางกลับกันหากสามารถส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีพลังใจที่ดีขึ้นย่อมส่งผลดีต่อตัวผู้สูงอายุเอง และส่งผลถึงคนรอบข้าง ครอบครัว รวมถึงสังคม จึงมีความสนใจมากที่จะศึกษาการเสริมสร้างพลังอำนาจในตนเองของผู้สูงอายุโดยพุทธสันติวิธี กรณีศึกษาชุมชนบ้านนากวาง ตำบลบ้านฝาย อำเภอน้ำปาด จังหวัดอุตรดิตถ์ โดยการใช้แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการเสริมสร้างพลังอำนาจในตนเอง เช่น แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับผู้สูงอายุ การเสริมพลังอำนาจในตนเอง การเห็นคุณค่าในตนเอง พฤฒพลัง การมีส่วนร่วม และหลักพละ 5 เพื่อให้ผู้สูงอายุเกิดพลังอำนาจ เพื่อที่ต้องการทราบปัญหาของการที่ผู้สูงอายุมีพลังถดถอยนั้นมีสาเหตุมาจากอะไร และมีวิธีการจัดการหรือแนวทางแก้ไขควรจะเป็นอย่างไร เพื่อเสริมสร้างพลังให้กับผู้สูงอายุได้ใช้ชีวิตอย่างมีพลังและมีความสุขอย่างยั่งยืนตลอดไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพบริบท ปัญหา และความต้องการจำเป็นในการเสริมพลังอำนาจในตนเองของผู้สูงอายุในชุมชนบ้านนากวาง

2. เพื่อสร้างชุดปฏิบัติการการเสริมสร้างพลังอำนาจในตนเองของผู้สูงอายุในชุมชนบ้านนากวางตามหลักพุทธสันติวิธี

3. เพื่อพัฒนาและนำเสนอผลการเสริมสร้างพลังอำนาจในตนเองของผู้สูงอายุโดยพุทธสันติวิธีของชุมชนบ้านนากวาง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้สูงอายุ “ผู้สูงอายุ” (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2566) ได้ถูกบัญญัติคำอย่างเป็นทางการครั้งแรกในปี พ.ศ. 2494 โดยคณะคณะอนุกรรมการศึกษาวิจัยและวางแผนระยะยาวเกี่ยวกับผู้สูงอายุ นำไปสู่การกำหนดพระราชบัญญัติบำเหน็จบำนาญข้าราชการ พ.ศ. 2494 ซึ่งได้กำหนดเป็นแผนระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุแห่งชาติ พ.ศ. 2525-2544 ต่อมาพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 ในมาตรา 3 ได้ให้นิยาม ผู้สูงอายุ คือ บุคคลซึ่งมีอายุเกินหกสิบปีบริบูรณ์ขึ้นไป และมีสัญชาติไทย

สมเด็จพระพุทธโฆษาจารย์ (ป.อ.ปยุตฺโต) (2560) ให้ความหมายว่า อายุมากนั้นไม่ใช่หมายถึงการแก่เฒ่า หรือ ชรา แต่ “อายุ” เป็นคำภาษาบาลี หมายถึง พลังสืบต่อหล่อเลี้ยงชีวิต ดังนั้น ที่ว่ามีอายุ คือ มีพลังสืบต่อชีวิต และวัย หมายถึง ความเสื่อม ความโทรม จึงเสนอให้ใช้คำว่า ผู้สูงอายุ เพื่อหมายถึง “บุคคลที่สูงด้วยพลังสืบต่อหล่อเลี้ยงชีวิต” ไม่ใช้คำว่าสูงวัย เพราะมีความหมายสื่อไปในทางลบว่าเป็นบุคคลที่สูงด้วยความเสื่อมโทรม ยิ่ง “สูงอายุ” ก็หมายความว่า มีพลังสืบต่อชีวิตที่มากขึ้น อายุจึงเป็นพรอย่างหนึ่งที่สำคัญอยู่ในจตุรพิธพร

สหประชาชาติ (United Nations) (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2566) ใช้อายุ ๖๕ ปีขึ้นไปในการนำเสนอสถิติ ข้อมูล และตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างอายุของประชากร โดยแบ่งประชากรออกเป็น ๓ กลุ่ม ช่วงอายุ คือ อายุต่ำกว่า ๑๕ ปี (เด็ก) อายุ ๑๕-๖๔ ปี (คนวัยทำงาน) และอายุ ๖๕ ปีขึ้นไป (ผู้สูงอายุ)

2. แนวคิด ทฤษฎีการเสริมสร้างพลังอำนาจในตนเองของผู้สูงอายุ แนวคิดการเสริมพลังนี้ได้รับการอธิบายและการนิยามโดยสาขาวิชาต่างๆ รวมถึงงานสังคมสงเคราะห์ จิตวิทยา การศึกษา สาธารณสุข สังคมวิทยา เศรษฐศาสตร์ การจัดการ การพยาบาล คำว่า การเสริมพลังยังครอบคลุมถึงความหมายในวงกว้างที่เกี่ยวข้องกับปรากฏการณ์ต่าง ๆ ในปัจจุบัน การเสริมพลังเป็นคำยอดนิยมที่ถูกใช้และนำไปใช้กับปรากฏการณ์ต่าง ๆ อีกมากมาย

Gibson (1995) อธิบายว่า การเสริมพลังอำนาจเป็นกระบวนการพลวัตที่เน้นการมีส่วนร่วม การแลกเปลี่ยน และการทำงานร่วมกัน เพื่อให้บุคคลเกิดการเรียนรู้ ตระหนักรู้ และพัฒนาความเข้มแข็งใน

การแก้ปัญหาและพัฒนาตนเองหรือกลุ่มอย่างมีเป้าหมายร่วมกัน และตามแนวคิดของ กิ๊ปสัน (Gibson) (วิชัย ชูจิต, 2567) นั้น การสร้างเสริมพลังอำนาจของบุคคลเกิดจากอิทธิพลของปัจจัยภายในบุคคล เช่น ค่านิยม ความเชื่อ เป้าหมายในชีวิตและประสบการณ์ส่วนบุคคล และปัจจัยระหว่างบุคคล เช่น การสนับสนุนทางสังคม บรรยากาศรอบ ๆ ที่เอื้อให้เกิดความรู้สึกยอมรับการช่วยเหลือ ดังนั้น กระบวนการสร้างพลังอำนาจ จึงมีอยู่ 4 ขั้นตอน 1) การค้นพบความจริง การรู้จักตนเอง 2) การสะท้อนคิดวิเคราะห์ วิจารณ์ และเป็นเหตุเป็นผล 3) การตัดสินเลือกทางออกหรือวิธีปฏิบัติที่เหมาะสม 4) การคงไว้ซึ่งพฤติกรรม

UNESCO (1998) ระบุว่า การเสริมพลังอำนาจคือการสร้างความเข้มแข็งภายในและความเชื่อมั่นให้บุคคลมีสิทธิ ตัดสินใจ เลือกชีวิตตนเอง และมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม

Walker & Avamt (2005) อธิบายว่า การเสริมพลังอำนาจเป็นกระบวนการแบ่งปันอำนาจและสร้างความสัมพันธ์ ทำให้บุคคลรู้สึกมีอิสระและควบคุมตนเองได้ โดยมีพื้นฐานจากความเคารพ ความไว้วางใจ ความรู้ ทักษะการสื่อสาร การยอมรับผู้อื่น และวิสัยทัศน์ร่วมกัน

Steve Backlund (2016) อธิบายว่า การเสริมพลังหมายถึงการมอบอำนาจและสร้างความมั่นใจให้บุคคล โดยประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญสามประการคือ แรงบันดาลใจ โอกาส และการสนับสนุน

Louise Hay (2024) กล่าวว่า พลังของเรามาจากการรับผิดชอบต่อชีวิตตนเอง เพราะความรับผิดชอบทำให้เรามีอำนาจเลือกและเปลี่ยนแปลงได้เสมอ แม้สถานการณ์จะไม่เปลี่ยน แต่เราสามารถเปลี่ยนวิธีตอบสนองและมุมมองต่อมันได้

3. แนวคิด ทฤษฎีการเห็นคุณค่าในตนเองของผู้สูงอายุ การเห็นคุณค่าในตนเอง หรือ Self-Esteem เป็นส่วนสำคัญที่ส่งผลต่อการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ มีผลทั้งต่ออารมณ์ ความรู้สึก และความสามารถในการรับมือกับปัญหาต่าง ๆ การเห็นคุณค่าในตนเองก็เหมือนการสร้างภูมิคุ้มกันทางใจให้กับตัวเอง สามารถรับมือและแก้ไปปัญหาต่าง ๆ ได้ และยังทำให้เราดำเนินชีวิตได้อย่างมีพลัง โดยมีผู้ให้ความหมายและความสำคัญของการเห็นคุณค่าในตนเองดังนี้

อภันตรี สาขากร (2567) นักจิตวิทยาคลินิก กล่าวว่า การเห็นคุณค่าในตนเองคือการตระหนักว่าตนมีคุณค่าและศักยภาพ ส่งผลให้รักตนเอง มั่นใจ ยอมรับผู้อื่น ปรับตัวได้ดี และมองโลกในแง่ดีอย่างมีเหตุผล

พูลทรัพย์ อารีกิจ (2567) อาจารย์ประจำคณะจิตวิทยา กล่าวว่า การเห็นคุณค่าในตนเองคือทัศนคติและมุมมองภายในที่มีต่อตนเอง ไม่จำเป็นต้องแสดงออกภายนอก และความมั่นใจในความสามารถเฉพาะด้านไม่ได้หมายถึงการเห็นคุณค่าในตนเองเสมอไป

Harter (1999) กล่าวว่า การเห็นคุณค่าในตนเองของผู้สูงอายุเป็นสิ่งสำคัญต่อการปรับตัวในทุกด้าน ทั้งสุขภาพ เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม สอดคล้องกับรัชพันธุ์ เชยจิตร (2556) ที่ชี้ว่าผู้สูงอายุมีบทบาทดูแลครอบครัว ถ่ายทอดภูมิปัญญา และรักษาวัฒนธรรม จึงเป็นผู้มีคุณค่าและทุนมนุษย์สำคัญของสังคม

4. แนวคิด ทฤษฎีพฤฒพลังของผู้สูงอายุ เป็นแนวคิดที่เกิดขึ้นจากการประชุมสมัชชาใหญ่แห่งสหประชาชาติกว่า 159 ประเทศ ในปี ค.ศ. 2002 องค์การอนามัยโลกได้ประกาศกรอบนโยบายพฤฒพลัง และต่อมาพฤฒพลังได้ถูกกำหนดเป็นนโนบายระดับประเทศ ระดับภูมิภาค และระดับนานาชาติ โดยการสนับสนุนจากสหภาพยุโรป ปี ค.ศ. 2012 ประกาศเป็นปี European year of active ageing and intergenerational solidarity กำหนดเป็นเป้าหมายและนโยบายระดับโลก พฤฒพลัง คือ การที่ผู้สูงอายุอยู่ในสถานะที่ได้รับการยอมรับโดยทั่วไปว่าดำรงชีวิตอย่างมีคุณภาพ คือ ไม่มีภาวะทุพพลภาพ มีส่วนร่วมในชุมชนหรือสังคมโดยดำรงชีวิตให้เกิดคุณประโยชน์แก่ชุมชนและสังคม (ยมนา ชนะนิล, 2563) นอกจากนี้ องค์การอนามัยโลก (WHO. 2002) ได้ให้ความหมายของ Active ageing (พฤฒพลัง) ไว้ว่า “Active ageing is the process of optimizing opportunities for health participation and security in order to enhance quality of life as people age” มีความหมายว่า “Active ageing เป็นกระบวนการสร้างโอกาสที่เหมาะสมด้านสุขภาพ การมีส่วนร่วม และความมั่นคงด้านต่าง ๆ ในสังคม เพื่อสร้างเสริมคุณภาพชีวิตและการอยู่ดีมีสุขเมื่อเข้าสู่วัยสูงอายุ” (พินิจ ฟ้าอำนวยผล, 2563)

5. แนวคิด ทฤษฎีการมีส่วนร่วม การมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุนับว่ามีความสำคัญมากช่วยเสริมให้ผู้สูงอายุไม่ถูกทอดทิ้งห่างออกจากสังคม การมีกิจกรรมต่าง ๆ ภายในชุมชนจะช่วยสร้างให้ผู้สูงอายุกระตือรือร้น เบิกบาน ไม่รู้สึกว้าเหว่ เหงา รู้สึกว่าตนเองมีเกียรติ มีศักดิ์ศรี สามารถเป็นแบบอย่างให้กับลูกหลานได้ ทำให้รู้สึกว่าตนเองยังมีคุณค่า ซึ่งส่งผลต่อสุขภาพจิตและสุขภาพกายเป็นอย่างมาก โดยมีนักวิชาการทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศได้ให้ความหมายไว้หลายแง่มุม (ขันทอง วัฒนะประดิษฐ์ และคณะ, 2565) คือ

(1) มิติของคุณภาพ กล่าวคือ การที่ผู้เข้าไปมีส่วนร่วมมีบทบาทและรู้จักใช้อำนาจและสามารถควบคุมกิจกรรมนั้นได้จึงจะทำให้เกิดผลอย่างมีประสิทธิภาพ (Arnstien, 1969)

(2) มิติของผู้นำ คือ การที่ผู้นำเปิดโอกาสให้ผู้ตามทุกคนเข้ามามีส่วนร่วมตัดสินใจในการทำงานเท่าที่จะสามารถกระทำได้ (Berkley, 1975)

(3) มิติของกระบวนการ การมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนา ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ แก้ปัญหาของตนเอง (Erwin, 1976)

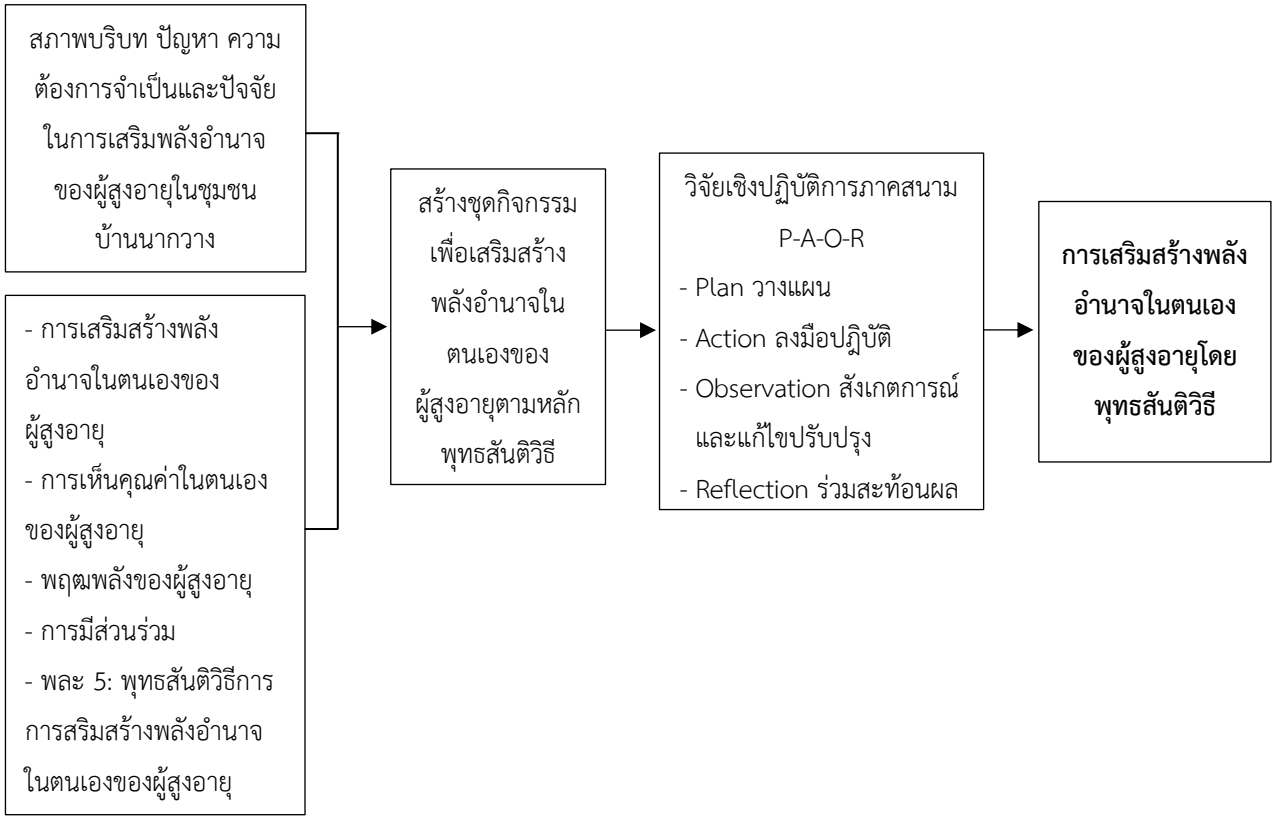
(4) มิติของระดับบทบาทของของสมาชิกที่เข้าร่วม สมาชิกของชุมชนต้องเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องใน 4 มิติ ได้แก่ 1) การมีส่วนร่วมการตัดสินใจว่าควรทำอะไรและทำอย่างไร 2) การมีส่วนร่วมเสียสละในการพัฒนา รวมทั้งลงมือปฏิบัติตามที่ได้ตัดสินใจ 3) การมีส่วนร่วมในการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน 4) การมีส่วนร่วมในการประเมินผลโครงการ (Cohen & Uphoff, 1981)

(5) มิติของความใส่ใจ การเข้าร่วมอย่างกระตือรือร้นและมีพลังของประชาชนในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ในการตัดสินใจเพื่อกำหนดเป้าหมายของสังคมและการจัดสรรทรัพยากรเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย และปฏิบัติตามแผนการหรือโครงการต่าง ๆ ด้วยความเต็มใจ (United Nations, 1981)

(6) มิติของเครื่องมือบริหารจัดการองค์กร การมีส่วนร่วมเป็นพื้นฐานของกิจกรรมต่าง ๆ ที่จะส่งผลให้การบริหารจัดการมีลักษณะกว้าง ซึ่งเป็นทางหนึ่งที่จะทำให้การมีส่วนร่วมขยายไปสู่การปฏิบัติงานในระดับล่างขององค์การ (Putti, 1987)

6. หลักพุทธสันติวิธีเกี่ยวกับการเสริมพลังอำนาจในตนเอง คือ หลัก พละ 5 ซึ่งพจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม (2564) ให้ความหมายไว้ว่า พละ 5 คือธรรม 5 อย่าง เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า อินทรีย์ 5 (ธรรมที่เป็นใหญ่ในกิจของตน) ที่เรียกว่า อินทรีย์ เพราะหมายถึง เป็นใหญ่ในการกระทำหน้าที่แต่ละอย่างๆ ของตน คือเป็นเจ้าการ ในการครอบงำเสียซึ่งความไร้ศรัทธา ความเกียจคร้าน ความประมาณ ความฟุ้งซ่านและความหลง ที่เรียกว่า พละ เพราะหมายถึงเป็นพลัง ทำให้เกิดความมั่นคง ซึ่งความไร้ศรัทธา เป็นต้น พละหมวดนี้เป็นหลักปฏิบัติทางจิตใจ ให้ถึงความหลุดพ้นโดยตรง ซึ่งประกอบไปด้วย (1) สัทธา คือ ความเชื่อ (2) วิริยะ คือ ความเพียร (3) สติ คือ ความระลึกได้ (4) สมาธิ คือ ความตั้งจิตมั่น และ (5) ปัญญา คือ ความรู้ทั่วชัด

กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) โดยเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก และมีการจัดกิจกรรมเชิงปฏิบัติการด้วยเทคนิค PAOR (Plan-Act-Observe-Reflect) เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินผลประกอบด้วยแบบวัดพลังอำนาจของผู้สูงอายุ (เชิงปริมาณ) โดยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยสถิติ t-test และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Design) โดยมีวิธีการดังนี้

ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง และผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ได้ข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยกลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ในชุมชนบ้านนากวาง จังหวัดอุตรดิตถ์ โดยแบ่งเป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างในการสำรวจพลังอำนาจในตนเองเป็นแบบสอบถามเชิงปริมาณเป็นผู้สูงอายุชุมชนบ้านนากวาง จำนวน 62 คน

2. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งมีโครงสร้าง จากตัวแทนกลุ่มผู้สูงอายุในชุมชนบ้านนากวาง จำนวน 28 รูป/คน โดยการคัดเลือกแบบเจาะจง ซึ่งมีการแบ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญออกเป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มผู้นำชุมชน กลุ่มผู้บริหารท้องถิ่น กลุ่มผู้นำจิตวิญญาณ และนักพัฒนาชุมชน

3. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์เชิงลึกกึ่งมีโครงสร้าง จากผู้สูงอายุต้นแบบที่อาศัยอยู่ในเขตภาคเหนือ และได้รับรางวัลคลังปัญญาผู้สูงอายุดีเด่น และรางวัลผู้สูงอายุที่เป็นแบบอย่างที่ดี ในระดับจังหวัด จำนวน 3 คน

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจคุณภาพเครื่องมือการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพดังนี้

เครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณ

1. แบบวัดพลังอำนาจในตนเองของผู้สูงอายุ โดยพัฒนาจากแนวคิดของ กิ๊ปสัน (Gibson) เป็นแบบวัดลิเคอร์ตเสกล 5 ระดับ

2. โดยมีการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือด้วยการตรวจสอบคุณภาพในด้านของความเที่ยงตรงในเชิงเนื้อหา (Content Validity) นำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบถอบถาม (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยกำหนดเกณฑ์พิจารณา คือ

เห็นว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน	+ 1
ไม่แน่ใจ	ให้คะแนน	0
เห็นว่าไม่สอดคล้อง	ให้คะแนน	- 1

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่จากข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิทั้งหมดมาคำนวณหาค่า IOC โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence) มาคำนวณค่าดัชนี โดยค่าดัชนี IOC ที่คำนวณได้

แต่ละข้อต้องค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 แสดงถึงคำถามข้อนั้นมีความสอดคล้องกับเนื้อหาในประเด็นที่ต้องการวิจัย หากคำถามข้อใดมีค่าดัชนีต่ำกว่า 0.50 คำถามข้อนั้นจะถูกตัดออกไป หรือปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ เกี่ยวกับรายละเอียดของคำถามให้มีความชัดเจนสามารถสื่อความหมายได้ง่ายจนได้ค่า IOC ระหว่าง 0.80 – 1.00

3. การทดสอบและพัฒนาเครื่องมือโดยการทดลองใช้เครื่องมือแบบประเมินพลังอำนาจในตนเองของผู้สูงวัยกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา จำนวน 30 คนเพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค หรือค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรม SPSS Version 26 ในการคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นโดยให้สัมประสิทธิ์ของครอนบาค วิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) และวิเคราะห์อำนาจจำแนกรายข้อของแบบประเมินด้วยค่าสัมประสิทธิ์ Corrected Item-total Correlation (CITC) ได้ค่าเกินกว่า 0.7 แสดงว่าเครื่องมือที่ใช้มีคุณภาพสามารถนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริงได้

เครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพ

1. แบบสัมภาษณ์เชิงลึกกึ่งมีโครงสร้าง กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเพื่อวิเคราะห์หาความต้องการจำเป็นในการออกแบบชุดกิจกรรม จำนวน 31 รูป/คน ที่อยู่ในชุมชนบ้านนากวาง ได้แก่ ผู้สูงอายุ ผู้นำชุมชน ผู้นำทางจิตวิญญาณ ผู้บริหารท้องถิ่น นักพัฒนาสังคม และผู้สูงอายุต้นแบบ

2. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยการตรวจสอบคุณภาพในด้านของความเที่ยงตรงในเชิงเนื้อหา (Content Validity) นำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถาม (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยค่าดัชนี IOC ที่คำนวณได้แต่ละข้อต้องค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 แสดงถึงคำถามข้อนั้นมีความสอดคล้องกับเนื้อหาในประเด็นที่ต้องการวิจัย หากคำถามข้อใดมีค่าดัชนีต่ำกว่า 0.50 คำถามข้อนั้นจะถูกตัดออกไป หรือปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ เกี่ยวกับรายละเอียดของคำถามให้มีความชัดเจนสามารถสื่อความหมายได้ง่ายจนได้ค่า IOC ระหว่าง 0.80 – 1.00 และยังได้รับการรับรองจริยธรรมมนุษย์ สถาบันวิจัยพุทธศาสตรมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย หมายเลข ว.893/2567

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการสำรวจด้วยแบบวัดพลังในอำนาจในตนเองของผู้สูงอายุในชุมชนบ้านนากวาง สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งมีโครงสร้าง ดำเนินการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ มีขั้นตอนดำเนินการดังนี้

1. ขั้นเตรียมการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ/การสัมภาษณ์ ผู้วิจัยนัดหมายวันเวลาที่จะสัมภาษณ์กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พร้อมส่งหนังสือขอสัมภาษณ์พร้อมคำถามที่จะใช้ในการสัมภาษณ์ ให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ผู้วิจัยเตรียมอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องให้พร้อมก่อนดำเนินการสัมภาษณ์

2. ขั้นดำเนินการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยเริ่มด้วยการแจ้งวัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์ อธิบายเหตุผลและขออนุญาตเครื่องบันทึกภาพและในขณะที่สัมภาษณ์ ขออนุญาตถ่ายภาพเพื่อใช้อ้างอิงในการสัมภาษณ์ รวมทั้ง

แจ้งให้ทราบถึงสิทธิ์ของผู้ให้ข้อมูลตามจริยธรรมการวิจัย โดยให้ทราบว่าข้อมูลต่างๆ ที่บันทึกเสียงไว้ผู้วิจัยจะเก็บไว้เป็นความลับ หากผู้ให้สัมภาษณ์ไม่ประสงค์ที่จะให้บันทึกเสียงช่วงใด ผู้วิจัยก็จะไม่บันทึกเสียงในช่วงนั้น

3. นำข้อมูลที่รวบรวมได้ไปทำการวิเคราะห์เพื่อนำไปสรุป เพื่อตอบผลการศึกษาวัตถุประสงค์การวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลเชิงปริมาณ วิเคราะห์ด้วยสถิติแบบบรรยาย (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าสถิติพื้นฐาน ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และวิเคราะห์ด้วยสถิติอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อวิเคราะห์ผลการทดสอบก่อนและหลังการเข้าร่วมกิจกรรม ได้แก่ สถิติวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย t-test (one-test post-test design) ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive and analytic Study) โดยวิเคราะห์ตามหลักการสร้างข้อสรุปแบบอุปนัยวิธี รวมถึงการใช้หลักการวิเคราะห์ในรูปแบบของ SOAR (Strengths, Opportunities, Aspirations, Results) เพื่อหาจุดแข็ง โอกาส แรงบันดาลใจ และผลลัพธ์ที่ยอดเยี่ยม

2. ข้อมูลเชิงคุณภาพ วิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive and analytic Study) โดยการนำข้อมูลเบื้องต้นมาวิเคราะห์แยกประเภทหาข้อสรุป แล้วเก็บข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อนำมาวิเคราะห์ขั้นสุดท้าย สำหรับการสร้างข้อสรุปต่อไป โดยสรุปผลการวิจัยตามหลักอุปนัยวิธี ผู้วิจัยใช้แนวคิดทฤษฎีและกรอบวิจัยที่เสนอไว้ข้างต้นมาวิเคราะห์ตามหลักการสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย

ผลการวิจัย

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 สภาพบริบท ปัญหา และความต้องการจำเป็นในการเสริมพลังอำนาจในตนเองของผู้สูงอายุในชุมชนบ้านนากวาง จากผลการสัมภาษณ์เชิงลึกผลการวิจัย พบว่า

1. สภาพบริบทและศักยภาพของผู้สูงอายุ *ด้านสุขภาพผู้สูงอายุ*ส่วนใหญ่มีสุขภาพร่างกายที่ยังแข็งแรง แม้จะมีโรคประจำตัวบ้าง แต่ยังสามารถทำงานและทำการเกษตรได้ตามปกติ ส่วน*จุดแข็ง*คือ พวกเขามีองค์ความรู้และประสบการณ์ที่สั่งสมมา เป็นแหล่งความรู้ภูมิปัญญา และเป็นผู้ถ่ายทอดวัฒนธรรมประเพณีที่สำคัญของชุมชน

2. ปัญหาและความท้าทาย *ปัญหาหลัก*คือ ด้านจิตใจ ซึ่งพวกเขารู้สึก เหงา ว้าเหว่ และขาดที่พึ่งทางใจ เนื่องจากลูกหลานส่วนใหญ่ไปทำงานในต่างถิ่น ทำให้ขาดการดูแลอย่างใกล้ชิด และมีความกังวลเกี่ยวกับความเป็นอยู่ของลูกหลาน และ*การรวมกลุ่มที่ไม่เป็นระบบ* ขาดการรวมกลุ่มทำกิจกรรมทางสังคมอื่น ๆ ร่วมกันอย่างเป็นระบบ มีเพียงกิจกรรมด้านศาสนาและงานบุญเท่านั้นที่รวมตัวกันได้ดี

3. ความต้องการจำเป็นในการเสริมพลังอำนาจ *การเสริมสร้างพลังใจและคุณค่า* สิ่งจำเป็นเร่งด่วน คือ การเสริมสร้างพลังใจให้พวกเขารู้สึกว่าตนเองมีคุณค่าและมีความสำคัญต่อชุมชน โดยต้องเปิดโอกาสให้

ผู้สูงอายุมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนเพื่อเป็นกำลังใจและความสุขในการใช้ชีวิต *การส่งเสริมกิจกรรมทางสังคม* ส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มกันอย่างเป็นระบบ จัดกิจกรรมที่หลากหลายและต่อเนื่อง ที่เป็นพื้นที่ให้พบปะสังสรรค์ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ และช่วยเหลือกัน เพื่อลดความเหงาและพัฒนาคุณภาพชีวิต *การดูแลสุขภาพแบบองค์รวม* ให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพกาย เช่น การออกกำลังกาย และสุขภาพจิต เช่น การทำบุญ การพัฒนาทักษะ ควบคู่กันไป

4. กลไกขับเคลื่อนสู่ความยั่งยืน การพัฒนาต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายภาคส่วน (ภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน) โดยมีหน่วยงานหลักคือ วัด, อบต., รพ.สต., กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และ อสม. เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาผู้สูงอายุให้เกิดความยั่งยืนและเหมาะสมกับบริบทของชุมชน

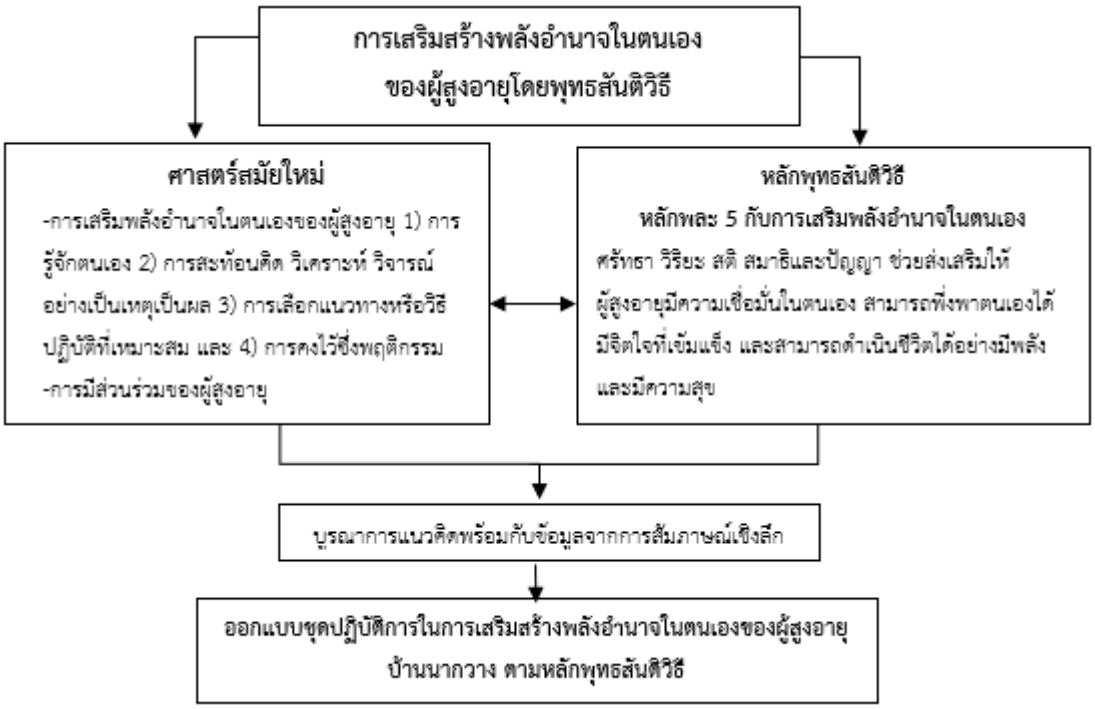
วัตถุประสงค์ที่ 2 การสร้างชุดปฏิบัติการการเสริมสร้างพลังอำนาจในตนเองของผู้สูงอายุในชุมชนบ้านนากวางตามหลักพุทธสันติ โดยชุดปฏิบัติการนี้ออกแบบเพื่อเสริมสร้างพลังอำนาจในตนเองแก่ผู้สูงอายุบ้านนากวาง โดยผสมผสานศาสตร์สมัยใหม่กับหลักพุทธสันติวิธี เน้นหลัก “พละ 5” คือ ศรัทธา วิริยะ สติ สมาธิ ปัญญา เพื่อสร้างความเชื่อมั่น ความเข้มแข็งทางจิตใจ และความสุข

หลักการสำคัญ เน้นให้ผู้สูงอายุ มีส่วนร่วมอย่างแท้จริงผ่านการร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมสะท้อนผล และร่วมรับผลประโยชน์ เพื่อนำไปสู่การรู้จักตนเอง ตระหนักรู้ และเห็นคุณค่าในตนเอง อันเป็นกลไกสำคัญของการมีพลังอำนาจที่ยั่งยืน

ที่มาของข้อมูล ชุดปฏิบัติการนี้ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ ผู้สูงอายุบ้านนากวาง ผู้นำชุมชน ผู้นำท้องถิ่น ผู้นำทางจิตวิญญาณ และนักพัฒนาชุมชน รวม 28 รูป/คน และได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้สูงอายุต้นแบบ ที่ได้รับรางวัลผู้สูงอายุดีเด่นและเป็นแบบอย่างที่ดีในภาคเหนือ จำนวน 3 คน

การนำไปใช้ ชุดปฏิบัติการถูกนำไปจัดกิจกรรมเป็นเวลา 1 วัน ภายใต้ชื่อ *“การเสริมสร้างพลังอำนาจในตนเองของผู้สูงอายุ ตอน เปิดบ้านสร้างสุข ผู้สูงอายุนากวาง”* ณ วัดโพธิ์หย่อน

สรุปกระบวนการสร้างชุดปฏิบัติการการเสริมสร้างพลังอำนาจในตนเองของผู้สูงอายุในชุมชนบ้านนากวาง



วัตถุประสงค์ที่ 3 พัฒนาและนำเสนอผลการเสริมสร้างพลังอำนาจในตนเองของผู้สูงอายุโดยพุทธสันติวิธีของชุมชนบ้านนากวาง โดยการจัดกิจกรรม 1 วัน และหลังจากนั้นมีการติดตามผล สำหรับกิจกรรมที่จัดนั้นมีชื่อว่า **การเสริมสร้างพลังอำนาจในตนเองของผู้สูงอายุ ตอน เปิดบ้านสร้างสุข ผู้สูงอายุนากวาง ในหัวข้อ “พลังใจ พลังชีวิต”** ซึ่งเนื้อหากิจกรรมประกอบด้วย

5 กิจกรรมสร้างพลัง	วัตถุประสงค์ของกิจกรรม
1. รู้จักฉัน รู้จักเธอ กับสามคำจำง่ายๆ	สร้างความสัมพันธ์ที่ดีและเรียนรู้ซึ่งกันและกัน
2. เปิดบ้านสร้างสุขผู้สูงอายุนากวาง	หาคุณค่าแห่งเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ของแต่ละคนสร้างการรวมกลุ่มและสร้างความภาคภูมิใจในตนเอง
3. รวมใจ เพิ่มพลังชีวิต มี 3 ฐานย่อย ได้แก่ 1) สามัคคีรวมใจ 2) เลี้ยงหลานอย่างไรให้ได้ใจลูกหลาน 3) ความสุขกับภาวนา 4 สุขอย่างสมดุล	วิถีแห่งการเพิ่มพลัง เพื่อฝึกให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีส่วนช่วยในการเสนอวิธีในการเพิ่มพลังแห่งชีวิต
4. พลังชีวิต พิชิตสุข	ฝึกฐานกาย ฝึกการหายใจและออกกำลังกายสติเคลื่อนไหว สร้างการมีสติรู้ตัว ด้วยเพลงดั่งดอกไม้บาน
5. ทีมอาสาพาสุข	คัดเลือกแกนนำกลุ่มเพื่อช่วยขับเคลื่อนการจัดการรวมกลุ่มผู้สูงอายุให้ได้ทำกิจกรรมกันอย่างสม่ำเสมอ

ผลการจัดกิจกรรม พบว่า กลุ่มผู้สูงอายุที่เข้าร่วมกิจกรรมมีค่าเฉลี่ยแบบวัดการเสริมพลังอำนาจสูงกว่าก่อนการเข้าร่วมกิจกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ค่า t = 5.63

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยคะแนนการเสริมพลังอำนาจในตนเองของผู้สูงอายุ โดยพุทธสันติวิธี ก่อน-หลังการร่วมกิจกรรม

n = 30

ผลประเมินความสามารถ	ก่อนกิจกรรม		หลังกิจกรรม		t	Sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
เสริมสร้างพลังผู้สูงอายุ	3.52	0.41	3.98	0.52	5.63	.00

* $p < 0.05$

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยคะแนนการเสริมพลังอำนาจในตนเอง แยกรายด้าน ก่อน-หลังการร่วมกิจกรรม

n = 30

ผลประเมินความสามารถ	ก่อนกิจกรรม		หลังกิจกรรม		t	Sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
การตั้งเป้าหมาย	3.55	0.39	4.03	0.60	5.40	.00
การวางแผน	3.39	0.48	3.98	0.57	5.47	.00
ความคิดและการควบคุมตนเอง	3.51	0.54	3.99	0.56	4.85	.00
ความเพียรพยายาม	3.61	0.53	4.00	0.52	3.65	.00

* $p < 0.05$

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ค่าเฉลี่ยคะแนนพลังอำนาจในตนเองของผู้สูงอายุก่อนและหลังเข้าร่วมกิจกรรมเสริมสร้างพลังผู้สูงอายุมีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าเฉลี่ยคะแนนพลังอำนาจในตนเองของผู้สูงอายุสูงหลังการร่วมกิจกรรมสูงกว่าก่อนการร่วมกิจกรรม และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ค่าเฉลี่ยคะแนนวัดพลังอำนาจในตนเองในแต่ละด้านหลังการเข้าร่วมกิจกรรมสูงกว่าก่อนการเข้าร่วมกิจกรรมที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

1. เกิดการรวมกลุ่มของสมาชิกสูงอายุ โดยมีทีมแกนนำ และตั้งชื่อกลุ่มว่า สูงพลังบ้านนากวาง โดยมีผู้บริหารท้องถิ่น ผู้นำชุมชน และอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ช่วยติดตามดูแล

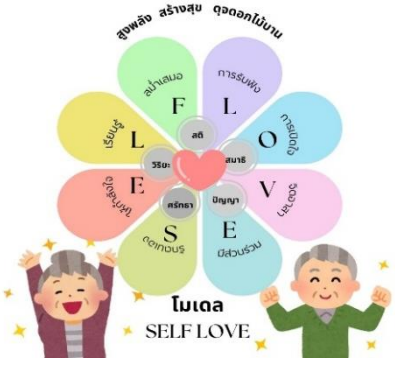
2. เสียงสะท้อนจากผู้เข้าร่วมกิจกรรม และมีเสียงสะท้อนจากผู้นำกลุ่มต่าง ๆ พบว่า การเข้าร่วมกิจกรรมทำให้เกิดความสุข กล้าแสดงออก สามารถถ่ายถอดความรู้ของตนเองให้ผู้อื่นได้ ลดความเครียดคลายเหงา มีความสงบสุขในจิตใจ เกิดความภาคภูมิใจในตนเอง มีจิตใจที่เข้มแข็งขึ้นมีความสัมพันธ์ที่ดีกับคนรอบข้าง รู้สึกมีพลังในตนเองเพิ่มมากขึ้น

จากการสังเกตการณ์ จะเห็นได้ว่าผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความเชื่อมั่นและศรัทธาในตนเอง เห็นคุณค่าในตนเอง **การมีส่วนร่วม** สามารถทำให้ผู้สูงอายุเกิดพลัง เกิดความกระตือรือร้น มีความสนุกสนานเบิกบาน

โดยผลของการเสริมสร้างพลังผู้สูงอายุบ้านนากวางประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากผู้สูงอายุมีการเปลี่ยนแปลงในหลายด้าน ได้แก่ มีความสุข สงบ และมีสติในการใช้ชีวิตประจำวัน พวกเขามีกำลังใจที่ดีขึ้น ร่าเริงแจ่มใส และมีสุขภาพร่างกายและจิตใจที่แข็งแรงขึ้น ผู้สูงอายุยังสามารถจัดการอารมณ์ของตนเองได้ดีขึ้น มีความเครียดและเหงาน้อยลง และมองโลกในแง่ดีขึ้น นอกจากนี้ พวกเขายังมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชนมากขึ้น ได้รับการยอมรับและเชื่อถือจากคนรอบข้าง กล้าแสดงออกและถ่ายทอดความรู้ให้ผู้อื่นได้ ผู้สูงอายุยังรู้สึกว่าตนเองมีคุณค่าและมีบทบาทสำคัญในชุมชน มีจิตใจที่เข้มแข็ง อดทน และมีเมตตา มีความสัมพันธ์ที่ดีกับคนรอบข้าง มีการเรียนรู้และพัฒนาตนเองอยู่เสมอ และจากการทำโครงการนี้ทำให้เกิดโมเดล **“SELF LOVE สูงพลัง สร้างสุข ดุจดอกไม้บาน”**

องค์ความรู้ใหม่

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยและนำมาบูรณาการเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพบริบท และความต้องการจำเป็นของผู้สูงอายุ สรุปออกมาในรูปแบบ Model ที่เรียกว่า **“SELF LOVE สูงพลัง สร้างสุข ดุจดอกไม้บาน”**



ภาพที่ 1 “SELF LOVE สูงพลัง สร้างสุข ดุจดอกไม้บาน”

โมเดล SELF LOVE สูงพลัง สร้างสุข ดุจดอกไม้บาน เป็นแนวทางสำคัญในการเสริมสร้างพลังอำนาจเพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถใช้ชีวิตบั้นปลายได้อย่างมีพลังและความสุข โดยมีองค์ประกอบหลัก 8 ประการที่เชื่อมโยงและส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในด้านต่าง ๆ ดังนี้

องค์ประกอบ	ผลลัพธ์ที่เกิดจากการเพิ่มพลังให้กับผู้สูงอายุ
การเห็นคุณค่าในตนเอง (Self-Esteem)	ผู้สูงอายุเกิดความศรัทธาในตัวเองและเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองรวมถึงภูมิใจในตัวเอง ทำให้กล้าแสดงออก มีความสุขกับการเข้าสังคมมากขึ้น เพราะเห็นคุณค่าในตนเอง
การให้กำลังใจ (Encourage)	การให้กำลังใจทั้งด้านคำพูด การแสดงท่าทาง หรือแม้แต่การกอดทำให้ผู้สูงอายุรู้สึกมีคุณค่า รู้สึกว่ามีคนห่วงใย จึงทำให้มีกำลังใจในการใช้ชีวิตและลดความเครียด-ซึมเศร้า เพราะไม่รู้สึกโดดเดี่ยว
การเรียนรู้ตลอดชีวิต (Learning)	ให้หน่วยงานหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง เข้าไปให้ความรู้ใหม่และผสานกับความรู้เก่าที่ผู้สูงอายุมี แล้วให้ผู้สูงอายุแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันเป็นส่งเสริมให้สุขภาพสมองและจิตใจของผู้สูงอายุดีขึ้น รู้สึกมีชีวิตชีวา ลดความเหงา และเพิ่มปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
ความถี่หรือความสม่ำเสมอในการร่วมกิจกรรม (Frequency)	เมื่อผู้สูงอายุมาร่วมกิจกรรมอย่างสม่ำเสมอช่วยรักษาสุขภาพกายและจิตใจให้คงที่ มีความเบิกบาน เป็นการดุ้นพลังและส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางสังคมอย่างต่อเนื่อง ได้ทั้งสุขภาพที่แข็งแรงและจิตใจที่เบิกบาน
การฟังอย่างลึกซึ้ง (Listening)	การฟังเป็นการฝึกสติ และสร้างปัญญา เพราะเมื่อผู้สูงอายุมีการฟังอย่างลึกซึ้งช่วยให้เข้าใจความคิด ความรู้สึก และสถานการณ์ของตนเองอย่างแท้จริง ทำให้ลดความเครียดมีความสุขขึ้น และยังเข้าใจผู้อื่นมากขึ้น
การเปิดใจ (Open Mind)	เมื่อมีพื้นที่ปลอดภัยให้ผู้สูงอายุ ผู้สูงอายุเกิดความสบายใจและยอมเปิดใจ ทำให้สามารถปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมหรือการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างมีความสุขมีและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น
การเป็นอาสาสมัคร (Volunteer)	การมาร่วมเป็นอาสาสมัครทำงานเพื่อสังคม ทำให้ผู้สูงอายุรู้สึกว่าตนเองมีคุณค่าและมีประโยชน์ต่อสังคม ลดความโดดเดี่ยว และ ส่งเสริมสุขภาพกายและจิตผ่านการช่วยเหลือผู้อื่น
การมีส่วนร่วม (Engagement)	ผู้สูงอายุยิ่งมีส่วนร่วมกับชุมชมมากเท่าใด ยิ่งเป็นการส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีแบบองค์รวม (กาย จิต สังคม) โดยการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ทำให้รู้สึกว่าตนเองมีคุณค่า และรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งชุมชน

ผลสรุปโดยรวมแนวทางการเสริมสร้างพลังอำนาจในตนเองของผู้สูงอายุบ้านนากวาง คือ ชุมชนบ้านนากวาง มีผู้สูงอายุที่มี*สุขภาพแข็งแรง*และสามารถทำงานได้ แม้จะมีโรคประจำตัว แต่กลับประสบปัญหาด้าน*จิตใจ* เช่น *ความเหงา การขาดการดูแล และความกังวลเรื่องลูกหลาน* จุดแข็งของผู้สูงอายุคือ มีองค์ความรู้และประสบการณ์ที่สามารถถ่ายทอดได้ *แนวทางการพัฒนา*จึงควรเน้นที่ *การเสริมสร้างพลังใจและการมีส่วนร่วมในชุมชน* ได้แก่ 1) การส่งเสริมการรวมกลุ่มและจัดกิจกรรมที่หลากหลาย 2) การดูแลสุขภาพทั้งร่างกายและจิตใจ 3) การสร้างพื้นที่พบปะสังสรรค์และช่วยเหลือกัน เพื่อลดความเหงาและสร้างความสุข และ*การพัฒนาต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายภาคส่วน* เช่น วัด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพประจำตำบล และอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน การพัฒนาผู้สูงอายุใช้*แนวคิดทั้งศาสตร์สมัยใหม่และหลักพระพุทธศาสนา โดยเฉพาะหลัก “พละ 5”* ที่ประกอบด้วยศรัทธา วิริยะ สติ สมาธิ ปัญญา เพื่อให้ผู้สูงอายุมีความเชื่อมั่นในตนเอง ภูมิใจในตนเอง เพราะความเชื่อมั่นและความภูมิใจในตนเองนี้จะเป็นตัวนำพาให้ผู้สูงอายุกล้าที่จะออกมาร่วมกิจกรรม เมื่อมาร่วมกิจกรรมสม่ำเสมอทำให้เพิ่มพลังใจและพลังกายไปพร้อมๆกัน เมื่อมีพลังใจพลังกายแล้วก็สามารถดำเนินชีวิตได้อย่างมีความสุข และเมื่อผสานการใช้ *โมเดล “SELF LOVE สูงพลัง สร้างสุข ดุจดอกไม้บาน”* เพื่อส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีพลังใจที่เข้มแข็งและมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

สรุปและอภิปรายผล

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 1 จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปที่รวบรวมจากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า ผู้สูงอายุในชุมชนบ้านนากวางส่วนใหญ่ยังมีสุขภาพแข็งแรง แต่ขาดการดูแลจากลูกหลานที่ไปทำงานต่างเมือง ทำให้เกิดความเหงาและว้าเหว่ ทั้งนี้เพราะว่าพวกเขาต้องการเพื่อนคุย ที่พึ่งทางใจ และกังวลเรื่องลูกหลาน อย่างไรก็ตาม ผู้สูงอายุมีจุดแข็งคือ องค์ความรู้และประสบการณ์ที่สั่งสมมา เป็นแหล่งความรู้และภูมิปัญญาของชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐศิษย์ เดชาพิพัฒน์กุล (2566) ที่ทำวิจัยเรื่อง “การเสริมสร้างพลังอำนาจด้านการสื่อสารของผู้สูงอายุด้วยหลักพละ5” ที่กล่าวถึงการใช้ภูมิปัญญาของตนมาสร้างประโยชน์ต่อตนเองและผู้อื่นจะทำให้ผู้สูงอายุเป็นผู้ทรงคุณค่าและเป็นส่วนหนึ่งในการเสริมสร้างให้สังคมเกิดสันติสุข เป็นการสร้างความเข้มแข็งให้ผู้สูงอายุสามารถรวมตัวกันทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้ดี การพัฒนาผู้สูงอายุควรเริ่มจากการเสริมสร้างพลังใจให้พวกเขารู้สึกมีคุณค่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรพิทักษ์ เห็มบาสัตย์และคณะ (2565) ที่ทำวิจัยเรื่อง “แนวทางการส่งเสริมการสร้างความตระหนักรู้ในคุณค่าของตนเองของผู้สูงอายุในโรงเรียนผู้สูงอายุจังหวัดกาฬสินธุ์” ได้กล่าวไว้ว่า การทำให้ผู้สูงอายุตระหนักรู้ถึงคุณค่าของตนเองมีความสำคัญทั้งมิติสุขภาพทางกาย มิติสุขภาพทางใจและมิติด้านสติปัญญา นอกจากนี้ สิ่งที่ผู้สูงอายุต้องการคือ การเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน ส่งเสริมการรวมกลุ่ม จัดกิจกรรมที่หลากหลาย สนับสนุนการเดินทางและการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร รวมถึงดูแลสุขภาพกายและใจ ซึ่งสอดคล้องกับ

งานวิจัยของ ยมนา ชนะนิล (2563) ที่ทำวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับภาวะพฤฒพลังของผู้สูงอายุในชุมชนจังหวัดอุบลราชธานี” ที่กล่าวว่า ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับภาวะพฤฒพลัง คือความสามารถในการดูแลตนเอง การสนับสนุนทางสังคม และความผาสุกทางจิตวิญญาณของผู้สูงอายุ ช่วยให้ผู้สูงอายุมีศักยภาพและมีภาวะพฤฒพลังเพิ่มขึ้น และผู้สูงอายุยังบอกอีกว่าหากมีการสร้างพื้นที่ให้พบปะสังสรรค์ โดยอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน โดยเฉพาะวัด องค์การบริหารส่วนตำบล โรงเรียน และอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ก็จะยิ่งส่งเสริมพลังใจพลังกายให้กับผู้สูงอายุได้เพิ่มขึ้น

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 2 การสร้างชุดปฏิบัติการการเสริมสร้างพลังอำนาจในตนเองของผู้สูงอายุ โดยการนำหลักพุทธสันติวิธีมาบูรณาการกับศาสตร์สมัยใหม่และจากการลงพื้นที่จัดกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ รวมถึงการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า สามารถส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีความเชื่อมั่นในตนเอง ทั้งนี้เพราะว่าการนำหลักพละ 5 เข้ามาเป็นส่วนสำคัญในการเสริมสร้างพลังอำนาจในตนเองของผู้สูงอายุ ได้มีความเชื่อมั่นศรัทธาในตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชาญเดช จันทร์สงวน (2566) ทำวิจัย เรื่อง “สันตินวัตกรรมการเสริมสร้างศักยภาพผู้สูงอายุให้เป็นผู้นำทางเศรษฐกิจชุมชน” ที่กล่าวไว้ว่า หลักพุทธสันติวิธีที่เอื้อต่อการพัฒนาและนำศักยภาพของผู้สูงอายุให้สามารถเชื่อมั่นในตนเองนั้นคือ หลักพละ 5 ซึ่งช่วยให้ผู้สูงอายุมีพลังในการทำงานเพื่อพัฒนาตนเองและสามารถยกระดับศักยภาพของผู้สูงอายุให้มีคุณค่าต่อตนเอง และสามารถพึ่งพาตนเองได้ มีจิตใจเข้มแข็ง และดำเนินชีวิตอย่างมีความสุข ให้มีการจัดกิจกรรมที่หลากหลายเพื่อส่งเสริมคุณค่าในตนเอง โดยเริ่มจากศรัทธาในตนเอง ทำสิ่งที่รัก ได้ฝึกสติ มีพื้นที่จัดกิจกรรมโดยใช้วัดศูนย์กลางการทำกิจกรรม มีแกนนำผู้สูงอายุร่วมกับหน่วยงานในชุมชนร่วมกันจัดกิจกรรม แนวคิดการมีส่วนร่วมของสูงอายุเป็นกลไกสำคัญในการเสริมพลัง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พระมหาอรุณ ปญฺญารุโณ และคณะ (2563) ที่ทำวิจัยเรื่อง “แนวทางการสร้างเสริมพลังอำนาจผู้สูงอายุโดยใช้วัดเป็นฐานในการดูแลตนเองของผู้สูงอายุในประเทศไทย” ที่กล่าวไว้ว่า การเสริมสร้างพลังอำนาจของผู้สูงอายุนั้น แนวทางที่ควรนำมาใช้ในการเสริมพลังอำนาจคือ การเสริมพลังผู้สูงอายุแบบมีส่วนร่วม โดยเปิดพื้นที่ให้ผู้สูงอายุร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมสะท้อนผล และร่วมรับผลประโยชน์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุบลวรรณา ภวกานันท์ และศรัณย์ กอสนาน (2565) ที่ทำวิจัยเรื่อง “รูปแบบการมีส่วนร่วมในการเสริมสร้างการปรับตัวทางสังคม ของผู้สูงอายุโดยองค์กรเครือข่าย (กิจกรรมที่ 1)” ได้กล่าวไว้ว่า รูปแบบของการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนการปรับตัวทางสังคมผู้สูงอายุควรให้ผู้สูงอายุมีส่วนร่วมในการใช้ประโยชน์หรือรับผลประโยชน์ ทั้งนี้เพราะการจัดกิจกรรมให้ผู้สูงอายุได้รู้จักตนเอง ตระหนักรู้ วิเคราะห์อย่างมีเหตุมีผล เห็นการแก้ปัญหาจากการเปลี่ยนแปลงพัฒนาตนเอง รวมกลุ่มเพื่อให้เกิดพลังเห็นคุณค่าในตนเอง ซึ่งได้รวบรวมจากเสียงสะท้อนของผู้สูงอายุและกลุ่มผู้นำต่าง ๆ ทำให้สามารถรวบรวมข้อมูล แล้วนำมาวิเคราะห์เพื่อนำมาสร้างเป็นเครื่องมือในการจัดกิจกรรม และเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้สูงอายุในหมู่บ้านนากวาง โดยชุดกิจกรรมที่นำมาลงพื้นที่เพื่อเสริมพลังอำนาจในตนเองของ

ผู้สูงอายุในชุมชนบ้านนากวาง คือ “โครงการเสริมพลังอำนาจในตนเองของผู้สูงอายุโดยพุทธสันติวิธี” ตอน เปิดบ้านสร้างสุขผู้สูงอายุนากวางในหัวข้อ “พลังใจ พลังชีวิต”

ผลจากการศึกษาวัตถุประสงค์ที่ 3 การพัฒนาการเสริมสร้างพลังอำนาจในตนเองของผู้สูงอายุ ซึ่งพัฒนาตามรูปแบบ “SELFLOVE สูงพลัง สร้างสุข ดุจดอกไม้บาน” พบว่า ผู้สูงอายุรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง กล้าตัดสินใจ และเชื่อมั่นในตนเองสามารถใช้ชีวิตในบั้นปลายได้อย่างมีความสุข ทั้งนี้เพราะว่า เมื่อผู้สูงอายุเห็นคุณค่าในตนเอง รักตนเอง ทำให้มีความเชื่อมั่นในตนเอง ซึ่งตรงกับแนวคิดการเห็นคุณค่าในตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สำนักงานส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการ 5 จังหวัดขอนแก่น (2565) ที่ได้ทำวิจัยเรื่อง “กระบวนการสร้างคุณค่าในตนเองของผู้สูงอายุภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางสู่การยกระดับชุมชนอย่างบูรณาการในยุค 4.0” ที่ได้นำเสนอผลการวิจัยไว้ว่า การเห็นคุณค่าในตนเองของผู้สูงอายุถือว่าเป็นสิ่งที่สำคัญมากของกระบวนการปรับตัวในทุกช่วงต่อจากนี้ของผู้สูงอายุ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องสุขภาพ บทบาทที่มีต่อเศรษฐกิจ บทบาทที่มีต่อสังคม และบทบาทที่มีต่อวัฒนธรรม และการมีส่วนร่วมที่ได้ทำกิจกรรมร่วมกันบ่อย ๆ เป็นการเสริมพลังให้กับผู้สูงอายุซึ่งได้สอดคล้องกับทฤษฎีการมีส่วนร่วม และสอดคล้องกับ ดาไลลามะที่ 14 และโฮเวิร์ด ซี.คัทเลอร์ (2547) ที่เขียนหนังสือเรื่อง “ศิลปะแห่งความสุข” ได้กล่าวถึงงานวิจัยของ Allan Lukes ซึ่งให้ข้อมูลจากการทดสอบอาสาสมัครหลายพันคนซึ่งอุทิศตนเพื่อช่วยเหลือคนอื่นเป็นประจำ เผยให้เห็นว่ามากกว่า 90% ของอาสาสมัครเหล่านี้รายงานว่ารู้สึก “ปีติสุข” จากการมีส่วนร่วมในกิจกรรม ประกอบด้วยความรู้สึกอบอุ่น มีชีวิตชีวามีพลังกว่าเดิมและมีความสุขกายสบายใจเป็นล้นพ้น นอกจากนี้ ยังรู้สึกถึงความสงบและคุณค่าในตนเองขึ้นมาอย่างเห็นได้ชัด จากการศึกษาวิเคราะห์ สร้างชุดปฏิบัติการ และลงพื้นที่จัดกิจกรรม ดังรายละเอียดที่นำเสนอแสดงให้เห็นถึงความสำเร็จของการเสริมสร้างพลังผู้สูงอายุบ้านนากวางอย่างเป็นรูปธรรม โดยผู้สูงอายุมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้นอย่างชัดเจน เช่น ผู้สูงอายุมีความสุข สนุกสนานเบิกบาน มีกำลังใจที่ดีขึ้น มีความภูมิใจในตนเอง รู้จักอัตลักษณ์ในความเป็นตัวตนของตนเอง มีกำลังใจที่ดี คลายเคลียดคลายเหงา ผู้สูงอายุมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชนมากขึ้น ได้รับการยอมรับและเชื่อถือจากคนรอบข้าง กล้าแสดงออกและถ่ายทอดความรู้ให้ผู้อื่นได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญมาศ ยศเสนา (2559) ที่ทำวิจัยเรื่อง “การเห็นคุณค่าผู้สูงอายุ” ได้รายงานผลการศึกษาไว้ว่า ผู้สูงอายุเป็นบุคคลที่ผ่านการดำเนินชีวิตมาอย่างยาวนาน จึงถือว่าเป็นผู้มีประสบการณ์สามารถถ่ายทอดความรู้ให้คำแนะนำในการดำเนินชีวิตแก่สมาชิกในครอบครัวและเป็นกำลังสำคัญในการดูแลสมาชิกและทรัพย์สินในครอบครัว นอกจากนี้ การเห็นคุณค่าผู้สูงอายุในระดับสังคม นับได้ว่าผู้สูงอายุเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ ภูมิปัญญาจากรุ่นหนึ่งไปอีกรุ่นหนึ่ง ทำให้พวกเขารู้สึกว่าตนเองมีคุณค่าและมีบทบาทสำคัญในชุมชน ส่งผลต่อความสัมพันธ์ที่ดีกับคนรอบข้าง การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้เกิดขึ้นได้จากการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ที่มุ่งเน้นการเสริมสร้างพลังผู้สูงอายุ กิจกรรมเสริมสร้างพลังอำนาจในตนเองของผู้สูงอายุภายใต้รูปแบบ “SELFLOVE สูงพลัง สร้างสุข ดุจดอกไม้บาน” ประกอบด้วยชุดกิจกรรมที่มุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี การค้นหาคุณค่า

และอัตลักษณ์เฉพาะตน เพื่อนำไปสู่การรวมกลุ่มและถ่ายทอดภูมิปัญญา เช่น กิจกรรม “รู้จักฉัน รู้จักเธอ” และ “เปิดบ้านสร้างสุข ผู้สูงอายนากวาง” ส่วนกิจกรรมที่ฝึกทักษะการใช้ชีวิตและการสร้างความสุขอย่างสมดุลในหลายมิติ ทั้งด้านความสามัคคี การสื่อสารในครอบครัว และการดูแลตนเอง คือกิจกรรม “รวมใจเพิ่มพลังชีวิต” รวมถึงการฝึกสติและสมาธิผ่านการเคลื่อนไหวและการภาวนากับกิจกรรม “พลังชีวิต พิชิตสุข” และ เพื่อให้มีเกิดการรวมกลุ่มทำกิจกรรมอย่างต่อเนื่องจึงมี กิจกรรม “ทีมอาสาพาสุข” ซึ่งผลลัพธ์ที่เห็นได้ชัดเจนคือ ผู้สูงอายุมีความสนุกสนานเบิกบาน มีความภูมิใจและคุณค่าในตนเองเพิ่มขึ้น กล้าแสดงออก และมีส่วนร่วมในชุมชนอย่างสม่ำเสมอ ส่งผลให้ชีวิตในบั้นปลายมีความสุขทั้งในระดับบุคคลและสังคม

ดังนั้น จากการวิจัยในครั้งนี้ทำให้เห็นว่า การเสริมสร้างพลังอำนาจในตนเองของผู้สูงอายุนั้น การมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุนั้นสำคัญมาก การได้มาพบ มาทำกิจกรรมร่วมกันอย่างสม่ำเสมอนั้นสามารถสร้างพลังให้กับผู้สูงอายุเป็นอย่างมาก และโดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้หลักพละ 5 ซึ่งประกอบด้วย ศรัทธา วิริยะ สติ สมาธิ ปัญญา ซึ่งธรรมนี้สามารถมาช่วยเสริมพลังอำนาจในตนเองของผู้สูงอายุ ทำให้ผู้สูงอายุเกิดความศรัทธาในตนเองก่อนและมีความเชื่อมั่นในพลังของตนเองว่าสามารถที่จะดูแลตัวเองได้ทั้งร่างกายและมีจิตใจที่เข้มแข็ง เมื่อจิตใจมีความเชื่อและมีความกล้า ย่อมสามารถนำไปสู่พลังที่ทำให้เกิดความมั่นคงภายในตนเอง และยิ่งผู้สูงอายุรวมตัวกันทำกิจกรรมกันอย่างสม่ำเสมอจะยิ่งเสริมพลังอำนาจในตนเองให้ผู้สูงอายุได้ต่อเนื่อง ดังนั้น การเสริมพลังอำนาจให้ผู้สูงอายุจึงเป็นการส่งเสริมการดำเนินเชีวิตที่มีความสุขจากภายในและมีพลังที่เต็มเปี่ยมเป็นผู้สูงอายุที่มีคุณภาพชีวิตที่ดี

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1 จากผลการวิจัยในครั้งนี้พบว่า ความต้องการหลักของผู้สูงอายุคือ การรวมกลุ่มเพื่อทำกิจกรรมสร้างพื้นที่แสดงศักยภาพและพัฒนาทักษะเพื่อเพิ่มคุณภาพชีวิต ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่รับผิดชอบการดูแลผู้สูงอายุ เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น องค์การบริหารส่วนตำบล โรงเรียนผู้สูงอายุ ควรมีนโยบายสนับสนุนการจัดกิจกรรมเพื่อให้ผู้สูงอายุได้มีส่วนร่วม รวมถึงเปิดพื้นที่ให้ผู้สูงอายุได้มาทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อคลายเหงาเพิ่มความสุข และเพื่อแสดงศักยภาพรวมถึงพัฒนาทักษะร่วมกันอย่างสม่ำเสมอ และที่สำคัญควรมีงบประมาณในการสสนับสนุนในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ

1.2 ชุดปฏิบัติการเสริมสร้างพลังอำนาจในตนเองของผู้สูงอายุบ้านนากวางที่ส่งเสริมให้ผู้สูงอายุรักตนเอง เห็นคุณค่าในตนเอง พัฒนาตนเอง และรวมกลุ่มเพื่อสร้างพลังร่วมกัน โดยใช้หลักพละ 5 ได้แก่ ศรัทธา วิริยะ สติ สมาธิ ปัญญา ช่วยให้ผู้สูงอายุมีความเชื่อมั่นในตนเอง มีจิตใจเข้มแข็ง และสามารถดำเนินชีวิตได้อย่างมีพลังและมีความสุข ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่รับผิดชอบการดูแลผู้สูงอายุ เช่น องค์กรปกครองส่วน

ท้องถิ่น องค์การบริหารส่วนตำบล หรือแม้แต่ผู้นำต่างๆ เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน แกนนำหมู่บ้าน ควรร่วมมือกันทุกฝ่าย นำชุดปฏิบัติการนี้ไปเสริมสร้างพลังอำนาจให้กับผู้สูงอายุ และที่สำคัญกิจกรรมนั้นควรเน้นการมีส่วนร่วม การแบ่งปันประสบการณ์และการสอดแทรกหลักธรรมในการดำเนินชีวิต

1.3 ผู้สูงอายุหลังจากที่ได้เข้าร่วมกิจกรรมมีค่าเฉลี่ยคะแนนพลังอำนาจสูงกว่าก่อนการเข้าร่วมกิจกรรม ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่รับผิดชอบการดูแลผู้สูงอายุ เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น องค์การบริหารส่วนตำบล โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพประจำตำบล โรงเรียนผู้สูงอายุ ชมรมผู้สูงอายุ ควรนำผลการวิจัยนี้ไปต่อยอดในกระบวนการเพื่อขยายผลองค์ความรู้ให้กับบุคลากรที่มีบทบาทหน้าที่เกี่ยวกับการพัฒนาผู้สูงอายุไปขยายผลในระดับตำบล และอำเภอ เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงเครือข่ายและเป็นพลังในการขับเคลื่อนการเสริมพลังใจให้ผู้สูงอายุสามารถขยายผลการเสริมสร้างผู้สูงอายุในพื้นที่เป็นชุมชนสูงพลัง

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับประเด็นในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับ

2.1 การมีส่วนร่วม การมีส่วนร่วมแบบไหนบ้างที่ช่วยเสริมสร้างพลังให้กับผู้สูงอายุ และมีวิธีการหรือมีกระบวนการใดบ้างที่จะช่วยส่งเสริมให้ผู้สูงอายุเข้ามามีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง

2.2 การสร้างผู้นำหรือแกนนำกลุ่ม วิธีการสร้างแกนนำกลุ่มที่มีความเข้มแข็ง เพื่อช่วยผลักดันการทำกิจกรรมต่าง ๆ ของผู้สูงอายุให้ดำเนินกิจกรรมได้อย่างสม่ำเสมอต่อเนื่องและยั่งยืน เพราะผู้นำมีส่วนสำคัญในการโน้มน้าวรวมถึงมีผลต่อการตัดสินใจของผู้สูงอายุมาก การมีผู้นำที่เข้มแข็งนับว่าเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ผู้สูงอายุมีพลังใจ เพราะผู้สูงอายุเชื่อว่าการมีผู้นำที่ดีและเก่งจะนำพาให้ชุมชนมีความสุข

2.3 การส่งเสริมความรู้ เป็นการส่งเสริมความรู้ใหม่ ผสานกับความรู้เดิมที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นของผู้สูงอายุที่ควรอนุรักษ์ สืบสาน และต่อยอด หรือแม้กระทั่งนำมาความรู้ใหม่และภูมิปัญญาของผู้สูงอายุที่เขามีความภาคภูมิใจนำมาบูรณาการสร้างเป็นองค์ความรู้ใหม่ที่แสดงความเป็นเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ของชุมชนบ้านนากวาง และก่อให้เกิดรายได้เข้ามาสู่ผู้สูงอายุและชุมชนเป็นการเพิ่มพลังใจ และเพิ่มความสุขให้กับผู้สูงอายุ

บรรณานุกรม

กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2566). *สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ. 2565*. อมรินทร์ คอร์ปอเรชั่นส์.

ขันทอง วัฒนะประดิษฐ์, พระมหานันทวิทย์ แก้วบุตรดี, พระมหาณัฏฐ์ สติเวปุลโล, และชนันภรณ์ อารีกุล. (2565). *การเสริมสร้างพลังเครือข่ายภาคประชาชนเพื่อขับเคลื่อนเมืองพหุวัฒนธรรมแห่งความสุข* [รายงานการวิจัย]. กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.

ชาญเดช จันทร์สงวน. (2566). *สันตินวัตกรรมการเสริมสร้างศักยภาพผู้สูงอายุให้เป็นผู้นำทางเศรษฐกิจชุมชน* [ดุษฎีนิพนธ์ พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย].

ชัชวรวี กลิ่นหอม. (2563). *ความสัมพันธ์ระหว่างการเสริมพลังอำนาจและการเห็นคุณค่าในตนเองของพนักงานในผู้จัดจำหน่ายยานยนต์* [สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ].

ณัฐศิษย์ เดชาพิพัฒน์กุล. (2566). การเสริมพลังอำนาจด้านการสื่อสารของผู้สูงอายุด้วยหลักพละ 5. *วารสารนวัตกรรมการจัดการศึกษาและการวิจัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย*, *5*(5), 1147-1154.

ดาไลลามะที่ 14 และโฮเวิร์ด ซี.คัทเลอร์. (2547). *ศิลปะแห่งความสุข (The Art of Happiness)* (วัชรีวรรณ ชัยวรศิลป์, ผู้แปล). อีเทอร์นัล อิงค์.

เบญจมาศ ยศเสนา. (2559). การเห็นคุณค่าผู้สูงอายุ. *Journal of Community Development Research (Humanities and Social Sciences)*, *9*(1), 1-14.

ปรางค์ทิพย์ อุจรัตน, วัฒนา พันธุ์ศักดิ์, และฉวีวรรณ โพธิ์ศรี. (2557). ผลของโปรแกรมการเสริมสร้างพลังอำนาจต่อการพัฒนาศักยภาพการดูแลตนเองของผู้สูงอายุในชุมชน. *วารสารพยาบาลทหารบก*, *15*(2), 216-224.

ปิติคุณ เสตะปุระ, และณัฐธกูล ไชยสงคราม. (2565). ความชุกและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับภาวะซึมเศร้าของผู้สูงอายุในประเทศไทยปี พ.ศ. 2564. *วารสารศูนย์อนามัยที่ 9*, *16*(3), 1074-1076.

พรพิทักษ์ เห็มบาสัตย์, อ๊อด โนนกระยอม, และพรพิมล พิมพ์แก้ว. (2565). แนวทางการส่งเสริมการสร้างความตระหนักรู้ในคุณค่าของตนเองของผู้สูงอายุในโรงเรียนผู้สูงอายุจังหวัดกาฬสินธุ์. *วารสารด้านการบริหารรัฐกิจและการเมือง*, *12*(1), 1-18.

พระมหาอรุณ ปญฺญารุโณ. (2563). แนวทางการสร้างเสริมพลังอำนาจผู้สูงอายุโดยใช้วัดเป็นฐานในการดูแลตนเองของผู้สูงอายุในประเทศไทย. *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ*, *5*(1), 102-121.

พินิจ ฟ้าอำนวยผล. (2563). *โครงการพัฒนาเครื่องมือประเมินภาวะ Active ageing สำหรับผู้สูงอายุไทย* [รายงานการวิจัย]. มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ.

พูลทรัพย์ อารีกิจ. (2565, 13 กรกฎาคม). *(มอง) บวกกับชีวิตด้วยอุปนิสัยเห็นค่าในตน Self-esteem สร้างง่าย ทำได้ทุกวัน*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. https://www.chula.ac.th/highlight/78536/

ยมนา ชนะนิล. (2563). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับภาวะพฤฒพลังของผู้สูงอายุในชุมชนจังหวัดอุบลราชธานี* [วิทยานิพนธ์พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา].

วรเวศม์ สุวรรณระดา. (2567, 2 กันยายน). *การสร้างคุณภาพชีวิตที่ดียามชราภาพ โดยเน้นผู้สูงวัยเป็นศูนย์กลาง*. สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์. https://www.pier.or.th/abridged/2023/21/.

วิชัย ชูจิต. (2567, 24 กันยายน). *การสร้างพลังชุมชน*. https://www.goto know.org/posts/

สมเด็จพระพุทธโฆษาจารย์ (ป. อ. ปยุตฺโต). (2560). *ถ้าสูงอายุเป็น ก็น่าเป็นผู้สูงอายุ*. วัดญาณเวศกวัน.

สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล. (2566). *ประชากรและสังคม: หลากมิติในหนึ่งชั่วชีวิต*. สำนักพิมพ์ประชากรและสังคม.

สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง. (2568, 8 มีนาคม). *ประชากรรายอายุ*. https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statMONTH/ statmonth/#/displayData.

สำนักงานส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการ 5 จังหวัดขอนแก่น. (2565). *กระบวนการสร้างคุณค่าในตนเองของผู้สูงอายุภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางสู่การยกระดับชุมชนอย่างบูรณาการในยุค 4.0* [เอกสารวิชาการ]. สำนักงานปลัดกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์.

อุบลวรรณา ภวกานันท์, และศรัณย์ กอสนาน. (2565). *รูปแบบการมีส่วนร่วมในการเสริมสร้างการปรับตัวทางสังคมของผู้สูงอายุโดยองค์กรเครือข่าย* [รายงานการวิจัย]. สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ.

Febriana, D. (2011). Empowerment: A concept analysis. *Proceedings of the Annual International Conference Syiah Kuala University*, *1*(1), 176–182.

Hay, L. (2024). *The power of your thoughts: A guided journal for self-empowerment*. Hay House UK.

วารสารวิชาการ วิจัย และนวัตกรรม มสธ. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)
STOU Academic Journal of Research and Innovation (Humanities and Social Science)
ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2568) Vol. 5 No. 2 (July - December 2025)

Received: April 7, 2025
Revised: December 10, 2025
Accepted: December 20, 2025

การส่งเสริมสัมมาชีพของคนรุ่นใหม่ด้วยการเจียระไนนิลโดยพุทธสันติวิธี

Promoting the Livelihood of the New Generation Through Sapphire Cutting by Buddhist Peaceful Means

พระนิโรธ อภิญาโณ (Phra Niroth Aphiyano (Rakphonlamuang))[1]*
ขันทอง วัฒนะประดิษฐ์ (Khantong Wattanapradith)[2]
* Corresponding author Email: 94niroth@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพบริบท ปัญหา ความต้องการจำเป็นและปัจจัยที่ส่งเสริมการสร้างสัมมาชีพด้วยการเจียระไนนิลสู่คนรุ่นใหม่ ตำบลทุ่งสมอ อำเภอพนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี 2) สร้างชุดปฏิบัติการการส่งเสริมสัมมาชีพด้วยการเจียระไนนิลให้กับคนรุ่นใหม่ตามหลักพุทธสันติวิธี และ 3) นำเสนอผลการส่งเสริมสัมมาชีพของคนรุ่นใหม่ด้วยการเจียระไนนิลตามหลักพุทธสันติวิธี ใช้รูปแบบวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมโดยเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 18 คน จัดกิจกรรมเชิงปฏิบัติการด้วยเทคนิค PAOR กับกลุ่มเป้าหมายที่ร่วมกิจกรรม 12 คน โดยใช้เครื่องมือการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม และการสะท้อนความคิด วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัญหาอาชีพเจียระไนนิลลดลงเนื่องจากต้นทุนสูงและราคาต่ำ ตลาดอัญมณีมีการแข่งขันสูงและความต้องการนิลลดลง ส่งผลให้การจ้างงานน้อยลง คนรุ่นใหม่ไม่สนใจอาชีพนี้เพราะไม่ตอบโจทย์และขาดทักษะพื้นฐาน แนวทางแก้ปัญหาคือ การสนับสนุนจากรัฐบาล การรวมกลุ่มนักเจียระไน การนำเสนอรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตรงกับความต้องการตลาดและจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสนใจในอาชีพนี้ 2) การสร้างชุดปฏิบัติการการส่งเสริมสัมมาชีพด้วยการเจียระไนนิลให้กับคนรุ่นใหม่ด้วยพุทธสันติวิธี คือ การสร้างแรงบันดาลใจให้คนรุ่นใหม่สนใจโดยมีการเผยแพร่ความรู้และตัวอย่างความสำเร็จ เปิดโอกาสให้ทดลองปฏิบัติจริง มีการจัดฝึกอบรมจากปราชญ์ท้องถิ่น รวมถึงการสร้างเครือข่ายสนับสนุนด้านการตลาด แหล่งทุน และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัย โดยทั้งหมดสอดคล้องกับหลักพละ 5 และ 3) การพัฒนาอาชีพการเจียระไนนิลสำหรับคนรุ่นใหม่มีการออกแบบกิจกรรมต่าง ๆเพื่อส่งเสริมสัมมาชีพ โดยมีการลงพื้นที่เพื่อ

[1] *มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย (Mahachulalongkornrajvidhayalaya University)*

[2] *มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย (Mahachulalongkornrajvidhayalaya University)*

สำรวจความต้องการและปัญหาของคนรุ่นใหม่ รวมถึงการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาทักษะการเจียระไน ผ่าน 5 กิจกรรม คนรุ่นใหม่ได้เรียนรู้ทักษะการเจียระไนและมีโอกาสสร้างอาชีพในอนาคต พร้อมกับมีการสะท้อนถึงความหวังและแรงบันดาลใจในชุมชนเพื่อการพัฒนาที่ดีขึ้น โมเดลองค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษา คือ 7 ร. เจียระไนนิลสัมมาชีพคนรุ่นใหม่

คำสำคัญ สัมมาชีพ การเจียระไนนิล พุทธสันติวิธี

Abstract

The research article consisted of the following objectives: 1) to examine the context, problems, needs, and factors promoting the development of right livelihoods (Sammāj**ī**va) through jade grinding for the younger generation in Thung Sano Subdistrict, Phanom Thuan District, Kanchanaburi Province; 2) to create an action plan for promoting right livelihoods through jade grinding for the younger generation in Thung Sano Subdistrict, Phanom Thuan District, Kanchanaburi Province, based on Buddhist peaceful means; and 3) to present the outcomes of promoting right livelihoods through jade grinding for the younger generation, based on Buddhist peaceful means. The study employed a participatory action research method, collecting qualitative data through in-depth interviews with 18 key informants. Workshops utilizing the PAOR (Plan-Act-Observe-Reflect) approach were conducted with 12 participants. The study also utilized participatory observation and the AAR (After Action Review) technique for reflective analysis. Qualitative data were analyzed using content analysis.

The research findings showed that: 1) The decline in the jade grinding profession can be attributed to high costs and low prices. The gemstone market is highly competitive, and the demand for jade has decreased, resulting in fewer employment opportunities. The younger generation is not interested in this occupation as it does not meet their needs and lacks sufficient basic skills Proposed solutions involve government support, the establishment of jade grinding groups, and the development of new products that align with market demand. It is also important to organize activities that spark interest in the profession. 2) The development of an action plan to promote right livelihoods through jade grinding for the

younger generation using Buddhist peaceful means involves motivating young people to engage in jade grinding. This includes sharing knowledge, showcasing successful examples, and offering hands-on practice opportunities. Furthermore, training programs with local village scholars are organized, alongside the development of networks to support marketing, funding, and modern product development. This approach is based on the Buddhist principles of Bala (the five powers). 3) The development of jade grinding careers for the younger generation includes designing a variety of activities to promote right livelihoods. Field visits are carried out to assess the needs and challenges faced by the younger generation, and workshops are also organized to enhance jade grinding skills through five key activities. The objective is for the younger generation to acquire jade grinding skills and gain opportunities for future livelihoods, while also fostering hope and inspiration within the community for improved development. A body of knowledge gained from the study is called “7 R Knowledge Model for Jade Grinding Right Livelihoods for the Younger Generation” model.

Keywords: Sammāj**ī**va, Jade Grinding, Buddhist Peaceful Means

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัญหาความยากจนและความเหลื่อมล้ำนับว่าเป็นนโยบายที่รัฐบาลทุกยุคทุกสมัยต่างที่จะหาแนวทางเพื่อลดช่องว่างระหว่างคนรวยกับคนจน โดยการส่งเสริมอาชีพให้กับคนท้องถิ่น เพราะลำพังเพียงผลผลิตจากการเกษตรอาจไม่พอเพียงและไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง เนื่องด้วยความแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศโลกที่เปลี่ยนแปลงไป ปัญหาการส่งเสริมอาชีพเพื่อลดความเหลื่อมล้ำจึงมีความซับซ้อนยิ่งขึ้น นำไปสู่การกำหนดนำไปสู่การกำหนดยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) เพื่อให้ประเทศไทยบรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง ยั่งยืน เป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” โดยมีเป้าหมายการพัฒนาประเทศ คือ “ประเทศชาติมั่นคง ประชาชนมี ความสุข เศรษฐกิจพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สังคมเป็นธรรม ฐานทรัพยากรธรรมชาติยั่งยืน” สำนักงานเลขานุการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ (2564) พบว่า ถ้าเปรียบเทียบกับสากลแล้วประเทศไทยอยู่ในระดับสูง ไม่ว่าจะเป็นความเหลื่อมล้ำในด้านรายได้หรือด้านทรัพย์สิน

การพัฒนาประเทศโดยมุ่งเน้นความเจริญทางเศรษฐกิจ ส่งผลให้แรงงานหนุ่มสาวละทิ้งท้องถิ่นบ้านเกิดมุ่งมางานทำในเมือง จึงส่งผลให้อาชีพที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นหลายอาชีพค่อย ๆ สูญหายไปหรือลดน้อยถอยลงด้วยขาดฝีมือแรงงาน ที่ต้องอาศัยการถ่ายทอดและพัฒนารวมถึงใจที่รักในการทำงาน แต่ใน

ขณะเดียวกันรายได้อาจไม่ตอบโจทย์คนรุ่นใหม่ที่เน้นการหางานสบายแต่ให้ผลตอบแทนสูงโดยไม่ได้มองในมุมกลับกันว่ารายจ่ายในการดำเนินชีวิตของคนเมืองย่อมสูงตามด้วย เมื่อเผชิญกับภาวะเศรษฐกิจที่ผันผวนโดยมีสถานการณ์วิกฤตจากโรคโควิด 19 ส่งผลให้เกิดการว่างงานสูง ผลที่เกิดขึ้นทำให้เกิดปรากฏการณ์การกลับคืนถิ่นภูมิลำเนาเดิมเพราะรายได้ที่ลดและไม่พอเพียงกับค่าใช้จ่ายที่สูงในสังคมเมือง การกลับคืนถิ่นฐานหลายคนสามารถพลิกเป็นโอกาสในการสร้างอาชีพใหม่ให้กับท้องถิ่นบ้านเกิด แต่ในขณะเดียวกันบางท้องถิ่นไม่สามารถหาสร้างอาชีพหรือรายได้เสริมได้ แม้จะมีต้นทุนของภูมิปัญญาท้องถิ่น ในเดือนมีนาคม 2567 ที่ผ่านมาพบว่ามีจำนวนผู้ว่างงานทั้งสิ้น 3.97 แสนคน คิดเป็นอัตราการว่างงาน ร้อยละ 1.0 เมื่อเปรียบเทียบกับเดือนกุมภาพันธ์ 2567 จำนวนผู้ว่างงาน 0.02 แสนคน โดยเพศหญิงมีอัตราว่างงานมากกว่าเพศชาย และยังพบอีกว่า เยาวชน (อายุ 15-24 ปี) มีอัตราการว่างงานคือ ร้อยละ 5.2 เป็นร้อยละ 5.7 สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2567) กล่าวได้ว่า แนวโน้มการว่างงานเป็นปัญหาที่ทุกฝ่ายควรร่วมแก้ไขโดยเฉพาะอย่างยิ่งคนรุ่นใหม่

สาเหตุที่คนรุ่นใหม่ไม่สามารถหางานทำได้เนื่องด้วยการมีประสบการณ์น้อย ทำให้ไม่สามารถเข้าถึงอาชีพ เพราะบางอาชีพนั้นต้องการความชำนาญ ทักษะเฉพาะของงานนั้นๆ มีบางอาชีพที่ต้องใช้ระยะเวลาในการฝึกและเรียนรู้งาน แม้ว่าในปัจจุบันทุกภาคส่วนทั้งภาคเอกชน ประชา สังคม ชุมชนท้องถิ่น ก็มาร่วมกันขับเคลื่อน สนับสนุนการรวมตัวกันของประชาชนในการการร่วมคิด ร่วมทำเพื่อส่วนรวม เพื่อทำกิจกรรมต่าง ๆ การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการตนเองและเตรียมความพร้อมของประชากรไทยให้เป็นประชากรที่มีคุณภาพ สามารถพึ่งพาตนเองและทำประโยชน์แก่ครอบครอบครัว ชุมชน และสังคมให้นานที่สุด (สำนักงานเลขานุการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ, 2562) สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) กระทรวงมหาดไทยได้นำ แนวคิดเรื่องสัมมาชีพชุมชน กล่าวคือ อาชีพที่ไม่เบียดเบียนตนเอง ไม่เบียดเบียนผู้อื่น ไม่เบียดเบียนสิ่งแวดล้อม และมีรายได้มากกว่ารายจ่าย เป็นความพยายามที่จะปรับจากการทำมาหากินเป็นทำมาค้าขาย โดยไม่ได้เอากำไรสูงสุดเป็นตัวตั้ง หรือเป็นเป้าหมายสุดท้าย และต้องคำนึงถึงความเป็นธรรมทางสังคม กล่าวคือ ความสุขของตนและคนทำงาน รวมถึงประโยชน์ของผู้บริโภค และผู้รับบริการเป็นหลักเป็นการส่งเสริมวิถีพอเพียงโดยมีเป้าหมายการพัฒนาอาชีพและมีรายได้ของประชาชนหมู่บ้านไทยโดยให้ชาวบ้านสอนชาวบ้านทำสิ่งที่เขาอยากทำ ฝึกปฏิบัติจริงให้สามารถนำไปเป็นอาชีพได้ (กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย, 2559)

โดยกระบวนการในการส่งเสริมสัมมาชีพด้วยการให้ชาวบ้านร่วมกันค้นหาสิ่งที่อยากทำหรือสิ่งที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีนำมาพัฒนาร่วมกันเป็นกลุ่มอาชีพ ที่ได้รับการส่งเสริมความรู้จากปราชญ์ชาวบ้านวิทยากร และผ่านการลงมือปฏิบัติ เป้าหมาย คือ อาชีพที่ก่อรายได้ในการเลี้ยงชีพตนได้อย่างมีความสุข ไม่เบียดเบียนและคำนึงถึงส่วนรวมเป็นสำคัญ สอดรับกับหลักธรรมในทางพระพุทธศาสนาคือ สัมมาอาชีวะที่กล่าวถึง งานภายนอกและงานภายใน ภายนอกคือ การหาเลี้ยงชีพที่สุจริต ภายในคือ ความอิสระจากโลภ โกรธ หลง ซึ่งนำไปสู่ความเสื่อม (พระมหาทนงศักดิ์ ธีรสกฺโก (ตาดี), 2564) ทั้งนี้การเสริมสร้างสัมมาชีพใน

ชุมชนจะประสบความสำเร็จได้นั้น นอกจากมีปราชญ์ชุมชนที่พร้อมจะถ่ายทอดความรู้ การมีผู้นำชุมชนหรือท้องถิ่นให้การสนับสนุน และการมีกิจกรรมเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ รู้วิธีการถ่ายทอดการสื่อสารเพื่อกระตุ้นและสร้างความตระหนักในการทำสัมมาชีพชุมชน ในการสร้างรายได้ เพิ่มมูลค่าความสำคัญของอาชีพท้องถิ่นที่สามารถสร้างความมั่นคง อยู่เย็น เป็นสุขได้อย่างยั่งยืน โดยอาศัยกระบวนการทำงานแบบมีส่วนร่วมและเน้นการสร้างความรู้ผ่านการปฏิบัติการจริง การทำงานเป็นทีม และการจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (ชบาไพร ชัยหาเนตร์ และภักดี โพธิ์สิงห์, 2562) นอกจากนี้ การสร้างพลังแห่งการเรียนรู้เพื่อการพัฒนาและสร้างการเปลี่ยนแปลงจะเป็นตัวผลักดันให้เกิดผลสำเร็จในการดำเนินงาน ซึ่งสอดคล้องกับ พละ 5 แปลว่า ธรรมอันเป็นกำลัง 5 ประการ เป็นหลักธรรมที่ส่งเสริมการพัฒนาให้ได้รับผลเต็มที่ เป็นกำลังที่ทำให้ตนประกอบกิจได้ประสบความสำเร็จ (พระเทพวัชรเมธี และคณะ, 2563)

จังหวัดกาญจนบุรี ประชาชนประกอบอาชีพการเกษตร ค้าขายและทำเหมืองแร่ มีธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ มีป่าไผ่ ภูเขาลำน้ำ ใต้ดินมีแร่ธาตุหลายชนิดและยังมีความอุดมสมบูรณ์อยู่ มีพลอยอีกจำนวนมากที่อยู่ใต้ดิน และยังมีเหมืองแร่อีกหลายเหมือง ในอดีตมีอาชีพเสริมของท้องถิ่นด้วยการเจียระไนพลอยนิล ทำให้ชาวบ้านมีงานทำจนพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมพลอย โดยเฉพาะพื้นที่ตำบลทุ่งสมอ อำเภอพนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี แต่ปัจจุบันพบว่า ภูมิปัญญาของอาชีพท้องถิ่นนับวันจะเลือนหายไปและขาดการสืบทอด ฟื้นฟูให้อาชีพสามารถพัฒนาเป็นแรงงานทักษะฝีมือชั้นสูง หากสามารถส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่ได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ เริ่มจากการทำเป็นอาชีพรอง และเมื่อมีความเพียรอย่างต่อเนื่องและฝึกอย่างเป็นระบบก็สามารถกลายเป็นอาชีพหลักที่สร้างรายได้ดูแลตนเองและครอบครัวกลายเป็นอาชีพที่ยั่งยืน และยังส่งต่อภูมิปัญญาและอาชีพที่มั่นคงนี้ไปยังลูกหลานรุ่นต่อไปได้ สอดคล้องกับข้อเสนอแนะของ สานิตย์ หนูนิล (2563) กล่าวว่าควรส่งเสริมและยกระดับคุณภาพชีวิตทั้งในด้านการศึกษาและการประกอบอาชีพให้กับคนรุ่นใหม่ในสังคมชนบทไทยโดยสนับสนุนการจัดการศึกษาและให้โอกาสทางการศึกษาแก่เยาวชนอย่างเต็มที่ พร้อมทั้งจัดสรรอาชีพที่เหมาะสมและสร้างสภาพแวดล้อมที่ทันสมัยภายใต้อัตลักษณ์ความเป็นท้องถิ่นนั้น ๆ เพื่อรองรับและดึงดูดให้คนรุ่นใหม่ที่มีศักยภาพได้ทำงานในท้องถิ่น สามารถพึ่งพาตนเองได้ และมีองค์ความรู้เพียงพอในการสร้างรายได้ให้แก่ตนเอง สามารถดูแลครอบครัว และเป็นพลังหนุนเสริมความเจริญให้กับเศรษฐกิจของชุมชน รวมถึงการสร้างการมีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือกลุ่มองค์กรในชุมชน

ทั้งนี้ผู้วิจัยเห็นว่า การส่งเสริมสัมมาชีพของคนรุ่นใหม่ด้วยการเจียระไนนิล จะเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่จะได้สืบสานอาชีพดั้งเดิมอันทรงคุณค่าให้กับคนรุ่นใหม่ได้มีโอกาสสร้างอาชีพสร้างรายได้ให้กับตนเองและครอบครัว โดยอาชีพการเจียระไนนิลกาฬนี้เป็นอาชีพดั้งเดิมที่มีมาแต่สมัยรัชกาลที่ 5 กล่าวได้ว่าในสมัยโบราณหมู่บ้านบ่อพลอยได้พบนิลกาฬและหินสีต่างอยู่เกลื่อนกลาดตามลำห้วยและตามลาดเนินผา ซึ่งนักล่าสัตว์และนักล่าของป่ารวมทั้งชาวบ้านที่ได้พบเห็นจนเป็นที่ทราบแน่ชัดว่าหินสีที่เห็นนั้นคือ พลอย (ศูนย์ข้อมูลกลางทางวัฒนธรรม, 2564) ด้วยทรัพยากรที่มีคุณค่าและมีปริมาณมากจึงอยากให้คนรุ่นหลังได้มาศึกษาเรียนรู้และ

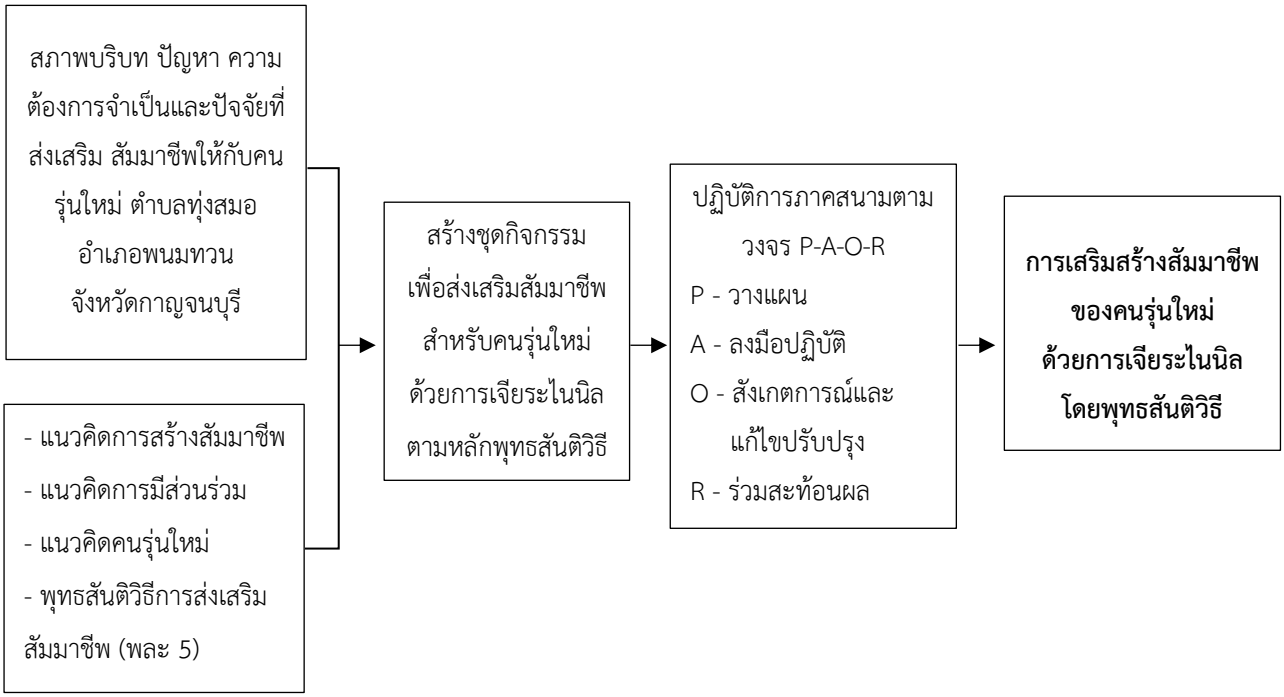
พัฒนา โดยผู้วิจัยเห็นว่า เริ่มต้นด้วยการพัฒนาทักษะการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับปราชญ์ชุมชนด้านอาชีพ จากนั้นปราชญ์ชุมชนกลับไปสร้างทีมและจัดการฝึกอบรมอาชีพให้กับครัวเรือนที่ต้องการฝึกอาชีพในหมู่บ้านติดตาม และสนับสนุนอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ครัวเรือนที่เข้ารับการฝึกอาชีพสามารถปฏิบัติอาชีพได้จริง จนพัฒนาเป็นอาชีพที่สร้างรายได้ให้กับครัวเรือนได้อย่างมั่นคง และการทำงานนั้นหากเรามีความศรัทธาเชื่อมั่นในอาชีพที่เราทำอยู่ว่าสามารถดูแลตัวเองได้พลังในการทำต่อเนื่องด้วยการมีสมาธิ และสติ ก็สามารถก่อเกิดปัญญาในสร้างอาชีพและดำเนินชีวิตได้อย่างมั่นคง

ผู้วิจัยในฐานะอดีตผู้ประกอบอาชีพธุรกิจการเจียระไนพลอยนิล ได้ตระหนักถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นหากไม่มีคนรุ่นใหม่มาเรียนรู้และพัฒนาองค์ความรู้ที่มีคุณค่านี้วันหนึ่งอาชีพนี้ก็จะหายไปจากเมืองนี้ คนรุ่นใหม่อาจออกจากบ้านอีกครั้งเพื่อไปหางานทำต่างเมือง ความใกล้ชิดของคนในครอบครัวนับวันก็จะห่างกันไปการมีอาชีพที่สามารถดูแลครอบครัวได้ ได้อยู่ใกล้ชิดครอบครัวได้ร่วมกันสร้างและส่งเสริมอาชีพในชุมชน ก็จะสามารถช่วยยกระดับของเศรษฐกิจในชุมชนมีเงินเข้ามาหมุนเวียนในชุมชนก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ได้สร้างความสุขมวลรวมให้กับชุมชน และยิ่งได้หลักพละ 5 มาช่วยก็จะทำให้เกิดความภูมิใจในตนเองว่า ตนเองนั้นเมื่อมีความศรัทธาต่อสิ่งใดแล้วและทำอย่างต่อเนื่องย่อมสามารถทำกิจนั้นให้สำเร็จได้ และผู้วิจัยคาดหวังว่าคนในชุมชน ตำบลบ่อพลอย อำเภอบ่อพลอย จังหวัดกาญจนบุรี เมื่อดำรงชีพตามหลักพุทธสันติวิธี ในอาชีพการเจียระไนพลอยนิลกาฬ ก็สามารถพาตนเอง พาครอบครัวเกิดความสงบสุข เกิดอาชีพที่อย่างยั่งยืน เมื่อรักษาอาชีพไว้ได้ก็สามารถขยายผลไปยังครัวเรือนอื่นที่สนใจได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพบริบท ปัญหา ความต้องการจำเป็นและปัจจัยที่ส่งเสริมการสร้างสัมมาชีพด้วยการเจียระไนนิลสู่คนรุ่นใหม่ ตำบลทุ่งสมอ อำเภอพนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี
2. เพื่อสร้างชุดปฏิบัติการการส่งเสริมสัมมาชีพด้วยการเจียระไนนิลให้กับคนรุ่นใหม่ตำบลทุ่งสมอ อำเภอพนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี ตามหลักพุทธสันติวิธี
3. เพื่อนำเสนอผลการส่งเสริมสัมมาชีพของคนรุ่นใหม่ด้วยการเจียระไนนิลตามหลักพุทธสันติวิธี

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) โดยเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) และมีการจัดกิจกรรมเชิงปฏิบัติการด้วยเทคนิค PAOR (Plan-Act-Observe-Reflect) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Design) โดยมีวิธีการดังนี้

ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและครบถ้วน โดยเป้าหมายคือ กลุ่มประชากรคนรุ่นใหม่ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2523 ถึงปี พ.ศ. 2540 ในตำบลพนมทวน อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี โดยแบ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งมีโครงสร้าง เพื่อค้นหาปัญหา ความต้องการจำเป็น และแนวทางที่นำมาใช้ในการออกแบบชุดปฏิบัติการส่งเสริมสัมมาชีพด้วยการเจียระไนนิลสู่คนรุ่นใหม่ ผู้วิจัยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม รวมทั้งสิ้น 18 คน ดังนี้

1) กลุ่มคนรุ่นใหม่ คือ ผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2523 ถึงปี พ.ศ. 2540 จำนวน 10 คน

2) กลุ่มปราชญ์ชาวบ้านที่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการเจียระไนนิลมามากกว่า 30 ปี ผู้นำท้องถิ่น และผู้ประกอบธุรกิจพลอย จำนวน 5 คน

3) กลุ่มหน่วยงานภาครัฐที่ส่งเสริมอาชีพท้องถิ่น จำนวน 3 คน

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพคือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกกึ่งมีโครงสร้าง โดยมีรายละเอียดการสร้างและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ดังนี้

1) สร้างคำถามปลายเปิดแบบกึ่งมีโครงสร้างโดยกำหนดตัวอย่างแนวคำถามให้สอดรับกับวัตถุประสงค์การวิจัย

2) การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยการตรวจสอบคุณภาพในด้านของความเที่ยงตรงในเชิงเนื้อหา (Content Validity) นำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถาม (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยค่าดัชนี IOC ที่คำนวณได้แต่ละข้อต้องค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 แสดงถึงคำถามข้อนั้นมีความสอดคล้องกับเนื้อหาในประเด็นที่ต้องการวิจัย หากคำถามข้อใดมีค่าดัชนีต่ำกว่า 0.50 คำถามข้อนั้นจะถูกตัดออกไป หรือปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับรายละเอียดของคำถามให้มีความชัดเจนสามารถสื่อความหมายได้ง่ายจนได้ค่า IOC ระหว่าง 0.50 - 1.00 และยังได้รับการรับรองจริยธรรมมนุษย์ สถาบันวิจัยพุทธศาสตรมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย หมายเลข ว.888/2567

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งมีโครงสร้างโดยดำเนินการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีขั้นตอนดำเนินการ ดังนี้

1) ขั้นเตรียมการเก็บข้อมูล การสัมภาษณ์ ผู้วิจัยนัดหมายวันเวลาที่จะสัมภาษณ์กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พร้อมส่งหนังสือขอสัมภาษณ์พร้อมคำถามที่จะใช้ในการสัมภาษณ์ ให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ผู้วิจัยเตรียมอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง ให้พร้อมก่อนดำเนินการสัมภาษณ์

2) ขั้นดำเนินการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยเริ่มด้วยการแจ้งวัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์ อธิบายเหตุผลและขออนุญาตเครื่องบันทึกภาพและในขณะที่สัมภาษณ์ ขออนุญาตถ่ายภาพเพื่อใช้อ้างอิงในการสัมภาษณ์ รวมทั้งแจ้งให้ทราบสิทธิ์ของผู้ให้ข้อมูลตามจริยธรรมการวิจัย โดยให้ทราบว่าข้อมูลต่าง ๆ ที่บันทึกเสียงไว้ผู้วิจัยจะเก็บไว้เป็นความลับ หากผู้ให้สัมภาษณ์ไม่ประสงค์ที่จะให้บันทึกเสียงช่วงใด ผู้วิจัยก็จะไม่บันทึกเสียงในช่วงนั้น

3) นำข้อมูลที่รวบรวมได้ไปทำการวิเคราะห์เพื่อนำไปสรุป เพื่อตอบผลการศึกษาวัตถุประสงค์การวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลเชิงคุณภาพ ด้วยการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive and analytic Study) โดยการนำข้อมูลเบื้องต้นมาวิเคราะห์แยกประเภทหาข้อสรุป แล้วเก็บข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อนำมาวิเคราะห์ขั้นสุดท้าย สำหรับการสร้างข้อสรุปต่อไป สรุปผลการวิจัยตามหลักอุปนัยวิธี ผู้วิจัยใช้แนวคิดทฤษฎีและกรอบวิจัยมาวิเคราะห์ตามหลักการสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย

ขั้นตอนการวิจัยตามหลัก บันได 9 ขั้น

บันไดขั้นที่ 1 ศึกษาวิเคราะห์สภาพบริบท ปัญหาและความต้องการต้องการจำเป็นในการส่งเสริมสัมมาชีพของคนรุ่นใหม่ ตำบลทุ่งสมอ อำเภอพนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี

บันไดขั้นที่ 2-3 ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์สังเคราะห์ข้อมูลเชิงเอกสารที่ได้จากการวิเคราะห์แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสัมมาชีพของคนรุ่นใหม่ เช่น แนวคิดการสร้างสัมมาชีพ แนวคิดการมีส่วนร่วม แนวคิดคนรุ่นใหม่ และพุทธสันติวิธีการส่งเสริมสัมมาชีพคือ หลักพละ 5 แล้วนำมาวิเคราะห์แยกแยะประเด็นเพื่อหาความสอดคล้อง เพื่อเป็นแนวทางในการนำไปใช้ในการส่งเสริมสัมมาชีพให้กับคนรุ่นใหม่

บันไดขั้นที่ 4 การบูรณาการศาสตร์สมัยใหม่ และหลักพุทธสันติวิธีเพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดในการส่งเสริมสัมมาชีพด้วยการเจียระไนนิลให้กับคนรุ่นใหม่ ตำบลทุ่งสมอ อำเภอพนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี โดยผู้วิจัยได้ร่างกรอบแนวคิดที่สำคัญจำเป็นและสอดรับกับบริบทของคนรุ่นใหม่ตำบลท่าสมอ

บันไดขั้นที่ 5 สร้างชุดปฏิบัติการที่จะนำไปใช้ในการส่งเสริมสัมมาชีพของคนรุ่นใหม่ โดยขั้นตอนนี้เป็นร่างชุดปฏิบัติการกิจกรรมส่งเสริมสัมมาชีพของคนรุ่นใหม่ ตำบลทุ่งสมอ อำเภอพนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี โดยผู้วิจัยได้นำผลการศึกษาจากบันไดขั้นที่ 4 คือ บูรณาการแนวคิดศาสตร์สมัยใหม่กับหลักพุทธสันติวิธีที่เอื้อต่อการส่งเสริมสัมมาชีพของคนรุ่นใหม่ ประกอบกับการนำข้อมูลที่ได้จากการถอดบทเรียนคนรุ่นใหม่ และการวิเคราะห์ความต้องการจำเป็นของคนรุ่นใหม่ ได้ร่างชุดปฏิบัติการในการลงพื้นที่ตำบลทุ่งสมอ อำเภอพนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี เพื่อการส่งเสริมสัมมาชีพของคนรุ่นใหม่ และเครื่องมือที่ใช้ในการประเมินผลติดตาม ในระหว่างดำเนินการจนถึงสิ้นสุดกิจกรรม และติดตามผลเพื่อให้เกิดความยั่งยืน

บันไดขั้นที่ 6 การลงพื้นที่ปฏิบัติเพื่อการส่งเสริมสัมมาชีพของคนรุ่นใหม่ ตำบลทุ่งสมอ อำเภอพนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี โดยมีขั้นตอน ดังนี้

1) กำหนดกลุ่มกลุ่มเป้าหมายและคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายที่ร่วมกิจกรรม ประกอบด้วย คนรุ่นใหม่เจนเนอเรชันวาย ตำบลทุ่งสมอ อำเภอพนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี โดยการคัดเลือกแบบเจาะจง จำนวน 7 คน และปราชญ์สัมมาชีพ จำนวน 5 คน รวมทั้งสิ้น 12 คน

2) เป็นขั้นตอนที่นำชุดปฏิบัติการจากขั้นตอนที่ 5 ลงสู่กลุ่มเป้าหมายตามแผนปฏิบัติการที่ร่างไว้ลงพื้นปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมตามวงจร P-A-O-R

บันไดขั้นที่ 7 ประเมินผลกระทบจากการดำเนินการพัฒนาการส่งเสริมสัมมาชีพของคนรุ่นใหม่ ตำบลทุ่งสมอ อำเภอพนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี โดยการประเมินจากผู้ให้จากผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรม ที่มีทั้งคนรุ่นใหม่ปราชญ์สัมมาชีพชุมชน ผู้นำชุมชน จิตอาสา ผู้ใหญ่บ้าน เครือข่ายที่เข้าร่วม ฟังเสียงสะท้อนจากการทำ AAR เมื่อจบกิจกรรมและการสนทนากลุ่มเฉพาะ โดยใช้การถอดบทเรียน ประกอบกับการสังเกตการณ์ของผู้วิจัย ที่มีการสังเกตการณ์ก่อนดำเนินกิจกรรม ระหว่างดำเนินกิจกรรม และหลังดำเนินกิจกรรม นำข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกและตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) คือ การตรวจทานด้วยข้อมูล ตรวจทาน

ด้วยแหล่งผู้ให้ข้อมูล และตรวจทานด้วยวิธีการเก็บข้อมูล นำสรุปผลการวิจัยโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) และรายงานผลสรุปผลการวิจัยตอบวัตถุประสงค์การวิจัย และเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดมาจัดหมวดหมู่ แยกแยะวิเคราะห์ประเด็น

บันไดขั้นที่ 8 เป็นขั้นตอนนำเสนอองค์ความรู้ที่ผู้วิจัยพบในกระบวนการศึกษา เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมสัมมาชีพของคนรุ่นใหม่ตามหลักพุทธสันติวิธีต่อไป โดยผู้วิจัยร่างองค์ความรู้จากการวิจัย นำปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาและนำเสนอความรู้คืนกลับให้กลุ่มเป้าหมายเพื่อยืนยันองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย โดยการสนทนากลุ่มแบบไม่เป็นทางการ

บันไดขั้นที่ 9 กระบวนการติดตาม รักษา และพัฒนาต่อยอดให้การพัฒนา ในพื้นที่เป้าหมายให้มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนต่อไป เป็นขั้นตอนผลิดอกออกผล และเบิกบานที่เกิดขึ้นจากการวิจัย โดยการติดตามการทำงานของคนรุ่นใหม่ ผู้ที่ได้เข้าร่วมกิจกรรม กรรมการของหมู่บ้าน และประชาชนที่อาศัยอยู่ในทุ่งสมอ จังหวัดกาญจนบุรี

ผลการวิจัย

จากผลการวิจัยการส่งเสริมสัมมาชีพของคนรุ่นใหม่ด้วยการเจียระไนนิลโดยพุทธสันติวิธีผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาสภาพบริบท ปัญหา ความต้องการจำเป็นและปัจจัยที่ส่งเสริมการสร้างสัมมาชีพด้วยการเจียระไนนิลสู่คนรุ่นใหม่ ตำบลทุ่งสมอ อำเภอพนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี

จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจุบันกลุ่มอาชีพเจียระไนนิลยังคงดำเนินการอย่างต่อเนื่องและได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ทำให้สร้างรายได้และชื่อเสียงให้กับชุมชน การถ่ายทอดอาชีพจากรุ่นสู่รุ่นยังคงมีอยู่ **ปัญหาการสานต่ออาชีพเจียระไนนิล** พบว่า อาชีพทำนิลในปัจจุบันมีแนวโน้มลดลง เนื่องจากต้นทุนการผลิตสูงและราคานิลที่เจียระไนต่ำลง ทำให้ผู้ประกอบการหันไปทำพลอยแทน นอกจากนี้ ตลาดอัญมณีมีการแข่งขันสูงและผู้ประกอบการที่ค้าขายนิลมักขาดประสบการณ์ ขณะที่ความต้องการนิลลดลงจากสภาพเศรษฐกิจที่ฝืดเคือง ส่งผลให้การจ้างงานน้อยลงและค่านิยมลดลง รวมถึงวัตถุดิบคุณภาพต่ำ เครื่องมือเทคโนโลยีล้าสมัย และปัญหาในการเข้าถึงเงินสนับสนุนและร้านค้ารองรับสินค้า ทำให้การเจียระไนเป็นเรื่องยากและมีคนทำงานน้อยลงในอาชีพนี้ **สภาพปัญหาคุณรุ่นใหม่กับการสานต่ออาชีพเจียระไนนิล** พบว่า คนรุ่นใหม่ในชุมชนมีความสนใจในอาชีพเจียระไนนิลน้อย เนื่องจากอาชีพนี้ไม่แพร่หลายและไม่ตอบโจทย์ความต้องการของพวกเขา แม้จะเห็นพ่อแม่ทำงานนี้มานาน แต่คนรุ่นใหม่กลับไม่ให้ความร่วมมือและไม่สนใจทำอาชีพนี้ ซึ่งต้องการความรักและความอดทนสูงในการทำงาน เนื่องจากมีอุปสรรคหลายอย่าง เช่น ขาดทักษะพื้นฐานและอุปกรณ์ที่ไม่เอื้ออำนวย นอกจากนี้ คนรุ่นใหม่มักมุ่งหวังไปในทางสังคมออนไลน์มากกว่าการพัฒนาอาชีพดั้งเดิม และผู้ที่ไม่ได้รับการศึกษามักจะทำงานรับจ้างทั่วไป **แนวทางในการแก้ปัญหาหรือส่งเสริมอาชีพเจียระไน** พบว่า

การแก้ปัญหาการผลิตนิลต้องอาศัยความร่วมมือจากกลุ่มนักเจียระไนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในเศรษฐกิจ โดยต้องมีการสนับสนุนจากรัฐบาลและการจัดตั้งกลุ่มที่มีกรรมการเพื่อช่วยแก้ปัญหา นอกจากนี้ ยังควรมีการนำเสนอองค์ความรู้ใหม่ ๆ ที่ตรงกับความต้องการของตลาด และต้องมีการรวมตัวของคนในชุมชน รวมถึงผู้นำชุมชนและหน่วยงานราชการที่สนใจเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา **ความคาดหวังเกี่ยวกับการเจียระไนนิล** ต้องการให้มีความหลากหลายในการผลิตนิลและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สวยงาม ส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่มีความรู้และสร้างสื่อวีดีโอเพื่อดึงดูดความสนใจในอาชีพเจียระไนนิล ปัญหาที่เกิดขึ้นคือการขาดการสนับสนุนและการเรียนรู้จากผู้ใหญ่ในชุมชน ทำให้คนรุ่นใหม่ขาดแรงบันดาลใจในการเรียนรู้และทำงานในอาชีพนี้ **ทัศนคติของคนรุ่นใหม่กับอาชีพเจียระไนนิล** คนรุ่นใหม่รับรู้ว่าอาชีพการเจียระไนนิลเคยเป็นที่นิยมในอดีต แต่ปัจจุบันกลับหาได้ยาก เนื่องจากต้องใช้เวลาและขั้นตอนที่ซับซ้อน คนรุ่นใหม่รู้จักอาชีพนี้จากกลุ่มในชุมชน การเรียนรู้จากผู้ปกครอง และการศึกษาในวิทยาลัย โดยมีการถ่ายทอดความรู้จากรุ่นสู่รุ่น อาชีพนี้ถือเป็นงานฝีมือที่มีคุณค่าและมีโอกาสเติบโตในด้านศิลปกรรม **ความต้องการและความจำเป็นในการส่งเสริมคนรุ่นใหม่กับอาชีพเจียระไนนิล** ซึ่งเป็นงานฝีมือที่สามารถทำได้ที่บ้าน โดยมีข้อเสนอแนะหลายประการ ได้แก่ การสร้างความสนใจ กล่าวคือ ต้องทำให้คนรุ่นใหม่เห็นคุณค่าและความน่าสนใจของอาชีพนี้ โดยการจัดกิจกรรมและให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ควรมีหน่วยงานหรือฐานข้อมูลที่ให้การสนับสนุนและคำแนะนำแก่อาชีพเจียระไนนิล ควรมีการกำหนดค่าตอบแทนที่เหมาะสมและสร้างผลประโยชน์ที่น่าสนใจ ควรมีการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ความรู้และส่งเสริมอาชีพนี้ในชุมชน โดยเริ่มต้นจากครอบครัว และต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน เพื่อสร้างอนาคตที่ยั่งยืนสำหรับอาชีพนี้

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อการสร้างชุดปฏิบัติการการส่งเสริมสัมมาชีพด้วยการเจียระไนนิลให้กับคนรุ่นใหม่ตำบลทุ่งสมอ อำเภอพนมทวน จังหวัดกาญจนบุรีตามหลักพุทธสันติวิธี ผลการวิจัยพบว่า การส่งเสริมสัมมาชีพของคนรุ่นใหม่ โดยเฉพาะในอาชีพเจียระไนนิล จำเป็นต้องอาศัยแนวทางที่ผสมผสานทั้งศาสตร์สมัยใหม่และหลักพุทธสันติวิธี เพื่อให้เกิดความยั่งยืนและสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน และ**สัมมาชีพในมุมมองของคนรุ่นใหม่** คือ อาชีพที่ไม่เบียดเบียนตนเอง ผู้อื่น และสิ่งแวดล้อม เป็นอาชีพสุจริตที่สามารถเลี้ยงดูตนเองและครอบครัวได้ มีความอิสระในการทำงาน และเห็นคุณค่าในสิ่งที่ทำ นอกจากนี้ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น และการดำเนินชีวิตอย่างพอเพียงก็เป็นองค์ประกอบสำคัญของสัมมาชีพ **การส่งเสริมอาชีพเจียระไนนิลให้ยั่งยืน**นั้น จำเป็นต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของคนรุ่นใหม่ในหลายมิติ เริ่มตั้งแต่การสร้างความตระหนักและความสนใจในอาชีพนี้ โดยการเผยแพร่ความรู้ สร้างแรงบันดาลใจ และเปิดโอกาสให้ทดลองเจียระไนนิลด้วยตนเอง การพัฒนาทักษะและความรู้ผ่านการฝึกอบรมและการเรียนรู้จากปราชญ์ท้องถิ่น การสร้างโอกาสและสนับสนุนผ่านการสร้างเครือข่าย การสนับสนุนด้านการตลาดและแหล่งทุน และการอนุรักษ์และพัฒนาเทคนิคการเจียระไนให้ทันสมัย **หลักพุทธสันติวิธี** โดยเฉพาะหลักพละ 5 (ศรัทธา วิริยะ สติ สมาธิ ปัญญา) สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการส่งเสริมอาชีพเจียระไนนิลได้อย่างมี

ประสิทธิภาพ การสร้างศรัทธาในตนเองและอาชีพ การมีความเพียรพยายามในการเรียนรู้และพัฒนาทักษะ การมีสติในการทำงาน การมีสมาธิในการสร้างสรรค์ผลงาน และการมีปัญญาในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาตนเอง ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้คนรุ่นใหม่ประสบความสำเร็จในอาชีพนี้ การบูรณาการศาสตร์สมัยใหม่และหลักพุทธสันติวิธีในการออกแบบชุดปฏิบัติการส่งเสริมสัมมาชีพสำหรับคนรุ่นใหม่นั้น ต้องเริ่มจากการสร้างความเข้าใจในความหมายของสัมมาชีพ การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนรุ่นใหม่ การนำหลักพละ 5 มาประยุกต์ใช้ และการสร้างความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทั้งครอบครัว ชุมชน หน่วยงานภาครัฐ และผู้ประกอบการ กระบวนการพัฒนาการส่งเสริมสัมมาชีพของคนรุ่นใหม่ ควรเริ่มต้นจากการสร้างความตระหนักและความสนใจในอาชีพเจียระไนนิล การพัฒนาทักษะและความรู้ การสร้างโอกาสและสนับสนุน การอนุรักษ์และพัฒนาเทคนิคการเจียระไน การสร้างความร่วมมือจากทุกภาคส่วน และการประเมินผลและปรับปรุงกระบวนการอย่างต่อเนื่องโดยสรุปแล้ว การส่งเสริมสัมมาชีพของคนรุ่นใหม่ในอาชีพเจียระไนนิลนั้น ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน การบูรณาการศาสตร์สมัยใหม่และหลักพุทธสันติวิธี และการสร้างกระบวนการที่ยั่งยืนและสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน เพื่อให้คนรุ่นใหม่สามารถสืบทอดและพัฒนาอาชีพนี้ให้เติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อนำเสนอผลการส่งเสริมสัมมาชีพของคนรุ่นใหม่ด้วยการเจียระไนนิลตามหลักพุทธสันติวิธี ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาอาชีพการเจียระไนนิลสำหรับคนรุ่นใหม่ โดยมีการออกแบบกิจกรรมเพื่อส่งเสริมสัมมาชีพ ได้แก่ การแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับการเจียระไนและตลาด การถ่ายทอดวิธีการเจียระไนนิลให้เยาวชนคนรุ่นใหม่ การส่งเสริมอาชีพและการตลาดแบบมีส่วนร่วม การให้ความรู้เกี่ยวกับเครื่องมือและรูปแบบใหม่ของนิล การฝึกทำโครงการอย่างเป็นระบบด้วย PAOR การส่งเสริมการนำเสนอความรู้และผลสำเร็จจากประชาชน

กิจกรรมลงพื้นที่ปฏิบัติการ ครั้งที่ 1 สำรวจนำร่อง ศึกษาสภาพปัญหา ค้นหาความต้องการคนรุ่นใหม่ **การวางแผน** ประสานงานกับนายกองค์การบริหารส่วนตำบลเพื่อเชิญกลุ่มเยาวชน ปราชญ์ชาวบ้าน และผู้ชำนาญการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการทำเจียระไนนิล **การปฏิบัติการ** ทีมวิจัยจัดวงเสวนากับเยาวชนและกลุ่มต่าง ๆ รวม 20 คน โดยมีนายกองค์การบริหารส่วนตำบลบอกเล่าเกี่ยวกับการทำเหมืองพลอยและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น **การสังเกต** ผู้บริหารท้องถิ่นมีความคิดพัฒนาการเจียระไน ปราชญ์ชาวบ้านต้องการถ่ายทอดความรู้ บางเยาวชนสนใจ แต่บางคนยังไม่เข้าใจ **การสะท้อนการปฏิบัติการ** ผลจากการลงพื้นที่วิจัยทำให้เห็นปัญหาและความต้องการในชุมชน พร้อมส่งเสริมสัมมาชีพให้คนรุ่นใหม่เพื่ออนุรักษ์อาชีพการเจียระไนนิลต่อไป

กิจกรรมลงพื้นที่ปฏิบัติการ ครั้งที่ 2 แสวงหาความร่วมมือค้นหาคนรุ่นใหม่ที่ต้องการพัฒนา โดยการสัมภาษณ์กลุ่มเยาวชน 10 คน ผู้บริหารท้องถิ่น และปราชญ์ชาวบ้าน 10 คน ที่ตำบลท่าสมอ จังหวัดกาญจนบุรี **การวางแผน** คัดเลือกและนัดสัมภาษณ์กับศูนย์อิทธิพลเพื่อช่วยประสานงาน โดยกำหนดวันล่วงหน้า 1 สัปดาห์ **การปฏิบัติการ** สัมภาษณ์ทีละคนทีละบ้าน โดยใช้แบบคำถามที่เตรียมไว้ บันทึกเสียง ถ่าย

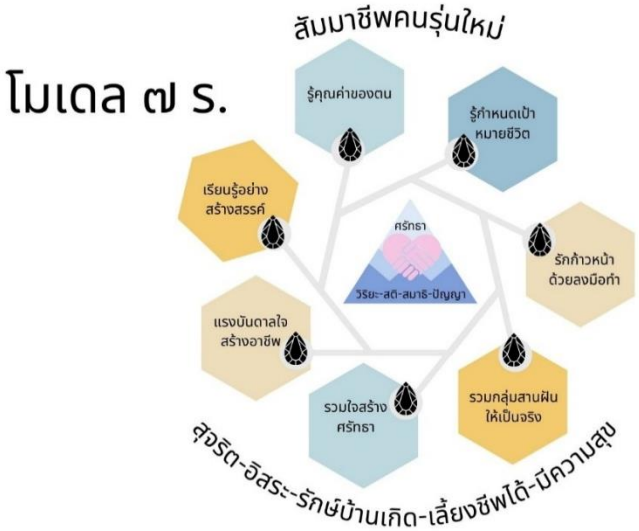
วีดีโอและภาพประกอบ **การสังเกต** การมีผู้ช่วยทำให้การสัมภาษณ์ง่ายและสะดวกขึ้น ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความร่วมมือดี แต่ต้องใช้เวลาพอสมควร **การสะท้อนการปฏิบัติการ** ได้ฝึกความใจเย็น เนื่องจากการสัมภาษณ์ต้องใช้เวลา บางครั้งต้องกลับไปสัมภาษณ์ใหม่ ทำให้เห็นหลายสิ่งที่ควบคุมได้และไม่ได้ ผลที่ได้จากการลงพื้นที่ทำให้ได้ฟังเสียงต้องการที่แท้จริงของคนรุ่นใหม่และความมีส่วนร่วมในการเรียนรู้การฝึกอาชีพการเจียระไนนิลและการมีส่วนร่วมของเครือข่ายชุมชนที่เข้มแข็ง

กิจกรรมลงพื้นที่ปฏิบัติการ ครั้งที่ 3 อบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาคนรุ่นใหม่ ด้วยการเรียนรู้ผ่านการลงมือปฏิบัติ จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมสัมมาชีพของเยาวชนผ่านการเจียระไนนิล ณ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเครื่องอัญมณี จังหวัดกาญจนบุรี ดยแบ่งกิจกรรมเป็น 6 ช่วงหลัก **กิจกรรมที่ 1** ผู้ใหญ่ใจดีเล่าเรื่องสร้างพลังให้กับเยาวชน เป็นการพบปะผู้ใหญ่ในชุมชนมาให้กำลังใจ แบ่งปันประสบการณ์มุมมองและสร้างความคุ้นเคยระหว่างผู้เข้าร่วม **กิจกรรมที่ 2** แรงบันดาลใจสร้างงาน โดยถ่ายทอดแรงบันดาลใจจากผู้มีประสบการณ์เกี่ยวกับอาชีพเจียระไน **กิจกรรมที่ 3** เกมลำเรียงลูกบอลสติ เป็นเกมลำเรียงลูกบอลเพื่อฝึกสมาธิและความร่วมมือ **กิจกรรมที่ 4** หนทางสร้างอาชีพ เป็นการถอดบทเรียนจากนักธุรกิจนิลคนรุ่นใหม่ในการสร้างอาชีพจากธุรกิจเจียระไน **กิจกรรมที่ 5** พละ 5 กับ 5 ฐาน เป็นการแบ่งกลุ่มฝึกการเจียระไนนิลใน 5 ฐานเรียนรู้ **กิจกรรมที่ 6** สะท้อนคิดและแบ่งปันเป้าหมาย คือการสะท้อนประสบการณ์และมอบเกียรติบัตร ผลที่เกิดขึ้นเยาวชนได้เรียนรู้ทักษะการเจียระไนและมีโอกาสสร้างอาชีพในอนาคต พร้อมกับมีการสะท้อนถึงความหวังและแรงบันดาลใจในชุมชนเพื่อการพัฒนาที่ดีขึ้น

องค์ความรู้จากการวิจัยได้โมเดล 7 ร. เจียระไนนิลสัมมาชีพคนรุ่นใหม่ โดยใช้หลักพละ 5 ในการเสริมพลังศรัทธา พลังความเพียรเรียนรู้ พลังสติและสมาธิในการฝึกปฏิบัติ พลังปัญญาในการมองอาชีพภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สามารถเลี้ยงชีพและพัฒนาตนเองได้ กระบวนการพัฒนาคนรุ่นใหม่ประกอบด้วย 7 ร. คือ การรวมใจสร้างแรงบันดาลใจ เรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ รู้คุณค่าของตน กำหนดเป้าหมาย ลงมือทำ และทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม ผลลัพธ์ที่ได้คือคนรุ่นใหม่ที่มีอาชีพสุจริต เป็นอิสระ รักษ์บ้านเกิด เลี้ยงชีพได้ และมีความสุข ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างสังคมที่เข้มแข็งและยั่งยืน

องค์ความรู้ใหม่

จากการศึกษาวิเคราะห์การส่งเสริมสัมมาชีพของคนรุ่นใหม่ด้วยการเจียระไนนิลโดยพุทธสันติวิธี องค์ความรู้จากการวิจัย คือ โมเดล 7 ร.เจียระไนนิลสัมมาชีพคนรุ่นใหม่



ภาพที่ 1 7 R Knowledge Model for Jade Grinding Right Livelihoods for the Younger Generation" model

โมเดล 7 ร.เจียระไนนิลสัมมาชีพคนรุ่นใหม่ มีหลักการพื้นฐานจากการนำหลักพละ 5 มาใช้เป็นกรอบในการพัฒนาชุดกิจกรรมที่เสริมพลังให้คนรุ่นใหม่หันมาใส่ใจอาชีพภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้วยการเจียระไนนิล ซึ่งมีความผูกพันกับวิถีของคนจังหวัดกาญจนบุรีมาช้านาน การนำหลักพละ 5 มาสู่การสร้างกิจกรรม 7 ร. ประกอบด้วย

ร.1- รวมใจสร้างศรัทธา หมายถึง การทำให้เกิดศรัทธาภูมิใจในท้องถิ่น เป็นการฟื้นฟูอาชีพโดยอาศัยความร่วมมือของทุกฝ่ายทั้งภูมิปัญญาปราชญ์ชาวบ้านที่เชี่ยวชาญเรื่องเจียระไนนิล นักธุรกิจท้องถิ่น องค์กรส่วนท้องถิ่น มาร่วมกันถ่ายทอดประสบการณ์ บอกเล่าถึงความเป็นมาเกี่ยวกับเจียระไนนิล เป็นการส่งต่อความเชื่อมั่นในตนเองสู่ผู้อื่น การสร้างแรงบันดาลใจผ่านการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ การทำงานร่วมกัน และการสร้างความไว้วางใจในกลุ่ม ทำให้คนรุ่นใหม่สัมผัสได้ถึงความใส่ใจของผู้ใหญ่ในชุมชน ทำให้เกิดความเชื่อมั่นและพร้อมจะก้าวไปสู่การเรียนรู้และพัฒนาด้วยความมุ่งมั่น

ร.2- แรงบันดาลใจสร้างอาชีพ หมายถึง การเปิดพื้นที่ให้คนรุ่นใหม่ได้คบคิดในการเลือกอาชีพที่เหมาะสมกับตนเอง การสร้างแรงบันดาลใจให้สนใจเรื่องเจียระไนนิล ด้วยการเรียนรู้จากต้นแบบหรือบุคคลที่ประสบความสำเร็จในอาชีพ โดยคัดเลือกคนรุ่นใหม่ที่ประสบความสำเร็จ คิดนอกกรอบและมีแนวทางในการพัฒนาตนเอง จะทำให้คนรุ่นใหม่สนใจในการมีอาชีพที่ตรงกับความสนใจและความสามารถ สามารถสร้างรายได้และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง

ร.3- เรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ หมายถึง การเรียนรู้ด้วยวิธีการที่หลากหลายและสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาทักษะและความรู้ใหม่ ๆ ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการเรียนรู้ ฝึกคิดนอกกรอบ และแก้ปัญหาอย่าง

สร้างสรรค์ การใช้เกมเป็นฐาน ลงมือปฏิบัติเพื่อให้ได้ประสบการณ์ตรง การเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์จะทำให้คนรุ่นใหม่มีความรู้และทักษะที่ทันสมัย สามารถปรับตัวและนำความรู้ไปใช้ในชีวิตจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ร.4- รู้คุณค่าของตน หมายถึง การกระตุ้นให้คนรุ่นใหม่เกิดความตระหนักรู้ในคุณค่าและศักยภาพของตน การฝึกสะท้อนความคิด (Self-reflection) เพื่อเข้าใจจุดแข็งจุดอ่อนของตน การมองเห็นคุณค่าของตนเอง การรับฟังคุณค่าของผู้อื่น ฝึกการสื่อสารแสดงออก จะทำให้คนรุ่นใหม่มีความมั่นใจในตนเอง รู้จักใช้ศักยภาพของตนเองให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ร.5- รู้กำหนดเป้าหมาย หมายถึง การทำให้คนรุ่นใหม่ได้เรียนรู้ความสำคัญของการมีจุดมุ่งหมายในชีวิต การกล้าคิดกล้าฝันในเป้าหมายที่ดีงาม มีบุคคลที่อยากทำให้เขาภูมิใจ ทั้งนี้การวางแผนชีวิตอย่างเป็นระบบ โดยกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนและเป็นไปได้ การตั้งเป้าหมายที่ชัดเจนในชีวิตทั้งระยะสั้นและระยะยาวจะทำให้คนรุ่นใหม่มีทิศทางในชีวิตที่ชัดเจน สามารถเดินหน้าไปสู่ความสำเร็จได้อย่างมีแบบแผน

ร.6- รักก้าวหน้าด้วยการลงมือทำ หมายถึง การส่งเสริมความเพียรพยายามในการลงมือปฏิบัติเพื่อให้ถึงเป้าหมายอย่างจริงจัง ด้วยการฝึกการทำงานอย่างมีวินัยและรับผิดชอบ มุ่งมั่นที่จะพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องผ่านการใช้เกมเป็นฐานและถอดบทเรียนที่ได้เรียนรู้ การเรียนรู้ผ่านการลงมือทำจะทำให้คนรุ่นใหม่มีความมุ่งมั่นและอดทน สามารถก้าวผ่านอุปสรรคและบรรลุเป้าหมายได้

ร.7- รวมกลุ่มสานฝันให้เป็นจริง หมายถึง การก่อเกิดสัมมาชีพในชุมชนจำเป็นต้องอาศัยการรวมพลังการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มเพื่อให้บรรลุเป้าหมายร่วมกัน ด้วยการสร้างเครือข่ายและทำงานร่วมกันของหลายฝ่าย ใช้พลังกลุ่มเพื่อแก้ปัญหาและสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ การส่งเสริมคนรุ่นใหม่ความสามารถในการทำงานเป็นทีม สามารถสานฝันและสร้างผลงานที่ยิ่งใหญ่ได้ และจะทำให้คนรุ่นใหม่เกาะกลุ่มกันพัฒนาตน พัฒนาท้องถิ่นอย่างมีพลัง

ผลจากการพัฒนาตาม 7 ร.จะนำไปสู่การพัฒนาสัมมาชีพของคนรุ่นใหม่ ให้สามารถมีอาชีพสุจริตและเป็นประโยชน์ต่อสังคม ไม่เอารัดเอาเปรียบผู้อื่น สามารถมีอาชีพเป็นอิสระ ในการคิดและการตัดสินใจ สามารถกำหนดทิศทางชีวิตของตนเองได้ รักษ์บ้านเกิด มีความรักและความผูกพันกับบ้านเกิด พร้อมที่จะพัฒนาชุมชนและท้องถิ่นของตนเอง สามารถเลี้ยงชีพได้ ดูแลตนเองได้มั่นคงบนวิถีพอเพียง และ มีความสุขอันเกิดจากความพึงพอใจชีวิตทั้งด้านการงานและชีวิตวิถีส่วนตัวที่อยู่กับครอบครัวไม่ต้องทิ้งถิ่นฐานไปทำงานนอกพื้นที่

สรุปและอภิปรายผล

ผลการศึกษาวัตถุประสงค์ที่ 1 ปัญหาการสานต่ออาชีพเจียระไนนิล มีแนวโน้มลดลงเนื่องจากต้นทุนสูงและราคาต่ำ ผู้ประกอบการหันไปทำพลอยแทน ขณะเดียวกัน ตลาดอัญมณีมีการแข่งขันสูงและความต้องการนิลลดลงจากเศรษฐกิจที่ฝืดเคือง ส่งผลให้การจ้างงานน้อยลง คนรุ่นใหม่สนใจอาชีพนี้น้อยเนื่องจากไม่ตอบโจทย์ความต้องการและขาดทักษะพื้นฐาน รวมถึงวัตถุดิบคุณภาพต่ำและเครื่องมือเทคโนโลยีล้าสมัย

แนวทางการแก้ปัญหาคือ การสนับสนุนจากรัฐบาลและการรวมกลุ่มนักเจียระไนเพื่อแก้ปัญหา พร้อมนำเสนอองค์ความรู้ใหม่ที่ตรงกับความต้องการตลาด นอกจากนี้ ควรส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่มีความรู้ผ่านการสร้างสื่อวีดีโอเกี่ยวกับอาชีพนี้ ทัศนคติของคนรุ่นใหม่ เห็นว่าอาชีพเจียระไนนิลมีคุณค่าแต่ต้องใช้เวลามาก ควรสร้างความสนใจและคุณค่าในอาชีพนี้โดยการจัดกิจกรรมและให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ต้องการความร่วมมือจากภาครัฐ เอกชน และชุมชนเพื่อสร้างอนาคตที่ยั่งยืนสำหรับอาชีพนี้ สอดคล้องกับ รมิตา กิจทวีโยธิน (2564) ได้สรุปผลการวิจัยการศึกษาและวิเคราะห์แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มให้เศษพลอยสำหรับการออกแบบเครื่องประดับตามคติความเชื่อ 12 นักษัตรได้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ คือ กระบวนการในการผลิต เพื่อหาเทคนิคที่เหมาะสมในการเพิ่มมูลค่าให้กับเศษพลอยเศษพลอยจำแนกเป็น 2 วิธี คือ การต่อเติมพลอย และการตัดแต่งเพื่อให้ได้รูปร่างในแบบการเจียระไนพลอย ซึ่งพบว่าเศษพลอยดาที่เหลือจากการปรุงแต่งแล้ว ไร้ค่ายิ่งกว่าก้อนกรวด ทำให้นำมาสู่แนวทางการวิจัยเพื่อต่อยอดพลอยดาที่เหลือทิ้งมาเป็นเครื่องประดับที่สวยงามอีกครั้ง การสร้างมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์โดยอาศัยความเชื่อมโยงกับความสนใจของตลาดจะช่วยให้สินค้าหัตถกรรมของชุมชนเกิดมูลค่าสอดรับกับวิถีคนรุ่นใหม่

ผลการศึกษาวัตถุประสงค์ที่ 2 การสร้างความตระหนักและแรงบันดาลใจ เผยแพร่ความรู้และสร้างแรงจูงใจให้คนรุ่นใหม่สนใจอาชีพเจียระไนนิล โดยใช้ตัวอย่างความสำเร็จและเปิดโอกาสให้ทดลองปฏิบัติจริง **พัฒนาทักษะและความรู้** จัดฝึกอบรมและเรียนรู้จากปราชญ์ท้องถิ่น เพื่อพัฒนาทักษะการเจียระไนนิลและความรู้ที่จำเป็น **สร้างโอกาสและสนับสนุน** สร้างเครือข่ายและสนับสนุนด้านการตลาด แหล่งทุน และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัย **สร้างความร่วมมือ** ร่วมมือกับครอบครัว ชุมชน หน่วยงานภาครัฐ และผู้ประกอบการ เพื่อสร้างกระบวนการที่ยั่งยืนและสอดคล้องกับวิถีชีวิตชุมชน โดยทั้งหมดสอดรับกับหลักพละ 5 คือ การสร้างศรัทธา การส่งเสริมให้พากเพียร การฝึกสติและสมาธิ และการให้ปัญญาการทำให้เห็นโอกาสในการสร้างอาชีพของคนรุ่นใหม่ สอดคล้องกับการศึกษาของ พระบุญสม อนาลโย (ศรีสุข) (2565) การศึกษาหลักสัมมาชีพกับการประกอบหัตถกรรมเครื่องเงินในอำเภอเขาเสวาสินรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ พบว่า หลักสัมมาชีพเป็นเครื่องวัดความเจริญทางพระพุทธศาสนา โดยมีเป้าหมาย 3 ด้าน คือ 1) การแสวงหาและบำเพ็ญเพื่อบรรลุประโยชน์ของตนเอง 2) ประโยชน์เพื่อผู้อื่น ได้แก่ การช่วยเหลือเกื้อกูลสนับสนุนผู้อื่นให้เขาสามารถพึ่งพาตนเองได้ 3) ประโยชน์ส่วนรวม ได้แก่ การช่วยเหลือเกื้อกูลสนับสนุนประโยชน์ส่วนรวม และจากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มหัตถกรรมเครื่องเงินในอำเภอเขวาสินรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ เป็นชุมชนที่เก่าแก่ยาวนานกว่า 270 ปี โดยส่วนหนึ่งเป็นชาวกัมพูชาได้อพยพเข้ามาตั้งรกราก มีความสามารถด้านตีทอง ตีเงิน เป็นเครื่องประดับ ตกทอดจากรุ่นสู่รุ่น โดยยึดหลักสัมมาชีพด้านกาย ด้านวาจา และพัฒนาการสร้างรูปแบบสินค้าที่เป็นอัตลักษณ์ของตนเอง เป็นแบรนด์ใหม่ไม่ซ้ำใคร

ผลการศึกษาวัตถุประสงค์ที่ 3 การพัฒนาอาชีพการเจียระไนนิลสำหรับคนรุ่นใหม่มีการออกแบบกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมสัมมาชีพ เช่น การแลกเปลี่ยนความรู้ การถ่ายทอดเทคนิคการเจียระไน

การส่งเสริมอาชีพและการตลาดอย่างมีส่วนร่วม และการฝึกทำโครงการอย่างเป็นระบบ โดยมีการลงพื้นที่เพื่อสำรวจความต้องการและปัญหาของคนรุ่นใหม่ รวมถึงการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาทักษะการเจียระไน โดยใช้โมเดล 7 ร. ซึ่งประกอบด้วยการรวมใจ สร้างแรงบันดาลใจ เรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ และการทำงานร่วมกัน ผลที่ได้คือ คนรุ่นใหม่ที่มีอาชีพสุจริตและความสุข สร้างรากฐานสังคมที่เข้มแข็งและยั่งยืน สอดคล้องกับคณวัต มะดาฮู และคณะ (2565) ได้สรุปผลการวิจัยจากการศึกษาวิเคราะห์การใช้หลักสัมมาชีพในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในตำบลท่ามเหนือ อำเภอเมือง จังหวัดตรัง พบว่า แนวทางในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในการประกอบสัมมาอาชีพ เช่น มีการประกอบอาชีพที่ดี ส่งเสริมการสร้างรายได้ให้กับครอบครัว มีการสร้างความมั่นคงให้กับตนเองและครอบครัว ส่งเสริมสัมมาอาชีพของประชาชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง นำไปสู่ของการพัฒนาที่เหมาะสม และสามารถที่จะช่วยขจัดปัญหาความยากจน ปัญหาทางสังคม และลดความเหลื่อมล้ำในสังคมได้ และการศึกษาของ รัตติกาล สุขไสย (2566) ได้สรุปผลงานวิจัยเรื่อง “การประยุกต์หลักสัมมาอาชีวะในการดำเนินชีวิตของสังคมปัจจุบัน” พบว่า การประยุกต์ใช้หลักสัมมาอาชีวะในการดำเนินชีวิตของสังคมปัจจุบัน เป็นหลักธรรมที่มีความเกื้อกูลเกื้อหนุนซึ่งกันและกันในการดาเนินชีวิตของคนในสังคม โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวเริ่มจากการสร้างความเห็นต่อการเลี้ยงชีพที่ถูกต้อง และเมื่อมีความเห็นที่ถูกต้องก็มีวิธีคิดอย่างเป็นเหตุเป็นผล มีการพิจารณาอย่างถ่องแท้ด้วยกาย วาจา ใจ และจะแสดงออกด้วยกายวาจาและการกระทำ ที่นำไปสู่การเลี้ยงชีพชอบทางกาย การเลี้ยงชีพชอบทางวาจา และการเลี้ยงชีพขอบทางใจ หลักสัมมาอาชีวะในพระพุทธศาสนาเถรวาทที่นามาใช้เพื่อเสริมสร้างครอบครัวให้เกิดความมั่นคง มีคุณค่าทางจริยธรรมต่อการเกื้อหนุนและส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้อื่น และมีคุณค่าต่อการพัฒนาสังคมส่วนรวมทั้งด้านการปกครอง การเมือง เศรษฐกิจ ตลอดจนเกื้อหนุนการพัฒนาระบบ จริยธรรมทาง สังคมด้านอื่น ๆ ให้เข้มแข็งและมั่นคง ซึ่งจะนำไปสู่เป้าหมายที่ก่อให้เกิดความสุขมวลรวมของคนในสังคมมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ โมเดล 7 ร.เจียระไนนิลสร้างสัมมาชีพคนรุ่นใหม่ จะสำเร็จผลได้ต้องอาศัยความร่วมมือที่เข้มแข็งของทุกฝ่าย การมีส่วนร่วมจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่หันกลับมามองอาชีพจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ทรงคุณค่า สอดคล้องกับ สมบัติ นามบุรี (2562) กล่าวว่า การมีส่วนร่วม (Participation) เป็นกระบวนการสื่อสารในระบบเปิด หมายถึง การสื่อสารสองทางระหว่างบุคคล กลุ่มบุคคล ชุมชน หรือองค์การในการดำเนินกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งหรือหลายกิจกรรมทั้งเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ซึ่งมีกระบวนการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนา การวางแผน ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมการดำเนินการ การใช้บริการจากโครงการและร่วมรับผลประโยชน์ เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันของกลุ่มและเป็นการเสริมสร้างความสามัคคี ความรู้สึกร่วมรับผิดชอบกับกลุ่มด้วย รูปแบบการมีส่วนร่วมคือ แบบโดยตรง แบบทางอ้อม และแบบเปิดโอกาส ส่วนปัจจัยที่ก่อให้เกิดการมีส่วนร่วม คือ ปัจจัยสภาพแวดล้อมทั้งทางกายภาพ เศรษฐกิจ สังคม การเมือง การปกครอง และความปลอดภัย ปัจจัยผลักดันจากบุคคลอื่น

โดยเฉพาะผู้นำ ปัจจัยที่เป็นรางวัลตอบแทน ปัจจัยภายในตัวบุคคล ดังนั้นการเริ่มต้นขับเคลื่อนงานพัฒนาชุมชนท้องถิ่นต้องอาศัยการมีส่วนร่วมทุกระดับนับตั้งแต่ความเป็นปัจเจก ด้วยการมีส่วนร่วมในเป้าหมายจนไปถึงระดับชุมชน สังคมที่มองเห็นเป้าหมายเพื่อต้องการถิ่นบ้านเกิดให้เกิดความเจริญและมีสันติสุข

โดยสรุปการเจียระไนนิลในตำบลทุ่งสมอและอำเภอบ่อพลอยมีประวัติยาวนาน ปัจจุบันกลุ่มอาชีพเจียระไนนิลยังคงดำเนินการอย่างต่อเนื่องและได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ทำให้สร้างรายได้และชื่อเสียงให้กับชุมชน การถ่ายทอดอาชีพจากรุ่นสู่รุ่นยังคงมีอยู่แต่มีแนวโน้มลดลง เนื่องจากต้นทุนการผลิตสูงและราคานิลที่เจียระไนต่ำลง คนรุ่นใหม่ในชุมชนมีความสนใจในอาชีพเจียระไนนิลน้อยโมเดล 7 ร.เจียระไนนิลสร้างสัมมาชีพคนรุ่นใหม่ จะสำเร็จผลได้ ต้องอาศัยความร่วมมือจากกลุ่มนักเจียระไนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในเศรษฐกิจ โดยต้องมีการสนับสนุนจากรัฐบาลและการจัดตั้งกลุ่มที่มีกรรมการเพื่อช่วยแก้ปัญหา การส่งเสริมสัมมาชีพของคนรุ่นใหม่ โดยเฉพาะในอาชีพเจียระไนนิล จำเป็นต้องอาศัยแนวทางที่ผสมผสานทั้งศาสตร์สมัยใหม่และหลักพุทธสันติวิธี โดยเฉพาะหลักพละ 5 (ศรัทธา วิริยะ สติ สมาธิ ปัญญา) สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการส่งเสริมอาชีพเจียระไนนิลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1 จากการวิจัยพบว่า ทางชุมชนยังต้องการคำแนะนำ และความช่วยเหลือ ด้านการเพิ่มทักษะด้านเครื่องมือ ดังนั้น กรมการพัฒนาชุมชน ควรนำไปเป็นแนวทางให้ความรู้แก่ชุมชน เรื่องการตลาด ศูนย์แสดงจำหน่าย ผลผลิตจากการเจียระไนนิล

1.2 เยาวชนคนรุ่นใหม่ ยังขาดการติดต่อ แนะนำ เรื่องความรู้และทักษะการเจียระไนนิล ดังนั้น เทศบาลและ อบต. นอกจากสำรวจความต้องการด้านอาชีพการเจียระไนนิลของชุมชนแล้ว ควรมีการสื่อสารประชาสัมพันธ์ความสำคัญของอาชีพคู่ชุมชนนี้ และจัดฝึกอบรมพัฒนาทักษาะอาชีพการเจียระไนนิล โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นขอรับการสนับสนุน/บูรณาการร่วมกับสำนักงานพัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัด

1.3 เยาวชนคนรุ่นใหม่ยังไม่มีเป้าหมายที่ชัดเจน ดังนั้น กองสวัสดิการสังคมของเทศบาล หรือ อบต. จะต้องเข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมและให้การแนะแนวการประกอบอาชีพ และแนะนำทิศทางเป้าหมายอาชีพเพื่อให้เยาวชนได้มองเห็นเป้าหมายของตนเองและเส้นทางที่จะเดินเข้าสู่อาชีพนี้

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับ

2.1 การให้ความสำคัญและวางแผนการเจียระไนนิลของ อบต.และเทศบาล ตำบลทุ่งสมอ อำเภอพนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี

2.2 นโยบายการเจียระไนนิลของตำบลทุ่งสมอ อำเภอพนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี ของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

2.3 การจัดตั้งกลุ่มอาชีพและศูนย์แสดงสินค้าจากการเจียระไนนิลของตำบลทุ่งสมอ อำเภอพนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี

บรรณานุกรม

กรมการพัฒนาชุมชน. (2559) *แนวทางการสร้างสัมมาชีพชุมชน.* กระทรวงมหาดไทย.

คณวัต มะดาฮู, สุปรีชา ชำนาญพุฒิพร, และพระครูสิริธรรมาภิรัต. (2565). ศึกษาวิเคราะห์การใช้หลักสัมมาชีพในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในตำบลท่ามเหนือ อำเภอเมือง จังหวัดตรัง. *วารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย*, *2*(5), 18-31.

ชบาไพร ชัยหาเนตร์, และภักดี โพธิ์สิงห์. (2562). ความสำเร็จในการขับเคลื่อนสัมมาชีพชุมชน. *วารสารวนัมฎองแหรกพุทธศาสตรปริทรรศน์*, *6*(1), 51-60.

พระเทพวัชรเมธี, ประเวช วะทาแก้ว, และกฤตสุชิน พลเสน. (2563). *แนวทางการประยุกต์ใช้หลักพละ ๕ เพื่อพัฒนาชุมชนบ้านศาลาดิน อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม* [รายงานการวิจัย]. *มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย.*

พระบุญสม อนาลโย (ศรีสุข). (2565). *การศึกษาหลักสัมมาชีพกับการประกอบหัตถกรรมเครื่องเงินในอำเภอเขาเสวาสินรินทร์ จังหวัดสุรินทร์* [วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์, มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย].

พระมหาทนงศักดิ์ ธีรสกฺโก (ตาดี). (2564). หลักสัมมาอาชีวะในพุทธปรัชญาเถรวาท. *วารสารวิชาการวิทยาลัยบริหารศาสตร์*, *4*(2), 84-94.

รมิตา กิจทวีโยธิน. (2564). *ทางการสร้างมูลค่าเพิ่มให้เศษพลอยสำหรับการออกแบบเครื่องประดับ* [วิทยานิพนธ์ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์, มหาวิทยาลัยบูรพา].

รัตติกาล สุขไสย. (2566). *การประยุกต์หลักสัมมาอาชีวะในการดำเนินชีวิตของสังคมปัจจุบัน* [วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์, มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย].

ศูนย์ข้อมูลกลางทางวัฒนธรรม. (2564). *ข้อมูลจากคำบอกเล่าของภูมิปัญญา.* กระทรวงวัฒนธรรม. http://www.m-culture.in.th/album/116152

สานิตย์ หนูนิล. (2563). การวิเคราะห์องค์ประกอบรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่ในสังคมชนบทของประเทศไทย. *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, *23*(1), 169-193.

สมบัติ นามบุรี. (2562). ทฤษฎีการมีส่วนร่วมในงานรัฐประศาสนศาสตร์. *วารสารวิจยวิชาการ*, *2*(1), 183-197.

สำนักงานเลขานุการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ. (2562). *ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐ (ฉบับย่อ).* สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. https://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2561/A/082/T_0001.PDF

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2567). *สรุปผลการสำรวจภาวะการทำงานของประชากร เดือนมกราคม 2567.* https://www.nso.go.th/nsoweb/nso/survey_detail/9u#gsc.tab=0

วารสารวิชาการ วิจัย และนวัตกรรม มสธ. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)
STOU Academic Journal of Research and Innovation (Humanities and Social Science)
ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2568) Vol. 5 No. 2 (July - December 2025)

Received: November 10, 2025
Revised: December 27, 2025
Accepted: December 28, 2025

การสื่อสารในการขับเคลื่อนเมืองอัจฉริยะของนายกเทศมนตรีเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช

Communication for Driving the Smart City Development of the Mayor of Thung Song Municipality, Nakhon Si Thammarat Province

วิทยาธร ท่อแก้ว (Wittayatorn Tokeaw)*
Corresponding author E-mail: wittayatorn@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาการขับเคลื่อนเมืองอัจฉริยะของนายกเทศมนตรีเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช เกี่ยวกับ 1) แนวความคิดการสื่อสาร 2) การจัดการการสื่อสาร การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก เลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจงจากผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการสื่อสารในการขับเคลื่อนเมืองอัจฉริยะของนายกเทศมนตรีเมืองทุ่งสง จำนวน 23 คน เครื่องมือการวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการสร้างข้อสรุปตามวัตถุประสงค์และประเด็นที่ศึกษา ผลการศึกษา พบว่า 1) แนวความคิดการสื่อสารในการขับเคลื่อนเมืองอัจฉริยะของนายกเทศมนตรีเมืองทุ่งสง พบว่า แนวคิดสำคัญ ได้แก่ การบริการประชาชนที่เป็นเลิศ มุ่งเน้นประชาชนเป็นศูนย์กลาง ใช้เทคโนโลยีสื่อสารบริการอย่างทั่วถึง การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการองค์กรด้วยระบบสื่อสารภายในที่รวดเร็ว โปร่งใส การสื่อสารองค์กรดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์อย่างมืออาชีพ การปรับองค์กรสู่ความเป็นสมัยใหม่ด้วยการสื่อสารสองทางและการส่งเสริมนวัตกรรม และยึดหลักการบริหารองค์กรตามหลักธรรมาภิบาล เน้นโปร่งใสตรวจสอบได้ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและมีส่วนร่วมจากประชาชน 2) การจัดการการสื่อสารในการขับเคลื่อนเมืองอัจฉริยะของนายกเทศมนตรีเมืองทุ่งสง เริ่มจากการศึกษาสภาพปัญหาองค์กร ทั้งโครงสร้างการสื่อสาร พฤติกรรมเจ้าหน้าที่ และความรู้ ความเข้าใจของประชาชน นำข้อมูลมาวางแผนกลยุทธ์กำหนดเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมาย และเลือกช่องทางสื่อสารที่เหมาะสม พร้อมวางเนื้อหาที่น่าสนใจและชัดเจน การลงมือปฏิบัติการสื่อสารต้องดำเนินการอย่างเป็นระบบ สื่อสารอย่างต่อเนื่อง และกระตุ้นการมีส่วนร่วมของประชาชน

* *สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช*
(School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University)

ทำการการติดตามประเมินผลช่วยปรับปรุงแนวทางให้ตรงกับความต้องการ และสุดท้ายต้องมีการจัดการหน่วยงานสื่อสารอย่างชัดเจน พัฒนาเจ้าหน้าที่ และบูรณาการการสื่อสารกับทุกฝ่ายเพื่อเสริมพลังในการขับเคลื่อนเมืองอัจฉริยะไปสู่ความสำเร็จ ข้อค้นพบใหม่ชี้ว่า เมืองอัจฉริยะต้องขับเคลื่อนด้วยการสื่อสารเป็นแกนกลางที่เชื่อมโยงวิสัยทัศน์ นโยบาย เทคโนโลยี และประชาชน นายกเทศมนตรีเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง และนักสื่อสารสาธารณะเพื่อเน้นการสร้างความเข้าใจและการสร้างความร่วมมือ 6 แนวคิด คือ (1) การสื่อสารองค์กร (2) การแพร่กระจายนวัตกรรม (3) การสื่อสารเพื่อยอมรับเทคโนโลยี (4) การโน้มน้าวใจ (5) การบริการที่เป็นเลิศ และ (6) การเพิ่มประสิทธิภาพองค์กร และการจัดการเมืองอัจฉริยะให้สำเร็จมี 5 ขั้นตอน คือ (1) การศึกษาปัญหา (2) การวางแผนกลยุทธ์ (3) การปฏิบัติตามแผน (4) การติดตามประเมินผล และ (5) การจัดตั้งทีมงานการสื่อสาร

คำสำคัญ การสื่อสาร แนวความคิดการสื่อสาร การจัดการการสื่อสาร การขับเคลื่อนเมืองอัจฉริยะ นายกเทศมนตรีเมืองทุ่งสง

Abstract

This research aims to study the smart city implementation led by the Mayor of Thung Song Municipality, Nakhon Si Thammarat Province, focusing on (1) communication concepts and (2) communication management. Employing a qualitative approach, the research used in-depth interviews with 23 purposively selected key informants directly involved in smart city communication. Data were collected through a structured in-depth interview guide and analyzed by developing thematic conclusions aligned with the research objectives and key issues. The findings reveal that the Mayor's communication concept for smart city advancement emphasizes: excellent public service delivery through a citizen-centric approach; inclusive access to services enabled by communication technologies; improved organizational efficiency via rapid and transparent internal communication; professional digital corporate communication through online platforms; organizational modernization through two-way communication and innovation diffusion; and governance grounded in good governance principles—transparency and accountability—to strengthen public trust and participation. Regarding communication management, the process begins with diagnosing organizational communication problems, including communication structures, staff

communication behaviors, and citizens' knowledge and understanding. These insights inform strategic communication planning by defining objectives, target groups, appropriate channels, and clear, engaging content. Implementation requires systematic and continuous communication that stimulates citizen participation. Monitoring and evaluation support ongoing improvement, while clear institutional arrangements for communication—strengthening teams, developing staff capacities, and integrating communication across sectors—enhance the municipality's ability to drive smart city initiatives toward success. The key new insight is that smart city development must be driven by communication as a central mechanism linking vision, policy, technology, and citizens. The new findings indicate that a smart city must be driven by communication as the central mechanism linking vision, policy, technology, and citizens. The mayor plays a dual role as a change leader and a public communicator, emphasizing mutual understanding and collaborative engagement. Six core concepts underpin this approach: (1) corporate communication, (2) diffusion of innovation, (3) communication for technology acceptance, (4) persuasive communication, (5) excellent public service, and (6) organizational efficiency enhancement. Successful smart city management involves five key stages: (1) problem analysis, (2) strategic planning, (3) plan implementation, (4) monitoring and evaluation, and (5) the establishment of a dedicated communication team.

Keywords: Communication, Communication concepts, Communication management, Driving of the Smart City, Mayor of Thung Song Municipality

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาเมืองอัจฉริยะ (Smart City) เป็นแนวทางสำคัญในการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนผ่านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการเมืองและการให้บริการสาธารณะ ในประเทศไทย แนวคิดนี้ได้รับการส่งเสริมอย่างต่อเนื่อง โดยมีการกำหนดนโยบายและแผนปฏิบัติการที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และแนวทางการขับเคลื่อนประเทศไทย 4.0 โดยมีเป้าหมายในการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนผ่านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารอย่างบูรณาการ (Ahvenniemi et al., 2017) อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จของการขับเคลื่อนเมืองอัจฉริยะไม่ได้ขึ้นอยู่กับเทคโนโลยีเพียงอย่างเดียว แต่ยังต้องอาศัยแนวทางการสื่อสารและการจัดการการสื่อสารที่มี

ประสิทธิภาพของนายกเทศมนตรีเมืองทุ่งสง เพื่อสร้างความเข้าใจ การยอมรับ และการมีส่วนร่วมของประชาชน (Albino et al., 2015; มรกต จันทร์กระพ้อ และกฤษดา เชียรวัฒนสุข, 2562)

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเมืองอัจฉริยะ เนื่องจากเป็นหน่วยงานที่ใกล้ชิดกับประชาชนและเข้าใจบริบทของพื้นที่อย่างลึกซึ้ง การพัฒนาเมืองอัจฉริยะในระดับท้องถิ่นจึงต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน และประชาชน โดยมุ่งเน้นการพัฒนาเทคโนโลยีให้ทันสมัยและเข้าถึงได้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียม โดยการสื่อสารมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเมืองอัจฉริยะ โดยเฉพาะในด้านการสร้างความเข้าใจและการมีส่วนร่วมของประชาชน การจัดการการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้ประชาชนรับรู้และเข้าใจนโยบายหรือโครงการต่าง ๆ ของเมืองอัจฉริยะได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน นอกจากนี้ การสื่อสารที่ดีจะช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นและความร่วมมือระหว่างภาครัฐและประชาชน โดยเฉพาะในยุคที่การสื่อสารเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วองค์กรปกครองท้องถิ่นจำเป็นต้องมีแนวคิดการสื่อสารที่ทันสมัย เข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคข้อมูล และสามารถสร้างสรรค์รูปแบบการสื่อสารที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิผล (Komninos, 2020) ทั้งนี้ การจัดการการสื่อสารในระดับท้องถิ่นมีความซับซ้อน เนื่องจากต้องประสานงานกับหน่วยงานหลากหลาย รวมถึงการสื่อสารกับประชาชนที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม อายุ และความสามารถในการเข้าถึงเทคโนโลยี (Angelidou, 2017) จากงานวิจัยที่ผ่านมา พบว่าการมีแนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication) และการใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์ (Evidence-Based Communication) เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการขับเคลื่อนเมืองอัจฉริยะ (Nam & Pardo, 2016) นอกจากนี้ การวางโครงสร้างการจัดการการสื่อสารอย่างเป็นระบบ การบริหารทีมสื่อสารที่มีความเชี่ยวชาญ และการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (AI) และ Big Data มาประยุกต์ใช้ ก็เป็นแนวโน้มสำคัญที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารในบริบทเมืองอัจฉริยะ (Batty et al., 2015; Mora et al., 2019; ประพันธ์ คชแก้ว และนัยนา เกิดวิชัย, 2562)

เทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาเมืองในภาคใต้ตอนบน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในฐานะเมืองศูนย์กลางด้านคมนาคม เศรษฐกิจและบริการ การนำแนวคิด “เมืองอัจฉริยะ” มาปรับใช้ในท้องถิ่นจึงมุ่งเน้นให้การบริหารจัดการเมืองมีความยั่งยืนและตอบโจทย์ความต้องการของประชาชนในศตวรรษที่ 21 ซึ่งเทศบาลเมืองทุ่งสงได้เริ่มดำเนินการในหลายมิติของเมืองอัจฉริยะ ได้แก่ 1) ด้านสิ่งแวดล้อมอัจฉริยะ มุ่งส่งเสริมการจัดการขยะด้วยเทคโนโลยี Internet of Things (IoT) เช่น ถังขยะอัจฉริยะที่ตรวจวัดระดับขยะและแจ้งเตือนระบบจัดเก็บ รวมถึงระบบเฝ้าระวังคุณภาพอากาศ (AQI) ภายในเขตเมือง 2) ด้านการคมนาคมอัจฉริยะ ได้พัฒนาโครงข่ายถนนและระบบขนส่งในเมืองให้เชื่อมโยงกับระบบสารสนเทศ เช่น ระบบติดตามรถขยะ รถโดยสารเทศบาล และระบบจราจรแบบเรียลไทม์ผ่านกล้อง CCTV 3) ด้านธรรมาภิบาลอัจฉริยะ ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการบริหาร เช่น ระบบร้องเรียนออนไลน์ “Thung Song Smart Complaint” การให้บริการเอกสารราชการผ่านระบบ

อิเล็กทรอนิกส์ และการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเทศบาล และ 4) ด้านประชาชนอัจฉริยะ มุ่งจัดโครงการฝึกอบรมทักษะดิจิทัลให้แก่ประชาชน ผู้สูงอายุ และผู้ประกอบการท้องถิ่น เพื่อเพิ่มศักยภาพในการใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวันและการประกอบอาชีพ ซึ่งในโครงการดังกล่าวใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการขับเคลื่อนโครงการ โดยผู้นำองค์กร นายทรงชัย วงษ์วัชรดำรง นายกเทศมนตรีเป็นต้นแบบของการสื่อสารมุ่งไปสู่เป้าหมายความสำเร็จ

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาการขับเคลื่อนเมืองอัจฉริยะของนายกเทศมนตรีเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยเน้นที่แนวความคิดการสื่อสารและการจัดการการสื่อสาร เพื่อให้เข้าใจถึงบทบาทและกระบวนการที่นายกเทศมนตรีเมืองทุ่งสงใช้ในการสื่อสารกับประชาชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การศึกษานี้จะช่วยให้สามารถพัฒนาแนวทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับบริบทของแต่ละพื้นที่ การวิจัยนี้มีความสำคัญในการส่งเสริมการพัฒนาเมืองอัจฉริยะในระดับท้องถิ่นอย่างยั่งยืน โดยการเน้นที่การสื่อสารและการมีส่วนร่วมของประชาชน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างเมืองที่น่าอยู่ ทันสมัย และมีคุณภาพชีวิตที่ดี การศึกษานี้จึงมุ่งเน้นการวิจัยสองประเด็นสำคัญ ได้แก่ 1) แนวความคิดการสื่อสารของนายกเทศมนตรีเมืองทุ่งสงในการขับเคลื่อนเมืองอัจฉริยะ และ 2) การจัดการการสื่อสารที่ใช้ในการดำเนินการ โดยมุ่งวิเคราะห์กระบวนการตั้งแต่การวางแผนกลยุทธ์ การเลือกช่องทางการสื่อสาร การสร้างเนื้อหา ตลอดจนการประเมินผลลัพธ์ของการสื่อสารอย่างเป็นระบบ ทั้งนี้เพื่อสร้างความรู้ด้านวิชาการด้านการสื่อสารเมืองอัจฉริยะในบริบทเทศบาลไทย เสนอกรอบแนวคิดและขั้นตอนการจัดการการสื่อสารที่เชื่อมวิสัยทัศน์ นโยบาย เทคโนโลยี และการมีส่วนร่วมของประชาชน ช่วยต่อยอดการพัฒนาทฤษฎีและงานวิจัยด้านการสื่อสารภาครัฐดิจิทัล รวมทั้งด้านการประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติให้เทศบาลออกแบบแผนสื่อสาร กำหนดทีมดิจิทัล เลือกช่องทาง เนื้อหา ติดตามประเมินผล และยกระดับบริการแบบประชาชนเป็นศูนย์กลางอย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวความคิดการสื่อสารในการขับเคลื่อนเมืองอัจฉริยะของนายกเทศมนตรีเมืองทุ่งสง
2. เพื่อศึกษาการจัดการการสื่อสารในการขับเคลื่อนเมืองอัจฉริยะของนายกเทศมนตรีเมืองทุ่งสง

กรอบแนวคิดการวิจัย

การสื่อสารเป็นแกนกลางของการขับเคลื่อนเมืองอัจฉริยะ เพราะทำหน้าที่เชื่อมวิสัยทัศน์–นโยบาย–เทคโนโลยี–ประชาชนให้กลายเป็นการยอมรับและการปฏิบัติจริง โดยบทบาทนายกเทศมนตรีในฐานะ “ผู้นำการเปลี่ยนแปลง/ตัวแทนการเปลี่ยนแปลง” สอดคล้องกับทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรมที่ชี้ว่า การยอมรับนวัตกรรมเกิดจากการสื่อสารผ่านช่องทางที่เหมาะสมในระบบสังคมและช่วงเวลา พร้อมทำให้นวัตกรรมถูกมองว่ามี “ความได้เปรียบ สอดคล้อง เข้าใจง่าย ทดลองได้ และเห็นผลได้” (Rogers, 2003) จึงอธิบายได้ว่า

การสื่อสารองค์กรดิจิทัล การสื่อสารสองทาง และการส่งเสริมนวัตกรรมที่พบ ช่วยเร่งการกระจายจากกลุ่มนำไปสู่ประชาชนวงกว้าง ในมิติการยอมรับเทคโนโลยีเพื่อบริการประชาชนที่เป็นเลิศและการออกแบบสารให้ชัดเจน/เข้าถึงง่าย ช่วยเพิ่มการรับรู้ประโยชน์ และความง่ายในการใช้ ตาม TAM (Davis, 1989) และยังเสริมปัจจัยคาดหวังด้านสมรรถนะ ความพยายาม อิทธิพลทางสังคม และเงื่อนไขสนับสนุนตาม UTAUT (Venkatesh et al., 2003) ทำให้ประชาชนเกิดทัศนคติเชิงบวกและพร้อมใช้งานบริการดิจิทัล ด้านแนวคิดการบริการประชาชน การเน้นประชาชนเป็นศูนย์กลางและธรรมาภิบาลสะท้อนแนว “New Public Service” ที่ให้ความสำคัญกับความไว้วางใจ การมีส่วนร่วม และการรับใช้สาธารณะมากกว่าการสั่งการ (Denhardt & Denhardt, 2000; อภินันท์ จันตะนี และประพันธ์ แสงทองดี, 2565) ขณะเดียวกัน กรอบรัฐบาลดิจิทัลของ OECD เน้น “digital by design/omnichannel” เพื่อให้บริการเข้าถึงได้เท่าเทียมและเชื่อมกระบวนการหลังบ้านอย่างบูรณาการ (OECD, 2020) ส่วนการจัดทีมดิจิทัล การบูรณาการข้อมูล และการประเมินผลอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับแนวคิดองค์กรดิจิทัลและการเปลี่ยนผ่านดิจิทัลภาครัฐที่มองการเปลี่ยนแปลงเป็นทั้งเทคโนโลยี โครงสร้าง วัฒนธรรม ทักษะ (Mergel et al., 2019; Westerman et al., 2014) และใกล้เคียงมุมมอง Digital-Era Governance ที่เน้นการออกแบบบริการใหม่ การเชื่อมโยงหน่วยงาน และการร่วมผลิตบริการกับประชาชน (Dunleavy et al., 2006)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. แบบการวิจัย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก

2. ผู้ให้ข้อมูลหลัก เลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจงจากผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการสื่อสารในการขับเคลื่อนเมืองอัจฉริยะของนายกเทศมนตรีเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช รวมจำนวน 22 คน ได้แก่ 1) นายกเทศมนตรีเมืองทุ่งสง 1 คน และรองนายกเทศมนตรี 2 คน 2) ที่ปรึกษาด้านเมืองอัจฉริยะ 2 คน 3) ผู้อำนวยการกองที่รับผิดชอบนโยบายและแผน 1 คน 4) หัวหน้างานที่เกี่ยวข้องโครงการเมืองอัจฉริยะ 5 คน เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องโครงการเมืองอัจฉริยะ 5 คน และเจ้าหน้าที่สื่อสารองค์กร 3 คน และ 5) นักวิชาการด้านการสื่อสาร 3 คน

3. เครื่องมือการวิจัย โดยมีเครื่องมือการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างที่ผ่านการตรวจคุณภาพด้านความเที่ยงและความตรงด้านเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน โดยแบบสัมภาษณ์เชิงลึกประกอบด้วยประเด็นหลัก 2 ส่วน ได้แก่ 1) แนวความคิดการสื่อสารในการขับเคลื่อนเมืองอัจฉริยะของนายกเทศมนตรีเมืองทุ่งสง ซึ่งมีประเด็นคำถามหลัก ได้แก่ แนวความคิดด้านการสื่อสารองค์กร แนวความคิดด้านการสื่อสารเพื่อแพร่กระจายนวัตกรรม แนวความคิดด้านการสื่อสารในการยอมรับเทคโนโลยี แนวความคิดการสื่อสารโน้มน้าวใจ แนวความคิดด้านการบริการประชาชนที่เป็นเลิศ และแนวความคิดด้านการเพิ่ม

ประสิทธิภาพของการจัดการองค์กร และ 2) การจัดการการสื่อสารในการขับเคลื่อนเมืองอัจฉริยะของนายกเทศมนตรีเมืองทุ่งสง ซึ่งมีประเด็นคำถามหลัก ได้แก่ การศึกษาสภาพปัญหาการสื่อสาร การวางแผนกลยุทธ์การสื่อสาร การลงมือปฏิบัติตามแผนการสื่อสาร การติดตามประเมินผลการสื่อสาร และการจัดการหน่วยงานเพื่อส่งเสริมและผลักดันการสื่อสาร

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ดำเนินการด้วยความรอบคอบและเคารพในหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์อย่างเคร่งครัด นักวิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลด้วยตนเองทั้งหมด โดยเริ่มจากการขอความยินยอมอย่างเป็นทางการจากผู้ให้ข้อมูลหลัก เพื่อให้มั่นใจว่าผู้เข้าร่วมการศึกษาได้รับทราบถึงวัตถุประสงค์ ขั้นตอน และสิทธิของตนเองอย่างครบถ้วนก่อนที่จะให้ข้อมูล หลังจากได้รับความยินยอมแล้ว นักวิจัยได้ประสานงานและนัดหมายกับผู้ให้ข้อมูลล่วงหน้า เพื่ออำนวยความสะดวกในการสัมภาษณ์และลดความไม่สะดวกที่อาจเกิดขึ้น โดยกระบวนการสัมภาษณ์มีทั้งแบบเผชิญหน้าและแบบออนไลน์ ซึ่งขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของแต่ละกรณี โดยนักวิจัยได้ยึดแนวคำถามที่จัดเตรียมไว้ล่วงหน้าเพื่อให้การสัมภาษณ์เป็นไปอย่างมีทิศทาง และสามารถรวบรวมข้อมูลที่ตรงกับประเด็นการศึกษาได้ครบถ้วน ขณะทำการสัมภาษณ์ นักวิจัยได้ทำการบันทึกข้อมูลอย่างละเอียด ทั้งในรูปแบบของการจดบันทึกและการบันทึกเสียง เพื่อรักษาความถูกต้องของข้อมูล และนำไปวิเคราะห์ต่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้การดำเนินการทุกขั้นตอนเน้นย้ำการให้เกียรติและคำนึงถึงความสมัครใจของผู้ให้ข้อมูลเป็นสำคัญ

5. การวิเคราะห์ข้อมูล กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษานี้ได้ดำเนินการอย่างเป็นระบบและละเอียดรอบคอบ โดยเริ่มจากการจำแนกข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ออกเป็นส่วน ๆ ตามเนื้อหา จากนั้นจึงทำการตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูล เพื่อให้แน่ใจว่าข้อมูลที่ได้รับสามารถตอบสนองต่อประเด็นและตัวแปรที่ตั้งไว้ในการวิจัยได้อย่างครอบคลุม ในขั้นตอนนี้นักวิจัยได้ตัดทอนข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องหรือไม่ตรงกับประเด็นการศึกษาออกไป เพื่อคงไว้เฉพาะข้อมูลที่มีคุณค่าต่อการวิเคราะห์ ต่อมานักวิจัยได้ดำเนินการจัดหมวดหมู่ข้อมูลตามประเด็นและตัวแปรที่ศึกษา เพื่อให้เห็นภาพรวมของข้อมูลที่สัมพันธ์กันอย่างชัดเจน ขั้นตอนนี้มีความสำคัญต่อการตีความข้อมูล เพราะช่วยให้สามารถวิเคราะห์ความหมายและความเชื่อมโยงของข้อมูลแต่ละส่วนได้อย่างแม่นยำ หลังจากนั้นจึงทำการตีความข้อมูลที่เกี่ยวข้อง โดยอาศัยการเปรียบเทียบวิเคราะห์เชิงลึก และพิจารณาจากบริบทที่ได้จากการสัมภาษณ์ เพื่อสรุปความหมายและข้อค้นพบที่สำคัญและสุดท้าย นักวิจัยได้สังเคราะห์ข้อมูลและสร้างข้อสรุปเชิงพรรณนาอย่างเป็นระบบ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ทั้งนี้เพื่อให้ผลการวิจัยสามารถสะท้อนภาพรวมของข้อมูลได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน และมีความน่าเชื่อถือ

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาแนวความคิดการสื่อสารในการขับเคลื่อนเมืองอัจฉริยะของนายกเทศมนตรีเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีข้อค้นพบดังนี้

การขับเคลื่อนเมืองอัจฉริยะเป็นการพัฒนาเมืองที่ผสานเทคโนโลยีดิจิทัล นวัตกรรม และข้อมูลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริการภาครัฐ ตอบสนองความต้องการประชาชน และยกระดับคุณภาพชีวิต โดยการสื่อสารเป็นกลไกสำคัญที่ทำให้แนวคิด นโยบาย และการใช้งานเทคโนโลยีเกิดขึ้นจริงในชีวิตประจำวัน บทบาทของนายกเทศมนตรีจึงไม่ใช่เพียงผู้บริหารโครงการ แต่เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง นักสื่อสาร และผู้โน้มน้าวใจไปพร้อมกัน การสื่อสารในบริบทเมืองอัจฉริยะครอบคลุมมากกว่าการประชาสัมพันธ์ แต่รวมถึงการสร้างความเข้าใจร่วม การมีส่วนร่วมของประชาชน การเปลี่ยนทัศนคติ การยอมรับเทคโนโลยี และการผลักดันให้เกิดพฤติกรรมใหม่ที่สนับสนุนการพัฒนาเมืองอย่างต่อเนื่อง

1.1 แนวความคิดด้านการสื่อสารองค์กร การสื่อสารองค์กรมีบทบาทในการกำหนดภาพลักษณ์เมืองและสร้างความเชื่อมั่นต่อแนวทางพัฒนาเมืองอัจฉริยะ โดยเน้น 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ การสร้างเอกลักษณ์และภาพลักษณ์ของเมืองในฐานะเมืองอัจฉริยะ เช่น เมืองปลอดภัย สะอาด สีเขียว เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม การบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งประชาชน ภาคธุรกิจ หน่วยงานรัฐ นักลงทุน และเครือข่ายชุมชน เพื่อให้เกิดความร่วมมือและแรงสนับสนุน และการสื่อสารเพื่อการจัดการวิกฤตที่อาจเกิดขึ้น เช่น ภัยพิบัติ โรคระบาด หรือความเสี่ยงทางไซเบอร์ ซึ่งต้องมีการวางแผนสื่อสารเชิงรุก ลดความสับสน และสร้างความมั่นใจให้ประชาชนรับมือสถานการณ์ได้

1.2 แนวความคิดด้านการสื่อสารเพื่อแพร่กระจายนวัตกรรม เมืองอัจฉริยะเกี่ยวข้องกับการนำนวัตกรรมและบริการใหม่เข้าสู่ระบบเมือง การสื่อสารเพื่อแพร่กระจายนวัตกรรมจึงต้องทำให้ประชาชนรับรู้ เรียนรู้ ทดลอง และยอมรับ โดยมีประเด็นสำคัญ ได้แก่ การสร้างการรับรู้ให้เห็นว่าเมืองมีนวัตกรรมอะไรเกิดขึ้น เช่น แอปบริการเมือง ระบบจัดการจราจร หรือระบบแจ้งซ่อมออนไลน์ การให้ข้อมูลเชิงลึกที่ชัดเจนเกี่ยวกับประโยชน์ วิธีใช้ ความปลอดภัย และผลลัพธ์ที่คาดหวัง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและลดความกังวล การกระตุ้นให้เกิดการทดลองใช้ผ่านกิจกรรมหรือช่วงทดลองบริการ เพื่อให้ประชาชนได้สัมผัสประสบการณ์จริง และการลดความซับซ้อนของนวัตกรรมโดยสื่อสารให้เข้าใจง่าย ใช้ภาษาประชาชน มีคู่มือ วิดีโอสาธิต หรือช่องทางช่วยเหลือ ทำให้การยอมรับเกิดขึ้นได้รวดเร็วขึ้น

1.3 แนวความคิดด้านการสื่อสารในการยอมรับเทคโนโลยี การยอมรับเทคโนโลยีเป็นความท้าทาย เพราะประชาชนต่างวัยต่างพื้นฐาน มีระดับทักษะดิจิทัลไม่เท่ากัน ผลการศึกษาชี้ว่าการสื่อสารควรมุ่งตอบโจทย์ 2 ประเด็นหลัก คือ การรับรู้ว่ามีประโยชน์ โดยอธิบายให้เห็นชัดว่าการใช้เทคโนโลยีทำให้ชีวิตสะดวกขึ้น ลดเวลา ลดขั้นตอน เพิ่มความรวดเร็วและความโปร่งใส เช่น แจ้งปัญหาแล้วติดตามผลได้ และการรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้ โดยลดความกลัวความซับซ้อนผ่านการสอนใช้แบบสั้น กระชับ มีตัวอย่างจริง มีทีมช่วยเหลือ และมี

ทางเลือกสำหรับผู้ที่ไม่ถนัดดิจิทัล นอกจากนี้ยังต้องสื่อสารเรื่องความปลอดภัย ความเป็นส่วนตัว การคุ้มครองข้อมูล และการสนับสนุนด้านเทคนิคอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อสร้างความไว้วางใจและลดแรงต้านต่อการเปลี่ยนแปลง

1.4 แนวความคิดการสื่อสารโน้มน้าวใจ การขับเคลื่อนเมืองอัจฉริยะต้องเปลี่ยนพฤติกรรมและสร้างแรงสนับสนุนจากประชาชน จึงต้องใช้การสื่อสารเชิงโน้มน้าวใจควบคู่กับข้อมูล ผลการศึกษาพบแนวทางสำคัญคือการเลือกวิธีโน้มน้าวให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มที่ต้องการเหตุผลและข้อมูลเชิงลึกควรได้รับสารที่มีหลักฐานชัดเจน อธิบายต้นทุน-ผลประโยชน์ เป้าหมาย และความคุ้มค่า เช่น เวทีสรุปข้อมูลสำหรับผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ และผู้มีบทบาททางสังคม ส่วนกลุ่มที่ต้องการแรงจูงใจทางอารมณ์หรือภาพจำควรใช้เรื่องเล่าจากผู้ได้รับประโยชน์ ภาพก่อน-หลังของการบริการ หรือสื่อสร้างแรงบันดาลใจ เพื่อให้เห็นว่าการเปลี่ยนแปลงช่วยชีวิตประจำวันได้จริง การผสานทั้งสองแนวทางช่วยขยายการยอมรับไปสู่คนหมู่มาก

1.5 แนวความคิดด้านการบริการประชาชนที่เป็นเลิศ หัวใจของเมืองอัจฉริยะในมุมมองการสื่อสารคือการบริการประชาชนที่เป็นเลิศ โดยยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง การสื่อสารจึงต้องชัดเจน โปร่งใส ตอบสนองไว และออกแบบประสบการณ์บริการที่ดีตั้งแต่ต้นทางถึงปลายทาง ครอบคลุมการรับฟังเสียงสะท้อน การวิเคราะห์ปัญหา การปรับปรุงบริการ และการประชาสัมพันธ์บริการใหม่ให้ประชาชนเข้าใจและเข้าถึงได้จริง เทคโนโลยีสื่อสารถูกใช้เพื่อเพิ่มช่องทางบริการและลดข้อจำกัดของเวลา เช่น บริการออนไลน์ 24 ชั่วโมง ระบบแจ้งเหตุร้องเรียน ชำระภาษี ขออนุญาต ตรวจสอบสิทธิ์สวัสดิการ แจ้งเตือนภัย จองคิวบริการ ติดตามงานซ่อม หรือรายงานสภาพจราจร อย่างไรก็ตาม การบริการที่เป็นเลิศต้องคำนึงถึงความแตกต่างของประชาชน โดยเฉพาะผู้สูงอายุ เด็ก คนพิการ และผู้เข้าถึงเทคโนโลยีจำกัด จึงควรมีช่องทางทางเลือกหรือการช่วยเหลือเฉพาะ เพื่อให้ทุกกลุ่มเข้าถึงบริการได้อย่างเท่าเทียม

1.6 แนวความคิดด้านการเพิ่มประสิทธิภาพของการจัดการองค์กร การขับเคลื่อนเมืองอัจฉริยะต้องเริ่มจากองค์กรที่ทำงานเร็ว โปร่งใส และคล่องตัว แนวคิดการเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรจึงเน้นการสร้างระบบสื่อสารภายในที่รวดเร็ว แม่นยำ และเปิดกว้าง เพื่อให้บุคลากรเข้าใจเป้าหมายร่วมกัน ลดความซ้ำซ้อน และทำงานสอดประสาน โดยเฉพาะการสื่อสารแบบสองทางที่เปิดให้เจ้าหน้าที่เสนอแนวคิด แสดงความคิดเห็น และมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจที่เหมาะสม การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น ระบบประชุมออนไลน์ เอกสารอิเล็กทรอนิกส์ และแพลตฟอร์มทำงานร่วมกัน ช่วยลดเวลา ลดความผิดพลาด เพิ่มความต่อเนื่องของงาน และสนับสนุนวัฒนธรรมองค์กรทันสมัยที่พร้อมปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง

สรุปสาระเชิงประเด็นแนวความคิดการสื่อสารในการขับเคลื่อนเมืองอัจฉริยะได้ดังนี้

ตารางที่ 1 สรุปสาระเชิงประเด็นแนวความคิดการสื่อสารในการขับเคลื่อนเมืองอัจฉริยะ

ประเด็นหลัก	สาระสำคัญต่อการขับเคลื่อนเมืองอัจฉริยะ
การสื่อสารเป็นแกนกลางของเมืองอัจฉริยะ	ทำให้การพัฒนาเกิดผลลัพธ์ทางสังคมและบริการ ไม่หยุดอยู่ที่โครงการ
บทบาทผู้นำเชิงสื่อสารของนายกเทศมนตรี	เพิ่มพลังการนำ ลดแรงต้าน สร้างความชอบธรรมและความร่วมมือ
การสื่อสารองค์กรเพื่อภาพลักษณ์–ความเชื่อมั่น	สร้างความเชื่อมั่นและความร่วมมือ เพิ่มความพร้อมรับมือเหตุการณ์เสี่ยง
การสื่อสารเพื่อแพร่กระจายนวัตกรรม	เพิ่มอัตราการยอมรับ ลดช่องว่างความรู้ ทำให้นวัตกรรมเกิดการใช้จริงในวงกว้าง
การสื่อสารเพื่อการยอมรับเทคโนโลยี	ลดแรงต้าน เพิ่มความไว้วางใจ ทำให้บริการดิจิทัลเข้าถึงได้จริงและเท่าเทียม
การสื่อสารโน้มน้าวใจเพื่อเปลี่ยนพฤติกรรม	เร่งการเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรม เพิ่มแรงสนับสนุนทางสังคมต่อการเปลี่ยนแปลง
ประชาชนเป็นศูนย์กลางและการบริการประชาชนที่เป็นเลิศ	ยกระดับคุณภาพชีวิต เพิ่มความพึงพอใจและความไว้วางใจต่อเทศบาล ลดความเหลื่อมล้ำ การเข้าถึงบริการ
ประสิทธิภาพองค์กรและวัฒนธรรมการสื่อสารสองทาง	เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารและความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง ทำให้เมืองอัจฉริยะขับเคลื่อนได้ต่อเนื่องและยั่งยืน

2. ผลการศึกษาการจัดการการสื่อสารในการขับเคลื่อนเมืองอัจฉริยะของนายกเทศมนตรีเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีข้อค้นพบดังนี้

2.1 การศึกษาสภาพปัญหาการสื่อสารขององค์กร จุดเริ่มต้นคือการเข้าใจสภาพจริงขององค์กรและพื้นที่ ทั้งโครงสร้างการสื่อสารภายใน-ภายนอก พฤติกรรมการสื่อสารของเจ้าหน้าที่ ความสามารถด้านเทคโนโลยี และระดับความรู้ความเข้าใจของประชาชนเกี่ยวกับเมืองอัจฉริยะ การเก็บข้อมูลควรใช้หลายวิธี เช่น สัมภาษณ์ ประชุมกลุ่มย่อย แบบสอบถาม และสังเกตการณ์ เพื่อให้เห็นปัญหาจริงที่เป็นอุปสรรค เช่น การสื่อสารภายในล่าช้าเพราะขาดระบบแจ้งข้อมูลที่ทันสมัย หรือประชาชนไม่เข้าใจนโยบายเพราะใช้ช่องทางที่ไม่ตรงกลุ่มเป้าหมาย เมื่อวิเคราะห์ปัญหาได้ชัด จะช่วยลดการทำงานบนสมมุติฐานและวางรากฐานแผนสื่อสารที่ตรงจุด

2.2 การวางแผนกลยุทธ์การสื่อสาร ขั้นตอนต่อมาคือการกำหนดเป้าหมายที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์เมืองอัจฉริยะ เช่น สร้างการรับรู้และความเข้าใจ ส่งเสริมการมีส่วนร่วม สร้างภาพลักษณ์องค์กรโปร่งใสและ

ทันสมัย จากนั้นระบุกลุ่มเป้าหมายให้ชัด ทั้งประชาชนทั่วไป วัยรุ่น ผู้สูงอายุ ผู้ประกอบการ ผู้นำชุมชน และเจ้าหน้าที่ภายใน แล้วเลือกเครื่องมือและช่องทางให้เหมาะกับแต่ละกลุ่ม เช่น สื่อสังคมออนไลน์สำหรับคนรุ่นใหม่ เสียงตามสายหรือวิทยุชุมชนสำหรับผู้สูงอายุ เวทีชุมชนสำหรับกลุ่มเข้าถึงเทคโนโลยีน้อย พร้อมออกแบบสารที่เข้าใจง่าย เห็นประโยชน์ที่ประชาชนจะได้รับเป็นอันดับแรก กำหนดผู้รับผิดชอบ งบประมาณ และระยะเวลาให้ชัด เพื่อให้แผนปฏิบัติได้จริง

2.3 การลงมือปฏิบัติตามแผนการสื่อสาร การปฏิบัติเป็นการแปลงแผนสู่การทำงานจริง ผู้บริหารต้องนำทีมอย่างใกล้ชิด สนับสนุนทรัพยากร และแก้ปัญหาเฉพาะหน้า โดยเริ่มจากกิจกรรมเปิดตัวหรือประกาศเจตนารมณ์เพื่อสร้างความสนใจ เช่น แถลงข่าว เปิดตัวโครงการ นิทรรศการให้ความรู้ จากนั้นสื่อสารต่อเนื่องตามช่องทางที่กำหนด โดยพัฒนาเนื้อหาให้เหมาะกับสถานการณ์ เช่น คลิปวิดีโอ อินโฟกราฟิก บทความอธิบายโครงการ และสื่อภาคสนามควบคู่กัน อีกทั้งควรกระตุ้นการมีส่วนร่วมด้วยการเชิญชวนทดลองใช้บริการดิจิทัล เปิดช่องทางรับฟังความคิดเห็นออนไลน์ และสร้างพื้นที่สนทนาระหว่างเทศบาลกับประชาชน เพื่อให้การสื่อสารไม่ใช่ทางเดียว

2.4 การติดตามประเมินผลการสื่อสาร การติดตามและประเมินผลช่วยวัดความก้าวหน้าและปรับปรุงกลยุทธ์ให้เหมาะกับความต้องการจริง ควรเก็บข้อมูลอย่างสม่ำเสมอทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เช่น การเข้าถึงและการมีส่วนร่วมในสื่อสังคม จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม ประเด็นความคิดเห็นและข้อร้องเรียน ความพึงพอใจต่อบริการดิจิทัล และมุมมองเจ้าหน้าที่ต่อระบบสื่อสารภายใน ผลประเมินทำให้เห็นว่าประชาชนเข้าใจมากขึ้นหรือไม่ ทัศนคติเกิดต่อองค์กรเปลี่ยนไปอย่างไร และบริการใดควรปรับรูปแบบการสื่อสาร เช่น ปรับสารให้ตรงความสนใจ เพิ่มคู่มือ เพิ่มช่องทางใหม่ หรือออกแบบกิจกรรมเสริมสำหรับกลุ่มที่ยังเข้าถึงน้อย

2.5 การจัดการหน่วยงานเพื่อส่งเสริมและผลักดันการสื่อสาร เพื่อให้การขับเคลื่อนยั่งยืน ต้องมีโครงสร้างหน่วยงานด้านการสื่อสารที่ชัดเจน มีทีมงานและบทบาทหน้าที่ เช่น ทีมผลิตเนื้อหา ทีมประชาสัมพันธ์ ทีมเทคนิคสนับสนุน และทีมวิเคราะห์ข้อมูล ควบคู่กับการพัฒนาทักษะเจ้าหน้าที่ด้านการสื่อสารดิจิทัล การเขียนเนื้อหา การจัดการแพลตฟอร์ม และการใช้ข้อมูลเพื่อปรับกลยุทธ์ หน่วยงานสื่อสารต้องทำงานบูรณาการกับฝ่ายอื่นของเทศบาล เช่น ฝ่ายเทคโนโลยี ฝ่ายชุมชนสัมพันธ์ ฝ่ายบริการประชาชน เพื่อให้การสื่อสารเป็นส่วนหนึ่งของทุกกระบวนการ นอกจากนี้ การสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เปิดเผย รับฟัง และสื่อสารตรงไปตรงมา จะเพิ่มพลังการทำงานร่วมกัน ลดความขัดแย้ง และทำให้การสื่อสารเป็นฐานขับเคลื่อนเมืองอัจฉริยะได้อย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง

สรุปสาระเชิงประเด็นการจัดการการสื่อสารในการขับเคลื่อนเมืองอัจฉริยะได้ดังนี้

ตารางที่ 2 สรุปสาระเชิงประเด็นการจัดการการสื่อสารในการขับเคลื่อนเมืองอัจฉริยะ

ประเด็นหลัก	สาระสำคัญต่อการขับเคลื่อนเมืองอัจฉริยะ
เริ่มจากการวินิจฉัยสภาพจริง	ลดการทำงานบนสมมติฐาน วางฐานข้อมูลที่แม่นยำ ทำให้แผนสื่อสารตรงจุดและแก้ปัญหาได้จริง
วางแผนเชิงกลยุทธ์แบบจำแนกกลุ่ม	ทำให้การสื่อสารมีทิศทาง ชัดเจน วัดผลได้ ลดการกระจายทรัพยากรแบบหว่าน และเพิ่มประสิทธิภาพการเข้าถึง
ปฏิบัติการสื่อสารแบบผสมผสานและต่อเนื่อง	เพิ่มการรับรู้และแรงสนับสนุนจริง สร้างประสบการณ์ใช้งาน ลดระยะห่างรัฐ-ประชาชน และเปลี่ยนจากการสื่อสารทางเดียวสู่การมีส่วนร่วม
ติดตาม-ประเมินผลเพื่อการปรับตัว	ทำให้การสื่อสารมีวงจรเรียนรู้ต่อเนื่อง เพิ่มความแม่นยำและความตอบสนองต่อความต้องการจริง ลดความเสี่ยงของโครงการที่ไม่ถูกใช้
จัดการหน่วยงานและสมรรถนะการสื่อสาร	เพิ่มความพร้อมขององค์กรในการขับเคลื่อน Smart City อย่างต่อเนื่อง ลดความขัดแย้ง สื่อสารได้รวดเร็วและเป็นเอกภาพ พร้อมรองรับการเปลี่ยนแปลงในระยะยาว

อภิปรายผล

1. แนวความคิดการสื่อสารในการขับเคลื่อนเมืองอัจฉริยะของนายกเทศมนตรีเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า การสื่อสารมีบทบาทเป็น “กลไกหลัก” ในการขับเคลื่อนการพัฒนาเมืองอัจฉริยะของเทศบาลเมืองทุ่งสง โดยนายกเทศมนตรีเมืองทุ่งสงมิได้ทำหน้าที่เพียงเป็นผู้บริหารเชิงนโยบายเท่านั้น แต่ยังต้องเป็น “ผู้นำการสื่อสาร” ที่สามารถสร้างความเข้าใจ ความเชื่อมั่น และแรงจูงใจให้แก่ประชาชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน ผลดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปวีร์รวี อินนุพัฒนและคณะ (2567) ที่ระบุว่า ผู้นำท้องถิ่นในยุคดิจิทัลจำเป็นต้องมีสมรรถนะด้านการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ เพื่อขับเคลื่อนนโยบายที่ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นฐานให้เกิดผลในเชิงพฤติกรรมของประชาชนได้จริง ประเด็นด้าน การสื่อสารองค์กร ของนายกเทศมนตรีเมืองทุ่งสง สอดคล้องกับแนวคิดของ Cornelissen (2020) ที่อธิบายว่า การสื่อสารองค์กรเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างเอกลักษณ์ ภาพลักษณ์ และความไว้วางใจ ซึ่งในกรณีของเมืองอัจฉริยะ การสื่อสารองค์กรไม่ได้มุ่งเพียงการประชาสัมพันธ์ แต่ต้องสื่อสารเพื่อสร้าง “อัตลักษณ์ของเมือง” ให้สอดคล้องกับคุณค่าที่เมืองต้องการนำเสนอ เช่น เมืองสีเขียว เมืองปลอดภัย หรือเมืองแห่งนวัตกรรม ซึ่งเทศบาลเมืองทุ่งสงได้ประยุกต์แนวทางนี้ผ่านการสื่อสารภาพลักษณ์ “เมืองทันสมัยเชื่อมโยงเทคโนโลยี” บนสื่อสังคมออนไลน์และกิจกรรมภาคสนาม ในด้านการสื่อสารเพื่อแพร่กระจายนวัตกรรม ผลการวิจัยพบว่าการขับเคลื่อนเมืองอัจฉริยะของนายกเทศมนตรีเมืองทุ่งสงอาศัยแนวทางตามโมเดลของ Rogers (2003) ซึ่งชี้ว่าการยอมรับนวัตกรรมต้องผ่านกระบวนการรับรู้ การสนใจ การทดลองใช้

และการยอมรับ โดยผู้นำต้องใช้การสื่อสารที่เหมาะสมในแต่ละขั้นตอน เช่น การสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจในเทคโนโลยีใหม่ ๆ อย่างระบบขนส่งอัจฉริยะ หรือแอปพลิเคชันบริการเทศบาล ผลนี้สอดคล้องกับงานของเชาว์ เอื้อเฟื้อ และคณะ (2568) ที่ศึกษาการใช้สื่อดิจิทัลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พบว่าการให้ข้อมูลที่ชัดเจนและต่อเนื่องช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นและเร่งกระบวนการยอมรับนวัตกรรมของประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับการสื่อสารเพื่อการยอมรับเทคโนโลยี ผลการวิจัยของนายกเทศมนตรีเมืองทุ่งสงสอดคล้องกับทฤษฎี Technology Acceptance Model (TAM) ของ Davis (1989) ที่อธิบายว่า การยอมรับเทคโนโลยีขึ้นอยู่กับการรับรู้ถึงประโยชน์และความง่ายต่อการใช้งาน ซึ่งในบริบทของเทศบาลเมืองทุ่งสง นายกเทศมนตรีได้ใช้การสื่อสารอธิบายถึงประโยชน์ที่จับต้องได้ของเทคโนโลยี เช่น ระบบร้องเรียนออนไลน์หรือการชำระภาษีผ่านแอปพลิเคชัน พร้อมลดความกังวลของประชาชนผ่านสื่อแนะนำการใช้งานและการสื่อสารแบบเข้าใจง่าย สำหรับการสื่อสารเชิงโน้มน้าวใจ งานวิจัยนี้สอดคล้องกับทฤษฎี Elaboration Likelihood Model (Petty & Cacioppo, 1986) ซึ่งอธิบายว่าการโน้มน้าวใจเกิดได้จากสองเส้นทาง คือ เส้นทางหลักที่ใช้เหตุผลและข้อมูล และเส้นทางรองที่ใช้แรงกระตุ้นทางอารมณ์ นายกเทศมนตรีเมืองทุ่งสงนำแนวคิดนี้ไปใช้โดยปรับวิธีการสื่อสารให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น การจัดเวทีให้ข้อมูลเชิงลึกแก่ผู้นำชุมชนและการใช้สื่อสร้างแรงบันดาลใจแก่ประชาชนทั่วไป นอกจากนี้การเน้น การบริการประชาชนที่เป็นเลิศ ยังสอดคล้องกับแนวคิด Citizen-Centric Governance ของ OECD (2020) ที่เน้นการสื่อสารแบบโปร่งใส ตอบสนองความต้องการและสร้างประสบการณ์บริการที่ราบรื่นให้ประชาชน โดยเทศบาลเมืองทุ่งสงได้พัฒนาแอปพลิเคชันบริการภาครัฐออนไลน์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของคนทุกกลุ่ม ทั้งผู้สูงอายุ คนพิการ และคนวัยทำงาน โดยสรุป ผลการวิจัยนี้ยืนยันว่า “การสื่อสาร” เป็นหัวใจของการขับเคลื่อนเมืองอัจฉริยะ นายกเทศมนตรีเมืองทุ่งสงใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือเชื่อมโยงนโยบาย เทคโนโลยี และประชาชนเข้าด้วยกัน ผลนี้สอดคล้องกับงานวิจัยทั้งในและต่างประเทศที่เน้นว่า เมืองอัจฉริยะจะประสบความสำเร็จได้ก็ต่อเมื่อมี “การสื่อสารเชิงกลยุทธ์” ที่เข้าใจผู้คน เทคโนโลยี และวัฒนธรรมของพื้นที่ โดยเฉพาะบทบาทผู้นำในการสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนเมืองอัจฉริยะคือผู้นำการเปลี่ยนแปลงและนักสื่อสารสาธารณะ เชื่อมวิสัยทัศน์ นโยบาย เทคโนโลยี และประชาชน ผ่านการสื่อสารสร้างการรับรู้ ทดลองใช้ และการยอมรับนวัตกรรมตามแนวการแพร่กระจายนวัตกรรม พร้อมออกแบบสารให้เห็นประโยชน์และใช้งานง่ายตาม TAM ลดความกังวลด้านความปลอดภัย ใช้การโน้มน้าวใจทั้งเหตุผลและอารมณ์เพื่อเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมร่วมมือของประชาชน

2. การจัดการการสื่อสารในการขับเคลื่อนเมืองอัจฉริยะของนายกเทศมนตรีเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการศึกษาพบว่า การดำเนินงานโครงการ “เมืองอัจฉริยะ” ของเทศบาลเมืองทุ่งสงเป็นความพยายามขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการปรับตัวสู่การบริหารจัดการเมืองด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล โดยมีจุดมุ่งหมายหลักคือการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน เพิ่มประสิทธิภาพการบริการสาธารณะ และสร้างความโปร่งใสในการบริหาร ซึ่งผลดังกล่าวสอดคล้องกับแนวโน้มการพัฒนา

เมืองอัจฉริยะในระดับประเทศและระดับโลก ในบริบทของประเทศไทย ผลการวิจัยสอดคล้องกับแนวคิดของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (depa, 2566) ที่ชี้ว่า “เมืองอัจฉริยะ” คือเมืองที่ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการบริหารจัดการ เพื่อสร้างความสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งเทศบาลเมืองทุ่งสงได้ดำเนินการตามแนวทางดังกล่าวผ่านการพัฒนาระบบ Smart Environment, Smart Governance และ Smart People โดยเฉพาะการนำระบบเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการจัดเก็บข้อมูล การร้องเรียน การบริการสาธารณะ และการสื่อสารกับประชาชนผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ส่งผลให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและมีส่วนร่วมในการบริหารเมืองได้มากขึ้น การดำเนินการลักษณะนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของเชาว์ เอื้อเฟื้อ (2568) เรื่อง “แนวทางการพัฒนาเมืองอัจฉริยะขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในประเทศไทย” ที่พบว่า ปัจจัยความสำเร็จของเมืองอัจฉริยะขึ้นอยู่กับการบูรณาการข้อมูลจากทุกภาคส่วน การสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างภาครัฐและประชาชน และการพัฒนาทักษะดิจิทัลของบุคลากร ซึ่งเทศบาลเมืองทุ่งสงได้เริ่มดำเนินการในทิศทางเดียวกันผ่านโครงการฝึกอบรมทักษะดิจิทัลให้กับเจ้าหน้าที่และประชาชนในพื้นที่ นอกจากนี้ ผลการศึกษายังสอดคล้องกับงานของ ภาฝัน จิตต์มิตรภาพ และคณะ (2565) ซึ่งศึกษาการขับเคลื่อน “เมืองอัจฉริยะจังหวัดภูเก็ต” พบว่า ความสำเร็จของเมืองอัจฉริยะขึ้นอยู่กับ “โครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล” และ “การมีส่วนร่วมของภาคเอกชน” เช่นเดียวกับเทศบาลเมืองทุ่งสงที่มีการร่วมมือกับมหาวิทยาลัยและภาคธุรกิจท้องถิ่นในการพัฒนาแพลตฟอร์มข้อมูลเมือง (City Data Platform) และระบบบริหารจัดการข้อมูลสิ่งแวดล้อม ในระดับนานาชาติ ผลการวิจัยของเทศบาลเมืองทุ่งสงมีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Caragliu, Del Bo, & Nijkamp (2011) ที่ให้คำนิยามว่า เมืองอัจฉริยะ คือ เมืองที่ลงทุนในทุนมนุษย์ (Human Capital), โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) และเทคโนโลยีสารสนเทศ (ICT) เพื่อสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนและส่งเสริมคุณภาพชีวิตของพลเมือง เทศบาลเมืองทุ่งสงได้แสดงให้เห็นการลงทุนในด้านทุนมนุษย์ผ่านโครงการฝึกอบรมทักษะดิจิทัล และการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล เช่น ระบบเครือข่าย Wi-Fi สาธารณะและกล้องวงจรปิดอัจฉริยะ ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญตามกรอบแนวคิดดังกล่าว ขณะเดียวกัน การดำเนินงานของเทศบาลเมืองทุ่งสงยังมีลักษณะสอดคล้องกับแนวทางของ Nam and Pardo (2011) ที่เสนอว่าการพัฒนาเมืองอัจฉริยะจำเป็นต้องบูรณาการสามมิติ ได้แก่ Technology, People, and Institutions กล่าวคือ เทคโนโลยีต้องได้รับการสนับสนุนโดยสถาบันที่เข้มแข็งและประชาชนที่มีทักษะดิจิทัล ผลการศึกษาพบว่า เทศบาลเมืองทุ่งสงได้เริ่มสร้างระบบบริหารจัดการที่เปิดกว้าง โปร่งใส และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนผ่านระบบร้องเรียนออนไลน์และเพจสื่อสารของเทศบาล ซึ่งสะท้อนถึงการพัฒนาทั้งในเชิงโครงสร้างและวัฒนธรรมการบริหาร อย่างไรก็ตาม การดำเนินการยังประสบความท้าทาย เช่น การขาดบุคลากรผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี การขาดงบประมาณในการลงทุนระบบดิจิทัล และการขาดการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงาน ซึ่งเป็นปัญหาที่พบได้ทั่วไปในงานวิจัยต่างประเทศ เช่น งานของ Hollands (2015) ที่ระบุว่า เมืองขนาดกลางและเล็กมักเผชิญข้อจำกัดในการเข้าถึงทรัพยากรเทคโนโลยีและขาดการวางแผนเชิง

บูรณาการ ผลการศึกษาของเทศบาลเมืองทุ่งสงจึงสอดคล้องกับข้อสังเกตนี้ ตามที่ภวัต พัฒนนิภากร และคณะชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาเมืองอัจฉริยะจำเป็นต้องดำเนินการแบบ “ค่อยเป็นค่อยไป” ตามศักยภาพของท้องถิ่น กล่าวโดยสรุป ผลการวิจัยยืนยันว่า เทศบาลเมืองทุ่งสงมีความก้าวหน้าในการนำแนวคิด “เมืองอัจฉริยะ” มาปรับใช้ในบริบทท้องถิ่นไทย โดยเน้นความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีและงานวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศ แต่เพื่อให้เกิดความยั่งยืน จำเป็นต้องเร่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล พัฒนาทุนมนุษย์ และสร้างระบบข้อมูลเมืองแบบบูรณาการ เพื่อให้เทศบาลเมืองทุ่งสงสามารถก้าวสู่ “เมืองอัจฉริยะสมบูรณ์” ได้ในอนาคต (ภวัต พัฒนนิภากร และเสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร, 2562) โดยบทบาทผู้นำในการสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนเมืองอัจฉริยะต้องเป็นทั้งผู้นำการเปลี่ยนแปลงและผู้จัดการการสื่อสาร โดยจัดการอย่างเป็นระบบตั้งแต่การวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการขององค์กร–ประชาชน วางแผนกลยุทธ์กำหนดเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมาย ช่องทาง และสารที่ชัดเจน ลงมือปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง สร้างการมีส่วนร่วมและการใช้บริการดิจิทัล ติดตามประเมินผลเพื่อปรับปรุง และจัดทีมสื่อสารดิจิทัลบูรณาการทุกฝ่ายให้ทำงานเป็นเอกภาพ

องค์ความรู้ใหม่

ข้อค้นพบใหม่จากผลการศึกษาแนวความคิดการสื่อสารในการขับเคลื่อนเมืองอัจฉริยะของนายกเทศมนตรีเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า “การสื่อสาร” เป็นกลไกสำคัญในการเชื่อมโยงนโยบาย เทคโนโลยี และประชาชน เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาเมืองอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน โดยนายกเทศมนตรีทำหน้าที่เป็นทั้งผู้นำการเปลี่ยนแปลงและนักสื่อสารสาธารณะที่ต้องสร้างความเข้าใจ ความร่วมมือ และแรงสนับสนุนจากทุกภาคส่วน การสื่อสารถูกมองใน 6 มิติหลัก ได้แก่ (1) การสื่อสารองค์กร เพื่อสร้างภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นของเมืองอัจฉริยะ รวมถึงการบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (2) การสื่อสารเพื่อแพร่กระจายนวัตกรรม โดยมุ่งสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ และการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ผ่านการสื่อสารที่เข้าใจง่ายและเข้าถึงทุกกลุ่ม (3) การสื่อสารเพื่อการยอมรับเทคโนโลยี โดยเน้นให้ประชาชนเห็นประโยชน์ ความปลอดภัย และความง่ายในการใช้งาน (4) การสื่อสารเชิงโน้มน้าวใจ เพื่อสร้างแรงจูงใจและทัศนคติเชิงบวกต่อการเปลี่ยนแปลง (5) การสื่อสารเพื่อบริการประชาชนที่เป็นเลิศ ผ่านแนวคิด “Citizen-Centric” ที่เน้นการเข้าถึงบริการรัฐอย่างสะดวก โปร่งใส และรวดเร็ว และ (6) การสื่อสารเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพองค์กร ด้วยการบริหารข้อมูลและเทคโนโลยีที่เปิดกว้าง มีส่วนร่วม และคล่องตัว สรุปได้ว่าการสื่อสารเป็นหัวใจของการขับเคลื่อนเมืองอัจฉริยะ ทำให้การบริหารเมืองมีเอกภาพ ทันสมัย และตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนได้ ส่วนผลการศึกษาพบว่า การขับเคลื่อนเมืองอัจฉริยะของเทศบาลเมืองทุ่งสงภายใต้การนำของนายกเทศมนตรีมิได้เป็นเพียงการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ แต่เป็นกระบวนการบริหารจัดการเชิงระบบที่ใช้ “การสื่อสาร” เป็นเครื่องมือสำคัญในการเชื่อมโยงวิสัยทัศน์ นโยบาย และการปฏิบัติสู่

ผลลัพธ์ที่จับต้องได้ โดยมีขั้นตอนการจัดการการสื่อสารที่ครอบคลุม 5 ด้านหลัก ได้แก่ (1) การศึกษาสภาพปัญหาการสื่อสารขององค์กร เพื่อทำความเข้าใจโครงสร้าง พฤติกรรม และข้อจำกัดของการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งเป็นรากฐานของการวางแผนอย่างตรงจุด (2) การวางแผนกลยุทธ์การสื่อสาร โดยกำหนดเป้าหมายและกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน เลือกใช้ช่องทางสื่อสารที่เหมาะสม และออกแบบเนื้อหาที่เข้าใจง่าย สร้างแรงจูงใจในการมีส่วนร่วม (3) การลงมือปฏิบัติการสื่อสารตามแผน ผ่านกิจกรรม การประชาสัมพันธ์และสื่อดิจิทัลที่ต่อเนื่อง เพื่อสร้างการรับรู้และแรงสนับสนุนจากประชาชน (4) การติดตามและประเมินผลการสื่อสาร ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อปรับปรุงกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับสถานการณ์จริง และ (5) การจัดการหน่วยงานด้านการสื่อสาร โดยจัดตั้งทีมงานเฉพาะ สนับสนุนทักษะดิจิทัล และสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เปิดกว้างต่อการสื่อสารและการมีส่วนร่วม สรุปได้ว่าการจัดการการสื่อสารอย่างเป็นระบบช่วยให้เทศบาลเมืองทุ่งสงสามารถขับเคลื่อนแนวคิดเมืองอัจฉริยะได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สรุปและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องนี้ สรุปได้ว่า “การสื่อสาร” เป็นหัวใจสำคัญของการขับเคลื่อนเมืองอัจฉริยะของนายกเทศมนตรีเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยทำหน้าที่เชื่อมโยงนโยบาย เทคโนโลยี และประชาชนอย่างมีเอกภาพ การสื่อสารถูกออกแบบใน 6 มิติหลัก ได้แก่ การสื่อสารองค์กร การสื่อสารนวัตกรรม การยอมรับเทคโนโลยี การโน้มน้าวใจ การบริการประชาชน และการเพิ่มประสิทธิภาพองค์กร ขณะเดียวกันเทศบาลได้ดำเนินการจัดการการสื่อสารอย่างเป็นระบบ 5 ขั้นตอน ตั้งแต่การศึกษาปัญหา วางแผนกลยุทธ์ ปฏิบัติการ ประเมินผล และจัดการหน่วยงานสื่อสาร ผลการศึกษาชี้ว่า การสื่อสารที่มีโครงสร้างชัดเจนและมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การพัฒนาเมืองอัจฉริยะของทุ่งสงประสบความสำเร็จ โดยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ข้อเสนอเชิงนโยบาย

1.1 จัดทำนโยบายการสื่อสารเมืองอัจฉริยะ รัฐบาลและกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นควรกำหนด “นโยบายกลางด้านการสื่อสารเมืองอัจฉริยะ” เพื่อเป็นแนวทางให้เทศบาลทั่วประเทศใช้เป็นกรอบดำเนินการ โดยกำหนดหลักเกณฑ์ด้านการสื่อสารข้อมูลสาธารณะ การเปิดเผยข้อมูลเมือง และการบริหารจัดการสื่อดิจิทัลอย่างโปร่งใสและมีส่วนร่วม

1.2 พัฒนาระบบสนับสนุนการสื่อสารภาครัฐแบบดิจิทัล ควรมีการจัดตั้ง “ศูนย์ข้อมูลและการสื่อสารเมืองอัจฉริยะระดับจังหวัด” เพื่อเชื่อมโยงฐานข้อมูลระหว่างหน่วยงานรัฐ ท้องถิ่น และภาคประชาชน สนับสนุนการตัดสินใจเชิงนโยบายด้วยข้อมูลจริงแบบเรียลไทม์ รวมทั้งพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการมีส่วนร่วมของพลเมือง

1.3 ส่งเสริมการพัฒนาทักษะผู้นำท้องถิ่นด้านการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น และสถาบันพัฒนาบุคลากรท้องถิ่น ควรจัดหลักสูตร “Smart Communication Leadership” สำหรับนายกเทศมนตรีและผู้บริหารท้องถิ่น เพื่อเพิ่มศักยภาพในการบริหารการสื่อสาร การใช้เทคโนโลยี และการสื่อสารสาธารณะเชิงสร้างสรรค์

1.4 กำหนดนโยบายการประเมินผลการสื่อสารในโครงการ ควรมีตัวชี้วัดมาตรฐานระดับประเทศ เช่น ดัชนี “Smart City Communication Index (SCCI)” เพื่อประเมินความโปร่งใส มีประสิทธิภาพ

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

2.1 จัดตั้งหน่วยงานเฉพาะด้านการสื่อสารภายในเทศบาลเทศบาลควรมี “ศูนย์สื่อสารเมืองอัจฉริยะ” ทำหน้าที่วางแผน ออกแบบ และประสานงานด้านการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยเน้นการใช้สื่อดิจิทัล การจัดการข้อมูล และการสร้างภาพลักษณ์เมืองที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ท้องถิ่น

2.2 สร้างระบบการสื่อสารแบบสองทางกับประชาชนเทศบาลควรพัฒนาเครื่องมือการสื่อสารแบบ Interactive เช่น Chatbot, Application หรือ Line Official Account เพื่อเปิดช่องทางให้ประชาชนเสนอความคิดเห็น ติดตามนโยบาย และร่วมออกแบบโครงการพัฒนาเมืองอัจฉริยะ

2.3 ส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่เปิดกว้างต่อการสื่อสารและนวัตกรรมควรปลูกฝังแนวคิด “การสื่อสารเพื่อเรียนรู้ร่วมกัน” ในทุกระดับขององค์กร โดยจัดกิจกรรมภายใน เช่น ประชุมเชิงปฏิบัติการแลกเปลี่ยนความรู้ หรือ “Smart Talk Session” เพื่อกระตุ้นให้บุคลากรเห็นคุณค่าของการสื่อสารที่สร้างสรรค์

2.4 พัฒนาเนื้อหาและช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย การสื่อสารควรใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย เหมาะกับบริบทของชุมชน และเลือกใช้สื่อที่หลากหลาย เช่น สื่อออนไลน์ สื่อชุมชน หรือสื่อกิจกรรมภาคสนาม เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มประชาชนทุกวัย โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุและกลุ่มเยาวชน

2.5 ประยุกต์ใช้การประเมินผลการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง ควรมีการติดตามและวิเคราะห์ประสิทธิภาพของการสื่อสารทุกโครงการ เช่น การวัดระดับการรับรู้ ความเข้าใจ และการมีส่วนร่วมของประชาชน เพื่อปรับกลยุทธ์การสื่อสารให้เหมาะสมกับสถานการณ์จริง

3. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

3.1 ศึกษาการสื่อสารเมืองอัจฉริยะในบริบทเปรียบเทียบ ควรขยายการศึกษาไปยังเทศบาลอื่น ๆ ที่ดำเนินโครงการเพื่อเปรียบเทียบรูปแบบการสื่อสาร กลยุทธ์ และปัจจัยความสำเร็จในแต่ละพื้นที่ เพื่อสร้างองค์ความรู้เชิงเปรียบเทียบที่ลึกซึ้งขึ้น

3.2 วิจัยการมีส่วนร่วมของประชาชนผ่านสื่อดิจิทัลในเมืองอัจฉริยะ ควรศึกษาเชิงลึกว่าประชาชนใช้สื่อดิจิทัลอย่างไรในการมีส่วนร่วมกับการบริหารท้องถิ่น เช่น การแสดงความคิดเห็น การติดตามข้อมูล หรือการตรวจสอบนโยบาย เพื่อพัฒนาแนวทางสื่อสารที่ตอบสนองต่อพฤติกรรมดิจิทัลของประชาชน

3.3 ศึกษาศักยภาพผู้นำท้องถิ่นในฐานะนักสื่อสารสาธารณะ การวิจัยครั้งต่อไปควรวิเคราะห์บทบาท ทักษะ และรูปแบบการสื่อสารของผู้นำท้องถิ่นในยุคดิจิทัล เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำด้านการสื่อสารให้สอดคล้องกับความท้าทายของสังคมเมืองอัจฉริยะ

บรรณานุกรม

จันทร์จิรา เหลาราช. (2565). ต้นแบบของการปรับเปลี่ยนสู่องค์กรดิจิทัล. *วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ*, *32*(2), 172-185.

เชาว์ เอื้อเฟื้อ, อรุณ สนใจ, ธีรภัทร กิจจารักษ์, สุภชัย ตรีทศ, และองอาจ ลานจันทร์. (2568). แนวทางการพัฒนาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสู่การเป็น “เมืองอัจฉริยะ”. *วารสารมหาจุฬานาครทรรศน์*, *12*(5), 209-217.

ประพันธ์ คชแก้ว และนัยนา เกิดวิชัย. (2562). นวัตกรรมการบริหารองค์การในยุคดิจิทัล. *วารสาร มจร. มนุษยศาสตร์ปริทรรศน์*, *5*(1), 131-142.

ปวีร์รวี อินนุพัฒน์, หฤทัย ปัญญาวุธตระกูล, ปิยฉัตร ล้อมชวการ และจิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. (2567). การสื่อสารของผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อสร้างองค์กรดิจิทัล. *วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม*, *8*(11), 150-162.

ภาฝัน จิตต์มิตรภาพ, ฤาเดช เกิดวิชัย, พรกุล สุขสด และดวงกมล จันทรรัตน์มณี. (2565). ปัจจัยขับเคลื่อนความสำเร็จในการพัฒนาเมืองอัจฉริยะ จังหวัดภูเก็ต. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, *14*(1), 188-202.

ภวัต พัฒนนิภากร และเสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร. (2562). บทบาทองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสู่ไทยแลนด์ 4.0. *วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์*, *4*(1), 53-69.

มรกต จันทร์กระพ้อ และกฤษดา เชียรวัฒนสุข. (2562). การสร้างองค์การแห่งนวัตกรรมเพื่อขับเคลื่อนสู่ความเป็นเลิศขององค์การ. *วารสารนักบริหาร*, *39*(1), 52-66.

อภินันท์ จันตะนี และประพันธ์ แสงทองดี. (2565). วัฒนธรรมองค์กรในยุคดิจิทัล. *วารสาร มจร ภาษาและวัฒนธรรม*, *2*(1), 52-62.

Ahvenniemi, H., Huovila, A., Pinto-Seppä, I., & Airaksinen, M. (2017). What are the differences between sustainable and smart cities? *Cities*, *60*, 234-245. https://doi.org/10.1016/j.cities.2016.09.009

Albino, V., Berardi, U., & Dangelico, R. M. (2015). Smart cities: Definitions, dimensions, performance, and initiatives. *Journal of Urban Technology*, *22*(1), 3-21. https://doi.org/10.1080/10630732.2014.942092

Angelidou, M. (2017). The role of smart city characteristics in the plans of fifteen cities. *Journal of Urban Technology*, *24*(4), 3-28. https://doi.org/10.1080/10630732.2017.1348880

Batty, M., Axhausen, K. W., Giannotti, F., Pozdnoukhov, A., Bazzani, A., Wachowicz, M., Ouzounis, G., & Portugali, Y. (2012). Smart cities of the future. *The European Physical Journal Special Topics*, *214*(1), 481-518. https://doi.org/10.1140/epjst/e2012-01703-3

Caragliu, A., Del Bo, C., & Nijkamp, P. (2011). Smart cities in Europe. *Journal of Urban Technology*, *18*(2), 65-82.

Cornelissen, J. (2020). *Corporate communication: A guide to theory and practice*. SAGE.

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, *13*(3), 319-340. https://doi.org/10.2307/249008

Denhardt, R. B., & Denhardt, J. V. (2000). The new public service: Serving rather than steering. *Public Administration Review*, *60*(6), 549-559. https://doi.org/10.1111/0033-3352.00117

Dunleavy, P., Margetts, H., Bastow, S., & Tinkler, J. (2006). New public management is dead—Long live digital-era governance. *Journal of Public Administration Research and Theory*, *16*(3), 467–494. https://doi.org/10.1093/jopart/mui057

Hollands, R. G. (2015). Critical interventions into the corporate smart city. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, *8*(1), 61–77. https://doi.org/10.1093/cjres/rsu011

Komninos, N. (2019). *Smart cities and connected intelligence: Platforms, ecosystems and network effects*. Routledge.

Mergel, I., Edelmann, N., & Haug, N. (2019). Defining digital transformation: Results from expert interviews. *Government Information Quarterly*, *36*(4), Article 101385. https://doi.org/10.1016/j.giq.2019.06.002

Mora, L., Deakin, M., & Reid, A. (2019). Strategic principles for smart city development: A multiple case study analysis of European best practices. *Technological Forecasting and Social Change*, *142*, 70-97. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.07.035

Nam, T., & Pardo, T. A. (2011). Conceptualizing smart city with dimensions of technology, people, and institutions. In *Proceedings of the 12th Annual International Digital Government Research Conference: Digital Government Innovation in Challenging Times* (pp. 282–291). Association for Computing Machinery. https://doi.org/10.1145/2037556.2037602

Nam, T., & Pardo, T. A. (2011). Smart city as urban innovation: Focusing on management, policy, and context. In *Proceedings of the 5th International Conference on Theory and Practice of Electronic Governance* (pp. 185–194). Association for Computing Machinery. https://doi.org/10.1145/2072069.2072100

OECD. (2020). *Citizen-centric smart governance framework*. OECD Publishing.

OECD. (2020). *The OECD digital government policy framework: Six dimensions of a digital government* (OECD Public Governance Policy Papers, No. 02). OECD Publishing.

Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). The elaboration likelihood model of persuasion. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 19, pp. 123-205). Academic Press.

Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, *27*(3), 425-478. https://doi.org/10.2307/30036540

Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). *Leading digital: Turning technology into business transformation*. Harvard Business Press.