

วารสารชุมชนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

NRRU Community Research Journal : CRJ

ปีที่ 17 ฉบับที่ 2 (เมษายน-มิถุนายน พ.ศ. 2566) : Vol. 17 No. 2 (April-June 2023)

Online-ISSN : 2697-4703

วัตถุประสงค์ เพื่อเผยแพร่บทความภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ ประกอบด้วย บทความวิจัย และบทความวิชาการ/บทความปริทัศน์ ที่มีขอบเขตครอบคลุมสาขาทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ได้แก่ 1) สังคมศาสตร์ทั่วไป (General Social Sciences) 2) การศึกษา (Education) 3) บริหารธุรกิจทั่วไป, การจัดการ และการบัญชี (General Business, Management and Accounting) 4) รัฐประศาสนศาสตร์ (Public Administration) และ 5) สังคมศาสตร์สุขภาพ (Health (social science)) และหรือที่เกี่ยวข้องกับ 5 สาขา

จุดมุ่งหมาย เพื่อเป็นศูนย์กลางในการสนับสนุน ถ่ายทอด และสร้างเครือข่ายการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการและการวิจัย ที่มีคุณภาพในวารสารรูปแบบสิ่งพิมพ์และวารสารอิเล็กทรอนิกส์ที่เกิดประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวมของประเทศ ได้อย่างต่อเนื่อง

- เงื่อนไข/ข้อกำหนด**
1. รับผิดชอบบทความที่เป็นไปตามเกณฑ์ รูปแบบ มาตรฐาน และแนวปฏิบัติที่วารสารกำหนดไว้ โดยผ่านความเห็นชอบจากวารสารแล้วเท่านั้น (ไม่รับผิดชอบบทความที่ไม่เป็นไปตามที่ระบุไว้)
 2. บทความที่ส่งขอรับการพิจารณาจะต้องไม่เคยเผยแพร่ในวารสารอื่นใดมาก่อน และต้องไม่อยู่ในขั้นตอนพิจารณาเพื่อเผยแพร่ในวารสารอื่น
 3. บทความที่ได้รับการตีพิมพ์เป็นข้อคิดเห็นของผู้แต่ง/ผู้พิมพ์/ผู้เขียน เท่านั้น และจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบต่อผลทางกฎหมายใด ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นจากบทความนั้น
 4. บทความที่ได้รับการลงตีพิมพ์ในวารสารเป็นลิขสิทธิ์ของสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

กำหนดการเผยแพร่ ปีละ 4 ฉบับ (ราย 3 เดือน) จำนวน 15-20 เรื่องต่อฉบับ ในรูปแบบออนไลน์ ดังนี้
ฉบับที่ 1 เดือน มกราคม-มีนาคม ฉบับที่ 3 เดือน กรกฎาคม-กันยายน
ฉบับที่ 2 เดือน เมษายน-มิถุนายน ฉบับที่ 4 เดือน ตุลาคม-ธันวาคม

การประเมินบทความ โดยผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญอย่างน้อย 3 ท่าน ต่อ 1 บทความ ในรูปแบบ Double blinded

ที่ปรึกษา อธิการบดี

รองอธิการบดีที่ได้รับมอบหมาย

ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา

หน้าที่ ให้คำปรึกษาในการจัดทำวารสารชุมชนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

บรรณาธิการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วาสนา ภาณุรักษ์

รองบรรณาธิการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธนากร แสงสง่า และ นาง รุจิรา วิจารณ์

หน้าที่ 1) กำกับดูแลการบริหารจัดการ และจัดทำวารสารชุมชนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ให้เป็นไปตามนโยบายของสถาบันวิจัยและพัฒนา สอดคล้องกับมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา 2) ให้คำปรึกษาทางด้านวิชาการและหรือตรวจสอบความถูกต้องทางวิชาการของบทความก่อนตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารชุมชนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา 3) พิจารณาความเหมาะสมในการตีพิมพ์เผยแพร่บทความในวารสารชุมชนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ฝ่ายจัดการวารสาร ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วราวุธ ธนะมูล นาย กฤษฎา พลายหมื่นไวย

นาย วิศวมาศ ภัคติกุล

นางสาว สุดารัตน์ ม่วงกลาง

หน้าที่ ดูแลงานเบิกจ่ายค่าใช้จ่าย งานด้านสารสนเทศ งานเว็บไซต์ งานตรวจสอบความถูกต้องของรูปแบบ การประสานงาน จัดเตรียม จัดเก็บ ตรวจสอบ ที่เกี่ยวข้องและครอบคลุมการดำเนินงานจัดทำวารสารชุมชนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา และนโยบายของสถาบันวิจัยและพัฒนา ให้สอดคล้องกับนโยบายของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา



เจ้าของ สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา (อาคารเฉลิมพระเกียรติ (อาคาร 9) ชั้น 4) เลขที่ 340

ถนนสุรนารายณ์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 30000 โทรศัพท์ 044-009009 ต่อ 9462

อีเมล journal-rdi@nrru.ac.th Website: <https://www.tci-thaijo.org/index.php/NRRU>

กองบรรณาธิการ (ภายนอกและภายใน)

Associate Professor Dr. Ian David Smith	UNIVERSITY OF SYDNEY, AUSTRALIA
ศาสตราจารย์ ดร. กุลธิดา ท้วมสุข	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ศาสตราจารย์ ดร. โกวิทย์ พวงงาม	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ศาสตราจารย์ ดร. ครองชัย หัตถา	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
ศาสตราจารย์ ดร. จำเนียร จวงตระกูล	มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์
ศาสตราจารย์ ดร. ภูมิฐาน รั้งคุณานุวัฒน์	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ศาสตราจารย์ ดร. ศุภชัย ยาวะประภาษ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ศาสตราจารย์ ดร. สุภา เฟ่งพิศ	สถาบันพัฒนาการสาธารณสุขอาเซียน มหาวิทยาลัยมหิดล
รองศาสตราจารย์ ดร. กล้าหาญ ญ น่าน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
รองศาสตราจารย์ ดร. ขวัญกมล ดอนขวา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
รองศาสตราจารย์ ดร. โชคชัย ยืนยง	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
รองศาสตราจารย์ ดร. ประวีต เอรารธรรม์	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
รองศาสตราจารย์ ดร. โยธิน แสงดี	มหาวิทยาลัยมหิดล
รองศาสตราจารย์ ดร. รสริน พิมลบรรยงก์	นักวิชาการอิสระ (ข้าราชการบำนาญ)
รองศาสตราจารย์ ดร. อภิศักดิ์ อีระวิสิษฐ์	สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จักรพันธ์ ชัดชุ่มแสง	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
อาจารย์ ดร. แววลี แวฉิมพลี	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

หน้าที่ 1. ให้ข้อคิดเห็น แนวทาง คำปรึกษา และข้อเสนอแนะในการจัดทำวารสารชุมชนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับในระดับชาติและระดับนานาชาติ

2. ส่งเสริมสนับสนุนให้การดำเนินงานจัดทำวารสารชุมชนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา สำเร็จลุล่วงด้วยดี

3. พิจารณาประเมินบทความที่ส่งเข้าสู่กระบวนการของวารสารชุมชนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ตามความเหมาะสม

ผู้เชี่ยวชาญ/ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความก่อนตีพิมพ์ (Peer review)

รองศาสตราจารย์ ดร. กล้าหาญ ณ่าน

รองศาสตราจารย์ ดร. กัมปนาท วงษ์วัฒนพงษ์

รองศาสตราจารย์ ดร. กานต์ เนตรกลาง

รองศาสตราจารย์ ดร. ขวัญกมล ดอนขวา

รองศาสตราจารย์ ดร. นวสินันท์ วงศ์ประสิทธิ์

รองศาสตราจารย์ ดร. บัญชา วิทยานันท์

รองศาสตราจารย์ ดร. บุญทวารณ วิงวอน

รองศาสตราจารย์ ดร. ประยูร วงศ์จันทา

รองศาสตราจารย์ ดร. ปาจรีย์ ผลประเสริฐ

รองศาสตราจารย์ ดร. รุ่งโรจน์ แก้วอุไร

รองศาสตราจารย์ ดร. วรางคณา จันทร์คง

รองศาสตราจารย์ ดร. วอนชนก ไชยสุนทร

รองศาสตราจารย์ ดร. วิภารัตน์ มูลิกะเจริญ

รองศาสตราจารย์ ดร. สิทธิพล อาจอินทร์

รองศาสตราจารย์ ดร. อภิชาติ ใจอารีย์

รองศาสตราจารย์ ดร. เอกรัตน์ เอกศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ลินลภทร์ วุฒิกนกัญจน์

รองศาสตราจารย์ สฤชนม์ พรหมสายใจ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กัญจนวลัย นนทแก้ว แฟร์รี่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธวัชชัย เอกสันติ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พิทักษ์ชัย เดชอุดม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ระบิล พันภัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รัฐกรณ์ คิดการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ราชา ธงภักดิ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รุ่งทิพย์ เจริญศักดิ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วรณประภา สุขสวัสดิ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วาสนา กิรติจำเริญ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิเชียร ก่อกิจกุล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สมเกียรติ ทานอก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุวรรณมา เตชะธีระปรีดา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ บุญนำ โสภากุทก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สลิต จำเริญ

อาจารย์ ดร. ธีระวัฒน์ อาจปฐุ

อาจารย์ ดร. เพ็ญแข วงศ์สุริยา

อาจารย์ ดร. แววลี แววมิมพลี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

วิทยาลัยนครราชสีมา

มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

มหาวิทยาลัยนครสวรรค์

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

มหาวิทยาลัยบูรพา

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

บทบรรณาธิการ

วารสารชุมชนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ปีที่ 17 ฉบับที่ 2 เผยแพร่บทความในรูปแบบออนไลน์ (Online Articles Publishing) เดือนเมษายน ถึงเดือนมิถุนายน 2566 จำนวน 15 เรื่อง ประกอบด้วย บทความวิชาการเกี่ยวกับคุณลักษณะจำเพาะสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี จำนวน 1 เรื่อง บทความวิจัยภาษาไทยที่ได้จากผลการวิจัยและผลการวิจัยทางการศึกษาเพื่อสำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาโท และระดับปริญญาเอก จำนวน 13 เรื่อง และบทความวิจัยภาษาอังกฤษจากผลการวิจัยเพื่อสำเร็จการศึกษา จำนวน 1 เรื่อง โดยได้รับการกลั่นกรองและผ่านกระบวนการที่เข้มข้นทุกรายละเอียด อาทิเช่น การตรวจสอบต้นฉบับบทความพร้อมให้คำแนะนำอันเป็นประโยชน์เบื้องต้น การกำกับ ควบคุม ดูแล ตรวจสอบ และติดตาม เป็นต้น เพื่อการบริหารจัดการต้นฉบับบทความให้มีความสมบูรณ์ เรียบร้อยมากที่สุด ส่งผลให้รูปแบบและรายละเอียดเนื้อหา มีคุณภาพ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ พัฒนาต่อยอดงานวิจัยและงานวิชาการต่อไปได้จริง และยังคงมีความมุ่งมั่นที่จะปรับปรุงการดำเนินงานและบริหารจัดการอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ หากผู้แต่งมีข้อสงสัยหรือต้องการปรึกษาปัญหาในการดำเนินการให้เป็นไปตามที่วารสารกำหนดไว้ด้วยความเรียบร้อย สามารถติดต่อได้ตามวันและเวลาราชการ โดยมีความยินดีให้คำปรึกษาและคำแนะนำตามความเหมาะสม

ดังนั้น เพื่อให้การเผยแพร่บทความทางกรวิจัยและผลงานทางวิชาการให้เป็นที่รู้จักกว้างขวางมากยิ่งขึ้น จึงขอความร่วมมือท่านผู้ส่งบทความได้ตระหนักถึงความสำคัญต่อคุณภาพของบทความ และดำเนินการตามคำแนะนำอย่างเคร่งครัด ไม่เช่นนั้นอาจส่งผลให้ถูกปฏิเสธหรือยกเลิกบทความที่ลงตีพิมพ์ในวารสารชุมชนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมาได้ โดยถือเป็นการสิ้นสุดการพิจารณาทันที และจะไม่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ได้ด้วย ทั้งนี้ ขอขอบพระคุณผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่ช่วยแนะนำและชี้แจงข้อที่ควรได้รับการปรับปรุงคุณภาพให้มีความสมบูรณ์เหมาะสม สำหรับการตีพิมพ์บทความในวารสารฉบับนี้เป็นลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา การนำข้อความใด ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งหรือทั้งหมดของต้นฉบับไปตีพิมพ์ใหม่ จะต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าของต้นฉบับและกองบรรณาธิการ รวมไปถึงการนำไปอ้างอิงให้ถูกต้อง ผลการวิจัยและความคิดเห็น ที่ปรากฏในบทความแต่ละฉบับที่ลงตีพิมพ์เผยแพร่ เป็นความรับผิดชอบของผู้แต่ง/ผู้พิมพ์/ผู้เขียน ซึ่งไม่รวมความผิดพลาดอันเกิดจากเทคนิคการพิมพ์ และท้ายสุดนี้ วารสารชุมชนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา และคณะผู้ดำเนินงานจะพัฒนาคุณภาพวารสารทางวิชาการอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำไปสู่การได้รับการรับรองมาตรฐานในระดับที่สูงขึ้นต่อไป

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วาสนา ภาณุรักษ์

บรรณาธิการ

สารบัญ (CONTENT)

	หน้า
วัตถุประสงค์/จุดมุ่งหมาย/เงื่อนไข/ข้อกำหนด/กำหนดการเผยแพร่/การประเมินบทความ/ที่ปรึกษา/บรรณาธิการ/ รองบรรณาธิการ/เจ้าหน้าที่การเงิน.....	i
กองบรรณาธิการ (ภายนอกและภายใน).....	ii
ผู้เชี่ยวชาญ/ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความก่อนตีพิมพ์ (Peer review).....	iii
สารอธิการบดี.....	iv
บทบรรณาธิการ.....	v
สารบัญ (CONTENT).....	vi-viii
บทความวิชาการ (ภาษาไทย) : ACADEMIC ARTICLE (THAI)	
การปฏิบัติตามข้อกำหนดคุณลักษณะจำเพาะของการวิจัยเชิงคุณภาพพุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี: ศึกษา จากบทความวิจัยที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารฐานดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (THE APPLICATION OF SPECIFIC CHARACTERISTICS OF GROUNDED THEORY QUALITATIVE RESEARCH STRATEGY: A STUDY OF RESEARCH ARTICLES PUBLISHED IN THAI CITATION INDEX JOURNALS) : นันทนา ชวศิริกุลทอล (Nantana Chavasirikultol), ตระกุล จิตวัฒนากร (Trakul Chitwattanakorn), จำเนียร จวงตระกูล (Jamnean Joungtrakul).....	1-13
บทความวิจัย (ภาษาไทย) : RESEARCH ARTICLE (THAI)	
การจัดสรรงบประมาณด้านการศึกษาในพื้นที่จังหวัด : กระทรวงศึกษาธิการและกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (PROVINCIAL EDUCATION BUDGET ALLOCATION: MINISTRY OF EDUCATION AND MINISTRY OF HIGHER EDUCATION SCIENCE, RESEARCH AND INNOVATION) : มีชัย ออสุวรรณ (Meechai Orsuwan), อุมาพร บึงมูม (Umapom Buengmum), วัลยา ชูประดิษฐ์ (Wallaya Chupradist), บุษยา วงษ์ชวลิตกุล (Busaya Vongchavalitkul), ภูษิตย์ วงษ์เล็ก (Pusit Wonglek).....	14-27
การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสงในการสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อยกระดับรายได้ชุมชนของกลุ่มเกษตรกรไทยบ้าน ตำบลหูท่านบ อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์ (THE DEVELOPMENT OF PEANUT PRODUCTS IN VALUE ADDED TO RAISE COMMUNITY INCOME OF THAI BAN AGRICULTURAL GROUP OF HOOTHAMNOP SUB-DISTRICT, PAKHAM DISTRICT, BURIRAM PROVINCE) : พกามาต บุตรสาลี (Pakamat Butsalee), ทิพย์สุดา ทาลีดำ (Thipsuda Thasedom), วณิชชา แผลงรักษา (Wanicha Plangruksa).....	28-41
ผลของมลภาวะต่อสุขภาพของประชาชนในบริเวณรอบโรงงานแป้งมันสำปะหลัง ตำบลหนองบัว อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์ (A STUDY OF THE EFFECTS OF POLLUTION ON PUBLIC HEALTH IN THE AREA AROUND A NATIVE STARCH FACTORY, NONG BUA SUBDISTRICT, PAKHAM DISTRICT, BURIRAM PROVINCE) : ณภัทร น้อยน้ำใส (Napat Noinumsai).....	42-54
การพัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาซัพจำปา ตำบลซัพจำปา อำเภอท่าหลวง จังหวัดลพบุรี (DEVELOPMENT AND TRANSFER OF TECHNOLOGY TO INCREASE THE VALUE OF SAP CHAMPA POTTERY PRODUCTS, SAP CHAMPA SUB DISTRICT, THA LUANG DISTRICT, LOP BURI PROVINCE) : พลวัฒน์ เกิดศิริ (Polawat Keadsiri), พิชยา พรมาลี (Pichaya Pornmalee).....	55-69

ความตั้งใจในการสร้างคุณค่าร่วมกันในธุรกิจบริการ อิทธิพลจากความผูกพัน ความไว้วางใจ การสนับสนุนทางสังคม และกลวิธีทางการตลาด (VALUE CO-CREATION IN HOSPITALITY BUSINESS: THE ROLE OF COMMITMENT, TRUST, SOCIAL SUPPORT, MARKETING TACTICS) : ณิชฐจิรา อิมวิเศษ (Natchira Imwised), สมบัติ ชำรงสินถาวร (Sombat Thamrongsinthaworn), อินิกานต์ สังข์สุวรรณ (Tinikan Sungsuwan).....	70-83
การศึกษาประเด็นทางกฎหมายเกี่ยวกับการศึกษาขั้นพื้นฐานโดยไม่มีค่าใช้จ่าย (LEGAL STUDIES ON FREE BASIC EDUCATION) : สัญชัย นิระมล (Sanchai Niramol), ธาณี วรภัทร์ (Thanee Vorapatr).....	84-97
บทบาทธนาคารออมสินสาขาในสังกัดภาค 13 ที่มีต่อการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการให้กับลูกค้าสินเชื่อธุรกิจ (THE ROLES OF THE GOVERNMENT SAVINGS BANK BRANCHES UNDER REGION 13TH ON ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT FOR BUSINESS LOAN CUSTOMERS) : เบลุจวรรณ พฤตจิระวงค์ (Benchawan Phruettijirawong), สุธานันท์ โพธิ์ชาธาร (Suthanan Phochathan), สุธาสินี โพธิ์ชาธาร (Suthasinee Phochathan).....	98-110
ตัวชี้วัดความน่าเชื่อถือของตราสินค้าองค์กรข่าวในประเทศไทย (THAI NEWS ORGANIZATION'S CORPORATE BRAND CREDIBILITY INDICATOR) : นฤมล สิงหประเสริฐ (Narumon Singhaprasert), ไพโรจน์ วิลินุช (Pairote Wilainuch), มานะ ตรียยาภิวัฒน์ (Mana Treelayapiwat).....	111-125
การศึกษาการรับรู้กฎหมายควบคุมธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ : มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมการใช้เครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับผลิตภัณฑ์อื่น (STUDY OF ALCOHOLIC BEVERAGE BUSINESS CONTROL LAW PERCEPTIONS : LEGAL MEASURES OF CONTROLLING THE USE OF ALCOHOL TRADEMARKS WITH OTHER PRODUCTS) : พงศ์ศักดิ์ เจ๊ะพงค์ (Phongsak Jehphong), สุรินรัตน์ แก้วทอง (Surinrat Kaewtong), ผจญ คงเมือง (Pajon Kongmuang).....	126-138
ผลการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารโดยบูรณาการเทคนิคผังงานที่มีต่อความสามารถด้านไวยากรณ์ภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง (THE EFFECT OF USING COMMUNICATIVE LANGUAGE TEACHING INSTRUCTION INTEGRATED WITH THE FLOWCHART TECHNIQUE IN ENGLISH GRAMMAR ABILITY ON GRADE 9 STUDENTS AT SCHOOLS UNDER THE SECONDARY EDUCATIONAL SERVICE AREA OFFICE, CHONBURI-RAYONG) : สหรัฐ ลักษณเสฐ (Saharat Laksanasut), วรณประภา สุขสวัสดิ์ (Wannaprapha Suksawas), อารีรักษ์ มีแจ่ม (Areerug Mejang).....	139-151
ทัศนคติของพนักงานด้านวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานในบริษัทรับออกแบบและตกแต่งภายในเขตกรุงเทพมหานคร (ATTITUDE OF EMPLOYEES ON THE ORGANIZATIONAL CULTURE AFFECTING WORK EFFICIENCY IN AN INTERIOR DESIGN AND DECORATION COMPANY, BANGKOK AREA) : นันทพร คงสุข (Nuntaporn Kongsuk), มัลลิกา ธรรมจริยาวัฒน์ (Munlikar Thummajariyawat).....	152-165
การพัฒนาาระบบสำหรับติดตามการส่งข้อมูลสุขภาพผู้ป่วยกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง กรณีศึกษา ชุมชนเมืองเพชรบูรณ์ (A SYSTEM DEVELOPMENT FOR THE TRANSMISSION OF HEALTH INFORMATION IN PATIENTS MONITORING NON-COMMUNICABLE DISEASES (NCDS): A CASE STUDY OF THE MUANG PHETCHABUN COMMUNITY) : สุภรัตน์ แก้วเสริม (Suparat Kaewserm), เอ็ม สายคำหน่อ (Em Saikamnor).....	166-179
การศึกษาความมีวินัยในตนเองของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ หลักสูตรเตรียมวิศวกรรมศาสตร์ (A STUDY OF SELF-DISCIPLINE OF VOCATIONAL CERTIFICATE STUDENTS IN PRE-ENGINEERING COURSE) : มัตติกา สมิตส์มบูรณ์ (Mattika Samitsomboon).....	180-190

บทความวิจัย (ภาษาอังกฤษ) : RESEARCH ARTICLE (ENGLISH)

EFFECTS OF AWARENESS TEACHING IN METACOGNITIVE STRATEGY THROUGH STORY BOOKS ON THE LISTENING

ABILITY OF YOUNG LEARNERS (ผลของการสอนความตระหนักในกลวิธีหรือปัญญาโดยใช้หนังสือนิทานที่มีต่อ

ความสามารถในการฟังของนักเรียนชั้นประถมศึกษา) : Aphinya Prachammueang (อภิญา ประจำเมือง),

Waewwalee Waewchimplee (แหววาลี แหวฉิมพลี)..... 191-204

คำชี้แจงสำหรับการเขียนต้นฉบับบทความ	205
แบบตรวจสอบความสมบูรณ์ต้นฉบับบทความ	213
แบบเสนอขอส่งต้นฉบับบทความ	214
รูปแบบบทความวิจัย	215
รูปแบบบทความวิชาการ	216
มาตรฐานทางจริยธรรมการตีพิมพ์ในวารสารชุมชนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา	217

การปฏิบัติตามข้อกำหนดคุณลักษณะจำเพาะของการวิจัยเชิงคุณภาพยุทธศาสตร์การศึกษา
เพื่อสร้างทฤษฎี: ศึกษาจากบทความวิจัยที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารฐานดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย

THE APPLICATION OF SPECIFIC CHARACTERISTICS OF GROUNDED THEORY QUALITATIVE RESEARCH STRATEGY: A STUDY OF RESEARCH ARTICLES PUBLISHED IN THAI CITATION INDEX JOURNALS

นันทนา ชวศิริกุลทอล^{1*}, ตระกุล จิตวัฒน์กร², จำเนียร จวงตระกูล³

Nantana Chavasirikul^{1*}, Trakul Chitwattanakorn², Jamnean Joungtrakul³

^{1*}ดร. มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ กรุงเทพมหานคร 10220 ประเทศไทย

^{1*}Dr., North Bangkok University, Bangkok, 10220, Thailand

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ กรุงเทพมหานคร 10220 ประเทศไทย

²Assistant Professor, Dr., Academic and Dean, Faculty of Liberal Arts, North Bangkok University, Bangkok, 10220, Thailand

³ศาสตราจารย์ ดร. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ กรุงเทพมหานคร 10220 ประเทศไทย

³Professor Dr., Faculty of Liberal Arts, North Bangkok University, Bangkok, 10220, Thailand

E-mail address (Corresponding author) : ^{1*}nantana@northbkk.ac.th; (Authors) : ²trakul.ch@northbkk.ac.th, ³professordrj@gmail.com

รับบทความ : 23 กุมภาพันธ์ 2566 / ปรับแก้ไข : 15 พฤษภาคม 2566 / ตอรับบทความ : 2 มิถุนายน 2566

Received : 23 February 2023 / Revised : 15 May 2023 / Accepted : 2 June 2023

DOI : 10.14456/nrru-rdi.2023.16

ABSTRACT

The two major objectives of this review article were: 1) to study the application of the specific characteristics of grounded theory in conducting this qualitative research strategy in Thailand; 2) to evaluate the progression and development of the grounded theory research conducted in Thailand during the past 10 years (2013-2022). To answer the first objective of the study, a review of literature related to the grounded theory research was conducted. It was founded that the grounded theory research could be classified into four groups: Original Grounded Theory; Glaserian Grounded Theory; Straussian Grounded Theory and Constructivist Grounded Theory. In addition, there are five specific characteristics that are required to be performed in the process of data analysis in addition to the normal procedures in conducting the grounded theory research. At the same time, in order to answer the second objective of the study, a study of 20 grounded theory research articles conducted in Thailand during the past 10 years that were published in various journals in Thai citation index was performed and compared with the five specific characteristics of the grounded theory research. It was founded that most of the grounded theory research study conducted in Thailand did not comply with the specific characteristic requirements of the grounded theory research. A discussion of findings was made and recommendations were proposed for those researchers who plan to conduct the grounded theory research study in the future.

Keywords : Qualitative research, Research strategy, Grounded theory

บทคัดย่อ

บทความทางวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์สองประการคือ 1) เพื่อศึกษาการปฏิบัติตามข้อกำหนดคุณลักษณะจำเพาะของการวิจัยเชิงคุณภาพยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีที่ดำเนินการในประเทศไทย 2) เพื่อพิจารณาพัฒนาการและความก้าวหน้าในการดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีที่ดำเนินการในประเทศไทยในช่วงเวลา 10 ปี (2556-2565) ที่ผ่านมา วิธีการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 1 กระทำโดยการทบทวนวรรณกรรมเพื่อค้นหาคุณลักษณะจำเพาะที่ต้องปฏิบัติตามเพิ่มเติมในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพยุทธศาสตร์การศึกษา

เพื่อสร้างทฤษฎีซึ่งพบว่ามีข้อกำหนดจำเพาะที่สำคัญ 5 ประการ ต่อจากนั้นได้ทำการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 2 โดยการศึกษาโครงการวิจัยเชิงคุณภาพยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีที่ดำเนินการในประเทศไทยซึ่งตีพิมพ์ในวารสารที่อยู่ในระบบดัชนีการอ้างอิงวารสารไทยในช่วงเวลา 10 ปีที่ผ่านมา โดยคัดเลือกมาทำการศึกษา 20 บทความว่าได้ดำเนินการตามข้อกำหนดคุณลักษณะจำเพาะของการวิจัยเชิงคุณภาพยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีอย่างครบถ้วนหรือไม่ ผลการศึกษาพบว่าการดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีในประเทศไทย ส่วนใหญ่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดคุณลักษณะจำเพาะของการวิจัยเชิงคุณภาพยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีซึ่งคณะผู้ศึกษาได้นำเสนอผลการศึกษาและอภิปรายพร้อมทั้งสรุปและนำเสนอข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางสำหรับนักวิจัยที่ประสงค์จะทำการวิจัยโดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีได้พิจารณาดำเนินการต่อไป

คำสำคัญ: การวิจัยเชิงคุณภาพ, ยุทธศาสตร์การวิจัย, การวิจัยยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี

บทนำ

การวิจัยเชิงคุณภาพได้รับความนิยมมากขึ้นในประเทศไทย มียุทธศาสตร์การวิจัยจำนวนมาก และยุทธศาสตร์การวิจัยเชิงคุณภาพแบบหนึ่งที่ได้รับคามนิยมอย่างมากทั้งในต่างประเทศ และในประเทศไทยคือการวิจัยเชิงคุณภาพยุทธศาสตร์การวิจัยแบบการศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี (Grounded theory) (Glaser & Strauss, 1967; Strauss & Corbin, 1998; Charmaz, 2006) ซึ่งมีข้อกำหนดจำเพาะที่นักวิจัยจะต้องปฏิบัติตามในการเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลหลายประการ และแม้ว่าจะได้มีการศึกษาเกี่ยวกับการดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพยุทธศาสตร์การวิจัยแบบการศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี ในประเทศไทยเป็นจำนวนมากในช่วงระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา และได้มีการตีพิมพ์เป็นบทความทางวิชาการ เช่น ผลงานของ สุรศักดิ์ วงศ์ษา (Wongsa, 2020) บรรยายภาพรวมของการวิจัยยุทธศาสตร์การวิจัยแบบการศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี และได้มีการศึกษาเกี่ยวกับคุณสมบัติจำเพาะที่ใช้ปฏิบัติในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพยุทธศาสตร์การวิจัยแบบการศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีอยู่บ้างก็ตาม เช่น ผลงานของ อารีวรรณ กลั่นกลิ่น และวาสนา อุปปือ (Klunklin & Uppor, 2019) และผลงานของ พระมหาวิเชษฐ์ สุวตฺตโน (ศรีพรหม) (Suwattano (Sriprom), Phramaha, 2022) เป็นต้น แต่ยังไม่พบการศึกษาโดยการเปรียบเทียบการดำเนินการวิจัยกับการปฏิบัติตามคุณลักษณะจำเพาะที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพยุทธศาสตร์การวิจัยแบบการศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี ถือได้ว่าเป็นช่องว่างของการศึกษาที่ควรมีการศึกษาเพื่อเติมเต็มช่องว่างนี้ คณะผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะทำการศึกษาในประเด็นนี้ ที่แสดงให้เห็นถึงพัฒนาการของการวิจัยยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อการสร้างทฤษฎีจากบทความที่ตีพิมพ์เผยแพร่ระหว่างปี พ.ศ. 2556-2565 ซึ่งในช่วงเวลาดังกล่าว มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาเพิ่มขึ้นอย่างไรบ้าง นำมาสู่การกำหนดวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาคุณลักษณะจำเพาะที่ใช้ปฏิบัติในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี และ 2) เพื่อศึกษาการปฏิบัติตามคุณลักษณะจำเพาะที่ใช้ปฏิบัติในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีที่ดำเนินการในประเทศไทยในช่วงเวลาที่กำหนดไว้ข้างต้น โดยจะได้นำเสนอเป็นบทความทางวิชาการแบบการทบทวนวรรณกรรม (Review article) สำคัญของบทความนี้ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย 1) บทนำ คือส่วนนี้เพื่อนำเสนอประเด็นที่จะทำการศึกษาและสาระสำคัญของบทความ 2) การศึกษาการปฏิบัติตามคุณลักษณะจำเพาะของการวิจัยยุทธศาสตร์นี้ ที่ได้ดำเนินการในประเทศไทยในช่วงระยะเวลาตามที่กำหนดไว้ และ 3) บทสรุปและเสนอแนะ

การศึกษาคุณลักษณะจำเพาะของการวิจัยเชิงคุณภาพยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี

การศึกษาคุณลักษณะจำเพาะของการวิจัยเชิงคุณภาพยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีให้เป็นไปตามแนวทางการสร้างความเชื่อถือได้ของการศึกษาตามที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย

1. วิธีการศึกษา โดยมีวิธีการศึกษาบทความทางวิชาการ (Academic article) แบบการทบทวนวรรณกรรม (Review article) ตามแนวทางที่นำเสนอไว้โดย Dhillon (2022) ในบทความชื่อ “How to write a good scientific review article” ตีพิมพ์ในวารสาร The FEBS Journal ซึ่งอยู่ในฐานการอ้างอิง Scopus Q-1 ได้นำเสนอว่า บทความทางวิชาการแบบการทบทวนวรรณกรรมนี้ มีโครงสร้างประกอบด้วย ชื่อเรื่อง บทคัดย่อ บทนำ ตัวเนื้อหา และบทสรุป เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ประการแรก คณะผู้ศึกษาจะได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเชิงคุณภาพยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีเพื่อค้นหาคุณลักษณะจำเพาะที่นักวิจัยจะต้องปฏิบัติเพิ่มเติมในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย ในขณะเดียวกัน เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ข้อที่สอง คณะผู้ศึกษาจะได้ทำการศึกษาโครงการวิจัยเชิงคุณภาพที่ใช้ยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีที่ได้ดำเนินการในประเทศไทย และตีพิมพ์เป็นบทความวิจัยในวารสารทางวิชาการที่อยู่ในฐานของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai citation index: TCI) ในช่วงเวลาที่กำหนด โดยคัดเลือกบทความวิจัยมาจำนวน 20 บทความ ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ร่วมกับวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวกของผู้วิจัย (Convenient sampling) ซึ่งใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ตามที่ Creswell (2013, p. 156-58) ได้อธิบายไว้ว่า การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงนั้นนักวิจัยจะเป็นผู้ตัดสินใจคัดเลือกบุคคลมาเป็นผู้ให้ข้อมูลเพราะว่าบุคคลผู้นั้นจะสามารถให้คำตอบที่จะทำให้นักวิจัยมีความเข้าใจในปัญหาที่ทำการวิจัยได้อย่างตรงเป้าหมาย (Creswell, 2013, p. 156) ดังนั้นในการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงนักวิจัยจะใช้ดุลพินิจในการตัดสินใจว่าผู้ใดจะสามารถให้ข้อมูลที่ตรงเป้าหมายที่สุดแล้วคัดเลือกบุคคลผู้นั้นมาเป็นตัวอย่างในการศึกษา ซึ่งในการศึกษาระงับนี้คณะผู้ศึกษาถือว่าผู้เขียนบทความวิจัยที่นำมาศึกษาเป็นผู้ให้ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ส่วนการสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวกของผู้วิจัยนั้น นักวิจัยใช้ดุลพินิจในการตัดสินใจเลือกตัวอย่างตามความสะดวกของนักวิจัยช่วยให้ประหยัดเวลา และงบประมาณในการดำเนินการวิจัย (Creswell, 2013, p. 158) โดยผู้ศึกษาคนหนึ่งในการศึกษา นำบทความมาทำการศึกษา โดยอ่านบทความอย่างละเอียดและอ่านส่วนของระเบียบวิธีการวิจัยหลายครั้ง เปรียบเทียบกับคุณลักษณะจำเพาะที่นักวิจัยจะต้องปฏิบัติเพิ่มเติมในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยตามที่ได้ศึกษามาตามวัตถุประสงค์ข้อแรกเพื่อพิจารณาการปฏิบัติตามข้อกำหนดคุณลักษณะจำเพาะที่นักวิจัยจะต้องปฏิบัติ แล้วจัดทำร่างผลการศึกษาเพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้องโดยคณะผู้ศึกษาอีกสองคน แล้วนำเสนอผลการศึกษาเป็นบทความทางวิชาการแบบการทบทวนวรรณกรรม

2. ฐานในการศึกษาคุณลักษณะจำเพาะของการวิจัยเชิงคุณภาพยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี ในส่วนนี้จะได้นำเสนอการทบทวนวรรณกรรม 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

2.1 ความหมายของการวิจัยเชิงคุณภาพยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี การวิจัยเชิงคุณภาพยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี มีต้นกำเนิดมาจากการวิจัยเชิงคุณภาพโครงการศึกษาเรื่อง การรับรู้เรื่องการตาย (The awareness of dying) ซึ่ง Glaser and Strauss ได้ทำร่วมกันในระหว่างปี 1965 (Chun Tie, Birks, & Francis, 2019) และได้ตีพิมพ์หนังสือชื่อ “การค้นพบวิธีการศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี (The discovery of grounded theory)” เมื่อปี 1967 (Glaser & Strauss, 1967) ทั้งนี้ Chun Tie, Birks, and Francis (2019) ได้รวบรวมความหมายจากผลงานของ Strauss and Corbin (1998) และ Birks and Mills (2015) ไว้สรุปได้ว่า การวิจัยแบบการศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีเป็นยุทธศาสตร์การวิจัยเชิงคุณภาพรูปแบบหนึ่งที่ดำเนินการวิจัยโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

อย่างเป็นระบบก่อให้เกิดทฤษฎีปรากฏขึ้นมาจากข้อมูลที่เก็บรวบรวมและทำการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบตามกระบวนการของการวิจัยยุทธศาสตร์นี้ (Joungtrakul, 2022, p. 80)

2.2 คำภาษาไทยที่ใช้กับการวิจัยเชิงคุณภาพยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี คำภาษาไทยที่ใช้มีหลายคำ เช่น ทฤษฎีฐานราก (Tongkaew & Phusunon, 2019) ทฤษฎีพื้นฐาน (Phoodaangau, et al., 2013) วิธีวิทยาการสร้างทฤษฎีฐานราก (Pongsuwan, 2022) การวิจัยแบบสร้างทฤษฎีจากข้อมูล (Chumkeaw, 2022; Poopan, 2022) ในขณะที่ จำเนียร จวงตระกูล (Joungtrakul, 2010; 2022) ได้ใช้คำว่า การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี โดยถือว่าเป็นยุทธศาสตร์การวิจัยเชิงคุณภาพแบบหนึ่งที่ทำเนิการเพื่อสร้างทฤษฎี และมีความใกล้เคียงกับ คำว่า การวิจัยแบบสร้างทฤษฎีจากข้อมูล ซึ่งคณะผู้ศึกษาเห็นว่าเป็นชื่อที่มีความหมายตรงกับเนื้อหาและเป้าหมายของการวิจัยเชิงคุณภาพยุทธศาสตร์นี้ ดังนั้นในบทความนี้จะใช้คำว่า การวิจัยเชิงคุณภาพยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี

2.3 คุณลักษณะจำเพาะของการวิจัยเชิงคุณภาพยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี จากการทบทวนวรรณกรรมโดยการศึกษาผลงานของ Maz (2013) Chun Tie, Birks, and Francis (2019) และออริวรธณ กลั่นกลิน และวาสนา อุบป้อ (Klunklin & Uppor, 2019) และพระมหาวีเชษฐ์ สุวตมโน (ศรีพรหม) (Suwattano (Sriprom), Phramaha, 2022) พบว่า ในการดำเนินการวิจัยตามกระบวนการของการวิจัยยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี มีข้อกำหนดที่เป็นคุณลักษณะจำเพาะร่วมกันวิจัยจะต้องปฏิบัติควบคู่กันไปอย่างต่อเนื่องในขณะดำเนินการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วย 5 ประการ ประกอบด้วย 1) การเก็บข้อมูลกระทำควบคู่ไปกับการวิเคราะห์ข้อมูล (Concurrent data collection and analysis) 2) การเปรียบเทียบข้อมูลอย่างต่อเนื่องในระหว่างการวิเคราะห์ข้อมูล (Constant comparative analysis) 3) การสุ่มตัวอย่างเชิงทฤษฎี (Theoretical sampling) 4) ความไวต่อการปรากฏของทฤษฎี (Theoretical sensitivity) และ 5) การเขียนบันทึกการวิเคราะห์ข้อมูล (Memoing) ซึ่งจะได้นำเสนอโดยสังเขปเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาต่อไปต่อไปนี้

2.3.1 การเก็บข้อมูลกระทำควบคู่ไปกับการวิเคราะห์ข้อมูล เนื่องจากเป้าหมายหลักของการวิจัยยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี คือการสร้างทฤษฎีขึ้นมาจากข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาทำการวิเคราะห์ตามกระบวนการที่กำหนดไว้ในแต่ละรูปแบบของการวิจัยยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี ซึ่งการเก็บและการวิเคราะห์ข้อมูลจะต้องกระทำควบคู่กันไปในเวลาเดียวกันอย่างต่อเนื่องไปจนกว่าผลการวิเคราะห์ข้อมูลจะถึงจุดอิ่มตัวทางทฤษฎีแล้วจึงจะยุติการเก็บและการวิเคราะห์ข้อมูลได้ ดังนั้นนักวิจัยจึงไม่สามารถกำหนดจำนวนผู้ให้ข้อมูลที่แน่นอนตายตัวล่วงหน้าได้ แต่จะเริ่มต้นด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงในจำนวนเล็กน้อยโดยอาศัยคำถามการวิจัยเป็นฐานก่อนและเริ่มเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการวิเคราะห์ที่เนื้อหาตามแบบของยุทธศาสตร์การวิจัยที่นักวิจัยเลือกใช้ต่อนั้นจึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างเชิงทฤษฎีในการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลต่อเนื่องไปจากผู้ให้ข้อมูลที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเชิงทฤษฎี ด้วยการเปรียบเทียบข้อมูลอย่างต่อเนื่องอย่างคงเส้นคงวาโดยทำเช่นนี้ต่อเนื่องไปจนกว่าข้อมูลจะอิ่มตัวทางทฤษฎี จึงยุติการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลและทำการสร้างทฤษฎีตามเป้าหมายของการวิจัยยุทธศาสตร์นี้ต่อไป (Glaser & Strauss, 1967; Strauss & Corbin, 1998; Chun Tie, Birks & Francis, 2019; Delve, Ho, & Limpaecher, 2021; Klunklin & Uppor, 2019; Suwattano (Sriprom), Phramaha, 2022)

2.3.2 การเปรียบเทียบข้อมูลอย่างต่อเนื่องในระหว่างการวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการนำเอาข้อมูลที่ได้อมาจากผู้ให้ข้อมูลด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงในตอนเริ่มต้นและข้อมูลที่ได้อจากผู้ให้ข้อมูลที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเชิงทฤษฎีมาสกัดออกเป็นประเด็นหรือชิ้นส่วนของข้อมูลแล้วทำการเปรียบเทียบเพื่อกำหนดรหัสในระดับต่าง ๆ

รวมทั้งการจัดหมวดหมู่ของรหัสเป็นประเภทของข้อมูลตามระดับและประเภทของข้อมูลตามที่กำหนดไว้ในกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลของรูปแบบหรือแบบฉบับของการวิจัยยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีที่นักวิจัยเลือกใช้ ในการเปรียบเทียบนั้น นักวิจัยจะต้องพิจารณาทั้งส่วนที่มีความขัดแย้งกันและส่วนที่เป็นการขยายและส่วนที่เป็น การสนับสนุนรหัสและประเภทของข้อมูล เพื่อพิจารณาถึงความเชื่อมโยงของข้อมูล วิธีดำเนินการแบ่งได้เป็น 4 ขั้นตอน ประกอบด้วย 1) การเปรียบเทียบเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับแต่ละหมวดหมู่ของข้อมูล 2) การบูรณาการหมวดหมู่ของข้อมูลและคุณสมบัติของหมวดหมู่ข้อมูล 3) การกำหนดขอบเขตของทฤษฎี และ 4) การเขียนทฤษฎี การเปรียบเทียบ ข้อมูลอย่างต่อเนื่องอย่างคงเส้นคงวานี้จะต้องกระทำอย่างต่อเนื่องในทุกขั้นตอนของการเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ ข้อมูลตั้งแต่ต้นจนข้อมูลถึงจุดอิ่มตัวเชิงทฤษฎี และนำไปสร้างเป็นทฤษฎีตามเป้าหมายของการวิจัยเชิงคุณภาพ ยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี (Glaser & Strauss, 1967; Chun Tie, Birks & Francis, 2019; Delve, Ho, & Limpaecher, 2021; Klunklin & Uppor, 2019; Suwattano (Sriprom), Phramaha, 2022)

2.3.3 การสุ่มตัวอย่างเชิงทฤษฎี เป็นการสุ่มตัวอย่างที่กระทำต่อเนื่องจากการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ที่ใช้ในตอนเริ่มต้นของการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งต้องกระทำควบคู่กันไปในเวลาเดียวกันตามข้อกำหนด คุณลักษณะจำเพาะประการที่ 1 ดังได้กล่าวมาแล้ว เมื่อนักวิจัยเก็บข้อมูลมาแล้วก็ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บมานั้น โดยการวิเคราะห์เนื้อหาซึ่งต้องมีการกำหนดรหัส (Codes) การจัดหมวดหมู่ของรหัส (Categories) ตามแบบฉบับ ของยุทธศาสตร์การวิจัยการศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีที่นักวิจัยเลือกใช้โดยจะต้องมีการเปรียบเทียบข้อมูลอย่างต่อเนื่อง ตามข้อกำหนดคุณลักษณะจำเพาะประการที่ 2 ดังได้กล่าวมาแล้วซึ่งจะทำให้ให้นักวิจัยทราบว่าต้องเก็บข้อมูลเพิ่มเติม ในประเด็นใดบ้าง ทั้งนี้ นักวิจัยจะต้องพิจารณาตัดสินใจว่าเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ต้องการดังกล่าวนี้ นักวิจัยจะต้องไปเก็บข้อมูล จากบุคคลที่นักวิจัยตัดสินใจเลือกให้เป็นผู้ให้ข้อมูลนี้คือตัวอย่างเชิงทฤษฎี นักวิจัยจะต้องดำเนินการเก็บข้อมูลจากตัวอย่าง เชิงทฤษฎีแล้วนำมาวิเคราะห์อย่างต่อเนื่องและดำเนินการเช่นนี้ต่อเนื่องไปจนกว่าข้อมูลจะอิ่มตัวในเชิงทฤษฎี (Theoretical saturation) จึงยุติการเก็บและการวิเคราะห์ข้อมูล (Glaser & Strauss, 1967; Saldana, 2009; Erlingsson & Brysiewicz, 2017; Biaggi & Wa-Mbaleka, 2018; Chun Tie, Birks, & Francis, 2019; Ligita et al., 2019; Joungrakul, & Wongprassith, 2019; Petcharakong, 2020; da Silva Barreto et al., 2021; Delve, Ho, & Limpaecher, 2021; Klunklin & Uppor, 2019; Suwattano (Sriprom), Phramaha, 2022)

2.3.4 ความไวต่อการปรากฏของทฤษฎี เป็นสิ่งที่นักวิจัยจะต้องคำนึงถึงอยู่ตลอดเวลาในการดำเนินการ วิจัยยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงของการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลนักวิจัยจะต้องเปิดใจกว้าง พร้อมรับการเกิดขึ้นของทฤษฎี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นความสัมพันธ์ระหว่างหมวดหมู่ของข้อมูลที่เกิดขึ้น จากการวิเคราะห์ข้อมูลตั้งแต่ต้นรวมทั้งข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเชิงทฤษฎีตามที่ระบุไว้ในประการที่ 3 ข้างต้น นักวิจัยต้องพร้อมที่จะรับโอกาสหรือความเป็นไปได้ของการเกิดขึ้นของทฤษฎีตลอดเวลา ความไวต่อการเกิดขึ้น ของทฤษฎีนี้ ส่วนหนึ่งมาจากประสบการณ์จากการที่นักวิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล โดยการเปรียบเทียบอย่างต่อเนื่องตามที่ระบุไว้ในประการที่ 2 ประกอบกับประสบการณ์ที่นักวิจัยได้ทำการทบทวน วรรณกรรมในกรณีที่ใช้การวิจัยยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี ที่สนับสนุนให้มีการทบทวนวรรณกรรม ก่อนดำเนินการวิจัย (Glaser, 1978; Chun Tie, Birks, & Francis, 2019; Stough & Lee, 2021; Delve, Ho, & Limpaecher, 2021; Klunklin & Uppor, 2019; Suwattano (Sriprom), Phramaha, 2022)

2.3.5 การเขียนบันทึกการวิเคราะห์ข้อมูล การจดบันทึกการวิเคราะห์ข้อมูลจะต้องกระทำ ตั้งแต่เริ่มต้นในการดำเนินโครงการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งบันทึกเกี่ยวกับการวิเคราะห์ข้อมูลไม่ว่าจะเป็นการสกัดข้อมูล

ออกมาเป็นหน่วยการวิเคราะห์หรือชิ้นส่วนของข้อมูล การกำหนดรหัสระดับต่าง ๆ ซึ่งแตกต่างกันออกไปตามรูปแบบของการวิจัยยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี ที่นักวิจัยเลือกใช้ตั้งแต่ระดับเริ่มต้นไปจนกระทั่งระดับสุดท้ายนำไปสู่การอิมิตัวของข้อมูลเชิงทฤษฎีและนำไปสู่การสร้างทฤษฎีตามเป้าหมายของการวิจัยยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี การเขียนบันทึกกระหว่างการวิเคราะห์ข้อมูล หรืออาจเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า การเขียนบันทึกเชิงทฤษฎี (Theoretical memoing) เป็นการเขียนอธิบายถึงความคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของรหัสที่สำคัญเชิงเนื้อหา (Substantive codes) กับรหัสเชิงทฤษฎีที่ปรากฏขึ้นในระหว่างการกำหนดรหัส การเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลรวมทั้งในระหว่างการเขียนบันทึกดังกล่าวนี้ด้วย (Glaser, 1998; Chun Tie, Birks, & Francis, 2019; Delve, Ho, & Limpaecher, 2021; Klunklin & Uppor, 2019; Suwattano (Sriptom), Phramaha, 2022)

การศึกษาการปฏิบัติตามคุณลักษณะจำเพาะที่ใช้ปฏิบัติในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีที่ดำเนินการในประเทศไทย

ในส่วนนี้ จะได้ศึกษาโครงการวิจัยที่ใช้ยุทธศาสตร์ ที่การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีที่ดำเนินการในช่วงเวลาที่กำหนด โดยพิจารณาการนำเสนอข้อกำหนดจำเพาะ 5 ประการ อันเป็นผลจากการศึกษาการศึกษาคคุณลักษณะจำเพาะของการวิจัยเชิงคุณภาพยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี ซึ่งในการนำเสนอผลการศึกษานั้น จะไม่ระบุชื่อผู้เขียนบทความ แต่จะใช้รหัสโดยระบุเป็นกรณีศึกษาจากกรณีศึกษาที่ 1-20 และระบุปีที่ตีพิมพ์แทน ทั้งนี้เพื่อปฏิบัติให้เป็นไปตามจริยธรรมการวิจัยว่าด้วยการคุ้มครองความเป็นส่วนตัว (Privacy) และ การปกปิดผู้ให้ข้อมูลไว้เป็นความลับ (Confidentiality) (Folkman, 2000) โดยอนุโลม ส่วนบทความที่เป็นตัวอย่างที่นำมาศึกษาทั้ง 20 บทความจะนำไปเก็บรักษาไว้ในระบบการตรวจสอบโครงการศึกษา (Audit trail) ดังแสดงในตาราง 1

ตาราง 1 การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีในประเทศไทยปี 2556-2565

กรณีศึกษาที่	ประเด็นพิจารณา				
	1	2	3	4	5
1. กรณีศึกษาที่ 1 (พ.ศ. 2556)	1	1	1	0	1
2. กรณีศึกษาที่ 2 (พ.ศ. 2557)	0	0	1	0	0
3. กรณีศึกษาที่ 3 (พ.ศ. 2559)	0	0	1	0	0
4. กรณีศึกษาที่ 4 (พ.ศ. 2560)	0	0	0	0	0
5. กรณีศึกษาที่ 5 (พ.ศ. 2560)	0	0	1	0	0
6. กรณีศึกษาที่ 6 (พ.ศ. 2560)	0	0	1	1	0
7. กรณีศึกษาที่ 7 (พ.ศ. 2560)	0	0	0	0	0
8. กรณีศึกษาที่ 8 (พ.ศ. 2561)	0	0	1	1	0
9. กรณีศึกษาที่ 9 (พ.ศ. 2561)	0	0	0	0	0
10. กรณีศึกษาที่ 10 (พ.ศ. 2562)	0	0	0	0	0
11. กรณีศึกษาที่ 11 (พ.ศ. 2563)	1	0	1	1	0
12. กรณีศึกษาที่ 12 (พ.ศ. 2563)	0	0	1	1	0
13. กรณีศึกษาที่ 13 (พ.ศ. 2563)	1	1	1	1	1
14. กรณีศึกษาที่ 14 (พ.ศ. 2564)	0	0	0	0	0
15. กรณีศึกษาที่ 15 (พ.ศ. 2564)	0	0	0	1	0

ตาราง 1 (ต่อ)

กรณีศึกษาที่	ประเด็นพิจารณา				
	1	2	3	4	5
16. กรณีศึกษาที่ 16 (พ.ศ. 2564)	0	0	0	0	0
17. กรณีศึกษาที่ 17 (พ.ศ. 2564)	0	0	1	0	1
18. กรณีศึกษาที่ 18 (พ.ศ. 2565)	0	0	1	0	0
19. กรณีศึกษาที่ 19 (พ.ศ. 2565)	1	0	1	0	0
20. กรณีศึกษาที่ 20 (พ.ศ. 2565)	1	0	1	0	0
รวม	5	2	13	6	3

ประเด็นพิจารณา : 1 คือ การเก็บข้อมูลกระทำควบคู่ไปกับการวิเคราะห์ข้อมูล
 2 คือ การเปรียบเทียบข้อมูลอย่างต่อเนื่องในระหว่างการวิเคราะห์ข้อมูล
 3 คือ การสุ่มตัวอย่างเชิงทฤษฎี
 4 คือ ความไวต่อการปรากฏของทฤษฎี
 5 คือ การเขียนบันทึกการวิเคราะห์ข้อมูล

จากตาราง 1 สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มที่มีการนำเสนอคุณลักษณะจำเพาะที่ใช้ปฏิบัติในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพพุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีครบทั้ง 5 ประเด็นมีเพียง 1 โครงการ คือ กรณีศึกษาที่ 13 (พ.ศ. 2563) 2) กลุ่มที่มีการนำเสนอบางประเด็นมี 13 โครงการ 3) กลุ่มที่ไม่มีการนำเสนอประเด็นใดเลย 6 โครงการ ส่วนประเด็นที่มีการนำเสนอมากที่สุดคือ การสุ่มตัวอย่างเชิงทฤษฎี จำนวน 13 โครงการ และประเด็นที่มีการนำเสนอน้อยที่สุดคือ การเปรียบเทียบข้อมูลอย่างต่อเนื่องในระหว่างการวิเคราะห์ข้อมูล จำนวน 2 โครงการ

4. อภิปรายผลการศึกษา

โดยนำเสนอการอภิปรายตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาทั้ง 2 ประการดังต่อไปนี้

4.1 การอภิปรายผลการศึกษาดมวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 มีประเด็นที่จะนำมาอภิปราย 2 ประเด็นคือ คำภาษาไทยที่ใช้เรียกชื่อการวิจัยพุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี กับคุณลักษณะจำเพาะของการวิจัยพุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี ในประเด็นคำภาษาไทยที่ใช้เรียกชื่อการวิจัยพุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี พบว่ามีการใช้คำที่ต่างกันไปถึง 12 คำ กล่าวคือ การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีฐานราก 5 โครงการ การวิจัยเพื่อสร้างทฤษฎีฐานราก 4 โครงการ วิธีวิทยาการสร้างทฤษฎีฐานรากแบบสเตราส์ 2 โครงการ ส่วนที่เหลือใช้คำต่าง ๆ อย่างละ 1 โครงการคือ แบบทฤษฎีพื้นฐาน การสร้างทฤษฎีฐานราก ทฤษฎีฐานรากแนวสร้างสรรค์นิยม การศึกษาทฤษฎีฐานราก ทฤษฎีฐานราก วิธีการสร้างทฤษฎีฐานราก วิธีการทางทฤษฎีฐานราก วิธีทฤษฎีฐานราก การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีจากข้อมูล อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจากการศึกษาครั้งนี้จะมีการใช้คำว่า การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีฐานราก กับ การวิจัยเพื่อสร้างทฤษฎีฐานราก เป็นส่วนใหญ่ซึ่งเป็นการพยายามแปลมาจากคำภาษาอังกฤษคือ Grounded Theory แต่คณะผู้ศึกษาเห็นว่ายังไม่สื่อถึงความหมายที่แท้จริงที่ตรงกับเป้าหมายและกระบวนการดำเนินการวิจัยพุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี ที่มีเป้าหมายเพื่อสร้างทฤษฎีจากข้อมูลซึ่งมีโครงการหนึ่งที่ใช้คำว่า การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีจากข้อมูล คือกรณีศึกษาที่ 17 (พ.ศ. 2564) ซึ่งสอดคล้องกับผลงานของ ศุภมาส ชุมแก้ว (Chumkeaw, 2022) และผลงานของ ศิวะพร ภูพันธ์ (Poopan, 2022) ซึ่งคณะผู้ศึกษาเห็นว่าตรงกับเป้าหมายและกระบวนการดำเนินการของการวิจัยพุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี คล้ายกับคำว่า การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี

ที่นำเสนอโดย จำเนียร จวงตระกูล (Joungtrakul, 2010) ตั้งแต่ปี 2553 และใช้ต่อเนื่องมาจนปัจจุบัน (Joungtrakul, 2022) คณะผู้ศึกษาจึงได้ใช้คำว่า การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี ซึ่งนักวิจัยอาจใช้คำใดคำหนึ่ง ใน 2 คำนี้ ในการดำเนินการวิจัยยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี ในโอกาสต่อไป ส่วนประเด็นข้อกำหนดคุณลักษณะจำเพาะของการวิจัยยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี พบว่าเป็นแนวโน้มที่ตมมากที่มีนักวิจัยไทยได้เริ่มให้ความสำคัญในประเด็นนี้มากขึ้น โดยมีการนำเสนอบทความทางวิชาการเกี่ยวกับเรื่องนี้เป็นภาษาไทยเมื่อเร็ว ๆ นี้หลายงาน เช่น ผลงานของ อารีวรรณ กลั่นกลิน และวาสนา อุปป้อ (Klunklin & Uppor, 2019) และผลงานของ พระมหาวิเชษฐ์ สุวตฺตโน (ศรีพรหม) (Suwattano (Sriprom), Phramaha, 2022) เป็นต้น ซึ่งจะทำให้เกิดความเข้าใจในเรื่องนี้และมีการนำไปใช้ในการดำเนินการกว้างขวางมากขึ้นในอนาคต ทั้งนี้ข้อกำหนดคุณลักษณะจำเพาะของการวิจัยที่พบในการศึกษาครั้งนี้สรุปได้ตามแนวทางของ Chun Tie, Birks, and Francis (2019) ซึ่งใช้ในการศึกษาครั้งนี้มี 5 ประการคือ 1) การเก็บข้อมูลกระทำควบคู่ไปกับการวิเคราะห์ข้อมูล 2) การเปรียบเทียบข้อมูลอย่างต่อเนื่องในระหว่างการวิเคราะห์ข้อมูล 3) การสุ่มตัวอย่างเชิงทฤษฎี 4) ความไวต่อการปรากฏของทฤษฎี 5) การเขียนบันทึกการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งนักวิจัยจำเป็นต้องใช้ในการดำเนินการวิจัยให้ครบถ้วนทั้ง 5 ประเด็นนี้เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานตามหลักวิชาของการวิจัยยุทธศาสตร์นี้

4.2 การอภิปรายผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 มีประเด็นที่นำมาอภิปราย 2 ประเด็น คือ การปฏิบัติตามข้อกำหนดคุณลักษณะจำเพาะของการวิจัยยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี และลักษณะการปฏิบัติตามข้อกำหนดคุณลักษณะจำเพาะของการวิจัยยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีในประเด็นแรกนั้น จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า จากโครงการวิจัยยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี จำนวน 20 โครงการที่นำมาศึกษามี 6 โครงการ ที่ไม่ได้ดำเนินการเกี่ยวกับข้อกำหนดคุณลักษณะจำเพาะของการวิจัยยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี แต่อย่างใด มีเพียง 1 โครงการ ที่ได้ดำเนินการเกี่ยวกับข้อกำหนดคุณลักษณะจำเพาะของการวิจัยยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี ครบถ้วนทั้ง 5 ประการ คือ กรณีศึกษาที่ 13 (พ.ศ. 2563) ส่วนที่เหลือมีการนำเสนอเพียงบางประเด็น ข้อค้นพบนี้ชี้ให้เห็นว่าการดำเนินการวิจัยยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีในประเทศไทยจำเป็นต้องปรับปรุง โดยดำเนินการให้ครบถ้วนตามข้อกำหนดคุณลักษณะจำเพาะของการวิจัยยุทธศาสตร์นี้ (Maz, 2013; Chun Tie, Birks, & Francis, 2019; Klunklin & Uppor, 2019; Suwattano (Sriprom), Phramaha, 2022) ส่วนในประเด็นที่ 2 นั้น พบว่าลักษณะการนำเสนอข้อกำหนดคุณลักษณะจำเพาะของการวิจัยยุทธศาสตร์นี้ยังไม่ชัดเจน โดยที่เกือบทั้งหมดของโครงการที่นำมาทำการศึกษาเพียงแต่นำเสนอประเด็นนั้น ๆ โดยมีได้อธิบายหรือนำเสนอรายละเอียดเพียงพอ ที่จะให้ผู้อ่านมีความเข้าใจได้ชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นการสุ่มตัวอย่างเชิงทฤษฎี มีการนำเสนอที่ไม่สอดคล้องกับความหมายและวิธีปฏิบัติของการสุ่มตัวอย่างเชิงทฤษฎี ในขณะที่เดียวกันมีการระบุการใช้การสุ่มตัวอย่างเชิงทฤษฎี ในการกำหนดสถานที่ที่จะทำการวิจัย ในบางกรณีมีการนำเสนอที่สับสนกับการสุ่มตัวอย่างแบบบอกต่อ (Snowball) (Creswell, 2013, p. 158) เป็นต้น นอกจากนี้มีข้อสังเกตอีกประการหนึ่งคือมีหลายโครงการระบุว่าเป็นการวิจัยยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีแต่ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลตามแบบของ Van Manen (1990) ซึ่งเป็นวิธีการเฉพาะของการวิจัยเชิงคุณภาพยุทธศาสตร์การศึกษาปรากฏการณ์ (Phenomenological study) (Van Manen, 1990; Creswell, 1998; 2007; 2013) ซึ่งมีความแตกต่างจากการวิจัยเชิงคุณภาพยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี นอกจากนี้ บางโครงการที่ระบุว่าเป็นการวิจัยยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีแต่ไม่มีการอ้างอิงวรรณกรรม การวิจัยยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีแต่อย่างใด จากตัวอย่างต่าง ๆ ดังกล่าวนี้ชี้ให้เห็นว่าจำเป็นต้องมีการปรับปรุงการดำเนินการในส่วนนี้ของวิจัยยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี ในประเทศไทยต่อไป

5. ข้อค้นพบที่เป็นความรู้ใหม่จากการศึกษาครั้งนี้

จากการศึกษาครั้งนี้มีข้อค้นพบที่เป็นความรู้ใหม่ซึ่งจะได้นำเสนอโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังต่อไปนี้

5.1 ข้อค้นพบที่เป็นความรู้ใหม่จากการศึกษาครั้งนี้ แสดงในตาราง 2 ดังต่อไปนี้

ตาราง 2 ข้อค้นพบที่เป็นความรู้ใหม่จากการศึกษาครั้งนี้

ลำดับที่	ประเด็นความรู้ใหม่
1	มี 6 โครงการจาก 20 โครงการวิจัย (ร้อยละ 30) ที่นำมาศึกษาที่ไม่ได้ดำเนินการเกี่ยวกับข้อกำหนดคุณลักษณะจำเพาะของการวิจัย ยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี แต่อย่างใด
2	มีเพียง 1 โครงการจาก 20 โครงการวิจัย (ร้อยละ 5) ที่นำมาศึกษาที่ได้ดำเนินการเกี่ยวกับข้อกำหนดคุณลักษณะจำเพาะของการวิจัย ยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี ครบถ้วนทั้ง 5 ประการ
3	มี 1 โครงการจาก 20 โครงการวิจัย (ร้อยละ 5) ที่นำมาศึกษาที่ได้ดำเนินการเกี่ยวกับข้อกำหนดคุณลักษณะจำเพาะของการวิจัย ยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี เพียง 4 ประการ
4	มี 1 โครงการจาก 20 โครงการวิจัย (ร้อยละ 5) ที่นำมาศึกษาที่ได้ดำเนินการเกี่ยวกับข้อกำหนดคุณลักษณะจำเพาะของการวิจัย ยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี เพียง 3 ประการ
5	มี 6 โครงการจาก 20 โครงการวิจัย (ร้อยละ 30) ที่นำมาศึกษาที่ได้ดำเนินการเกี่ยวกับข้อกำหนดคุณลักษณะจำเพาะของการวิจัย ยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี เพียง 2 ประการ
6	มี 5 โครงการจาก 20 โครงการวิจัย (ร้อยละ 25) ที่นำมาศึกษาที่ได้ดำเนินการเกี่ยวกับข้อกำหนดคุณลักษณะจำเพาะของการวิจัย ยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี เพียง 1 ประการ

5.2 แนวทางการดำเนินการวิจัยยุทธศาสตร์ในประเทศไทยในอนาคต เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินการวิจัยยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีในประเทศไทยในอนาคตโดยเฉพาะในส่วนของปฏิบัติตามข้อกำหนดคุณลักษณะจำเพาะทั้ง 5 ประการ คณะผู้ศึกษาได้นำเสนอแนวทางใหม่ในการดำเนินการ ดังแสดงในภาพ 1



ภาพ 1 แนวทางการดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีในประเทศไทยในอนาคต

จากภาพ 1 แนวทางดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีในประเทศไทยในอนาคต มีประเด็นที่นักวิจัยควรพิจารณาดำเนินการเพิ่มเติมในส่วนของระเบียบวิธีการวิจัย คือ ประการแรก การนำเสนอระเบียบวิธีการวิจัยของการวิจัยยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีตามกระบวนการที่กำหนดไว้ ประการที่ 2 การนำเสนอกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลโดยเลือกใช้กระบวนการกำหนดรหัสที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลให้สอดคล้องกับรูปแบบของการวิจัยยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีที่นักวิจัยเลือกใช้ ประการที่ 3 การปฏิบัติตามข้อกำหนดจำเพาะ 5 ประการของการวิจัยเชิงคุณภาพยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี ในการวิเคราะห์ข้อมูล นักวิจัยจะต้องดำเนินการตามข้อกำหนดจำเพาะห้าประการควบคู่กันไปอย่างต่อเนื่องจนเสร็จสิ้นการเก็บข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล ประการที่ 4 การสร้างทฤษฎีผ่านกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลและการปฏิบัติตามข้อกำหนดจำเพาะ 5 ประการของการวิจัยยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี โดยจะต้องดำเนินการให้ครบถ้วนทุกประการอันจะนำไปสู่การเกิดขึ้นของทฤษฎีจากข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

1. บทสรุปผลการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้สรุปได้ว่า การวิจัยยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพรูปแบบหนึ่ง ที่มีจุดมุ่งหมายในการดำเนินการเพื่อสร้างทฤษฎีจากข้อมูลโดยมีระเบียบวิธีในการดำเนินการเป็นแบบฉบับของตนเอง โดยเฉพาะที่นำไปสู่การสร้างทฤษฎีจากข้อมูล การวิจัยยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี ค้นพบเมื่อปี 1967 และมีการนำมาใช้อย่างแพร่หลาย การวิจัยยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี มีข้อกำหนดร่วมที่สำคัญที่เป็นคุณลักษณะจำเพาะที่นักวิจัยจะต้องปฏิบัติ 5 ประการ คือ 1) การเก็บข้อมูลกระทำควบคู่ไปกับการวิเคราะห์ข้อมูล 2) การเปรียบเทียบข้อมูลอย่างต่อเนื่องในระหว่างการวิเคราะห์ข้อมูล 3) การสุ่มตัวอย่างเชิงทฤษฎี 4) ความไวต่อการปรากฏของทฤษฎี 5) การเขียนบันทึกการวิเคราะห์ข้อมูล จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า การดำเนินการวิจัยที่ใช้ยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี ในประเทศไทยยังไม่ได้ปฏิบัติตามข้อกำหนดคุณลักษณะจำเพาะของการวิจัยยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีอย่างครบถ้วน กล่าวคือมีเพียง 1 โครงการ จากโครงการวิจัยที่นำมาศึกษาทั้งหมด 20 โครงการ ที่ปฏิบัติตามข้อกำหนดคุณลักษณะจำเพาะของการวิจัยยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี อย่างครบถ้วนทั้ง 5 ประการ มี 1 โครงการ ที่ปฏิบัติตามข้อกำหนดจำเพาะจำนวน 4 ประการ มี 1 โครงการ ที่ปฏิบัติตามข้อกำหนดจำเพาะจำนวน 3 ประการ มี 6 โครงการ ที่ปฏิบัติตามข้อกำหนดจำเพาะจำนวน 2 ประการ มี 5 โครงการ ที่ปฏิบัติตามข้อกำหนดจำเพาะจำนวน 1 ประการ มี 6 โครงการ ที่ไม่ได้ปฏิบัติตามข้อกำหนดจำเพาะเลยแต่อย่างใด ส่วนประเด็นที่มีการนำเสนอมากที่สุด คือการสุ่มตัวอย่างเชิงทฤษฎี จำนวน 13 โครงการ และประเด็นที่นำเสนอน้อยที่สุดคือ การเปรียบเทียบข้อมูลอย่างต่อเนื่องในระหว่างการวิเคราะห์ข้อมูล จำนวน 2 โครงการ จากสรุปผลการศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่าการดำเนินการวิจัยที่ใช้ยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีที่ดำเนินการในประเทศไทยในช่วงเวลา 10 ปีที่ผ่านมาส่วนใหญ่ยังมิได้ปฏิบัติตามข้อกำหนดที่เป็นคุณลักษณะจำเพาะของการวิจัยเชิงคุณภาพยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีอย่างครบถ้วน

2. ข้อเสนอแนะ

เนื่องจากการปฏิบัติตามข้อกำหนดคุณลักษณะจำเพาะของการวิจัยยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีสะท้อนถึงคุณภาพของการวิจัยที่ใช้ยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี คณะผู้ศึกษาจึงมีข้อเสนอแนะ 2 ส่วนดังต่อไปนี้

2.1 ข้อเสนอแนะเพื่อการปฏิบัติในการวิจัย (Practical implications) 1) นักวิจัยที่จะดำเนินการวิจัยโดยใช้ยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี ควรศึกษาและทำความเข้าใจในข้อกำหนดคุณลักษณะจำเพาะของการวิจัยยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี อย่างถี่ถ้วนและปฏิบัติตามให้ครบถ้วนในการดำเนินการวิจัยที่ใช้ยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี และ 2) วารสารทางวิชาการ ทั้งบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิที่ทำหน้าที่ในการประเมินบทความควรให้ความสำคัญและให้แน่ใจว่าได้มีการปฏิบัติตามข้อกำหนดคุณลักษณะจำเพาะของการวิจัยยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี อย่างครบถ้วนก่อนการอนุมัติให้ตีพิมพ์

2.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาในอนาคตต่อไป (Future research agenda) 1) ควรศึกษาเกี่ยวกับการวิจัยเชิงคุณภาพยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี ที่ดำเนินการในประเทศไทย โดยการวิจัยแบบการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ (Systematic literature review) เพื่อให้ขอบเขตการศึกษามีความกว้างขวางมากขึ้น ซึ่งจะทำได้ข้อมูลที่ลึกซึ้ง ที่สามารถนำมาเป็นแนวทางในการแก้ไขปรับปรุงการดำเนินงานต่าง ๆ เกี่ยวกับการวิจัยการวิจัยเชิงคุณภาพยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี ในประเทศไทยให้มีคุณภาพเพิ่มสูงขึ้นต่อไป และ 2) ควรดำเนินการศึกษาในลักษณะเดียวกันนี้ และการศึกษาโดยการวิจัยแบบการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบกับการวิจัยเชิงคุณภาพยุทธศาสตร์อื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งยุทธศาสตร์แบบการศึกษาปรากฏการณ์ (Phenomenological study) ที่พบจากการศึกษาครั้งนี้ ว่ามีความสัมพันธ์กับยุทธศาสตร์การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี (Grounded theory) ในบางโครงการ ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมสนับสนุนให้นักวิจัยและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้ปฏิบัติหน้าที่ของตนได้อย่างถูกต้องตามหลักวิชาการต่อไป

ข้อจำกัดของการศึกษา

การศึกษานี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงร่วมกับวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวกของผู้ศึกษากลุ่มตัวอย่าง จึงอาจไม่เป็นตัวแทนของประชากรที่ศึกษา

เอกสารอ้างอิง

- Biaggi, C., & Wa-Mbaleka, S. (2018). Grounded Theory: A Practical Overview of the Glaserian School. *JPAIR Multidisciplinary Research*, 32(March 2018), 1-29. DOI: <https://doi.org/10.7719/jpair.v32i1>.
- Birks, M., & Mills, J. (2015). *Grounded Theory: A Practical Guide* (2nd ed.). London : SAGE Publication.
- Charmaz, K. (2006). *Constructing Grounded Theory: A Practical Guide through Qualitative Analysis*. London : SAGE Publication.
- Chumkeaw, S. (2022). Book Review: Grounded Theory Research. *Journal of Social Sciences in Measurement Evaluation Statistics and Research*, 3(1), 56-57. (In Thai).
- Chun Tie, Y., Birks, M., & Francis, K. (2019). Grounded theory research: A design framework for novice researchers. *SAGE open medicine*, 7, 2050312118822927.
- Creswell, J. W. (1998). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Traditions*. Thousand Oaks : Sage.
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (2nd ed.). Thousand Oaks : Sage.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (3rd ed.). Thousand Oaks : Sage.

- da Silva Barreto, M., Simon, B. S., Marquete, V. F., de Souza, R. R., Girardon-Perlini, N. M. O., & Marcon, S. S. (2021). Theoretical sampling process in a Straussian Grounded Theory study. *Revista da Escola de Enfermagem da USP*, 55. <https://doi.org/10.1590/1980-220X-REEUSP-2021-0212>.
- Delve, Ho, L., & Limpaecher, A. (2021). *The Practical Guide to Grounded Theory. Practical Guide to Grounded Theory Research*. Retrieved September 17, 2022, from <https://delvetool.com/groundedtheory>
- Dhillon, P. (2022). How to write a good scientific review article. *The FEBS Journal*, 289(13), 3589-3915.
- Erlingsson, C., & Brysiewicz, P. (2017). A hands-on guide to doing content analysis. *African Journal of Emergency Medicine*, 7, 93-99.
- Folkman, S. (2000). Privacy and confidentiality. In B. D. Sales & S. Folkman (Eds.). *Ethics in research with human participants* (pp. 49–57). American Psychological Association.
- Glaser, B. (1978). *Theoretical Sensitivity: Advances in the Methodology of Grounded Theory*. Mill Valley : Sociology Press.
- Glaser, B. G. (1998). *Doing Grounded Theory*. New York : McGraw-Hill.
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1967). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. Chicago, Illinois : Aldine.
- Joungtrakul, J. (2010). *Qualitative Research: A Tool for Knowledge Creation for National Development*. Bangkok : Business Law Center International. (In Thai).
- Joungtrakul, J. (2022). *Qualitative Research: Guidelines for Conducting Graduate Studies Research*. Bangkok : MNJ Supply. (In Thai).
- Joungtrakul, J., & Wongprassith, N. (2019). Content Analysis in Qualitative Research Data Analysis. *PAAT Journal*, 2(2), 1-14. (In Thai).
- Klunklin, A., & Uppor, W. (2019). Grounded Theory Study in Nursing Research. *Nursing Journal*, 46(Supplement December 2019), 116-127. (In Thai)
- Ligita, T., Harvey, N., Wicking, K., Nurjannah, I., & Francis, K. (2019). A practical example of using theoretical sampling throughout a grounded theory study: a methodological paper. *Qualitative Research Journal*, 20(1), 116-126.
- Maz, J. (2013). Employing a grounded theory approach: core characteristics. *British Journal of Cardiac Nursing*, 8(9), 453-458. DOI:10.12968/bjca.2013.8.9.453
- Petcharakong, K. (2020). General Qualitative Research Data Analysis. In J. Joungtrakul (Ed.). *Data Analysis in Qualitative Research* (pp. 97-145). Bangkok: Business Law Center International. (In Thai)
- Phoodaangau, B., Deoisres, W., & Chunlestskul, K. (2013). Maternity Experience: A New Role of Unexpectedly Pregnant Students. *Thai Journal of Nursing Council*, 28(2), 58-74. (In Thai)

- Pongsuwan, C. (2022). Qualitative Study on How Caregivers of Stroke Patients in Southern Thailand Manage their Own Self-Care and the Care for their Family in the Long-term. *The Southern College Network Journal of Nursing and Public Health*, 9(1), 213-227. (In Thai)
- Poopan, S. (2022). *Grounded Theory Research*. Nakornpathom : Borisuth Press. (In Thai)
- Saldana, J. (2009). *The coding manual for qualitative researchers*. Thousand Oaks, CA : Sage.
- Stough, L. M., & Lee, S. (2021). Grounded theory approaches used in educational research journals. *International Journal of Qualitative Methods*, 20, 16094069211052203.
- Strauss, A., & Corbin, J. (1998). *Basic of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory* (2nd ed.). California : SAGE.
- Suwattano (Sriprom), Phramaha. (2022). Grounded Theory: Methodology for Investigation in Social Sciences. *Journal of MCU Social Science Review*, 11(6), 15-27. (In Thai)
- Tongkaew, T., & Phusunon, P. (2019). A Study for Grounded Theory: The Managing Capabilities of Occupational to Improve the Quality of Life for People with Disabilities in the Context of Thailand. *Electronic Journal of Open and Distance Innovative Learning (e-JODIL)*, 9(1), 79-94. (In Thai)
- Van Manen, M. V. (1990). *Researching Lived Experience: Human Science for an Action Sensitive Pedagogy*. Ontario : The University of Western Ontario.
- Wongsa, S. (2020). Qualitative Research with Grounded Theory Procedures: Concept, Method, and Caution. *Liberal Arts Review*, 15(1), 117-130. (In Thai)

การจัดสรรงบประมาณด้านการศึกษาในพื้นที่จังหวัด :

กระทรวงศึกษาธิการและกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม
**PROVINCIAL EDUCATION BUDGET ALLOCATION: MINISTRY OF
EDUCATION AND MINISTRY OF HIGHER EDUCATION SCIENCE,
RESEARCH AND INNOVATION**

มีชัย ออสุวรรณ^{1*}, อุมพร บึงมูม², วัลยา ชูประดิษฐ์³, บุษยา วงษ์ขวลิตกุล⁴, ภูษิตย์ วงษ์เล็ก⁵
Meechai Orsuwan^{1*}, Umaporn Buengmum², Wallaya Chupradist³, Busaya Vongchavalitkul⁴,
Pusit Wonglek⁵

^{1*}ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพมหานคร 10900 ประเทศไทย

^{1*}Assistant Professor Dr., Educational Administration, Faculty of Education, Kasetsart University, Bangkok, 10900, Thailand

²นักวิเคราะห์งบประมาณชำนาญการพิเศษ สำนักงานงบประมาณของรัฐสภา กรุงเทพมหานคร 10300 ประเทศไทย

²Plan and Policy Analyst, Senior Professional Level, Parliamentary Budget Office, Bangkok, 10300, Thailand

³ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเซาท์อีสต์บางกอก กรุงเทพมหานคร 10260 ประเทศไทย

³Assistant Professor Dr., Educational Administration, Faculty of Arts, Southeast Bangkok University, Bangkok, 10260, Thailand

⁴ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยเซาท์อีสต์บางกอก กรุงเทพมหานคร 10260 ประเทศไทย

⁴Assistant Professor Dr., Faculty of Accountancy and Management, Southeast Bangkok University, Bangkok, 10260, Thailand

⁵อาจารย์ ดร. สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเซาท์อีสต์บางกอก กรุงเทพมหานคร 10260 ประเทศไทย

⁵Lecturer Dr., Educational Administration, Faculty of Arts, Southeast Bangkok University, Bangkok, 10260, Thailand

E-mail address (Corresponding author): ^{1*}meechai.o@ku.ac.th; (Authors): ²buengmumpbo@gmail.com,

³wallaya@southeast.ac.th, ⁴busaya@southeast.ac.th, ⁵pusit@southeast.ac.th

รับบทความ : 6 กรกฎาคม 2565 / ปรับแก้ไข : 10 สิงหาคม 2565 / ตอรับบทความ : 17 สิงหาคม 2565

Received : 6 July 2022 / Revised : 10 August 2022 / Accepted : 17 August 2022

DOI : 10.14456/nrru-rdi.2023.17

ABSTRACT

This research had two objectives: 1) to examine how the education budget was allocated to the provinces and 2) to analyze the relationship between the size of the education budget and the level of human educational development. Secondary data collected by several government offices such as the Bureau of the Budget, the National Statistical Office, the National Economic and Social Development Council, the Comptroller General's Department, and the Office of the Civil Service Commission were checked with the original data files for accuracy, completeness and reliability before conducting descriptive statistical and ordinary least squares (OLS) analyses. The research had two key findings. First, a large portion of the education budget was allocated to Bangkok and other major provinces. Second, the education budget was weakly correlated with the level of human educational development. This research suggested that the government should allocate the education budget by using the "distribution based on the equality" rule. In addition, the education budget should be allocated inversely with the level of human educational development. That is, the provinces with a low human educational development level should be given more educational subsidies, so they will be able to "catch up" with those living in other more developed provinces in the long run.

Keywords : Area-based budgeting, Education, University, Inequality, Human development

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาลักษณะการกระจายงบประมาณด้านการศึกษาที่จัดสรรไปสู่จังหวัด และ 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างขนาดของงบประมาณด้านการศึกษากับระดับการพัฒนาคน

ของแต่ละจังหวัด โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิของหน่วยงานรัฐ เช่น สำนักงานประมาณ สำนักงานสถิติแห่งชาติ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และกรมบัญชีกลางในการทำวิจัย โดยคณะนักวิจัยได้ตรวจสอบข้อมูลกับฐานข้อมูลต้นฉบับที่จัดทำโดยหน่วยงานเหล่านี้เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วนและน่าเชื่อถือก่อนนำไปใช้ในวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนาและด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด มีข้อค้นพบ 2 ประการ คือ 1) งบประมาณด้านการศึกษาโดยส่วนใหญ่ถูกจัดสรรไปยังกรุงเทพมหานคร และจังหวัดที่มีเศรษฐกิจขนาดใหญ่ และ 2) งบประมาณด้านการศึกษามีความสัมพันธ์กับการพัฒนาคนด้านการศึกษาเพียงเล็กน้อย โดยมีข้อเสนอแนะให้รัฐบาลนำหลักเกณฑ์การลดความเหลื่อมล้ำในมิติพื้นที่มาใช้เป็นส่วนหนึ่งในการพิจารณาจัดสรรงบประมาณด้านการศึกษาให้กับจังหวัดเพื่อลดความเหลื่อมล้ำเชิงพื้นที่ โดยจังหวัดที่มีระดับการพัฒนาด้านการศึกษาต่ำ ควรได้รับการสนับสนุนทรัพยากรด้านการศึกษามากขึ้น เพื่อให้ประชาชนในจังหวัดสามารถ “ไล่กวด” คนในพื้นที่จังหวัดอื่นได้ในระยะยาว

คำสำคัญ : งบประมาณมิติพื้นที่, การศึกษา, มหาวิทยาลัย, ความเหลื่อมล้ำ, การพัฒนาคน

บทนำ

การที่ประเทศจะ “เติบโตจากภายใน” อย่างมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน พร้อมทั้งจะก้าวข้ามกับดักรายได้ปานกลางได้นั้น ทุกจังหวัดไม่ว่าจะเป็น “จังหวัดเล็กหรือจังหวัดใหญ่” “เมืองหลักหรือเมืองรอง” จะต้องได้รับการพัฒนาอย่างเท่าเทียมกัน โดยประชาชนในจังหวัดสามารถเข้าถึงบริการสาธารณะ เช่น การศึกษาที่ตัวอย่างถ้วนหน้า โอกาสดังกล่าวจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อภาครัฐมีการกระจายงบประมาณด้านการศึกษาอย่างเหมาะสมและเป็นธรรม งบประมาณด้านการศึกษาถือเป็นเครื่องมือสำคัญอย่างยิ่งของรัฐบาลที่จะทำให้ประเทศไทยบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ ที่ตั้งเป้าให้ทุกคนในประเทศได้รับการศึกษาที่มีคุณภาพ (SDG 4: Quality education) (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 2015, p. 1) กระทรวงศึกษาธิการและกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม เป็นหน่วยงานหลักที่ได้รับงบประมาณในการบริหารจัดการศึกษาของประเทศ หากพิจารณาสัดส่วนงบประมาณรายจ่ายด้านศึกษากับงบประมาณรายจ่ายภาพรวมจะพบว่า ในปีงบประมาณ 2565 กระทรวงศึกษาธิการได้รับการจัดสรรงบประมาณมากที่สุดเป็นอันดับ 1 (330,426 ล้านบาท) ส่วนกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ได้รับการจัดสรรงบประมาณมากเป็นอันดับที่ 7 (123,446 ล้านบาท) จากทั้งหมด 18 กระทรวง โดยทั้ง 2 กระทรวงมีงบประมาณรวมเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 453,872 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 14.64 ของงบประมาณรายจ่ายประจำปี 2565 ซึ่งถือเป็นจำนวนเงินไม่น้อยเมื่อเทียบกับงบประมาณด้านอื่น ๆ ของไทย แต่ยังคงไม่ถึงร้อยละ 15-20 ของรายจ่ายด้านการศึกษาของงบประมาณประจำปีที่องค์การยูเนสโกได้เคยเสนอไว้ในรายงาน “Education for All Global Monitoring Report” (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 2015, p. 1) สื่อและสังคมไทยโดยทั่วไปเมื่อกล่าวถึง “งบประมาณด้านการศึกษา” จะหมายถึงแค่งบประมาณของกระทรวงศึกษาธิการแต่ไม่รวมงบประมาณของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ทั้งที่ทำหน้าที่กำกับดูแลมหาวิทยาลัยกว่า 156 แห่งทั่วประเทศ งานวิจัยชิ้นนี้นำตัวเลขงบประมาณของกระทรวงศึกษาธิการและกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม มาพิจารณาร่วมกัน ซึ่งเป็นไปตามหลักการสากลที่องค์การยูนิเซฟได้เสนอแนะว่า “งบประมาณด้านการศึกษา” คือรายจ่ายการศึกษาของประเทศในทุกระดับตั้งแต่ระดับขั้นเตรียมอนุบาล ประถม มัธยม สายอาชีพไปจนถึงระดับอุดมศึกษา (United Nations Children’s Fund, 2019, p. 18)

เนื่องจากประเทศไทยมีงบประมาณจำกัด การจัดสรรงบประมาณด้านการศึกษาให้เพียงพอเป็นไปได้ยาก แต่สิ่งหนึ่งที่สามารถทำได้เพื่อให้การศึกษาไทยมีการพัฒนาอย่างเท่าเทียมภายใต้กรอบงบประมาณ คือการจัดสรรงบประมาณด้านการศึกษาให้มีการกระจายตัวอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม การจัดสรรงบประมาณมิติพื้นที่เป็นประเด็นที่อยู่ในความสนใจของนักการเมืองและนักวิชาการที่สงสัยว่า “ทำไมบางจังหวัดได้มาก บางจังหวัดได้น้อย?” ดิเรก ปัทมสิริวัฒน์, มิชัย ออสุวรรณ และอุมาพร บึงมูม (Pattamasirawat, Orsuwan & Buengmum, 2022, online) ได้ให้เหตุผลไว้ 2-3 ประการ เช่น จังหวัดที่มีความเจริญกว่าได้รับการจัดสรรงบประมาณมากกว่าจังหวัดที่ด้อยความเจริญกว่า เนื่องจากเป็นศูนย์กลางของเศรษฐกิจ มีประชากรหนาแน่น ประชากรในวัยเรียนมีจำนวนมาก ภาครัฐจึงจำเป็นต้องจัดสรรการบริการสาธารณสุข และทรัพยากรด้านการศึกษาให้มากกว่า การจัดสรรงบประมาณในลักษณะนี้เรียกว่า “growth-led budget” (ความเจริญนำมาซึ่งงบประมาณ) หรืออาจจะเป็นไปได้ว่ารัฐบาลจัดสรรงบประมาณด้านการศึกษาให้พื้นที่ในชนบทที่ห่างไกลความเจริญมากกว่าจังหวัดที่มีเศรษฐกิจขนาดใหญ่ หรือจังหวัดที่เจริญแล้วเพื่อส่งเสริมให้ผู้เรียนในพื้นที่ดังกล่าว สามารถเข้าถึงการศึกษาที่ดี มีคุณภาพ สามารถพัฒนาศักยภาพของคนในพื้นที่ให้เทียบเท่าคนในจังหวัดอื่น ๆ การจัดสรรงบประมาณแบบนี้เรียกว่า “budget-led growth” (งบประมาณนำมาซึ่งความเจริญ) การที่จังหวัดได้รับการจัดสรรงบประมาณมากน้อยต่างกันอาจเกี่ยวข้องกับเหตุผลที่มีความสลับซับซ้อน เช่น รัฐธรรมนูญ การเมือง ประวัติศาสตร์ หรือปัจจัยอื่น ๆ (Inter-American Development Bank Research Department, 2009, pp. 1-3) การศึกษาว่างบประมาณที่จัดสรรลงสู่จังหวัดส่งผลต่อความเป็นอยู่ของประชาชนหรือไม่ อย่างไร เป็นไปตามหลักธรรมาภิบาล (Good governance) (Dubnick & Frederickson, 2011, pp. xxiv-xxvi) ที่ว่าการทำงานของรัฐบาลต้องมีความโปร่งใส (Transparency) สามารถตรวจสอบการทำงานและความรับผิดชอบได้ (Accountability)

นอกจากนี้คณะนักวิจัยยังได้นำดัชนีความก้าวหน้าของคน (เฉพาะด้านการศึกษา) ที่จัดทำโดยสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติมาใช้ในการศึกษาความสอดคล้องระหว่างขนาดของงบประมาณด้านการศึกษา กับระดับการพัฒนาคนด้านการศึกษาของแต่ละจังหวัด โดยดัชนีความก้าวหน้าของคนด้านศึกษานี้ประกอบด้วย ตัวชี้วัด 4 ตัว ได้แก่ 1) จำนวนปีการศึกษาเฉลี่ยของประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไป 2) อัตราการเข้าเรียนรวมระดับมัธยมศึกษาตอนปลายและอาชีวศึกษา 3) พัฒนาการสมวัยของเด็กวัย 0 ถึง 5 ปี และ 4) คะแนนเฉลี่ยการทดสอบ O-NET ระดับมัธยมปลาย (Office of the National Economic and Social Development Council, 2020, pp. 1-2) ตัวชี้วัดเหล่านี้ สามารถวัดระดับพัฒนาการทางการศึกษาของคนในแต่ละจังหวัดได้หลายประการ เช่น พื้นที่จังหวัดที่มีจำนวนปีการศึกษาเฉลี่ยของคนที่มีอายุ 15 ปี ขึ้นไปสูง แสดงว่าจังหวัดนั้นมีทุนมนุษย์ที่มีศักยภาพสูง (ระดับการศึกษาสูง) มีการศึกษาต่อหลังจากการศึกษาภาคบังคับ (อาจถึงระดับอุดมศึกษา) ตัวชี้วัดนี้ นักวิจัย เช่น McMahon (2018, p. 541) ได้นำมาวิเคราะห์เรื่องผลกระทบของคลังทรัพยากรมนุษย์ (Human capital stock) ที่มีต่อความเหลื่อมล้ำและการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ แต่จากรายงานของสำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา (Office of the Education Council, 2018, p. 12) กลับพบว่าประชาชนไทยที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่มีการศึกษาไม่ถึงระดับการศึกษาภาคบังคับ ส่วนพัฒนาการของเด็กอายุ 0-5 ปี เป็นตัวชี้วัดที่วัดระดับทุนเริ่มต้นของผู้เรียน ทั้งที่เป็นทางกายภาพ (น้ำหนัก ส่วนสูง) และทางสิ่งแวดล้อมในการเลี้ยงดู (การช่วยเหลือตัวเอง การเข้าใจและใช้ภาษา) ส่วนอัตราการเข้าเรียนมัธยมปลายและอาชีวศึกษาแสดงให้เห็นถึงระดับการศึกษาที่สูงกว่าการศึกษาภาคบังคับของคนในแต่ละพื้นที่ ซึ่งสำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา (Office of the Education Council, 2019, p. chor) ใช้ตัวชี้วัดนี้ในการศึกษาอัตราคงอยู่ของนักเรียนในระดับ

การศึกษาขั้นพื้นฐานจากชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ถึงระดับอุดมศึกษา และคะแนนเฉลี่ยการทดสอบ O-NET ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายเป็นคะแนนที่ใช้ประกอบการคัดเลือกผู้เข้าศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัย

การใช้จังหวัดเป็นหน่วยวิเคราะห์ (Unit of analysis) มีเหตุผลอยู่ 2 ประการ ประการแรก จังหวัดเป็นกลไกทางการเมืองและทางการบริหารที่ได้รับอำนาจการตัดสินใจจากส่วนกลาง อีกทั้งยังเป็น “หน่วยรับงบประมาณ” ที่ทำหน้าที่ตอบสนองและแก้ไขปัญหาและความต้องการของประชาชนในพื้นที่ ทั้งนี้สำนักงานงบประมาณได้จัดทำฐานข้อมูลที่นักวิจัยสามารถตรวจสอบได้ว่างบประมาณของกระทรวงศึกษาธิการและกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ถูกจัดสรรไปยังจังหวัดใดบ้าง จำนวนเท่าไร และประการที่สอง ในการเลือกตั้งปี พ.ศ. 2566 ได้กำหนดให้จังหวัดที่มีสมาชิกผู้แทนราษฎรที่มาจากการเลือกตั้งแบบแบ่งเขตจำนวน 400 คน (อีก 100 คน เป็นสมาชิกผู้แทนราษฎรแบบบัญชีรายชื่อ) ที่ทำหน้าที่เป็น “ตัวแทนของประชาชน” ในแต่ละจังหวัดในการบริหารราชการแผ่นดิน ทุกครั้งที่มีการประชุมสภาหรือพิจารณาศึกษาร่างพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปี จะมีสมาชิกผู้แทนราษฎรจำนวนมากต่างฝ่ายต่างอภิปรายเกี่ยวกับปัญหาความต้องการจำเป็นของงบประมาณที่ควรจัดสรรลงพื้นที่จังหวัดตัวเองอย่างเข้มข้น เพื่อแสดงความเป็น “ผู้แทน” ของประชาชนชี้ให้เห็นถึงปัญหาและความสำคัญในการพัฒนาพื้นที่ของตนเองซึ่งในท้ายที่สุดแต่ละจังหวัดอาจจะได้รับงบประมาณมากน้อยต่างกัน (Orsuwan, Buengmum, & Senbut, 2022, p. 16) เปรียบเทียบการจัดสรรงบประมาณให้กับจังหวัดเหมือนการแบ่งพิซซ่าที่พ่อ (รัฐบาล) ตัดแบ่งให้ลูกทุกคน (77 จังหวัด) แต่ลูกทุกคนอาจจะได้ไม่เท่ากัน ขนาดของชิ้นพิซซ่าของลูกคนหนึ่งจะมีผลต่อขนาดพิซซ่าของลูกคนอื่น ๆ (หมายความว่าถ้าจังหวัดหนึ่งได้รับงบประมาณสูงขึ้น จังหวัดอื่นจะได้รับงบประมาณที่น้อยลง) ข้อมูลจากงานวิจัยนี้จึงน่าจะเป็นประโยชน์ในการประกอบการพิจารณาจัดสรรงบประมาณด้านการศึกษาที่มีหลากหลายมุมมอง และมีความเป็นธรรม (Equity) มากขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ลักษณะการกระจายตัวของงบประมาณด้านการศึกษา (รวมงกระทรวงศึกษาธิการ และงกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม) ที่จัดสรรไปสู่จังหวัด
2. เพื่อวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างขนาดของงบประมาณด้านการศึกษากับการพัฒนาคนของจังหวัด

ประโยชน์จากการวิจัย

1. นักวิเคราะห์งบประมาณและนักวิจัยสามารถนำผลรวมตัวเลขการจัดสรรงบประมาณรายจ่ายประจำปีของกระทรวงศึกษาธิการและกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ที่กระจายลงสู่จังหวัดไปใช้ในกรณีวิเคราะห์การลงทุนด้านการศึกษาของประเทศ (งานวิจัยในอดีตศึกษาเพียงงงบประมาณของกระทรวงศึกษาธิการ)
2. นักวิเคราะห์งบประมาณและนักวิจัยสามารถตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างงงบประมาณด้านการศึกษากับการพัฒนาคนของจังหวัด
3. สมาชิกรัฐสภาและคณะกรรมการวิสามัญพิจารณางบประมาณรายจ่ายประจำปีมีข้อมูลในมิติที่มีความหลากหลายมากขึ้น เพื่อใช้ในการพิจารณาจัดสรรงงบประมาณด้านการศึกษาที่จัดสรรลงพื้นที่จังหวัด

กรอบแนวคิดการวิจัย

แหล่งข้อมูลออนไลน์

1. ตัวเลขงบประมาณกระทรวงศึกษาธิการและกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม รายจังหวัด ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 (Budget Bureau, 2022, online)
2. ตัวเลขงบประมาณจำแนกตามงบรายจ่ายมาจากระบบการบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ (GFMS) (Comptroller General's Department, 2021, online)
3. จำนวนประชากรรายจังหวัดปี 2564 (National Statistical Office, 2021, online)
4. ค่าดัชนีความก้าวหน้าด้านการศึกษารายจังหวัด ปี 2563 (Office of the National Economic and Social Development Council, 2020, online)
5. จำนวนบุคลากรกระทรวงศึกษาธิการรายจังหวัด ปี 2563 (Office of the Civil Service Commission, 2021, online)

ลักษณะการกระจายและความสอดคล้องในการจัดสรรงบประมาณด้านการศึกษาของพื้นที่จังหวัด :
กระทรวงศึกษาธิการและกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมุติฐานของการศึกษา

สมมุติฐานที่ 1: งบประมาณกระจุกตัวอยู่ที่ส่วนกลางและตามจังหวัดที่มีขนาดเศรษฐกิจใหญ่

สมมุติฐานที่ 2: งบประมาณด้านศึกษามีความสัมพันธ์กับคุณภาพการศึกษา

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาคั้งนี้ เป็นการวิจัยเอกสาร (Documentary research) ซึ่งมีลักษณะเป็นการศึกษาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) จากแหล่งข้อมูลในรูปแบบออนไลน์ ดังนี้

1. ตัวเลขงบประมาณกระทรวงศึกษาธิการและกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม รายจังหวัด ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 (Budget Bureau, 2022)
2. ตัวเลขรายงานการเงินภาครัฐ ปี พ.ศ. 2564 จำแนกตามงบรายจ่ายมาจากระบบการบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ (GFMS) ของกรมบัญชีกลาง (Comptroller General's Department, 2021)
3. จำนวนประชากรรายจังหวัดปี 2564 (National Statistical Office, 2021)
4. ค่าดัชนีความก้าวหน้าด้านการศึกษารายจังหวัด ปี 2563 (Office of the National Economic and Social Development Council, 2020)
5. จำนวนบุคลากรกระทรวงศึกษาธิการรายจังหวัด จากเอกสารกำลังคนภาครัฐในฝ่ายพลเรือน ปี 2563 ของสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (ก.พ.) (Office of the Civil Service Commission, 2021)

งานวิจัยนี้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิซึ่งเป็นข้อมูลที่คณันักวิจัยไม่ได้เก็บรวบรวมเอง แต่มีหน่วยงานภาครัฐ เช่น สำนักงานงบประมาณ สำนักงานสถิติแห่งชาติ สภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และกรมบัญชีกลาง ได้ทำการจัดเก็บข้อมูลมาใช้ในการทำวิจัย ทั้งนี้คณันักวิจัยได้ใช้ความระมัดระวังและตรวจสอบคุณภาพข้อมูลก่อนที่จะนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ เช่น ในส่วนของตัวเลขงบประมาณของกระทรวงศึกษาธิการและกระทรวง

การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม คณะนักวิจัยได้ดาวน์โหลดรายงานแสดงแผนการจัดสรรงบประมาณ (มิติจังหวัด) ประจำปีงบประมาณ 2565 เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของตัวเลขงบประมาณก่อนนำไปวิเคราะห์ และประมวลผล

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในขั้นตอนแรก คณะนักวิจัยได้ทำการหาค่าเฉลี่ยของงบประมาณกระทรวงศึกษาธิการและกระทรวง การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ในช่วงระยะเวลา 4 ปี (2562-2565) แล้วนำงบประมาณของทั้ง 2 กระทรวง มารวมกัน เพื่อให้เห็นภาพรวมงบประมาณด้านการศึกษาลงแต่ละจังหวัด จากนั้นนำงบประมาณดังกล่าวไปหาร ด้วยจำนวนประชากรของแต่ละจังหวัดเพื่อหางบประมาณต่อหัวประชากร แล้วนำไปเปรียบเทียบระหว่างจังหวัด จากนั้นนำตัวเลขดังกล่าวไปคำนวณคะแนน z (z-score) เพื่อนำไปสร้างแผนภูมิจุดแบบกระจายเพื่อวิเคราะห์ ความสอดคล้องระหว่างการจัดสรรงบประมาณด้านการศึกษากับระดับดัชนีความก้าวหน้าด้านการศึกษา

หลังจากนั้น ทำการวิเคราะห์ผลกระทบของงบประมาณด้านการศึกษาต่อคุณภาพการศึกษาระดับจังหวัด โดยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (OLS) ตัวแปรที่นำมาใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย ตัวแปรตาม คือคะแนนสอบโอเน็ต ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ซึ่งเป็นตัวชี้วัดคุณภาพการศึกษาของจังหวัด ส่วนตัวแปรต้นเป็นงบประมาณ ด้านการศึกษาต่อหัว ผลสัมฤทธิ์มวลรวมจังหวัดต่อหัวประชากร และภูมิภาค (ตัวแปรหุ่น=ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

การพิทักษ์สิทธิ์

การวิจัยครั้งนี้ได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โครงการวิจัยที่ COE65/079 วันที่ 30 พฤษภาคม 2565

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ลักษณะการกระจายตัวของงบประมาณด้านการศึกษา (รวมงบประมาณกระทรวงศึกษาธิการ และงบประมาณการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม) ที่จัดสรรไปสู่จังหวัด แสดงผลการศึกษาดังตาราง 1

ตาราง 1 งบประมาณด้านการศึกษา (กระทรวงศึกษาธิการ+การอุดมศึกษา) ปี พ.ศ. 2565 (หน่วย:ล้านบาท)

ลำดับ	จังหวัด	งบกระทรวงศึกษาธิการ	งบกระทรวง	รวมงบ	ประชากร	งบด้านการศึกษา
		(ล้านบาท)	การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (ล้านบาท)	ด้านการศึกษา (ล้านบาท)		
10 อันดับสูงสุด						
1	กรุงเทพมหานคร	65,999	43,297	109,296	5,527,994	19,771
2	นครปฐม	7,535	9,797	17,133	922,171	18,795
3	ปทุมธานี	6,143	9,110	15,253	1,190,060	12,818
4	สงขลา	8,833	5,663	14,496	1,431,536	10,126
5	เชียงใหม่	10,547	7,081	17,628	1,789,385	9,852
6	นครนายก	1,383	847	2,230	260,433	8,563
7	พิษณุโลก	5,104	2,149	7,253	847,384	8,560
8	ขอนแก่น	10,610	4,016	14,626	1,790,863	7,916
9	อยุธยา	4,201	1,815	6,016	820,512	7,332
10	พะเยา	2,493	904	3,397	464,505	7,314

ตาราง 1 (ต่อ)

ลำดับ	จังหวัด	งบกระทรวงศึกษาธิการ (ล้านบาท)	งบกระทรวง การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (ล้านบาท)	รวมงบ ด้านการศึกษา (ล้านบาท)	ประชากร (คน)	งบด้านการศึกษา ต่อหัว (บาท)
10 อันดับต่ำสุด						
68	ตาก	3,077	19	3,097	676,583	4,577
69	สระบุรี	2,887	28	2,915	643,963	4,528
70	ภูเก็ต	1,549	317	1,866	418,785	4,457
71	สมุทรสงคราม	834	15	849	190,842	4,450
72	ลำพูน	1,731	9	1,740	401,139	4,338
73	พิจิตร	2,281	10	2,291	529,395	4,329
74	ชัยนาท	1,339	-	1,339	320,432	4,179
75	นนทบุรี	3,858	807	4,665	1,288,637	3,621
76	สมุทรปราการ	4,415	435	4,850	1,356,449	3,576
77	สมุทรสาคร	1,895	131	2,026	586,789	3,454

ที่มา: Budget Bureau, 2022, online; National Statistical Office, 2021, online.

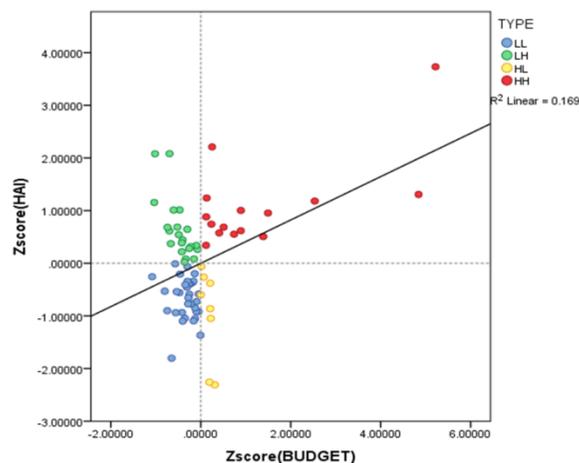
หมายเหตุ: ตัวเลขงบประมาณต่อหัวประชากรมาจากการคำนวณ

ตาราง 1 แสดงงบประมาณด้านการศึกษาที่เป็นผลรวมจากงบประมาณของกระทรวงศึกษาธิการและกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ของแต่ละจังหวัด (เฉลี่ย 4 ปี พ.ศ. 2562-2565) งบบุคลากรของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ซึ่งมีการจัดสรรงบลงพื้นที่จังหวัดตามที่ตั้งของมหาวิทยาลัยอยู่แล้ว ดังนั้นตัวเลขงบประมาณของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ที่จัดสรรสู่จังหวัดจึงถูกรวมเข้าไปเป็นงบจังหวัดด้วย แต่เนื่องจากบุคลากรของกระทรวงศึกษามีการตั้งไว้ที่กรุงเทพมหานคร (จังหวัดที่ตั้งของสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ) ทำให้งบประมาณลงพื้นที่กรุงเทพมหานคร ของกระทรวงศึกษาสูงกว่าความเป็นจริง (หรืออีกนัยหนึ่งงบประมาณของกระทรวงศึกษาธิการที่จัดสรรลงพื้นที่ 76 จังหวัดต่ำกว่าความเป็นจริง) ดังนั้นคณะนักวิจัยจึงได้ทำการเกลี่ยงบบุคลากรของกระทรวงศึกษา ให้กระจายลงพื้นที่จังหวัดตามจำนวนครูและบุคลากรที่ทำงานอยู่ในพื้นที่จังหวัดนั้น ๆ (ตัวเลขจากสำนักงาน ก.พ.) โดยนำงบบุคลากรของกระทรวงศึกษาธิการทั้งหมดหารด้วยจำนวนบุคลากรของกระทรวงเพื่อหางบประมาณต่อหัว แล้วจึงนำตัวเลขนี้ไปคูณกับจำนวนครูและบุคลากรกระทรวงศึกษาที่อยู่ในแต่ละจังหวัดก่อนที่จะนำไปรวมกับงบกระทรวงศึกษาเดิม (ที่ไม่รวมงบบุคลากร) จากนั้นนำตัวเลขดังกล่าวไปรวมกับงบประมาณของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม เรียกว่า “งบประมาณด้านการศึกษา”

ตาราง 1 แสดงค่าเฉลี่ยงบประมาณด้านการศึกษาต่อหัว (งบประมาณด้านการศึกษาของจังหวัด/จำนวนประชากรของจังหวัด) ช่วงปี พ.ศ. 2562-2565 (4 ปี) จะเห็นการกระจายตัวงบประมาณด้านการศึกษาที่ลงสู่พื้นที่จังหวัด (สูงสุด/ต่ำสุด) เห็นได้ว่าจังหวัดที่ได้รับงบประมาณด้านการศึกษาสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ กรุงเทพมหานคร (19,771 บาท/หัว) ตามด้วย นครปฐม (18,795 บาท/หัว) และปทุมธานี (12,818 บาท/หัว) ส่วน 3 จังหวัดที่ได้น้อยที่สุด ได้แก่ สมุทรสาคร (3,454 บาท/หัว) สมุทรปราการ (3,576 บาท/หัว) และนนทบุรี (3,621 บาท/หัว) พบข้อสังเกตที่น่าสนใจ เช่น หลายจังหวัดที่ได้รับงบประมาณ

ด้านการศึกษาต่อหัวประชากรสูงเป็นจังหวัดที่มีขนาดเศรษฐกิจใหญ่ เช่น กรุงเทพมหานคร นครปฐม ปทุมธานี เชียงใหม่ สงขลา เชียงใหม่ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม มีจังหวัดใหญ่บางจังหวัดได้งบการศึกษาต่อหัวประชากรติดอันดับท้าย ๆ เช่น นนทบุรี และสมุทรปราการ บางจังหวัดที่มีจำนวนประชากรมากกว่าล้านคนขึ้นไปแต่กลับได้รับงบประมาณด้านการศึกษาต่อหัวค่อนข้างน้อย เช่น นครสวรรค์ ชัยภูมิ ร้อยเอ็ด อุดรธานี (ไม่ได้อยู่ในตาราง) และมี 6 จังหวัด ไม่ได้รับการจัดสรรงบประมาณจากกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ได้แก่ ชัยนาท สิงห์บุรี ปึงกาฬ กระบี่ อ่างทอง และสุโขทัย เป็นต้น

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างขนาดของงบประมาณด้านการศึกษากับการพัฒนาคนของจังหวัด คณะนักวิจัยได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างงบประมาณด้านการศึกษาต่อหัวประชากรกับดัชนีความก้าวหน้าด้านการศึกษาของจังหวัดโดยทำการแปลงตัวเลขงบประมาณด้านการศึกษาต่อหัวประชากรกับดัชนีความก้าวหน้าด้านการศึกษาของจังหวัดให้เป็นคะแนนมาตรฐาน (z-score) หลังจากนั้นนำค่ามาตรฐานของตัวแปรทั้งสองมาสร้างแผนภูมิจุดแบบกระจาย (Scatter plot) ที่แบ่งระนาบออกเป็น 4 ส่วน แต่ละส่วนเรียกว่า จตุภาค (Quadrant) โดยกำหนดให้งบประมาณด้านการศึกษาอยู่ในแนวนอน (X-Axis) และระดับการพัฒนาคนด้านการศึกษาอยู่ในแนวตั้ง (Y-Axis) แสดงผลการศึกษาดังภาพ 1 ถึงภาพ 5

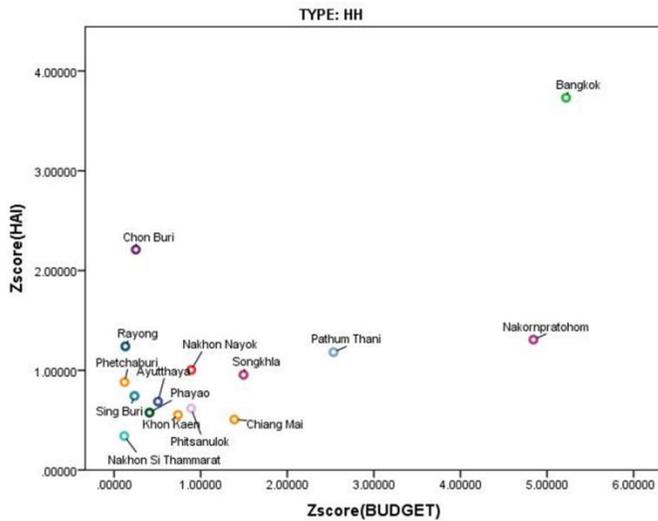


- LL : LOW Education Budget; LOW human educational development
กลุ่มจังหวัดที่ได้รับงบประมาณด้านการศึกษาต่ำ; ระดับการพัฒนาคนด้านการศึกษาต่ำ
- LH : LOW Education Budget; HIGH human educational development
กลุ่มจังหวัดที่ได้รับงบประมาณด้านการศึกษาต่ำ; ระดับการพัฒนาคนด้านการศึกษาสูง
- HL : HIGH Education Budget; LOW human educational development
กลุ่มจังหวัดที่ได้รับงบประมาณด้านการศึกษาสูง; ระดับการพัฒนาคนด้านการศึกษาต่ำ
- HH : HIGH Education Budget; HIGH human educational development
กลุ่มจังหวัดที่ได้รับงบประมาณด้านการศึกษาสูง; ระดับการพัฒนาคนด้านการศึกษาสูง

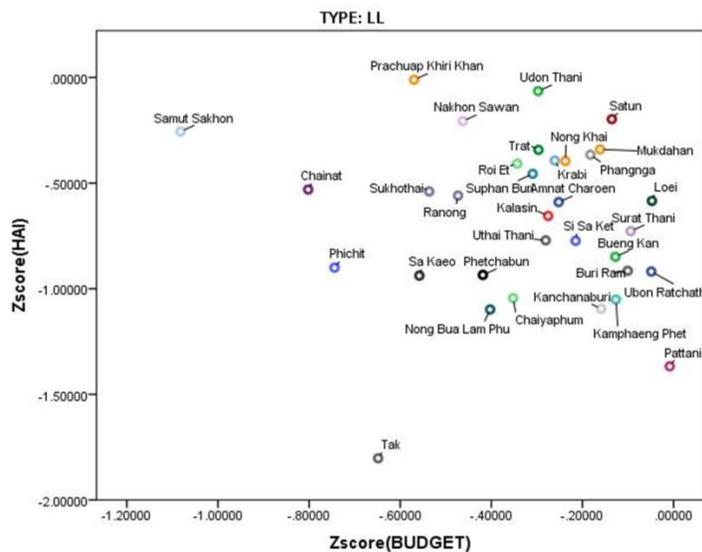
ภาพ 1 งบประมาณด้านการศึกษาต่อหัวกับความก้าวหน้าด้านการศึกษาของทั้ง 77 จังหวัด

ภาพ 1 แสดงแผนภูมิจุดแบบกระจายที่แสดงความสัมพันธ์เชิงบวกเพียงเล็กน้อย ($R^2=0.169$) ระหว่างงบประมาณด้านการศึกษาและระดับการพัฒนาคนด้านการศึกษาในรูปแบบเดียวกัน จะเห็นได้ว่า สามารถแบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มจังหวัดที่ได้รับงบประมาณด้านการศึกษาสูง และระดับการพัฒนาคน

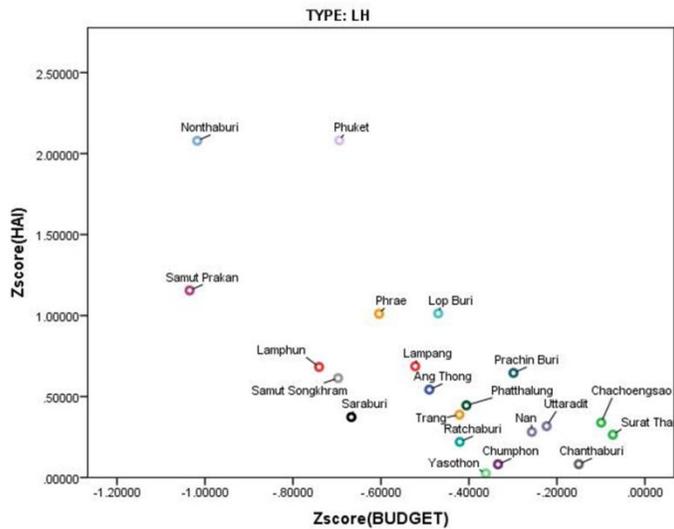
ด้านการศึกษาระดับสูง (HH) 2) กลุ่มจังหวัดที่ได้รับงบประมาณด้านการศึกษาน้อย และมีระดับการพัฒนาคนด้านการศึกษาน้อย (LL) 3) กลุ่มจังหวัดที่ได้รับงบประมาณด้านการศึกษาน้อย แต่มีระดับการพัฒนาคนด้านการศึกษาระดับสูง (LH) และ 4) กลุ่มจังหวัดที่ได้รับงบประมาณด้านการศึกษามาก แต่มีระดับการพัฒนาคนด้านการศึกษาน้อย (HL)



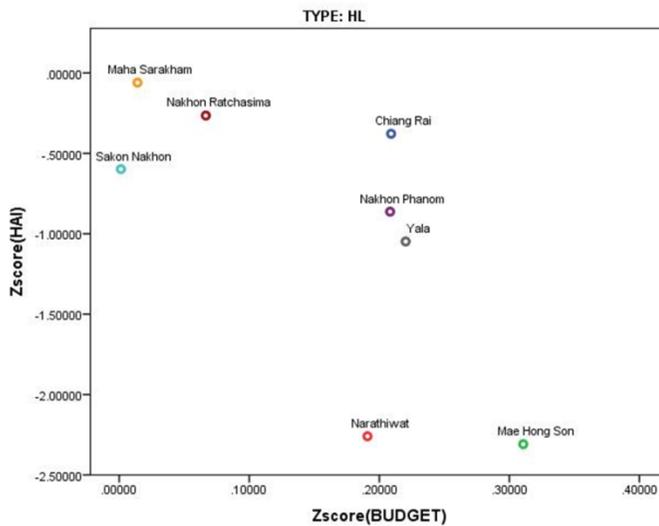
ภาพ 2 กลุ่มจังหวัดที่ได้รับงบประมาณด้านการศึกษามาก และมีระดับการพัฒนาคนด้านการศึกษาระดับสูง (HH)



ภาพ 3 กลุ่มจังหวัดที่ได้รับงบประมาณด้านการศึกษาน้อย และมีระดับการพัฒนาคนด้านการศึกษาน้อย (LL)



ภาพ 4 กลุ่มจังหวัดที่ได้รับงบประมาณด้านการศึกษาน้อย และมีระดับการพัฒนาคนด้านการศึกษาสูง (LH)



ภาพ 5 กลุ่มจังหวัดที่ได้รับงบประมาณด้านการศึกษาสูง และมีระดับการพัฒนาคนด้านการศึกษาต่ำ (HL)

ภาพ 2 ถึงภาพ 5 แสดงแผนภูมิจุดแบบกระจายแบบแยกกลุ่ม เพื่อให้เห็นรายชื่อจังหวัดได้ชัดเจนขึ้น เห็นได้ว่า จังหวัดโดยส่วนใหญ่อยู่ใน กลุ่ม 1 “งบบาก การศึกษาสูง (HH) และกลุ่ม 2 “งบน้อย การศึกษาต่ำ (LL) แสดงว่า ระดับการพัฒนาคนด้านการศึกษาแปรผันตรงตามขนาดงบประมาณด้านการศึกษา (ความสัมพันธ์เชิงบวก) ทั้งนี้จังหวัดที่อยู่ในกลุ่มที่ 1 “งบบาก การศึกษาสูง” ได้แก่ ปทุมธานี สงขลา เชียงใหม่ ชลบุรี ขอนแก่น เป็นต้น จังหวัดในกลุ่มที่ 2 “งบน้อย การศึกษาต่ำ” เช่น สตูล สมุทรสาคร พิจิตร ปัตตานี ตาก เป็นต้น กลุ่มที่ 3 “งบน้อย การศึกษาสูง” เป็นกลุ่มที่น่าสนใจ น่าจะนำไปศึกษาเชิงลึกในโอกาสต่อไป เนื่องจากจังหวัดเหล่านี้ได้รับงบประมาณต่อหัวประชากรน้อย แต่กลับมีระดับดัชนีความก้าวหน้าด้านการศึกษาสูง เช่น นนทบุรี สมุทรปราการ ภูเก็ต แพร่ เป็นต้น จังหวัดในกลุ่มที่ 4 เป็นกลุ่ม “งบบาก การศึกษาต่ำ” เช่น แม่ฮ่องสอน นราธิวาส ยะลา เชียงราย นครราชสีมา เป็นต้น

สำหรับผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดสรรงบประมาณด้านการศึกษากับคุณภาพการศึกษาโดยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (OLS) โดยตัวแปรตาม โดยใช้คะแนนโอเน็ตในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 เป็นตัวแปรตาม ที่สะท้อนคุณภาพการศึกษาของจังหวัด (onetm6) ส่วนตัวแปรอิสระเป็นงบประมาณด้านการศึกษาต่อหัวประชากร (ed budget per cap) ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดต่อหัวประชากร (gpp per cap) และ ตัวแปรหุ่น (isan) (ตระวันออกเฉียงเหนือ=1 และพื้นที่อื่น=0) ตามสมการข้างล่างนี้

$$\text{onetm6} = \beta_0 + \beta_1 \text{ ed budget per cap} + \beta_2 \text{ gpp per cap} + \beta_3 \text{ isan} + \epsilon$$

ผลการวิเคราะห์โดยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (OLS)

$$\text{onetm6} = 31.899 + 0.238 \text{ ed budget per cap} + 0.329 \text{ gpp per cap} - 0.315 \text{ isan} + \epsilon$$

แปลผลได้ว่า งบประมาณด้านการศึกษามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพการศึกษา (คะแนนสอบโอเน็ต) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 แสดงว่า จังหวัดที่ได้รับการจัดสรรงบประมาณด้านการศึกษาสูง เป็นจังหวัดที่มีคุณภาพการศึกษาสูง (วัดจากคะแนนสอบโอเน็ต มัธยมศึกษาปีที่ 6) นอกจากนี้เศรษฐกิจจังหวัดมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการศึกษาเชิงบวกที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 แสดงว่าการที่จังหวัดมีเศรษฐกิจดี (GPP สูง) ทำให้พ่อแม่ผู้ปกครองมีงานทำ มีความสามารถในการลงทุนด้านการศึกษาของบุตรธิดา ทำให้คะแนนสอบโอเน็ตอยู่ในระดับที่สูง ส่วนตัวแปรหุ่น (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) มีความสัมพันธ์เชิงลบกับคะแนนสอบโอเน็ตที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 แปลผลได้ว่า เมื่อเทียบกับพื้นที่อื่น ๆ แล้ว ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีคุณภาพการศึกษาต่ำกว่าพื้นที่อื่นอย่างมีนัยสำคัญ (ตัวแปร isan มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็นลบ)

อภิปรายผล

การกระจายตัวของงบประมาณด้านการศึกษา (รวมงบกระทรวงศึกษาธิการและงบกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม) ที่จัดสรรไปสู่จังหวัด แสดงให้เห็นว่า รัฐบาลมีความพยายามในการใช้งบประมาณด้านการศึกษาเป็นเครื่องมือในการแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำเชิงพื้นที่อยู่บ้างพอสมควร เช่น จังหวัดที่มีค่าดัชนีความก้าวหน้าด้านการศึกษาในอันดับท้าย ๆ ของประเทศมาอย่างต่อเนื่อง เช่น แม่ฮ่องสอน ปัตตานีและนราธิวาส ได้รับงบประมาณด้านการศึกษาต่อหัวประชากรค่อนข้างสูง (สูงกว่าค่าเฉลี่ย) นอกจากนี้ มีข้อค้นพบที่น่าสนใจอีก 2 ประการ คือ การจัดสรรงบประมาณด้านการศึกษาโดยส่วนใหญ่ถูกจัดสรรไปยังพื้นที่กรุงเทพมหานคร และจังหวัดที่มีขนาดเศรษฐกิจใหญ่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอุมพพร บึงมูม (Buengmum, 2022, p. 16) ที่พบว่า งบประมาณของประเทศจำนวนมากถูกตั้งไว้ที่หน่วยงานส่วนกลางทั้งในส่วนของงบบุคลากรและงบในการบริหารจัดการต่าง ๆ สะท้อนให้เห็นถึงการบริหารจัดการที่รัฐยังรวมศูนย์อำนาจการปกครองไว้ที่ส่วนกลางเป็นส่วนใหญ่ นอกจากนี้การจัดสรรงบประมาณในมิติกระทรวงถ้าไม่นับรวมพื้นที่กรุงเทพมหานครยังพบว่ามีการกระจุกตัวอยู่ตามพื้นที่ที่มีความเจริญแล้ว โดยจังหวัดเหล่านี้ มักได้รับการจัดสรรงบประมาณมากกว่าจังหวัดตามภูมิภาคที่อยู่ห่างไกล สอดคล้องกับงานวิจัยของดิเรก ปัทมสิริวัฒน์ (Pattamasirawat, 2022, pp. 3-4) และงานวิจัยของมีชัย ออสสุวรรณ, อุมพพร บึงมูม และภูเบศ เสนิบัต (Orsuwan, Buengmum, & Senbut, 2022, p. 16) ที่พบว่า การจัดสรรงบประมาณยังคงมีลักษณะแนวตั้ง การกระจายทรัพยากรไปยังพื้นที่จังหวัดและท้องถิ่นยังคงมีไม่มากนัก อันเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เป้าหมายของรัฐบาลในการลดความเหลื่อมล้ำมิติพื้นที่ยังคงไม่บรรลุผลสำเร็จ ทำให้เห็นว่า การจัดสรรงบประมาณลงสู่จังหวัดมีความซับซ้อน การอธิบายเหตุผลว่า “รัฐบาลจัดสรรงบประมาณลงสู่จังหวัดอย่างไร?” ต้องอิงหลายแนวคิดหลายทฤษฎี สอดคล้องกับดิเรก ปัทมสิริวัฒน์, มีชัย ออสสุวรรณ และอุมพพร บึงมูม (Pattamasirawat, Orsuwan, &

Buengmum, 2022, online) ได้กล่าวไว้ว่า จังหวัดที่เจริญกว่าและมีความพร้อมมากกว่าจะได้รับการจัดสรรงบประมาณมากกว่า (Growth-led budget) ซึ่งเป็นเหตุเป็นผลเนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีความพร้อมในการบริหารจัดการ (เศรษฐกิจดี ทำเลดี มีระบบสาธารณูปโภคที่ครบครัน เป็นที่ตั้งของหน่วยงานราชการกลางส่วนภูมิภาค)

ทั้งนี้ การจัดสรรงบประมาณด้านการศึกษายังไม่สอดคล้องกับระดับความก้าวหน้าในการพัฒนาคน ด้านการศึกษาของแต่ละจังหวัดมากนัก ซึ่งลักษณะการจัดสรรงบประมาณแบบนี้อาจเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดความแตกต่างและความเหลื่อมล้ำของคนในแต่ละพื้นที่ หากโครงสร้างและรูปแบบการจัดสรรงบประมาณยังคงกระจุกอยู่ตามพื้นที่เมืองหลวงและเมืองใหญ่อย่างเช่นปัจจุบัน ความเหลื่อมล้ำด้านการศึกษาและด้านรายได้ของประชาชนในแต่ละจังหวัดน่าจะมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ แสดงให้เห็นถึงความไม่มีประสิทธิภาพในการจัดสรรงบประมาณด้านการศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อธิตา ดาดัง และชญาพิมพ์ อุสาโท (Daduang & Usaho, 2018, p. 83) ที่พบว่า งบประมาณด้านการศึกษาของประเทศถูกจัดสรรแบบไม่เสมอภาค เนื่องจากสถานศึกษาที่ได้รับการจัดสรรทรัพยากรสูงเป็นโรงเรียนที่ดีอยู่แล้ว และไม่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากขนาดของงบประมาณด้านการศึกษาที่สูงขึ้นไม่ได้ทำให้ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาสูงขึ้นตามไปด้วย โดยข้อสรุปของ Inter-American Development Bank Research Department (2009, pp. 1-3) พบว่า การจัดสรรงบประมาณลงพื้นที่ต่าง ๆ ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่างที่สลับซับซ้อน หรืออาจเป็นเพราะความเคยชิน ในการจัดสรรงบประมาณลงพื้นที่เดิม ๆ ก็เป็นไปได้

ผลการศึกษานี้ให้เห็นความจำเป็นในการปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดสรรงบประมาณ ให้เน้นกระจายอำนาจ และกระจายงบประมาณจากส่วนกลางไปสู่พื้นที่จังหวัดอื่นอย่างเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น เพื่อบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม ให้ประชาชนทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงบริการภาครัฐ มีการศึกษาที่ดีมีคุณภาพ มีการพัฒนาตนเองตลอดช่วงชีวิตและ “เก่งในทุกมิติ”

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการศึกษาไปใช้

กระทรวงศึกษาธิการและกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ควรนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ ดังต่อไปนี้

1. ควรทบทวนโครงสร้างการจัดสรรงบประมาณในภาพรวม โดยเน้นกระจายงบประมาณด้านการศึกษาจากภารกิจพื้นที่ส่วนกลาง หรือกรุงเทพมหานครไปยังพื้นที่จังหวัดอื่นที่อยู่ห่างไกล และมีระดับความก้าวหน้าต่ำให้มากขึ้น โดยควรใช้หลักเกณฑ์ “การลดความเหลื่อมล้ำในมิติพื้นที่” ประกอบการพิจารณาการจัดสรรงบประมาณด้านการศึกษาให้กับแต่ละจังหวัด เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายและแนวทางการจัดสรรงบประมาณที่ให้ความสำคัญกับการจัดสรรงบประมาณให้มีความเป็นธรรม เพื่อยกระดับสถาบันการศึกษาตั้งแต่ระดับปฐมวัยไปจนถึงระดับอุดมศึกษาให้เป็น “โรงเรียนดี มหาวิทยาลัยดี ในพื้นที่ใกล้บ้าน” ผู้เรียนมีทางเลือกทางการศึกษาที่ดีมีคุณภาพ ที่อยู่ในภูมิภาคของตนเอง เพื่อลดปัญหา “สมองไหล” ลดอัตราการโอนย้ายสถานที่เรียนจาก “ต่างจังหวัด สู่มืองหลวง” “ชานเมืองสู่ตัวเมือง”

2. นำดัชนีความก้าวหน้าคนด้านการศึกษามาใช้เป็นส่วนหนึ่งของการคำนวณงบประมาณด้านการศึกษาที่จัดสรรลงสู่จังหวัด โดยอาจมีบางส่วนของงบประมาณด้านการศึกษาที่ผูกพันกับระดับการพัฒนาคนด้านการศึกษาของจังหวัดนั้น ๆ (จังหวัดที่มีระดับการพัฒนาด้านการศึกษาต่ำ ควรได้รับการสนับสนุนมากกว่า) หรือมีลักษณะที่อิงหลักความเสมอภาค (equalization grant) คือ จังหวัดที่ “ด้อยกว่า” ควรได้รับการสนับสนุน ดูแลมากกว่าจังหวัดที่มีศักยภาพแล้ว ทั้งนี้เพื่อให้จังหวัดที่มีดัชนีความก้าวหน้าทางการศึกษาดำเนินทรัพยากรเพิ่มขึ้นเพื่อใช้ในการพัฒนาประชาชนในพื้นที่ที่มีศักยภาพเทียบเท่าประชาชนในจังหวัดอื่นได้

3. ควรให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในกระบวนการจัดทำงบประมาณให้มากขึ้น โดยกระทรวงศึกษาธิการและกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม อาจเปิดรับฟังความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการทรัพยากรของประชาชนในแต่ละพื้นที่ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการจัดทำแผนงบประมาณ ด้านการศึกษา ที่ประชาชนมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง

4. ควรส่งเสริมให้มีการจัดสอบโอเน็ตแบบเดิม (ก่อนวิกฤตโควิด-19) เนื่องจากคะแนนผลทดสอบดังกล่าว สามารถนำมาใช้วัดมาตรฐานการศึกษาของสถานศึกษาในประเทศ ใช้ในการวัดความพร้อมในการเข้าเรียนต่อ ในระดับอุดมศึกษา โดยเฉพาะผลคะแนนสอบโอเน็ต ม. 6 เป็นข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อการทำวิจัยและจัดทำนโยบาย การศึกษา (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติใช้เป็นข้อมูลในการจัดทำดัชนีวัดความก้าวหน้า รอบล่าสุด)

5. เร่งให้ความสำคัญกับการเพิ่มโอกาสและการสร้างแรงจูงใจให้กับผู้เรียนศึกษาต่อหลังจากจบการศึกษา ภาคบังคับ ส่งเสริมการเข้าเรียนศึกษาต่อในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายและอาชีวศึกษาให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มโอกาส ในการได้งานทำที่มีรายได้สูง

ข้อจำกัดของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ผลรวมของเงินงบประมาณของกระทรวงการศึกษาธิการและกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ที่เป็นตัวเลขในขั้นตอนการจัดสรรงบประมาณ ไม่รวมตัวเลขขั้นตอนในการบริหาร งบประมาณ ซึ่งอาจมีการโอนงบประมาณในการลงพื้นที่จังหวัดภายหลัง เช่น งบกลาง เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- Budget Bureau. (2022). *Area-based budget*. Retrieved February 22, 2022, from https://www.bb.go.th/web/budget/province/province_bud65/index2.html (In Thai)
- Buengmum, U. (2022). *A budget analysis and spatial inequality between 2019 to 2022: by provinces and departments*. Retrieved April 14, 2022, from <https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/parbudget/download/PBO/65unequal.pdf> (In Thai)
- Comptroller General's Department. (2021). *The 2021 government financing report*. Retrieved March 6, 2022, from <https://www.gfmis.go.th> (In Thai)
- Daduang, A., & Usaho, C. (2018). Approaches for budget allocation improvement affecting student quality of schools under the secondary educational service area office 1. *An Online Journal of Education*, 13(4), 80–93. (In Thai)
- Dubnick, M. J., & Frederickson, G. H., (2011). *Accountable governance: Problems and promises*. New York, NY : Routledge.
- Inter-American Development Bank Research Department. (2009). *The politics of the budget process*. Retrieved April 22, 2022 from [https://publications.iadb.org/publications/english/document/Ideas-for-Development-in-the-Americas-\(IDEA\)-Volume-20--September-December-2009-The-Politics-of-the-Budget-Process.pdf](https://publications.iadb.org/publications/english/document/Ideas-for-Development-in-the-Americas-(IDEA)-Volume-20--September-December-2009-The-Politics-of-the-Budget-Process.pdf)
- McMahon, W. W. (2018). The total return to higher education: Is there underinvestment for economic growth and development?. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 70, 90-111.

- National Statistical Office. (2021). *2021 Thailand's population statistics*. Retrieved December 12, 2021, from <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/01.aspx> (In Thai)
- Office of the Civil Service Commission. (2021). *Government manpower in 2021*. Retrieved October 12, 2021, from <https://www.ocsc.go.th/sites/default/files/document/thai-gov-manpower-2563.pdf> (In Thai)
- Office of the Education Council. (2018). *Thailand's education statistics from 2016-1017*. Bangkok : Prik Wan Graphics. (In Thai)
- Office of the Education Council. (2019). *Thai average of schooling year in 2018*. Bangkok : Prik Wan Graphics. (In Thai)
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2020). *The 2020 human development index*. Retrieved October 5, 2021, from https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=11971&filename=social (In Thai)
- Orsuwan, M., Buengmum, U., & Senbut, P. (2022). Provincial budgetary allocation and inequality in human development. *King Prajadhipok's Institute Journal*, 19(3), 5-28. (In Thai)
- Pattamasirawat, D. (2022). *Provincial growth and inequality in Thailand*. Bangkok : P.A. Living. (In Thai)
- Pattamasirawat, D., Orsuwan, M., & Buengmum, U. (2022). *Budget allocation by province and provincial cluster: 2022*. Retrieved March 1, 2021, from https://www.matichon.co.th/columnists/news_3226783 (In Thai)
- United Nations Children's Fund. (2019). *Guidelines for developing an education budget brief*. Retrieved May 11, 2021, from <https://www.unicef.org/esa/sites/unicef.org/esa/files/2019-04/Guidelines-Developing-a-Education-Budget-Brief-March-2019.pdf>
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (2015). *Education for all global monitoring report*. Retrieved March 22, 2022 from <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000232654>

การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสงในการสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อยกระดับรายได้ชุมชน
ของกลุ่มเกษตรกรไทยบ้าน ตำบลหูก้านบ อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์
**THE DEVELOPMENT OF PEANUT PRODUCTS IN VALUE ADDED
TO RAISE COMMUNITY INCOME OF THAI BAN AGRICULTURAL
GROUP OF HOOTHAMNOP SUB-DISTRICT, PAKHAM DISTRICT,
BURIRAM PROVINCE**

พกามาต บุตรสาตี^{1*}, ทิพย์สุดา ทาสีดำ², วณิชชา แผลงรักษา³

Pakamat Butsalee¹, Thipsuda Thasedom², Wanicha Plangruksa³

^{1*}ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์ 31000 ประเทศไทย

^{1*}Assistant Professor Dr., Accounting Program, Faculty of Management Sciences, Buriram Rajabhat University, Buriram Province, 31000, Thailand

²อาจารย์ สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์ 31000 ประเทศไทย

²Lecturer, Accounting Program, Faculty of Management Sciences, Buriram Rajabhat University, Buriram Province, 31000, Thailand

³อาจารย์ สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์ 31000 ประเทศไทย

³Lecturer, Business Computer Program, Faculty of Management Sciences, Buriram Rajabhat University, Buriram Province, 31000, Thailand

E-mail address (Corresponding author) : ^{1*}pakamat.bs@bru.ac.th; (Authors) : ²thipsuda.ts@bru.ac.th, ³wanicha.pr@bru.ac.th

รับบทความ : 9 กุมภาพันธ์ 2566 / ปรับแก้ไข : 28 เมษายน 2566 / ตอรับบทความ : 2 มิถุนายน 2566

Received : 9 February 2023 / Revised : 28 April 2023 / Accepted : 2 June 2023

DOI : 10.14456/nrru-rdi.2023.18

ABSTRACT

The research study of the thai agricultural community enterprise group, Hoo Tham Nop sub-district, Pakham district, Buriram province had study aimed to; 1) study the potential of group management appropriately, 2) develop the peanut products to raise income, 3) study costs, returns, and the financial ratios from peanut cultivation, and 4) develop selling channels for peanut products. Participatory action research was used in this study. The target the group was determined with a purposive sampling of 20 people. Data were collected through conferences, forums, in-depth interviews, and focus group brainstorming sessions using structured, expert-approved. Data were analyzed by using summaries in essays, tabular formats, numbers, percentages, and profit and loss statements. Research findings were revealed as follows. First, there was potential appropriate management capacity is insufficient. Secondly, developing outstanding peanut products by processing 3 products: peanut coffee, peanut butter, and crispy nuts. Thirdly, peanut cultivation cost 74,005.50 baht per person, and the total income from peanut kernel was 183,295.00 baht per person, representing an average gross profit margin per person of 63.25% and an average net profit margin per person of 59.62%. Lastly, the developed channel included sales in front of stores, retail stores, souvenir shops, direct sales through agencies that visit the center, through government, network, and online sales.

Keywords : Development of peanut product, Creating added value, Raising community income, Thai ban agricultural group

บทคัดย่อ

งานวิจัยที่ทำการศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรไทยบ้าน ตำบลหูก้านบ อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาศักยภาพการบริหารจัดการกลุ่มที่เหมาะสม 2) พัฒนาผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสงในการยกระดับรายได้ 3) ศึกษาต้นทุน ผลตอบแทน และอัตราส่วนทางการเงินจากการปลูกถั่วลิสง และ 4) พัฒนาช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสง โดยเลือกใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม กำหนดกลุ่มเป้าหมายด้วยการเลือก

แบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 20 คน ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างซึ่งได้รับความเห็นชอบจากผู้เชี่ยวชาญ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการจัดประชุม จัดเวทีแลกเปลี่ยน การสัมภาษณ์เชิงลึก และการระดมสมองแบบสนทนากลุ่ม ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เหตุการณ์แบบไม่อิงทฤษฎี วิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ จำนวน และค่าร้อยละ ผลการวิจัยพบว่า 1) ศักยภาพการบริหารจัดการกลุ่มที่เหมาะสมยังไม่มีเพียงพอ 2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ถั่วลิสงให้มีความโดดเด่นด้วยการแปรรูปผลิตภัณฑ์ 3 ชนิด ได้แก่ กาแฟจากถั่วลิสง เนยถั่วลิสง และถั่วกรอบแก้ว 3) การปลูกถั่วลิสงมีต้นทุนรวม 74,005.50 บาทต่อคน รายได้จากการขายเมล็ดถั่วลิสงรวม 183,295.00 บาทต่อคน คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นเฉลี่ยต่อคนร้อยละ 63.25 และอัตรากำไรสุทธิเฉลี่ยต่อคน ร้อยละ 59.62 และ 4) การพัฒนาช่องทาง ได้แก่ การจำหน่ายหน้าร้าน จำหน่ายผ่านร้านค้าปลีก ร้านขายของฝาก จำหน่ายทางตรงผ่านหน่วยงานที่เข้ามาศึกษาดูงานของศูนย์ ผ่านหน่วยงานภาครัฐและเครือข่าย และจำหน่ายออนไลน์

คำสำคัญ : การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสง, การสร้างมูลค่าเพิ่ม, การยกระดับรายได้, กลุ่มเกษตรกรไทยบ้าน

บทนำ

ระบบเศรษฐกิจท้องถิ่นที่มีลักษณะองค์รวมที่เป็นส่วนหนึ่งของสังคม วัฒนธรรม ความสัมพันธ์กับชีวิต และไปรวมถึงระบบคุณค่าที่ดี มีการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนโดยเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ ตัดสินใจ คิดเป็น ทำเป็น สามารถพึ่งพาตนเองได้ในระยะยาว ด้วยการสร้างกลุ่มอาชีพของชุมชนขึ้นมา ตลอดจนพัฒนาทรัพยากรบุคคลในชุมชนให้มีขีดความสามารถในการประกอบอาชีพและเลี้ยงดูตนเองได้ (Sirikitsathian, 2020, p. 663) โดยเน้นการพัฒนาความรู้ เสริมความรู้ ฝึกการร่วมคิด แสดงความคิดเห็น รับทราบสถานการณ์ ตัดสินใจแก้ไขปัญหา รวมกลุ่มแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อการวางแผนปฏิบัติ มีส่วนร่วมและแบ่งปันผลประโยชน์ เกื้อกูลซึ่งกันและกัน ทำให้เกิดอำนาจการต่อรองเพื่อการผลิต การตลาด และการจัดการ รวมทั้งเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้มแข็ง (Agricultural Extension Research and Development Divison, 2019, p. 10) ซึ่งธุรกิจชุมชนเป็นอีกแนวทางหนึ่งในการยกระดับรายได้ ชีวิตความเป็นอยู่และคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน ที่เป็นคนส่วนใหญ่ของประเทศ การผลิตสินค้า ให้บริการ หรือกิจการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยผ่านคณะบุคคล กลุ่มคนที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกัน และรวมตัวกันขึ้นเพื่อประกอบกิจการทั้งที่เป็นนิติบุคคลหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างกำไรในรูปแบบทางการเงิน และกำไรทางด้านสังคม โดยมีการจัดการทุนของชุมชน คือ ทรัพยากร ผลผลิต ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรมและสังคมภายในชุมชนเพื่อการพึ่งตนเอง (Sangayotin, 2021, p. 10)

รายงานประมาณการเศรษฐกิจของจังหวัดบุรีรัมย์ มีผลิตภัณฑ์มวลรวม (Gross provincial product : GPP) ปี 2564 มีมูลค่าเพิ่ม ณ ราคาประจำปี (At current price) เท่ากับ 84,763 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2563 เท่ากับ 1,347 ล้านบาท ส่วนปี 2565 มีมูลค่าเพิ่ม ณ ราคาประจำปี เท่ากับ 87,826 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2564 เท่ากับ 3,063 ล้านบาท (The Buri Ram Provincial Office of The Comptroller General, 2022) ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาของผู้ว่าราชการจังหวัดบุรีรัมย์ โดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนจังหวัดบุรีรัมย์ ให้เป็นเมืองน่าอยู่สู่ศูนย์รวมความสุข “BURIRUM : Destination of Spirit Speed Sport & Happiness” และตามเป้าประสงค์หลักของจังหวัดบุรีรัมย์ที่สอดรับยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนามาตรฐานการให้บริการวิชาการ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ถ่ายทอดเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชนท้องถิ่นอย่างยั่งยืน ด้วยการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้เพื่อรองรับการขับเคลื่อนการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นที่เรียกว่า “ศูนย์การเรียนรู้อุดมศึกษาปะคำ ตำบลหูก่าน อำเภอบะคำ จังหวัดบุรีรัมย์” ครอบคลุมการบริการทางวิชาการ

ส่งเสริมและพัฒนาคนในชุมชนท้องถิ่นให้มีรายได้ โดยมีเขตพื้นที่การปกครอง 41,843.75 ไร่ 19 หมู่บ้าน 3,475 ครัวเรือน และมีประชากรทั้งสิ้น 11,052 คน (Hu Tham Nop Subdistrict Administrative Organization, Pakham District, Buriram Province, 2018, pp. 4, 7) เพื่อดำเนินการบริหารจัดการพื้นที่ในศูนย์การเรียนรู้ให้คนในชุมชนได้มีการเข้ามาทำการเกษตรเพาะปลูกพืชผักเพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชน ดังเช่นการเพาะปลูกถั่วลิสง

“...สำนักบริการวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ได้มีการแบ่งพื้นที่ ออกเป็นสัดส่วน โดยหนึ่งในพื้นที่ทำกิน สำนักฯ ได้จัดตั้งกลุ่มอาชีพ คือ กลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนเกษตรไทยบ้าน ซึ่งเป็นการรวมกลุ่มจากคนในชุมชนที่อยู่ในตำบลหูก่านบ ที่เข้ามาใช้ประโยชน์จากพื้นที่ของศูนย์ฯ ทำการเพาะปลูกพืชผัก โดยชุมชนนิยม หันมาปลูกถั่วลิสง เพราะเป็นพืชอายุสั้น ใช้เวลาเพาะปลูกน้อย นอกจากนั้น ในปี 2564 จะมีการเพิ่มพื้นที่ให้กลุ่มฯ ได้เพิ่มปริมาณการเพาะปลูกถั่วลิสงด้วย เนื่องจากมองว่าเป็นพืชที่ปลูกได้ง่าย ระยะเวลาให้ผลตอบแทนสั้น ทำให้ สามารถมองเห็นรายได้ที่จะได้รับเร็วขึ้น...” (Director of the Office of Academic Services, Interview, January 16, 2022)

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากถั่วลิสงเป็นการส่งเสริมให้ชุมชนมีการนำผลผลิตทางเกษตรมาเพิ่มมูลค่า เป็นการสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้นให้กับชุมชน เพราะว่าถั่วลิสงถือได้ว่าเป็นวัตถุดิบหลักที่นำมาแปรรูปเป็นขนมขบเคี้ยว มากที่สุด ไม่ว่าจะเป็น ถั่วลิสงต้ม ถั่วสมุนไพรร ถั่วอบแห้ง ขนมตุ๋นตุ๋บ ถั่วกระจก ถั่วตัด ถั่วคั่ว และอีกหลากหลาย ผลิตภัณฑ์ ด้วยรสชาติหวานมัน อร่อย สามารถทานเล่นได้อย่างเพลิดเพลิน ดังนั้น การผลิตผลิตภัณฑ์นวัตกรรมใหม่ (Innovative product) ที่ในระดับชุมชนยังไม่มีกรรมาเสนอในตลาดมาก่อนหรือเป็นแนวคิดใหม่ที่ผู้บริโภคอาจยังคาดไม่ถึง ผลิตภัณฑ์ปรับปรุงใหม่โดยการปรับเปลี่ยนหรือดัดแปลง (Replacement product of modify product) และผลิตภัณฑ์ลอกเลียนแบบหรือการลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์ (Imitative or Me-too-product) สำหรับผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสง ที่ผู้ประกอบการทางการค้าได้มีการวางจำหน่ายในท้องตลาด และเป็นผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการที่ได้รับการยอมรับ ของผู้บริโภคหรือลูกค้าเป็นหลัก (Nuansara, Teypinsai, & Chutinatphuwadon, 2021, pp. 123-124) การวิจัย เรื่องนี้ เน้นกระบวนการพัฒนาสินค้าของชุมชนตามกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนให้สอดคล้องกับ วัตถุประสงค์ในยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ตามแผนพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) คือสร้างความเข้มแข็งของแรงขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจ ให้สนับสนุนเป้าหมายการเพิ่มรายได้ต่อหัว เพิ่มศักยภาพของฐานการผลิตและฐานรายได้เดิมและสร้างฐานการผลิต และฐานรายได้ใหม่ เร่งผลักดันให้สินค้าเกษตรและอาหารของไทยมีความโดดเด่นในด้านคุณภาพมาตรฐานและความปลอดภัย ในตลาดโลก และสร้างความเข้มแข็งขององค์กรการเงินฐานรากและระบบสหกรณ์ให้สนับสนุนบริการทางการเงิน ในระดับฐานรากและเกษตรรายย่อย (Office of the National Economic and Social Development Council, 2016, pp. 82-83) ทำให้คณะผู้วิจัยให้ความสนใจและนำมาสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสงในการสร้าง มูลค่าเพิ่มเพื่อยกระดับรายได้ชุมชนของกลุ่มเกษตรไทยบ้าน ตำบลหูก่านบ อำเภอบัวคำ จังหวัดบุรีรัมย์

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพการบริหารจัดการกลุ่มที่เหมาะสมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรไทยบ้าน ตำบลหูก่านบ อำเภอบัวคำ จังหวัดบุรีรัมย์

2. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสงในการยกระดับรายได้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรไทยบ้าน ตำบลหูทำนบ อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์
3. เพื่อศึกษาต้นทุน ผลตอบแทน และอัตราส่วนทางการเงินจากการปลูกถั่วลิสงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรไทยบ้าน ตำบลหูทำนบ อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์
4. เพื่อพัฒนาช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรไทยบ้าน ตำบลหูทำนบ อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์

ประโยชน์การวิจัย

ประโยชน์ด้านวิชาการ

1. ทำให้ได้ข้อค้นพบในเชิงวิชาการเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสงในการสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อยกระดับรายได้ชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรไทยบ้าน ตำบลหูทำนบ อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์
2. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อกิจวิจัย และผู้สนใจทั่วไปในการศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสงในการสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อยกระดับรายได้ชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรไทยบ้าน ตำบลหูทำนบ อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์

ประโยชน์ด้านการนำไปปฏิบัติ

1. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรไทยบ้านใช้เป็นแนวทางในการพิจารณาถึงกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสงในการสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อยกระดับรายได้ชุมชน
2. ผู้นำชุมชนใช้เป็นแนวทางในการพิจารณาถึงการตัดสินใจในการบริหาร และการดำเนินงานเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรในการสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อยกระดับรายได้ชุมชนส่งผลให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น
3. ประโยชน์ต่อทีมนักวิจัยในการนำผลวิจัยไปวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการวางแผนการพัฒนาเพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนและพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง

การทบทวนวรรณกรรม

วิธีการพัฒนาชุมชนในการพัฒนาเศรษฐกิจตามองค์ประกอบที่เกี่ยวกับการใช้พื้นที่ (หมู่บ้าน/ชุมชนเป็นหน่วย) การพัฒนากลุ่ม องค์กรชุมชนและเครือข่าย (เป็นกลไก) การพัฒนากองทุนทุกรูปแบบ (สนับสนุนปัจจัย) การพัฒนา ด้านการตลาดชุมชนให้เป็นศูนย์รวมของผลิตภัณฑ์ เวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และการประสาน การตลาดภายนอก การพัฒนากระบวนการมีส่วนร่วมและการเรียนรู้ด้านเศรษฐกิจชุมชน (การจัดการ) การพัฒนา ระบบการทำงานพหุภาคี และการพัฒนาระบบฐานข้อมูล การรายงาน และการติดตาม (Community Development Department, 1999, p. 18) สอดคล้องกับทฤษฎีภาวะทันสมัย (Modernization theory) ซึ่งเป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่ล่าช้าไปสู่สังคมที่มีความเจริญก้าวหน้า มีโครงสร้างทางเศรษฐกิจที่ทันสมัยแบบสังคม อุตสาหกรรม ใช้แนวความคิดแบบสมเหตุสมผลเป็นบรรทัดฐานในการตัดสินใจค่านิยม มีความรับผิดชอบมุ่งความสำเร็จ เป็นสำคัญ เรียนรู้แบบมีส่วนร่วม รวมถึงรัฐบาลต้องมีบทบาทในการวางแผนผลักดันให้เกิดภาวะทันสมัย ด้วยการจัดตั้ง องค์กรเพื่อดำเนินงานอย่างจริงจัง (Phonsri, 2004, pp. 176-177) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการมีส่วนร่วม ต่อยอดภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษของชุมชนกับการออกแบบผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ร่วมสมัยที่ได้จากบรรพบุรุษ โดยทำการเรียนรู้แลกเปลี่ยนดูงานทั้งภายในและภายนอกชุมชน (Loiypha, Rakchob, & Ruenpongpan, 2020, p. 7) และเป็นความต้องการของผู้ผลิตที่ต้องการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมให้มีการเปลี่ยนแปลงมากยิ่งขึ้นที่สามารถต่อยอด ให้กับผลิตภัณฑ์เดิม เป็นการสร้างผลกำไรให้กับธุรกิจเพิ่มขึ้น สร้างสถานภาพการแข่งขัน ลดการเสี่ยงภัยทางการตลาด

ที่ลูกค้าเสียความนิยมลง รวมถึงสร้างโอกาสใหม่ในการขยายช่องทางการตลาดมากขึ้น (Chumkate, 2017, p. 13) โดยขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่มีแนวโน้มการปรับเปลี่ยนรูปแบบกระบวนการ อาจมีการเพิ่มหน้าที่เพื่อตอบสนองความเป็นไปทางธุรกิจมากขึ้น ซึ่งเริ่มจากการแสวงหาความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ (Exploration) กลั่นกรองแนวความคิด (Idea screening) วิเคราะห์เชิงธุรกิจ (Business analysis) พัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ (Product development) ทดสอบตลาด (Market testing) และวางตลาดสินค้า (Commercialization) (King Mongkut's University of Technology Thonburi, 2017, pp. 1-1--1-6)

การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added creation) คือสิ่งที่ช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยผ่านการสร้างคุณค่าสำหรับลูกค้าที่ดีขึ้น (Customer value) (Paotajai, 2020) ซึ่งเป็นกระบวนการสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (กำหนดโมเดลและระบุปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้และความพึงพอใจ) คุณค่าในใจผู้บริโภค ที่ควรต้องค้นหาความต้องการ หากปัจจัยเพิ่มมูลค่า ปัจจัยรักษาคุณค่า และปัจจัยทำลายคุณค่า เป็นการลดคุณค่าในความรู้สึกในสายตาหรือในใจของลูกค้า และสร้างคุณค่าในใจผู้บริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการ ความคาดหวัง และเกิดคุณค่าในใจผู้บริโภค เช่น กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (เสนอ/ปรับปรุง/การออกแบบ) กลยุทธ์ตราสินค้า (คุณภาพกับตราสินค้า สัญลักษณ์ ภาพพจน์ และความรู้สึกในใจ) กลยุทธ์การตั้งราคาสินค้า ที่สัมพันธ์กับคุณภาพและคุณค่าของผลิตภัณฑ์หรือบริการในใจผู้บริโภค เป็นต้น (Phasang, Ngaenwongnai, & Sukpirom, 2017, pp. 6-7) โดยให้ความสำคัญกับต้นทุนการผลิตเป็นเครื่องมือสำคัญของการวางแผน เพื่อที่จะสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ซึ่งต้นทุนของสินค้าจะเป็นตัวกำหนดราคาสินค้าที่จะขาย ถ้าควบคุมต้นทุนการผลิตให้ต่ำได้ก็จะมีผลกำไรมากขึ้น (Chamang et al., 2017, p. 12) ประกอบไปด้วยปัจจัยการผลิต ได้แก่ 1) วัตถุดิบทางตรง 2 ลักษณะ คือ ถูกนำมาใช้แปลงสภาพให้กลายเป็นสินค้าสำเร็จรูป และเป็นส่วนสำคัญซึ่งสามารถแยกให้ทราบได้โดยง่ายถึงปริมาณที่ใช้ในการผลิตสินค้าต่อหน่วย 2) ค่าแรงทางตรง เป็นค่าแรงที่เกิดขึ้นโดยตรงในการนำวัตถุดิบมาแปลงสภาพให้เป็นสินค้าสำเร็จรูปไม่ว่าจะเป็นการผลิตด้วยมือหรือควบคุมเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต และ 3) ค่าใช้จ่ายในการผลิต เป็นต้นทุนที่เกิดขึ้นทั้งหมด ยกเว้นวัตถุดิบทางตรงและค่าแรงทางตรง (Samandusanee, 2017, pp. 5-6) และการออกแบบบัญชีต้นทุนเพื่อประโยชน์ในการบริหารเกิดขึ้นเพื่อใช้ในการคำนวณต้นทุนในการผลิตสินค้าหรือบริการ ใช้ในการวัดผลกำไรขาดทุนประจำงวด ใช้ในการวางแผนและควบคุม ใช้ในการกำหนดราคาขายของสินค้าหรือบริการ ใช้เป็นเครื่องมือในการตัดสินใจ และใช้ในการประเมินผลการดำเนินงานของทรัพยากรต่าง ๆ (Komaratat, 2016, p. 5)

สำหรับแนวคิดเกี่ยวกับผลตอบแทน เป็นการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน (Financial ration analysis) การวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายหรือเงินลงทุนและผลตอบแทนหรือผลกำไรทางการเงินของโครงการเพื่อวิเคราะห์ว่าโครงการที่จัดทำขึ้นนั้นมีความคุ้มค่ากับการลงทุนหรือไม่ ซึ่งช่วยให้ทราบถึงสภาพทางการเงินและประสิทธิภาพในการบริหารงานของกิจการเพื่อบ่งบอกถึงสถานภาพที่แท้จริงของกิจการในการทำกำไร (Profitability) ได้แก่ อัตรากำไรขั้นต้น (Gross profit margin) แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการทำกำไรขั้นพื้นฐาน ไม่มีมาตรวัดที่แน่นอน แต่ใช้ในการเปรียบเทียบกับกลุ่มกิจการเดียวกันว่าทำกำไรได้มากกว่าคู่แข่งขั้นหรือไม่ ซึ่งอัตราส่วนนี้ยิ่งสูงยิ่งดี เนื่องจากแสดงถึงความสามารถในการทำกำไรขั้นต้น และอัตรากำไรสุทธิ (Net profit margin) หากอัตราส่วนยิ่งสูงยิ่งดี หากมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องกันหลาย ๆ ปี ถือเป็นสัญญาณที่ดี เนื่องจากแสดงถึงประสิทธิภาพการดำเนินงานของบริษัทในการทำกำไรหลังจากหักต้นทุนค่าใช้จ่ายรวมทั้งภาษีเงินได้ทั้งหมด (Kanniga, 2019; Pongsupat, 2007)

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

คำถามการวิจัย

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรไทยบ้านหูก้าน อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์ มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสงในการสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อยกระดับรายได้ชุมชนเป็นอย่างไร

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัยตามระเบียบวิธีวิจัยที่เลือกใช้ในงานวิจัยครั้งนี้คือการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory action research: PAR) ซึ่งประชากรในการวิจัยครั้งนี้ เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรไทยบ้านเครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ตำบลหูก้าน อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 20 คน (Office of Academic Services Office of Academic Services Buriram Rajabhat University, 2021, p. 2) จึงใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายด้วยวิธีเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) โดยพิจารณาจากการตัดสินใจร่วมกันของคณะผู้วิจัยและลักษณะของกลุ่มที่เลือกเป็นไปตามวัตถุประสงค์การวิจัยและคาดว่าจะได้ข้อมูลอ้อมตัว โดยกำหนดให้เป็นสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรไทยบ้าน ตำบลหูก้าน อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 20 คน ที่มีความรู้ มีประสบการณ์มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงาน และยินยอมให้ความร่วมมือเข้าร่วมการวิจัยจนเสร็จสิ้นกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Structure interview form) กำหนดประเด็นคำถามเกี่ยวกับบริบทและศักยภาพการบริหารจัดการกลุ่ม การประกอบอาชีพหลักของสมาชิกกลุ่ม ข้อมูลรายได้ ข้อมูลเศรษฐกิจชุมชน และการบริหารจัดการระบบเศรษฐกิจของกลุ่ม มีลักษณะเป็นประเด็นคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended) ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านวิจัยเชิงพื้นที่ด้านสถิติและวัดผล และด้านการบัญชีการเงิน พิจารณาประเด็นคำถามให้ความเห็นชอบพร้อมคำแนะนำในการปรับแก้ไข คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับปรุงประเด็นคำถามตามคำแนะนำแล้วจึงนำไปใช้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัย ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล 5 ระยะ คือ ระยะที่ 1 การเตรียมนักวิจัย เตรียมพื้นที่กลุ่มเป้าหมาย และวางแผนการดำเนินงาน โดยเริ่มจากการประสานงานกับผู้นำชุมชนและชุมชนกลุ่มเป้าหมายเพื่อขอความอนุเคราะห์ใช้สถานที่ในการจัดเวทีขับเคลื่อนงานวิจัย วางแผนการดำเนินงานเพื่อทบทวนเป้าหมาย วัตถุประสงค์ของกระบวนการ

ในการดำเนินงาน กำหนดบทบาทหน้าที่ที่พร้อมวางแผนการทำงานร่วมกัน และจัดเวทีประชุมชี้แจงวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัยร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อทำความเข้าใจ แสวงหาความร่วมมือ ปรับแนวคิด และหากภาคีเครือข่ายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ระยะที่ 2 เก็บรวบรวมข้อมูล และสังเคราะห์ข้อมูล ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview technique) (แบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ) จำนวน 20 คน และร่วมกันวิเคราะห์ข้อมูลแบบสนทนากลุ่ม (Focused group) โดยใช้เทคนิค AIC (Appreciation-influence-control) การแบ่งกลุ่มย่อย และการระดมสมองด้วยการระดมความคิดเห็นของกลุ่ม (Group think) จำนวน 13 คน จากทั้งหมดจำนวน 20 คน ร่วมกับแผนที่ความรู้ (Mind mappings) เพื่อนำมาสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยจัดเวทีคั่นทางค้ำความรู้ของชุมชนในการเพิ่มมูลค่าสินค้าเดิมที่มีอยู่ ซึ่งใช้การค้นหา (Searching) และเลือกสรร (Selecting) ให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เหมาะสมกับชุมชน จากนั้นทำการศึกษาต้นทุน ผลตอบแทน และอัตราส่วนทางการเงินจากการปลูกกล้วยลิสงของกลุ่ม และพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ระยะที่ 3 การติดตามผล และการรายงานความก้าวหน้าของการดำเนินงานตามกิจกรรม ระยะที่ 4 การสังเคราะห์ผล โดยใช้วิธีการบรรยายบทสรุปของกิจกรรม รวมข้อค้นพบในลักษณะภาพรวม แล้วทำการถอดบทเรียนภาพรวมจากการดำเนินงานวิจัย (Retrospect) โดยใช้เครื่องมือการถอดบทเรียนหลังปฏิบัติการ (After action review: AAR) และระยะที่ 5 สรุปผล และรายงานผลการวิจัย

ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม การระดมสมอง ด้วยการวิเคราะห์เหตุการณ์แบบไม่อิงทฤษฎี โดยจำแนกข้อมูลในเหตุการณ์ที่จะวิเคราะห์ตามความเหมาะสมกับข้อมูล จำแนกข้อมูลเป็นชนิดง่าย ๆ ตามประเภทที่ผู้วิจัยสังเกต พิจารณาความสม่ำเสมอการเกิดของข้อมูลซึ่งจะเป็นพื้นฐานในการอธิบายเหตุการณ์ของปรากฏการณ์โดยอาศัยมุมมองของบุคคลในสนามการวิจัยเป็นพื้นฐานในจำแนก (Lofland, 1971, pp. 14-15) จากการเก็บรวบรวมข้อมูล แล้วนำมาสรุปแบบความเรียง และใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ จำนวน และค่าร้อยละ

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาศักยภาพการบริหารจัดการกลุ่มที่เหมาะสมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรไทยบ้านตำบลหูกานบ อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า ศักยภาพการบริหารจัดการกลุ่มที่เหมาะสมยังไม่มีเพียงพอ เนื่องจากกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 20 คน ได้ให้ข้อมูลสภาพปัญหา พร้อมเสนอแนวทางการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการกลุ่ม สามารถสรุปได้ดังตาราง 1

ตาราง 1 สภาพปัญหาและแนวทางการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรไทยบ้านตำบลหูกานบ อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์

ด้าน	สภาพปัญหา	แนวทางการพัฒนา
ด้านการจัดการ	<ul style="list-style-type: none"> - มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ มีการจัดสรรพื้นที่ให้คนในชุมชนเข้ามา - ประกอบอาชีพคนละ 1-2 งาน ตามกำลังความสามารถในการดำเนินงาน - ยังไม่มีการจัดสรรรายได้จากการทำกิจกรรมของกลุ่มอย่างเป็นระบบ - การบริหารจัดการกลุ่มยังไม่เป็นระบบเท่าที่ควร - ขาดหลักการบริหารจัดการที่ถูกต้อง - มีการใช้น้ำบาดาลบริหารจัดการในพื้นที่ทำการเกษตรที่ไม่เพียงพอและไม่ทั่วถึง 	<ul style="list-style-type: none"> - ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพในการจัดตั้งกลุ่ม พร้อมส่งเสริมวิธีการจัดการและการบริหารกลุ่ม - เชื่อมโยงหน่วยงานที่สนับสนุนวิธีการจัดการ การบริหาร และพัฒนาเพื่อการเพิ่มศักยภาพของกลุ่ม

ตาราง 1 (ต่อ)

ด้าน	สภาพปัญหา	แนวทางการพัฒนา
ด้านกรรมวิธี การผลิต	<ul style="list-style-type: none"> - การว่าจ้างเครื่องจักร/รถไถในการไถพรวนดินที่สูง - ขาดองค์ความรู้ในการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำการเกษตร - ใช้ทุนทรัพย์ส่วนตัวเป็นค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการน้ำที่ดี 	<ul style="list-style-type: none"> - ถ่ายทอดองค์ความรู้ในการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการผลิต - การดูแลรักษาเครื่องจักร/อุปกรณ์ และแปรรูปผลิตภัณฑ์
ด้านต้นทุน การผลิต	<ul style="list-style-type: none"> - ต้นทุนการบำรุงรักษาเครื่องมือเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่สูง - ขาดองค์ความรู้ในการคิดคำนวณต้นทุนเพื่อกำหนดราคาขายผลผลิต - กลุ่มไม่มีการจดบันทึกบัญชีรายรับและรายจ่ายที่เกิดขึ้นจริงอย่างชัดเจน 	<ul style="list-style-type: none"> - ส่งเสริมองค์ความรู้การคิดคำนวณในการลดต้นทุน - การบำรุงรักษาเครื่องจักรและอุปกรณ์ - ส่งเสริมการจัดหาแหล่งทุนที่เพิ่มโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ จากถั่วลิสงให้กับกลุ่ม - แนะนำและชักชวนเกษตรกรให้เข้าถึงแหล่งทุนและความรู้จากหน่วยงานราชการ
ด้านการตลาด และการแปรรูป	<ul style="list-style-type: none"> - ยังขาดตลาดรองรับสินค้าอย่างสม่ำเสมอและสินค้ายังไม่เป็นที่รู้จัก - ขาดองค์ความรู้ด้านการแปรรูปที่ถูกต้องวิธี - ไม่มีอุปกรณ์ช่วยในการเก็บรักษาเพื่อรอจำหน่าย - ขาดองค์ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การออกแบบตราสินค้า (Logo) และบรรจุภัณฑ์ใหม่ของกลุ่ม 	<ul style="list-style-type: none"> - สร้างเครือข่ายตลาด เพิ่มช่องทางตลาดรับซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม และกำหนดผู้รับผิดชอบในการจัดตลาด - จัดทหวิทยากรถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการแปรรูปอย่างถูกต้องวิธี - สร้างองค์ความรู้และหาแหล่งทุนสนับสนุนการสร้างแบรนด์และบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย

2. ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสงในการยกระดับรายได้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรไทยบ้าน ตำบลหูท่าบ อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์ แสดงดังภาพ 3



ภาพ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสงในการยกระดับรายได้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรไทยบ้าน ตำบลหูท่าบ อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์

จากภาพ 2 เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสงซึ่งเกิดจากการระดมสมองของกลุ่มสมาชิกเพื่อค้นหาผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสงที่มีความโดดเด่นด้วยการนำมาแปรรูปผลิตภัณฑ์ถั่ว 3 ชนิด ได้แก่ กาแฟจากถั่วลิสง เนยถั่วลิสง และถั่วกรอบแก้ว

3. ผลการศึกษาต้นทุน ผลตอบแทน และอัตราส่วนทางการเงินจากการปลูกถั่วลิสงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรไทยบ้าน ตำบลหูทำนบ อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์ แสดงดังตาราง 2

ตาราง 2 ต้นทุนรวมจากการปลูกถั่วลิสงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรไทยบ้าน ตำบลหูทำนบ อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์

ต้นทุนรวม	กลุ่มเป้าหมาย (คน)	พื้นที่เพาะปลูก	ต้นทุนรวม (บาท)		รวม (บาท)
			ต้นทุนการผลิต	ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	
รวมทั้งหมด	13	8 ไร่ 3 งาน	67,355.50	6,650.00	74,005.50
โดยเฉลี่ย	-	2 ไร่ 69 งาน	5,181.19	511.54	5,692.73

จากตาราง 2 พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรไทยบ้าน ตำบลหูทำนบ อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์ มีต้นทุนรวมจากการปลูกถั่วลิสง รวม 74,005.50 บาท (โดยเฉลี่ย 5,692.73 บาท) จำแนกเป็น ต้นทุนการผลิต 67,355.50 บาท (โดยเฉลี่ย 5,181.19 บาท) และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน 6,650.00 บาท (โดยเฉลี่ย 511.54 บาท) ต่อจำนวนพื้นที่เพาะปลูก 8 ไร่ 3 งาน และโดยเฉลี่ย 2 ไร่ 69 งาน

ตาราง 3 รายได้จากการขายเมล็ดถั่วลิสงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรไทยบ้าน ตำบลหูทำนบ อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์

รายได้จากการ ขายเมล็ดถั่วลิสง	กลุ่มเป้าหมาย (คน)	พื้นที่เพาะปลูก	รายได้จากการขายเมล็ดถั่วลิสง (บาท)		รวม (บาท)
			ปริมาณการเก็บเกี่ยว (กิโลกรัม)	ราคาขาย/กิโลกรัม (บาท)	
รวมทั้งหมด	13	8 ไร่ 3 งาน	5,237.00	455.00	183,295.00
โดยเฉลี่ย	-	2 ไร่ 69 งาน	402.85	35.00	14,099.75

จากตาราง 3 พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรไทยบ้าน ตำบลหูทำนบ อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์ มีรายได้จากการขายเมล็ดถั่วลิสง รวม 183,295.00 บาท (โดยเฉลี่ย 14,099.75 บาท/คน) จำแนกเป็น ปริมาณการเก็บเกี่ยว 5,237.00 กิโลกรัม (โดยเฉลี่ย 402.85 กิโลกรัม) และราคาขาย/กิโลกรัม 455.00 บาท (โดยเฉลี่ย 35 บาท/กิโลกรัม) ต่อจำนวนพื้นที่เพาะปลูก 8 ไร่ 3 งาน และโดยเฉลี่ย 2 ไร่ 69 งาน

แสดงการจัดทำงบกำไรขาดทุนได้ดังต่อไปนี้

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรไทยบ้าน (13 คน)

งบกำไรขาดทุน

สำหรับรอบระยะเวลา 4 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2565

(หน่วย : บาท)

รายได้

รายได้จากการขายเมล็ดถั่วลิสง

183,295.00

หัก ต้นทุนขาย		
วัตถุดิบทางตรง	11,812.50	
ค่าแรงทางตรง	11,530.50	
ค่าใช้จ่ายในการผลิต	<u>44,012.50</u>	<u>67,355.50</u>
กำไรขั้นต้น		115,939.50
อัตรากำไรขั้นต้น		63.25%
หัก ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน		<u>6,650.00</u>
กำไรสุทธิ		<u>109,289.50</u>
อัตรากำไรสุทธิ		59.62%

ตาราง 4 กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิจากการปลูกถั่วลิสงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรไทยบ้าน ตำบลหูทำนบ อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์

	กลุ่มเป้าหมาย (คน)	พื้นที่เพาะปลูก	รายได้จากการขาย เมล็ดถั่วลิสง (บาท)	ต้นทุนรวม (บาท)	กำไรสุทธิ (บาท)	อัตรากำไรสุทธิ (บาท)
รวมทั้งหมด	13	8 ไร่ 3 งาน	183,295.00	67,355.50	115,939.50	63.25
โดยเฉลี่ย	-	2 ไร่ 69 งาน	14,099.75	5,181.19	8,918.56	63.25

จากตาราง 4 พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรไทยบ้าน ตำบลหูทำนบ อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์ มีรายได้จากการขายเมล็ดถั่วลิสงรวม 183,295.00 บาท (โดยเฉลี่ย 14,099.75 บาท/คน) ต้นทุนรวม 74,005.50 บาท (โดยเฉลี่ย 5,692.73 บาท/คน) คิดเป็นกำไรสุทธิ 109,289.50 บาท (โดยเฉลี่ย 8,407.02 บาท/คน) และอัตรากำไรสุทธิเฉลี่ยต่อคนร้อยละ 59.62 ต่อจำนวนพื้นที่เพาะปลูก 8 ไร่ 3 งาน และโดยเฉลี่ย 2 ไร่ 69 งาน

4. ผลการพัฒนาของทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรไทยบ้าน ตำบลหูทำนบ อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า กระบวนการพัฒนาที่สำคัญได้แก่ 1) จัดจำหน่ายหน้าร้าน ณ ศูนย์อุดมศึกษาปะคำ โดยการกำหนดตารางเวรการจัดจำหน่ายให้สมาชิกแต่ละคนหมุนเวียนกันมาทำหน้าที่ขายผลิตภัณฑ์ 2) จัดจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกที่เป็นร้านของชุมชนภายในหมู่บ้านทั้งตำบล และ ร้านขายของฝากตามสถานที่ต่าง ๆ 3) จัดจำหน่ายผ่านช่องทางจำหน่ายทางตรง 4) จัดจำหน่ายหน่วยที่จัดโดยหน่วยงานภาครัฐหรือของเครือข่ายในแต่ละครั้งที่มีการประชุมหรือการจัดงานแสดงสินค้า 5) จัดจำหน่ายผ่านหน่วยงานที่เข้ามาศึกษาดูงานของศูนย์ และ 6) จัดจำหน่ายออนไลน์ผ่านเว็บเพจของกลุ่ม Line Shopee และ Lazada

อภิปรายผล

ศักยภาพการบริหารจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรไทยบ้าน ตำบลหูทำนบ อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์ ยังมีความเหมาะสมค่อนข้างน้อย ทั้งนี้เนื่องมาจากยังไม่มีการจัดสรรที่พื้นที่อย่างเป็นทางการ ขาดหลักการบริหารจัดการและการบริหารจัดการน้ำที่ถูกวิธีทำให้เกิดค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ขาดองค์ความรู้ ได้แก่ การใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยทำการเกษตร การคิดคำนวณต้นทุนในการกำหนดราคาขายผลผลิต การแปรรูปและเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ให้ถูกวิธีอย่างเหมาะสม และและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ออกแบบตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย นอกจากนี้ยังมีต้นทุนการผลิตที่มาจากบารุงรักษาเครื่องมือ เครื่องจักร และอุปกรณ์ ไม่มีการจัดบันทึกบัญชีรายรับรายจ่ายที่เกิดขึ้นจริงอย่างชัดเจนในกลุ่ม ขาดตลาดรองรับที่สม่ำเสมอ ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายยังไม่เป็นที่รู้จัก และไม่มีอุปกรณ์ช่วยในการเก็บรักษาเพื่อรอจำหน่าย ดังเช่นผลการวิจัยของยุวรัตน์ บุญเกษม และปริชาติ แสงคำเฉลียง (Boonkasem

& Sangkumchaliang, 2022, p. 682) พบว่า ต้นทุนส่วนใหญ่ที่เกิดขึ้นเป็นต้นทุนค่าแรงงานเก็บเกี่ยวและค่าเมล็ดพันธุ์ ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาด้วยการสนับสนุนองค์ความรู้ วิธีการจัดการและบริหาร กลุ่มเชื่อมโยงหน่วยงานเพื่อพัฒนาศักยภาพโดยมีกรรมวิธีการผลิตที่ดูแล รักษา ลดต้นทุน จัดหาแหล่งทุน การเข้าถึง แหล่งทุน เพิ่มตลาดรับซื้อจากกลุ่มเครือข่าย รวมถึงการจัดหาวิทยากรถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการแปรรูป การออกแบบ ตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัยด้วย ซึ่งแนวทางและการดำเนินการเสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจชุมชน จะต้องสร้างจากภายใน ภายนอกชุมชนตามปัจจัยแห่งความสำเร็จ คือ เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา และการมีชุมชน เป็นเป้าหมายศูนย์กลางของการสร้างความเข้มแข็งด้วยการพัฒนาอาชีพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อขับเคลื่อน กลุ่มอาชีพตามความเหมาะสมและการตัดสินใจของชุมชน (Sirikitsathian, 2020, p. 661) ที่มีลักษณะสำคัญคือ ครอบครัวเป็นหน่วยการผลิต แรงงานของสมาชิกในครอบครัวเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการอยู่รอดของครอบครัว ต่อความพอเพียง และต่อความสามารถในการพึ่งพาตนเองที่ชุมชนเป็นตัวของตัวเองแบบมีพลวัตและสามารถ ที่จะอยู่รอดด้วยตัวเองได้พร้อมพัฒนาเคียงคู่ไปกับพัฒนาการของระบบทุนนิยม (Sajjanan, 2016, p. 1)

การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสงในการยกระดับรายได้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรไทยบ้าน ตำบลหูทำนบ อำเภอบางบาล จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสง ได้แก่ กาแฟจากถั่วลิสง เนยถั่วลิสง และถั่วกรอบแก้ว โดยจิตพันธ์ ชุมเกต (Chumkate, 2017, p. Kor) ได้เสนอแนวทางการจัดการผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้ 3 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนแรก การเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ประกอบด้วย การเรียนรู้ ภูมิปัญญา การรวมกลุ่ม และการเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน ส่วนที่สองคือ กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยพิจารณาถึงทุนของชุมชน การสำรวจตลาด และส่วนที่สาม เป็นการจัดการชุมชนเพื่อรองรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมใน กิจกรรมของชุมชน และระบบการเรียนรู้โดยมีภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นแกนกลาง สอดคล้องกับสุจินดา เขียมศรีพงษ์ และปิยวัน เพชรหมี่ (Chemsripong & Petmee, 2017, p. 69) อธิบายว่าความพยายามในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใน ด้านของการให้บริการ คุณภาพและรวมไปถึงราคาของผลิตภัณฑ์เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและได้รับ ประโยชน์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยผ่าน การสร้างคุณค่าสำหรับลูกค้าที่ดีขึ้น จะเป็นตัวช่วยในการสร้างคุณค่าที่ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคที่สูงกว่าซึ่ง นำไปสู่ความมั่นใจในการตัดสินใจเลือกหรือผลิตภัณฑ์และบริการต่อไป

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรไทยบ้าน ตำบลหูทำนบ อำเภอบางบาล จังหวัดบุรีรัมย์ มีรายได้จากการขาย เมล็ดถั่วลิสงสูงกว่าต้นทุนรวมจากการปลูกถั่วลิสง ทั้งนี้ ยุวรัตน์ บุญเกษม และปรีชาติ แสงคำเฉลียง (Boonkasem & Sangkumchaliang, 2022, p. 682) ได้แสดงความคิดเห็นให้เกษตรกรอาจจะพิจารณาการลดต้นทุนโดยการส่งเสริม การรวมกลุ่มเพื่อลดต้นทุนค่าจ้างแรงงาน และควรส่งเสริมให้เกษตรกรมีการคิดเมล็ดพันธุ์ไว้เพื่อปลูกในปีต่อไปด้วย เพื่อลดการซื้อเมล็ดพันธุ์เมื่อต้องการปลูกในฤดูแล้งหลังนาข้าว สำหรับการพัฒนาช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ได้แก่ จัดจำหน่ายหน้าร้าน ณ ศูนย์อุดมศึกษาปะคำ จัดจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกที่เป็นร้านชุมชนภายในหมู่บ้าน ทั้งตำบลและร้านขายของฝากตามสถานที่ต่าง ๆ จัดจำหน่ายผ่านช่องทางจำหน่ายทางตรง จัดจำหน่ายตามสถานที่ ที่หน่วยงานภาครัฐหรือเครือข่ายจัดการประชุมหรืองานแสดงสินค้า จัดจำหน่ายผ่านหน่วยงานที่เข้ามาศึกษาดูงาน ของศูนย์อุดมศึกษาปะคำ และจัดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งในผลการวิจัยของ Tetro (2020, pp. 72-73) และ Kim and Su (2020, pp. 4-5) พบว่า การจัดงานแสดงสินค้าต่าง ๆ ทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติ คาดว่า จะสามารถสนับสนุนการเติบโตของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ เช่น การเพิ่มการลงทุน การพัฒนาธุรกิจขนาด เล็ก รายได้จากการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศและอื่น ๆ เป็นต้น กุลสิริ โค้วสุวรรณ (Kowsuvon, 2021, p. 93)

พบว่า บ้านต้นผึ้งมีการจัดการตลาดจากการแปรรูปถั่วลิสงต้มแบบครบวงจรโดยเชื่อมโยงต่อกับห้างริมปิงซูเปอร์มาร์เก็ต เพื่อวางจำหน่าย ซึ่งการจัดการดังกล่าวจะนำรายได้เข้าสู่ชุมชนและพื้นที่เพิ่มมากขึ้นในแต่ละปี และ Kerdpitak (2022, p. 345) พบว่า ช่องทางการตลาดส่งผลดีต่อผลประกอบการของธุรกิจสมุนไพร ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ยังส่งผลดีต่อผลประกอบการของธุรกิจสมุนไพรอีกด้วย นอกจากนี้ ประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ยังส่งผลดีต่อผลลัพธ์ ที่คล้ายคลึงกันในกรณีของการจัดการเชิงนวัตกรรมซึ่งแสดงผลเชิงบวกต่อผลประกอบการธุรกิจสมุนไพร

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ได้จริง

1. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรไทยบ้านควรรนำแนวทางการวางแผนบริหารจัดการด้านการตลาดและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไปประยุกต์ใช้เป็นช่องทางจำหน่ายสินค้าให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้เข้าถึงผลิตภัณฑ์มากขึ้น
2. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรไทยบ้านควรรนำแนวทางการยกระดับรายได้ไปจัดทำระบบจัดการกิจกรรม/โครงการภายในกลุ่มเพิ่มมากขึ้นอันนำมาซึ่งระบบเศรษฐกิจที่ดีภายในชุมชน
3. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรไทยบ้านควรรนำแนวทางการวางแผนการเพาะปลูกถั่วลิสงไปประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการกับการปลูกพืชทางการเกษตรชนิดอื่น ๆ เพื่อลดต้นทุนการเพาะปลูกส่งผลให้มีรายได้เพิ่มขึ้น
4. ผู้นำชุมชนควรรนำผลการศึกษาที่ได้จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสงในการสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อยกระดับรายได้ชุมชนไปใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพที่มีอยู่ภายในชุมชน ส่งผลให้ชุมชนมีอาชีพที่หลากหลายและมีแหล่งที่มาของรายได้หลากหลายช่องทาง

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัญหาเกี่ยวกับการเพาะปลูกถั่วลิสงของกลุ่มเกษตรกรไทยบ้านเพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปัญหา และส่งผลให้มีผลผลิตเพิ่มขึ้น
2. ควรศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากพืชผลทางการเกษตรชนิดอื่น ๆ ที่มีอยู่เพื่อเป็นการส่งเสริมอาชีพ และสร้างรายได้เพิ่มขึ้น เช่น การพัฒนาแปรรูปผลิตภัณฑ์พริก มะเขือเทศ มันเทศ เป็นต้น
3. ควรศึกษาด้านทุนและผลตอบแทนที่ได้จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่ไม่ใช่การถั่วลิสง แต่เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในชุมชน ซึ่งจะช่วยให้ทราบถึงปัญหาและแนวทางในการพัฒนาที่แตกต่างกันออกไป

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยครั้งนี้ ได้รับทุนสนับสนุนงานพื้นฐาน Fundamental fun จากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) และมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ประจำปีงบประมาณ 2565

เอกสารอ้างอิง

- Agricultural Extension Research and Development Divison. (2019). *New Theory Agriculture and Sustainable Agriculture Promotion Project Manual, 2019*. Bangkok : Department of Agricultural Extension. (In Thai)
- Boonkasem, Y., & Sangkumchaliang, P. (2022). Cost and revenue analysis of soybean production in the dry season of famers in Khon Kaen province. *Khon Kaen Agriculture Journal, 50*(3), 682-689. (In Thai)

- Chamang, S., Phonham, P., Luandee, S., Nuretsram, A., Sawangwarot, A., & Moonwandee, P. (2017). *An analysis of costs and returns from weaving khano ma fabric of communities in Sam Waeng Subdistrict Huai Rat District Buriram Province*. Research report. Faculty of Management Sciences, Buriram Rajabhat University, Buriram. (In Thai)
- Chemsripong, S., & Petmee, P. (2017). Creating Value Added Products from Local Wisdom: A Case Study of the Ancient Cloth. *Journal of Community Development Research (Humanities and Social Sciences)*, 10(4), 62-85. (In Thai)
- Chumkate, J. (2017). *Product Development from Local Wisdom to Increase an Efficiency of Community-Based Management with Sustainability in Thai-Muslim Village, Amphur Cha Am, Phetchaburi Province*. Research report. Faculty of Management Science, Silpakorn University, Bangkok. (In Thai)
- Community Development Department. (1999). *The Self-Reliant Community Economic Strategic Plan 1999-2001*. Bangkok : Community Development Department, Ministry of Interior. (In Thai)
- Director of the Office of Academic Services. (2022, 16 January). Director of the Office of Academic Services, Buriram Rajabhat University. *Interview*. (In Thai)
- Hu Tham Nop Subdistrict Administrative Organization, Pakham District, Buriram Province. (2018). *Information and general condition*. Retrieved September 15, 2021, from <https://www.hutamnob.go.th/application/uploads/files/download/16509418540.pdf> (In Thai)
- Kanniga, T. (2019). *The Relationship Between Financial Ratios and Stock Prices and Dividend Yields of Agricultural and Food Industries at Registered in the Stock exchange of Thailand*. Independent Study, Master of Accountancy Program in School of Accountancy, Sripatum University, Bangkok. (In Thai)
- Kerdpitak, C. (2022). Business performance model of herbal community enterprise in Thailand. *Uncertain Supply Chain Management*, 10(2), 345-352.
- Kim, S. W., & Su, K. P. (2020). Using psychoneuroimmunity against COVID-19. *Brain, behavior, and immunity*, 87, 4-5. <http://doi.org/10.1016/j.bbi.2020.03.025>
- King Mongkut's University of Technology Thonburi. (2017). *The Supporting Documents : Teaching and Learning Guidelines Development Project and Entrepreneurial Extra-Curricular Activities, Design Course and Product Development*. Bangkok : Marketing, King Mongkut's University of Technology Thonburi. (In Thai)
- Komaratat, D. (2016). *Cost Accounting* (15th ed.). Bangkok : Chulalongkorn University Press. (In Thai)
- Kowsuvon, K. (2021). Guidelines for Production and Marketing Management of Peanut Total-Processing by Community Enterprise: A Case Study of Ban Ton Phueng, Maepong Sub-District, Doi Saket District, Chiang Mai Province. *Journal of Community Development Research (Humanities and Social Science)*, 14(1), 93-103. <https://doi.org/10.14456/jcdr-hs.2021.9> (In Thai)

- Loiypha, N., Rakchob, S., & Ruenpongpan, P. (2020). *Guideline for Product Development and Increasing Marketing channels through E-commerce System for Thai Local textile community enterprises in Sisaket Province*. Sisaket Rajabhat University, Sisaket. (In Thai)
- Nuansara, M., Teypinsai, N., & Chutinatphuwadon, C. (2021). Guideline for the Development of OTOP and Brand Product to International Standards Chiang Rai Province. *Dusit Thani College Journal*, 15(1), 119-134. (In Thai)
- Office of Academic Services Office of Academic Services. (2021). *List of members of the Thai Ban Agriculture Group*. Buriram : Buriram Rajabhat University.
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2016). *National Economic and Social Development Plan No. 12 B.E. 2017-2021*. Retrived Febuary 2, 2022, from <https://drive.google.com/file/d/1VXj7xULoiyzJsNIOHo3zbfNG5dntc0V/view> (In Thai)
- Paotajai, A. (2020). *Create Added Value for Garlic Products That Are Safe for Entrepreneurs in Chiang Mai*. Thesis, Master of Business Administration in Business Administration Program, Maejo University, Chiang Mai. (In Thai)
- Phasang, P., Ngaenwongnai, N., & Sukpirom, R. (2017). *The Study of Value Creation of Native Woven Fabrics in Nan Province Case Study: Baan Hia Community Enterprises Group, Sila Laeng Sub-district, Pua District, Nan Province. Research report*. Nan Community College, Office of the Higher Education Commission, Nan. (In Thai)
- Phonsri, S. (2004). *Theories and principles of community development* (5th ed.). Bangkok : Odeon Store. (In Thai)
- Pongsupat, A. (2007). *Business Finance* (8th ed.). Bangkok : Kasetsart University. (In Thai)
- Sajjanan, S. (2016). *Handout : Community Economy Concept*. Nonthaburi : Sukhothai Thammathirat Open Universtiy. (In Thai)
- Samandusanee, A. (2017). *Cost Accounting II*. Surin : Surin Rajabhat University. (In Thai)
- Sangayotin, T. (2021). *Potential Development for Competitiveness Enhancement of Community Enterprises in Thailand's Southern Border Provinces*. Research report. Commerce and Business School, Burapha University, Chonburi. (In Thai)
- Sirikitsathian, C. (2020). Community Economic Strengthening by Developing Kon Ruk Mae Nong Luang Community Enterprise Group in Kamphaeng Phet Province. In *Report from the academic conference (Proceeding), the 9th National Conference and the 2nd international level " Academic Management Science 2020", 7 Febuary 2020* (pp. 661-671). Phetchabun : Phetchabun Rajabhat University. (In Thai)
- Tetro, J. A. (2020). Is COVID-19 receiving ADE from other coronaviruses?. *Microbes and infection*, 22(2), 72-73. <http://doi.org/10.1016/j.micinf.2020.02.006>
- The Buri Ram Provincial Office of The Comptroller General. (2022). *Buriram Province Economic Projection Report, Quarter 4 (December 2021)*. Retrived Febuary 2, 2022, from https://www.cgd.go.th/cs/brm/brm/ประมาณการเศรษฐกิจ.html?page=1&perpage=100&page_locale=th_TH&keyword=&adv_search=&date_start=&date_end= (In Thai)

ผลของมลภาวะต่อสุขภาพของประชาชนในบริเวณรอบโรงงานแป้งมันสำปะหลัง

ตำบลหนองบัว อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์

A STUDY OF THE EFFECTS OF POLLUTION ON PUBLIC HEALTH IN THE AREA AROUND A NATIVE STARCH FACTORY, NONG BUA SUBDISTRICT, PAKHAM DISTRICT, BURIRAM PROVINCE

ณภัทร น้อยน้ำใส *

Napat Noinumsai*

*รองศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา 30000 ประเทศไทย

*Associate Professor Dr., Faculty of Science and Technology, Nakhon Ratchasima Rajabhat University, Nakhon Ratchasima Province, 30000, Thailand

E-mail address (Corresponding author) : *napat@hotmail.com

รับบทความ : 20 มกราคม 2566 / ปรับแก้ไข : 1 พฤษภาคม 2566 / ตอรับบทความ : 24 พฤษภาคม 2566

Received : 20 January 2023 / Revised : 1 May 2023 / Accepted : 24 May 2023

DOI : 10.14456/nrru-rdi.2023.19

ABSTRACT

The objectives of this research were 1) to investigate the problem condition in the common pollution 2) to find out the impact of public health and 3) to study the guideline of a development plan, prevent and solve the problem effects of the environmental quality. This quantitative study defined a scope to delimitate nearby a native starch factory, Nong Bua Subdistrict, Pakham District, Buriram Province and a sample was selected from 3 villages, 100 people in each village, totalling 300 people using closed-ended and open-ended questionnaires approved by the expert. the Descriptive statistics were analyzed using a fieldwork survey collecting issues and opinions to determine percentages and content analysis. The findings indicated that most of them found the problems with pollution sources from a lot of dust, toxic air/smog, water pollution in the community, chemicals, and plastic paper from factories. For the health effects, there were abnormal symptoms of visual impairment and vision, burning eyes, and tears. There was a concern about their health which might be affected by factories' pollution. The results suggest that the guidelines for the participating development plan management for sanitation and environmental quality, the certified operation plan for the energy saving policy, the factory automatic machine investment, the plan for databased physical analysis and environmental ecology system for protection, and the plans for rehabilitation and development of physical and mental health to solve the public health comprehensively and equally.

Keywords : Health pollution, Public health, Native starch factory

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัญหามลพิษที่เกิดขึ้น 2) ศึกษาผลกระทบต่อด้านสุขภาพของประชาชน และ 3) ศึกษาแนวทางการจัดทำแผนพัฒนา ป้องกันและแก้ไขปัญหาผลกระทบต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อม เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กำหนดขอบเขตพื้นที่บริเวณใกล้เคียงโรงงานแป้งมันสำปะหลัง ตำบลหนองบัว อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์ และเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 3 หมู่บ้าน หมู่บ้านละ 100 คน รวม 300 คน โดยใช้แบบสอบถามปลายปิดและปลายเปิด ซึ่งผ่านความเห็นชอบจากผู้เชี่ยวชาญเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามด้วยการสำรวจประเด็นและความคิดเห็น ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาหาค่าร้อยละ และการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่มีปัญหาแหล่งมลพิษจากฝุ่นละอองมาก อากาศเป็นพิษ/ฝุ่นควัน ปัญหาแหล่งน้ำในชุมชน ปัญหาจากเคมีภัณฑ์และกระดาษพลาสติกจากโรงงาน สำหรับผลกระทบต่อสุขภาพ คือ มีอาการผิดปกติทางด้านสายตา และการมองเห็น มีอาการแสบตา น้ำตาไหล ส่วนด้านสุขภาพจิต มีความกังวลใจต่อสุขภาพที่อาจได้รับผลกระทบ

ของมลพิษจากโรงงาน และแนวทางการจัดทำแผนพัฒนาการมีส่วนร่วมจัดการด้านสุขอนามัยและคุณภาพสิ่งแวดล้อม แผนดำเนินนโยบายการประหยัดพลังงานที่ผ่านการรับรองมาตรฐานและลงทุนการใช้เครื่องจักรแบบระบบอัตโนมัติของโรงงาน แผนการวิเคราะห์ลักษณะทางกายภาพเชิงพื้นที่และระบบนิเวศเชิงแวดล้อมเพื่อการป้องกัน และแผนฟื้นฟูและพัฒนาสุขภาพกายและสุขภาพจิตใจ เพื่อการแก้ไขปัญหาสุขภาพสำหรับประชาชนอย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกัน

คำสำคัญ : มลภาวะต่อสุขภาพ, สุขภาพของประชาชน, โรงงานแป้งมันสำปะหลัง

บทนำ

มันสำปะหลังถือเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทย โดยเป็นผู้ผลิตมันสำปะหลังที่สำคัญของโลก เพราะส่วนใหญ่นิยมแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออก เกษตรกรนิยมปลูกกันมากเพราะทนแล้ง ปลูกง่าย ศัตรูพืชน้อย แบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือ มันสำปะหลังชนิดหวาน (Sweet type) และมันสำปะหลังชนิดขม (Bitter type) สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ทุกส่วน ทั้งบริโภคเป็นอาหารโดยตรง และแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์จากมันสำปะหลัง ได้แก่ มันเส้น (Tapioca chips) มันอัดเม็ด (Tapioca pellets) และแป้งมันสำปะหลัง (Tapioca starch) สำหรับนำไปใช้ประโยชน์ในทางอุตสาหกรรมต่าง ๆ โดยผลิตภัณฑ์จากมันสำปะหลังของประเทศไทยเป็นสินค้าส่งออกที่มีความต้องการสูงในตลาดต่างประเทศ และมีปริมาณการส่งออกมากเป็นอันดับหนึ่งของโลก (Department of Science Service, 2018) สำหรับจังหวัดบุรีรัมย์มีเนื้อที่เพาะปลูกมันสำปะหลังโรงงาน 240,435 ไร่ เนื้อที่เก็บเกี่ยว 237,002 ไร่ ผลผลิต 952,503 ตัน ผลผลิตต่อเนื้อที่เพาะปลูก 3,962 กิโลกรัมต่อไร่ และผลผลิตต่อเนื้อที่เก็บเกี่ยว 4,019 กิโลกรัมต่อไร่ (Office of Agricultural Economics, 2018) ซึ่งเป็นอันดับที่ 3 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีปริมาณผลผลิตรวมเพิ่ม/ลด ร้อยละ 13.69 (Northeast Cassava Producer Association, 2018) ที่ต้องป้อนเข้าสู่โรงงานอุตสาหกรรมแป้งมันสำปะหลังในพื้นที่ ซึ่งอาจเกิดสารตกค้างจากการผลิตมันสำปะหลังและการแปรรูปสามารถแปลงเป็นก๊าซชีวภาพในโรงงาน (Lansche et al., 2022) หากจัดการไม่ถูกต้องจะส่งผลกระทบต่อพื้นที่การเกษตรของประชาชนได้รับความเสียหายและส่งผลกระทบต่อคุณภาพน้ำและสิ่งแวดล้อมโดยรอบ ทำให้ไม่สามารถใช้อุปโภคบริโภค และเพื่อการเกษตรได้ (Pollution Control Department, 2018)

การจัดการปัญหามลพิษในเชิงป้องกันและร่วมแก้ไขปัญหาสุขภาพอย่างต่อเนื่องโดยสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) แผนการปฏิรูปประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564 และเชื่อมโยงประเด็นสำคัญกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable development goals: SDGs) ทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม คุณภาพชีวิต ความเป็นอยู่ของประชาชนและการคงรักษาไว้ซึ่งทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้เกิดความสมดุล (Pollution Control Department, 2019) ซึ่งตามพระราชบัญญัติสุขภาพแห่งชาติ พ.ศ. 2550 บัญญัติว่า “สุขภาพ” คือภาวะของมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งทางกาย ทางจิต ทางปัญญา และทางสังคม เชื่อมโยงกันเป็นองค์รวมอย่างสมดุล โดยที่ “ระบบสุขภาพ” คือระบบความสัมพันธ์ทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ (Government Gazette, 2007) โดยหากเกิดการขยายตัวของเมือง และการพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อสร้างรายได้ และตอบสนองต่อการบริโภคเป็นสิ่งที่อาจหลีกเลี่ยงได้ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพอาจมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นด้วย (Department of Health, 2015) ซึ่งการดำเนินการแก้ไขปัญหาสุขภาพจากมลพิษสิ่งแวดล้อมในพื้นที่เสี่ยงไม่ว่าจะเป็นเหมือง โรงงานอุตสาหกรรม พื้นที่ที่มีปัญหาจากมลพิษทางอากาศ และพื้นที่ที่กำลังพัฒนา รวมถึงพื้นที่อื่นที่เจ้าของพื้นที่ยกขึ้นเป็นพื้นที่เสี่ยง จึงเป็นการเตรียมการเพื่อให้การจัดการในระบบอนามัยสิ่งแวดล้อมมีประสิทธิภาพ และนำไปสู่การคุ้มครองสุขภาพประชาชน (Department of Health, 2015)

ดังนั้น การแยกแยะปัญหาของสังคมเพื่อให้ทราบถึงองค์ประกอบอันเป็นธรรมชาติและเป็นปัญหา รวมถึงการสืบสาวหาสาเหตุของปัญหาต่าง ๆ เหล่านั้น ตลอดจนเสนอวิธีแก้ไขปัญหานั้นได้ในแง่มุมมองของความเป็นจริงที่เกิดขึ้น โดยที่ไม่ขึ้นอยู่กับความรู้สึกนึกคิดของคนในแง่มุมมองทิศทางที่มีผลกระทบต่อทั้งทางตรง ทางอ้อม เชิงบวก และเชิงลบ ที่เกี่ยวกับมลภาวะต่อสุขภาพของประชาชน จึงเป็นการรับรู้ความพึงพอใจและสถานะของบุคคล ในการดำรงชีวิตในสังคมโดยสัมพันธ์กับเป้าหมายและความคาดหวังภายใต้บริบทของวัฒนธรรม ค่านิยม บรรทัดฐาน และสิ่งที่เกี่ยวข้อง (World Health Organization (WHO), 1997) ซึ่งมนุษย์เป็นทุนทางสังคมที่มีความสำคัญ ต่อการสร้างความสมดุลให้กับคุณภาพชีวิตระหว่างตนเอง ครอบครัว เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมให้สามารถ มีแนวทางในการตระหนักรู้ การเฝ้าระวัง การปรับตัว ส่งเสริม ป้องกันและร่วมกันแก้ไขผลกระทบต่อสุขภาพการดำรงอยู่ บนความหลากหลายที่ผสมผสานการเป็นสังคมเมือง สังคมอุตสาหกรรมและสังคมเกษตรกรรมร่วมกันอย่างปกติสุข

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและผลกระทบที่เกิดขึ้นบริเวณโรงงานแป้งมันสำปะหลัง ตำบลหนองบัว อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์
2. เพื่อศึกษาผลกระทบต่อด้านสุขภาพของประชาชนในชุมชนที่เกิดจากมลพิษบริเวณโรงงานแป้งมันสำปะหลัง ตำบลหนองบัว อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์
3. เพื่อศึกษาแนวทางจัดทำแผนพัฒนา ป้องกันและแก้ไขปัญหามลพิษสุขภาพด้านสิ่งแวดล้อม จากโรงงานแป้งมันสำปะหลัง ตำบลหนองบัว อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์

ประโยชน์การวิจัย

ทำให้ได้ทราบสภาพปัญหาและผลกระทบจากมลพิษที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่ใกล้เคียงโรงงานแป้งมันสำปะหลัง ที่สามารถนำไปใช้ประกอบการจัดทำข้อมูลพื้นฐาน แนวทางจัดทำแผนงาน การติดตามเฝ้าระวัง และกำหนด มาตรการป้องกันด้านสิ่งแวดล้อมให้กับโรงงานอุตสาหกรรมและชุมชนพื้นที่ตำบลหนองบัว อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์

การทบทวนวรรณกรรม

มลพิษเป็นภัยคุกคามที่สำคัญต่อชีวิตพืชและสัตว์ในพื้นที่อยู่อาศัยของมนุษย์และสุขภาพ ซึ่งมักจะถูกกำหนด โดยความปลอดภัยของสิ่งแวดล้อมที่ได้รับผลกระทบจากกิจกรรมที่เป็นมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อมซึ่งแสดงถึงปัญหา กับมลพิษที่เปลี่ยนแปลงเส้นทางตามสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ (ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม) โดยมลพิษเกิดขึ้น ในรูปแบบต่าง ๆ โดยไม่จำกัดเฉพาะอากาศ น้ำ ที่ดิน และมลพิษทางเสียง ที่เป็นอันตราย (Nnaemeka, 2020, p. 32) ซึ่งในการศึกษางานอนามัยสิ่งแวดล้อมมีขอบเขตเกี่ยวกับสิ่งที่อยู่รอบ ๆ ตัวมนุษย์ ทั้งที่เป็นสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เคมีชีวภาพ สังคม และจิตวิทยาสังคม ที่จะส่งผลกระทบต่อสุขภาพและคุณภาพชีวิต รวมถึงกิจกรรมในการดำเนินการ การควบคุมการป้องกันการรับสัมผัสสิ่งแวดล้อมนั้นไม่ให้เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ซึ่งจะส่งผลให้มีสุขภาพดี และมีความเป็นอยู่ที่ดี (Bussarangsri et al., 2020) โดยประยุกต์ใช้การประเมินผลกระทบต่อสุขภาพ ตามแบบจำลอง DPSEEA Model ในการวิเคราะห์ความเชื่อมโยงด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ ประกอบด้วย Driving Force (D) เป็นนโยบายการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านโครงข่ายการคมนาคมและสาธารณูปโภค Pressure (P) เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่เกิดจากนโยบายรัฐบาลเป็นแรงกดดัน State (S) เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่เกิดจากนโยบายรัฐบาล ทำให้สภาพที่เป็นจริงของสิ่งแวดล้อมเปลี่ยนแปลง เช่น การเปลี่ยนของภาวะมลพิษสิ่งแวดล้อม ซึ่งหากการเปลี่ยนแปลง

ไปในทิศทางที่เสื่อมโทรมและมนุษย์เข้าไปเกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมนั้น อาจมีผลกระทบต่อสุขภาพ Exposure (E) เกิดการรับสัมผัสจากสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปในทางไม่ดีต่อสุขภาพ สิ่งคุกคาม เช่น การหายใจสารมลพิษ อากาศเข้าไป การบริโภคอาหารและน้ำที่มีเชื้อโรค เป็นต้น Effects (E) เกิดจากการรับสัมผัสอาจทำให้เกิดผลกระทบต่อสุขภาพกับประชาชน เช่น โรคที่เกิดจากสิ่งแวดล้อม (โรกระบบทางเดินอาหารและน้ำ) และ Action (A) การกำหนดมาตรการหรือการกระทำ เพื่อดูแลด้านส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อม ในแต่ละการกระทำที่มีเป้าหมายต่างกันไป การดำเนินการบางอย่างมุ่งไปที่การลดหรือควบคุมสิ่งคุกคาม เช่น การกำจัดมลพิษเข้าสู่สิ่งแวดล้อม และบางมาตรการอาจเป็นการป้องกันการรับสัมผัส เป็นต้น (Department of Health, 2020)

จากการสังเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องข้างต้น ผู้วิจัยจำแนกประเด็นที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย สภาพปัญหาสุขภาพ (แหล่งมลพิษ, สิ่งแวดล้อมต่อชุมชน, โรงงานและชุมชน) ผลกระทบด้านสุขภาพ (สุขภาพร่างกาย, สุขภาพจิต) และแบบจำลองประเมินผลกระทบ DPSEEA Model (D: การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน P: ปัจจัยที่เกิดจากแรงกดดัน S: ปัจจัยที่เกิดจากสภาพแวดล้อมเปลี่ยน E: การรับสัมผัสการเปลี่ยนแปลงจากสิ่งแวดล้อม E: การรับสัมผัสผลกระทบต่อประชาชน A: การกำหนดมาตรฐานการดูแลสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อม)

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ดำเนินการวิจัยโดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ซึ่งนักวิชาการและนักสื่อสารเชิงปริมาณนำมาใช้ในการตีความ แยกแยะ ออกแบบ และประยุกต์ใช้โดยเน้นข้อมูลเกี่ยวกับตัวเลขทางสถิติที่มีบทบาทสำคัญในการอธิบาย ถ่ายทอด ระบุและวัดความก้าวหน้าด้วยการนำมาใช้เพื่อนำเสนอประเด็นทางสังคม ความเปลี่ยนแปลง ความเป็นไปได้ ความคิดเห็น การลำดับความสำคัญ และการตัดสินใจได้อย่างชัดเจน (Scharer & Ramasubramanian, 2021, pp. 1-2)

ประชากร กลุ่มเป้าหมาย และวิธีการได้มา

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ตำบลหนองบัว อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 6,351 คน (Local Fiscal Administration, 2019) กำหนดวิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) โดยมุ่งเน้นประเด็นพื้นฐานของการเลือกเป็นตัวแทน ความคุ้มค่า และเป็นผลสะท้อนของประชากรทั่วไปที่แม่นยำมากกว่า ดังนั้นการอนุมานใด ๆ ที่ดึงมาจากตัวอย่างนั้นจะเป็นการคาดเดาได้ดีที่สุด (Lehdonvirta, 2021, p. 147) โดยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) เป็นประชาชนที่อาศัยอยู่ ประกอบอาชีพ และใช้ประโยชน์ที่ดินในชุมชนพื้นที่ใกล้เคียงกับโรงงานแปงมันสำปะหลัง ตำบลหนองบัว อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์ ในรัศมี 5-7 กิโลเมตร จำนวน 3 หมู่บ้าน หมู่บ้านละ 100 คน รวมทั้งสิ้น 300 คน ซึ่งตัวอย่างแต่ละคนมีโอกาสที่จะถูกเลือกด้วยวิธีการสุ่มแบบตามสะดวก (Convenience sampling) เพื่อให้ได้ตัวอย่างตามจำนวนที่ต้องการ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามปลายปิด (Closed-ended form) ประกอบด้วยข้อคำถามแบบเลือกคำตอบเพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้ตอบได้ตามความต้องการในประเด็นคำถามเกี่ยวกับสภาพปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ความตระหนักต่อปัญหาสุขภาพ และวิถีชีวิตชุมชนบริเวณพื้นที่ใกล้เคียงโรงงานแปงมันสำปะหลังและผลกระทบต่อสุขภาพที่เกิดขึ้น และแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนา ป้องกันและแก้ไขปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม โดยผู้วิจัยเสนอผู้เชี่ยวชาญด้านสิ่งแวดล้อม การวิจัยและวัดผล และสาธารณสุข จำนวน 3 คน พิจารณาความเหมาะสม ซึ่งทุกคนมีความเห็นว่าเหมาะสม สามารถนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลได้

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

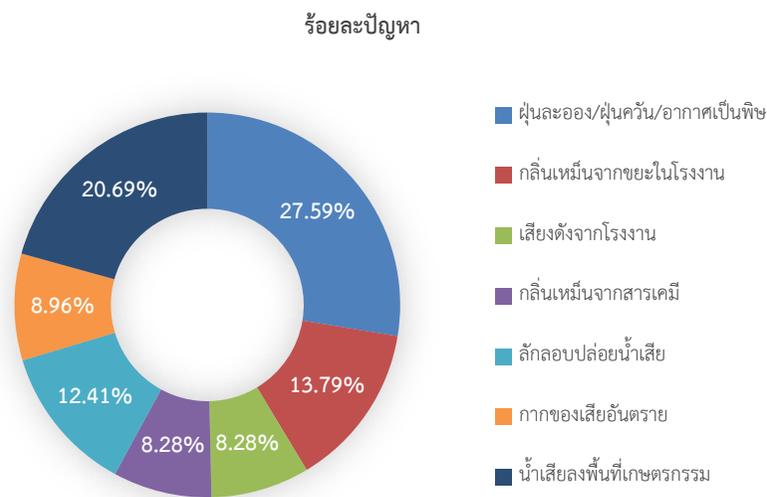
ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามลงพื้นที่ภาคสนามทำการสำรวจข้อมูลพร้อมให้กลุ่มตัวอย่างได้แสดงความคิดเห็นเป็นรายบุคคลที่ให้ความร่วมมือและยินดีตอบข้อมูลตามประเด็นข้อคำถามครบถ้วนทุกข้อ ในบริเวณพื้นที่ใกล้เคียงโรงงานแป่งมันสำปะหลัง ตำบลหนองบัว อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์ ได้ครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ภายใน 30 วัน

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้โดยใช้สถิติพรรณนา ด้วยการหาร้อยละ (Percentage : %) นำเสนอผลการวิจัยด้วยแผนภูมิวงกลม (Pie chart) ซึ่งนำมาใช้เสนอข้อมูลเชิงปริมาณที่สามารถเปรียบเทียบและทำความเข้าใจองค์ประกอบของข้อมูลตั้งแต่สององค์ประกอบขึ้นไป ทำให้เปรียบเทียบและบอกความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว (Lu, 2021, p. 718) เพื่อแสดงร้อยละของสัดส่วนผลการวิจัย

ผลการวิจัย

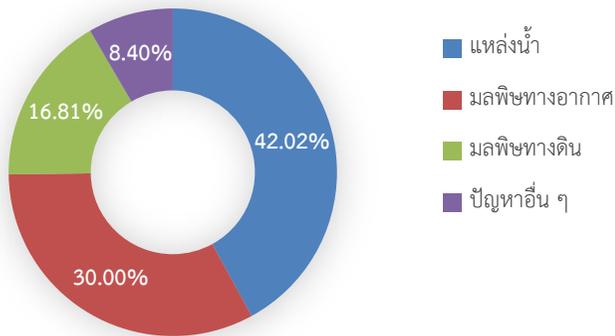
1. ผลการศึกษาสภาพปัญหามลพิษที่เกิดขึ้นบริเวณโรงงานแป่งมันสำปะหลัง ตำบลหนองบัว อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์ แสดงดังภาพ 1 ถึงภาพ 3



ภาพ 1 สภาพปัญหาเกี่ยวกับแหล่งมลพิษที่เกิดขึ้นบริเวณโรงงาน แป่งมันสำปะหลัง ตำบลหนองบัว อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์

จากภาพ 1 พบว่า ส่วนใหญ่คิดว่ามีปัญหาที่เกิดจากฝุ่นละอองมาก อากาศเป็นพิษ/ฝุ่นควัน ร้อยละ 27.59 รองลงมาคือ น้ำเสียน้ำที่ส่งผลกระทบต่อพื้นที่เกษตรกรรม ร้อยละ 20.69 กลิ่นเหม็นจากขยะในโรงงานไปสู่ชุมชน ร้อยละ 13.79 ลักลอบปล่อยน้ำเสียจากโรงงานลงสู่น้ำหรือแหล่งน้ำชุมชน ร้อยละ 12.41 กากของเสียอันตรายลงสู่น้ำหรือพื้นที่สาธารณะในแหล่งชุมชน ร้อยละ 8.96 เสียงดังจากโรงงาน และกลิ่นเหม็นจากสารเคมีไปสู่ชุมชน ร้อยละ 8.28 ตามลำดับ

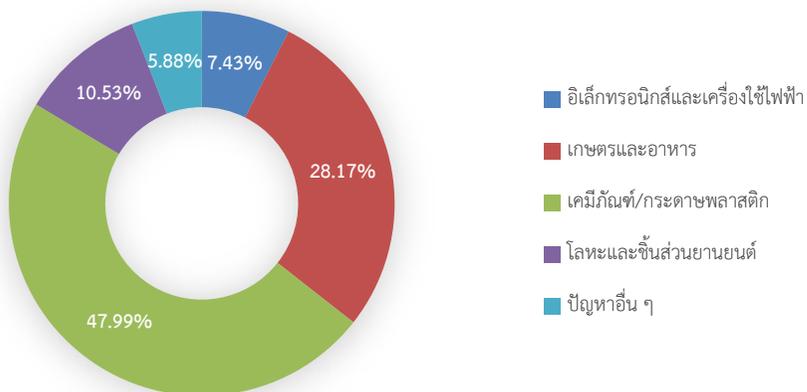
ร้อยละ



ภาพ 2 สภาพปัญหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมต่อชุมชนตำบลหนองบัว อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์

จากภาพ 2 พบว่า ส่วนใหญ่มีปัญหาเกี่ยวกับแหล่งน้ำในชุมชน ร้อยละ 42.02 รองลงมาคือ ปัญหามลพิษทางอากาศ ร้อยละ 30.00 ปัญหามลพิษทางดิน ร้อยละ 16.81 และปัญหาอื่น ๆ (ไม่ระบุ) ร้อยละ 8.40 ตามลำดับ

ร้อยละ

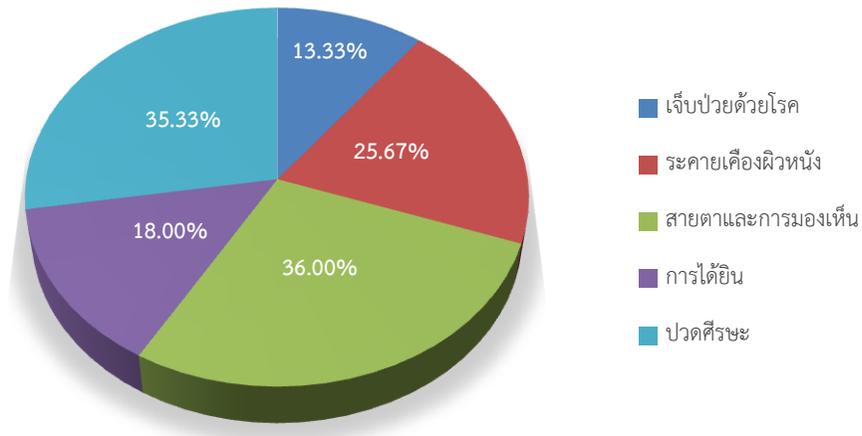


ภาพ 3 สภาพปัญหาเกี่ยวกับโรงงานต่อชุมชนตำบลหนองบัว อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์

จากภาพ 3 พบว่า ส่วนใหญ่มีปัญหาเกี่ยวกับโรงงานจากเคมีภัณฑ์และกระดาศพลาสติก ร้อยละ 47.99 รองลงมาคือ เกษตรและอาหาร ร้อยละ 28.17 โลหะและชิ้นส่วนยานยนต์ ร้อยละ 10.53 อิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า ร้อยละ 7.43 และปัญหาอื่น ๆ (ไม่ระบุ) ร้อยละ 5.88 ตามลำดับ

2. ผลการศึกษาผลกระทบต่อด้านสุขภาพของประชาชนในชุมชนที่เกิดจากมลพิษบริเวณโรงงานแป้งมันสำปะหลัง ตำบลหนองบัว อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์ แสดงดังภาพ 4 และภาพ 5

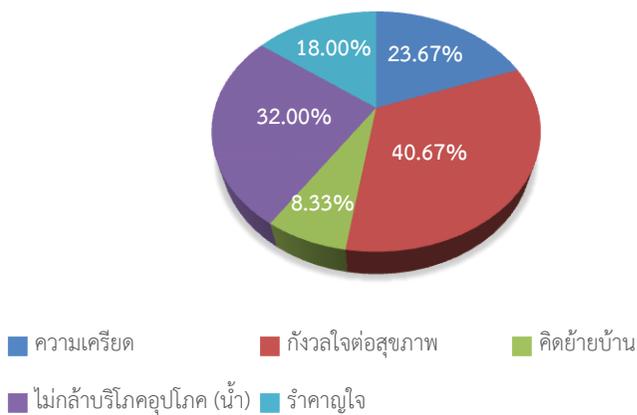
มี/เคยมีอาการ



ภาพ 4 สุขภาพร่างกายของประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่บริเวณโรงงานแป้งมันสำปะหลัง ตำบลหนองบัว อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์

จากภาพ 4 พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีอาการผิดปกติทางด้านสายตาและการมองเห็น มีอาการแสบตา น้ำตาไหล ร้อยละ 36.00 รองลงมาคืออาการปวดศีรษะ หน้ามือ แสบคอ หายใจลำบาก แน่นหน้าอก อ่อนเพลีย ไม่มีแรง ร้อยละ 35.33 อาการระคายเคืองผิวหนังเกิดผดผื่น อาการคันแพ้ ร้อยละ 25.67 อาการผิดปกติทางการได้ยิน ร้อยละ 18.00 และอาการเจ็บป่วยด้วยโรค ได้แก่ วัณโรค หอบหืด ภูมิแพ้ ปอด ร้อยละ 13.33 ตามลำดับ

กังวล/เคยกังวล



ภาพ 5 สุขภาพจิตของประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่บริเวณโรงงานแป้งมันสำปะหลัง ตำบลหนองบัว อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์

จากภาพ 5 พบว่า สุขภาพจิตของประชาชนส่วนใหญ่มีความรู้สึกกังวลใจต่อสุขภาพที่อาจได้รับผลกระทบของมลพิษจากโรงงานแป่งมันสำปะหลัง ร้อยละ 40.67 รองลงมาคือ ไม่กล้าบริโภค อุบ่โกค่น้ำบาดาล หรือน้ำจากแหล่งน้ำในชุมชน ร้อยละ 32.00 เกิดความเครียด ไม่สบายใจที่ต้องอาศัยอยู่ใกล้โรงงานแป่งมันสำปะหลัง ร้อยละ 23.67 เกิดความรำคาญใจในการดำเนินชีวิตประจำวัน ร้อยละ 18 และคิดจะย้ายบ้านไปอยู่ชุมชนอื่น ๆ ที่ห่างไกลจากแหล่งน้ำในชุมชน ร้อยละ 8.33 ตามลำดับ

3. ผลการศึกษาแนวทางจัดทำแผนพัฒนา ป้องกันและแก้ไขปัญหามลพิษด้านสิ่งแวดล้อม จากโรงงานแป่งมันสำปะหลัง ตำบลหนองบัว อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่ามีแนวทางดำเนินการดังต่อไปนี้

3.1 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นร่วมกับสาธารณสุขประจำพื้นที่ จัดให้มีการจัดการด้านสุขอนามัย และคุณภาพสิ่งแวดล้อมสำหรับประชาชน ครอบครัว และชุมชนพื้นที่บริเวณโดยรอบโรงงานแป่งมันสำปะหลัง พร้อมมีการประเมินคุณภาพอย่างต่อเนื่อง

3.2 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สาธารณสุขประจำพื้นที่ และโรงงานแป่งมันสำปะหลัง ร่วมกัน จัดเสวนาเพื่อแสดงข้อมูลปัญหาและเปรียบเทียบผลกระทบที่เกิดขึ้น โดยชี้ให้เห็นความสำคัญเกี่ยวกับสุขภาพกาย และสุขภาพจิตของประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกับโรงงานแป่งมันสำปะหลัง และนำไปสร้างระบบนิเวศ เชิงสุขภาพแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง

3.3 โรงงานแป่งมันสำปะหลังดำเนินนโยบายการประหยัดพลังงาน วางแผนกลยุทธ์องค์กร เน้นการรับรองและการทำงานที่เป็นมาตรฐาน เช่น ระบบการจัดการเพื่อความปลอดภัยของอาหาร (Hazard Analysis and Critical Control Point System: HACCP), 5ส (สะสาง สะดวก สะอาด สุขลักษณะ สร้างนิสัย) และฮาลาล (การผลิต การให้บริการ หรือการจำหน่ายใด ๆ ที่ไม่ขัดต่อบัญญัติของศาสนา) เป็นต้น อย่างจริงจัง ให้เกิดผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง

3.4 โรงงานแป่งมันสำปะหลังลงทุนในระบบอัตโนมัติเพื่อลดปัญหาการขาดแคลนแรงงาน และประหยัด พลังงาน จะช่วยลดต้นทุนการดำเนินงานในระยะยาวได้ด้วยความตระหนักและเฝ้าระวังติดตามอย่างต่อเนื่อง

3.5 แนวทางการสนับสนุนและกำหนดให้มีการยกระดับมาตรฐานเพื่อลดการระบายมลพิษและเป็นมิตร กับสิ่งแวดล้อมจากโรงงานแป่งมันสำปะหลัง เพื่อแก้ไขปรับปรุงและป้องกันความเดือดร้อนต่อประชาชนโดยรอบ

3.6 แนวทางการจัดทำแผนคัดกรอง เฝ้าระวัง และควบคุมมลพิษทางอากาศ ดิน และน้ำ ให้ได้มาตรฐาน และเป็นไปตามข้อกำหนดด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อมระดับชุมชน เพื่อเป็นการจัดหาและเตรียมความพร้อม ต่อการให้บริการสำหรับประชาชน ครอบครัว และชุมชน

3.7 แนวทางการจัดทำแผนฟื้นฟูและพัฒนาสุขภาพกายและสุขภาพจิตใจแบบมีส่วนร่วมทุกภาคส่วน เพื่อให้เกิดกิจกรรมฝึกทักษะ ความรู้ และติดตามการนำไปปฏิบัติอย่างจริงจังสำหรับประชาชนในพื้นที่

3.8 แนวทางการจัดทำแผนการวิเคราะห์ลักษณะทางกายภาพเชิงพื้นที่และระบบนิเวศเชิงแวดล้อม โดยมุ่งเน้นให้ประชาชน ครอบครัว และชุมชน ปลอดภัยจากผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม มลพิษ และมีสุขภาพจิตที่ดี เพื่อใช้สำหรับการเตรียมการวางแผนจัดการและป้องกันทรัพยากรเป็นรายไตรมาส และให้เกิดความต่อเนื่อง ในการดำเนินการให้ได้สัมฤทธิ์ผล

อภิปรายผล

สภาพปัญหามลพิษที่เกิดขึ้นบริเวณโรงงานที่พบมากเป็นอันดับแรกคือ ปัญหาที่เกิดจากฝุ่นละอองมาก อากาศเป็นพิษ/ฝุ่นควัน ทั้งนี้อาจเกิดขึ้นจากประชาชนในพื้นที่เผาขยะมูลฝอย (ฝุ่นควันไฟ) และการเผาไหม้ (การระเหยของก๊าซพิษ) ในกระบวนการผลิตของโรงงานแปรงไม้สำหรับแปรงล้าง จิ้งส่งผลให้มีฝุ่นละอองจำนวนมาก ล่องลอยอยู่ในอากาศ (อากาศเป็นพิษ) อยู่ในบริเวณโดยรอบพื้นที่ชุมชนใกล้เคียงกับโรงงาน ดังนั้น จึงควรมีการ ตรวจสอบควันและฝุ่น รวมไปถึงการควบคุมการปล่อยควันและฝุ่นของโรงงานเพื่อป้องกันสุขภาพของมนุษย์ (Wang et al., 2021) ด้วยข้อกำหนดที่เข้มงวดเกี่ยวกับการปล่อยควันและฝุ่นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการปล่อยซัลเฟอร์ไดออกไซด์ (SO₂) ไนโตรเจนออกไซด์ (Nox) และออกไซด์ของคาร์บอน (Cox) ในควันและฝุ่นได้ก่อให้เกิดมลพิษ ต่อชั้นบรรยากาศเป็นอย่างมาก (Chauhan, de Azevedo, & Singh, 2018; Omelian, 2020) สำหรับปัญหาเกี่ยวกับ แหล่งน้ำในชุมชนซึ่งอาจเกิดจากปล่อยน้ำเสียที่ใช้ทำความสะอาด ชักล้าง ประกอบอาหาร หรือการทิ้งสิ่งปฏิกูล ในครัวเรือนและชุมชน รวมทั้งน้ำเสียจากโรงงาน จึงทำให้แหล่งน้ำในชุมชนเกิดการปนเปื้อนกลายเป็นมลพิษทางน้ำ เนื่องจากการเกิดการปนเปื้อน เปรอะเปื้อน และสกปรก ซึ่งมนุษย์มีส่วนในการทิ้งขยะและสร้างมลภาวะ ต่อทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญเป็นอย่างมากจึงควรสร้างความตระหนักเกี่ยวกับมลพิษทางน้ำให้แก่มนุษย์ เพื่อลดปัญหานี้ลงได้ในระดับหนึ่งด้วย (Kilic, 2021, p. 129) โดยในการศึกษาของ Al-Taai (2021, p. 1) ได้แนะนำ ให้พิจารณาแนวคิดเกี่ยวกับมลพิษทางน้ำและแหล่งที่มา นอกจากการปนเปื้อนของน้ำใต้ดินแล้วยังมีกระบวนการ สร้างมลพิษอีกมากมาย ซึ่งกระบวนการที่สำคัญที่สุดคือทางชีวภาพ ภายภาพ และการทิ้งของเสียที่เป็นของแข็ง และของเหลวลงในแม่น้ำ ทะเลสาบ และทะเล ส่วนปัญหาเกี่ยวกับเคมีภัณฑ์และกระดาษพลาสติกจากโรงงานที่เกิด จากกระบวนการผลิตของโรงงาน ซึ่งเป็นอันตรายและสร้างปัญหามลพิษที่สำคัญกับประชาชนและชุมชนในพื้นที่ เพราะว่าเคมีภัณฑ์และพลาสติกเป็นสารสังเคราะห์จากกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ที่นำมาใช้ประโยชน์ แทนวัสดุธรรมชาติที่ย่อยสลายตามธรรมชาติได้ยากมาก จึงส่งผลให้เกิดการตกค้างและสร้างสภาพแวดล้อม ที่ไม่ปลอดภัยในชุมชนได้ ซึ่งนักวิเคราะห์เศรษฐกิจและอุตสาหกรรมคาดว่า การผลิตพลาสติกจะเพิ่มขึ้น 100% จาก 311 เมกะตัน ในปี 2014 เป็น 622 เมกะตัน ภายในปี 2050 (World Economic Forum, 2016) ทำให้ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของขยะพลาสติกเปลี่ยนแปลงและทำให้หน่วยงานกำกับดูแลการจัดขยะมูลฝอยและจัดการกับขยะพลาสติก ที่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ยากขึ้น (Sicotte & Seamon, 2021)

ผลกระทบด้านสุขภาพของประชาชนในชุมชนที่เกิดจากมลพิษบริเวณโรงงาน ส่วนใหญ่มีอาการผิดปกติ ทางด้านสายตาและการมองเห็น มีอาการแสบตา น้ำตาไหล ซึ่งเป็นผลเสียและเป็นภัยคุกคาม สามารถก่อให้เกิดอันตราย ต่อสุขภาพจากการปล่อยมลพิษจากการทำกิจกรรมทางอุตสาหกรรม การเผาไหม้ที่ไม่สมบูรณ์ ค่าความเป็นกรดต่างสูง ก็ส่งผลกระทบต่อที่เป็นพิษและทำให้เกิดโรคร้ายแรงต่อสิ่งมีชีวิตด้วย (Priyadarshane, Mahto, & Das, 2022) ถึงแม้ว่ามลพิษที่มนุษย์สร้างขึ้นและที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติในอากาศที่เราหายใจเข้าไป จะมองไม่เห็นและไม่มีกลิ่น แต่การสัมผัสมลพิษนั้น แพร่หลายและเป็นภัยคุกคามต่อสุขภาพของประชาชน ทำให้เพิ่มความเสี่ยงต่อการเกิดโรคหัวใจ และทางเดินหายใจ และการสัมผัสมลพิษทางอากาศยังสัมพันธ์กับความเสี่ยงในการเกิดโรคมะเร็งบางชนิด (Ammons et al., 2022; El Morabet, 2019) สำหรับด้านสุขภาพจิตของประชาชนส่วนใหญ่มีความรู้สึกกังวลใจ ต่อสุขภาพที่อาจได้รับผลกระทบของมลพิษจากโรงงานแปรงไม้สำหรับแปรงล้าง ทั้งนี้เนื่องมาจากปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิด จากการทิ้งขยะ การกระจายของยาฆ่าแมลง การใช้วัสดุที่ย่อยสลายไม่ได้ การใช้ปุ๋ย ก๊าซเรือนกระจกที่เป็นอันตราย การกำจัดกากตะกอนและของเสียจากสารเคมีอันตรายที่ก่อให้เกิดปัญหาร้ายแรงและส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

(Khan et al., 2021) ทำให้ประชาชนในพื้นที่เกิดความกังวลใจและมีความคิดที่จะย้ายถิ่นที่พักอาศัยเพื่อการประกอบอาชีพและดำรงชีวิตในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงหรือไม่มีมลพิษทางดิน น้ำ เสียง และอากาศ โดยในการศึกษาของจันทรัตน์ จาริกสกุลชัย, รัตนภรณ์ อาษา และนิชากานต์ ดอกกุหลาบ (Jaricsakulchai, Arsa, & Dokkulab, 2019, p. 269) พบว่า การอาศัยใกล้โรงงานอุตสาหกรรมทำให้คุณภาพชีวิตแย่ลง เนื่องจากความปลอดภัยในชีวิตลดลงทั้งทางด้านร่างกายและด้านทรัพย์สิน

อย่างไรก็ตาม สิ่งที่เป็นต่อแนวทางการจัดทำแผนพัฒนา ป้องกันและแก้ไขปัญหามลกระทบคุณภาพด้านสิ่งแวดล้อม คือความร่วมมือและความมุ่งมั่นการมีส่วนร่วมทางการเมือง รัฐบาล องค์กรที่เกี่ยวข้อง และการรับรู้ของภาคประชาชน (Angeli et al., 2020, p. 26) ถือว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญของธรรมาภิบาลสิ่งแวดล้อม (Zhang et al., 2019) และโดยทั่วไปถือเป็นการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกระบวนการพัฒนานโยบายและการตัดสินใจด้านสิ่งแวดล้อม (Wang et al., 2020) ซึ่งในการศึกษาของ Chen et al. (2021) ได้เสนอการใช้รูปแบบการจัดการพลาสติกตามแนวทางเศรษฐกิจหมุนเวียนและลำดับขั้นการจัดการขยะมูลฝอยในการลดปัญหาที่เกิดจากพลาสติก นอกจากนี้ ควรต้องพยายามบูรณาการความรู้ให้เกิดเป็นนวัตกรรมสำหรับเปลี่ยนแปลงระบบและการจัดการกับปัญหามลพิษพลาสติกและการเคลื่อนย้ายสารเคมี (Muncke, 2021) โดยสหภาพยุโรปมีนโยบายกลยุทธ์หลัก 4 ประการ (ตราผลิตภัณฑ์, ขยายกฎหมายรับผิดชอบของผู้ผลิต, ภาษีและค่าธรรมเนียม, ผลกลิ้งแวดล้อม) (Scotte & Seamon, 2021) ในทำนองเดียวกันพยายามในการพัฒนา การผลิตวัสดุและผลิตภัณฑ์ที่มีความเข้มข้นทางเคมีน้อยกว่าตามหลักการออกแบบใหม่ เนื่องจากวัสดุและผลิตภัณฑ์ที่มีความเรียบง่ายทางเคมีสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) ได้ง่ายกว่า มีประสิทธิภาพ และปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อม (Fenner & Scheringer, 2021, p. 14471) และกลยุทธ์พลังงานหมุนเวียนที่มีประสิทธิภาพเป็นการป้องกันสุขภาพที่เกิดจากมลพิษและชะลอการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Fuller et al., 2022, p. e535)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมมลพิษทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรที่ไม่หวังผลประโยชน์ ควรนำผลการวิจัยสังเคราะห์และประยุกต์ใช้ในการกำหนดแผนงาน โครงการ มาตรการติดตาม และการเฝ้าระวังการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมในแต่ละพื้นที่ของประเทศไทย
2. สถานประกอบการซึ่งเป็นโรงงานอุตสาหกรรมในพื้นที่ควรเร่งนำผลการวิจัยไปจัดทำแนวทางการบริหารจัดการภายใต้แนวคิดการควบคุมและเฝ้าระวังคุณภาพสิ่งแวดล้อมตามหลักวิชาการร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานอย่างเหมาะสม ส่งผลให้ประชาชนในชุมชนมีสุขภาพที่ดีสามารถดำรงชีวิตได้อย่างมีความสุขและยาวนาน

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

1. ควรศึกษาวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับการขับเคลื่อนเชิงนโยบายและการบังคับใช้กฎหมาย อันจะนำไปสู่การพัฒนาต่อยอดผลการแก้ไขปัญหาของประชาชน
2. ควรศึกษาวิจัยเชิงลึกเกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาสุขภาพชุมชนด้านความเสี่ยงต่อการเจ็บป่วย หรือข้อวิตกกังวลของประชาชนในพื้นที่อย่างจริงจังและต่อเนื่อง

เอกสารอ้างอิง

- Al-Taai, S. H. H. (2021, June). Water pollution Its causes and effects. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 790, No. 1, p. 012026). IOP Publishing. DOI 10.1088/1755-1315/790/1/012026
- Ammons, S., Aja, H., Ghazarian, A. A., Lai, G. Y., & Ellison, G. L. (2022). Perception of worry of harm from air pollution: results from the Health Information National Trends Survey (HINTS). *BMC Public Health*, 22(1), 1254. <https://doi.org/10.1186/s12889-022-13450-z>
- Angeli, V., Miguel Silva, P., Crispim Massuela, D., Khan, M. W., Hamar, A., Khajehei, F., ... & Piatti, C. (2020). Quinoa (*Chenopodium quinoa* Willd.): An overview of the potentials of the “Golden Grain” and socio-economic and environmental aspects of its cultivation and marketization. *Foods*, 9(2), 216. <https://doi.org/10.3390/foods9020216>
- Bussarangsri, A., Tawatsupa, B., Maliwan, S., & Boonrananat, T. (2020). *A Study for Environmental Health and Healthy Community Transitions*. Bangkok : Department of Health. (In Thai)
- Chauhan, A., de Azevedo, S. C., & Singh, R. P. (2018). Pronounced changes in air quality, atmospheric and meteorological parameters, and strong mixing of smoke associated with a dust event over Bakersfield, California. *Environmental earth sciences*, 77, 1-12. <https://doi.org/10.1007/s12665-018-7311-z>
- Chen, H. L., Nath, T. K., Chong, S., Foo, V., Gibbins, C., & Lechner, A. M. (2021). The plastic waste problem in Malaysia: management, recycling and disposal of local and global plastic waste. *SN Applied Sciences*, 3, 1-15. <https://doi.org/10.1007/s42452-021-04234-y>
- Department of Health. (2015). *The World is moving forward Thai Environment Health*. Nonthaburi : Ministry of Public Health. (In Thai)
- Department of Health. (2020). *Guidelines for Evaluation of Environmental Health Forecasts in Special Economic Zones In the case of industrial estates*. Nonthaburi : Thanyasamrit 249. (In Thai)
- Department of Science Service. (2018). *Ready-To-Use Information Processing the Cassava and its Products (Tapioca and products)*. Retrieved February 8, 2019, from <http://siweb1.dss.go.th/repack/fulltext/IR44.pdf> (In Thai)
- El Morabet, R. (2019). Effects of outdoor air pollution on human health. In Nriagu J, editor. *Encyclopedia of environmental health* (2nd ed.). Oxford : Elsevier.
- Fenner, K., & Scheringer, M. (2021). The need for chemical simplification as a logical consequence of ever-increasing chemical pollution. *Environmental Science & Technology*, 55(21), 14470-14472. <https://doi.org/10.1021/acs.est.1c04903>
- Fuller, R., Landrigan, P. J., Balakrishnan, K., Bathan, G., Bose-O'Reilly, S., Brauer, M., ... & Yan, C. (2022). Pollution and health: a progress update. *The Lancet Planetary Health*, 6(6), e535-e547. [https://doi.org/10.1016/S2542-5196\(22\)00090-0](https://doi.org/10.1016/S2542-5196(22)00090-0)

- Government Gazette. (2007). *National Health Act B. E. 2550*. Retrieved May 15, 2017, from https://www.dms.go.th/backend/Content/Content_File/Information_Center/Attach/25621124013609AM_17.pdf (In Thai)
- Jaricsakulchai, J., Arsa, R., & Dokkulab, N. (2019). Effect of Industries on Quality of Life Among People in Nava Nakorn Industrial Estate, Pathum Thani province. *Journal of Humanities and Social Sciences Valaya Alongkorn, 14*(3), 262-271. (In Thai)
- Khan, S., Anjum, R., & Bilal, M. (2021). Revealing chemical speciation behaviors in aqueous solutions for uranium (VI) and europium (III) adsorption on zeolite. *Environmental Technology & Innovation, 22*, 101503. <https://doi.org/10.1016/j.eti.2021.101503>
- Kilic, Z. (2021). Water pollution: causes, negative effects and prevention methods. *Istanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi, 3*(2), 129-132. <https://doi.org/10.44769/izufbed.862679>
- Lansche, J., Awiszus, S., Latif, S., & Müller, J. (2020). Potential of biogas production from processing residues to reduce environmental impacts from cassava starch and crisp production—a case study from Malaysia. *Applied Sciences, 10*(8), 2975. <https://doi.org/10.3390/app10082975>
- Lehdonvirta, V., Oksanen, A., Räsänen, P., & Blank, G. (2021). Social media, web, and panel surveys: using non-probability samples in social and policy research. *Policy & internet, 13*(1), 134-155. <https://doi.org/10.1002/poi3.238>
- Local Fiscal Administration. (2019). *Local population report form in the province as of 30 September 2022*. Retrieved December 20, 2019, from http://dn.core-website.com/public/dispatch_upload/backend/core_dispatch_208333_1.pdf (In Thai)
- Lu, M., Lanir, J., Wang, C., Yao, Y., Zhang, W., Deussen, O., & Huang, H. (2021). Modeling Just noticeable differences in charts. *IEEE transactions on visualization and computer graphics, 28*(1), 718-726. [10.31109/TVCG.2021.3114874](https://doi.org/10.31109/TVCG.2021.3114874)
- Muncke, J. (2021). Tackling the toxics in plastics packaging. *PLoS Biology, 19*(3), e3000961. <https://doi.org/10.1371/journal.pbio.3000961>
- Nnaemeka, A. N. (2020). Environmental pollution and associated health hazards to host communities (Case study: Niger delta region of Nigeria). *Central Asian Journal of Environmental Science and Technology Innovation, 1*(1), 30-42. [Doi 10.22034/CAJESTI.2020.01.04](https://doi.org/10.22034/CAJESTI.2020.01.04)
- Northeast Cassava Producer Association. (2018). *The Survey of Production and Trade of Cassava, Production season 2017/18*. Retrieved July 4, 2018, from <https://www.nettathai.org/index.php/2012-01-18-08-26-35.html> (In Thai)
- Office of Agricultural Economics. (2018). *The Top 5 Total Agricultural Product in 2017*. Retrieved April 4, 2018, from <https://mis-app.oae.go.th/area/กลุ่มแม่น้ำ/โตนเลสอป/บุรีรัมย์> (In Thai)

- Omelian, E., Sankrit, R., Helton, L. A., Gorti, U., & Wagner, R. M. (2020). Sofia/Forecast observations of raqr: monitoring the dust emission. *The Astrophysical Journal*, *898*(1), 31. DOI 10.3847/1538-4357/ab9824
- Pollution Control Department. (2018). *Thailand State of Pollution Report 2017*. Bangkok : Wong Sawang Publishing and Printing. (In Thai)
- Pollution Control Department. (2019). *Thailand Pollution Situation Summary Report 2018*. Bangkok : Ministry of Natural Resources and Environment. (In Thai)
- Priyadarshane, M., Mahto, U., & Das, S. (2022). Mechanism of toxicity and adverse health effects of environmental pollutants. In *Microbial biodegradation and bioremediation* (pp. 33-53). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-323-85455-9.00024-2>
- Scharrer, E., & Ramasubramanian, S. (2021). *Quantitative research methods in communication: The power of numbers for social justice*. New York : Routledge.
- Sicotte, D. M., & Seamon, J. L. (2021). Solving the plastics problem: moving the US from recycling to reduction. *Society & Natural Resources*, *34*(3), 393-402. <https://doi.org/10.1080/08941920.2020.1801922>
- Wang, B., Yao, X., Jiang, Y., Sun, C., & Shabaz, M. (2021). Design of a real-time monitoring system for smoke and dust in thermal power plants based on improved genetic algorithm. *Journal of Healthcare Engineering*, *2021*, Article ID 7212567. <https://doi.org/10.1155/2021/7212567>
- Wang, Y., Cao, H., Yuan, Y., & Zhang, R. (2020). Empowerment through emotional connection and capacity building: Public participation through environmental non-governmental organizations. *Environmental Impact Assessment Review*, *80*, 106319. <https://doi.org/10.1016/j.eiar.2019.106319>
- World Economic Forum. (2016). The new plastics economy: Rethinking the future of plastics. Retrieved December 20, 2019, from <https://www.weforum.org/reports/the-new-plastics-economy-rethinking-the-future-of-plastics/>
- World Health Organization (WHO). (1997). *Program on mental health: WHOQOL measuring quality of life. Division of mental health and prevention of substance abuse*. Geneva : World Health Organization.
- Zhang, G., Deng, N., Mou, H., Zhang, Z. G., & Chen, X. (2019). The impact of the policy and behavior of public participation on environmental governance performance: Empirical analysis based on provincial panel data in China. *Energy policy*, *129*, 1347-1354. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2019.03.030>

การพัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาซำปา

ตำบลซำปา อำเภอท่าหลวง จังหวัดลพบุรี

DEVELOPMENT AND TRANSFER OF TECHNOLOGY TO INCREASE THE VALUE OF SAP CHAMPA POTTERY PRODUCTS, SAP CHAMPA SUB DISTRICT, THA LUANG DISTRICT, LOP BURI PROVINCE

พลวัฒน์ เกิดศิริ^{1*}, พิชยา พรมาลี²

Polawat Keadsiri^{1*}, Pichaya Pornmalee²

^{1*}ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี จังหวัดลพบุรี 15000 ประเทศไทย

^{1*}Assistant Professor, Faculty of Industrial Technology, Thepsatri Rajabhat University, Lop Buri Province, 15000, Thailand

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี จังหวัดลพบุรี 15000 ประเทศไทย

²Assistant Professor Dr., Faculty of Education, Thepsatri Rajabhat University, Lop Buri Province, 15000, Thailand

E-mail address (Corresponding Author): ^{1*}phollawat.k@lawasri.tru.ac.th; (Authors) : ²pp_pichaya@lawasri.tru.ac.th

รับบทความ : 1 มีนาคม 2566 / ปรับแก้ไข : 9 พฤษภาคม 2566 / ตอรับบทความ : 2 มิถุนายน 2566

Received : 1 March 2023 / Revised : 9 May 2023 / Accepted : 2 June 2023

DOI : 10.14456/nrru-rdi.2023.20

ABSTRACT

This participatory action research was aimed to create: 1) a prototype of Tawara-Sap Champa pottery products; 2) a product trademark, labels, and packaging; 3) a souvenir of the prototype pottery products to promote tourism; and 4) an online marketing. Selected by purposive sampling, the target group consisted of 15 people. The research instruments included a survey form, an observation form, a semi-structured interview and a questionnaire on the pottery products with the content validity from 0.60 to 1.00. Collected by using site survey, group meetings, knowledge sharing, technology transfer, and an appropriateness evaluation form, data were analyzed in terms of mean and standard deviation. Results revealed that overall, each research activity was rated as highly appropriate including: 1) a prototype of the Tawara-Sap Champa pottery product was created in five different designs; 2) the product trademark labels, and packaging of the Sap Champa pottery products were created; 3) the souvenir of the prototype pottery products was created to promote tourism; and 4) online marketing was established through two media channels. This research shows that there has been a clear driving force for developing the production of pottery products in the area. Recommendations to ensure sustainable operations to truly strengthen the area are provided. There should also be support for ongoing operations and continuous monitoring and evaluation of the project.

Keywords : Technology transfer, Pottery products, Sap champa

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้าง 1) ต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาซำปา 2) ตราสินค้า ฉลากสินค้า และบรรจุภัณฑ์ 3) ประติมากรรมเครื่องปั้นดินเผาต้นแบบเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว และ 4) การตลาดออนไลน์ กลุ่มเป้าหมายใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง จำนวน 15 คน เครื่องมือวิจัย ได้แก่ แบบบันทึกข้อมูล แบบบันทึกการสังเกต แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และแบบประเมินความเหมาะสม มีความตรงเชิงเนื้อหา ระหว่าง 0.60-1.00 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจพื้นที่ การประชุมกลุ่ม การถ่ายทอดเทคโนโลยี และประเมินความเหมาะสม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่าทุกกิจกรรมในการวิจัยมีความเหมาะสมในระดับสูง ดังนี้ 1) ได้ต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาซำปา 5 รูปแบบ 2) ได้ตราสินค้า ฉลากสินค้า และบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาซำปา 3) ได้ต้นแบบประติมากรรมเครื่องปั้นดินเผาซำปาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว และ 4) ได้การตลาดออนไลน์ผ่าน 2 สื่อ ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่ามีการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์

เครื่องปั้นดินเผาในการพัฒนาพื้นที่ได้อย่างชัดเจน มีข้อเสนอแนะเพื่อให้เกิดความยั่งยืนของการดำเนินงาน เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับพื้นที่ได้อย่างแท้จริง และควรมีการสนับสนุนการดำเนินงานและมีการติดตาม ประเมินผลโครงการอย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ : การถ่ายทอดเทคโนโลยี, ผลผลิตเครื่องปั้นดินเผา, ชับจำปา

บทนำ

ชัยจำปา เป็นตำบลของอำเภอท่าหลวง จังหวัดลพบุรี เมื่อคนโคราชคู่หนึ่งได้เดินทางเข้าไปอยู่ เพราะพื้นที่ดังกล่าว มีน้ำช้ำที่อุดมสมบูรณ์ และได้ประกอบอาชีพในการทำน้ำมันยางและไปหาของป่าขาย เหตุที่เรียกชื่อว่า “ชัยจำปา” เนื่องจากมีต้นจำปายู่มากมาย มีขนาดสูงใหญ่เต็มไปหมด มีคนเคยเห็นดอกจำปาร่วงหล่นลงมาจากต้นใหญ่ กลีบดอกเป็นสีเหลืองจึงเข้าใจว่าเป็นจำปา และเมื่อปี พ.ศ. 2495-2496 ก็เริ่มมีคนเข้าไปจับจองที่ดินบนผืนป่าแห่งนี้ มากขึ้นเรื่อย ๆ จนเป็นหมู่บ้าน มีวัด โรงเรียน และได้ตั้งชื่อตามต้นไม้ที่มีอยู่รอบหมู่บ้านว่า “หมู่บ้านชัยจำปา” ซึ่งเป็นที่ตั้งของเมืองโบราณชัยจำปา มีลักษณะผังเมืองเป็นรูปวงกลมรีคล้ายรูปหัวใจ มีคูน้ำกว้างลึก มีคันดินกำแพงสูง ล้อมรอบเมือง ได้ขุดค้นพบ โครงกระดูกมนุษย์จำนวนมาก กำไลหิน แกนกำไลทำด้วยหินมารล์ ภาชนะดินเผา และของยุคสมัยทวารวดี พบเศียรพระพุทธรูปสมัยทวารวดี ที่ตั้งตามสมบูรณที่สุด ในปี พ.ศ. 2547 ได้ก่อตั้งศูนย์ข้อมูล เมืองโบราณชัยจำปาและป่าจำปาลีรินธร ตั้งอยู่ในบริเวณโรงเรียนท่าหลวงวิทยาคม เกิดขึ้นจากการร่วมมือของคณาจารย์ ในโรงเรียนท่าหลวงวิทยาคม ร่วมกับชาวบ้าน องค์การบริหารส่วนตำบลชัยจำปา และชมรมรักษ์เมืองโบราณชัยจำปา และป่าจำปาลีรินธร เห็นความสำคัญของทรัพยากรทางโบราณคดี จึงได้ร่วมกันจัดตั้งศูนย์ข้อมูลเมืองโบราณชัยจำปา ขึ้นมา (Phinthupun, 2016, p. 301) ต่อมาชุมชนชัยจำปาได้รับความร่วมมือกับสถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ (สพร.) ได้พัฒนาปรับปรุงให้เป็นต้นแบบพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้และใช้ชื่อว่า พิพิธภัณฑ์ชัยจำปา เมื่อวันที่ 15 ตุลาคม พ.ศ. 2558 สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สด็จพระราชดำเนินไปทรงเปิด พิพิธภัณฑ์ชัยจำปา ภายในพิพิธภัณฑ์จัดแสดงนิทรรศการเป็น 5 ส่วน แต่ละส่วนเล่าเรื่องราวต่าง ๆ ที่สำคัญของพื้นที่ เมืองโบราณชัยจำปาและป่าจำปาลีรินธร รวมทั้งยกระดับสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของจังหวัดลพบุรี (Sangampornchai, 2015, p. 2) จึงทำให้มีคนรู้จักเมืองโบราณชัยจำปา ป่าจำปาลีรินธร และพิพิธภัณฑ์ชัยจำปา ของจังหวัดลพบุรีมากขึ้น ปี พ.ศ. 2559-2560 ผู้นำชุมชนและชมรมรักษ์เมืองโบราณชัยจำปาและป่าจำปาลีรินธร ได้เห็นคุณค่าความสำคัญของภาชนะเครื่องปั้นดินเผาโบราณ จึงมีแนวคิดที่จะฟื้นฟูการทำภาชนะเครื่องปั้นดินเผา ของชัยจำปาขึ้นมาอีกครั้ง อีกทั้งได้มีนักท่องเที่ยวหลายกลุ่มที่มาเยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ชัยจำปาและป่าจำปาลีรินธร ได้ให้ความสนใจเครื่องปั้นดินเผาที่มีอยู่ในพิพิธภัณฑ์ชัยจำปา มีความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ที่เป็นงานหัตถกรรมและงานฝีมือเป็นที่ระลึก ด้วยเหตุผล 2 ประการนี้ จึงทำให้ชุมชนตระหนักและเห็นคุณค่าของอนุรักษ์ และฟื้นฟูเครื่องปั้นดินเผาขึ้นมาและร่วมกันเสนอแนวทางการสร้างกลุ่มผลิตเครื่องปั้นดินเผามายังองค์การบริหาร ส่วนตำบลชัยจำปา เพื่อขอให้สนับสนุนการจัดทำผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเพื่อสร้างรายได้ เป็นอาชีพใหม่ และรองรับ การท่องเที่ยว

ในปี 2562-2563 มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรีได้ เล็งเห็นคุณค่าและให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์ ของจังหวัดลพบุรี จึงได้เข้าร่วมฟื้นฟูมรดกเครื่องปั้นดินเผาชัยจำปากับชุมชนชัยจำปา จากผลรายงานโครงการบ่มเพาะ หมู่บ้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีประจำปี 2563 ของพลวัฒน์ เกิดศิริ (Kerdsiri, 2020, p. 43) ได้สรุปปัญหาในพื้นที่ จากแผนพัฒนาหมู่บ้านประจำปี พ.ศ. 2563 ชุมชนบ้านชัยจำปา มีจุดอ่อน (Weakness) ของพื้นที่คือ สภาพทางเศรษฐกิจ

ชุมชน อาชีพส่วนใหญ่เป็นเกษตรกร ผลผลิตทางการเกษตรราคาต่ำทำให้รายได้ของเกษตรกรลดลง ประชากรมีหนี้สิน คุณภาพชีวิตแย่ง ในชุมชนมีคนว่างงาน รายได้ของครัวเรือนน้อย ไม่มีอาชีพเสริมหลังจากทำการเกษตร ในช่วงแรกได้นำร่องด้วยกระบวนการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตเครื่องปั้นดินเผา สร้างองค์ความรู้และฝึกปฏิบัติการเกี่ยวกับขั้นตอนการผลิตภาชนะหรือผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาขึ้นมาใหม่ เพื่อรักษาอัตลักษณ์ของชุมชนสืบต่อไป แต่เนื่องจากในสมัยโบราณคนยุคนั้นได้ผลิตภาชนะดินเผาแบบดั้งเดิมทุกขั้นตอนโดยใช้มือมนุษย์ทำสร้างทั้งสิ้น แต่ไม่สามารถระบุรูปแบบ ขนาดและขั้นตอนอื่น ๆ ที่ชัดเจนได้ จึงจำเป็นต้องใช้กระบวนการทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาผสมผสานกับการผลิตแบบโบราณทำให้เกิดผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ขึ้นมา จึงได้ลงพื้นที่สำรวจสภาพปัญหาความต้องการจากการสัมภาษณ์คนในชุมชนสืบต่อไปและผู้ที่เกี่ยวข้อง พบว่า สิ่งที่จะต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีดังนี้

- 1) ควรสร้างรูปแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาสืบต่อไปให้มีขีดความสามารถในการผลิตเชิงปริมาณ และคุณภาพ
- 2) ควรสร้างแบรนด์ผลิตภัณฑ์ ที่มีตราสินค้า ฉลากสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ให้มีความสอดคล้องกับเครื่องปั้นดินเผาเมืองโบราณสืบต่อไป
- 3) ควรสร้างอัตลักษณ์เครื่องปั้นดินเผาของท้องถิ่น ควรสร้างต้นแบบประติมากรรมขนาดใหญ่เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว และ
- 4) ควรสนับสนุนกลไกทางการตลาดและมีการเพิ่มช่องทางในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ขายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาให้แพร่หลายทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

จากสภาพปัญหาดังกล่าวข้างต้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ชุมชนสืบต่อไป ต้องหาวิธีแก้ปัญหาเบื้องต้น 4 ประการ ได้แก่ 1) การสร้างรูปแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบเครื่องปั้นดินเผา 2) การสร้างตราสินค้า ฉลากสินค้า และบรรจุภัณฑ์ 3) การสร้างต้นแบบประติมากรรมเครื่องปั้นดินเผาสืบต่อไป และ 4) การขายผลิตภัณฑ์หรือการตลาดออนไลน์ เพื่อการพัฒนาชุมชนจะได้ 1) มีผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาที่เป็นผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม เพื่อให้ชุมชนมีขีดความสามารถในการผลิตเชิงปริมาณเพื่อรองรับผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว 2) มีตราสินค้า ฉลากสินค้า และบรรจุภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาสืบต่อไป 3) มีประติมากรรมเครื่องปั้นดินเผาขนาดใหญ่เพื่อสร้างอัตลักษณ์ของชุมชนให้เป็นจุดสนใจแห่งใหม่ต้อนรับนักท่องเที่ยว 4) มีสื่อการตลาดออนไลน์ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาสืบต่อไป เพื่อการสื่อสารการตลาดที่มีประสิทธิภาพไปยังกลุ่มเป้าหมาย ที่กล่าวมานั้นจะมีผลทำให้เกิดการขับเคลื่อนอย่างเป็นรูปธรรมในการพัฒนาและสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาสืบต่อไปให้มีความสามารถในแข่งขันในตลาดเครื่องปั้นดินเผา จะทำให้เกิดผลกระทบ (Expected Impacts) ด้านเศรษฐกิจสร้างรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา พัฒนาต่อยอดให้เป็นทั้งผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP : One tambon one product) และผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย (CPOT : Critical-care pain observation tool) พัฒนาแผนจัดการผลิตเครื่องปั้นดินเผา และแผนธุรกิจ/การตลาดของชุมชน เป็นการเพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจให้กับชุมชน ด้านวิชาการถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยี คนในชุมชนมีทักษะ ด้านสังคมสร้างความร่วมมือในการอนุรักษ์ ต่อยอดภูมิปัญญา สืบทอดมรดกทางวัฒนธรรม ก่อให้เกิดการพัฒนาและสร้างสรรค์กิจกรรมอื่นๆ เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ สร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนสืบต่อไปมีการพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

ผู้วิจัยและคณะ จึงได้เล็งเห็นความสำคัญของปัญหาดังกล่าว เพื่อเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาสืบต่อไปสู่การเป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรม ตลอดจนสร้างงานและยกระดับเศรษฐกิจระดับชุมชนให้มีรายได้อย่างยั่งยืน โดยกำหนดวัตถุประสงค์การวิจัย จำนวน 4 ข้อ ดังต่อไปนี้

1. เพื่อสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาสืบต่อไป ตำบลสืบต่อไป อำเภอท่าหลวง จังหวัดลพบุรี

2. เพื่อสร้างต้นแบบตราสินค้า ฉลากสินค้าและบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาซั้บจำปา ตำบลซั้บจำปา อำเภอกำแพง จังหวัดลพบุรี
3. เพื่อสร้างต้นแบบประติมากรรมเครื่องปั้นดินเผาซั้บจำปาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ตำบลซั้บจำปา อำเภอกำแพง จังหวัดลพบุรี
4. เพื่อสร้างการตลาดออนไลน์ส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาซั้บจำปา อำเภอกำแพง จังหวัดลพบุรี

ประโยชน์การวิจัย

กลุ่มชุมชนซั้บจำปาสามารถเพิ่มมูลค่าผลิตสินค้าเครื่องปั้นดินเผาซั้บจำปา ตำบลซั้บจำปา อำเภอกำแพง จังหวัดลพบุรี ทำให้มีความสามารถในการแข่งขันในตลาดเครื่องปั้นดินเผา มีต้นแบบตราสินค้า ฉลากสินค้า และบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างแบรนด์ มีต้นแบบประติมากรรมเครื่องปั้นดินเผาขนาดใหญ่ สร้างอัตลักษณ์ให้กับชุมชนสำหรับส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีสื่อการตลาดออนไลน์เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการขาย การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ ผ่านโลกออนไลน์ทำให้เป็นที่รู้จักกว้างขวางมากขึ้น และเป็นการพัฒนาทักษะเป็นทางเลือกที่หลากหลายในการสร้างอาชีพ และนำไปสู่การมีรายได้ของชุมชนท้องถิ่น

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมนี้ ได้สังเคราะห์ข้อมูลกำหนดแนวทางในการแก้ปัญหา และดำเนินกิจกรรมตามขั้นตอน ดังนี้ 1) การจัดประชุมผู้ที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ 2) การจัดกลุ่มของปัญหาที่เกี่ยวข้องทั้งหมดแล้วจัดประเภทให้ชัดเจน 3) ร่วมกันพิจารณาเลือกวิธีการแก้ปัญหาและออกแบบการวิจัยแต่ละประเภทตามความเหมาะสม 4) ดำเนินการจัดเก็บข้อมูลเบื้องต้นในพื้นที่ เพื่อตรวจสอบและปรับปรุงเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 5) วิเคราะห์ข้อมูลในสภาพปัจจุบัน และสิ่งที่เกี่ยวข้องในพื้นที่คาดหวัง ใช้วิธีการระดมความคิดเพื่อแก้ปัญหาและเกิดผลลัพธ์ที่ต้องการในการพัฒนาชุมชน 6) จัดทำรายงานสรุปผลและนำเสนอต่อที่ประชุมอีกครั้ง เพื่อให้สมาชิกในชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้องสร้างการรับรู้ ร่วมอภิปรายสร้างการยอมรับในการแก้ปัญหาครั้งนี้ 7) ร่วมกันวางแผน กำหนดวัตถุประสงค์การวิจัยเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ ขั้นตอนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Suthinarakom, 2017, pp. 105-106) และการถ่ายทอดเทคโนโลยี (Khalil, 2000) องค์ความรู้ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพด้วยการลงมือปฏิบัติด้วยกระบวนการใหม่ ก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาที่หลากหลาย อีกทั้งมีการสาธิตถ่ายทอดเทคโนโลยีในการสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อส่งเสริมการขายด้วยตราสินค้า ฉลากสินค้า บรรจุภัณฑ์ และสื่อการตลาดออนไลน์ ตลอดจนการสร้างประติมากรรมขนาดใหญ่ ส่งเสริมการท่องเที่ยว ประกอบด้วยแนวคิดในการพัฒนาต้นแบบเครื่องปั้นดินเผา (Somprasong, 1992, p. 2) มีการออกแบบได้หลายแนวทาง (Leksawat, 2005, p. 255) แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มในการออกแบบตราสินค้า (Brand) ฉลากสินค้า (Label) และบรรจุภัณฑ์ (Package) ซึ่งเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ จูงใจให้ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์ (Rungruengpol, 2009, pp. 133, 141, 143-144; Kunthonbutr, 2009, pp. 140-149) แนวคิดการสร้างต้นแบบประติมากรรมขนาดใหญ่สร้างอัตลักษณ์ให้กับชุมชน เพื่อส่งเสริมให้เป็นแหล่งการท่องเที่ยวแห่งใหม่ของจังหวัดลพบุรี (Booncham, 2016, pp. 1-3) และแนวคิดการตลาดออนไลน์ (Online marketing) เนื่องจากเทคโนโลยีดิจิทัลได้เข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตของทุกคน ถือเป็นโอกาสสำคัญของการทำธุรกิจ รวมถึงการสื่อสารทางการตลาดไปยังกลุ่มเป้าหมายด้วยเครื่องมือการตลาดออนไลน์ (Triphopsakul, 2021, p. 341) โดยทำการสังเคราะห์เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพ 1



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Suthinarakorn, 2017, pp. 105-106) ประชากรในการวิจัยเป็นคนในชุมชนซ์จำปาและผู้ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 50 คน เป็นกลุ่มอนุรักษ์ที่มีส่วนร่วมกันฟื้นฟูเครื่องปั้นดินเผา โบราณสถานเมืองโบราณ พิพิธภัณฑซ์จำปา และปาจำปีสิรินธร ได้แก่ กลุ่มราษฎรตำบลซ์จำปา ทั้ง 7 หมู่บ้าน ผู้แทนจากกลุ่มกำนันผู้ใหญ่บ้าน องค์การบริหารส่วนตำบลซ์จำปา กลุ่มหน่วยงานการศึกษา กลุ่มหน่วยงานพัฒนาชุมชน กลุ่มหน่วยงานวัฒนธรรม กลุ่มหน่วยงานภาคเอกชนในพื้นที่ และกลุ่มอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกเครื่องปั้นดินเผา ซ์จำปา เป็นต้น ซึ่งผู้ที่เกี่ยวข้องเป็นผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับเครื่องปั้นดินเผา และมีความต้องการเพิ่มมูลค่าเครื่องปั้นดินเผาพัฒนาทักษะในการสร้างผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างรายได้ และพัฒนาชุมชนให้มีความยั่งยืน เป็นแหล่งท่องเที่ยว พัฒนาต่อยอดให้เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน และผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย โดยกลุ่มเป้าหมายใช้วิธีเลือกแบบเจาะจงจากผู้ที่สมัครใจจำนวน 15 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบบันทึกข้อมูล แบบบันทึกการสังเกต แบบประเมินความเหมาะสม และแบบสัมภาษณ์แบบปลายเปิด โดยมีคำถาม 5 ประเด็น เกี่ยวกับ 1) สภาพปัญหาและความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนซ์จำปา 2) การคัดเลือกภาษาณะเครื่องปั้นดินเผาโบราณที่จะนำมาเป็นต้นแบบผลิตภัณฑ์ 3) แนวทางการพัฒนาด้านการตลาด 4) แนวทางการส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว และ 5) แนวทางการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ และการตลาดออนไลน์ ซึ่งโครงการนี้ได้รับการพิจารณาจากโครงการบ่มเพาะหมู่บ้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 โดยมีขั้นตอนสร้างแบบประเมินความเหมาะสม ศึกษาจากเอกสารและหลักฐานที่เกี่ยวข้อง และดำเนินการสร้างแบบประเมินความเหมาะสม 4 แบบ ได้แก่ 1) แบบประเมินความเหมาะสมการสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาซ์จำปา 2) แบบประเมินความเหมาะสมการสร้างตรายินค้า ฉลากสินค้าและบรรจุภัณฑ์ 3) แบบประเมินความเหมาะสมการสร้างต้นแบบประติมากรรม และ 4) แบบประเมินความเหมาะสมการตลาดออนไลน์ ใช้มาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ (Rating scale) ประกอบด้วย 5 เท่ากับมากที่สุด 4 เท่ากับมาก 3 เท่ากับปานกลาง 2 เท่ากับน้อย และ 1 เท่ากับน้อยที่สุด (Srisa-ard, 2017, p. 102) หากคุณภาพด้วยการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 12 คน

ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องปั้นดินเผา 3 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านตราสินค้า ฉลากสินค้าและบรรจุภัณฑ์ 3 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านประติมากรรม 3 คน และผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดออนไลน์ 3 คน พร้อมทั้งหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC : Index of item objective congruence) (Tirakanan, 2007, p. 165) พบว่า ทั้งฉบับมีค่าอยู่ระหว่าง 0.60-1.00 และได้ปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยและคณะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลหลายขั้นตอน เริ่มจากการบันทึกข้อมูลจากการสำรวจพื้นที่ ประชุมผู้ที่เกี่ยวข้อง ร่วมกันสนทนาตามประเด็นที่กำหนดไว้อย่างเป็นกันเอง พร้อมบันทึกการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม สัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายเชิงลึกใน 5 ประเด็น จัดกิจกรรมถ่ายทอดเทคโนโลยี 4 กิจกรรม และติดตามผล ดังนี้

กิจกรรมที่ 1 การสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาซัจจำปา ได้ดำเนินงานถ่ายทอดเทคโนโลยี โดยผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องปั้นดินเผาด้วยการบรรยาย สาธิต ปฏิบัติจริงและดูแลพร้อมให้คำแนะนำตามขั้นตอน คือ 1) การจัดประชุมกลุ่มเป้าหมายในการเพิ่มผลิตภัณฑ์ ได้คัดเลือกมา 5 รูปแบบ เพื่อนำมาสร้างต้นแบบ 2) การวาดลวดลายร่างแบบ 2 มิติ 3) การสร้างต้นแบบด้วยมือและการใช้แป้นหมุน 4) การทำแบบพิมพ์ใช้งานด้วยปูนปลาสเตอร์ 5) การจัดเตรียมน้ำดินเพื่อให้มีสมบัติที่เหมาะสมในการหล่อน้ำดินลงในแบบพิมพ์ 6) การจัดกิจกรรมสาธิตและฝึกปฏิบัติการเตรียมแบบพิมพ์สำหรับหล่อน้ำดิน 7) การเทน้ำดินที่เหลือออกจากแบบพิมพ์ 8) การแกะชิ้นงานดินดิบออกจากแบบพิมพ์ 9) การตกแต่งพื้นผิวและลวดลายผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดินดิบ 10) การเผาเตาพื้นแบบผสมระหว่างการใช้แก๊สและเศษฟืน ที่เหลือใช้วัสดุจากธรรมชาติ ใช้เวลาประมาณ 10-15 ชั่วโมง เผาระวังการลุกไหม้ของเชื้อเพลิงฟืนในแต่ละช่วง และเก็บผลิตภัณฑ์ที่เผาเสร็จแล้ว 11) การนำผลิตภัณฑ์มาตกแต่งลวดลายหลังการเผาที่เป็นลวดลายโบราณดั้งเดิม และ 12) การให้กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมพิจารณาผลงานและการประเมินความเหมาะสม

กิจกรรมที่ 2 การสร้างตราสินค้า ฉลากสินค้า และบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาซัจจำปา ได้ดำเนินงานโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างตราสินค้า ฉลากสินค้า และบรรจุภัณฑ์ด้วยการบรรยาย สาธิต ปฏิบัติจริงและนำดูแลพร้อมให้คำแนะนำตามขั้นตอน คือ 1) การถ่ายทอดเทคโนโลยีเกี่ยวกับตราสินค้า ฉลากสินค้าและบรรจุภัณฑ์ 2) การร่วมกันพิจารณาเลือกภาษาและโบราณที่เป็นอัตลักษณ์เพื่อนำมาเป็นต้นแบบในการออกแบบตราสินค้า ฉลากสินค้าและบรรจุภัณฑ์ 3) การร่างแบบตราสินค้าด้วยมือในกระดาษ 4) การร่วมกันพิจารณาแบบตราสินค้า 5) การร่างแบบตราสินค้า ฉลากสินค้าและบรรจุภัณฑ์ 6) การร่วมกันพิจารณาร่างแบบตราสินค้า ฉลากสินค้าและบรรจุภัณฑ์ 7) การร่วมกันเลือกวัสดุกระดาษในการทำตราสินค้า ฉลากสินค้าและบรรจุภัณฑ์ 8) การทดลองสิ่งพิมพ์ตัวอย่างของตราสินค้า ฉลากสินค้าและบรรจุภัณฑ์ และพิจารณาความเรียบร้อย 9) ผู้วิจัยและคณะนำเสนอตัวอย่างตราสินค้า ฉลากสินค้า และบรรจุภัณฑ์ และ 10) การให้กลุ่มเป้าหมาย มีส่วนร่วมพิจารณาผลงานและการประเมินความเหมาะสม

กิจกรรมที่ 3 การสร้างต้นแบบประติมากรรมเครื่องปั้นดินเผาขนาดใหญ่เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยผู้เชี่ยวชาญด้านประติมากรรมและเครื่องปั้นดินเผาด้วยการบรรยาย และสาธิต ตามขั้นตอนคือ 1) การจัดประชุมชี้แจงให้ทราบถึงที่มาและเหตุผลในการสร้างต้นแบบประติมากรรมขนาดใหญ่ 2) ถ่ายทอดเทคโนโลยีเกี่ยวกับการสร้างต้นแบบประติมากรรมขนาดใหญ่ 3) การร่วมกันเลือกแบบในการสร้างประติมากรรม 4) การร่วมพิจารณาสถานที่ติดตั้งประติมากรรม โดยมีมติร่วมกันให้ตั้งปากทางเข้าพิพิธภัณฑ์ซัจจำปา ร่วมกับประติมากรรมตึกแดนป่าทั้งห้า ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของทางเข้าจำปาปัสสิรินธร มองเห็นต้นแบบประติมากรรมได้อย่างชัดเจน 5) การออกแบบและกำหนดให้ประติมากรรม มีขนาดความกว้าง ความยาวและความหนา 2x1.5x2 เมตร 6) การจัดหาและเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ในการทำประติมากรรม 7) การประสานผู้รับจ้างเหมาะสมสร้างประติมากรรม 8) การตกแต่งพื้นผิวลวดลายและสีสันท 9) การตรวจรับงานต้นแบบประติมากรรม และ 10) การให้กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมพิจารณาผลงานและการประเมินความเหมาะสม

กิจกรรมที่ 4 การตลาดออนไลน์ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อการตลาดออนไลน์ ด้วยการบรรยาย สาธิต ปฏิบัติจริง และนำคู่มือพร้อมให้คำแนะนำตามขั้นตอน ดังนี้ 1) การถ่ายทอดเทคโนโลยีและแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับการตลาดออนไลน์ การเขียนเนื้อหา และเทคนิคการถ่ายภาพผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ 2) การให้กลุ่มเป้าหมายฝึกปฏิบัติถ่ายภาพผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา 3) การให้กลุ่มเป้าหมายปฏิบัติการสร้างเพจเฟซบุ๊ก และกลุ่มเฟซบุ๊กเครื่องปั้นดินเผาฉบับจำปา 4) การให้กลุ่มเป้าหมายฝึกปฏิบัติการเขียนเนื้อหาและโพสต์เผยแพร่ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา 5) การให้ร่วมกันเลือกผู้บริหารจัดการดูแลเพจเฟซบุ๊กและกลุ่มเฟซบุ๊ก และ 6) การให้กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมและประเมินความเหมาะสม

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่เลือกใช้

ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) วิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบกับตัวเลขจากแบบประเมินความเหมาะสม โดยใช้สถิติหาค่าเฉลี่ย (Mean : \bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation : S.D.) การกำหนดเกณฑ์แปลผลความเหมาะสมตามค่าเฉลี่ย ดังนี้ ค่าเฉลี่ย 4.51–5.00 หมายถึงมากที่สุด 3.51–4.50 หมายถึงมาก 2.51–3.50 หมายถึงปานกลาง 1.51–2.50 หมายถึงน้อย และ 1.00–1.50 หมายถึงน้อยที่สุด (Srisa-ard, 2017, pp. 120-121)

ผลการวิจัย

1. การสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาฉบับจำปา อำเภอท่าหลวง จังหวัดลพบุรี แสดงผลการวิจัยดังต่อไปนี้



แบบที่ 1 เเบญจทรัพย์ แบบที่ 2 เเบญจสิน แบบที่ 3 เเบญจธรรม แบบที่ 4 เเบญจชาติ แบบที่ 5 เเบญจภพ

ภาพ 2 ตัวอย่างต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาฉบับจำปา อำเภอท่าหลวง จังหวัดลพบุรี

ที่มา : ถ่ายภาพเมื่อวันที่ 5-6 มกราคม 2565 ณ กลุ่มอนุรักษ์พื้นฟูมรดกเครื่องปั้นดินเผาฉบับจำปา จังหวัดลพบุรี

จากภาพ 2 พบว่า การสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาฉบับจำปา ได้ต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาฉบับจำปาพร้อมชื่อผลิตภัณฑ์ จำนวน 5 รูปแบบ ประกอบด้วย แบบที่ 1 เเบญจทรัพย์ แบบที่ 2 เเบญจสิน แบบที่ 3 เเบญจธรรม แบบที่ 4 เเบญจชาติ และแบบที่ 5 เเบญจภพ โดยมีความเหมาะสม ดังตาราง 1

ตาราง 1 ความเหมาะสมของการสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาฉบับจำปา อำเภอท่าหลวง จังหวัดลพบุรี

ที่	รายการประเมินความเหมาะสม	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1	ต้นแบบเครื่องปั้นดินเผาเป็นอัตลักษณ์ของฉบับจำปา มีความโดดเด่น และแตกต่างจากท้องถิ่นอื่น	4.47	0.52	มาก
2	ต้นแบบเครื่องปั้นดินเผามีลวดลายและสีสัน กลมกลืนและร่วมสมัย	4.40	0.51	มาก
3	ต้นแบบเครื่องปั้นดินเผา มีรูปร่างและรูปทรงได้สัดส่วนสวยงาม	4.40	0.63	มาก
4	ต้นแบบเครื่องปั้นดินเผามีพื้นผิว ลวดลายและสีสันง่ายต่อการผลิต	4.47	0.52	มาก
5	ต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เหมาะสมกับการนำไปใช้งาน	4.47	0.52	มาก
ภาพรวมเฉลี่ย		4.44	0.54	มาก

จากตาราง 1 พบว่า ภาพรวมของต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาซำป่า อำเภอกำแพง จังหวัดลพบุรี ที่สร้างขึ้น จำนวน 5 รูปแบบ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.44$, S.D.=0.54) พิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากทุกข้อ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยคือ ต้นแบบเครื่องปั้นดินเผาเป็นอัตลักษณ์ของซำป่า มีความโดดเด่น และแตกต่างจากท้องถิ่นอื่น, ต้นแบบเครื่องปั้นดินเผาที่มีพื้นผิวลวดลายและสีสันทัดต่อการผลิต และต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เหมาะสมกับการนำไปใช้งาน ($\bar{X}=4.47$, S.D.=0.52) ต้นแบบเครื่องปั้นดินเผา มีรูปร่างและรูปทรงได้สัดส่วนสวยงาม ($\bar{X}=4.40$, S.D.=0.63) และต้นแบบเครื่องปั้นดินเผาที่มีลวดลายและสีสันทน กลมกลืนและร่วมสมัย ($\bar{X}=4.40$, S.D.=0.51)

สำหรับ ผลการถ่ายทอดเทคโนโลยี พบว่า กลุ่มเป้าหมายที่อยู่ในพื้นที่ มีคุณลักษณะหลังการพัฒนา พบว่า มีทักษะและสามารถลงมือปฏิบัติงานสร้างผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาได้จริง ภายใต้การดูแลของผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องปั้นดินเผา เพื่อให้ปฏิบัติงานได้ตามขั้นตอนและได้ผลงานเครื่องปั้นดินเผาที่ต้องการ

2. การสร้างต้นแบบตราสินค้า ฉลากสินค้าและบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาซำป่า อำเภอกำแพง จังหวัดลพบุรี แสดงผลการวิจัย ดังต่อไปนี้



ภาพ 3 ตัวอย่างกระบวนการออกแบบสร้างตราสินค้า

ที่มา : ถ่ายภาพเมื่อวันที่ 12 เมษายน 2565 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี จังหวัดลพบุรี



ภาพ 4 ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้าและฉลากสินค้า

ที่มา : ถ่ายภาพเมื่อวันที่ 12 เมษายน 2565 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี จังหวัดลพบุรี

จากภาพ 3 และภาพ 4 พบว่า ต้นแบบตราสินค้า ฉลากสินค้าและบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาซำป่า อำเภอกำแพง จังหวัดลพบุรี ที่สร้างขึ้น ได้ตราสินค้า ฉลากสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ที่มีชื่อว่า “TAWARA SAP CHAMPA POTTERY” โดยมีความเหมาะสม ดังตาราง 1

ตาราง 2 ความเหมาะสมการสร้างตราสินค้า ฉลากสินค้า และบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาซั้บจำปา อำเภอท่าหลวง จังหวัดลพบุรี

ลำดับ	รายการประเมินความเหมาะสม	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1	ตราสินค้า ฉลากสินค้า และบรรจุภัณฑ์ ใช้สีสันทึ่สวยงาม สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของเครื่องปั้นดินเผาซั้บจำปา	4.33	0.49	มาก
2	ตราสินค้า ฉลากสินค้า และบรรจุภัณฑ์ มีความโดดเด่น ทันสมัย และเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์	4.47	0.52	มาก
3	ตราสินค้า ฉลากสินค้า และบรรจุภัณฑ์ ดูดี มีคุณภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค	4.40	0.51	มาก
4	บรรจุภัณฑ์เลือกใช้วัสดุ และสีสันทึ่กลมกลืนกับตราสินค้าและฉลากสินค้า	4.40	0.51	มาก
5	ตราสินค้า ฉลากสินค้า และบรรจุภัณฑ์ ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาซั้บจำปาที่อยู่ในมีมูลค่าเพิ่ม	4.47	0.52	มาก
สรุปภาพรวม		4.41	0.51	มาก

จากตาราง 2 พบว่า ภาพรวมความเหมาะสมของการสร้างตราสินค้า ฉลากสินค้า และบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาซั้บจำปา อำเภอท่าหลวง จังหวัดลพบุรี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.41, S.D.=0.51$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ตราสินค้า ฉลากสินค้า และบรรจุภัณฑ์ มีความโดดเด่น ทันสมัย และเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ และตราสินค้า ฉลากสินค้า และบรรจุภัณฑ์ ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาซั้บจำปาที่อยู่ในมีมูลค่าเพิ่ม ($\bar{X}=4.47, S.D.=0.52$) ตราสินค้า ฉลากสินค้า และบรรจุภัณฑ์ ดูดี มีคุณภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค และบรรจุภัณฑ์เลือกใช้วัสดุ และสีสันทึ่กลมกลืนกับตราสินค้าและฉลากสินค้า ($\bar{X}=4.40, S.D.=0.51$) และตราสินค้า ฉลากสินค้า และบรรจุภัณฑ์ ใช้สีสันทึ่สวยงาม สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของเครื่องปั้นดินเผาซั้บจำปา ($\bar{X}=4.33, S.D.=0.49$)

สำหรับการถ่ายทอดเทคโนโลยี พบว่า กลุ่มเป้าหมายที่อยู่ในพื้นที่ ได้นำตราสินค้า ฉลากสินค้า และบรรจุภัณฑ์มาใช้สร้างแบรนด์ในการตลาด และเป็นสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาซั้บจำปาได้เป็นอย่างดี

3. สร้างต้นแบบประติมากรรมเครื่องปั้นดินเผาซั้บจำปาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว อำเภอท่าหลวง จังหวัดลพบุรี แสดงผลการวิจัย ดังต่อไปนี้



ภาพ 5 ประติมากรรมเครื่องปั้นดินเผาซั้บจำปาต้นแบบ ตั้งอยู่คู่กับตึกแดนป่าทั้งก้าด้านหน้าทางเข้าจำปาลีรินธร และพิพิธภัณฑ์ซั้บจำปา

ที่มา : ถ่ายภาพเมื่อวันที่ 3 มกราคม 2565 ณ ด้านหน้าทางเข้าจำปาลีรินธรและพิพิธภัณฑ์ซั้บจำปา จังหวัดลพบุรี

จากภาพ 5 พบว่า ได้ต้นแบบประติมากรรมเครื่องปั้นดินเผาขนาดใหญ่ที่สร้างขึ้นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว และสร้างอัตลักษณ์ในชุมชน มีขนาดความกว้าง ความยาว และความหนา 2x1.5x2 เมตร โดดเด่นอยู่คู่กับตึกแทนป่าทั้งห้า ด้านหน้าทางเข้าจำปีสิรินธรและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ตำบลชัยจำปา อำเภอท่าหลวง จังหวัดลพบุรี โดยมีความเหมาะสม ดังตาราง 3

ตาราง 3 ความเหมาะสมของการสร้างต้นแบบประติมากรรมเครื่องปั้นดินเผาขนาดใหญ่ ตำบลชัยจำปา อำเภอท่าหลวง จังหวัดลพบุรี

ลำดับ	รายการประเมินความเหมาะสม	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1	ประติมากรรมเครื่องปั้นดินเผาขนาดใหญ่ มีขนาดใหญ่ ใช้สีสันทันและสวยงาม โดดเด่นเห็นได้ชัดเจน	4.33	0.62	มาก
2	ประติมากรรมเครื่องปั้นดินเผาขนาดใหญ่ สร้างอัตลักษณ์ให้กับชุมชนชัยจำปา ส่งเสริมการท่องเที่ยว	4.47	0.52	มาก
3	ประติมากรรมเครื่องปั้นดินเผาขนาดใหญ่มีการจัดวางได้อย่างสมดุล ตั้งอยู่ในบริเวณที่เหมาะสม และกลมกลืนกับสถานที่	4.47	0.52	มาก
4	ประติมากรรมเครื่องปั้นดินเผาขนาดใหญ่สามารถเป็นจุดสนใจ และเป็นสถานที่ถ่ายภาพของนักท่องเที่ยว	4.40	0.51	มาก
5	ประติมากรรมเครื่องปั้นดินเผาขนาดใหญ่สะท้อนเรื่องราวที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี	4.47	0.52	มาก
สรุปภาพรวม		4.43	0.53	มาก

จากตาราง 3 พบว่า ภาพรวมความเหมาะสมของต้นแบบประติมากรรมเครื่องปั้นดินเผาขนาดใหญ่เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ตำบลชัยจำปา อำเภอท่าหลวง จังหวัดลพบุรี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.43$, S.D.=0.53) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ประติมากรรมเครื่องปั้นดินเผาขนาดใหญ่ สร้างอัตลักษณ์ให้กับชุมชนชัยจำปา ส่งเสริมการท่องเที่ยว ต้นแบบประติมากรรมเครื่องปั้นดินเผาขนาดใหญ่มีการจัดวางได้อย่างสมดุล ตั้งอยู่ในบริเวณที่เหมาะสม และกลมกลืนกับสถานที่ และประติมากรรมเครื่องปั้นดินเผาขนาดใหญ่สะท้อนเรื่องราวที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ($\bar{X}=4.47$, S.D.=0.52) รองลงมา ได้แก่ ประติมากรรมเครื่องปั้นดินเผาขนาดใหญ่สามารถเป็นจุดสนใจ และเป็นสถานที่ถ่ายภาพของนักท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.40$, S.D.=0.51) และประติมากรรมเครื่องปั้นดินเผาขนาดใหญ่มีขนาดใหญ่ ใช้สีสันทันและสวยงาม โดดเด่นเห็นได้ชัดเจน ($\bar{X}=4.33$, S.D.=0.62)

สำหรับการถ่ายทอดเทคโนโลยี พบว่า ชุมชนมีต้นแบบประติมากรรมเครื่องปั้นดินเผาขนาดใหญ่ที่เป็นอัตลักษณ์ เป็นจุดสนใจ และเป็นจุดสนใจในการถ่ายภาพของนักท่องเที่ยว

4. การสร้างการตลาดออนไลน์ส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาขนาดใหญ่ ตำบลชัยจำปา อำเภอท่าหลวง จังหวัดลพบุรี แสดงผลการวิจัย ดังต่อไปนี้



ภาพ 6 ตัวอย่างเพจเฟซบุ๊ก: เครื่องปั้นดินเผาบ้านซำจำปา และกลุ่มเฟซบุ๊ก: กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาบ้านซำจำปา

จากภาพ 6 พบว่า การสร้างการตลาดออนไลน์ส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาซำจำปา ได้ช่องทางการตลาดออนไลน์เพื่อส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาซำจำปา ตำบลซำจำปา อำเภอท่าหลวง จังหวัดลพบุรี ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 2 ช่องทาง ประกอบด้วย เพจเฟซบุ๊กชื่อ “เครื่องปั้นดินเผาบ้านซำจำปา” (<https://www.facebook.com/profile.php?id=100066740825798>) และ กลุ่มเฟซบุ๊กชื่อ “กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาบ้านซำจำปา” (<https://www.facebook.com/groups/842181066408516>) โดยมีความเหมาะสม ดังตาราง 4

ตาราง 4 ความเหมาะสมการสร้างการตลาดออนไลน์ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาซำจำปา

ลำดับ	รายการประเมินความเหมาะสม	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1	สื่อสังคมออนไลน์ทั้งเพจเฟซบุ๊กและกลุ่มเฟซบุ๊ก มีความสามารถในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ การตลาดและขายออนไลน์ผลิตภัณฑ์	4.27	0.46	มาก
2	การตั้งชื่อเพจเฟซบุ๊กและกลุ่มเฟซบุ๊ก ใช้คำที่ผู้บริโภคจะพินิจค้นหาได้มากที่สุด	4.40	0.51	มาก
3	การใช้ภาพโปรไฟล์เฟซบุ๊กและกลุ่มเฟซบุ๊ก มีภาพประกอบของผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน สื่อความหมายและจดจำได้ง่าย	4.47	0.52	มาก
4	สื่อสังคมออนไลน์ทั้งเพจเฟซบุ๊กและกลุ่มเฟซบุ๊ก มีการโพสต่กิจกรรมผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ซำจำปาอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้สนใจ	4.47	0.52	มาก
5	ในภาพรวมสื่อสังคมออนไลน์ทั้งเพจเฟซบุ๊กและกลุ่มเฟซบุ๊กมีความสามารถส่งเสริมการขาย ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาซำจำปา	4.40	0.51	มาก
สรุปภาพรวม		4.40	0.50	มาก

จากตาราง 4 พบว่า ภาพรวมความเหมาะสมของการสร้างการตลาดออนไลน์ส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาซำจำปา ตำบลซำจำปา อำเภอท่าหลวง จังหวัดลพบุรี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.40$, S.D.=0.50) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ การใช้ภาพโปรไฟล์เฟซบุ๊ก

และกลุ่มเฟซบุ๊ก มีภาพประกอบของผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน สื่อความหมายและจดจำได้ง่าย, สื่อสังคมออนไลน์ ทั้งเพจเฟซบุ๊กและกลุ่มเฟซบุ๊ก มีการโพสต์กิจกรรมผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาซ้ำอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้สนใจ ($\bar{X}=4.47$, S.D.=0.52) รองลงมาได้แก่ การตั้งชื่อเพจเฟซบุ๊กและกลุ่มเฟซบุ๊ก ใช้คำที่ผู้บริโภคจะพิมพ์ค้นหาได้มากที่สุด, ในภาพรวมสื่อสังคมออนไลน์ทั้งเพจเฟซบุ๊กและกลุ่มเฟซบุ๊กมีความสามารถส่งเสริมการขาย ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาซ้ำจำปา ($\bar{X}=4.40$, S.D.=0.51) และสื่อสังคมออนไลน์ทั้งเพจเฟซบุ๊กและกลุ่มเฟซบุ๊กมีความสามารถในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ การตลาดและขายออนไลน์ผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}=4.27$, S.D.=0.46)

สำหรับ การถ่ายทอดเทคโนโลยี พบว่า หลังจากได้รับความรู้การสร้างการตลาดออนไลน์และสร้างเพจเฟซบุ๊กและกลุ่มเฟซบุ๊กแล้ว กลุ่มเป้าหมาย ได้ดำเนินการโพสต์กิจกรรมการสร้างผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาซ้ำจำปา เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และมีการติดต่อซื้อขายและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาผ่านสื่อออนไลน์เฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่อง

ผู้วิจัยและคณะ ได้สรุปการพัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาซ้ำจำปา ตำบลซ้ำจำปา อำเภอท่าหลวง จังหวัดลพบุรี ดังภาพ 7



ภาพ 7 การพัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาซ้ำจำปา ตำบลซ้ำจำปา อำเภอท่าหลวง จังหวัดลพบุรี

อภิปรายผล

การพัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาซ้ำจำปา มีเป้าหมายเพื่อการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาซ้ำจำปา ส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนให้ยั่งยืนที่ได้มีจำนวน 5 รูปแบบ ประกอบด้วย เบญจทรัพย์ เบญจสิน เบญจธรรม เบญจชาติ และเบญจภพ โดยสมาชิกในชุมชนเป็นคนที่สำคัญในดำเนินการผลิตเครื่องปั้นดินเผาซ้ำจำปา ด้วยทักษะและประสบการณ์ด้านศิลปะที่ได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยี ที่ได้มีการประยุกต์ ลวดลายขึ้นมาเพิ่มเติมจากลวดลายโบราณดั้งเดิม โดยการเพิ่มลายชุดขีดลายเส้นและการแกะสลักพื้นผิวชิ้นงานให้มีลักษณะจัดองค์ประกอบที่สอดคล้องกัน เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงาม และมีคุณค่าด้านการใช้ประโยชน์ สอดคล้องกับ จีรพันธ์ สมประสงค์ (Somprasong, 1992, p. 2) ที่พบว่าเครื่องปั้นดินเผาเป็นศิลปะที่ถูกสร้างขึ้น

จากวัสดุที่เป็นดินเผาที่ไม่ว่าจะสร้างขึ้นเพื่อประโยชน์ในการใช้สอยหรือเพื่อความสะดวกในการดำรงชีพ และสุขุมาล เล็กสวัสดิ์ (Leksawat, 2005, p. 255) ได้กล่าวถึงแนวทางในการออกแบบภาชนะเครื่องปั้นดินเผาผลงานโบราณ เป็นแนวทางที่มีการดัดแปลงภาชนะโดยใช้รูปทรงเทคนิค และกรรมวิธีคล้ายกับผลงานยุคก่อนประวัติศาสตร์ตามวัฒนธรรม ของชนชาติ ซึ่งผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาฉบับจำปา ทั้ง 5 รูปแบบ มีลักษณะเป็น 3 มิติ เป็นรูปทรงแบบลอยตัวที่เห็นรูปร่าง ลักษณะภายนอกของรูปทรงและเห็นรูปทรงภายในด้วย จึงสร้างความน่าสนใจในมิติให้แก่ผู้พบเห็นได้เป็นอย่างดี ในเรื่องของขนาด ของผลิตภัณฑ์ควรผลิตให้มีความหลากหลายขนาด ทั้งขนาดกลาง ขนาดเล็ก เพื่อสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว และตลาด สอดคล้องกับ สืบศักดิ์ สิริมงคลกาล (Sirimongkolgal, 2022, p. 133) ในการสร้างสรรค์งานขนาดของผลงาน จะช่วยให้งานดูมีพลัง ส่งผลให้ผลงานน่าสนใจมากยิ่งขึ้น และส่วนจะนำไปต่อขยายต่อยอดในด้านการมีขนาดที่เล็กลง หลายขนาดนั้น ให้เกิดจากเสียงตอบรับจากตลาดของผู้ซื้อแล้ว จึงนำมาเป็นแนวในกำหนดจำนวนการผลิตต่อไป

“TAWARA SAP CHAMPA POTTERY” เป็นชื่อตราสินค้าที่ใช้สร้างเป็นแบรนด์ให้กับสินค้า โดยมีการนำไปใส่ ต่อท้ายภาพตราสินค้า พร้อมมีฉลากสินค้าและบรรจุภัณฑ์เป็นองค์ประกอบที่จะทำให้จดจำได้ง่าย สื่อความหมายว่า เป็นผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาฉบับจำปา ซึ่งสอดคล้องกับ สุชาติ ไตรภพสกุล (Triphopsakul, 2021, p. 209) พบว่า การสร้างแบรนด์เป็นกระบวนการในการสร้างเอกลักษณ์ทั้งชื่อและภาพลักษณ์ที่ดีของสินค้าให้เกิดขึ้นในใจของผู้บริโภค สุดาพร กุณฑลบุตร (Kunthonbutr, 2009, p. 140) เน้นตราสินค้าที่มุ่งให้ลูกค้าจำสินค้าของตนได้และกลับมาซื้อซ้ำอีก ตลอดไป ดังนั้น จึงต้องกำหนดตราสินค้าเพื่อให้ลูกค้าสามารถแยกสินค้าของตนจากสินค้ากิจการอื่นได้ ในส่วนฉลากสินค้า เป็นช่องทางในการสื่อสารให้กับผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวได้ทราบถึงประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผาฉบับจำปา นชาติ บัวคลี (Buakli, 2018, p. 94) อธิบายถึงงานออกแบบจะต้องเชื่อมโยงกับรูปแบบเดิม ของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งต้องสะท้อนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ส่วนข้อจำกัดของฉลากสินค้าคือ ыхขนาดใน ส่วนของชื่อผลิตภัณฑ์ วิธีการเก็บรักษา ชื่อ ที่อยู่ของผู้ผลิต ช่องทางการติดต่อ และ QR Code ซึ่งจะต้องมีการปรับปรุง ในโอกาสต่อไปให้ดียิ่งขึ้น และ วิทวัส รุ่งเรืองผล (Rungruengpol, 2009, p. 145) ได้อธิบายถึงบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า และฉลากสินค้า ที่มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าตัวผลิตภัณฑ์ และอาจมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า มากกว่าตัวผลิตภัณฑ์เอง ผู้ผลิตและนักการตลาดต้องให้ความสนใจในการปรับปรุงและพัฒนาตราหือให้แข็งแกร่ง พัฒนาบรรจุภัณฑ์และฉลากสินค้าเพื่อสร้างจุดขายให้แก่สินค้าและป้องกันการเลียนแบบจากคู่แข่ง

ทั้งนี้ ประติมากรรมเครื่องปั้นดินเผาต้นแบบเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งมีขนาดความกว้าง ความยาว และความหนา 2x 1.5x2 เมตร ที่ตั้งอยู่คู่กับตึกแดนป่าทั้งห้าด้านหน้าทางเข้าจำปัสสิรินธรและพิพิธภัณฑสถานฉบับจำปา เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนฉบับจำปา เป็นสัญลักษณ์หนึ่งที่มีความสำคัญต่อการจดจำของผู้บริโภค ซึ่ง อุดลย์ บุญฉ่ำ (Booncham, 2016, pp. 1-3) ได้แสดงทรรศนะเกี่ยวกับประติมากรรมที่ถือเป็นผลผลิตและมรดกทางวัฒนธรรม แขนงหนึ่งที่มีคุณค่าอย่างยิ่งในด้านการศึกษาทางวัฒนธรรม ศิลปกรรม สังคมศาสตร์ และประวัติศาสตร์ สอดคล้องกับ ณีวรรณพล สุวรรณกุลสง และดุสิต ดอกพรม (Suwankusolsong & Dokphrom, 2022, p. 72) ที่อธิบายเพิ่มเติม ทางด้านประติมากรรมซึ่งเป็นหนึ่งในงานทัศนศิลป์ที่สร้างสีสันและบรรยากาศให้กับเมือง มีส่วนช่วยสร้างความสุข ความสนุกให้กับชุมชนและนักท่องเที่ยว งานประติมากรรมยังมีหน้าที่ส่วนหนึ่งในการถ่ายทอดเรื่องราววัฒนธรรม และสังคม และการใช้ตลาดออนไลน์เป็นสื่อผ่านเพจเฟซบุ๊ก (Facebook) และกลุ่มเฟซบุ๊ก (Facebook group) เป็นการสร้างช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ได้หลากหลายช่องทาง ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายสู่สาธารณชน โดยภาพถ่ายจะเป็นตัวแทน บอกเล่าเรื่องราวคุณลักษณะต่าง ๆ ของตัวผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้าได้รับรู้มากที่สุด เพราะผู้ซื้อเองไม่มีโอกาสได้เห็น และสัมผัสกับสินค้าจริง ผู้ซื้อต้องตัดสินใจผ่านภาพถ่าย และคำบรรยายที่เขียนบอกเล่าสินค้าผ่านสื่อออนไลน์

ที่มีหลากหลายช่องทาง โดยกลุ่มเป้าหมายได้เลือกที่จะใช้โซเชียลมีเดียที่ใช้ง่าย เพราะเฟซบุ๊กเป็นสื่อที่มีความคุ้นเคยอยู่แล้ว จึงสามารถโพสต์ภาพผลิตภัณฑ์ขายออนไลน์ได้ง่าย สอดคล้องกับ สุชาติ ไตรภพสกุล (Triphopsakul, 2021, p. 342) ได้กล่าวถึงสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นเครื่องมือการตลาดออนไลน์ที่ไม่ต้องเสียเงินซื้อแต่จะเกิดขึ้นเมื่อลูกค้าพูดถึงผลิตภัณฑ์หรือบอกต่อเกี่ยวกับตราสินค้าของผู้ประกอบการ ไม่ว่าจะเป็นการกดไลค์ คอมเมนต์ แชร์ในสื่อสังคมออนไลน์ และ ภิเชก ชัยนิรันดร (Chainirundorn, 2010, p. 34-40) กล่าวว่า การใช้โซเชียลมีเดียในการตลาดออนไลน์สามารถสื่อสารกับผู้ซื้อได้หลายประการ เช่น เพิ่มยอดขาย เพิ่มการรับรู้แบรนด์ เป็นต้น เป็นการประชาสัมพันธ์ เพื่อทราบข้อมูลย้อนกลับจากลูกค้าเพื่อนำมาพัฒนาสินค้าหรือบริการ และเป็นเครื่องมือสำคัญในการผลักดันให้คนเข้ามาชมสินค้าได้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ชุมชนสามารถออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาซับซ้อนจำปาให้มีรูปทรง ลวดลายที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นและลวดลายตามสมัยนิยม และสามารถเพิ่มมูลค่าด้านประโยชน์ใช้สอย สร้างคุณค่าและคุณภาพการผลิตให้มากขึ้น ส่งเสริมการสร้างสรรคงานฝีมือผลิตภัณฑ์ชุมชน อันนำไปสู่การพัฒนาคนให้มีทักษะอาชีพใหม่ มีรายได้เพิ่มขึ้นจากการจำหน่ายเครื่องปั้นดินเผาซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ด้านวัฒนธรรม เพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไป

2. ชุมชนสามารถใช้ตราสินค้า ฉลากสินค้าและบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างแบรนด์ต่อยอดการตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนและผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมของจังหวัดลพบุรีในเชิงหัตถอุตสาหกรรมเพิ่มจำนวนให้มากขึ้นได้ เพื่อรองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน และสร้างความพร้อมในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาทั้งตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ

3. ชุมชนสามารถใช้ต้นแบบประติมากรรมเครื่องปั้นดินเผาเป็นอัตลักษณ์ในสร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยวและผู้สนใจได้รับข้อมูลข่าวสารเชิงประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อและช่องทางหลากหลายในโลกออนไลน์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมสร้างมูลค่าเพิ่มสร้างรายได้ให้กับชุมชนของจังหวัดลพบุรี

4. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งส่วนภูมิภาคระดับจังหวัดและท้องถิ่น ควรให้การสนับสนุนและส่งเสริมให้ชุมชนเป็นผู้ประกอบการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาซับซ้อนจำปาอย่างจริงจังและต่อเนื่อง รวมทั้งการถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาโดยใช้เทคโนโลยีแบบใหม่เพื่อพัฒนาการผลิตให้มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ของชุมชนในระดับชาติ และเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาแนวโน้มการนำเทคโนโลยีการผลิตเครื่องปั้นดินเผาแบบใหม่มาใช้ เพื่อเพิ่มจำนวนผลผลิตของผลิตภัณฑ์อย่างเป็นรูปธรรมรองรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของจังหวัดลพบุรี

2. ควรศึกษาความต้องการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเพื่อรองรับการตลาดในเชิงพาณิชย์อันเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เชิงประวัติศาสตร์ และการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของชุมชนซับซ้อนจำปา ตำบลซับซ้อนจำปา อำเภอลำลูกกา จังหวัดลพบุรี

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยนี้เป็นงานวิจัยที่ได้รับทุนสนับสนุนทำการศึกษาวิจัยจากกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ปีงบประมาณ พ.ศ. 2564

เอกสารอ้างอิง

- Booncham, A. (2016). *Teaching documents for the course 0605205 Sculpture 1. Faculty of Fine and Applied Arts. Mahasarakham University*. Retrieved December 10, 2020, from <https://fineart.msu.ac.th/documents> (In Thai)
- Buakli, C. (2018). The Design and the Development of Product Labels Using Participatory Communication in Accordance with Creative and Sustainable Economy Concept. *Journal of Fine Arts*, 9(2), 93-144. (In Thai)
- Chainirundorn, P. (2010). *New Marketing Through Social Media*. Bangkok : SE-EDUCATION. (In Thai)
- Kerdsiri, P. (2020). *Science and Technology Village Incubation Project for the Fiscal Year 2020*. Research Report. Technology Clinic, Thepsatri Rajabhat University, Lop Buri Province. (In Thai)
- Khalil, T. M. (2000). *Management of Technology: The Key to Competitiveness and Wealth Creation*. United States : McGraw Hill.
- Kunthonbutr, S. (2009). *Principles of Marketing (Modern) (2nd ed.)*. Bangkok : Chulalongkorn University Press. (in Thai)
- Leksawat, S. (2005). *Basic Pottery Design and Operation*. Bangkok : Chulalongkorn University. (In Thai)
- National Statistical Office. (2021). *Survey on the Use of Information and Communication Technology in Households, 2020*. Retrieved January 30, 2021, from <http://www.nso.go.th/sites/2014/DocLib13/ด้านICT/เทคโนโลยีในครัวเรือน/2563/Pocketbook63.pdf> (In Thai)
- Pinthupun, H. (2016). *History of Lop Buri*. Bangkok : Odeon Store. (In Thai)
- Rungruengpol, W. (2009). *Principle of Marketings (3rd ed.)*. Bangkok : Marketing Move. (In Thai)
- Sangampornchai, W. (2015). *Sapjampa: Treasure of Knowledge*. Retrieved January 28, 2023, from <https://db.sac.or.th/museum/museum-detail/1412> (In Thai)
- Sirimongkolgal, S. (2022). The Study of Art and Culture Colorful of Dan Kwian Pottery to Ceramic Art Serie. *Institute of Culture and Arts Journal, Srinakharinwirot University*, 23(2), 120-134. (In Thai)
- Somprasong, J. (1992). *Techniques for Creating Pottery Art*. Bangkok : O.S. Printing House. (In Thai)
- Srisa-ard, B. (2017). *Preliminary research (10th ed.)*. Bangkok : Suweeriyasan. (In Thai)
- Suthinarakorn, W. (2017). *Learning for Change and Action Research: Transformative Learning and Action Research*. Bangkok : Siam Review. (In Thai)
- Suwankusolsong, N., & Dokphrom, P. (2022). The Study and Construction of Sculpture Prototypes Derived from Cultural Heritage to Promote Cultural Tourism in Pa Kho, Mueang Nong Khai District, Nong Khai. *The New Viridian Journal of Arts, Humanities and Social Sciences*, 2(4), 69-81. (In Thai)
- Tirakanan, S. (2007). *Construction of Measuring Instruments in Social Science Research: A Guide to Practice*. Bangkok : Chulalongkorn University Press. (In Thai)
- Triphopsakul, S. (2021). *Marketing Principles for Entrepreneurship*. Bangkok: Chulalongkorn University Press. (In Thai)

ความตั้งใจในการสร้างคุณค่าร่วมกันในธุรกิจบริการ อิทธิพลจากความผูกพัน ความไว้วางใจ
การสนับสนุนทางสังคม และกลวิธีทางการตลาด

**VALUE CO-CREATION IN HOSPITALITY BUSINESS: THE ROLE OF
COMMITMENT, TRUST, SOCIAL SUPPORT, MARKETING TACTICS**

ณัฐจิรา อิมวิเศษ^{1*}, สมบัติ ชำรงสินถาวร², ธิณิกานต์ สังข์สุวรรณ³

Natchira Imwiset^{1*}, Sombat Thamrongsinthaworn², Tinikan Sungsuwan³

^{1*}นิสิตปริญญาเอก คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี 20131 ประเทศไทย

^{1*}Doctoral Student, Faculty of Management and Tourism, Burapha University, Chonburi Province, 20131, Thailand

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี 20131 ประเทศไทย

²Assistant Professor Dr., Faculty of Management and Tourism, Burapha University, Chonburi Province, 20131, Thailand

³อาจารย์ ดร., คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี 20131 ประเทศไทย

³Lecturer Dr., Faculty of Management and Tourism, Burapha University, Chonburi Province, 20131, Thailand

E-mail address (Corresponding author) : ^{1*}60820017@go.buu.ac.th; (Authors) : ²sombatt@go.buu.ac.th, ³tinikan@buu.ac.th

รับบทความ : 2 พฤศจิกายน 2565 / ปรับแก้ไข : 26 มกราคม 2566 / ตอรับบทความ : 21 กุมภาพันธ์ 2566

Received : 2 November 2022 / Revised : 26 January 2023 / Accepted : 21 February 2023

DOI : 10.14456/nrru-rdi.2023.21

ABSTRACT

The objective of this research study on the management of service quality is to examine the factors influencing the intention to co-create value in the hotel business and to investigate the structural equation modeling of the intention to co-create value in the service industry. A sample of 10 specific cases and 10 times of observed variables sample size were drawn from 550 samples, using a semi-structured interview sampling method and a questionnaire with a reliability of 0.85. Data were collected at hotels in the Bangkok area and analyzed using content analysis. Then, a structural equation model was constructed, and inferential statistics and hypothesis testing were conducted. 1) The top three factors associated are special customer care, interpersonal communication, and tangible rewards. 2) The structural equation modeling model is consistent with the empirical data. And marketing strategies in four aspects, namely, company's online information, online community, special customer care, and tangible rewards, have a positive influence on social support. The social support has a positive influence on customer loyalty, and customer loyalty has a significant positive impact on the intention to co-create value, trust, with statistical significance at the 0.05 level. This demonstrates that all factors are important in generating intention to co-create value in the service industry of Thailand.

Keywords : Hospitality, Willingness to value co-creation, Engagement, Trust, Social support

บทคัดย่อ

การบริหารจัดการคุณภาพของธุรกิจบริการในงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการสร้างคุณค่าร่วมกันในธุรกิจโรงแรม และศึกษาโมเดลแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างสร้างความตั้งใจในการสร้างคุณค่าร่วมกันในธุรกิจบริการ กำหนดกลุ่มเป้าหมายแบบเฉพาะเจาะจง 10 คน และกำหนดขนาดตัวอย่าง 10 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 550 ตัวอย่าง เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างที่ปรับประเด็นคำถามสมบูรณ์แล้วไปเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก และแบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.85 ณ โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา จากนั้นสร้างแบบจำลองสมการโครงสร้างแล้วหาค่าสถิติเชิงอนุมานและทดสอบสมมติฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยที่เกี่ยวข้องใน 3 อันดับแรก คือ การดูแลลูกค้าเป็นพิเศษ การสื่อสารระหว่างบุคคล และรางวัลที่เป็นรูปธรรม 2) โมเดลแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และกลวิธีทางการตลาด 4 ด้าน คือ ข้อมูลออนไลน์ของบริษัท ชุมชนออนไลน์

การดูแลลูกค้าเป็นพิเศษ และรางวัลที่เป็นรูปธรรม มีอิทธิพลทางบวกต่อการสนับสนุนทางสังคม สำหรับการสนับสนุนทางสังคมมีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันของลูกค้า และความผูกพันของลูกค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสร้างคุณค่าร่วมกัน ความไว้วางใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งแสดงให้เห็นได้ว่า ทุกปัจจัยจึงมีส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดความตั้งใจในการสร้างคุณค่าร่วมกันในธุรกิจบริการของประเทศไทย

คำสำคัญ : ธุรกิจบริการ, ความตั้งใจสร้างคุณค่าร่วมกัน, ความผูกพัน, ความไว้วางใจ, การสนับสนุนทางสังคม

บทนำ

การท่องเที่ยวมีความสำคัญในการสร้างความปรารถนาดีในหมู่ผู้คน และเป็นผลให้เศรษฐกิจสังคมเติบโตในประเทศ การท่องเที่ยวในฐานะอุตสาหกรรมมีส่วนช่วยในการสำรองเงินตราต่างประเทศของประเทศเป็นอย่างมาก และให้โอกาสในการมีงานทำทั้งทางตรงและทางอ้อมแก่ประชากรส่วนใหญ่ (Thommandru et al., 2021) ซึ่งในประเทศไทย การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจ เพราะนอกจากจะสร้างรายได้ที่มีมูลค่ามากเป็นอันดับหนึ่งด้านการค้าภาคบริการของประเทศแล้ว ยังได้รับผลกระทบจากความไม่แน่นอนและสถานการณ์ต่าง ๆ ดังจะเห็นได้ชัดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการที่อาศัยมนุษย์หรือลูกค้า และเกิดการมีปฏิสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดระหว่างบริษัทหรือพนักงานกับลูกค้า (Valle, 2020) ยังเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องอีกมาก อาทิเช่น ธุรกิจโรงแรมและที่พัก ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก และธุรกิจการคมนาคมขนส่ง เป็นต้น อันก่อให้เกิดการลงทุน การจ้างงานและการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น ช่วยเสริมสร้างคุณภาพชีวิตของชุมชนในแต่ละท้องถิ่นให้ดียิ่งขึ้นอีกด้วย โดยในแต่ละปีสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศในรูปเงินตราต่างประเทศปีละหลายแสนล้านบาท และยังสร้างกระแสเงินหมุนเวียนภายในประเทศ ดังเช่นในปี พ.ศ. 2562 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวรวม 3.01 ล้านล้านบาท และมีจำนวนนักท่องเที่ยว จำนวน 39.7 ล้านคน (National Statistical Office, 2020)

การที่จะทำให้อุตสาหกรรมบริการประเภทที่พักหรือธุรกิจโรงแรมประสบความสำเร็จได้นั้น เป็นเรื่องยากสำหรับบริษัท หรือผู้ประกอบการที่จะวางแผนกำหนดกลยุทธ์และวิธีการด้านต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวจะมาใช้บริการให้กลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้ง ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจโรงแรม คือ การบริการ แต่การเป็นธุรกิจที่มีความผันแปรตามกระแสของการท่องเที่ยว จึงเป็นธุรกิจที่ลงทุนสูงทำให้มีความเสี่ยงมากหากกิจการไม่ประสบความสำเร็จ นอกจากนี้ กลุ่มเป้าหมายหรือลูกค้ามีความหลากหลาย การเข้าพักขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่ลูกค้าต้องการได้รับจากแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก กอปรกับการควบคุมการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโควิด-19 ที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อธุรกิจโรงแรมเป็นอย่างมาก ทำให้เกิดการยกเลิกการจองห้องพักจากกลุ่มลูกค้าต่างชาติ โดยเฉพาะในช่วงที่มีการปิดให้บริการโรงแรมชั่วคราวตามมาตรการของรัฐบาลแต่ละประเทศ (Pitikkraisorn, 2020) และการเพิ่มขึ้นของการตลาดเชิงโต้ตอบที่มาพร้อมกับความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วและนวัตกรรมในเทคโนโลยีใหม่ การปฏิวัติแพลตฟอร์ม การมีส่วนร่วมหรือแบ่งปันวัฒนธรรมและสื่อสังคม ซึ่งทุกสิ่งตั้งแต่การจองความเป็นจริงเสมือน แชนบอท วิดีโอสั้นเชิงโต้ตอบและการสตรีมสดไปยังมือถือ เนื้อหาที่ส่งงานด้วยเสียง และแอฟส่งข้อความกลายเป็นส่วนหนึ่งของการตลาดในปัจจุบัน (Wang, 2021) ด้วยเหตุนี้ การเชื่อมต่อและการโต้ตอบกับลูกค้า ซึ่งเป็นธรรมชาติของการมีส่วนร่วม จึงกลายเป็นส่วนสำคัญในสภาพแวดล้อมปัจจุบัน (Nangpiire, Silva, & Alves, 2022, p. 175) โดยธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยวจำเป็นต้องให้ความสนใจอย่างเร่งด่วนกับปัจจัยและตัวการที่ขัดขวางประสบการณ์การโต้ตอบของลูกค้าที่มีอยู่ภายในธุรกิจให้สามารถลดหรือกำจัดออกไปได้ (Nangpiire, Silva, & Alves,

2022, p. 184) จึงจำเป็นต้องมีการปรับตัวหรือวางแผนในหลายส่วนเพื่อให้ยังสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ หรือสามารถสร้างความผูกพันและมีแรงจูงใจให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการและปรับตัวให้เข้ากับสภาวะเศรษฐกิจที่เป็นอยู่ได้ (Kasikom Research Center, 2020) ดังตัวอย่างเช่น โรงแรมกำลังรับมือกับความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มขึ้น ควบคู่ไปกับการแข่งขันของการเกิดเทคโนโลยีใหม่ที่รุนแรง เช่น โซเชียลมีเดีย เศรษฐกิจแบ่งปัน และบทบาทที่เพิ่มขึ้นของการโต้ตอบกับลูกค้าเพื่อสร้างมูลค่าร่วมกัน และได้ยกระดับความสำคัญของการนำลูกค้าเป็นศูนย์กลางกลยุทธ์ (Tuskej & Podnar, 2018)

ดังนั้น การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและผู้บริหารที่มีความตั้งใจในการสร้างคุณค่าร่วมกันในธุรกิจบริการ จึงควรมีการนำเทคนิคการวิเคราะห์ขั้นสูงและวิธีการเสริมที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการจัดการงานวิเคราะห์ขั้นสูงที่ซับซ้อน กลุ่มแบบจำลอง และความรู้จากผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับการวิจัยบริการและการท่องเที่ยว (Hwang et al., 2020; Sarstedt et al., 2020) ตัวอย่างเช่น นักวิจัยด้านการบริการได้ใช้โครงสร้างลำดับที่สูงขึ้นเพื่อวัดการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคกับเครื่องหมายการค้าที่มีลักษณะเฉพาะพิเศษ (Le et al., 2021) ความร่วมมือระหว่างโรงแรม (Webb et al., 2021) และคุณลักษณะพิเศษทางเครื่องหมายการค้าของโรงแรมที่น่าสนใจ (Khoi & Le, 2022) มาใช้ประกอบการวิเคราะห์ผลลัพธ์ปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการทราบถึงความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง ทำให้ทราบถึงอิทธิพลที่มาจากความผูกพัน ความไว้วางใจ การสนับสนุนทางสังคม และกลวิธีทางการตลาด และสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ในการบริหารจัดการคุณภาพและทำการตลาดสำหรับธุรกิจโรงแรมในระยะยาวได้ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการสร้างคุณค่าร่วมกันในธุรกิจบริการอิทธิพลจากความผูกพัน ความไว้วางใจ การสนับสนุนทางสังคม และกลวิธีทางการตลาด
2. เพื่อศึกษาโมเดลแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างความตั้งใจในการสร้างคุณค่าร่วมกันในธุรกิจบริการอิทธิพลจากความผูกพัน ความไว้วางใจ การสนับสนุนทางสังคมและกลวิธีทางการตลาด

ประโยชน์การวิจัย

ข้อมูลที่ได้สามารถเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมเพื่อวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดและกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์เพื่อรับมือกับสถานการณ์ตลาดในปัจจุบันได้ โดยสามารถนำไปปรับใช้การทำตลาดแบบออนไลน์และออฟไลน์ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดการสนับสนุนทางสังคม เพื่อเพิ่มความผูกพันและความไว้วางใจอันนำไปสู่ความตั้งใจในการสร้างคุณค่าร่วมกันของผู้ใช้บริการ

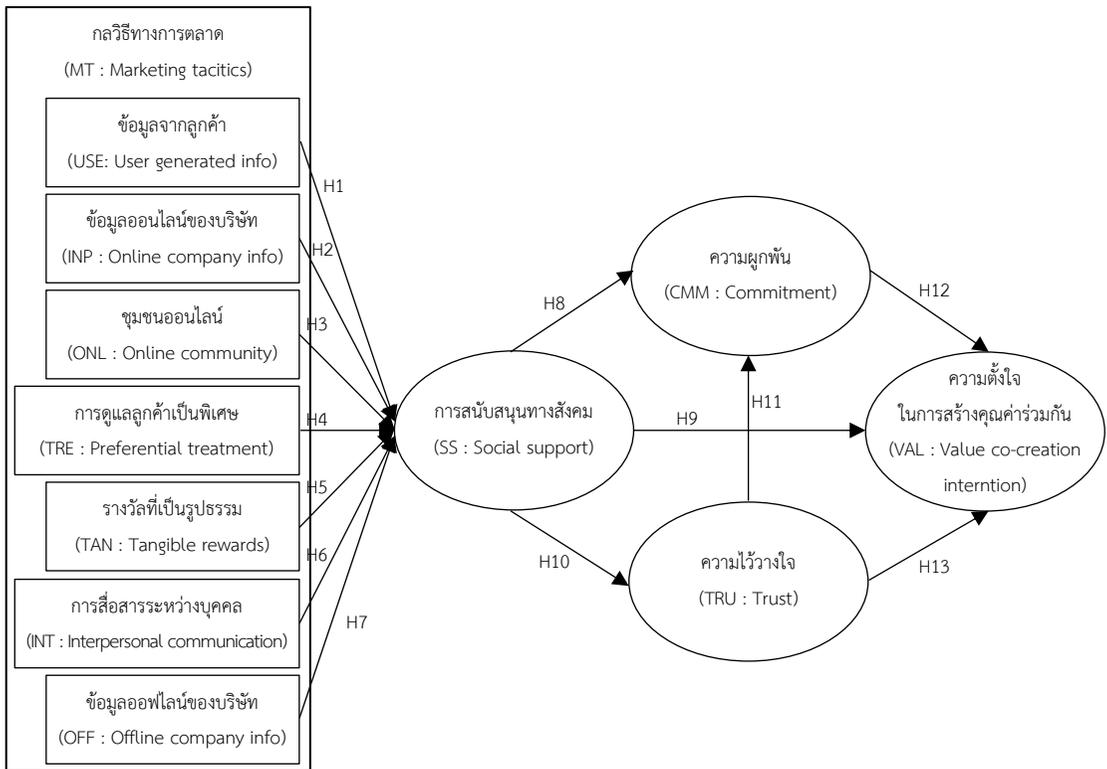
การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษากลวิธีทางการตลาด เน้นการสร้างความสัมพันธ์ทางออนไลน์ ที่ยังมีความสำคัญอยู่ประกอบด้วย การดูแลลูกค้าเป็นพิเศษ รางวัลที่เป็นรูปธรรม การสื่อสารระหว่างบุคคล ข้อมูลออฟไลน์ของบริษัท (Namsueang, 2017) โดยในปัจจุบันเป้าหมายกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลมีคามคล้ายคลึงกับกลยุทธ์การตลาดแบบดั้งเดิมคือ เพื่อให้ธุรกิจเติบโตผ่านการได้มาและการรักษาลูกค้า (Goldman et al., 2021, p. 353) จึงเป็นสิ่งสำคัญของผู้ประกอบการที่ต้องใช้กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลสำหรับการสร้างและใช้ประโยชน์จากโอกาสในการเติบโตของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) ในการรับข้อมูลลูกค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยการติดตามพฤติกรรม

การซื้อของผู้มีโอกาสเป็นลูกค้า และประวัติการซื้อของลูกค้าที่มีอยู่ สิ่งนี้ทำให้ผู้ประกอบการทางอิเล็กทรอนิกส์ได้รับข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมลูกค้า (Alford & Jones, 2020) โดยนำมาสังเคราะห์และตั้งสมมติฐานการวิจัยที่ 1 ถึง 7 ประกอบด้วย H1 : ข้อมูลจากลูกค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อการสนับสนุนทางสังคมของลูกค้า H2 : การสื่อสารระหว่างบุคคลมีอิทธิพลทางบวกต่อการสนับสนุนทางสังคมของลูกค้า H3 : ความเข้าใจของลูกค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อการสนับสนุนทางสังคมของลูกค้า H4 : ความต้องการมีส่วนร่วมของลูกค้าอิทธิพลทางบวกต่อการสนับสนุนทางสังคมของลูกค้า H5 : การรับรู้ข้อมูลจากบริษัทอิทธิพลทางบวกต่อการสนับสนุนทางสังคมของลูกค้า H6 : การสนับสนุนทางสังคมมีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจของลูกค้า H7 : การรับรู้ข้อมูลจากบริษัทอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจของลูกค้า

แนวคิดการสนับสนุนทางสังคม (Social support) ทำให้ลูกค้าพึงพอใจในการบริการ อันเกิดจากการสนับสนุนทางสังคมของคนรอบข้างและมีการสนับสนุนข้อมูลเพื่อให้อุบัติการณ์ที่ลูกค้าสามารถรับข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้ ซึ่งเป็นการกระตุ้นให้ลูกค้าแบ่งปันข้อมูลให้กับผู้อื่นและอาศัยคำแนะนำของผู้อื่น จึงเป็นการสร้างคุณค่าระหว่างพนักงานและการบริการมากขึ้น (Fuentes, 2019) โดยการพัฒนาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าซึ่งจะช่วยให้ลูกค้าสามารถสร้างมูลค่าในรูปแบบของการแสดงความคิดเห็นหรือคำแนะนำพร้อมข้อเสนอแนะต่าง ๆ รวมถึงลูกค้าอื่นที่เข้ามาช่วยสนับสนุนด้านข้อมูลจนทำให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจ ไม่ว่าจะเป็นการบอกต่อทางการสนทนาต่อหน้าและบนสื่อสังคมออนไลน์ที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการเสริมสร้างและรักษาคุณภาพความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า (Yahia et al., 2018) โดยทำการสังเคราะห์เพื่อตั้งสมมติฐานการวิจัยที่ 8 ถึง 11 ประกอบด้วย H8 : การรับรู้ของลูกค้าต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแรมมีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจของลูกค้า H9 : การสนับสนุนทางสังคมมีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันของลูกค้า H10 : ความไว้วางใจของลูกค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันของลูกค้า H11 : การสนับสนุนทางสังคมมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสร้าง คุณค่าร่วมกันของลูกค้า

แนวคิดความผูกพัน (Commitment) มีปัจจัยหลายประการที่จะส่งผลต่อคุณภาพความสัมพันธ์ ความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และความผูกพันทางอารมณ์ ถือเป็นองค์ประกอบหลักหรือเป็นตัวทำนายคุณภาพของความสัมพันธ์ และเชื่อว่าความไว้วางใจจะลดความเสี่ยงที่รับรู้ได้ จะเพิ่มความมุ่งมั่นของลูกค้าที่มีต่อผู้ให้บริการ ลูกค้ามั่นใจว่าปัญหา จะได้รับการแก้ไขทันเวลา ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนการทำธุรกรรมที่เกี่ยวข้องในภายหลัง (Van Tonder & Petzer, 2018) โดยแบบจำลองทางทฤษฎียืนยันว่าการระบุเครื่องหมายการค้าของลูกค้า คือ การขยายความพึงพอใจที่ได้รับจากการระบุตัวตนทางสังคม ความไว้วางใจในเครื่องหมายการค้า และความผูกพันทางอารมณ์ คือ การขยายขอบเขตการตลาดเชิงความสัมพันธ์ (Fujita et al., 2018; Van Tonder & Petzer, 2018) ส่วนแนวคิดการสร้างคุณค่าร่วมกัน (Value co-creation interntion) เป็นสื่อสารระหว่างลูกค้ากับบริษัทที่เน้นการปฏิสัมพันธ์กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อร่วมสร้างและพัฒนานวัตกรรมจากการเรียนรู้ร่วมกัน เปิดโอกาสให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลที่เป็นอย่างถูกต้องได้อย่างเปิดเผย เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีความต้องการที่แตกต่างกัน บนพื้นฐานของทางเลือกที่มีเพิ่มมากขึ้นจากการเข้าถึงข้อมูลของลูกค้าและบริษัทได้ร่วมแลกเปลี่ยนกันผ่านการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ อย่างโปร่งใส ซึ่งเป็นเงื่อนไขพื้นฐานที่จะนำไปสู่กระบวนการพัฒนาการสร้างคุณค่าร่วมกัน (Prahalad & Ramaswamy, 2004) โดยได้ทำการสังเคราะห์เพื่อตั้งสมมติฐานการวิจัยที่ 12 ถึง 13 ประกอบด้วย H12 : ความไว้วางใจของลูกค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสร้างคุณค่าร่วมกันของลูกค้า H13 : ความผูกพันของลูกค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสร้างคุณค่าร่วมกันของลูกค้า สามารถแสดงกรอบสมมติฐานการวิจัย แสดงดังภาพ 1



ภาพ 1 กรอบสมมติฐานการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงผสม (Mixed methods) โดยประชากรที่เป็นหน่วยในการวิเคราะห์ (Units of analysis) คือ ผู้ใช้บริการโรงแรมซึ่งเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการได้รับบริการ โดยมีเงื่อนไขต้องมีประสบการณ์การเข้าพักที่โรงแรม ดังนั้น จำนวนโรงแรมทั้งหมดในประเทศไทยจดทะเบียน จำนวน 32,564 โรงแรม คิดเป็นจำนวนห้องพักกว่า 1.63 ล้านห้องทั่วประเทศ (Thai Hotels Association, 2020) และสรุปสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวเดือนสิงหาคม 2563 มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศจำนวน 5,602,390 คน (Ministry of Tourism and Sports, 2020) มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ดำเนินการวิจัย ดังนี้

1.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล ถูกเลือกโดยใช้การสุ่มตัวอย่างเชิงทฤษฎี (Theoretical sampling) (Creswell, 2003) เพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยใช้วิธีแนะนำให้รวบรวมจากกลุ่มบุคคลที่แตกต่างกันให้หลากหลายเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ (Glaser & Strauss, 1967) โดยเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) เป็นผู้ประกอบการและผู้ใช้บริการธุรกิจโรงแรมที่มีความเข้าใจเกี่ยวกับการออกนโยบาย ผู้ปฏิบัติงานด้านการดูแลลูกค้า และผู้ใช้บริการโรงแรม รวมทั้งหมด 20 คน ประกอบด้วย ผู้บริหารระดับสูงของธุรกิจโรงแรมที่รับผิดชอบเกี่ยวกับกระบวนการสร้างแผนการตลาด 5 คน บุคลากรของธุรกิจโรงแรมที่รับผิดชอบเกี่ยวกับกระบวนการสร้างแผนการตลาด 5 คน และลูกค้าผู้ใช้บริการโรงแรมที่มีประสบการณ์การเข้าพักที่โรงแรม 10 คน

1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structure interview from) ลักษณะคำถามแบบปลายเปิด (Open ended) เกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้ลูกค้ามีความตั้งใจในการสร้างคุณค่าร่วมกัน

กับธุรกิจโรงแรม ทำการทดสอบคุณภาพด้วยการนำแบบสัมภาษณ์ไปทดลองสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมาย แต่มีลักษณะใกล้เคียงกัน โดยทำการปรับเปลี่ยนประเด็นคำถามจนเกิดความสมบูรณ์

1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth interview) ในการสัมภาษณ์ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลร่วมกับการบันทึกเสียง เพื่อให้มั่นใจว่าสามารถเก็บข้อมูลได้ครบถ้วนและใช้การฟังซ้ำเพื่อตรวจสอบ ความถูกต้องของข้อมูล

1.4 การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) เบื้องต้น จากนั้นทำการถอดความซ้ำเพื่อนำมาเรียบเรียงและตรวจสอบความถูกต้องเพิ่มเติม โดยใช้วิธีการตรวจสอบสามเส้า ด้านข้อมูล (Data triangulation) (Chantawanich, 2010) มีการปรับเปลี่ยน เพิ่มและขยายให้ครอบคลุมและครบถ้วน สามารถจับประเด็นสำคัญได้อย่างถูกต้อง และใช้แนวคิดของ Creswell (2014) เพิ่มความน่าเชื่อถือของข้อมูล เชิงคุณภาพใน 3 วิธีการ คือ 1) ตรวจสอบข้อมูลโดยผู้ให้ข้อมูล (Member check) เป็นการนำผลการวิจัยที่ผ่านการเรียบเรียงและจัดเกล้าแล้วกลับไปให้ผู้ให้ข้อมูลทำการตรวจสอบพร้อมเสนอแนะความคิดเห็น 2) ตรวจสอบข้อมูล หลายทิศทาง (Triangulation) ด้วยการเปรียบเทียบแหล่งข้อมูล และ 3) จัดทำระบบการตรวจสอบงานวิจัย (Audit trail) ด้วยการจัดระบบการเก็บหลักฐานตั้งแต่เริ่มต้นการวิจัยจนกระทั่งสิ้นสุดเพื่อการอ้างอิงและตรวจสอบได้

2. การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ดำเนินการวิจัย ดังนี้

2.1 กลุ่มตัวอย่าง ทำการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่างตามวิธีของ Comrey and Lee (1992) และ Hair et al. (2010) ที่กล่าวว่า ขนาดของตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยควรมีขนาดตัวอย่าง 10-20 เท่า ของจำนวนตัวแปรสังเกตได้ของงานวิจัยนั้น ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้มีตัวแปรสังเกตได้ มีจำนวน 51 ตัวแปร โดยทำการกำหนดจำนวนขนาดตัวอย่าง 10 เท่า (51 X 10 เท่า) ได้เท่ากับ 550 ตัวอย่าง ซึ่งจากผลการคำนวณเป็นขนาดของกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำที่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์และสามารถนำไปพัฒนาแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างงานวิจัยให้เกิดประสิทธิผล สูงสุด สำหรับการสุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบใช้ความน่าจะเป็น (Probability sampling) ด้วยการสุ่มตัวอย่าง แบบกลุ่ม (Cluster sampling) จากกลุ่มประชาชนทั่วไปที่ใช้บริการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครตามจำนวนที่ต้องการ

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire form) แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ กำหนดเกณฑ์การให้คะแนน คือ 5 คะแนน เท่ากับระดับมากที่สุด 4 คะแนน เท่ากับ ระดับมาก 3 คะแนน เท่ากับระดับปานกลาง 2 คะแนน เท่ากับน้อย และ 1 คะแนน เท่ากับระดับน้อยที่สุด (Likert, 1961) ทำการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามโดยเสนอผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน พิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ตามค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย (Index of item objective congruence: IOC) กำหนดคะแนนเป็น +1 คือ แน่ใจว่าสอดคล้อง 0 คือ ไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง และ -1 คือ แน่ใจว่าไม่สอดคล้อง (Tirakanan, 2005) นำผลคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม กับวัตถุประสงค์การวิจัยโดยใช้สูตรของสุวิมล ตีรกานันท์ (Tirakanan, 2005) พบว่า ข้อคำถามมีค่าเฉลี่ยระหว่าง 0.80-1.00 และนำไปทดลองใช้กับผู้ให้บริการโรงแรมที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน นำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์ หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach, 1990) พบว่า มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.85 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 และใกล้เคียงกับ 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อถือได้ในระดับสูง (Wanichbuncha, 2017)

2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ใช้บริการ ณ โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่างวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2564 ถึงวันที่ 30 มิถุนายน พ.ศ. 2564 รวมเป็นระยะเวลา 3 เดือน ทำการคัดเลือก แบบสอบถามที่มีข้อมูลการตอบครบถ้วน สมบูรณ์ ตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ 550 ตัวอย่าง

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อหาค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับค่าความเบ้ (Skewness) และค่าความโด่ง (Kurtosis) ไม่เกิน ± 1 ถือว่าเป็นค่าที่อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Kline, 2011, p. 50) และหาค่าสถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) ประกอบด้วย สถิติทดสอบความสัมพันธ์แบบ Pearson's correlation coefficient test โดยมีเกณฑ์การแปลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง $-1 \leq r \leq 1$ และกำหนดการแปลความหมายค่าค่าสัมประสิทธิ์ ($|r|$) ระหว่าง 0.01-0.20 หมายถึง มีค่าสัมพัทธ์ต่ำ 0.21-0.40 หมายถึง มีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ 0.41-0.60 หมายถึง มีความสัมพันธ์ปานกลาง 0.61-0.80 หมายถึง มีความสัมพันธ์สูง และ 0.81-0.99 หมายถึง มีความสัมพันธ์สูงมาก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 (Wanichbuncha, 2017) วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis : CFA) วิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural equation model: SEM) หาค่าสถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) ตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Model fit) โดยการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องและเกณฑ์การพิจารณาความสอดคล้อง คือ ค่าไค-สแควร์ (Chi-Square) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (น้อยกว่า 0.05), ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ (CMIN/df) น้อยกว่า 5.00, ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (Comparative fit index : CFI) มากกว่า 0.90, ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted goodness of fit index : AGFI) ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (Goodness of fit index : GFI) มีค่ามากกว่า 0.90, ค่าดัชนีรากที่สองของความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่า (Root mean square error of approximation : RMSEA) มีค่าน้อยกว่า 0.10 และค่าดัชนีรากของกำลังสองเฉลี่ยของส่วนที่เหลือ (Root Mean Square Residual : RMR) มีค่าเข้าใกล้ 0 (Bollen, 1989; Browne & Cudeck, 1993; Hair et al., 1998; Mueller, 1996) และวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์เส้นอิทธิพลระหว่างตัวแปรในการทดสอบสมมติฐาน (Path coefficients) ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางแสดงถึงค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสมมติฐานที่ตั้งไว้ ต้องอยู่ระหว่าง -1 ถึง 1 ซึ่งหากมีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่าความสัมพันธ์ในทางบวก หากมีค่าเข้าใกล้ -1 แสดงว่า ความสัมพันธ์ในทางลบ (Lohmöller, 2013)

งานวิจัยนี้ ได้รับการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยบูรพา เลขที่ IRB4-119/2564 เมื่อวันที่ 27 เมษายน 2564

ผลการวิจัย

1. การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการสร้างคุณค่าร่วมกันในธุรกิจบริการอสังหาริมทรัพย์จากความผูกพัน ความไว้วางใจ การสนับสนุนทางสังคม และกลวิธีทางการตลาด ที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูล สามารถสรุปผลการวิจัย แสดงดังตาราง 1

ตาราง 1 สรุปผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการสร้างความตั้งใจในการสร้างคุณค่าร่วมกัน

ที่	ปัจจัย	A1	A2	A3	A4	A5	B1	B2	B3	B4	B5	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10
กลวิธีทางการตลาด																					
1	ข้อมูลจากลูกค้า (USE)	✓	✓	-	-	✓	✓	-	-	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	-
2	ข้อมูลออนไลน์ของบริษัท (INP)	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓	✓	-	-	✓	-	-	-	✓	✓	✓	-	-	✓
3	ชุมชนออนไลน์ (ONL)	-	-	-	-	-	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓	-	-	✓	✓	✓	-	✓	✓
4	การดูแลลูกค้าเป็นพิเศษ (TRE)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓
5	รางวัลที่เป็นรูปธรรม (TAN)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓

ตาราง 1 (ต่อ)

ที่	ปัจจัย	A1	A2	A3	A4	A5	B1	B2	B3	B4	B5	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10
6	การสื่อสารระหว่างบุคคล (INT)	✓	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
7	ข้อมูลออฟไลน์ของบริษัท (OFF)	✓	-	✓	✓	✓	✓	-	✓	-	-	-	-	✓	-	-	-	✓	-	-	✓
การสนับสนุนทางสังคม (SS)		✓	✓	-	-	✓	✓	-	-	✓	-	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ความผูกพัน (CMM)		✓	✓	-	-	-	✓	✓	-	✓	-	✓	✓	✓	-	✓	-	-	-	-	-
ความไว้วางใจ (TRU)		✓	✓	-	-	-	✓	✓	-	-	-	-	-	-	✓	-	-	-	✓	-	✓

จากตาราง 1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการสร้างคุณค่าร่วมกันในธุรกิจบริการอิทธิพลจากความผูกพัน ความไว้วางใจ การสนับสนุนทางสังคม และกลวิธีทางการตลาด พบว่า มีปัจจัยใน 3 อันดับแรก คือ 1) การดูแลลูกค้าเป็นพิเศษ (19 คน) 2) การสื่อสารระหว่างบุคคล (18 คน) และ 3) รางวัลที่เป็นรูปธรรม (17 คน) ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า มีส่วนสำคัญทำให้เกิดการสร้างคุณค่าร่วมกันในการสร้างคุณค่าร่วมกันระหว่างลูกค้าและโรงแรม

2. ผลการศึกษาโมเดลแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างความตั้งใจในการสร้างคุณค่าร่วมกันในธุรกิจบริการอิทธิพลจากความผูกพัน ความไว้วางใจ การสนับสนุนทางสังคมและกลวิธีทางการตลาด เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ แสดงดังตาราง 2 ถึงตาราง 5

ตาราง 2 การตรวจสอบการแจกแจงปกติของโมเดลความตั้งใจในการสร้างคุณค่าร่วมกันในธุรกิจบริการอิทธิพลจากความผูกพัน ความไว้วางใจ การสนับสนุนทางสังคมและกลวิธีทางการตลาด

ตัวแปร	Mean	SD	Skewness (ความเบ้)	Kurtosis (ความโด่ง)
การสนับสนุนทางสังคม	4.42	0.31	0.122	-0.741
ความผูกพัน	4.46	0.27	0.055	-0.867
ความไว้วางใจ	4.48	0.32	-0.153	-0.353
ความตั้งใจในการสร้างคุณค่าร่วมกัน	4.47	0.28	0.120	-0.667
กลวิธีทางการตลาด	4.39	0.28	-0.006	-0.033

จากตาราง 2 พบว่า มีค่าเฉลี่ย (Mean) อยู่ระหว่าง 4.39-4.48 อยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุด โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) อยู่ระหว่าง 0.27-0.32 แสดงให้เห็นว่า ข้อมูลมีการกระจายอยู่ใกล้กับค่าเฉลี่ย (Mean) มีค่าความเบ้ (Skewness) อยู่ระหว่าง -0.006 ถึง 0.122 มีค่าความโด่ง (Kurtosis) มีค่าระหว่าง -0.033 ถึง -0.867 ซึ่งไม่เกิน ± 1 ถือว่าเป็นค่าที่อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ สามารถนำไปวิเคราะห์ความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ แสดงผลการวิจัยดังตาราง 3

ตาราง 3 ความสอดคล้องของโมเดลสมการเชิงโครงสร้างความตั้งใจในการสร้างคุณค่าร่วมกันในธุรกิจบริการอิทธิพลจากความผูกพัน ความไว้วางใจ การสนับสนุนทางสังคมและกลวิธีทางการตลาด

ดัชนีความกลมกลืน	เกณฑ์	ค่าดัชนีที่วัดได้	ผลการพิจารณา
1. ค่าไค-สแควร์ (p-value)	<0.05	0.00	ผ่าน
2. ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (CMIN/df)	<5.00	1.177	ผ่าน
3. ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI)	>0.90	0.959	ผ่าน
4. ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI)	>0.90	0.901	ผ่าน
5. ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (GFI)	>0.90	0.917	ผ่าน
6. ค่าดัชนีรากที่สองของความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่า (RMSEA)	<0.10	0.018	ผ่าน
7. ค่าดัชนีรากของกำลังสองเฉลี่ยของส่วนที่เหลือ (RMR)	เข้าใกล้ 0	0.020	ผ่าน

จากตาราง 3 พบว่า โมเดลความตั้งใจในการสร้างคุณค่าร่วมกันในธุรกิจบริการอิทธิพลจากความผูกพัน ความไว้วางใจการสนับสนุนทางสังคมและกลวิธีทางการตลาดที่พัฒนาขึ้น มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่า p-value=0.00, CMIN/df=1.177, CFI=0.959, AGFI=0.901, GFI=0.917, RMSEA=0.018, RMR=0.020 แสดงว่า ผ่านเกณฑ์การพิจารณาความสอดคล้องทั้งหมด

ผลการทดสอบสมมติฐานโมเดลความตั้งใจในการสร้างคุณค่าร่วมกันในธุรกิจบริการ อิทธิพลจากความผูกพัน ความไว้วางใจ การสนับสนุนทางสังคม และกลวิธีทางการตลาด แสดงดังตาราง 4

ตาราง 4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐาน	t-value	Sig	ผลทดสอบ
H1: ข้อมูลจากลูกค้า (USE) มีอิทธิพลทางบวกต่อการสนับสนุนทางสังคม (SS) ของลูกค้า	1.027	0.305	ไม่มีอิทธิพล
H2: ข้อมูลออนไลน์ของบริษัท (INP) มีอิทธิพลทางบวกต่อการสนับสนุนทางสังคม (SS) ของลูกค้า	4.252*	0.000	มีอิทธิพล
H3: ชุมชนออนไลน์ (ONL) มีอิทธิพลทางบวกต่อการสนับสนุนทางสังคม (SS) ของลูกค้า	3.297*	0.001	มีอิทธิพล
H4: การดูแลลูกค้าเป็นพิเศษ (TRE) มีอิทธิพลทางบวกต่อการสนับสนุนทางสังคม (SS) ของลูกค้า	4.276*	0.000	มีอิทธิพล
H5: รางวัลที่เป็นรูปธรรม (TAN) มีอิทธิพลทางบวกต่อการสนับสนุนทางสังคม(SS) ของลูกค้า	2.333*	0.020	มีอิทธิพล
H6: การสื่อสารระหว่างบุคคล (INT) มีอิทธิพลทางบวกต่อการสนับสนุนทางสังคม (SS) ของลูกค้า	0.491	0.624	ไม่มีอิทธิพล
H7: ข้อมูลออฟไลน์ของบริษัท (OFF) มีอิทธิพลทางบวกต่อการสนับสนุนทางสังคม (SS) ของลูกค้า	1.264	0.207	ไม่มีอิทธิพล
H8: การสนับสนุนทางสังคม (SS) มีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพัน (CMM) ของลูกค้า	12.453*	0.000	มีอิทธิพล
H9: การสนับสนุนทางสังคม (SS) มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสร้างคุณค่าร่วมกัน (VAL) ของลูกค้า	12.399*	0.000	มีอิทธิพล
H10: การสนับสนุนทางสังคม (SS) มีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจ (TRU) ของลูกค้า	13.649*	0.000	มีอิทธิพล
H11: ความไว้วางใจ (TRU) ของลูกค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพัน (CMM) ของลูกค้า	10.857*	0.000	มีอิทธิพล
H12: ความผูกพัน (CMM) ของลูกค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสร้างคุณค่าร่วมกัน (VAL)	11.100*	0.000	มีอิทธิพล
H13: ความไว้วางใจ (TRU) ของลูกค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสร้างคุณค่าร่วมกัน (VAL)	14.583*	0.000	มีอิทธิพล

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4 พบว่า กลวิธีทางการตลาด 4 ด้านที่มีอิทธิพลทางบวกต่อการสนับสนุนทางสังคม ประกอบด้วย ข้อมูลออนไลน์ของบริษัท (t=4.252) ชุมชนออนไลน์ (t=3.297) การดูแลลูกค้าเป็นพิเศษ (t=4.276) และรางวัลที่เป็นรูปธรรม (t=2.333) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนข้อมูลจากลูกค้า (t=1.027) การสื่อสารระหว่างบุคคล (t=0.491) และข้อมูลออฟไลน์ของบริษัท (t=1.264) ไม่มีอิทธิพลทางบวกต่อการสนับสนุนทางสังคม สำหรับการสนับสนุนทางสังคม มีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันของลูกค้า (t=12.453) ความตั้งใจในการสร้างคุณค่าร่วมกัน (t=12.399) และความไว้วางใจ (t=13.649) นอกจากนี้ ความไว้วางใจของลูกค้า (t=10.857) มีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันของลูกค้า และความผูกพันของลูกค้า (t=11.100) และความไว้วางใจของลูกค้า (t=14.583) มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสร้างคุณค่าร่วมกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการสร้างคุณค่าร่วมกันในธุรกิจโรงแรม ประกอบด้วย ความผูกพัน ความไว้วางใจ การสนับสนุนทางสังคม และกลวิธีทางการตลาดของธุรกิจโรงแรม ประกอบด้วย ข้อมูลจากลูกค้า ข้อมูลออนไลน์ของบริษัท ชุมชนออนไลน์ การดูแลลูกค้าเป็นพิเศษ รางวัลที่เป็นรูปธรรม การสื่อสารระหว่างบุคคล และข้อมูลออฟไลน์ ดังนั้น อาชีพการต้อนรับและการรับรองการท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของลูกค้า สิ่งสำคัญคือ กระบวนการสร้างสรรค์ร่วมกัน โดยเน้นปัจจัยด้านผู้ปฏิบัติงานเป็นพิเศษ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมและคุณค่า

การสร้างสรรค์หรือการป้องกันพวกเขาอย่างต่อเนื่อง (Zhang et al., 2018; Bowden & Mirzaei, 2021) อย่างไรก็ตาม การดำเนินการของการมีส่วนร่วมประกอบด้วยกระบวนการที่เกิดขึ้น ๑ ซึ่งมีตัวกระตุ้นหลากหลายและมีสถานะชั่วคราว (Pezzuti et al., 2021) โดยในมุมมองของ Zhang et al. (2018) เห็นว่าการทำลายคุณค่าเกิดขึ้นจากการกระทำการมีส่วนร่วมในเชิงลบร่วมกัน ซึ่งเกิดจากทัศนคติของพนักงานที่หยาบคาย การขาดความกังวล การไม่เห็นด้วยกับตัวแทนของบริษัท ความล้มเหลวทางเทคโนโลยี การไม่มีแผนรับมือเรื่องร้องเรียน และการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

โมเดลแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างความตั้งใจในการสร้างคุณค่าร่วมกันในธุรกิจบริการ อิทธิพลจากความผูกพัน ความไว้วางใจ การสนับสนุนทางสังคมและกลวิธีทางการตลาด มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีผลการทดสอบสมมติฐานที่พบว่า กลวิธีทางการตลาด ประกอบด้วย ข้อมูลจากลูกค้า การสื่อสารระหว่างบุคคล และข้อมูลออฟไลน์ของบริษัท ไม่มีอิทธิพลทางบวกต่อการสนับสนุนทางสังคมของลูกค้า ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะการส่งต่อข้อมูลในช่วงที่เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือที่เรียกว่า “โรคโควิด-19” ทำให้ธุรกิจโรงแรมต้องระงับการให้บริการ ซึ่งลูกค้าก็จำเป็นต้องระงับหรือชะลอการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางชั่วคราว ส่งผลให้ไม่มีผู้มาใช้บริการโรงแรม ทำให้โรงแรมขาดข้อมูลและไม่เกิดการสื่อสารระหว่างลูกค้ากับโรงแรม ซึ่ง Sun et al. (2021) อธิบายถึงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ไม่เพียงแต่เปลี่ยนแปลงอารมณ์ การรับรู้ และพฤติกรรมทางสังคมของลูกค้าเท่านั้น แต่ยังทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบการบริโภคของลูกค้าและความพึงพอใจในด้านบวกของการบริโภคและสุขอนามัย ส่วนในการศึกษาของ Nangpiire, Silva, and Alves (2022, p. 173) ชี้ให้เห็นว่าการมีส่วนร่วมในเชิงบวกและเชิงลบ ส่งเสริมหรือขัดขวางปฏิสัมพันธ์ของผู้เข้าพังกนำไปสู่การสร้างหรือทำลายคุณค่าร่วมกัน นอกจากนี้การวิจัยยังค้นพบการโต้ตอบเชิงลบที่เกิดขึ้นจากปัจจัยหรือตัวแปรใด ทำให้เกิดการทำลายคุณค่าในหลายขั้นตอนของประสบการณ์การเดินทางด้วย

สำหรับกลวิธีทางการตลาด คือ ข้อมูลออนไลน์ของบริษัท ชุมชนออนไลน์ การดูแลลูกค้าเป็นพิเศษ และรางวัลที่เป็นรูปธรรม มีอิทธิพลทางบวกต่อการสนับสนุนทางสังคมของลูกค้า นอกจากนี้ ความผูกพันของลูกค้า ความตั้งใจในการสร้างคุณค่าร่วมกัน และความไว้วางใจของลูกค้า มีอิทธิพลทางบวกร่วมกัน แสดงให้เห็นได้ว่าถึงแม้ว่าจะอยู่ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 แต่ลูกค้ายังมีความผูกพันและไว้วางใจที่จะต้องการมีส่วนร่วมในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่โรงแรมยังมีการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ผ่านการสนับสนุนทางสังคมและความตั้งใจในการสร้างคุณค่าร่วมกันระหว่างธุรกิจโรงแรมกับลูกค้าได้อย่างเข้าใจ ส่งผลให้เกิดการติดต่อสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์อย่างต่อเนื่องโดยมุ่งหวังการเข้าใช้บริการโรงแรมในอนาคตได้ อย่างไรก็ตาม Buhalis, Lin, and Leung (2022, p. 701) ได้ระบุเพิ่มเติมเกี่ยวกับองค์กรด้านการบริการและการท่องเที่ยวที่จำเป็นต้องใช้การสร้างสภาพแวดล้อมของโลกแห่งความจริงและเทคโนโลยีเข้าด้วยกันจนกลายเป็นชุมชนโลกเสมือนจริงอย่างมีกลยุทธ์เพื่อปรับแต่งและร่วมสร้างประสบการณ์เสมือนจริงและทางกายภาพแบบผสมผสาน เพื่อให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมและกับลูกค้ารายอื่นทั้งก่อน ระหว่าง และหลังการเยี่ยมชม โดยผลลัพธ์ในการศึกษาของ Ali et al. (2023) บ่งชี้ว่าแรงจูงใจด้านความคิด แรงจูงใจด้านผลประโยชน์ และทักษะทางสังคมต่อหุ่นยนต์บริการมีผลในเชิงบวก ในขณะที่ความไม่มั่นคงและอุปสรรคทางเทคนิค และการโต้ตอบมีผลกระทบในทางลบต่อความตั้งใจของคนรุ่นใหม่ในยุคปัจจุบัน (Generation Z) ในการทำงานกับหุ่นยนต์บริการ และ Nangpiire, Silva, and Alves (2022, p. 184) ได้เสนอแนะเชิงปฏิบัติของผู้จัดการธุรกิจโรงแรมสามารถกำหนดทรัพยากรของตนเพื่อปรับปรุงปฏิสัมพันธ์หรือการมีส่วนร่วมกับลูกค้า และปรับปรุงความพยายามทางการตลาดเพื่อสนับสนุนลูกค้า เพื่อให้บรรลุการสร้างคุณค่าร่วมกันเป็นรายบุคคลและร่วมกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ข้อมูลจากลูกค้าและการสื่อสารระหว่างบุคคล ไม่มีอิทธิพลทางบวกต่อการสนับสนุนทางสังคมของลูกค้า และการสนับสนุนทางสังคม ไม่มีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจของลูกค้าและความตั้งใจในการสร้างคุณค่าร่วมกันของลูกค้า ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ควรตระหนักและให้ความสำคัญต่อการนำกลวิธีการสนับสนุนทางสังคมด้วยการให้ลูกค้าได้เข้ามามีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันกับโรงแรม โดยใช้ช่องทางออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงและใช้งานได้ง่าย เช่น Line, Facebook เป็นต้น เพื่อให้เกิดการรับรู้และความตั้งใจเชิงบวก ส่งผลต่อการให้บริการที่มีคุณภาพ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าได้ในอนาคต

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยการบริหารจัดการความสำเร็จของธุรกิจโรงแรม เพื่อนำข้อมูลมาใช้เป็นแนวทางในการดำเนินกลวิธีทางการตลาดทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ นำไปสู่การพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบการให้บริการ เพื่อเสริมสร้างความผูกพัน ความไว้วางใจ และการสนับสนุนทางสังคมของลูกค้า
2. ควรศึกษาตัวแปรที่คาดว่าจะมีผลต่อความตั้งใจในการสร้างคุณค่าร่วมกันสำหรับธุรกิจโรงแรมของกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายตามช่วงวัย หรือกลุ่มเจนเนอเรชัน เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ นำไปสู่ความพึงพอใจและความตั้งใจใช้บริการของลูกค้าในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- Alford, P., & Jones, R. (2020). The lone digital tourism entrepreneur: Knowledge acquisition and collaborative transfer. *Tourism Management, 81*(June), 104139. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104139>
- Ali, F., Dogan, S., Chen, X., Cobanoglu, C., & Limayem, M. (2023). Friend or a Foe: Understanding Generation Z Employees' Intentions to Work with Service Robots in the Hotel Industry. *International Journal of Human-Computer Interaction, 39*(1), 111-122. <https://doi.org/10.1080/10447318.2022.2041880>
- Bollen, K. A. (1989). *Structural equations with latent variables*. New York : John Wiley & Sons.
- Bowden, J., & Mirzaei, A. (2021). Consumer engagement within retail communication channels: an examination of online brand communities and digital content marketing initiatives. *European Journal of Marketing, 55*(5), 1411-1439. doi: 10.1108/EJM-01-2018-0007
- Browne, M. W., & Cudeck, R. (1993). *Alternative ways of assessing model fit*. Newbury Park, CA : Sage.
- Buhalis, D., Lin, M. S., & Leung, D. (2022). Metaverse as a driver for customer experience and value co-creation: implications for hospitality and tourism management and marketing. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 35*(2), 701-716.
- Comrey, A. L., & Lee, H. B. (1992). *A first course in factor analysis*. New Jersey : Erlbaum 33.
- Creswell, J. W. (2003). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. California : Sage.

- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing* (5th ed.). New York : Harper Collins.
- Fuentes, M. E. G. (2019). Co-creation and co-destruction of experiential value: A service perspective in projects. *Built Environment Project and Asset Management*, 9(1), 100-117.
- Fujita, M., Harrigan, P., & Soutar, G. N. (2018). Capturing and co-creating student experiences in social media: A social identity theory perspective. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 26(1-2), 55-71.
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1967). *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. Chicago, IL : Aldine.
- Goldman, S. P., van Herk, H., Verhagen, T., & Weltevreden, J. W. (2021). Strategic orientations and digital marketing tactics in cross-border e-commerce: Comparing developed and emerging markets. *International small business journal*, 39(4), 350-371. <https://doi.org/10.1177/0266242620962658>
- Hair Jr., J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). *Multivariate data analysis with readings*. Englewood Cliffs, NJ : Prentice-Hall.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson : New York.
- Hwang, H., Sarstedt, M., Cheah, J. H., & Ringle, C. M. (2020). A concept analysis of methodological research on composite-based structural equation modeling: bridging PLSPM and GSCA. *Behaviormetrika*, 47(1), 219-241. <https://doi.org/10.1007/s41237-019-00085-5>
- Kasikorn Research Center. (2020). COVID-19 is protracted, how restaurants are adjusting in this crisis. Retrieved September 20, 2020, from https://www.kasikornbank.com/SiteCollection/Documents/business/sme/knowledge/img/restaurant_covid/restaurant_covid.pdf (In Thai)
- Khoi, N. H., & Le, A. N. (2022). Is coolness important to luxury hotel brand management? The linking and moderating mechanisms between coolness and customer brand engagement. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(7), 2425-2449. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2021-1230>
- Kline, R. B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling* (3rd ed.). NY : The Guilford Press.
- Le, A. N., Khoi, N. H., & Nguyen, D. P. (2021). Unraveling the dynamic and contingency mechanism between service experience and customer engagement with luxury hotel brands. *International Journal of Hospitality Management*, 99, 103057. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.103057>
- Likert, R. (1961). *New Patterns of Management*. New York : McGraw-Hill.
- Lohmöller, J. B. (2013). *Latent variable path modeling with partial least squares*. New York : Springer Science & Business Media.
- Ministry of Tourism and Sports. (2020). Thailand Tourism Situation Year 2018. Retrieved August 15, 2020, from https://www.mots.go.th/download/article/article_20190819123309.pdf (In Thai)

- Mueller, R. O. (1996). *Confirmatory factor analysis. In Basic principles of structural equation modeling: An introduction to LISREL and EQS*. New York : Springer-Verlag.
- Namsueang, N. (2017). *Integrated Marketing Online and Offline*. Retrieved August 2, 2020, from <https://www.bangkokbiznews.com/blogs/columnist/117181> (In Thai)
- Nangpiire, C., Silva, J., & Alves, H. (2022). Customer engagement and value co-creation/destruction: The internal fostering and hindering factors and actors in the tourist/hotel experience. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 16(2), 173-188.
- National Statistical Office. (2020). *Tourism Statistics 2019*. Retrieved September 20, 2020, from http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/17.aspxbusiness/sme/knowledge/img/restaurant_covid/restaurant_covid.pdf (In Thai)
- Pezzuti, T., Leonhardt, J. M., & Warren, C. (2021). Certainty in language increases consumer engagement on social media. *Journal of Interactive Marketing*, 53, 32-46. doi: 10.1016/j.intmar.2020.06.005
- Pitikraisorn, P. (2020). *EIC recommends hotel business strategies through monsoon COVID-19*. Retrieved September 20, 2020m from https://www.scbeic.com/th/detail/file/product/6759/fmdcl4fcu1/EIC-Note_Hotel_COVID-19_20200410.pdf (In Thai)
- Prahalad, C. K., & Ramaswamy, V. (2004). *The future of competition: Co-creating unique value with customers*. Boston : Harvard Business Review Press.
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., Cheah, J. H., Ting, H., Moisescu, O. I., & Radomir, L. (2020). Structural model robustness checks in PLS-SEM. *Tourism Economics*, 26(4), 531-554. <https://doi.org/10.1177/1354816618823921>
- Sun, X., Su, W., Guo, X., & Tian, Z. (2021). The impact of awe induced by COVID-19 pandemic on green consumption behavior in China. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(2), 543. <https://doi.org/10.3390/ijerph18020543>
- Thai Hotels Association. (2020). *Thai Hotels Association Marketing Plan 2020*. Bangkok : Thai Hotels Association. (In Thai)
- Thommandru, A., Espinoza-Maguiña, M., Ramirez-Asis, E., Ray, S., Naved, M., & Guzman-Avalos, M. (2021). Role of tourism and hospitality business in economic development. *Materials Today: Proceedings*. <https://doi.org/10.1016/j.matpr.2021.07.059>
- Tirakanan, S. (2005). *Project evaluation: A guide to action* (6th ed.). Bangkok : Ramkhamhaeng University. (In Thai)
- Tuskej, U., & Podnar, K. (2018). Customers' identification with corporate brands: Brand prestige, anthropomorphism and engagement in social media. *Journal of Product & Brand Management*, 27(1), 3-17.

- Valle A. S. D. (2020). *Global journey consulting: The tourism industry and the impact of COVID-19 scenarios and proposals*. Retrieved 19 December 2020, from <https://worldshoppingtourism.com>
- Van Tonder, E., & Petzer, D. J. (2018). The interrelationships between relationship marketing constructs and customer engagement dimensions. *The Service Industries Journal*, 38(13-14), 948-973.
- Wang, C. L. (2021). New frontiers and future directions in interactive marketing: inaugural editorial. *The Journal of Research in Indian Medicine*, 15(1), 1-9. doi: 10.1108/JRIM-03-2021-270
- Wanichbuncha, K. (2017). *Using SPSS for Windows to Analyze Data* (29th ed.). Bangkok : Samlada. (In Thai)
- Webb, T., Beldona, S., Schwartz, Z., & Bianco, S. (2021). Growing the pie: an examination of coopetition benefits in the US lodging industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(12), 4355-4372. DOI 10.1108/IJCHM-03-2021-0340
- Yahia, I. B. (2018). Investigating the drivers for social commerce in social media platforms: Importance of trust, social support and the platform perceived usag. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 41, 11-19.
- Zhang, T., Lu, C., Torres, E., & Chen, P.-J. (2018). Engaging customers in value co-creation or co-destruction online. *Journal of Services Marketing*, 32(1), 57-69. doi: 10.1108/JSM-01-2017-0027

การศึกษาประเด็นทางกฎหมายเกี่ยวกับการศึกษาขั้นพื้นฐานโดยไม่มีค่าใช้จ่าย
LEGAL STUDIES ON FREE BASIC EDUCATION

สัญชัย นิระมล^{1*}, ธาณี วรภัทร์²

Sanchai Niramol^{1*}, Thaneer Vorapatr²

^{1*} นักศึกษาปริญญาโท คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต จังหวัดปทุมธานี 12000 ประเทศไทย

^{1*} Student of the Master, Faculty of Law, Rangsit University, Pathum Thani Province, 12000, Thailand

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต จังหวัดปทุมธานี 12000 ประเทศไทย

² Assistant Professor Dr., Faculty of Law, Rangsit University, Pathum Thani Province, 12000, Thailand

E-mail address (Corresponding author) : ^{1*} sanchai.niramol@gmail.com; (Author) : ² thanee_Vor@hotmail.co.th

รับบทความ : 5 มกราคม 2566 / ปรับแก้ไข : 24 กุมภาพันธ์ 2566 / ตอรับบทความ : 20 มีนาคม 2566

Received : 5 January 2023 / Revised : 24 February 2023 / Accepted : 20 March 2023

DOI : 10.14456/nrru-rdi.2023.22

ABSTRACT

Free basic education has become an important legal issue in Thailand. The purposes of this study were to: 1) investigate legal studies; a history, a principle, and a concept of legal studies, 2) compare the duration of compulsory education of the basic education management, 3) compare an educational welfare, and 4) analyze pathways for protecting learners being educated in free basic education in Thailand, the Philippines, New Zealand, and California in the United State. This study was documentary research. The sample was selected using acknowledged and arranged sources that were easily accessed by recordings. The data were collected and analyzed using the reflective practice method only. The results of the study were as follows: 1) the National Education Act aimed at a continuous lifelong basic education process that was able to improve quality of life with ages, careers, and participation in developing community and country, 2) the duration of compulsory education of the basic education management was between 10-15 years, 3) Thailand and foreign countries provided free basic educational welfares, and 4) the pathways for protecting learners divided into two cases; education donation requests; educational charges. The pathways should be added to legal provisions and protected by constitutional enforcement laws.

Keywords: Legal issue, Educational welfare, Free basic education

บทคัดย่อ

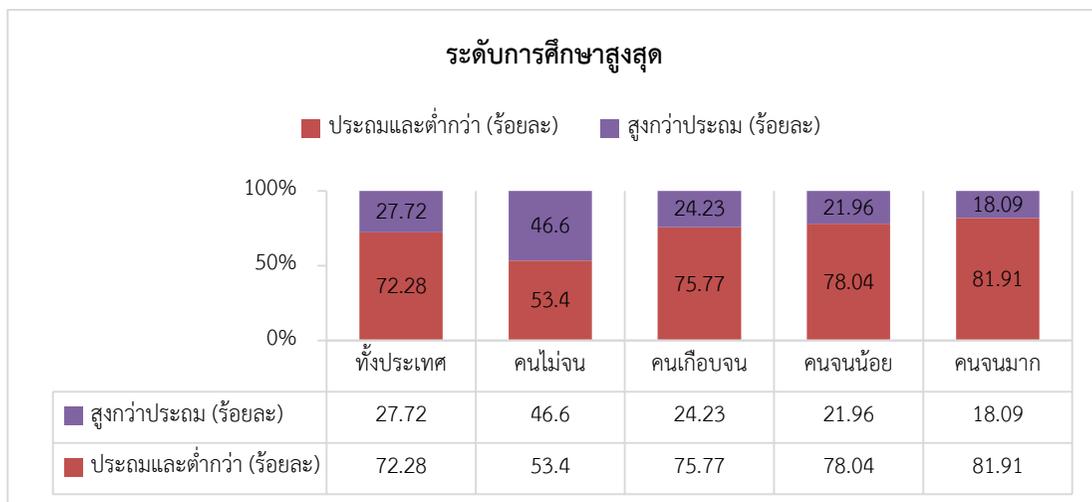
การศึกษาขั้นพื้นฐานโดยไม่มีค่าใช้จ่ายนับได้ว่าเป็นประเด็นทางกฎหมายที่มีความสำคัญต่อประชาชนไทย ซึ่งในงานวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาประวัติความเป็นมา หลักการ แนวคิด และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐาน 2) เปรียบเทียบระยะเวลาการศึกษาภาคบังคับในการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐาน 3) เปรียบเทียบการจัดสวัสดิการทางการศึกษา และ 4) วิเคราะห์แนวทางคุ้มครองผู้เรียนที่ได้รับการศึกษาขั้นพื้นฐานโดยไม่มีค่าใช้จ่ายของประเทศไทย สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ ประเทศนิวซีแลนด์ และรัฐแคลิฟอร์เนีย สหรัฐอเมริกา เป็นการวิจัยเชิงเอกสาร เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่ได้รับการยอมรับให้เผยแพร่ และมีการจัดระเบียบแล้วสามารถเข้าถึงได้ง่ายด้วยแบบบันทึกข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เอกสารเฉพาะเรื่องแบบสะท้อนกลับ ผลการศึกษาพบว่า 1) พระราชบัญญัติในแผนการศึกษาแห่งชาติให้ความสำคัญกับกระบวนการศึกษาขั้นพื้นฐานอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต ที่สามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตได้เหมาะสมกับวัย การประกอบอาชีพการงาน และการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนและประเทศชาติ 2) ระยะเวลาการศึกษาภาคบังคับในการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐาน อยู่ระหว่าง 10-15 ปี 3) ประเทศไทยและต่างประเทศมีการจัดสวัสดิการทางการศึกษาขั้นพื้นฐานโดยไม่มีค่าใช้จ่าย และ 4) แนวทางคุ้มครอง

จำแนกเป็น 2 กรณี คือ กรณีการขอรับบริจาคเพื่อการศึกษา และกรณีการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายทางการศึกษา ซึ่งควรมีการเพิ่มบทบัญญัติทางกฎหมายและได้รับการรับรองกฎหมายที่ชอบด้วยรัฐธรรมนูญและบังคับใช้ได้จริง

คำสำคัญ : ประเด็นทางกฎหมาย, สวัสดิการทางการศึกษา, การศึกษาขั้นพื้นฐานโดยไม่มีค่าใช้จ่าย

บทนำ

ตามความมาตรา 4 ในพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 การศึกษาเป็นกระบวนการเรียนรู้เพื่อความเจริญงอกงามของบุคคลและสังคม โดยการถ่ายทอดความรู้ การฝึก การอบรม การสืบสานทางวัฒนธรรม การสร้างสรรค์จรรโลงความก้าวหน้าทางวิชาการ การสร้างองค์ความรู้อันเกิดจากการจัดสภาพแวดล้อม สังคม การเรียนรู้และปัจจัยเกื้อหนุนให้บุคคลเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต และการศึกษาขั้นพื้นฐานเป็นการศึกษาก่อนระดับอุดมศึกษา (Government Gazette, 1999, pp. 1-2) ซึ่งการศึกษาทั้งปวงต้องมุ่งพัฒนาผู้เรียนให้เป็นคนดี มีวินัย ภูมิใจในชาติ สามารถเชี่ยวชาญได้ตามความถนัดของตน และมีความรับผิดชอบต่อครอบครัว ชุมชน สังคม และประเทศชาติ โดยรัฐต้องดำเนินการให้ประชาชนได้รับการศึกษาตามความต้องการในระบบต่าง ๆ รวมทั้งส่งเสริมให้มีการเรียนรู้ตลอดชีวิต และจัดให้มีการร่วมมือกันระหว่างรัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และภาคเอกชน ในการจัดการศึกษาทุกระดับ โดยรัฐมีหน้าที่ดำเนินการ กำกับ ส่งเสริม และสนับสนุนให้การจัดการศึกษาดังกล่าว มีคุณภาพและได้มาตรฐานสากล และรัฐต้องดำเนินการให้ผู้ขาดแคลนทุนทรัพย์ได้รับการสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการศึกษาตามความถนัดของตนด้วยการจัดตั้งกองทุนเพื่อใช้ในการช่วยเหลือผู้ขาดแคลนทุนทรัพย์ เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในการศึกษา (Government Gazette, 2017, pp. 14-15)



ภาพ 1 ระดับการศึกษาของประชากรในประเทศไทย

ที่มา : Office of the National Economic and Social Development Council, 2019.

อย่างไรก็ตาม สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (ภาพ 1) ได้แสดงสถานการณ์ทางสังคมทางการศึกษาของประเทศไทย ตามข้อมูลรายงานวิเคราะห์สถานการณ์ความยากจนและความเหลื่อมล้ำของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2562 ระบุสัดส่วนประชากรที่จบการศึกษาสูงสุดระดับประถมศึกษาและต่ำกว่า ได้แก่ กลุ่มคนไม่จน อันเป็นชนกลุ่มใหญ่ของประเทศ ร้อยละ 53.40 คนเกือบจน ร้อยละ 75.77 คนจนน้อย ร้อยละ 78.04 และคนจนมาก

ร้อยละ 81.91 เป็นต้น แสดงให้เห็นว่าประชากรไทยทั้งประเทศส่วนมากรับการศึกษาที่อยู่ในระดับต่ำอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งใน 3 กลุ่มหลัก คือ กลุ่มคนเกือบจน คนจนน้อย และคนจนมาก ซึ่งสะท้อนภาพรวมของปัญหาทางการศึกษาของไทย ที่รัฐบาลจำเป็นต้องมีการเข้ามาดำเนินการปรับปรุงและพัฒนา นโยบาย กฎ ฎหมาย และหรือหลักเกณฑ์ที่จะทำให้ประชาชนไทยได้มีโอกาสเข้ารับการศึกษาขั้นพื้นฐานเพื่อนำไปใช้เป็นคุณสมบัติในการประกอบอาชีพหรือศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น ดังที่ปรากฏในบทบัญญัติด้านการศึกษารัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 หมวด 5 หน้าที่ของรัฐ มาตรา 54 รัฐต้องดำเนินการให้เด็กทุกคนได้รับการศึกษาเป็นเวลาสิบสองปี ตั้งแต่ก่อนวัยเรียนจนจบการศึกษาภาคบังคับอย่างมีคุณภาพโดยไม่เก็บค่าใช้จ่าย (The Secretariat of The House of Representatives, 2018, p. 2)

ดังนั้น การพิจารณากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาขั้นพื้นฐานของประเทศไทย และต่างประเทศ ประกอบด้วย สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ ซึ่งได้มีการปฏิรูปกฎหมายการศึกษาขั้นพื้นฐานไปสู่การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของระบบการศึกษาขั้นพื้นฐาน และการขยายการศึกษาภาคบังคับรวดเร็วกว่าประเทศใดในสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ส่วนประเทศนิวซีแลนด์ และรัฐแคลิฟอร์เนีย สหรัฐอเมริกา มีความโดดเด่นในด้านการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานให้แก่ประชาชน โดยเคารพสิทธิและเสรีภาพของประชาชนเป็นอย่างยิ่ง ด้วยการสนับสนุนให้ประชาชนได้เข้าถึงการศึกษาอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน (K12 Academics, n.d.; Ministry of Education, 2016; Reuters, n.d) จึงทำให้ผู้วิจัย มีความสนใจที่จะศึกษาประเด็นทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาขั้นพื้นฐานโดยไม่มีค่าใช้จ่าย ที่มุ่งประเด็นการเปรียบเทียบกฎหมายสำหรับนำมาใช้เป็นแนวทางการเสนอให้มีการปรับปรุงกฎหมายการศึกษาขั้นพื้นฐานของประเทศไทยให้เหมาะสม สามารถพัฒนาการศึกษาให้ก้าวหน้าทัดเทียมนานาประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ ครอบคลุมผลประโยชน์และลดความเหลื่อมล้ำด้านการศึกษาสำหรับประชาชนไทยให้ได้อย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมา หลักการ แนวคิด และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานในประเทศไทย
2. เพื่อเปรียบเทียบระยะเวลาการศึกษาภาคบังคับในการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานของประเทศไทยและต่างประเทศ
3. เพื่อเปรียบเทียบการจัดสวัสดิการทางการศึกษาของประเทศไทยและต่างประเทศ
4. เพื่อวิเคราะห์แนวทางคุ้มครองผู้เรียนให้ได้รับการศึกษาขั้นพื้นฐานโดยไม่มีค่าใช้จ่ายของประเทศไทยและต่างประเทศ

ประโยชน์การวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้ สามารถนำไปใช้เป็นข้อเสนอแนะแนวทางคุ้มครองผู้เรียนให้ได้รับการศึกษาขั้นพื้นฐานโดยไม่มีค่าใช้จ่ายสำหรับองค์กรทางกฎหมายนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจกำหนดเป็นนโยบายด้านการจัดสวัสดิการทางการศึกษาให้กับสถานศึกษาได้อย่างถูกต้องและเกิดความเหมาะสม

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาแนวคิดและหลักการเกี่ยวข้องกับการศึกษา ประกอบด้วย แนวคิดสิทธิทางสังคม (Social welfare rights) ซึ่งเกี่ยวข้องกับสิทธิมนุษยชน เช่น สัญชาติ การศึกษาขั้นพื้นฐาน การมีงานทำ ความเสมอภาค บริการสาธารณสุข ถือเป็นสิทธิที่ต้องได้รับการรับรองโดยกฎหมายหรือจากรัฐบาล โดยอาจรับรองไว้ในรูปของกฎหมายหรือรัฐธรรมนูญ หรือแนวนโยบายแห่งรัฐเพื่อเป็นหลักประกันความมั่นคงให้แก่ประชาชนของรัฐ (Rights and Liberties Protection Department, 2015, pp. 1-4) สำหรับแนวคิดว่าด้วยสิทธิการศึกษา (Right to education) เป็นสิ่งที่ทุกคนมีสิทธิในการศึกษาหาความรู้ โดยจะต้องเป็นการศึกษาในลักษณะให้เปล่าอย่างน้อยในชั้นประถมศึกษา ซึ่งเป็นภาคบังคับและการศึกษาขั้นพื้นฐาน ที่เป็นการศึกษาด้านวิชาการและด้านวิชาชีพจะต้องเปิดให้เข้าถึงได้เป็นการทั่วไปได้อย่างเสมอภาคบนพื้นฐานของคุณสมบัติและความเหมาะสม (Ministry of Foreign Affairs, 2008) ซึ่งตามหลักการการศึกษาเพื่อปวงชน (Education for all) เกิดขึ้นจากการก้าวเข้าสู่ศตวรรษใหม่แต่กลับต้องเผชิญกับวิกฤตการณ์ทางการศึกษา โดยเฉพาะกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาและด้อยพัฒนาที่ยังมีเด็กจำนวนกว่า 100 ล้านคน ไม่ได้รับการศึกษาในระดับประถมศึกษา และมีผู้ใหญ่ที่ไม่รู้หนังสือมากกว่า 960 ล้านคน ซึ่งผู้ใหญ่กว่า 1 ใน 3 ของประชากรที่โลกขาดทักษะในการเรียนรู้ การปรับปรุงคุณภาพชีวิต และการรับมือการเปลี่ยนแปลงของโลก (Office of the Education Council Secretariat, 2013, p. 1) ดังนั้น เพื่อให้ประชาชนทุกคน ทุกช่วงวัย ไม่ว่าจะเป็นเด็กปฐมวัย วัยเรียน วัยทำงาน และผู้สูงอายุ มีโอกาสในการศึกษาและเรียนรู้ตลอดชีวิต เพื่อให้แต่ละคนได้มีความรู้ พัฒนาความสามารถ มีสมรรถนะในการทำงาน เป็นพลเมืองดี และสามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคม พัฒนาตนเอง ครอบคลุม และนำไปสู่ความเจริญงอกงามของสังคม ประเทศชาติ ครอบคลุมไปถึงเป้าหมายของการจัดการศึกษาโดยไม่ปล่อยปะละเลยหรือทิ้งใครไว้ข้างหลังอีกด้วย (Office of the Education Council Secretariat, 2017, p. 79) และหลักการจัดการศึกษาเพื่อความเท่าเทียมและทั่วถึง (Inclusive education) ถือเป็นการจัดให้มีการศึกษาแก่ผู้เรียนทุกกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มปกติ ผู้ที่ทุพพลภาพหรือมีความพิการทางกาย กลุ่มที่มีความต้องการหรือความจำเป็นพิเศษ อาทิ ผู้ที่มีความบกพร่องทางร่างกาย ทางจิตใจ ทางอารมณ์ รวมไปถึงทางสังคม สติปัญญา การสื่อสาร การเรียนรู้ ตลอดจนผู้ที่ไม่อาจพึ่งพาตนเองได้หรือผู้ที่ไม่มีความรู้ ผู้ด้อยโอกาสทางสังคมและเศรษฐกิจ หรือมีความยากลำบากและขาดแคลนในการใช้ชีวิต โดยที่รัฐจะต้องจัดให้บุคคลกลุ่มต่าง ๆ มีสิทธิและได้รับโอกาสทางการศึกษาตามศักยภาพและความพร้อมอย่างเท่าเทียม ด้วยการจัดสรรทรัพยากรสนับสนุนผู้เรียน และให้จัดการศึกษาเป็นพิเศษสำหรับผู้ที่มีความบกพร่องในด้านต่าง ๆ ให้โอกาสได้รับการศึกษาร่วมกับเด็กปกติ เพื่อให้มีโอกาสได้เรียนรู้ แลกเปลี่ยนความรู้ ความคิด และสามารถปรับตัวให้เข้ากับผู้อื่นในสังคมได้ นอกจากนี้ บุคคลที่มีความสามารถพิเศษ ถือว่าเป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ จึงเป็นหน้าที่ของรัฐที่จะต้องลงทุนพิเศษในการจัดการศึกษาให้บุคคลเหล่านี้ อย่างเหมาะสม ครอบคลุม การดูแลและพัฒนาบุคคลทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียมและทั่วถึง (Office of the Education Council Secretariat, 2017, p. 79)

ทั้งนี้ แนวคิดสวัสดิการสังคม (Social welfare) มีความเกี่ยวข้องับสิทธิของมนุษย์ในฐานะพลเมืองแห่งรัฐ และมีความสำคัญต่อการใช้ชีวิตในสังคม ประกอบไปด้วยปัจจัยการศึกษา การมีรายได้ การทำงาน นันทนาการ สุขภาพอนามัย ที่อยู่อาศัย ความมั่นคง และบริการทางสังคม ที่มุ่งช่วยเหลือพลเมืองทั้งตอนปกติสุขและตอนที่ประสบปัญหาทุกระชั้นเพื่อให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น โดยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนตามหลักการสำคัญ ดังนี้ 1) ความต้องการบริการทางสังคมหรือความจำเป็นที่ต้องได้รับสวัสดิการสังคม 2) การจัดบริการทางสังคมอย่างครอบคลุม ทั่วถึง และการเข้าถึงบริการอย่างเท่าเทียมและเสมอภาค 3) สิทธิของพลเมืองในฐานะสมาชิกของประเทศที่มีสิทธิได้รับ

บริการทางสังคมที่รัฐ และ 4) การคำนึงถึงสิทธิของบุคคล ความเสมอภาค ความรับผิดชอบ และความยุติธรรม (Khamhom, 2014, pp. 4-7) โดยมีเป้าหมายคือการตอบสนองความต้องการทางสังคม การเงิน สุขภาพ และสันติภาพการของทุกคนในสังคม สวัสดิการสังคมพยายามยกระดับการทำงานทางสังคมของทุกกลุ่มวัย ทั้งคนรวยและคนจน เมื่อระบบเศรษฐกิจแบบตลาดและครอบครัวล้มเหลว บุคคลหรือกลุ่มคนอาจเรียกร้องการบริการทางสังคมต่อความจำเป็นเพื่อตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐาน ซึ่งผู้คนในสังคมอุตสาหกรรมขนาดเล็กได้รับการตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานโดยตรงและไม่เป็นทางการมากขึ้น (Zastrow & Hessenauer, 2022)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ดำเนินการวิจัยตามระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ด้วยการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary research) เป็นการศึกษาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ที่มีที่มาจากแหล่งข้อมูลหลากหลายที่ได้จากเอกสารซึ่งจัดพิมพ์เผยแพร่ไว้ก่อนแล้ว (Scott, 2006) ของประเทศไทย ประเทศฟิลิปปินส์ ประเทศนิวซีแลนด์ และรัฐแคลิฟอร์เนีย สหรัฐอเมริกา ในการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากสารสนเทศที่เป็นเอกสาร บทความ งานวิจัย พระราชบัญญัติ กฎหมาย และรัฐธรรมนูญ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานโดยไม่มีค่าใช้จ่าย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบบันทึกข้อมูลเชิงเอกสาร (Centro Universitario, 2016) สำหรับการทบทวน การเลือก การวิเคราะห์ และเจาะลึกหมวดหมู่พื้นฐาน ซึ่งมีประเด็นเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา หลักการแนวคิด กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐาน ระยะเวลาการศึกษาภาคบังคับในการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐาน และการจัดสวัสดิการทางการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เนื่องจากเป็นกระบวนการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งอื่นซึ่งเป็นข้อมูลรอง (Sharma & Kumar, 2022, p. 6) จากแหล่งที่มาของข้อมูลที่ได้รับการยอมรับให้เผยแพร่ มีการจัดระเบียบแล้วและสามารถเข้าถึงได้ง่ายในประเทศไทย ประกอบด้วย ประวัติความเป็นมาของการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐาน (Government Gazette, 1935, 1936, 1977, 1992, 2010; Ministry of Educaion, 1983; National Assembly Library of Thailand, 1995; Phucharoen, n.d.; The House of Representatives, 1932; Thepsumethanon, 2016; Thongprong, 2004) กฎหมายการศึกษาขั้นพื้นฐานของประเทศไทย ประกอบด้วย รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2545 และคำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติที่ 28/2559 เรื่อง ให้จัดการศึกษาขั้นพื้นฐาน 15 ปี โดยไม่เก็บค่าใช้จ่าย และต่างประเทศ ประกอบด้วย 1) สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ (Republic of the Philippines) ประกอบด้วย รัฐบัญญัติแห่งสาธารณรัฐหมายเลข 9155 รัฐบัญญัติแห่งสาธารณรัฐหมายเลข 10533 (Official Gazette, 2001; Government Gazette, 2002, 2013) รัฐบัญญัติแห่งสาธารณรัฐหมายเลข 6655 รัฐบัญญัติการศึกษา 1982 (The Lawphil Project, 2009) รัฐบัญญัติแห่งสาธารณรัฐหมายเลข 11314 (The Lawphil Project, 2019) 2) นิวซีแลนด์ (New Zealand) ประกอบด้วย พระราชบัญญัติการศึกษาและฝึกอบรม (Education and training act) (New Zealand Legislation, 2020) และ 3) รัฐแคลิฟอร์เนีย สหรัฐอเมริกา (California state, united states of america) ประกอบด้วย ประมวลกฎหมายปกครองแห่งรัฐแคลิฟอร์เนีย (California code of regulations) (Reuters, n.d)

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลในเอกสาร ประกอบด้วย การค้นหา การเลือก การจัดระเบียบ และการวิเคราะห์ชุดเอกสารที่เป็นลายลักษณ์อักษรเพื่อตอบคำถามเกี่ยวกับประเด็นในการวิจัย (Peña & Nemecio, 2022, p. 691) โดยใช้การวิเคราะห์เอกสารเฉพาะเรื่องแบบสะท้อนกลับ (Morgan, 2022) กำหนดเกณฑ์การคัดเลือกเอกสารมาใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 1) การคัดเลือกเอกสารที่แท้จริง (Origin) 2) การพิจารณาเอกสารที่ถูกต้องน่าเชื่อถือ (Credibility) 3) การพิจารณาเอกสาร ที่สามารถเป็นตัวแทนและนำมาวิเคราะห์ต่อได้ (Representativeness) และ 4) การใช้เกณฑ์ความหมายที่ชัดเจนและสามารถเข้าใจได้ง่าย (Meaning) (Scott, 1990)

ผลการวิจัย

1. การศึกษาประวัติความเป็นมา หลักการ แนวคิด และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานในประเทศไทยและต่างประเทศ แสดงผลการวิจัยดังต่อไปนี้

1.1 ผลการศึกษาประวัติความเป็นมา หลักการ แนวคิด และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานในประเทศไทย พบว่า การศึกษาไทยสมัยใหม่เริ่มขึ้นหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองในปี พ.ศ. 2475 โดยคณะราษฎรได้วางเป้าหมายอันเป็นอุดมการณ์สำคัญตามหลักข้อ 6 จะต้องให้การศึกษาอย่างเต็มที่แก่ราษฎรจากนั้นมา มีจัดระบบการศึกษาด้วยการประกาศแผนการศึกษาชาติ ประถมศึกษาเป็น 6 ชั้น มัธยมศึกษาตอนต้นและปลาย สายอาชีวศึกษาประกาศใช้พระราชบัญญัติประถมศึกษา พ.ศ. 2478 เพื่อขยายโอกาส จัดตั้งมหาวิทยาลัยหลายแห่ง จัดตั้งศูนย์อบรมการศึกษาผู้ใหญ่ และกระทรวงศึกษาธิการร่วมมือกับองค์การยูเนสโกเพื่อปรับปรุงการศึกษาไทยโดยมีโครงการฝึกหัดครูชนบทและจัดตั้งกรมสามัญศึกษา ซึ่งการศึกษามภาคบังคับกำหนดให้เด็กทุกคนเข้าเรียนจนจบชั้นประถมศึกษา กำหนดให้เด็กที่มีอายุย่างเข้าปีที่ 8 ต้องเรียนอยู่ในโรงเรียนประถมศึกษาจนมีอายุย่างเข้าปีที่ 15 แต่ต้องมีความยืดหยุ่นทั้งเรื่องอายุของผู้เข้าศึกษาในพื้นที่ที่ยังไม่มีความพร้อม ต่อมาได้ปรับปรุงและประกาศใช้แผนการศึกษาชาติ พ.ศ. 2479 ที่ยังคงมีจุดมุ่งหมายสำคัญในการให้พลเมืองทุกคนได้รับการศึกษาเพื่อจะได้ทำหน้าที่พลเมืองได้อย่างดีตามระบอบการปกครองประชาธิปไตย และในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2492 ได้มีบทบัญญัติมาตรา 53 บุคคลมีหน้าที่รับการศึกษาอบรมชั้นประถมศึกษา ภายใต้เงื่อนไขและวิธีการที่กฎหมายบัญญัติ และหมวด 5 ที่ว่าด้วยแนวนโยบายแห่งรัฐในมาตรา 62-64 กำหนดให้รัฐบาลเอาใจใส่ในการทำนุบำรุงการศึกษาของชาติทุกระดับตั้งแต่ระดับประถมศึกษาไปจนถึงระดับอุดมศึกษา จนกระทั่งประกาศใช้แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2520 ให้ความสำคัญว่าการศึกษาเป็นกระบวนการต่อเนื่องตลอดชีวิตที่จะพัฒนาประชาชนให้เป็นพลเมืองที่มีคุณภาพและตระหนักว่าการศึกษาร้างเสริมความอยู่รอดปลอดภัย ความมั่นคงและความผาสุกให้แก่คนในสังคม โดยเฉพาะรัฐที่มีหน้าที่จัดการศึกษาให้แก่ประชาชนและต้องจัดการศึกษามภาคบังคับให้ทั่วถึง ทั้งในสถานศึกษาของรัฐและท้องถิ่นโดยให้เปล่า ทั้งยังต้องคำนึงถึงขอบเขตของความเสมอภาคและเท่าเทียมทางการศึกษาตามที่รัฐกำหนดด้วย การประกาศใช้แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2535 ให้ความสำคัญกระบวนการศึกษาที่สามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตมนุษย์ได้ และเกื้อหนุนต่อการพัฒนาประเทศให้พร้อมรับมือกับความเปลี่ยนแปลง จึงได้เน้นย้ำถึงการศึกษาตลอดชีวิตเพื่อให้พัฒนาตนเองได้เหมาะสมกับวัย สามารถประกอบอาชีพและการทำงานตามสมควร ตลอดจนมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนและประเทศชาติ ซึ่งนโยบายการศึกษาได้แสดงให้เห็นเจตนารมณ์ของรัฐบาลที่จะพัฒนาคนเป็นสำคัญดังปรากฏสาระสำคัญที่จะดำเนินการขยายการศึกษาภาคบังคับจาก 6 ปี เป็น 9 ปี ให้ทั่วถึงทั้งในและนอกระบบโรงเรียน โดยมีเป้าหมายที่จะขยายการศึกษาภาคบังคับให้ถึง 12 ปี

พร้อมทั้งจัดสวัสดิการทางการศึกษาและสวัสดิการอื่น ๆ ที่จำเป็นให้แก่นักเรียน ซึ่งเด่นชัดอย่างมากในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 โดยเฉพาะในมาตรา 43 บุคคลย่อมมีสิทธิเสมอกันในการรับการศึกษาขั้นพื้นฐานไม่น้อยกว่า 12 ปี ที่รัฐจะต้องจัดให้อย่างทั่วและมีคุณภาพโดยไม่เก็บค่าใช้จ่าย และมาตรา 81 จัดให้มีกฎหมายเกี่ยวกับการศึกษาแห่งชาติ จึงได้มีการตราพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ที่ได้ถือว่าเป็นกฎหมายแม่บทที่รองรับการปฏิรูปการศึกษาทั้งในด้านการปรับปรุงโครงสร้างการบริหารการศึกษา การปรับปรุงกระบวนการจัดการศึกษา และมาตรการในการประกันคุณภาพการศึกษา และมีการปรับปรุงแก้ไขจนถึงพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2553 มาเป็นการศึกษาโดยยึดกับชุมชนและสังคมเป็นสำคัญ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของสังคม สภาพแวดล้อมในปัจจุบันและในอนาคตมากยิ่งขึ้น

1.2 ผลการสรุปสาระสำคัญของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานของประเทศไทยและต่างประเทศ แสดงดังตาราง 1

ตาราง 1 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานของประเทศไทยและต่างประเทศ

ประเทศ	กฎหมายที่เกี่ยวข้อง	สาระสำคัญ
ไทย	รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2545	- บุคคลที่มีหน้าที่จะต้องเข้ารับการศึกษาภาคบังคับ ตามมาตรา 50 อนุมาตรา 4 ระบบในการจัดการศึกษา 3 รูปแบบ คือ การศึกษาแบบในระบอบโรงเรียน การศึกษาแบบนอกระบบโรงเรียน และการศึกษาแบบตามอัธยาศัย ตามมาตรา 15
ฟิลิปปินส์	Republic Act No. 6655 The Education Act, 1982	- บทบัญญัติจัดสวัสดิการและกำหนดเงื่อนไขการเรียกเก็บค่าธรรมเนียม ซึ่งจะต้องไม่ส่งผลกระทบต่อภาระเบียดเบียนเรียนหรือการสำเร็จการศึกษาตามมาตรา 3 - บทบัญญัติกำหนดสิทธิที่จะปราศจากการบริจาควิน โดยไม่สมัครใจ ตามมาตรา 9 อนุมาตรา 9
นิวซีแลนด์	Education and Training Act, 2020	- บุคคลที่เป็นพลเมืองนิวซีแลนด์ ผู้ถือวีซ่าประเภทที่อยู่อาศัยที่ได้รับภายใต้พระราชบัญญัติคนเข้าเมือง หรือบุคคลที่รัฐมนตรีกำหนดโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษาให้ปฏิบัติเสมือนว่าไม่ใช่ชนต่างชาติ ตามมาตรา 10
รัฐแคลิฟอร์เนีย สหรัฐอเมริกา	California Code of Regulations Education Code	- ระบบการศึกษาขั้นพื้นฐานแบบ K-12 แบ่งเป็น 3 ระดับ คือ ระดับอนุบาล ระดับประถมศึกษา และระดับมัธยมศึกษา - บุคคลที่มีอายุระหว่าง 6 ถึง 18 ปี จะต้องได้รับการศึกษาภาคบังคับอย่างต่อเนื่องแบบเต็มเวลา เว้นแต่จะกำหนดไว้เป็นอย่างอื่น นักเรียนจะต้องไม่ลงทะเบียนเรียนน้อยกว่าจำนวนวันเรียนขั้นต่ำที่กฎหมายกำหนดไว้ ตามมาตรา 48200

จากตาราง 1 ประเทศไทยมีการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานภายใต้พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ และรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ส่วนต่างประเทศให้ความสำคัญกับการกำหนดให้มีการศึกษาภาคบังคับครอบคลุมตั้งแต่การศึกษาปฐมวัยไปจนถึงระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย เช่นเดียวกับประเทศไทย

2. การเปรียบเทียบระยะเวลาการศึกษาภาคบังคับในการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานของประเทศไทยและต่างประเทศ แสดงดังตาราง 2

ตาราง 2 ระยะเวลาการศึกษาภาคบังคับในการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานของประเทศไทยและต่างประเทศ

ประเทศ	กฎหมายที่เกี่ยวข้อง	สาระสำคัญ
ไทย	พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 คำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติที่ 28/2559	- การศึกษาในขั้นพื้นฐานจะต้องจัดเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 12 ปี ก่อนระดับอุดมศึกษา ตามมาตรา 16 - การศึกษาขั้นพื้นฐาน 15 ปี ตั้งแต่ระดับปฐมวัย ระดับประถมศึกษา จนถึงระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือประกาศนียบัตรวิชาชีพ หรือเทียบเท่า และให้หมายความรวมถึงการศึกษาพิเศษและการศึกษาสงเคราะห์ด้วย
ฟิลิปปินส์	Republic Act No. 10533	กำหนดการศึกษาภาคบังคับไว้ที่ 13 ปี ตามมาตรา 4
นิวซีแลนด์	Education and Training Act, 2020	กำหนดการศึกษาภาคบังคับไว้ที่ 10 ปี ตามมาตรา 35
รัฐแคลิฟอร์เนีย สหรัฐอเมริกา		กำหนดการศึกษาภาคบังคับไว้ที่ 12 ปี ตามมาตรา 48200

จากตาราง 3 พบว่า ระยะเวลาการศึกษาภาคบังคับในการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานของประเทศไทยและต่างประเทศ อยู่ระหว่าง 10-15 ปี

3. การเปรียบเทียบการจัดสวัสดิการทางการศึกษาของประเทศไทยและต่างประเทศ แสดงดังตาราง 3

ตาราง 3 การจัดสวัสดิการทางการศึกษาของประเทศไทยและต่างประเทศ

ประเทศ	กฎหมายที่เกี่ยวข้อง	สาระสำคัญ
ไทย	คำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติที่ 28/2559	- ไม่มีการเรียกเก็บค่าใช้จ่าย : 1) ค่าจัดการเรียนการสอน 2) ค่ากิจกรรมเพื่อพัฒนาคุณภาพของผู้เรียน 3) ค่าเครื่องแบบของนักเรียน 4) ค่าอุปกรณ์ที่ใช้การเรียน 5) ค่าหนังสือที่ใช้เรียน และ 6) ค่าใช้จ่ายอื่นตามที่คณะรัฐมนตรีเห็นชอบ
ฟิลิปปินส์	Republic Act No. 11314	- นักเรียนมีสิทธิได้รับส่วนลดค่าโดยสารสาธารณะ ทุกประเภท ตามมาตรา 5
นิวซีแลนด์	Education and Training Act, 2020	- โรงเรียนของรัฐไม่สามารถเรียกเก็บค่าธรรมเนียมสำหรับการลงทะเบียนหรือเข้าเรียน หรือสำหรับการจัดการตามหลักสูตรได้ ตามมาตรา 33 - การลงทะเบียนเรียน ห้ามเก็บค่าธรรมเนียมการสมัครและค่าลงทะเบียนใด และกำหนดเงื่อนไขไม่ให้สถานศึกษาแสวงหาหรือรับเงินโดยสมัครใจจากผู้ปกครอง ตามมาตรา 551 - ค่าใช้จ่ายที่ได้รับการคุ้มครองการดำเนินการโดยเงินทุนดำเนินงานของโรงเรียน (ไม่สามารถเรียกเก็บเงินได้) ประกอบด้วย เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โปรแกรมการศึกษาและหลักสูตร เครื่องเขียน และทรัพยากรการเรียน กิจกรรมว่ายน้ำ เอกสารประกอบการเรียน กิจกรรมดนตรี กิจกรรมเสริม ชุดนักเรียน การเข้าค่ายพักแรม และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ
รัฐแคลิฟอร์เนีย สหรัฐอเมริกา	Education Code	- บทบัญญัติกำหนดให้ไม่ต้องชำระค่าธรรมเนียม ค่ามัดจำ หรือค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่กฎหมายไม่ได้อนุญาตไว้เป็นการเฉพาะ ตามมาตรา 350

ตาราง 3 (ต่อ)

ประเทศ	กฎหมายที่เกี่ยวข้อง	สาระสำคัญ
		<ul style="list-style-type: none"> - นักเรียนที่ลงทะเบียนเรียนในโรงเรียนของรัฐ ไม่ต้องชำระค่าธรรมเนียม นักเรียนสำหรับการเข้าร่วมกิจกรรมการศึกษา ตามมาตรา 49011 และข้อห้ามที่ระบุไว้ คือ จัดหาวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นในการเข้าร่วมกิจกรรม การยกเว้นค่าธรรมเนียม ไม่สร้างระบบการศึกษาแบบ 2 ชั้น (กำหนดมาตรฐานการศึกษาขั้นต่ำ และเสนอมาตรฐานการศึกษาขั้นที่สองสูงขึ้น) ไม่เสนอหน่วยกิตรายวิชาหรือสิทธิพิเศษเพื่อแลกกับเงิน การบริจาค วัสดุหรือบริการจากนักเรียน ตามมาตรา 49011 อนุมาตรา (a) - รัฐมีหน้าที่จัดหาทรัพยากรทางการศึกษาแก่นักเรียนโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ตามมาตรา 60411 และมาตรา 38118 - การเรียนการสอนทั้งในและนอกหลักสูตรการศึกษา รวมถึงการเรียนในฤดูร้อน เป็นการศึกษาโดยไม่มีค่าใช้จ่าย ตามมาตรา 49010 และการฝึกงาน ตามมาตรา 48053 - รัฐมีหน้าที่จัดหาทรัพยากรทางการศึกษาแก่นักเรียนโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ตามมาตรา 60411 และมาตรา 38118

จากตาราง 3 พบว่า การจัดสวัสดิการทางการศึกษาของประเทศไทยและต่างประเทศไม่แตกต่างกัน โดยมีลักษณะที่คล้ายคลึงกันในประเด็นเกี่ยวกับ 1) ไม่มีการเรียกเก็บค่าสมัคร ค่าธรรมเนียม และค่าใช้จ่าย การลงทะเบียน 2) มีการจัดหาวัสดุอุปกรณ์การเรียนโดยไม่มีค่าใช้จ่าย 3) การมีสิทธิได้รับส่วนลดโดยสาธารณะ 4) ห้ามให้สถานศึกษาเรียกเก็บเงินบริจาคทั้งโดยสมัครใจและโดยไม่สมัครใจ เป็นต้น

4. แนวทางคุ้มครองทางกฎหมายสำหรับผู้เรียนให้ได้รับการศึกษาขั้นพื้นฐานโดยไม่มีค่าใช้จ่ายของประเทศไทย มีข้อค้นพบสำคัญใน 2 กรณีหลัก รวม 5 ประเด็น ดังต่อไปนี้

4.1 กรณีการขอรับบริจาคเงินเพื่อการศึกษา จำนวน 2 ประเด็น ดังนี้

4.1.1 การเพิ่มบทบัญญัติที่กำหนดให้นักเรียนและผู้ปกครองโดยปราศจากความสมัครใจ มีสิทธิที่จะปฏิเสธการระดมทรัพยากรทางการศึกษาในลักษณะของการบริจาคเงินเพื่อการศึกษา

4.1.2 การสร้างข้อกำหนดเพิ่มเติมว่าด้วยสถานศึกษาจะต้องไม่เลือกปฏิบัติหรือสร้างเงื่อนไขอื่นใดเพื่อแลกกับการบริจาคเงินทางการศึกษาของนักเรียนและผู้ปกครอง หรือกับนักเรียนและผู้ปกครองผู้ใช้สิทธิปฏิเสธการบริจาคเงินดังกล่าว

4.2 กรณีการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายทางการศึกษา จำนวน 3 ประเด็น ดังนี้

4.2.1 การเพิ่มบทบัญญัติการตีความเพื่อเรียกเก็บค่าใช้จ่ายทางการศึกษา รวมถึงมีบทบัญญัติที่ให้สถานศึกษาเรียกเก็บค่าใช้จ่ายจากการจัดการศึกษาให้ชัดเจน ครอบคลุมการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานโดยไม่มีค่าใช้จ่าย

4.2.2 การนำหลักการทั่วไปที่กำหนดว่าห้ามเรียกเก็บค่าใช้จ่ายทางการศึกษาไปบัญญัติเป็นกฎหมายโดยการเฉพาะ เพื่อสร้างความคุ้มครองสิทธิแก่ผู้เรียนให้ได้รับการศึกษาโดยไม่มีค่าใช้จ่ายอย่างแท้จริง

4.2.3 การเพิ่มบทบัญญัติลงโทษสถานศึกษาที่สร้างเงื่อนไขอื่นใดเพื่อเรียกเก็บค่าใช้จ่ายทางการศึกษา หรือการกระทำอื่นใดอันเป็นการฝ่าฝืนบทบัญญัติที่เพิ่มขึ้นมานี้ด้วย

อภิปรายผล

การจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานมีการปรับปรุงพัฒนาอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งจัดสวัสดิการทางการศึกษา และสวัสดิการอื่น ๆ ที่จำเป็นให้แก่นักเรียนอย่างเด่นชัดมากในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย และกฎหมายเกี่ยวกับการศึกษาแห่งชาติที่ถือได้ว่าเป็นกฎหมายแม่บทที่รองรับการปฏิรูปการศึกษา ทั้งในด้านการปรับปรุงโครงสร้างการบริหารการศึกษา การปรับปรุงกระบวนการจัดการศึกษา และมาตรการในการประกันคุณภาพการศึกษา โดยยึดกับชุมชนและสังคมเป็นสำคัญ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของสังคม สภาพแวดล้อมในปัจจุบัน และในอนาคตได้มากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ ไม่ใช่เพียงเพื่อการพัฒนาตนเองและการพัฒนาอาชีพเท่านั้น แต่ยังนำไปสู่การพัฒนาสังคม เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชากร ช่วยให้ประชาชนมีความรู้ ความสามารถ รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก และมีทักษะที่จำเป็นในการแสวงหาความรู้ได้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับรัฐบาลที่เล็งเห็นว่าการศึกษารากฐานของการผลิตทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพเพื่อเป็นอนาคตที่สำคัญของชาติ และเป็นรากฐานของการสร้างสังคมที่เข้มแข็ง มีคุณภาพพลคุณธรรม โดยเชื่อว่าการศึกษามีความสามารถสร้างสังคมที่แข็งแกร่งร่วมกับคุณธรรม และจริยธรรม การปฏิรูปการศึกษาเป็นสาขาหนึ่งในการปฏิรูปประเทศตามที่กำหนดในมาตรา 258 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 (Ministry of Education, 2018, p. 8) โดย สายไหม ภารประดับ (Panpradub, 2022) ได้เสนอกระบวนการบริหารงานวิชาการของสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในยุคพลิกผันด้านนโยบาย และการวางแผน ประกอบไปด้วย การกำหนดนโยบายและวางแผนสนับสนุนงบประมาณ การสร้างเป้าหมายร่วมกัน และความเข้าใจการดำเนินงานทางวิชาการทั้งสถานการณ์ปกติและฉุกเฉิน สร้างศูนย์กลางประสานงานและเพิ่มช่องทางในการสื่อสารให้คำปรึกษาด้านการศึกษา พัฒนารูปแบบ ระบบงาน ฐานข้อมูล ระบบสารสนเทศ หรือนวัตกรรมในการจัดการเรียนรู้ที่ทันสมัย และเสริมสร้างความเข้มแข็งทางวิชาการจากภายในสถานศึกษาสู่ชุมชน

การศึกษาภาคบังคับในการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานของประเทศไทยและต่างประเทศ อยู่ระหว่าง 10-15 ปี จะเห็นได้ว่า เป็นระยะเวลาการศึกษาที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการคงผู้เรียนให้อยู่ในระบบการศึกษา ซึ่งจะส่งผลดีในการผลิตพลเมืองที่มีคุณภาพในการประกอบอาชีพที่สามารถสร้างคุณูปการต่อตนเอง ครอบครัว สังคม ประเทศชาติ และนำไปสู่การศึกษาในระดับที่สูงขึ้น เพื่อสร้างแรงงานและพลเมืองที่มีคุณภาพสูงในการพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้าต่อไปได้ ซึ่งคล้ายคลึงกับประเทศไนจีเรียที่มีโครงการการศึกษาขั้นพื้นฐานปี 2542 (ค.ศ. 1999) โดยเป้าหมายในการให้การศึกษาขั้นพื้นฐานที่เป็นภาคบังคับและเป็นสากลฟรีสำหรับเด็กอายุ 6-15 ปี ทุกคน ซึ่งโดยเฉลี่ยแล้วคือ 10 ปี (Ogunode, 2022, p. 1) ขณะที่สหรัฐอเมริกาได้จัดให้มีโปรแกรมการให้ความรู้และการศึกษาขั้นพื้นฐานด้วยหลักสูตรประกาศนียบัตรเฉพาะทางแบบตลอดชีพสำหรับผู้ใหญ่เต็มรูปแบบ แก่ผู้ใหญ่ที่ต้องการทำงานที่ดีขึ้นตนเองและครอบครัวมีชีวิตดีขึ้น บุตรหลานได้รับการศึกษาสูงขึ้น และการมีส่วนร่วมในหน้าที่พลเมืองสำหรับการพัฒนาชุมชน ซึ่งช่วยให้ผู้ใหญ่ได้รับทักษะและความรู้ตามบริบท (Sticht, 2022) ดังนั้น ในพระราชบัญญัติการศึกษาควรให้คำมั่นสัญญาว่าจะมีระบบการศึกษาแบบเรียนรวมอย่างแท้จริง ซึ่งต้องตอบสนองความต้องการของนักเรียนทุกคนอย่างมีประสิทธิภาพ (Fleming, Harford, & Hyland, 2022, p. 453)

การจัดสวัสดิการทางการศึกษาของประเทศไทยและต่างประเทศมีลักษณะที่คล้ายคลึงกันในประเด็น การไม่เรียกเก็บค่าสมัคร ค่าธรรมเนียม ค่าใช้จ่ายการลงทะเบียน การจัดหาวัสดุอุปกรณ์การเรียนโดยไม่มีค่าใช้จ่าย มีสิทธิได้รับส่วนลดโดยสาธารณะ และห้ามให้สถานศึกษาเรียกเก็บเงินบริจาคทั้งโดยสมัครใจและโดยไม่สมัครใจ จะเห็นได้ว่า บริการที่รัฐจัดหาให้ เช่น การศึกษาและการรักษาพยาบาล รวมถึงสวัสดิการทั่วไป สำหรับคนในชาติ ส่งเสริมความรู้สึกความเป็นชาติเดียวกัน ซึ่งเหนือกว่าปัจเจกเสรีนิยมทั้งในด้านเศรษฐกิจและศีลธรรม (Reisman, 2022)

ดังเช่นสาธารณรัฐไอร์แลนด์ที่จัดลำดับความสำคัญของการศึกษาในบริบทของยุทธศาสตร์ต่อต้านความยากจนอย่างรอบด้านและยังคงมุ่งมั่นที่จะปฏิรูปและจัดสรรงบประมาณค่าใช้จ่ายให้กับการศึกษามากขึ้น (Fleming, Harford, & Hyland, 2022, pp. 452-453)

แนวทางคุ้มครองผู้เรียนให้ได้รับการศึกษาขั้นพื้นฐานโดยไม่มีค่าใช้จ่าย ในกรณีการขอรับบริจาคเงินเพื่อการศึกษา คือ การเพิ่มบทบัญญัติโดยกำหนดให้นักเรียนและผู้ปกครองมีสิทธิที่จะปฏิเสธการระดมทรัพยากรทางการศึกษาในลักษณะของการบริจาคเงินเพื่อการศึกษา และสร้างข้อกำหนดเพิ่มเติมว่าด้วยสถานศึกษาจะต้องไม่เลือกปฏิบัติหรือสร้างเงื่อนไขอื่นใดเพื่อแลกกับการบริจาคเงินทางการศึกษาของนักเรียนและผู้ปกครอง หรือกับนักเรียนและผู้ปกครองผู้ใช้สิทธิปฏิเสธการบริจาคเงินดังกล่าว สำหรับกรณีการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายทางการศึกษา คือ การเพิ่มบทบัญญัติการตีความเรียกเก็บค่าใช้จ่ายทางการศึกษา บทบัญญัติสถานศึกษาเรียกเก็บค่าใช้จ่ายจากการจัดการศึกษาให้ชัดเจน ครอบคลุมการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานโดยไม่มีค่าใช้จ่าย โดยนำหลักการทั่วไปที่กำหนดว่าห้ามเรียกเก็บค่าใช้จ่ายทางการศึกษาไปบัญญัติเป็นกฎหมายโดยการเฉพาะ เพื่อสร้างความคุ้มครองสิทธิแก่ผู้เรียนให้ได้รับการศึกษาโดยไม่มีค่าใช้จ่ายอย่างแท้จริง และเพิ่มบทบัญญัติลงโทษสถานศึกษาที่สร้างเงื่อนไขอื่นใดเพื่อเรียกเก็บค่าใช้จ่ายทางการศึกษา หรือการกระทำอื่นใดอันเป็นการฝ่าฝืนบทบัญญัติที่เพิ่มขึ้นมานี้ ซึ่งในการสร้างกฎหมายของฝ่ายนิติบัญญัติของรัฐบาลต้องได้รับการอนุมัติจากฝ่ายบริหาร (ประธานาธิบดีสำหรับกฎหมายของรัฐบาลกลาง ผู้ว่าการรัฐสำหรับกฎหมายของรัฐ) เพื่อให้มีผลบังคับใช้ ซึ่งกฎหมายที่จัดทำโดยศาลเรียกว่า กฎหมายทั่วไป แม้ว่าศาลจะมีอำนาจในการออกกฎหมาย แต่สภาพนิติบัญญัติสามารถรับรองกฎหมายที่เปลี่ยนแปลงหรือยกเลิกกฎหมายทั่วไปได้ ตราบใดที่กฎหมายนั้นชอบด้วยรัฐธรรมนูญ (Sloan, 2021, p. 2)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ทางด้านกฎหมายการศึกษาขั้นพื้นฐานของประเทศไทย

1. ควรแก้ไขพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ในมาตรา 17 โดยให้ใช้ข้อความดังต่อไปนี้ “ให้มีการศึกษาภาคบังคับจำนวนสิบสองปี โดยให้เด็กซึ่งมีอายุย่างเข้าปีที่เจ็ด เข้าเรียนในสถานศึกษาขั้นพื้นฐานจนอายุย่างเข้าปีที่สิบเก้า...”
2. เพิ่มเติมบทบัญญัติตามมาตรา 58 ว่า “ภายใต้บทบัญญัติตามมาตรา 58 ห้ามมิให้เรียกเก็บค่าใช้จ่ายจากการจัดการศึกษาโดยไม่มีบทบัญญัติของกฎหมายอนุญาตไว้เป็นการเฉพาะ และสถานศึกษาจะต้องไม่สร้างเงื่อนไขอื่นใดเพื่อเรียกเก็บค่าใช้จ่ายดังกล่าว หรือกระทำการอื่นใดอันเป็นการฝ่าฝืนบทบัญญัตินี้”
3. ควรแก้ไขและเพิ่มเติมคำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ที่ 28/2559 เพื่อจัดสวัสดิการทางการศึกษาใหม่ เป็นดังนี้
 - 3.1 แก้ไขบทบัญญัติในข้อที่ 3 วรรค 3 อนุวรรค 1 ค่าจัดการเรียนการสอนให้หมายความรวมถึงการเรียนการสอนในหลักสูตรการศึกษา การเรียนการสอนนอกหลักสูตรการศึกษา การเรียนการสอนในภาคฤดูร้อน และการฝึกงานที่เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรการศึกษา
 - 3.2 กำหนดบทบัญญัติเพิ่มเติมว่า หนังสือเรียนและอุปกรณ์การเรียนในข้อที่ 3 วรรค 3 อนุวรรค 2 และอนุวรรค 3 เป็นหน้าที่ของสถานศึกษาจะต้องจัดหาให้แก่นักเรียนโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย
 - 3.3 ควรกำหนดบทบัญญัติเพิ่มเติมว่า หากสถานศึกษามีข้อกำหนดให้สวมเครื่องแบบอื่นใดในพิธีสำเร็จการศึกษา สถานศึกษามีหน้าที่จะต้องจัดหาเครื่องแบบนั้นให้แก่ผู้เรียนโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย

3.4 เพิ่มเติมบทบัญญัติในข้อที่ 3 วรรค 3 ให้การลดราคาค่าโดยสารสาธารณะของนักเรียนเป็นหนึ่งในค่าใช้จ่ายที่รัฐให้การสนับสนุน

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

ควรมีการศึกษาผลการปฏิบัติงานตามประเด็นทางกฎหมายเกี่ยวกับการศึกษาขั้นพื้นฐานโดยไม่มีค่าใช้จ่ายสำหรับพลเมืองของประเทศไทย เพื่อให้ทราบถึงประสิทธิผลของการบริหารจัดการการศึกษาขั้นพื้นฐานภายใต้พระราชบัญญัติทางกฎหมายต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- Centro Universitario, C. I. F. E. (2016). *Metodología del registro documental para la búsqueda y organización de la información científica*. CIFE.
- Fleming, B., Harford, J., & Hyland, Á. (2022). Reflecting on 100 years of educational policy in Ireland: was equality ever a priority?. *Irish Educational Studies*, 41(3), 441-455. <https://doi.org/10.1080/03323315.2022.2085765>
- Government Gazette. (1935). *Primary Education Act, B.E. 2478*. Vol. 52, p. 1591. (In Thai)
- Government Gazette. (1936). *The Current National Education Plan Announce*. Vol. 53, p. 1471. (In Thai)
- Government Gazette. (1977). *Announcement to use the National Education Plan, B.E. 2520*. Vol. 94, chapter 31, p. 337. (In Thai)
- Government Gazette. (1992). *Announcement to use the National Education Plan, B.E. 2535*. Vol. 109, chapter 71, p. 1. (In Thai)
- Government Gazette. (1999). *National Education Act, 1999*. Vol. 116, chapter 74 kor. (In Thai)
- Government Gazette. (2002). *National Education Act, 2002*. Vol. 119, chapter 128 kor. (In Thai)
- Government Gazette. (2010). *National Education Act (No. 3) B.E. 2553*. Vol. 127, chapter 45 kor. (In Thai)
- Government Gazette. (2017). *Constitution of the Kingdom of Thailand*. Vol. 134, chapter 40 kor. (In Thai)
- K12 Academics. (n.d.). *History of Education in the Philippines*. Retrieved from <https://www.k12academics.com/Education%20Worldwide/Education%20in%20the%20Philippines/history-education-philippines>
- Khamhom, R. (2014). *Social welfare and Thai society* (4th ed.). Bangkok : Thammasat University Press. (In Thai)
- Ministry of Educaion. (1983). *200 years of Thai education*. Bangkok : Teachers Council Ladprao Printing House. (In Thai)
- Ministry of Education. (2016). *New Zealand education system: Overview*. Retrieved July 21, 2020, from <http://www.education.govt.nz/assets/Uploads/NZ-Education-System-Overview-publication-web-format.pdf>
- Ministry of Education. (2018). *Education in Thailand 2018*. Bangkok : Prikwarngraphic. (In Thai)

- Ministry of Foreign Affairs. (2008). *Universal Declaration of Human Rights*. Retrieved July 9, 2020, from <https://humanrights.mfa.go.th/upload/pdf/udhr-th-en.pdf> (In Thai)
- Morgan, H. (2022). Conducting a Qualitative Document Analysis. *Qualitative report*, 27(1), 64-77.
- National Assembly Library of Thailand. (1995). *Policy Statement of the Cabinet announcement, Group 51*. Retrieved July 10, 2020, from <https://library.parliament.go.th/sites/default/files/assets/files/statement-policy/51/NALT-statement-of-policy-sp-51.pdf> (In Thai)
- New Zealand Legislation. (2020). *Education and Training Act*. Retrieved May 21, 2022, <https://www.legislation.govt.nz/act/public/2020/0038/latest/LMS170676.html>
- Office of the Education Council Secretariat. (2013). *Global Education for All Monitoring Report : Thailand*. Bangkok : Prikwan Graphic. (In Thai)
- Office of the Education Council Secretariat. (2017). *The National Education Plan 2017-2036*. Bangkok : Prikwan Graphic. (In Thai)
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2019). *Report on the analysis of the situation of poverty and inequality in Thailand in 2019*. Retrieved August 11, 2021, from https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=10857 (In Thai)
- Official Gazette, 2001. *Republic Act No.9155* (section 2). Retrieved July 21, 2020, <https://www.officialgazette.gov.ph/2001/08/11/republic-act-no-9155/>
- Official Gazette, 2013. *Republic Act No.10533* (section 4). Retrieved July 21, 2020, <https://www.officialgazette.gov.ph/2013/05/15/republic-act-no-10533/>
- Ogunode, N. J. (2022). Basic education in Nigeria: Challenges and way forward. *Journal of Intellectual Property And Human Rights*, 1(2), 1-13.
- Panpradub, S. (2022). *A Paradigm for Academic Administration of Basic Education School in Disruption Period*. Thesis, Doctor of Philosophy Program in Education Administration, Graduate School, Silpakorn University, Nakhon Pathom. (In Thai)
- Peña, R. M., & Nemecio, J. L. (2022). System of payments for ecosystem services within the framework of climate change mitigation policies: a legal-documentary analysis. *Universidad y Sociedad*, 14(1), 689-700. <https://orcid.org/0000-0002-6850-3443>
- Phucharoen, S. (n.d.). *Being a teacher: Principles and Philosophy of Educaiton, Thai Education from the past-present*. Retrieved July 10, 2020, from <https://slideplayer.in.th/slide/16172643/> (In Thai)
- Reisman, D. (2022). State and Welfare. In *Sidney and Beatrice Webb: An Academic Biography* (pp. 157-178). Cham : Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-031-10008-6_9
- Reuters, T. (n.d.). *California Code of Regulations (section 350)*. Retrieved July 21, 2020, from <https://leginfo.ca.gov/faces/codesTOCSelected.xhtml?tocCode=EDC&tocTitle=+Education+Code+++EDC>

- Rights and Liberties Protection Department. (2015). *Analysis of Situational Information for Planning the 3rd National Human Rights Plan (2014-2018)*. Bangkok : The Agricultural Co-operative Federation of Thailand. (In Thai)
- Scott, J. (1990). *A matter of record: Documentary sources in social research*. Polity press : Cambridge.
- Scott, J. (2006). *Documentary research*. London : Sage.
- Sharma, D., & Kumar, N. (2022). Instruments Used in the Collection of Data in Research. *Poonan Shodh Rachna, An International Open Access, Peer-reviewed, Refereed Journal*, 1(1), 1-8.
- Sloan, A. E. (2021). *Basic legal research: Tools and strategies*. Aspen Publishing.
- Sticht, T. (2022). Adult Literacy and Basic Education in the United States. In *Oxford Research Encyclopedia of Education*. Retrieved July 21, 2020, from <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190264093.013.1744>
- The House of Representatives. (1932). *Minutes of the 1st meeting of the House of Representatives on June 28, 1932*. Bangkok : Publishing Office The Secretariat of the House of Representatives. (In Thai)
- The Lawphil Project. (2009). *Republic Act No.6655*. Retrieved July 21, 2020, from https://lawphil.net/statutes/repacts/ra1988/ra_6655_1988.html
- The Lawphil Project. (2019). *Republic Act No. 11314*. Retrieved July 21, 2020, from https://lawphil.net /statutes/repacts/ra2019/ra_11314_2019.html
- The Secretariat of The House of Representatives. (2018). *The Education Act according to the Constitution of the Kingdom of Thailand, Buddhist Era 2560*. Academic Focus. Retrieved August 11, 2021, from <https://lamphuncity.go.th/wp-content/uploads/2020/05/ธรรมนูญการศึกษา2560.pdf> (In Thai)
- Thepsumethanon, P. (2016). *Education in Thailand* (3rd ed.). Bangkok : Ramkhamhaeng University. (In Thai)
- Thongprong, A. (2004). *School Rules and Regulations* (2nd ed.). Bangkok : Ramkhamhaeng University. (In Thai)
- Zastrow, C., & Hessenauer, S. L. (2022). *Empowerment series: Introduction to social work and social welfare: Empowering people* (13th ed.). Singapore : Cengage Learning.

บทบาทธนาคารออมสินสาขาในสังกัดภาค 13

ที่มีต่อการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการให้กับลูกค้าสินเชื่อธุรกิจ

THE ROLES OF THE GOVERNMENT SAVINGS BANK BRANCHES UNDER REGION 13TH ON ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT FOR BUSINESS LOAN CUSTOMERS

เบญจวรรณ พฤตจิระวงศ์^{1*}, สุธานันท์ โพธิ์ชาธาร², สุธาสินี โพธิ์ชาธาร³

Benchawan Phruettijirawong¹, Suthanan Phochathan², Suthasinee Phochathan³

^{1*} นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา 30000 ประเทศไทย

^{1*} Doctoral Student, Doctor of Business Administration Program, Nakhon Ratchasima Rajabhat University, Nakhon Ratchasima Province, 30000, Thailand

² รองศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา 30000 ประเทศไทย

² Associate Professor Dr., Faculty of Management Sciences, Nakhon Ratchasima Rajabhat University, Nakhon Ratchasima Province, 30000, Thailand

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา 30000 ประเทศไทย

³ Assistant Professor Dr., Faculty of Management Sciences, Nakhon Ratchasima Rajabhat University, Nakhon Ratchasima Province, 30000, Thailand

E-mail address (Corresponding author) : ^{1*} benchapakbb@gmail.com; (Authors) : ² psutanan@hotmail.com, ³ pochatan_art@hotmail.com

รับบทความ : 28 กุมภาพันธ์ 2566 / ปรับแก้ไข : 24 พฤษภาคม 2566 / ตอรับบทความ : 6 มิถุนายน 2566

Received : 28 February 2023 / Revised : 24 May 2023 / Accepted : 6 June 2023

DOI : 10.14456/nrru-rdi.2023.23

ABSTRACT

The objective of this quantitative research is to 1) Study the role of the Government Savings Bank in promoting entrepreneurship, overall quality management, and the business performance outcomes of business loan customers. 2) Verify the consistency and causal relationship of the causal factor model that influences the business performance outcomes of business loan customers, both directly and indirectly. The sample size was determined to be highly appropriate based on the method proposed by Comrey and Lee (1992), with a total of 502 samples. The sampling was conducted using both purposive and multistage sampling methods. The research instrument used in this study is a questionnaire with a Cronbach's alpha reliability coefficient of 0.874. Data was collected through the Line application. The data were analyzed using statistical techniques, including calculating the mean, standard deviation, variance, and correlation. The causal relationships were examined through structural equation modeling, and hypothesis testing was conducted using regression analysis to find the standardized coefficients of the independent variables. The research findings indicate that the Government Savings Bank plays the most significant role in promoting capabilities among entrepreneurs overall ($\bar{X}=4.27$). Furthermore, it is highly consistent with the empirical data that the role of the Government Savings Bank in promoting entrepreneurship has a direct positive influence on overall quality management ($\lambda=0.883$). Moreover, there is a positive indirect influence on the business performance outcomes of business loan customers through overall quality management ($\lambda=0.259$). So, it can be utilized to drive proactive business operations and effectively manage risks for entrepreneurs.

Keywords: Entrepreneurial, Total quality management, Business performance

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงปริมาณนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบทบาทของธนาคารออมสินในการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ การจัดการคุณภาพโดยรวม และผลการดำเนินงานทางธุรกิจของลูกค้าสินเชื่อธุรกิจ 2) ตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของแบบจำลองปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจของลูกค้าสินเชื่อธุรกิจ ทั้งทางตรง และทางอ้อม กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมระดับดีมากตามวิธีการของ Comrey and Lee (1992) จำนวน 502 ตัวอย่าง โดยสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงและแบบหลายขั้นต่อน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องทั้งหมดเท่ากับ 0.874 เก็บรวบรวมข้อมูลผ่านช่องทางแอปพลิเคชันไลน์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติหาค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้ ความโด่ง วิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุแบบจำลองสมการโครงสร้าง และทดสอบสมมติฐานด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรอิสระรูปแบบคะแนนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า ธนาคารออมสินมีบทบาทในการส่งเสริมความสามารถให้กับผู้ประกอบการในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.27$) และมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยบทบาทธนาคารออมสินในการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเป็นไปในทิศทางบวกต่อการจัดการคุณภาพโดยรวม ($\lambda=0.883$) และมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจของลูกค้าสินเชื่อธุรกิจ โดยผ่านการจัดการคุณภาพโดยรวมในทิศทางบวก ($\lambda=0.259$) ซึ่งสามารถนำไปใช้ดำเนินงานส่งเสริมการดำเนินงานเชิงรุก และการเผชิญกับความเสี่ยงสำหรับผู้ประกอบการได้

คำสำคัญ : ความเป็นผู้ประกอบการ, การจัดการคุณภาพโดยรวม, ผลการดำเนินงานทางธุรกิจ

บทนำ

วิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (Small and medium enterprise: SMEs) มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งในด้านการผลิต การลงทุน และการจ้างงาน โดยประเทศไทยมี SMEs จำนวนกว่าร้อยละ 99.54 ของวิสาหกิจทั้งหมด เป็นแหล่งจ้างงานกว่าร้อยละ 69.50 ของการจ้างงานทั้งหมด ซึ่งวิสาหกิจขนาดกลางมีจำนวนน้อยที่สุดในปี 2562 คือ ร้อยละ 1.4 จากจำนวนวิสาหกิจทั้งหมด (The Office of Small and Medium Enterprises Promotion, 2022, online) ซึ่งการจ้างงานจะกระจุกตัวอยู่ที่วิสาหกิจรายย่อย และวิสาหกิจขนาดย่อมเป็นหลัก แต่เมื่อพิจารณาถึงสัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของ SME ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (GDP) พบว่าในปี 2562 มูลค่าของ GDP ประมาณกว่าร้อยละ 35 เด็ดโตเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า โดยวิสาหกิจขนาดกลาง ซึ่งมีจำนวนน้อยไม่เพียงพอที่จะแบกรับภาระการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศได้โดยลำพัง ขณะที่วิสาหกิจขนาดย่อม และวิสาหกิจรายย่อยซึ่งมีมากนั้น อยู่ในสถานะที่ยังต้องการได้รับการพัฒนาศักยภาพในแทบจะทุกมิติ ภาครัฐจึงต้องเร่งพัฒนา SME ให้สอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริง และตรงกับสภาพปัญหาที่วิสาหกิจแต่ละขนาดแต่ละช่วงธุรกิจเผชิญอยู่ จะมีความแข็งแกร่งมากพอที่จะเป็นกำลังสำคัญของประเทศได้ (The Office of Small and Medium Enterprises Promotion, 2022, online)

อย่างไรก็ตาม การที่จะพัฒนาวิสาหกิจขนาดย่อม และวิสาหกิจรายย่อยยังมีปัญหาในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่ทำให้ไม่สามารถขยายกิจการ และเติบโตเป็นธุรกิจขนาดกลางได้ ทำให้ต้องพึ่งพาแหล่งเงินทุนนอกระบบทำให้เกิดปัญหาการเอารัดเอาเปรียบกับลูกหนี้ และเจ้าหนี้มีการแสวงหาที่มีควรได้ในรูปแบบต่าง ๆ รวมทั้งยังมีการกระทำในลักษณะที่เป็นการอำพรางการกู้ยืมเงินเพื่อหลีกเลี่ยงข้อจำกัดทางกฎหมาย (Sirichalemsuk & Ruangthamsing, 2023) ส่งผลให้ภาครัฐได้กำหนดนโยบายส่งผ่านธนาคารออมสิน ให้มีบทบาทในการแก้ไขปัญหาหนี้ในระบบ และช่วยสนับสนุนธุรกิจ ด้วยการนำเสนอผลิตภัณฑ์สินเชื่อให้กับลูกค้าสินเชื่อธุรกิจที่ต้องการเงินทุนในการพัฒนาธุรกิจของตนเอง รวมถึงจัดกิจกรรมในการส่งเสริมความสามารถในการดำเนินธุรกิจให้กับผู้ประกอบการที่เป็นลูกค้าสินเชื่อธุรกิจ เพื่อนำความรู้ที่ได้ไปปรับปรุงกิจการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (Sahabath, 2020, online) โดยได้มีการจัดตั้งศูนย์สนับสนุนงานพัฒนาผู้ประกอบการรายย่อย และ SMEs Start up สำหรับผู้ประกอบการรายย่อย และประชาชนทั่วไป ในด้านการพัฒนาทักษะทางอาชีพ โดยการจัดอบรมความรู้ ด้านช่องทางการตลาด/รายได้ โดยการสนับสนุนช่องทางการขายสินค้าทั้งแบบ Online/Offline และด้านแหล่งเงินทุนในการประกอบอาชีพ โดยการแนะนำสินเชื่อที่เหมาะสมกับธุรกิจ (Government Savings Bank, 2021, Online)

ดังนั้น การให้ความสำคัญต่อการศึกษาบทบาทธนาคารออมสินที่มีต่อการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการให้กับลูกค้าสินเชื่อธุรกิจด้วยการวิจัย จึงเป็นองค์ประกอบที่เน้นการศึกษาการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ การจัดการคุณภาพโดยรวม และผลการดำเนินงานทางธุรกิจของลูกค้าสินเชื่อธุรกิจ ที่สามารถนำไปดำเนินกิจกรรมพัฒนาความสามารถในการดำเนินกิจการไปสู่การเติบโตทางธุรกิจ และกลับมาใช้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสินอย่างต่อเนื่อง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาบทบาทของธนาคารออมสินในการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ การจัดการคุณภาพโดยรวม และผลการดำเนินงานทางธุรกิจของลูกค้าสินเชื่อธุรกิจ
2. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้อง และความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของแบบจำลองปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจของลูกค้าสินเชื่อธุรกิจ ทั้งทางตรง และทางอ้อม

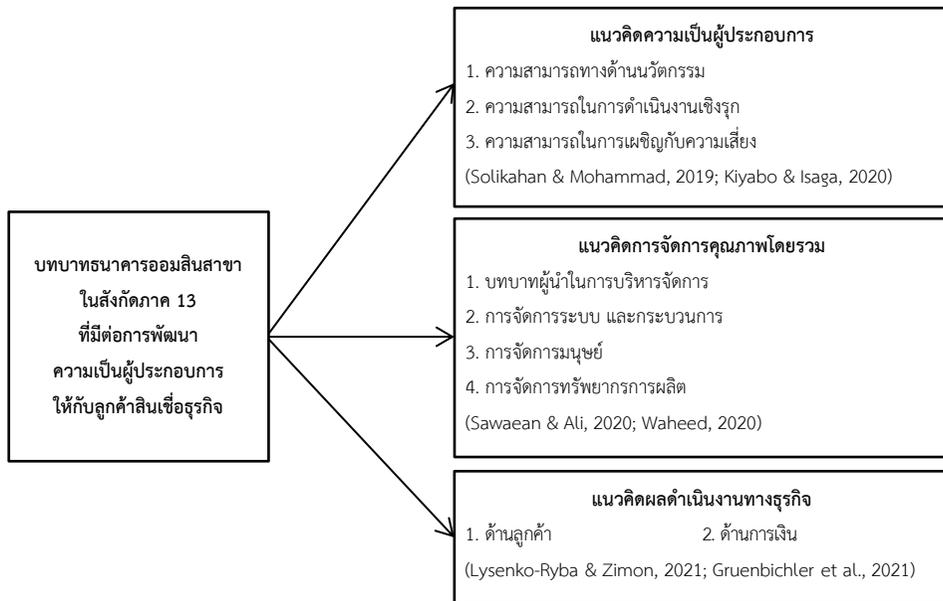
ประโยชน์การวิจัย

1. ธนาคารออมสิน รวมถึงกรมส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้เกิดความตระหนัก และให้ความสำคัญกับการดำเนินการจัดกิจกรรมและโครงการส่งเสริมพัฒนาความรู้ความสามารถในทำธุรกรรม และการดำเนินกิจการสำหรับผู้ประกอบการให้เกิดประสิทธิผล และยกระดับผลการดำเนินงานด้านลูกค้า และด้านการเงินได้
2. สถานศึกษา สามารถนำไปใช้ประกอบการเรียนการสอนสำหรับสาขาหรือหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการคุณภาพโดยรวมสำหรับการดำเนินงานทางธุรกิจของผู้ประกอบการให้กับนักเรียนและนักศึกษา

การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทธนาคารออมสินในการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ เป็นการบูรณาการแนวคิดความเป็นผู้ประกอบการเข้ากับทฤษฎีโปรแกรมที่เป็นการแทรกแซงของหน่วยงาน โดยใช้กิจกรรมการส่งเสริมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถให้กับเป้าหมาย หรือผู้ประกอบการ (Nakrošis, Dan, & Goštautaitė, 2022) ดังนั้น บทบาทของธนาคารออมสินในการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ คือ หน้าที่ของธนาคารออมสินสาขาในสังกัดภาค 13 ในการประชาสัมพันธ์เชิญชวนลูกค้า และผู้ที่สนใจที่เป็นผู้ประกอบการรายย่อยเข้าร่วมการจัดกิจกรรม โครงการ และผลิตภัณฑ์เพื่อพัฒนา หรือส่งเสริมความสามารถทางด้านต่าง ๆ ในการดำเนินธุรกิจที่สอดคล้องกับองค์ประกอบหลักตามแนวคิดความเป็นผู้ประกอบการ ประกอบด้วย ความสามารถทางด้านนวัตกรรม ความสามารถในการดำเนินงานเชิงรุก และความสามารถในการเผชิญกับความเสี่ยง (Solikahan & Mohammad, 2019; Kiyabo & Isaga, 2020) สำหรับแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการคุณภาพโดยรวม เป็นวิธีการจัดการสถานประกอบการอย่างเป็นระบบแบบองค์รวมมีรูปแบบเป็นเครื่องมือที่ได้รับการรวบรวมเพื่อเป็นแนวทางในการบรรลุความสำเร็จที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทางธุรกิจของสถานประกอบการ โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญ ประกอบด้วย บทบาทผู้นำในการบริหารจัดการ การจัดการระบบ และกระบวนการ การจัดการมนุษย์ และการจัดการทรัพยากรการผลิต (Sawaeen & Ali, 2020; Waheed, 2020) สำหรับแนวคิดเกี่ยวกับผลการดำเนินงานทางธุรกิจ เป็นผลลัพธ์ที่เกิดจากการจัดการเชิงกลยุทธ์ หรือกิจกรรมทางการตลาดของสถานประกอบการผ่านกระบวนการทางการตลาดเพื่อส่งมอบสินค้า หรือบริการแก่ลูกค้า และสามารถสะท้อนให้เห็นถึงผลการดำเนินงานด้านลูกค้า และด้านการเงิน (Lysenko-Ryba & Zimon, 2021; Gruenbichler et al., 2021)

ผู้วิจัยนำมาสังเคราะห์สรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพ 1



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 บทบาทธนาคารออมสินในการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการจัดการคุณภาพโดยรวมในทิศทางบวก

สมมติฐานที่ 2 การจัดการคุณภาพโดยรวมมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานในทิศทางบวก

สมมติฐานที่ 3 บทบาทธนาคารออมสินในการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานในทิศทางบวก

สมมติฐานที่ 4 บทบาทธนาคารออมสินในการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงาน โดยผ่านการจัดการคุณภาพโดยรวมในทิศทางบวก

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative method) อธิบายวิธีดำเนินการวิจัยได้ ดังนี้

ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการได้มา

ประชากร คือ กลุ่มผู้ประกอบการที่เป็นลูกค้าสินเชื่อธุรกิจธนาคารออมสินสาขาในสังกัดภาค 13 โดยระบบฐานข้อมูลภายในธนาคารออมสิน (CBS report server) วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ได้รายงาน ว่า ลูกค้าสินเชื่อธุรกิจ มีจำนวน 7,696 คน (Government Savings Bank, 2019) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมของการวิเคราะห์ตามวิธีการของ Comrey and Lee (1992) คือ จำนวน 500 ตัวอย่าง มีความเหมาะสมของการวิเคราะห์ระดับดีมาก (Very good) ดังนั้นจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 502 ตัวอย่าง ในการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structure equation model: SEM) และสุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) เป็นลูกค้าสินเชื่อธุรกิจของแต่ละสาขาที่เคยมีประสบการณ์เข้าร่วมกิจกรรม หรือโครงการ

ที่เป็นบทบาทธนาคารออมสินอย่างน้อย 1 ครั้ง (Pakdeemualchon, 2021) จากนั้นสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage sampling) ในขั้นตอนที่ 1 จำแนกธนาคารออมสินสาขาในสังกัดภาค 13 จำนวน 5 เขต 52 สาขา ตามสัดส่วนของแต่ละจังหวัด 4 จังหวัด และขั้นตอนที่ 2 แบ่งกลุ่มตัวอย่าง 502 คน ตามสัดส่วนที่เหมาะสมกับจำนวนของกลุ่มตัวอย่างไปยังธนาคารออมสินสาขาในสังกัดภาค 13 จำนวน 52 สาขา สามารถสรุปจำนวนกลุ่มตัวอย่าง แสดงในตาราง 1

ตาราง 1 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายชื่อเขต จังหวัด จำนวนสาขาของธนาคารออมสินภาค 13

จังหวัด	เขต	จำนวน			
		สาขาต่อจังหวัด	กลุ่มตัวอย่างต่อจังหวัด	กลุ่มตัวอย่างต่อสาขา	สาขา
นครราชสีมา	เขต 1 2,	35 (67.31%)	324 (64.5%)	9 คน	26
	เขต 3			10 คน	9
ปราจีนบุรี		8 (15.39%)	88 (17.5%)	11 คน	8
นครนายก		3 (5.76%)	32 (6.4%)	10 คน	1
				11 คน	2
สระแก้ว		6 (11.54%)	58 (11.6%)	9 คน	2
				10 คน	4
รวม		52 (100%)	502 (100%)	502 คน	52

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทธนาคารออมสินในการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ การจัดการคุณภาพโดยรวม และผลการดำเนินงานทางธุรกิจของลูกค้าสินเชื่อธุรกิจ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ กำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ประกอบด้วย 1 เท่ากับน้อยที่สุด 2 เท่ากับน้อย 3 เท่ากับปานกลาง 4 เท่ากับมาก และ 5 เท่ากับมากที่สุด (Srisatidnarukul, 2010, p. 283) ทำการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม โดยผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน กำหนดการให้คะแนนประเมิน 1 คะแนน เมื่อเห็นว่าสอดคล้อง 0 คะแนน เมื่อเห็นว่าไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง และ -1 คะแนน เมื่อเห็นว่าแน่ใจว่าไม่สอดคล้อง นำผลคะแนนมาทดสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาด้วยค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item objective congruence: IOC) (Tirakanan, 2006, p. 148) พบว่า ค่า IOC เท่ากับ 0.874 ซึ่งคำนวณได้มากกว่า 0.50 แสดงว่ามีความสอดคล้อง (Wattayu, 2005, p. 188)

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสร้างแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ (E-questionnaire) และส่งแบบสอบถามออนไลน์ไปยังกลุ่มตัวอย่างที่ได้ประสานและยินยอมให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ผ่านช่องทางแอปพลิเคชันไลน์ โดยกำหนดระยะเวลาในตอบกลับภายใน 4 เดือน หรือได้ครบตามจำนวนที่กำหนดไว้ และทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามได้จำนวนทั้งสิ้น 502 ตัวอย่าง

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลระดับของบทบาทธนาคารออมสินในการส่งเสริมผู้ประกอบการ การจัดการคุณภาพโดยรวม และผลการดำเนินงาน ด้วยสถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน กำหนดเกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.00–1.80 หมายถึงน้อยที่สุด 1.81–2.60 หมายถึงน้อย 2.61–3.40 หมายถึงปานกลาง

3.41–4.20 หมายถึงมาก และ 4.21–5.00 หมายถึงมากที่สุด (Srisatidnarakul, 2010, p. 283) ทำการทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นด้วยการหาค่าพหุตัวแปร วิเคราะห์ลักษณะการแจกแจงแบบปกติ (Normality) โดยพิจารณา ค่าความเบ้ (Skewness) อยู่ในช่วง -3.00 ถึง +3.00 และค่าความโด่ง (Kurtosis) อยู่ในช่วง -10.00 ถึง +10.00 (Kline, 2011, pp. 262-298) สามารถนำไปวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง

2. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน โดยการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural equation model) ด้วยวิธีการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของแบบจำลองสมการโครงสร้าง กำหนดเกณฑ์ความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ประกอบด้วย ค่าสถิติ Chi-square จะต้องไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ($p > 0.05$) ค่าสถิติ CMIN/DF ควรจะน้อยกว่า หรือเท่ากับ 3.00 ตัวชี้วัดค่าความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลองสมการโครงสร้าง ประกอบด้วย ดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (Goodness-of-fit index : GFI) ดัชนีวัดความสอดคล้องที่ปรับแก้ไขแล้ว (Adjusted goodness of fit index : AGFI) ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเปรียบเทียบ (Normed fit index : NFI) ดัชนีความกลมกลืนเชิงเปรียบเทียบกับรูปแบบฐาน (Incremental fit index : IFI) ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องสัมพัทธ์ (Comparative fit index : CFI) และดัชนีความกลมกลืนของข้อมูลเชิงประจักษ์กับแบบจำลองแบบที่กำหนดขึ้น (Tucker-lewis index : TLI) ต้องมีค่ามากกว่า 0.90 และตัวชี้วัดค่าความคลาดเคลื่อนของแบบจำลองสมการโครงสร้าง ประกอบด้วย ดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือ (Root mean square residual : RMR) จะต้องมีค่าไม่เกิน 0.08 และดัชนีรากของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (Root mean square error of approximation : RMSEA) จะต้องมีค่าไม่เกิน 0.05 จึงจะถือว่าแบบจำลองมีความเหมาะสม (Schumacker & Lomax, 2010; Byrne, 2010; Hair et al., 2014) และทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์แยกขนาดอิทธิพลทางตรง และทางอ้อม โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรอิสระรูปคะแนนมาตรฐาน (λ) และค่าสหสัมพันธ์พหุคูณกำลังสอง (R^2) (Wanichbuncha, 2013)

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาบทบาทของธนาคารออมสินในการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ การจัดการคุณภาพโดยรวม และผลการดำเนินงานทางธุรกิจของลูกค้าสินเชื่อธุรกิจ แสดงดังตาราง 2

ตาราง 2 ระดับบทบาทของธนาคารออมสินในการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ การจัดการคุณภาพโดยรวม และผลการดำเนินงานทางธุรกิจของลูกค้าสินเชื่อธุรกิจ

ตัวแปร	\bar{X}	S.D.	แปลผล	ลำดับ
ด้านการส่งเสริมความสามารถทางนวัตกรรม (IO)	4.30	0.39	มากที่สุด	1
ด้านการส่งเสริมความสามารถในการดำเนินงานเชิงรุก (PO)	4.27	0.40	มากที่สุด	2
ด้านการส่งเสริมความสามารถในการเผชิญกับความเสี่ยง (RO)	4.25	0.39	มากที่สุด	3
บทบาทธนาคารออมสินในการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ (X)	4.27	0.39	มากที่สุด	
ด้านบทบาทผู้นำในการบริหารจัดการ (M1)	4.29	0.36	มากที่สุด	1
ด้านการจัดการระบบและกระบวนการ (M2)	4.21	0.40	มากที่สุด	4
ด้านการจัดการมนุษย์ (M3)	4.28	0.34	มากที่สุด	2
ด้านการจัดการทรัพยากรการผลิต (M4)	4.27	0.37	มากที่สุด	3
การจัดการคุณภาพโดยรวม (Y)	4.26	0.37	มากที่สุด	

ตาราง 2 (ต่อ)

ตัวแปร	\bar{X}	S.D.	แปลผล	ลำดับ
ด้านลูกค้า (CP)	4.31	0.35	มากที่สุด	
ด้านการเงิน (FP)	4.27	0.39	มากที่สุด	2
ผลการดำเนินงานทางธุรกิจ (Z)	4.29	0.37	มากที่สุด	

จากตาราง 2 พบว่า อันดับที่ 1 คือ ผลการดำเนินงานทางธุรกิจ (Z) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} =4.29) พิจารณาจำแนกเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านลูกค้า (CP) (\bar{X} =4.31) ด้านการเงิน (FP) (\bar{X} =4.27) อันดับที่ 2 คือ บทบาทธนาคารออมสินในการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ (X) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} =4.27) พิจารณาจำแนกเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการส่งเสริมความสามารถทางนวัตกรรม (IO) (\bar{X} =4.30) ด้านการส่งเสริมความสามารถในการดำเนินงานเชิงรุก (PO) (\bar{X} =4.27) ด้านการส่งเสริมความสามารถในการเผชิญกับความเสี่ยง (RO) (\bar{X} =4.25) และอันดับสุดท้ายน คือ การจัดการคุณภาพโดยรวม (Y) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} =4.26) พิจารณาจำแนกเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านบทบาทผู้นำในการบริหารจัดการ (M1) (\bar{X} =4.29) ด้านการจัดการมนุษย์ (M3) (\bar{X} =4.28) ด้านการจัดการทรัพยากรการผลิต (M4) (\bar{X} =4.27) ด้านการจัดการระบบและกระบวนการ (M2) (\bar{X} =4.21) ตามลำดับ

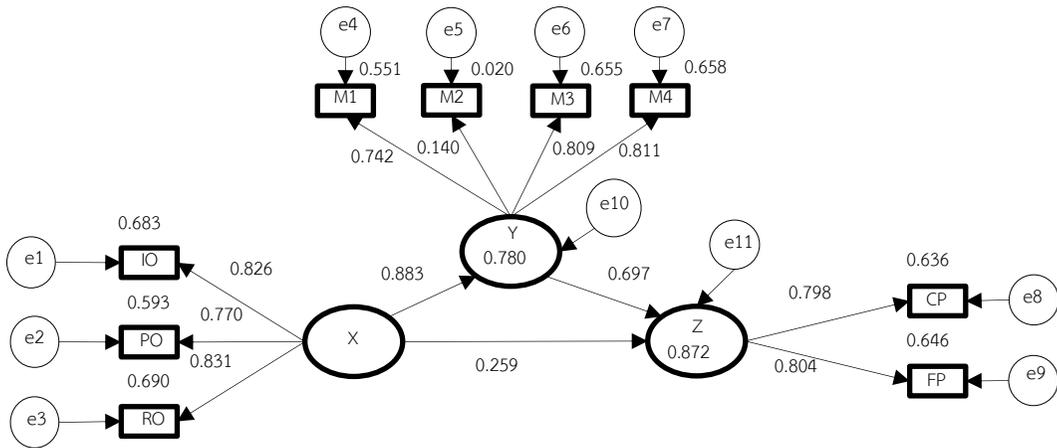
ผลการตรวจสอบความสอดคล้อง และความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของแบบจำลองปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจของลูกค้านี้อุธุรกิจ ทั้งทางตรง และทางอ้อม มีดังต่อไปนี้

ตาราง 3 ลักษณะการแจกแจงแบบปกติ

ตัวแปร	Skewness (S.E.=0.109)	Kurtosis (S.E.=0.218)
บทบาทธนาคารออมสินในการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ (X)	-1.276	4.560
สสินในการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ (X)	-1.425	6.248
ด้านผู้ประกอบการ (X)	-1.488	7.079
ด้านบทบาทผู้นำในการบริหารจัดการ (M1)	-1.192	4.551
การจัดการคุณภาพโดยรวม (Y)	-1.107	2.497
ด้านการจัดการระบบและกระบวนการ (M2)	-1.322	8.345
ด้านจัดการมนุษย์ (M3)	-1.375	7.207
ด้านจัดการทรัพยากรการผลิต (M4)	-0.773	3.796
ผลการดำเนินงานทางธุรกิจ (Z)	-1.386	6.757

จากตาราง 3 พบว่า ตัวแปรบทบาทธนาคารออมสินในการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ (X) มีความเบี่ยงอยู่ระหว่าง -1.192 ถึง -1.488 และค่าความโด่งอยู่ระหว่าง 4.551 ถึง 7.079 ตัวแปรการจัดการคุณภาพโดยรวม (Y) มีความเบี่ยงอยู่ระหว่าง -1.107 ถึง -1.375 และค่าความโด่งอยู่ระหว่าง 2.497 ถึง 8.345 และตัวแปรผลการดำเนินงานทางธุรกิจ (Z) มีความเบี่ยงอยู่ระหว่าง -0.773 ถึง -1.386 และค่าความโด่งอยู่ระหว่าง

3.796 ถึง 6.757 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ ดังนั้น ทุกตัวแปรที่มีข้อมูลแจกแจงแบบปกติ และไม่เกิดอคติกับการประมาณค่า สามารถนำไปวิเคราะห์สมการโครงสร้างได้



ภาพ 2 แบบจำลองสมการโครงสร้างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจของลูกค้าสินเชื่อธุรกิจ

ตาราง 4 ความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของแบบจำลองสมการโครงสร้างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจของลูกค้าสินเชื่อธุรกิจ

ค่าดัชนี	เกณฑ์	ก่อนปรับแก้		หลังปรับแก้	
		ค่าสถิติ	ผลการพิจารณา	ค่าสถิติ	ผลการพิจารณา
GFI	≥ 0.9	0.962	ผ่านเกณฑ์	0.992	ผ่านเกณฑ์
AGFI	≥ 0.9	0.929	ผ่านเกณฑ์	0.979	ผ่านเกณฑ์
NFI	≥ 0.9	0.966	ผ่านเกณฑ์	0.992	ผ่านเกณฑ์
IFI	≥ 0.9	0.975	ผ่านเกณฑ์	1.000	ผ่านเกณฑ์
CFI	≥ 0.9	0.975	ผ่านเกณฑ์	1.000	ผ่านเกณฑ์
TLI	≥ 0.9	0.963	ผ่านเกณฑ์	0.999	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	≤ 0.05	0.071	ไม่ผ่านเกณฑ์	0.010	ผ่านเกณฑ์
RMR	< 0.05	0.004	ผ่านเกณฑ์	0.002	ผ่านเกณฑ์
Fit confirm	CMIN/DF=3.503, p=0.000			CMIN/DF=1.050, p=0.398	

จากตาราง 3 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจของลูกค้าสินเชื่อธุรกิจมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าสถิติไคสแควร์สัมพันธ์ (CMIN/df) เท่ากับ 1.050 ค่า p-value เท่ากับ 0.398 เมื่อพิจารณาค่าดัชนีความสอดคล้อง GFI เท่ากับ 0.992 AGFI เท่ากับ 0.979 NFI เท่ากับ 0.992 IFI เท่ากับ 1.000 CFI เท่ากับ 1.000 TLI เท่ากับ 0.999 และค่าดัชนีความคลาดเคลื่อน RMSEA เท่ากับ 0.010 และ RMR เท่ากับ 0.002

สำหรับผลการทดสอบสมมติฐาน แสดงดังตาราง 4

ตาราง 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตัวแปร			λ	SE.	t value	p-value	R ²
Y	←	X	0.883	0.043	16.647	0.000**	0.780
Z	←	Y	0.697	0.130	5.729	0.000**	0.872
Z	←	X	0.259	0.098	2.269	0.023*	0.872
Z	←	Y ← X	0.615	-	-	-	0.680

X : บทบาทธนาคารออมสินในการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ, Y : การจัดการคุณภาพโดยรวม, Z : ผลการดำเนินงานทางธุรกิจ

** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01; * นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4 พบว่า อิทธิพลทางตรง (Direct effect) ประกอบด้วย บทบาทธนาคารออมสินในการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลในทางบวกต่อการจัดการคุณภาพโดยรวม ($\lambda=0.883$, S.E.=0.043, t value=16.647) สามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 78.0 ($R^2=0.780$) และการจัดการคุณภาพโดยรวมมีอิทธิพลในทางบวกต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจของลูกค้าสินเชื่อธุรกิจ ($\lambda=0.697$, S.E.=0.130, t value=5.729) สามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 87.2 ($R^2=0.872$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1 และสมมติฐานที่ 2 สำหรับบทบาทธนาคารออมสินในการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลในทางบวกต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจของลูกค้าสินเชื่อธุรกิจ ($\lambda=0.259$, S.E.=0.098, t value=2.269) สามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 87.2 ($R^2=0.872$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 3 ส่วนอิทธิพลทางอ้อม (Indirect effect) คือ บทบาทธนาคารออมสินในการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจของลูกค้าสินเชื่อธุรกิจ โดยผ่านการจัดการคุณภาพโดยรวมในทิศทางบวก ($\lambda=0.615$ ($0.883*0.697$)) และสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 68.0 ($R^2=0.680=0.780*0.872$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 4

อภิปรายผล

ธนาคารออมสินมีบทบาทในการส่งเสริมความสามารถทางนวัตกรรมสูงสุด เนื่องจากในปัจจุบันมีการศึกษาวิจัยและพัฒนาการนำความรู้ทางนวัตกรรม และการพัฒนาเทคโนโลยีมาใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาความสามารถในการดำเนินธุรกิจ และเพิ่มศักยภาพให้กับสถานประกอบการไม่ว่าจะเป็นกำหนดกลยุทธ์การแข่งขัน การพัฒนาระบบและกระบวนการผลิต และการเข้าถึงความต้องการของตลาด ซึ่งมีความสำคัญต่อการดำเนินกิจการเป็นอย่างมาก ทำให้การส่งเสริมความรู้ความสามารถทางนวัตกรรมมีบทบาทสูงสุด สอดคล้องกับ Kura, Abubakar, and Salleh (2020) อธิบายว่า นวัตกรรมเป็นแนวความคิดที่สำคัญที่สุดเกี่ยวกับความสามารถในการนำไปใช้เพื่อการริเริ่มในการนำความคิดใหม่ ๆ ไปใช้ ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และการนำกระบวนการทางธุรกิจใหม่ ๆ ไปปฏิบัติเพื่อขยายตลาดใหม่ และ Piroos (2021) กล่าวการสนับสนุนให้องค์กรธุรกิจมีวัฒนธรรมในการดำเนินงานที่เน้นนวัตกรรมในเชิงกลยุทธ์ และมีวิธีการที่มีโครงสร้างเป็นความสามารถที่มีความเฉพาะเจาะจงที่จะขับเคลื่อนให้เกิดนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง สามารถสร้างคุณค่าให้แก่องค์กรได้ และการดำเนินกิจการที่จะทำให้สถานประกอบการมีการจัดการภายในที่มีประสิทธิภาพ เช่น การนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถานการณ์ของสถานประกอบการมาจัดทำแผน และปรับปรุงข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นของสถานประกอบการ การพัฒนาความรู้ ความสามารถในการทำงานของบุคลากร การกระตุ้นให้บุคลากรดำเนินงานได้บรรลุตามเป้าหมาย รวมถึงการรักษาความสัมพันธ์อันดีกับพนักงาน และบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับสถานประกอบการ สอดคล้องกับ Sawaeen and Ali (2020) อธิบายถึงการบริหารจัดการ เป็นความสามารถ

ในการดำเนินงานให้เหมาะสม สร้างสภาพแวดล้อมสำหรับปรับปรุงประสิทธิภาพของสถานประกอบการได้ โดยต้องให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ การพัฒนานวัตกรรม การพัฒนาความสามารถของบุคลากร การลดช่องว่างระหว่างลำดับขั้น ในสถานประกอบการ สนับสนุนการกระจายอำนาจ และรักษาความสัมพันธ์ระยะยาวกับผู้ผลิตและลูกค้าได้ และผลการดำเนินงานด้านลูกค้ามีค่าเฉลี่ยสูงสุด เนื่องจากผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริมความรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการจะสามารถเลือกใช้แนวทางการจัดการคุณภาพโดยรวม ซึ่งเป็นกระบวนการจัดการภายในของแต่ละสถานประกอบการได้อย่างเหมาะสม และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ สอดคล้องกับการวิจัยของ Kanakasai & Muangsan (2022) และ Thongsai et al. (2022) พบว่า ผลการดำเนินงานด้านลูกค้ามีระดับของผลการดำเนินงานสูงสุด และได้อธิบายว่า กิจกรรมได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการรักษาลูกค้ารายเดิม และเพิ่มลูกค้ารายใหม่ โดยการนำคำติชมจากลูกค้ามาปรับปรุง และออกแบบสินค้าให้มีคุณภาพเพื่อสนองต่อความต้องการของลูกค้า และสร้างความแตกต่างกับคู่แข่งทางการค้ารายอื่น

บทบาทธนาคารออมสินในการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อการจัดการคุณภาพโดยรวม ซึ่งการจัดการคุณภาพโดยรวมมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจของลูกค้าสินเชื่อธุรกิจ ในทางบวก และบทบาทธนาคารออมสินในการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลในทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจของลูกค้าสินเชื่อธุรกิจผ่านการจัดการคุณภาพโดยรวมในทิศทางบวก ทั้งนี้ เนื่องจากการจัดการคุณภาพโดยรวมเป็นกุญแจสำคัญในการกำหนดตัวเลือกกลยุทธ์ในการผลิตสินค้าด้วยระดับที่เหนือกว่าผลที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานที่ใช้เพียงการตอบสนองระหว่างผู้ประกอบการกับลูกค้าเท่านั้น โดยผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริมความสามารถจากกิจกรรม หรือโครงการของธนาคารออมสินจะมีความแข็งแกร่ง มีความรู้ความสามารถในการพิจารณาเลือกใช้แนวคิดการจัดการคุณภาพโดยรวมเพื่อให้สามารถสร้างคุณค่าที่เหนือกว่าในการแข่งขัน ด้วยการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการดำเนินงานตามแนวคิดการจัดการคุณภาพโดยรวม ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถสำรวจรูปแบบธุรกิจ และเงื่อนไขการเติบโต และโอกาสที่แตกต่างกันซึ่งมีแนวโน้มที่จะกระตุ้นให้เกิดการริเริ่มเชิงกลยุทธ์ใหม่ ๆ ให้สามารถบรรลุความพึงพอใจของลูกค้า ก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน และรักษาสถานะที่แข็งแกร่งเมื่อเทียบกับคู่แข่งในการแข่งขันทางการตลาดได้ สอดคล้องกับการวิจัยของ Waheed (2020) และ Sawaeen and Ali (2020) พบว่า ความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานของบริษัท โดยผ่านการจัดการคุณภาพโดยรวมในทางบวก ซึ่ง Waheed (2020) อธิบายถึงความเป็นผู้ประกอบการเป็นแนวคิดเกี่ยวกับการตรวจสอบการใช้ปัจจัยที่เป็นจุดแข็งขององค์กร และใช้ทรัพยากรทั้งหมดที่มีอยู่มาใช้พัฒนาการจัดการคุณภาพโดยรวมของบริษัทอย่างถูกวิธี และการจัดการคุณภาพโดยรวมจะสามารถเอาชนะปัญหาการสูญเสีย โดยการนำเสนอกระบวนการที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นเพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า และ Sawaeen and Ali (2020) ได้สนับสนุนว่าการเป็นผู้ประกอบการที่แข็งแกร่งจะมีความรู้ความสามารถในการพิจารณาเลือกใช้แนวคิดการจัดการคุณภาพโดยรวม เพื่อให้สามารถสร้างคุณค่าที่เหนือกว่าในการแข่งขันด้วยการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการจัดการคุณภาพโดยรวม อันจะนำมาซึ่งผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ

อย่างไรก็ตาม บทบาทธนาคารออมสินในการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจของลูกค้าสินเชื่อธุรกิจในทิศทางบวก จึงกล่าวได้ว่าลูกค้าสินเชื่อธุรกิจที่เป็นผู้บริหารของสถานประกอบการที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการจนสามารถบรรลุความพึงพอใจของลูกค้าได้ ก็จะประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจในระดับที่สูงขึ้น เติบโต และอยู่รอดในการแข่งขันได้ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Rajan and Dhir (2023, p. 281) พบว่า การนำความรู้ไปใช้ในองค์กรมีผลเชิงบวก

ต่อผลผลิตและประสิทธิภาพของความผูกพัน สอดคล้องกับ และ Cuevas-Vargas, Parga-Montoya, and Fernández-Escobedo (2019) พบว่า ความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน เนื่องจาก ความเป็นผู้ประกอบการเป็นตัวแปรที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการให้สามารถบรรลุ ความพึงพอใจของลูกค้าอันจะนำมาซึ่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจในระดับที่สูงขึ้น จึงทำให้ความเป็นผู้ประกอบการมีความสำคัญต่อผลการดำเนินงานผ่านความพึงพอใจของลูกค้า

ข้อเสนอแนะ

การนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผลวิจัยระดับบทบาทของธนาคารออมสินในการส่งเสริมความสามารถผู้ประกอบการทางนวัตกรรมสูงสุด ดังนั้น การพัฒนาทางด้านนวัตกรรมของธนาคารออมสินอย่างต่อเนื่อง จึงควรนำไปใช้เป็นแนวทางและช่องทาง ในการเสริมสร้างพัฒนาความรู้ความสามารถของผู้ประกอบการด้านการดำเนินงานเชิงรุก ที่เป็นความสามารถ หรือโอกาสในการขยายกิจการ และความสามารถในการเผชิญกับความเสี่ยงให้ผู้ประกอบการได้ดำเนินธุรกิจได้ อย่างมั่นใจ และมีประสิทธิภาพ ด้วยการพัฒนาช่องทางทางการเรียนรู้ และประเมินผลให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าร่วมศึกษา และอบรมได้ทุกที่ ทุกเวลา

2. ผลการทดสอบสมมติฐาน ซึ่งพบว่าบทบาทธนาคารออมสินในการส่งเสริมผู้ประกอบการมีอิทธิพล ต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจของลูกค้าสินเชื่อธุรกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยผ่านการจัดการคุณภาพโดยรวม ดังนั้น ธนาคารออมสินสามารถนำผลการวิจัยดังกล่าวไปประยุกต์ใช้ในการจัดทำกลยุทธ์ หรือจัดทำเป็นแนวทาง ในกิจกรรมส่งเสริมความรู้ความสามารถในการดำเนินธุรกิจให้กับผู้ประกอบการให้สามารถดำเนินธุรกิจ ได้ อย่างมีประสิทธิภาพ และมีความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจที่ยั่งยืนได้

การวิจัยครั้งต่อไป

ผลการวิจัยระดับบทบาทของธนาคารออมสินในการส่งเสริมความสามารถในการเผชิญกับความเสี่ยงต่ำที่สุด ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไป จึงควรมีการศึกษามูลเหตุปัจจัยที่มีผลต่อการเผชิญกับความเสี่ยงของผู้ประกอบการ ธุรกิจขนาดย่อมในประเทศไทย เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการส่งเสริมความสามารถ ในการเผชิญกับความเสี่ยงสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมในประเทศไทยให้ดียิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- Byrne, M. B. (2010). *Structural equation modeling with AMOS: basic concepts, applications, and programming* (2nd ed.). New York : Routledge Taylor & Francis Group.
- Comrey, A. L., & Lee, H. B. (1992). *A First Course in Factor Analysis* (2nd ed.). Hillsdale, NJ : Lawrence Erlbaum.
- Cuevas-Vargas, H., Parga-Montoya, N., & Fernández-Escobedo, R. (2019). Effects of entrepreneurial orientation on business performance: The mediating role of customer satisfaction—A formative–Reflective model analysis. *SAGE Open*, 9(2), 2158244019859088. <https://doi.org/10.1177/2158244019859088>
- Government Savings Bank. (2019). *CBS System Report Server “Branch Balance Report”*. (Mimneograph). (In Thai)
- Government Savings Bank. (2021). *Development support center for small entrepreneurs and SMEs Startup*. Retrieved May 24, 2023, From https://www.gsb.or.th/gsb_govs/support-smes/ (In Thai)

- Gruenbichler, R., Klucka, J., Haviernikova, K., & Strelcova, S. (2021). Business Performance Management in Small and Medium-Sized Enterprises in the Slovak Republic: An Integrated ThreePhase-Framework for Implementation. *Journal of Competitiveness*, 13(1), 42–58.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Harlow : Pearson Education Limited.
- Kanakasai, C., & Muangsan, U. (2022). Creating a Customer Retention System for a Traditional Restaurant Business for the Success of the Organization. *Rajapark Journal*, 16(46), 405-419. (In Thai)
- Kiyabo, K., & Isaga, N. (2020). Entrepreneurial orientation, competitive advantage, and SMEs' performance: application of firm growth and personal wealth measures. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9, 1-15. <https://doi.org/10.1186/s13731-020-00123-7>
- Kline, R. B. (2011). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling* (3rd ed.). New York : The Guilford Press.
- Kura, K. M., Abubakar, R. A., & Salleh, N. M. (2020). Entrepreneurial Orientation, Total Quality Management, Competitive Intensity, and Performance of SMEs: A Resource-Based Approach. *Journal of Environmental Treatment Techniques*, 8(1), 61-72.
- Lysenko-Ryba, K., & Zimon, D. (2021). Customer behavioral reactions to negative experiences during the product return. *Sustainability*, 13(2), 448. <https://doi.org/10.3390/su13020448>
- Nakrošis, V., Dan, S., & Goštautaite, R. (2022). The role of EU funding in EU Member States: building administrative capacity to advance administrative reforms. *International Journal of Public Sector Management*, 36(4), 1-19. doi:10.1108/IJPSM-01-2022-0008
- Pakdeemualchon, A. (2021). *The Behavior of Using the LINE Application and the Literacy of Fake News Media Among the Elderly in Chiang Mai Area*. Research report. Chiang Mai Rajabhat University, Chiang Mai Province. (In Thai)
- Piros, S. (2021). The Impact of Entrepreneur Characteristics of Generation Y on the Success of Business Operation in Phitsanulok Province. *Journal of Roi Et Rajabhat University*, 15(2), 193-202. (In Thai)
- Rajan, R., & Dhir, S. (2023). Determinants of alliance productivity and performance: Evidence from the automobile industry. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 72(2), 281-305. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-02-2020-0079>
- Sahabath. (2020). *Thai Rath Online "Informal debt is still a big problem"*. Retrieved December 24, 2020, From <https://www.thairath.co.th/news/local/bangkok/1931529> (In Thai)
- Sawaeen, F., & Ali, K. (2020). The mediation effect of TQM practices on the relationship between entrepreneurial leadership and organizational performance of SMEs in Kuwait. *Management Science Letters*, 10(4), 789-800.
- Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2010). *A beginner's guide to structural equation modeling*. New York : Routledge Taylor & Francis Group.

- Sirichalermsuk, W., & Sirichalermsuk, C. (2023). Factors Influencing the Progress of the Excessive Interest Rate Prohibition Act, B.E. 2560 in Solving Informal Debt Problems. *Journal of legal entity management and local innovation*, 9(1), 241-252. (In Thai)
- Solikahan, E. Z., & Mohammad, A. (2019). Development of Entrepreneurial Orientation. *International Journal of Applied Business & International Management*, 4(1), 32-37.
- Srisatidharakul, B. (2010). *Research Methodology: Guidelines for success*. Bangkok : U&I Intermedia. (In Thai)
- The Office of Small and Medium Enterprises Promotion. (2022). *OSMEP Action Plan for 5 years (2023-2027) (revision)*. Retrieved March 22, 2023, from https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-20221021152207.pdf (In Thai)
- Thongsai, S., Prasong, P., Kongchi, S., Keawkhong, A., & Ranglek, C. (2022). The Relationship between the Quality of Accounting Information and the Performance of SMEs in the South. *Journal of Management Sciences, Songkhla Rajabhat University*, 1(1), 20-38. (In Thai)
- Tirakanan, S. (2006). *The use of statistics in social science research: a practical approach* (2nd ed.). Bangkok : Chulalongkorn University Printing House. (In Thai)
- Waheed, R. (2020). How Total Quality Management Stimulates the Relationship between Entrepreneurial Orientation and SMEs Performance: The Case of Pakistan. *European Online Journal of Natural and Social Sciences*, 9(2), 328-338.
- Wanichbuncha, K. (2013). *Statistical Analysis : Statistics for Administration and Research* (14th ed.). Bangkok : Chulalongkorn University. (In Thai)
- Wattayu, K. (2005). *The research for educational development*. Bangkok : Educational Administrator Development Institute. (In Thai)

ตัวชี้วัดความน่าเชื่อถือของตราสินค้าองค์กรข่าวในประเทศไทย
THAI NEWS ORGANIZATION'S CORPORATE BRAND CREDIBILITY
INDICATOR

นฤมล สิงหประเสริฐ^{1*}, ไพโรจน์ วิไลนุช², มานะ ตรียาภิวัฒน์³

Narumon Singhprasert^{1*}, Pairote Wilainuch², Mana Treelayapiwat³

^{1*} นักศึกษา หลักสูตรนิเทศศาสตร์ดุสิตบัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย กรุงเทพมหานคร 10400 ประเทศไทย

^{1*} Doctoral Student, Doctor of Communication Arts Program, University of the Thai Chamber of Commerce, Bangkok, 10400, Thailand

² ศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชานิเทศศาสตร์การตลาด มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย กรุงเทพมหานคร 10400 ประเทศไทย

² Professor Dr., Communication Arts Program, University of the Thai Chamber of Commerce, Bangkok, 10400, Thailand

³ อาจารย์ ดร. สาขาวิชานิเทศศาสตร์การตลาด มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย กรุงเทพมหานคร 10400 ประเทศไทย

³ Dr., Communication Arts Program, University of the Thai Chamber of Commerce, Bangkok, 10400, Thailand

E-mail address (Corresponding Author): ^{1*} Narumon_won@utcc.ac.th; (Authors) : ² pairote_wil@utcc.ac.th, ³ mana_tre@utcc.ac.th

รับบทความ : 19 มีนาคม 2566 / ปรับแก้ไข : 31 พฤษภาคม 2566 / ตอรับบทความ : 6 มิถุนายน 2566

Received : 19 March 2023 / Revised : 31 May 2023 / Accepted : 6 June 2023

DOI : 10.14456/nrru-rdi.2023.24

ABSTRACT

The objective of this qualitative data analysis is to 1) synthesize indicators of news organization credibility from research studies conducted in foreign and Thai, 2) analyze the alignment between the synthesized research indicators and the principles of professional ethics and the concepts of branding and brand equity in news organizations, and 3) provide Thai news organization's corporate brand credibility indicator. The sample were retrieved from 3 foreign online academic databases and 4 in Thailand by purposive sampling, especially in research that conducted for indicators. There were totals of 107 foreign studies on media credibility and 12 in Thailand. The general data classification and reliability indicator classification form was a tool for synthesizing with reliability to 1.00 in both versions. Collecting data through research article search from the online database spanning from 1961 to 2022. Data were analyzed using percentage calculations and content analysis. The study found that: 1) The synthesized indicators of credibility amount to a total of 150 indicators, 2) The analysis results revealed additional indicators from (1) professional ethics, totaling 9 indicators, (2) branding concepts and brand equity, totaling 4 indicators, and (3) emerged in the research, branding concepts, and professional ethics, totaling 7 indicators. Furthermore, 3) the development of suitable indicators (IOC \geq 0.5) resulted in a total of 61 indicators, which can be used as guidelines for building and maintaining the credibility of news organization brands in Thailand.

Keywords: Brand credibility indicators, Media credibility, News credibility, Journalist credibility

บทคัดย่อ

การศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สังเคราะห์ตัวชี้วัดความน่าเชื่อถือขององค์กรข่าวจากงานวิจัยต่างประเทศและประเทศไทย 2) วิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างตัวชี้วัดที่ได้จากการสังเคราะห์งานวิจัยกับแนวคิดจริยธรรมวิชาชีพและแนวคิดตราสินค้าและคุณค่าตราสินค้าองค์กรข่าว และ 3) จัดทำตัวชี้วัดความน่าเชื่อถือของตราสินค้าองค์กรข่าวของประเทศไทย กำหนดกลุ่มข้อมูลที่ได้จากระบบในฐานข้อมูลทางวิชาการออนไลน์ต่างประเทศ จำนวน 3 ฐานข้อมูล และประเทศไทย จำนวน 4 ฐานข้อมูล สุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงเฉพาะงานวิจัยที่มีการใช้ หรือแสวงหาตัวชี้วัดความน่าเชื่อถือ ได้งานวิจัยที่นำมาศึกษาเป็นงานวิจัยต่างประเทศ 107 เรื่อง ประเทศไทย จำนวน 12 เรื่อง เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหา คือ แบบจำแนกข้อมูลทั่วไป และแบบจำแนกตัวชี้วัดความน่าเชื่อถือ ซึ่งมีค่าความเที่ยงตรงหรือความน่าเชื่อถือ เท่ากับ 1.00 ทั้ง 2 ฉบับ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสืบค้นข้อมูลงานวิจัยระหว่างปี ค.ศ. 1961-2022 จากฐานข้อมูลออนไลน์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าร้อยละ

และการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการศึกษาพบว่า 1) ตัวชี้วัดความน่าเชื่อถือที่สังเคราะห์ได้ มีจำนวนทั้งสิ้น 150 ตัวชี้วัด 2) ผลการวิเคราะห์ความสอดคล้อง พบว่า ได้ตัวชี้วัดเพิ่มเติมจาก (1) แนวคิดจริยธรรมวิชาชีพ รวม 9 ตัวชี้วัด (2) แนวคิดตราสินค้าและคุณค่าตราสินค้า รวม 4 ตัวชี้วัด (3) ปรากฏทั้งในงานวิจัย แนวคิดตราสินค้าและคุณค่าตราสินค้า และหลักจริยธรรมวิชาชีพ รวม 7 ตัวชี้วัด และ 3) จัดทำตัวชี้วัดที่มีความเหมาะสม ($IOC \geq 0.5$) ได้รวม 61 ตัวชี้วัด ซึ่งสามารถใช้เป็นแนวทางสร้างและรักษาความน่าเชื่อถือของตราสินค้าองค์กรข่าวของประเทศไทยได้

คำสำคัญ : ตัวชี้วัดความน่าเชื่อถือของตราสินค้าองค์กรข่าว, ตัวชี้วัดด้านสื่อ, ตัวชี้วัดด้านข่าว, ตัวชี้วัดด้านบุคลากรข่าว

บทนำ

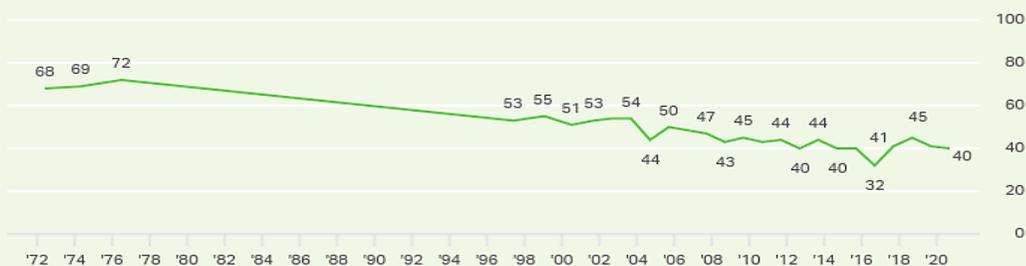
กล่าวได้ว่า “ความน่าเชื่อถือ” เป็นคุณสมบัติสำคัญของการดำเนินงานใน “อุตสาหกรรมข่าว” ซึ่งในการศึกษานี้หมายถึง กิจกรรมธุรกิจที่ดำเนินการโดยองค์กรสื่อสารมวลชน มีวัตถุประสงค์ในการให้บริการด้านข่าวสาร ผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต เป็นต้น ดังจะเห็นได้จาก Meyer (2009, p. 27) ที่กล่าวว่า “ความน่าเชื่อถือ” เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจที่ควบคู่ไปกับการแสดงความรับผิดชอบและพันธกิจที่มีต่อสังคมขององค์กรข่าว รวมถึงการศึกษาของ Victoria-Mas, Lacasa, and Marimon (2018, pp. 226-227) ที่ได้วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ และองค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดคุณค่าตราสินค้าขององค์กรข่าว พบว่า องค์ประกอบด้านความน่าเชื่อถือได้ (Reliability) ที่ประกอบด้วยตัวชี้วัด ความโปร่งใส (Transparency) และความน่าเชื่อถือ (Credibility) เป็นองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบในการเกิดคุณค่าตราสินค้าขององค์กรข่าวมากกว่าด้านอื่น ๆ ซึ่งคุณค่าตราสินค้าจะนำไปสู่ความเข้มแข็งของตราสินค้า เป็นสะพานที่นำไปสู่ความสำเร็จขององค์กรในอนาคต (Keller, 2020, p. 69) ในส่วนของความสำคัญของตราสินค้าต่อองค์กรนั้น Kotler and Armstrong (2010, p. 21) กล่าวว่า ตราสินค้า เป็นสินทรัพย์ที่มีความคงทน (Enduring) ขององค์กรและตราสินค้าเป็นตัวแทนของทุกสิ่งทุกอย่างที่ผลิตภัณฑ์หรือบริการ มีความหมายต่อผู้บริโภค ดังนั้น ตราสินค้าจึงเป็นสินทรัพย์ที่มีมูลค่าอย่างมากต่อองค์กร สำหรับความน่าเชื่อถือของตราสินค้าองค์กรข่าว ในการศึกษาครั้งนี้ หมายถึง การรับรู้ของผู้รับสารถึงความน่าเชื่อถือของตัวเองหรือสื่อ ความน่าเชื่อถือของบุคลากรข่าวและผลผลิตขององค์กร คือ ข่าว (Lertratanawisuth, Interview, January 20, 2022; Rodcumdee, Interview, April 26, 2022) ซึ่งสอดคล้องกับ Tandoc et al. (2021, p. 787) ที่ให้นิยามของความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชนด้านข่าว (News media credibility) ว่าหมายถึง การรับรู้ของปัจเจกบุคคลที่มีต่อคุณภาพของเนื้อหา สื่อหรือองค์กรในฐานะการเป็นแหล่งของข่าวสารข้อมูล รวมถึงนิยามของ Bachmann, Eisenegger, and Ingenhoff (2022) ที่ว่า “องค์กรข่าวที่มีคุณภาพ พิจารณาจากคุณภาพของเนื้อหา ระบบขององค์กร ซึ่งประกอบด้วย บุคลากร และช่องทางที่เผยแพร่”

ด้วยความสำคัญของความน่าเชื่อถือดังกล่าวข้างต้น ประกอบกับสถานการณ์ความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชนในสายตาของสาธารณชนในปัจจุบันลดลงจากที่ผ่านมา (Justin & Fouad, 2021, p. 2218) รวมถึงจากผลการสำรวจความคิดเห็นของชาวอเมริกันเกี่ยวกับการเปิดรับและความเชื่อต่อข่าวโดย Gallup Poll ตั้งแต่ปี 1972 ถึงปี 2020 พบว่า ความเชื่อมั่นต่อสื่อมวลชนด้านข่าวของสหรัฐ ลดลงเป็นลำดับจากปี 1972 ที่มีคะแนนความน่าเชื่อถือของข่าวที่วัดจากความสมบูรณ์ครบถ้วน ความถูกต้องของข่าว และ ความเป็นธรรม จาก 68 % ลดลงเป็น 40% ในปี 2020 (Media Use And Evaluation, 2022, p.1) ดังภาพ 1

Trust in News Media

In general, how much trust and confidence do you have in the mass media -- such as newspapers, TV and radio -- when it comes to reporting the news fully, accurately and fairly -- a great deal, a fair amount, not very much or none at all?

■ % Great deal/Fair amount



GALLUP

ภาพ 1 คะแนนความเชื่อถือต่อข่าวจากสื่อมวลชน ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1972-2020

ที่มา : Media Use And Evaluation, 2022, p. 1.

จึงเป็นที่น่าสนใจศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความน่าเชื่อถือ ทั้งนี้ ในประเทศไทยยังไม่มีการศึกษาเพื่อสร้างตัวชี้วัดความน่าเชื่อถือขององค์กรข่าว อีกทั้งตัวชี้วัดความน่าเชื่อถือขององค์กรข่าวที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการศึกษาที่ผ่านมาล้วนมีที่มาจากงานวิจัยต่างประเทศทั้งสิ้น ดังนั้น หากจะนำมาใช้ศึกษาความน่าเชื่อถือขององค์กรข่าวในประเทศไทย ก็ควรจะนำกรอบที่เกี่ยวข้องกับการทำงานของสื่อมวลชนที่สะท้อนความเป็นสังคมไทยมาพิจารณาร่วมด้วย ซึ่งในการศึกษานี้ จะนำแนวคิดเกี่ยวกับจริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชน สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ มาเป็นแนวทางในการกำหนดตัวชี้วัดความน่าเชื่อถือ รวมถึงแนวคิดและงานวิจัยเกี่ยวกับตราสินค้าและคุณค่าตราสินค้า เพื่อให้ได้ตัวชี้วัดที่เหมาะสมครอบคลุมความน่าเชื่อถือของตราสินค้าขององค์กรข่าวในบริบทความเป็นสังคมไทย โดยผลการศึกษาจะนำไปสู่ตัวชี้วัดความน่าเชื่อถือของตราสินค้าองค์กรข่าวของประเทศไทย และใช้เป็นแนวทางในการสร้างและดำรงรักษาความน่าเชื่อถือขององค์กรข่าวในประเทศไทยต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อสังเคราะห์ตัวชี้วัดความน่าเชื่อถือขององค์กรข่าวจากงานวิจัยต่างประเทศ และประเทศไทย
2. เพื่อวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างตัวชี้วัดที่ได้จากการสังเคราะห์งานวิจัยกับแนวคิดจริยธรรมวิชาชีพแนวคิดตราสินค้าและคุณค่าตราสินค้าองค์กรข่าว
3. เพื่อจัดทำตัวชี้วัดความน่าเชื่อถือของตราสินค้าองค์กรข่าวของประเทศไทย

ประโยชน์การวิจัย

1. ได้ทราบสถานภาพองค์ความรู้เกี่ยวกับตัวชี้วัดความน่าเชื่อถือขององค์กรข่าว
2. ได้ตัวชี้วัดความน่าเชื่อถือของตราสินค้าองค์กรข่าวที่เหมาะสมกับบริบทของสังคมไทย
3. องค์กรสื่อ และองค์กรที่เกี่ยวข้องกับสื่อ สามารถนำผลการศึกษานี้ไปเป็นแนวทางในการสร้างและรักษาความน่าเชื่อถือขององค์กร

การทบทวนวรรณกรรม

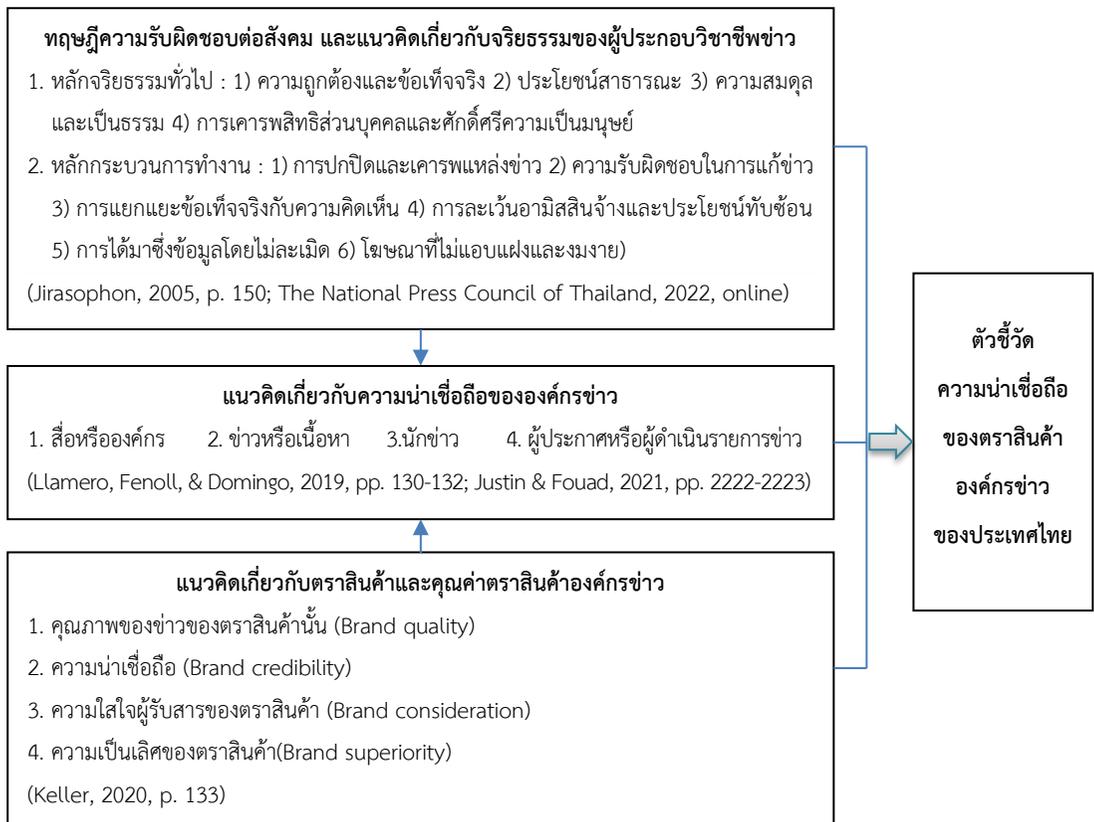
การศึกษานี้ได้ทำการทบทวนวรรณกรรมแนวคิดเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือขององค์กรข่าว สามารถกำหนดขอบเขตของความน่าเชื่อถือขององค์กรข่าว ซึ่งประกอบด้วย ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร (นักข่าว, ผู้ประกาศข่าว และผู้ดำเนินรายการด้านข่าว) ความน่าเชื่อถือของสาร หรือข่าวและเนื้อหาต่าง ๆ ของความน่าเชื่อถือของสื่อหรือช่องทาง เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ เว็บไซต์ เป็นต้น รวมถึงความน่าเชื่อถือขององค์กร (Organization) ที่มองจากความเป็นองค์กรสื่อหรือช่องทางนั้น (Llamerero, Fenoll, & Domingo, 2019, pp. 130-132; Justin & Fouad, 2021, pp. 2222-2223) ดังนั้น ในการกำหนดตัวชี้วัดความน่าเชื่อถือของตราสินค้าองค์กรข่าวสำหรับอุตสาหกรรมข่าวของประเทศไทย ในการศึกษานี้คือ คุณลักษณะของตราสินค้าองค์กรข่าวที่มีผลให้้องค์กรข่าวของประเทศไทยมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งประกอบด้วย 1) ตัวชี้วัดความน่าเชื่อถือของตัวองค์กรหรือสื่อ 2) ตัวชี้วัดความน่าเชื่อถือของข่าวหรือเนื้อหา 3) ตัวชี้วัดความน่าเชื่อถือของนักข่าว และ 4) ตัวชี้วัดความน่าเชื่อถือของผู้ประกาศข่าวและผู้ดำเนินรายการด้านข่าว

แนวคิดเกี่ยวกับตราสินค้าและคุณค่าตราสินค้าองค์กรข่าว โดย Keller (2020, pp. 32-33) ได้นิยามถึงตราสินค้าที่ไม่ใช่แค่เพียงชื่อหรือโลโก้เท่านั้น แต่ยังมีบทบาทในการสร้างความรู้จัก (Awareness) ความมีชื่อเสียง (Reputation) และมีความโดดเด่น (Prominence) ในตลาด นอกจากนี้ Moriarty et al. (2012, p. 90) ระบุว่า ตราสินค้า คือ การรับรู้ (Perception) ที่เป็นผลมาจากประสบการณ์และข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริษัทหรือผลิตภัณฑ์ สำหรับตราสินค้าองค์กรหรือตราองค์กร (Corporate brand) นั้น กุณชลี รื่นรมย์ (Ruenrom, 2013, p. 88) ได้อธิบายถึงความน่าเชื่อถือที่ลูกค้าและผู้ที่เกี่ยวข้องกับบริษัทนั้นสามารถรับรู้ได้ถึงพันธกิจและการดำเนินงานทั้งภายในและภายนอกของบริษัท ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา พบว่า มีนักวิชาการทำวิจัยถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความน่าเชื่อถือขององค์กรข่าว และได้ข้อค้นพบที่น่าสนใจคือ ความน่าเชื่อถือของข่าวมีความสัมพันธ์กับการเกิดคุณค่าตราสินค้าขององค์กรข่าว (Victoria-Mas, Lacasa, & Marimon, 2018, pp. 226-227) ทั้งนี้ การเกิดคุณค่าตราสินค้าองค์กรข่าวในใจผู้รับสารที่เกี่ยวข้องกับความน่าเชื่อถือของตราสินค้านั้น พิจารณาได้จากโมเดล Customer Based Brand Equity (CBBE model) ของ Keller (2020, p. 133) ในส่วนของ Brand Judgments ซึ่งวัดจากมิติต่าง ๆ ได้แก่ คุณภาพของตราสินค้านั้น (Brand quality) ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า (Brand credibility) ความใส่ใจผู้รับสารของตราสินค้า (Brand consideration) และความเป็นเลิศของตราสินค้า (Brand superiority) เช่น เป็นผู้นำด้านข่าว ชื่อเสียง การได้รับรางวัล หรือยกย่อง เป็นต้น ดังนั้น ในการศึกษานี้ จึงนำแนวคิดคุณค่าตราสินค้า และงานวิจัยเกี่ยวกับตราสินค้าและคุณค่าตราสินค้ามาเป็นกรอบในการกำหนดตัวชี้วัดความน่าเชื่อถือของตราสินค้าองค์กรข่าวของประเทศไทย

ทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคม และแนวคิดเกี่ยวกับจริยธรรมของผู้ประกอบวิชาชีพข่าว ดังที่ พิระ จิระโสภณ (Jirasophon, 2005, p. 150) ได้อธิบายถึงทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งมีแนวความคิดคือสื่อมวลชนจะต้องยอมรับภาระหน้าที่ที่จะต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมในการใช้เสรีภาพของตน ถ้าหากสื่อมวลชน ละเลยหน้าที่นี้ ก็อาจต้องมีการบังคับให้เป็นไปตามนั้น โดยการควบคุมจากชุมชน ปฏิบัติการของผู้บริโภค รวมถึงจากหลักจริยธรรมและจรรยาบรรณที่ตราขึ้นไว้ ในส่วนของแนวคิดเกี่ยวกับจริยธรรมของผู้ประกอบวิชาชีพข่าว การศึกษานี้ใช้ข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพสื่อมวลชน พ.ศ. 2564 (The National Press Council of Thailand, 2022) โดยสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ ซึ่งพัฒนามาจากสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ ที่ก่อตั้งเมื่อวันที่ 4 ก.ค. 2540 โดยองค์กรวิชาชีพอื่นที่เกี่ยวข้องกับข่าว คือ สภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย และสมาคมผู้ผลิตข่าวออนไลน์นั้น ได้บัญญัติข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมวิชาชีพเป็นไปในแนวทางเดียวกันกับสภาการสื่อมวลชน โดยหลักจริยธรรมที่กำหนดไว้

ประกอบด้วย 1) หลักจริยธรรมทั่วไป ประกอบด้วย (1) ความถูกต้องและข้อเท็จจริง (2) ประโยชน์สาธารณะ (3) ความสมดุล และเป็นธรรม (4) การเคารพสิทธิส่วนบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ 2) หลักกระบวนการทำงาน ประกอบด้วย (1) การปกปิดและเคารพแหล่งข่าว (2) ความรับผิดชอบในการแก้ข่าว (3) การแยกแยะข้อเท็จจริงกับความคิดเห็น (4) การละเว้น อามิสสินจ้างและประโยชน์ทับซ้อน (5) การได้มาซึ่งข้อมูลโดยไม่ละเมิด และ (6) โฆษณาที่ไม่แอบแฝงและงมง่าย

ทั้งนี้ แนวคิดเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือ แนวคิดเกี่ยวกับคุณค่าตราสินค้า และแนวคิดเกี่ยวกับจริยธรรมวิชาชีพ เป็นแนวทางให้ผู้วิจัยนำมาสร้างเครื่องมือในการวิเคราะห์เนื้อหางานวิจัยเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชนด้านข่าว และสังเคราะห์ตัวชี้วัดความน่าเชื่อถือของตราสินค้าองค์กรข่าว รวมถึงจัดทำเป็นข้อเสนอตัวชี้วัดความน่าเชื่อถือของตราสินค้าองค์กรข่าวสำหรับอุตสาหกรรมข่าวของประเทศไทยตามวัตถุประสงค์ของการศึกษานี้ โดยแสดง กรอบแนวคิดของการวิจัย ดังภาพ 1



ภาพ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้ ใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยวิธีการวิจัยเชิงวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. การศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ซึ่งถูกเก็บรวบรวมอย่างเป็นระบบในฐานะข้อมูลทางวิชาการในระบบออนไลน์ สามารถนำมาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและอ้างอิงได้ ดังนี้

1.1 ฐานข้อมูลงานวิจัยต่างประเทศ จำนวน 3 ฐานข้อมูล ประกอบด้วย 1) ฐานข้อมูล Emerald 2) ฐานข้อมูล Communication and Mass media Complete และ 3) ฐานข้อมูล Science Direct โดยใช้คำสำคัญในการสืบค้น คือ “credibility”, “media credibility”, “news credibility”, “message credibility”, “source credibility”, “media Brand”, “Brand credibility” และ “Media Brand Equity”

1.2 ฐานข้อมูลงานวิจัยในประเทศไทย จากฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์และงานวิจัย จำนวน 4 ฐานข้อมูล คือ 1) Thai Digital Collection (TDC) 2) คลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR) 3) วิทยานิพนธ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (TU theses) และ 4) วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (e-Theses) โดยใช้คำสำคัญในการสืบค้น คือ “ความน่าเชื่อถือ”, “ข่าว”, “แหล่งสาร”, “สื่อ”, “ออนไลน์”, “ผู้ส่งสาร”

กำหนดเกณฑ์การเลือกกลุ่มข้อมูล คือ 1) ต้องเป็นงานวิจัยที่มีวัตถุประสงค์ที่ศึกษาการใช้ตัวชี้วัดความน่าเชื่อถือ หรือมุ่งแสวงหาตัวชี้วัด 2) เป็นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาตราสินค้าองค์กรสื่อหรือข่าว และมีการใช้ตัวชี้วัดความน่าเชื่อถือ 3) เป็นงานวิจัยที่ศึกษาในประเทศใดก็ได้ แต่ต้องมีการรายงานผลการศึกษาเป็นภาษาไทย หรือภาษาอังกฤษ 4) มีรายงานฉบับเต็ม 5) กำหนดอายุของผลงานวิจัยที่พบในฐานข้อมูลตั้งแต่ปี ค.ศ. 1961 (พ.ศ. 2504) ถึงปี ค.ศ. 2022 (พ.ศ. 2565) ส่วนเกณฑ์การคัดออก คือ 1) เป็นงานวิจัยเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชนแต่ไม่ปรากฏตัวชี้วัดความน่าเชื่อถืออย่างชัดเจนในเครื่องมือ และการรายงานผล เช่น ในเครื่องมือมีเพียงการถามว่า คุณคิดว่าหนังสือพิมพ์หรือสถานีโทรทัศน์ มีความน่าเชื่อถือในระดับใด 2) เป็นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาตราสินค้าองค์กรสื่อหรือข่าว แต่ไม่มีการใช้ตัวชี้วัด 3) ไม่ได้รายงานผลการศึกษาด้วยภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ 4) มีการรายงานเฉพาะบทคัดย่อ 5) ไม่สามารถค้นหารายงานฉบับเต็มได้

2. การกำหนดผู้ทรงคุณวุฒิสำหรับประเมินความเหมาะสมในการเป็นตัวชี้วัดที่จะส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของตราสินค้าองค์กรข่าว ใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมข่าว จำนวน 10 คน ประกอบด้วย นักวิชาชีพด้านข่าว จำนวน 3 คน นักวิชาการด้านวารสารศาสตร์หรือนิเทศศาสตร์ 4 คน นักวิชาชีพด้านตราสินค้าสื่อมวลชน 1 คน นักวิชาการด้านตราสินค้าองค์กร 1 คน และผู้แทนจากสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ 1 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหา คือ 1) แบบจำแนกข้อมูลทั่วไป มีลักษณะประเด็นแบบปลายเปิด ประกอบด้วย ชื่อเรื่อง ผู้วิจัย ปีที่เผยแพร่ และระเบียบวิธีวิจัย 2) แบบจำแนกตัวชี้วัดความน่าเชื่อถือ ประกอบด้วย ประเภท ชื่อตัวแปร และที่มาของตัวชี้วัด 3) ตารางเปรียบเทียบ มีลักษณะเป็นแบบพิจารณาความสอดคล้องตามเกณฑ์การตรวจพิจารณาข้อคำถาม โดยกำหนดคะแนน 1 เท่ากับ เห็นด้วย 0 เท่ากับ ไม่แน่ใจ -1 เท่ากับ ไม่เห็นด้วย (Tirakanunt, 2014, p. 148) ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงหรือความน่าเชื่อถือ โดยการทดลองลงรหัสข้อมูลเดียวกัน จำนวน 5 เรื่อง และนำข้อมูลมาเปรียบเทียบความสอดคล้องกันในการลงรหัสของแต่ละคน เรียกว่า การทดสอบ Inter-coder Reliability Coefficient ผู้วิจัยสุ่มตัวชี้วัดจากบัญชีตัวชี้วัดความน่าเชื่อถือมา 10 ชื่อ แล้วให้ผู้วิเคราะห์ร่วมจำนวน 3 คน ซึ่งเป็นอาจารย์ด้านนิเทศศาสตร์ นำไปเปรียบเทียบกับบัญชีตัวชี้วัดจากหลักจริยธรรม 1 ชุด และเปรียบเทียบกับบัญชีตัวชี้วัดจากแนวคิดตลอดงานวิจัยด้านตราสินค้าองค์กรข่าวอีก 1 ชุด และลงรหัสความสอดคล้องกับตัวชี้วัดจากนั้นนำมาคำนวณหาค่าความเที่ยงตรงหรือความน่าเชื่อถือตามสูตรของ Holsti โดยข้อมูลที่ถือว่ามีความเที่ยงตรงหรือความน่าเชื่อถือในระดับสูง ไม่น้อยกว่า 0.08 (Holsti, 1969, p. 140) ได้ค่าเท่ากับ 1.00 แสดงว่ามีความน่าเชื่อถือในระดับสูง

4. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ดำเนินการสืบค้นข้อมูลในรูปแบบออนไลน์ ระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม 2564 ถึง 30 กันยายน 2565 ประกอบด้วย งานวิจัยมีการใช้ตัวชี้วัดความน่าเชื่อถือ และงานวิจัยที่มุ่งแสวงหาตัวชี้วัดจากเกณฑ์ใช้ค่าสืบค้น คือ 1) ความน่าเชื่อถือ 2) ข่าว 3) แหล่งสาร (ตราสินค้า องค์กรสื่อ) 4) สื่อ 5) ออนไลน์ 6) ผู้ส่งสาร (ผู้ประกาศข่าว) ซึ่งมีงานวิจัยของต่างประเทศ ที่ศึกษาเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือในสื่อมวลชนทั้งสิ้น 107 เรื่อง ศึกษาเกี่ยวกับตราสินค้า องค์กรสื่อหรือข่าว 8 เรื่อง ส่วนงานวิจัยของประเทศไทยมีจำนวนทั้งสิ้น 12 เรื่อง

4.1 การสังเคราะห์ตัวชี้วัดจากงานวิจัยต่างประเทศและประเทศไทย จากนั้นนำมาวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างตัวชี้วัด โดยจำแนกประเภทตัวชี้วัดเป็นกลุ่มจะได้ตัวชี้วัดความน่าเชื่อถือเป็น 4 ประเภทตามขอบเขตที่นิยามไว้เบื้องต้น ได้แก่ 1) สื่อหรือองค์กร 2) ข่าวหรือเนื้อหา 3) นักข่าว 4) ผู้ประกาศข่าว และผู้ดำเนินรายการด้านข่าว

4.2 การวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างตัวชี้วัดที่ได้จากผลการวิเคราะห์เนื้อหาเกี่ยวกับหลักจริยธรรมวิชาชีพ ตามข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพสื่อมวลชน สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ พ.ศ. 2564 แนวคิดและงานวิจัยเกี่ยวกับคุณค่าตราสินค้าขององค์กรข่าว ผลที่ได้คือ ตัวชี้วัด 4 ประเภท ที่มีตัวชี้วัดเพิ่มเติมจากหลักจริยธรรมวิชาชีพ และจากแนวคิดและงานวิจัยเกี่ยวกับคุณค่าตราสินค้าขององค์กรข่าว

4.3 จัดทำตารางเปรียบเทียบระหว่างกลุ่ม (4 ประเภท) เพื่อพิจารณาความสอดคล้อง และความแตกต่าง ทั้งนี้ กรณีที่มีความสอดคล้องกันจะจัดเข้ากลุ่มที่เหมาะสมเป็นตัวชี้วัดนั้นกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเพียงกลุ่มเดียว โดยมุ่งเน้นการวัดในมิติขององค์กรข่าว และอธิบายตัวชี้วัดนั้นให้ครอบคลุมทุกกลุ่มที่นำมารวมกัน

4.4 การประเมินความเหมาะสมของตัวชี้วัดที่จะส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือของตราสินค้าองค์กรข่าว โดยใช้แบบพิจารณาความสอดคล้องตามเกณฑ์การตรวจพิจารณาข้อคำถาม กำหนดคะแนน 1 เท่ากับเห็นด้วย 0 เท่ากับไม่เห็นใจ และ -1 เท่ากับไม่เห็นด้วย (Tirakanunt, 2014, p. 148) จำนวน 2 รอบ คือ รอบที่ 1 ให้ผู้เชี่ยวชาญลงคะแนนความเหมาะสมของตัวชี้วัดความน่าเชื่อถือขององค์กรสื่อมวลชนด้านข่าวในประเทศไทย ในแต่ละข้อ (ผลการวิเคราะห์จากข้อ 4.3) นำคะแนนที่ได้มาประมวลผลโดยใช้เกณฑ์คัดเลือกตัวชี้วัดที่ได้คะแนนประเมิน 70% (ค่า IOC=0.7) ขึ้นไป ส่วนรอบที่ 2 ประเมินจากตัวชี้วัดที่ผ่านรอบที่ 1 ใช้เกณฑ์คัดเลือกตัวชี้วัดที่ได้คะแนนประเมิน 50% (ค่า IOC=0.5) ขึ้นไป (Tirakanunt, 2014, p. 148) ซึ่งจะทำให้ได้ตัวชี้วัดความน่าเชื่อถือของตราสินค้าองค์กรข่าวของประเทศไทย โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive statistics) คือ จำนวน และค่าร้อยละ (%)

ผลการวิจัย

1. การสังเคราะห์ตัวชี้วัดความน่าเชื่อถือขององค์กรข่าวจากงานวิจัยต่างประเทศ และประเทศไทย จากการวิเคราะห์ความสอดคล้อง สามารถแสดงผลการวิจัย ดังตาราง 1

ตาราง 1 การสังเคราะห์ความสอดคล้องตัวชี้วัดความน่าเชื่อถือขององค์กรข่าวจากงานวิจัยต่างประเทศ และประเทศไทย

ความสอดคล้อง	ตัวชี้วัด									
	สื่อหรือองค์กร		ข่าวหรือเนื้อหา		นักข่าว		ผู้ประกาศข่าว		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สอดคล้อง	22	14.67	11	7.34	3	2.00	11	7.34	47	31.33
ไม่สอดคล้อง	23	15.33	25	16.66	32	21.33	23	15.33	103	68.67
รวม	45	30.00	36	24.00	35	23.33	34	22.67	150	100.00

จากตาราง 1 พบว่า ตัวชี้วัดความน่าเชื่อถือที่สังเคราะห์ได้จากงานวิจัยโดยวิเคราะห์ความสอดคล้องของตัวชี้วัดที่ได้จากงานวิจัยต่างประเทศ และประเทศไทย มีจำนวนทั้งสิ้น 150 ตัวชี้วัด สามารถจำแนกได้เป็น 4 กลุ่มตามลำดับ ประกอบด้วย มากที่สุด คือ ตัวชี้วัดด้านสื่อหรือองค์กร จำนวน 45 ตัวชี้วัด คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาคือ ด้านข่าวหรือเนื้อหา จำนวน 36 ตัวชี้วัด คิดเป็นร้อยละ 24.00 ด้านนักข่าว จำนวน 35 ตัวชี้วัด คิดเป็นร้อยละ 23.33 และน้อยที่สุด คือ ด้านผู้ประกาศข่าวหรือผู้ดำเนินรายการข่าว จำนวน 34 ตัวชี้วัด คิดเป็นร้อยละ 22.67 เมื่อพิจารณาตัวชี้วัดที่สอดคล้อง พบว่า ตัวชี้วัดที่สอดคล้องมากที่สุดคือ ตัวชี้วัดด้านสื่อหรือองค์กร จำนวน 22 ตัวชี้วัด คิดเป็นร้อยละ 14.67 รองลงมาคือ ตัวชี้วัดด้านข่าวหรือ เนื้อหา และ ตัวชี้วัดด้านผู้ประกาศข่าวมีจำนวนเท่ากัน คือ 11 ตัวชี้วัด คิดเป็นร้อยละ 7.34 น้อยที่สุด คือ ตัวชี้วัดด้านนักข่าว มีจำนวน 2 ตัวชี้วัด คิดเป็นร้อยละ 2.0 สำหรับตัวชี้วัดที่ไม่สอดคล้องกัน พบว่ามากที่สุดคือ ตัวชี้วัดด้านนักข่าว จำนวน 32 ตัวชี้วัด คิดเป็นร้อยละ 21.33 รองลงมาคือ ตัวชี้วัดด้านข่าวหรือ เนื้อหา มีจำนวน 25 ตัวชี้วัด คิดเป็นร้อยละ 16.66 น้อยที่สุดคือ ตัวชี้วัดด้านสื่อหรือองค์กร และตัวชี้วัดด้านผู้ประกาศข่าว มีจำนวนเท่ากัน คือ 23 ตัวชี้วัด คิดเป็นร้อยละ 15.33

2. วิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างตัวชี้วัดที่ได้จากการสังเคราะห์งานวิจัยกับแนวคิดจริยธรรมวิชาชีพ และแนวคิดตราสินค้าและคุณค่าตราสินค้าองค์กรข่าว มีกระบวนการที่สามารถแบ่งได้เป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การวิเคราะห์ระหว่างตัวชี้วัดความน่าเชื่อถือขององค์กรข่าวจากงานวิจัยต่างประเทศ และประเทศไทยกับหลักจริยธรรมวิชาชีพ 2) การวิเคราะห์ระหว่างตัวชี้วัดความน่าเชื่อถือขององค์กรข่าวจากงานวิจัยต่างประเทศ และประเทศไทยกับแนวคิดตราสินค้าและคุณค่าตราสินค้าองค์กรข่าว 3) การวิเคราะห์ระหว่างกลุ่มตัวชี้วัด 4 ประเภทตัวชี้วัดที่ได้จาก 1) และ 2) โดยแสดงผลการวิจัย ดังตาราง 2

ตาราง 2 การวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างตัวชี้วัดที่ได้จากงานวิจัยกับหลักจริยธรรมวิชาชีพ แนวคิดตราสินค้า และคุณค่าตราสินค้าองค์กรข่าว

ประเภทของตัวชี้วัด	จำนวนตัวชี้วัด							
	(1) หลักจริยธรรมวิชาชีพ		(2) แนวคิดตราสินค้าและคุณค่าตราสินค้าองค์กรข่าว		สรุปความสอดคล้องระหว่างตัวชี้วัดจากงานวิจัย (1) และ (2)	(3) เปรียบเทียบประเภทตัวชี้วัด 4 ประเภท ที่ได้จาก (1) และ (2)		สรุปความสอดคล้องระหว่าง 4 ประเภทตัวชี้วัด
	เดิม	เพิ่มเติม	เดิม	เพิ่มเติม		เดิม	ใหม่	
สื่อหรือองค์กร	45	6	45	6	57	57	37	37
ข่าวหรือเนื้อหา	36	5	36	0	41	41	27	27
นักข่าว	35	6	35	0	41	41*	36*	36*
ผู้ประกาศข่าว	34	6	34	0	40	40*		
รวม	150	23	150	6	179	179	100	100

* ใช้ตัวชี้วัดร่วมกันกำหนดเป็นตัวชี้วัดด้าน “บุคลากรข่าว”

จากตาราง 2 การวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างตัวชี้วัดจากงานวิจัยกับหลักจริยธรรมวิชาชีพ แนวคิดตราสินค้าและคุณค่าตราสินค้าองค์กรข่าว พบว่า ได้ตัวชี้วัดเพิ่มเติมในแต่ละประเภทตัวชี้วัด รวมจำนวนตัวชี้วัดทั้งสิ้น 179 ตัวชี้วัด ประกอบด้วย สื่อหรือองค์กร 57 ตัวชี้วัด ข่าวหรือเนื้อหา 41 ตัวชี้วัด นักข่าว 41 ตัวชี้วัด และผู้ประกาศข่าว 40 ตัวชี้วัด เมื่อนำมาเปรียบเทียบระหว่างประเภท เพื่อพิจารณาความสอดคล้องและความแตกต่างโดยกรณีที่มีความสอดคล้องกันจะจัดเข้าประเภทที่เหมาะสมเป็นตัวชี้วัดนั้นในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเพียงประเภทเดียว โดยมุ่งเน้นการวัดมิติขององค์กรข่าว และอธิบายตัวชี้วัดนั้นให้ครอบคลุมทุกประเภทที่นำมารวมกัน ขั้นตอนนี้ ส่งผลให้ตัวชี้วัด

มีจำนวนลดลงเหลือ 100 ตัวชี้วัด ได้แก่ สื่อหรือองค์กร 37 ตัวชี้วัด ข่าวหรือเนื้อหา 27 ตัวชี้วัด สำหรับนักข่าวและผู้ประกาศข่าวได้จัดประเภทตัวชี้วัดใหม่ กำหนดชื่อประเภทเป็น “บุคลากรข่าว” มีจำนวน 36 ตัวชี้วัด

จากนั้นผู้วิจัยได้นำตัวชี้วัดชุด 100 ตัวชี้วัดดังกล่าวข้างต้น ไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 10 คน ประเมินความเหมาะสมของตัวชี้วัดที่จะส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของตราสินค้าองค์กรข่าว โดยประเมิน 2 รอบ แสดงผลการศึกษาดังตาราง 3

ตาราง 3 จำนวนตัวชี้วัดที่ผ่านการประเมินความเหมาะสมในการเป็นตัวชี้วัดความน่าเชื่อถือของตราสินค้าองค์กรข่าว

ประเภทตัวชี้วัด	จำนวนตัวชี้วัดในการประเมิน				สรุปจำนวนตัวชี้วัดที่ผ่านการประเมินทั้ง 2 รอบ
	รอบที่ 1		รอบที่ 2		
	เดิม	ได้ค่า IOC \geq 0.70	เดิม	ได้ค่า IOC \geq 0.50	
สื่อหรือองค์กร	37	36	36	29	29
ข่าวหรือเนื้อหา	27	24	24	19	19
บุคลากรข่าว	36	19	19	13	13
รวม	100	79	79	61	61

จากตาราง 3 ผลการประเมินความเหมาะสมของตัวชี้วัดที่จะส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของตราสินค้าองค์กรข่าว โดยผู้เชี่ยวชาญ 10 ท่านรอบที่ 1 (ค่า IOC \geq 0.7) ได้ลดจำนวนตัวชี้วัดลงจาก 100 ตัวชี้วัดเป็น 79 ตัวชี้วัด และในรอบที่ 2 (ค่า IOC \geq 0.5) เหลือตัวชี้วัดทั้งสิ้น 61 ตัวชี้วัด ประกอบด้วย ด้านสื่อหรือองค์กร 29 ตัวชี้วัด ด้านข่าวหรือเนื้อหา 19 ตัวชี้วัด ด้านบุคลากรข่าว 13 ตัวชี้วัด

3. การจัดทำตัวชี้วัดความน่าเชื่อถือของตราสินค้าองค์กรข่าวของประเทศไทย รวมจำนวน 61 ตัวชี้วัด จำแนกเป็นรายด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านสื่อหรือองค์กร จำนวน 29 ตัวชี้วัด 2) ด้านข่าวหรือเนื้อหา จำนวน 19 ตัวชี้วัด และ 3) ด้านบุคลากรข่าว จำนวน 13 ตัวชี้วัด แสดงผลการศึกษาดังตาราง 4

ตาราง 4 ตัวชี้วัดความน่าเชื่อถือของตราสินค้าองค์กรข่าวในประเทศไทย

ที่	ตัวชี้วัด	นิยาม	ที่มาของตัวชี้วัด		
			งานวิจัย	จริยธรรม	ตราสินค้า
ตัวชี้วัดด้านสื่อหรือองค์กร จำนวน 29 ตัวชี้วัด					
1	Can be trusted	ได้รับความไว้วางใจจากแหล่งข่าว และผู้รับสารซึ่งเกิดจากการทำงานข่าวขององค์กร และบุคลากร	√		√
2	Public interest	คำนึงถึงประโยชน์สาธารณะ	√	√	
3	Honest	ทำหน้าที่สื่อมวลชนด้วยความซื่อสัตย์	√	√	
4	Expertise	มีความเชี่ยวชาญด้านข่าวสะท้อนจากตัวองค์กร เนื้อหา และบุคลากรข่าว	√		√
5	Ethical Standards	มีกรอบจริยธรรมขององค์กร รวมถึงยึดมั่นปฏิบัติตามข้อกำหนดจริยธรรมวิชาชีพทั้งองค์กร และบุคลากร	√***	√***	√***
6	Bold	มีความกล้าหาญในการนำเสนอข่าว โดยไม่เกรงกลัวอิทธิพล	√		√
7	Interactive	มีช่องทางให้ผู้รับสารสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับองค์กรได้อย่างสะดวกรวดเร็ว เช่น การส่ง SMS Facebook	√		√
8	Timeliness	เสนอข่าวทันเหตุการณ์	√		√
9	Cross Check ability	ประชาชนสามารถตรวจสอบข่าวสารข้อมูลที่ื่อนำเสนอได้	√		
10	Respect People's Privacy	เคารพในสิทธิส่วนบุคคลของผู้ตกเป็นข่าว	√***	√***	√***
11	Moral	ปฏิบัติหน้าที่โดยมีคุณธรรมยึดหลักให้สังคมอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข	√	√	
12	Organized	ทำงานอย่างเป็นระบบมีโครงสร้างการบริหารจัดการองค์กรชัดเจน กองบรรณาธิการทำงานอย่างเป็นระบบ	√		

ตาราง 4 (ต่อ)

ที่	ตัวชี้วัด	นิยาม	ที่มาของตัวชี้วัด		
			งานวิจัย	จริยธรรม	ตราสินค้า
13	Transparency	มีความโปร่งใสในการดำเนินงานทั้งด้านข่าวและการบริหารจัดการองค์กร มีความพร้อมรับการถูกตรวจสอบ	✓		✓
14	Neutral	แสดงถึงความเป็นกลางไม่ฝักใฝ่ฝ่ายใด	✓	✓	
15	Editorial freedom	ให้ความเป็นอิสระแก่กองบรรณาธิการ	✓***	✓***	✓***
16	Reputation	มีชื่อเสียงได้รับการยอมรับ	✓		✓
17	Product Placement*	ระมัดระวังเรื่องการโฆษณาแฝง		✓*	
18	Producing quality news	มีกระบวนการทำข่าวที่ทำให้ได้เนื้อหาข่าวมีคุณภาพ	✓		✓
19	Working environment	มีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี	✓		✓
20	Clear objective in business	มีวัตถุประสงค์ชัดเจนในการประกอบธุรกิจสื่อ	✓		
21	Adaptation to technology and change	มีการปรับตัวให้เหมาะสมกับเทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลง	✓		
22	Human Dignity*	คำนึงถึงศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของผู้ตกเป็นข่าว		✓*	
23	Immediately make amend for mistake*	แก้ไขข้อผิดพลาดอย่างรวดเร็วและเหมาะสม		✓*	
24	With history**	มีประวัติความเป็นมา มีเกียรติภูมิในฐานะสื่อมวลชนที่เป็นที่เชื่อถือศรัทธาของประชาชน			✓**
25	Integrative**	มีการบูรณาการช่องทางนำเสนอข่าวในแพลตฟอร์มต่าง ๆ ทั้งสื่อกระแสหลัก และ สื่อออนไลน์			✓**
26	Have good business partner**	พันธมิตรธุรกิจที่ทำงานร่วม หรือ สนับสนุนสื่อหรือองค์กรสื่อมวลชนเป็นองค์กรธุรกิจที่สุจริต โปร่งใส			✓**
27	Differentiation	มีความโดดเด่นเฉพาะเป็นผู้นำในวงการข่าวในด้านใดด้านหนึ่ง	✓		✓
28	Responsible	มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่และสังคม	✓		✓
29	Mobilizer	กระตุ้นให้ประชาชนตื่นตัวสนใจบ้านเมือง สังคม และวัฒนธรรม	✓		✓
ตัวชี้วัดด้านข่าวหรือเนื้อหา จำนวน 19 ตัวชี้วัด					
30	Accuracy	เนื้อหาข่าวถูกต้องตามข้อเท็จจริง และหลักฐานที่ประจักษ์ไม่ใช้การสันนิษฐาน	✓***	✓***	✓***
31	Fair	เนื้อหาข่าวมีความยุติธรรม ให้โอกาสแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง	✓***	✓***	✓***
32	Complete	เนื้อหาข่าวสมบูรณ์ครบถ้วน รอบด้าน	✓		✓
33	Unbiased	เนื้อหาข่าวตรงไปตรงมา ไม่มีอคติ ต่อบุคคลหรือ องค์กรที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์	✓***	✓***	✓***
34	Separate facts	แยกแยะความคิดเห็นของสื่อออกจากข้อเท็จจริง	✓	✓	
35	Depth	เนื้อหาข่าวมีข้อมูลที่ลุ่มลึก เจาะลึก	✓		✓
36	Plagiarism	เสนอข่าวโดยอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูล อย่างเคร่งครัด	✓	✓	
37	Clear	เสนอข่าวชัดเจน เข้าใจได้ง่าย เช่น การใช้ภาษา การใช้กราฟิก ภาพประกอบ	✓		✓
38	Obscene & violence*	คำนึงถึงภาพและเนื้อหาที่สื่อถึงลามกอนาจาร หรือมีความรุนแรง		✓*	
39	Race & Religion*	ระมัดระวังการเสนอเนื้อหาที่เป็นการไม่เคารพต่อเชื้อชาติ ศาสนา และชาติพันธุ์		✓*	
40	Avoid Abusing, Hate Speech*	หลีกเลี่ยงการใช้คำที่ไม่สุภาพ หรือภาษาที่สื่อความหมายเชิงเหยียดหยาม หรืออยู่ในข่ายประทุษวาจา		✓*	
41	Avoid blind faith*	ไม่เสนอเนื้อหาสร้างความงมงายแก่สังคม		✓*	
42	Universal**	ได้รับการยอมรับอย่างเป็นสากล จากการที่ข่าวได้รับการอ้างอิงหรือนำไปเผยแพร่ ต่อโดยองค์กรข่าวระดับนานาชาติหรือสำนักข่าวต่างประเทศ			✓**
43	Useful	มุ่งเสนอข่าวที่มีประโยชน์ต่อผู้รับสาร	✓	✓	✓
44	Important	เนื้อหาข่าวที่เสนอมีความสำคัญมีผลกระทบต่อประชาชน	✓		
45	Colorless	เนื้อหาข่าวไม่ได้ถูกแต่งเติมข้อมูลให้เกินจริง	✓	✓	
46	Relevance	เนื้อหาข่าวเกี่ยวข้องใกล้ชิดกับผู้รับสาร	✓		✓
47	Discuss National Policy	เนื้อหาข่าวมุ่งอธิบายเกี่ยวกับนโยบายระดับชาติ	✓		
48	Interpreter	เนื้อหาข่าวเป็นการอธิบายความป็นปัญหาต่าง ๆ ที่มีความซับซ้อนให้ประชาชนเข้าใจ	✓		

ตาราง 4 (ต่อ)

ที่	ตัวชี้วัด	นิยาม	ที่มาของตัวชี้วัด		
			งานวิจัย	จริยธรรม	ตราสินค้า
ตัวชี้วัดด้านบุคลากรข่าว จำนวน 13 ตัวชี้วัด					
49	Experienced	มีประสบการณ์ในงานด้านข่าว	✓		
50	Informed	มีความรู้ลึก รอบด้านในข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับประเด็นข่าว	✓		
51	Well-trained	ได้รับการฝึกฝนมาเป็นอย่างดี	✓		
52	Daring Creative	มีความกล้าคิดสร้างสรรค์ทั้งประเด็นใหม่ ๆ และการนำเสนอ	✓		
53	Polite	มีความสุภาพทั้งการใช้ชีวิตที่สุภาพไมกรท้าว และการใช้ภาษาไมกรรรมข่าวก้าว	✓	✓	
54	Adversary	มุ่งตรวจสอบการทำงานของภาครัฐ ธุรกิจ และทุกฝ่ายที่ไม่ถูกต้อง	✓		
55	Unprivileged*	บุคลากรไม่ใช่ตำแหน่งหน้าที่เพื่อรับหรือแสวงหาผลประโยชน์		✓*	
56	Anti-bribery*	บุคลากรไม่รับอามิสสินจ้าง		✓*	
57	Check	มีการตรวจสอบข้อมูลทุกขั้นตอนในการทำข่าว	✓	✓	
58	Qualified	มีคุณวุฒิ คุณลักษณะเหมาะสมกับวิชาชีพด้านข่าว	✓		
59	Verbal and Presentation Skilled	ผู้ประกาศข่าวมีทักษะการพูด มีวาทศิลป์ และการนำเสนอ	✓		
60	Active	ผู้ประกาศข่าวมีความกระตือรือร้นในงานข่าว คล่องแคล่ว กระฉับกระเฉง	✓		
61	Character	ผู้ประกาศข่าวมีบุคลิกภาพ	✓		

* ตัวชี้วัดเพิ่มเติมจากแนวคิดจริยธรรมวิชาชีพ

** ตัวชี้วัดเพิ่มเติมจากแนวคิดตราสินค้าและคุณค่าตราสินค้า

*** ตัวชี้วัดที่ปรากฏทั้งในงานวิจัยความน่าเชื่อถือ แนวคิดตราสินค้าและคุณค่าตราสินค้า และหลักจริยธรรมวิชาชีพ

จากตาราง 4 พบว่า ตัวชี้วัดความน่าเชื่อถือของตราสินค้าองค์กรข่าวในประเทศไทย มีจำนวนทั้งสิ้น 61 ตัวชี้วัด โดยจำแนกเป็นตัวชี้วัด 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านสื่อหรือองค์กร จำนวน 29 ตัวชี้วัด 2) ด้านข่าว หรือเนื้อหา จำนวน 19 ตัวชี้วัด 3) ด้านบุคลากรข่าว (นักข่าว ผู้ประกาศข่าว และผู้ดำเนินรายการด้านข่าว) จำนวน 13 ตัวชี้วัด โดยที่มาของตัวชี้วัดดังกล่าว ประกอบด้วยที่มา ดังต่อไปนี้

3.1 ตัวชี้วัดที่ได้จากงานวิจัยเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของต่างประเทศ และประเทศไทย จำนวน 48 ตัวชี้วัด

3.2 ตัวชี้วัดเพิ่มเติมจากแนวคิดจริยธรรมวิชาชีพ 9 ตัวชี้วัด คือ 1) Product Placement* (ระมัดระวังเรื่องการโฆษณาแฝง) 2) Human Dignity* (คำนึงถึงศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของผู้ตกเป็นข่าว) 3) Immediately make amend for mistake* (แก้ไขข้อผิดพลาดอย่างรวดเร็วและเหมาะสม) 4) Obscene & violence* (คำนึงถึงภาพและเนื้อหาที่สื่อถึงลามกอนาจาร หรือมีความรุนแรง) 5) Race & Religion* (ระมัดระวังการเสนอเนื้อหาที่เป็น การไม่เคารพต่อเชื้อชาติ ศาสนา และชาติพันธุ์) 6) Avoid Abusing, Hate Speech* (หลีกเลี่ยงการใช้คำที่ไม่สุภาพ หรือภาษาที่สื่อความหมายเชิงเหยียดหยามหรืออยู่ในข่ายประทุษวาท) 7) Avoid blind faith* (ไม่เสนอเนื้อหาสร้างความงมงายแก่สังคม) 4) Obscene & violence * (คำนึงถึงภาพและเนื้อหาที่สื่อถึงลามกอนาจาร หรือมีความรุนแรง) 8) Unprivileged* (บุคลากรไม่ใช่ตำแหน่งหน้าที่เพื่อรับหรือแสวงหาผลประโยชน์) และ 9) Anti-bribery* (บุคลากรไม่รับอามิสสินจ้าง)

3. ตัวชี้วัดเพิ่มเติมจากแนวคิดตราสินค้า และคุณค่าตราสินค้า จำนวน 4 ตัวชี้วัด คือ 1) With history** (มีประวัติความเป็นมา มีเกียรติภูมิในฐานะสื่อมวลชนที่เป็นที่เชื่อถือศรัทธาของประชาชน) 2) Integrative** (มีการบูรณาการช่องทางนำเสนอข่าวในแพลตฟอร์มต่าง ๆ ทั้งสื่อกระแสหลักและสื่อออนไลน์) 3) Have good business partner** (พันธมิตรธุรกิจที่ทำงานร่วม หรือสนับสนุนสื่อหรือองค์กรสื่อมวลชนเป็นองค์กรธุรกิจที่สุจริต โปร่งใส) 4) Universal** (ได้รับการยอมรับอย่างเป็นทางการจากที่ข่าวได้รับการอ้างอิงหรือนำไปเผยแพร่ต่อโดยองค์กรข่าวระดับนานาชาติหรือสำนักข่าวต่างประเทศ)

ผลการศึกษานี้ยังพบว่า มีตัวชี้วัดที่ปรากฏทั้งในงานวิจัยความน่าเชื่อถือ แนวคิดตราสินค้าและคุณค่าตราสินค้า และหลักจริยธรรมวิชาชีพ จำนวน 7 ตัวชี้วัด คือ 1) Ethical standards*** (มีกรอบจริยธรรมขององค์กร รวมถึงยึดมั่นปฏิบัติตามข้อกำหนดจริยธรรมวิชาชีพทั้งองค์กร และบุคลากร) 2) Respect People's Privacy*** (เคารพในสิทธิส่วนบุคคลของผู้ตกเป็นข่าว) 3) Editorial freedom*** (ให้ความเป็นอิสระแก่กองบรรณาธิการ) 4) Accuracy*** (เนื้อหาข่าวถูกต้องตามข้อเท็จจริง และหลักฐานที่ประจักษ์ ไม่ใช่การสันนิษฐาน) 5) Fair*** (เนื้อหาข่าวมีความยุติธรรม ให้ออกาสแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง) 6) Unbiased*** (เนื้อหาข่าวตรงไปตรงมา ไม่มีอคติ ต่อบุคคลหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์) และ 7) Useful*** (มุ่งเสนอข่าวมีประโยชน์ต่อผู้รับสาร)

อภิปรายผล

การสังเคราะห์ตัวชี้วัดความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชน พบว่า งานวิจัยของสื่อมวลชนจากต่างประเทศ เริ่มมีการวิเคราะห์ตัวชี้วัดตั้งแต่ปี ค.ศ. 1961 (พ.ศ. 2504) และได้รับความสนใจในการจัดทำเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนถึงปี ค.ศ. 2022 (พ.ศ. 2565) ส่วนประเทศไทยเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2524 ซึ่งได้รับความสนใจในการจัดทำเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจนถึงปี พ.ศ. 2565 เช่นกัน แต่มีจำนวนค่อนข้างน้อย ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากวิวัฒนาการของการสื่อสารมวลชนต่างประเทศเริ่มปรากฏขึ้น และเกิดการแข่งขันในการนำเสนอรูปแบบการเผยแพร่และช่องทางการสื่อสารเผยแพร่ที่รวดเร็วและต่อเนื่องมาก่อนประเทศไทย รวมไปถึงในปัจจุบันได้มีการเปิดรับสื่อของผู้รับสารที่สามารถรับสารได้จากหลายช่องทางอย่างรวดเร็ว อย่างไรก็ตาม ความโดดเด่นที่เพิ่มมากขึ้นได้กระตุ้นความสนใจของนักวิชาการของไทยอยู่ในขั้นเริ่มต้น และกำลังดำเนินไปโดยไม่มีรากฐานทางทฤษฎีที่แข็งแกร่ง ซึ่งธรรมชาติของการวิจัยที่กระจัดกระจายทำให้เป็นที่ต้องการอย่างมากและเป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมในการจัดระเบียบวรรณกรรมเพื่อสร้างแผนภูมิความรู้สำหรับการวิจัยอนาคต (Vasist & Krishnan, 2022, p. 1)

จากผลการศึกษาที่พบว่า ตัวชี้วัดความน่าเชื่อถือจากการวิเคราะห์เนื้อหาของงานวิจัยของต่างประเทศ และประเทศไทยที่มีความสอดคล้องกับทั้งแนวคิดตราสินค้าและคุณค่าตราสินค้า และหลักจริยธรรมวิชาชีพ มีจำนวน 7 ตัวชี้วัด ได้แก่ 1) Ethical standards (มีกรอบจริยธรรมขององค์กร รวมถึงยึดมั่นปฏิบัติตามข้อกำหนดจริยธรรมวิชาชีพทั้งองค์กร และบุคลากร) 2) Respect People's Privacy (เคารพในสิทธิส่วนบุคคลของผู้ตกเป็นข่าว) 3) Editorial freedom (ให้ความเป็นอิสระแก่กองบรรณาธิการ) 4) Accuracy (เนื้อหาข่าวถูกต้องตามข้อเท็จจริง และหลักฐานที่ประจักษ์ ไม่ใช่การสันนิษฐาน) 5) Fair Fair (เนื้อหาข่าวมีความยุติธรรม ให้ออกาสแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง) 6) Unbiased (เนื้อหาข่าวตรงไปตรงมา ไม่มีอคติ ต่อบุคคลหรือ องค์กรที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์) 7) Useful (มุ่งเสนอข่าวมีประโยชน์ต่อผู้รับสาร) โดยที่ตัวชี้วัด Accuracy, Fair และ Unbiased สอดคล้องกับงานวิจัยหลายเรื่องที่ใช้ตัวชี้วัด 3 ตัวชี้วัดนี้ เป็นเกณฑ์ในการวัดความน่าเชื่อถือของสื่อด้านข่าว คือ หนังสือพิมพ์ ราชการข่าวโทรทัศน์ ตั้งแต่ยุคแรก ๆ ที่นักวิชาการด้านสื่อมุ่งแสวงหาตัวชี้วัดความน่าเชื่อถือของสื่อจนถึงปัจจุบัน เช่นในงานของ Justin and Fouad (2021, p. 2223) รวมถึงงานของ Newly and Searles (2022, p. 190) ทั้งนี้ Accuracy, Fair และ Unbiased นั้นจัดเป็นตัวชี้วัดที่มาจากคุณสมบัติของข่าว หรือ News Quality และเมื่อพิจารณาในแง่มุมมองของการวัดความน่าเชื่อถือ จะเห็นว่า Accuracy, Fair และ Unbiased เป็นการวัดที่สะท้อนได้จากเนื้อหา สำหรับตัวชี้วัด Ethical standards Respect People's Privacy และ Editorial freedom เป็นมุมมองของการวัดในเชิงองค์กรและการปฏิบัติงานของบุคลากรที่ต้องคำนึงถึงหลักจริยธรรมวิชาชีพ และ ความเป็นอิสระของกองบรรณาธิการ อันจะเป็นปัจจัยที่นำมาซึ่งเนื้อหาที่ถูกต้อง เป็นธรรม และ ปราศจากอคติ สำหรับตัวชี้วัด Useful หรือความมีประโยชน์นั้น เป็นตัวชี้วัดที่เป็นมุมมอง

ของผู้รับสารและสอดคล้องกับข้อค้นพบของ Victoria et al. (2018, p. 229) ที่นำเสนอแบบจำลองการวัดคุณค่าตราสินค้าขององค์กรชาวประเทศสเปน ว่า องค์ประกอบด้านประโยชน์พื้นฐาน (Basic Utility) ที่ผู้รับสารได้รับจากเนื้อหาที่องค์กรชำนานเสนอเป็นตัวชี้วัดที่ส่งผลต่อการเกิดคุณค่าตราสินค้าขององค์กรชำนาน จึงกล่าวได้ว่า ตัวชี้วัด 7 ตัวชี้วัดนี้ สามารถวัดความน่าเชื่อถือได้ในทุกมิติขององค์ประกอบการสื่อสาร คือ ผู้ส่งสาร สาร ช่องทาง หรือ สื่อ และในมุมมองของผู้รับสาร

การวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างตัวชี้วัดที่ได้จากการสังเคราะห์งานวิจัยต่างประเทศ และ ประเทศไทย กับแนวคิดจริยธรรมวิชาชีพ พบว่า ตัวชี้วัดที่ไม่สอดคล้องกับข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมวิชาชีพสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ พ.ศ. 2564 คือ Timeliness (ความรวดเร็ว ความสดใหม่ ทันเหตุการณ์) ในขณะที่ Timeliness นี้ เป็นตัวชี้วัดความน่าเชื่อถือที่ปรากฏอยู่ในงานวิจัยเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของชำนานเป็นส่วนมาก ดังผลการศึกษาของ Llamero, Fenoll, and Domingo (2019, p. 132) ที่พบว่า ตัวชี้วัด Timeliness อยู่ใน 3 อันดับแรก ที่ผู้รับสารเห็นว่า มีผลต่อความน่าเชื่อถือ โดยที่อันดับ 1 คือ ชื่อเสียงของตราสินค้าองค์กรชำนาน (News brand reputation) อันดับที่ 2 ชื่อเสียงของนักชำนาน (Journalist reputation) และอันดับที่ 3 ความรวดเร็วของการเสนอข้อมูลชำนาน (Timeliness) รวมไปถึงในงานวิจัยของ Justin and Fouad (2021, p. 2223) และ Newly and Searles (2022, p. 190) ที่ต่างก็ใช้ตัวชี้วัด Timeliness เป็นตัวชี้วัดความน่าเชื่อถือทั้งสิ้น

ทั้งนี้ อาจมาจากการที่ทุกวันนี้การแข่งขันกันของสื่อ (องค์กรชำนาน) นั้นอาจไม่ได้ให้ความสำคัญกับความรวดเร็วเป็นหลัก เพราะการเปิดรับสื่อของผู้รับสารทุกวันนี้สามารถรับสารจากหลายช่องทางได้อย่างรวดเร็ว แต่สิ่งที่จะสร้างความแตกต่างและมีคุณค่าต่อตราสินค้าองค์กรชำนาน คือ การเสนอชำนานที่มีความน่าเชื่อถือ ซึ่งได้จากการชำนานการทำชำนานที่มีคุณภาพทุกขั้นตอนตั้งแต่การเลือกแหล่งชำนาน การตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากแหล่งชำนาน (Check) เพื่อให้ได้ชำนานที่เป็นข้อเท็จจริง (Fact) ที่ถูกต้อง (Accurate) มีความสมมูลทุกด้านที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ เนื่องมาจากเนื้อหาชำนานที่จะเผยแพร่ต่อสาธารณชนนั้นมักมีผลกระทบต่อสาธารณะ ความรวดเร็วจึงไม่สำคัญเท่ากับความถูกต้อง ดังนั้น จึงเป็นข้อพิจารณาต่อผู้ประกอบวิชาชีพชำนานว่า หากต้องใช้เวลาเพื่อตรวจสอบข้อมูลให้ถูกต้องแม่นยำซึ่งอาจส่งผลให้การเผยแพร่ชำนานช้าลงไปบ้างก็จะไม่ส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือของผู้รับสารที่มีต่อเนื้อหาตรงกันข้ามหากชำนานนั้น มีเนื้อหาที่ถูกต้องแม่นยำ มีความเป็นกลาง ปราศจากอคติ และ มีความเป็นธรรมต่อผู้ที่ตกเป็นชำนาน จะทำให้ผู้รับสารมีความเชื่อถือต่อชำนานนั้นๆ มากและสะท้อนระดับจริยธรรมของผู้ประกอบวิชาชีพชำนาน ซึ่งจะส่งผลต่อความเชื่อมั่นในตราสินค้าองค์กรชำนานด้วย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะต่อการนำผลการวิจัยไปใช้

องค์กรสื่อมวลชนควรให้ความสำคัญต่อการสร้างความน่าเชื่อถือขององค์กร โดยสามารถนำตัวชี้วัดที่ได้จากการศึกษานี้ ไปเป็นแนวทาง โดยการศึกษานี้พบว่า ความน่าเชื่อถือขององค์กรชำนานนั้นประกอบด้วยความน่าเชื่อถือของตัวองค์กรในลักษณะของการเป็นสื่อ หรือช่องทางที่ผู้รับสาร หรือประชาชนสามารถต้องเข้าถึงและมีส่วนร่วมได้ง่าย นอกจากนี้ องค์ประกอบที่สำคัญที่จะช่วยขับเคลื่อนองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้จนนำมาซึ่ง ความเชื่อมั่น ความผูกพัน คือ บุคลากรที่ผลิตผลงานที่มีความน่าเชื่อถือ ซึ่งการศึกษานี้ ก็ได้แสดงให้เห็นถึงตัวชี้วัดความน่าเชื่อถือของนักชำนาน ผู้ประกาศชำนานและผู้ดำเนินรายการด้านชำนาน และเนื้อหาที่เป็นผลงานของบุคลากรชำนานที่เหมาะสมกับบริบทของสังคมไทยไว้ อันจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กรสื่อ รวมถึงองค์กรอื่นที่ต้องดำเนินธุรกิจบนความเชื่อมั่น เชื่อถือ ไว้วางใจจากกลุ่มเป้าหมาย

ข้อเสนอแนะต่อการวิจัยครั้งต่อไป

ผลการศึกษานี้ เป็นการสังเคราะห์ตัวชี้วัดจากการวิเคราะห์เนื้อหางานวิจัยทั้งต่างประเทศ และประเทศไทย รวมถึงการวิเคราะห์ความสอดคล้องกับข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพข่าว แนวคิดเกี่ยวกับคุณค่าตราสินค้า และการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งการศึกษาต่อไปควรได้นำไปวิเคราะห์องค์ประกอบด้วยสถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor analysis) หรือการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง SEM (Structural equation modeling analysis) เพื่อให้ได้ตัวชี้วัดที่กระชับและชัดเจนมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- Bachmann, P., Eisenegger, M., & Ingenhoff, D. (2022). Defining and measuring news media quality: Comparing the content perspective and the audience perspective. *The International Journal of Press/Politics*, 27(1), 9-37. doi:10.1177/1940161221999666
- Gallup Poll. (2022). *Media Use And Evaluation*. <https://news.gallup.com/poll/1663/media-use-evaluation.aspx>
- Holsti, O. R. (1969). *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*. Reading, MA : Addison-Wesley.
- Jirasophon, P. (2005). Mass Communication Theory, Unit 10. In *Philosophy of Communication Arts and Communication Theory*. Nonthaburi : Sukhothai Thammathirat University. (In Thai)
- Justin, D. M., & Fouad, H. (2021). News Media Credibility Ratings and Perceptions of Online Fake News Exposure in Five Countries. *Journalism Studies*, 21(16), 2215–2233. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1827970>
- Keller, K. L. (2020). *Strategic brand management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (5th ed.). New Jersey, NY : Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of Marketing* (13th ed.). India : Pearson Education.
- Lertratanawisuth, P., Mr. (2022, 20 January). News Editor. *Interview*. (In Thai)
- Llameró, L., Fenoll, V., & Domingo, D. (2019). Predictors of credibility of online media in the Spanish polarized media system. *Communication & Society*, 32(2), 127-138. Doi: 10.15581/003.32.2.127-138
- Meyer, P. (2009). *The Vanishing Newspaper*. Columbia : University of Missouri Press.
- Moriarty, W., Mitchell, S., & Wells, N. (2012). *Advertising & IMC: Principle and practice* (9th ed.). New Jersey, NJ : Prentice Hall.
- Newly, P., Sui, M., & Searles, K. (2022). Look who's writing: How gender affects news credibility and perceptions of news relevance. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 99(1), 183-212.
- Rodcumdee, J., Mr. (2022, 26 April). Media scholar. *Interview*. (In Thai)
- Ruenrom, G. (2013). *Corporate brand success valuation*. Bangkok : Cyberprint. (In Thai)

- Tandoc Jr., E. C., Duffy, A., Jones-Jang, S. M., & Goh Wen Pin, W. (2021). Poisoning the information well? the impact of fake news on news media credibility. *Journal of Language and Politics*, 20(5), 783-802.
- The National Press Council of Thailand. (2022). *Regulations on the ethics of the mass media profession National Press Council of 2021*. Retrieved February 15, 2022, from <https://www.presscouncil.or.th/rule/6126> (In Thai)
- Tirakanunt, S. (2014). *Social Science Research Methodology: An Approach to Practice*. Bangkok : Chulalongkorn University Publishing. (In Thai)
- Vasist, P. N., & Krishnan, S. (2022). Demystifying fake news in the hospitality industry: A systematic literature review, framework, and an agenda for future research. *International Journal of Hospitality Management*, 106, 103277. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2022.103277>
- Victoria-Mas, M., Lacasa, I., & Marimon, F. (2018). Assessing the consumer-based brand equity of news media firms: a new validated scale. *Journal of Media Business Studies*, 15(3), 214-235. DOI: 10.1080/16522354.2018.1522199

การศึกษาการรับรู้กฎหมายควบคุมธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ : มาตรการทางกฎหมาย
ในการควบคุมการใช้เครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับผลิตภัณฑ์อื่น
**STUDY OF ALCOHOLIC BEVERAGE BUSINESS CONTROL LAW
PERCEPTIONS : LEGAL MEASURES OF CONTROLLING THE USE OF
ALCOHOL TRADEMARKS WITH OTHER PRODUCTS**

พงศ์ศักดิ์ เจ๊ะพงศ์^{1*}, สุรินรัตน์ แก้วทอง², ผจญ คงเมือง³

Phongsak Jehphong^{1*}, Surinrat Kaewtong², Pajon Kongmuang³

^{1*}อาจารย์ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ จังหวัดสงขลา 90110 ประเทศไทย

^{1*} Lecturer, Faculty of Law, Prince of Songkla University, Songkla Province, 90110, Thailand

^{2*}ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ จังหวัดสงขลา 90110 ประเทศไทย

^{2*} Assistant Professor, Faculty of Law, Prince of Songkla University, Songkla Province, 90110, Thailand

^{3*}ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ จังหวัดสงขลา 90110 ประเทศไทย

^{3*} Assistant Professor, Faculty of Law, Prince of Songkla University, Songkla Province, 90110, Thailand

E-mail address (Corresponding author) : ^{1*}phongsak.j@psu.ac.th; (Authors) : ²surinrut.k@psu.ac.th; ³pajon.k@psu.ac.th

รับบทความ : 6 เมษายน 2566 / ปรับแก้ไข : 8 มิถุนายน 2566 / ตอรับบทความ : 16 มิถุนายน 2566

Received : 6 April 2023 / Revised : 8 June 2023 / Accepted : 16 June 2023

DOI : 10.14456/nrru-rdi.2023.25

ABSTRACT

The alcoholic entrepreneurs use their alcohol trademarks with other products to avoid the legal measures of controlling the alcohol advertisements. This causes the research objectives, namely 1) to study the customer perception of the alcohol product placement, 2) to study the legal measures of the trademark protection under the Trademark Act B.E. 2534 (1991), 3) to study the measures of controlling the alcohol advertisements under the Alcohol Control Act B.E. 2551 (2008). This study was the mixed method research which identified the sampling from 500 infinite population using the cluster sampling and 2 purposive sampling. The appropriate questionnaire and structured interview were used to collect the data from 5 provinces (Songkhla, Satun, Pattani, Phatthalung, and Trang). The opinion data was analyzed by the mean and standard deviation. The interview data was analyzed in analytical description. The result showed that: 1) the alcoholic perception of sample placed at the low level (Mean=3.2), 2) there was no the provision of Trademark Act B.E. 2534 (1991) to prohibit the trademark owners using their registered trademark with other products, 3) Alcohol Control Act B.E. 2551 (2008) in section 32 had no prohibited the advertising of other products using the identical or a similar trademark of the alcoholic beverages.

Keyword : Alcoholic beverages, Trademark, Advertising, Alcohol control

บทคัดย่อ

ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีการใช้เครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับผลิตภัณฑ์อื่นเพื่อหลีกเลี่ยงมาตรการทางกฎหมายในการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จึงนำมาสู่วัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาการรับรู้ของผู้บริโภคจากการโฆษณาแฝงของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 2) ศึกษามาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองเครื่องหมายการค้าภายใต้พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 และ 3) ศึกษามาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายใต้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน 500 คน ทำการสุ่มแบบกลุ่ม และกำหนดผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง 2 คน โดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างที่ผ่านการลงความเห็นว่าเป็นเหมาะสม ไปเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่ 5 จังหวัด คือ จังหวัดสงขลา จังหวัดสตูล จังหวัดปัตตานี

จังหวัดพัทลุง และจังหวัดตรัง ทำการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นด้วยการหาค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และข้อมูลการสัมภาษณ์ด้วยรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างเกิดการรับรู้ถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับน้อย (Mean=3.2) 2) พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 ไม่มีบทบัญญัติห้ามเจ้าของเครื่องหมายการค้านำเครื่องหมายการค้าของตนที่จดทะเบียนไว้แล้วไปใช้กับผลิตภัณฑ์อื่น 3) มาตรา 32 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ไม่ได้กำหนดห้ามโฆษณาผลิตภัณฑ์อื่นที่มีเครื่องหมายการค้าเหมือนหรือคล้ายกันกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

คำสำคัญ : เครื่องดื่มแอลกอฮอล์, เครื่องหมายการค้า, การโฆษณา, การควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

บทนำ

การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดปัญหาและส่งผลกระทบต่อสุขภาพของผู้บริโภคทั้งในระยะสั้นและระยะยาว รวมไปถึงสังคมและเศรษฐกิจของประเทศอีกด้วย ซึ่งจากข้อมูลขององค์การอนามัยโลกพบว่ามีคนดื่มสุราเสียชีวิตด้วยโรคและการบาดเจ็บประมาณ 3 ล้านคนต่อปี (Center of Alcohol Studies, 2019, p. 3) รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงมีการรณรงค์ สนับสนุนและส่งเสริมให้ประชาชนลดหรือเลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อีกทั้งยังได้มีการควบคุมการผลิต การจำหน่าย การโฆษณา และการบริโภคสินค้าประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อีกด้วย แสดงให้เห็นได้ว่าการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นกิจกรรมทางการตลาดที่มีความสำคัญอย่างมากสำหรับธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือสื่อออนไลน์ เนื่องจากการโฆษณาสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการเข้าถึงผู้บริโภคให้เกิดความรับรู้ได้ง่ายและรวดเร็ว จึงทำให้หลายประเทศออกกฎหมายโดยกำหนดมาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ซึ่งรวมถึงประเทศไทยด้วย ดังนั้น เมื่อการโฆษณาทำได้ยากขึ้น จึงมีข้อจำกัดจากมาตรการที่ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อาศัยช่องว่างของกฎหมายทำการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบทางอ้อม โดยการนำเครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไปใช้กับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่ไม่มีแอลกอฮอล์ เช่น น้ำดื่ม โซดาหรือน้ำผลไม้ เพื่อหลบเลี่ยงข้อห้ามของกฎหมายในการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การตราพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ของประเทศไทย มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551 เนื่องด้วยเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อให้เกิดปัญหาด้านสุขภาพครอบครัว อุบัติเหตุ และอาชญากรรมซึ่งส่งผลกระทบต่อสังคมและเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ จึงสมควรให้กำหนดมาตรการในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมทั้งการบำบัดรักษาหรือฟื้นฟูสภาพผู้ติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อช่วยลดปัญหาและผลกระทบทั้งด้านสังคมและเศรษฐกิจ ช่วยสร้างเสริมสุขภาพของประชาชนโดยให้ตระหนักถึงพิษภัยของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้โดยง่าย (Office of the Alcohol and Tobacco Control Committee, 2008) เมื่อประเทศไทยมีมาตรการทางกฎหมายในการจำกัดการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เกิดขึ้น จึงทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทยปรับกลยุทธ์ในการทำการตลาดรูปแบบใหม่ โดยหันไปใช้วิธีการนำเอาเครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไปใช้กับผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งการกระทำในลักษณะเช่นนี้เป็นการนำเครื่องหมายการค้าไปใช้ในลักษณะของการโฆษณาแฝงเป็นการสร้างความรับรู้และสร้างความจดจำให้แก่ผู้บริโภคว่าผลิตภัณฑ์เหล่านั้น สื่อถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และสามารถกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดแรงจูงใจ มีความต้องการที่จะดื่มและตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ก็ทางหนึ่ง ซึ่งเป็นช่องว่างทางกฎหมายด้านการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ยังมีเนื้อหาไม่ครอบคลุม อีกทั้ง

การโฆษณาแฝงดังกล่าวข้างต้นเป็นการแสดงเครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายกันของสองผลิตภัณฑ์ทั้งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และผลิตภัณฑ์อื่นที่ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Office of the Alcohol Control Committee, 2014) ซึ่งอาจเป็นเรื่องของการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาและสิทธิในการใช้เครื่องหมายการค้าตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 เพราะการแสดงเครื่องหมายการค้าที่มีลักษณะเหมือนหรือคล้ายกันกับเครื่องหมายการค้าอื่นที่ได้จดทะเบียนไว้แล้ว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ประชาชนหลงเชื่อว่าเป็นเครื่องหมายการค้าเดียวกัน อาจถือเป็นการละเมิดสิทธิในเครื่องหมายการค้าได้ (Office of the Council of State, 1991)

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นนี้ จึงมีความจำเป็นที่ควรจะต้องศึกษาวิจัยถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์ที่ใช้เครื่องหมายการค้าที่มีลักษณะเหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางการพัฒนากฎหมายควบคุมธุรกิจแอลกอฮอล์ ซึ่งเป็นการช่วยลดหรือป้องกันมิให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้หรือจดจำเครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้โดยง่ายยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการรับรู้ของผู้บริโภคจากการโฆษณาแฝงของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
2. เพื่อศึกษามาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองเครื่องหมายการค้าภายใต้พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534
3. เพื่อศึกษามาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายใต้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

ประโยชน์การวิจัย

สามารถนำเสนอมาตรการทางกฎหมายในการห้ามใช้เครื่องหมายการค้าของผู้ประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับสินค้าอื่นไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนากฎหมายเครื่องหมายการค้าและกฎหมายที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาปรับใช้กับการใช้เครื่องหมายการค้าที่มีลักษณะเหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อไป

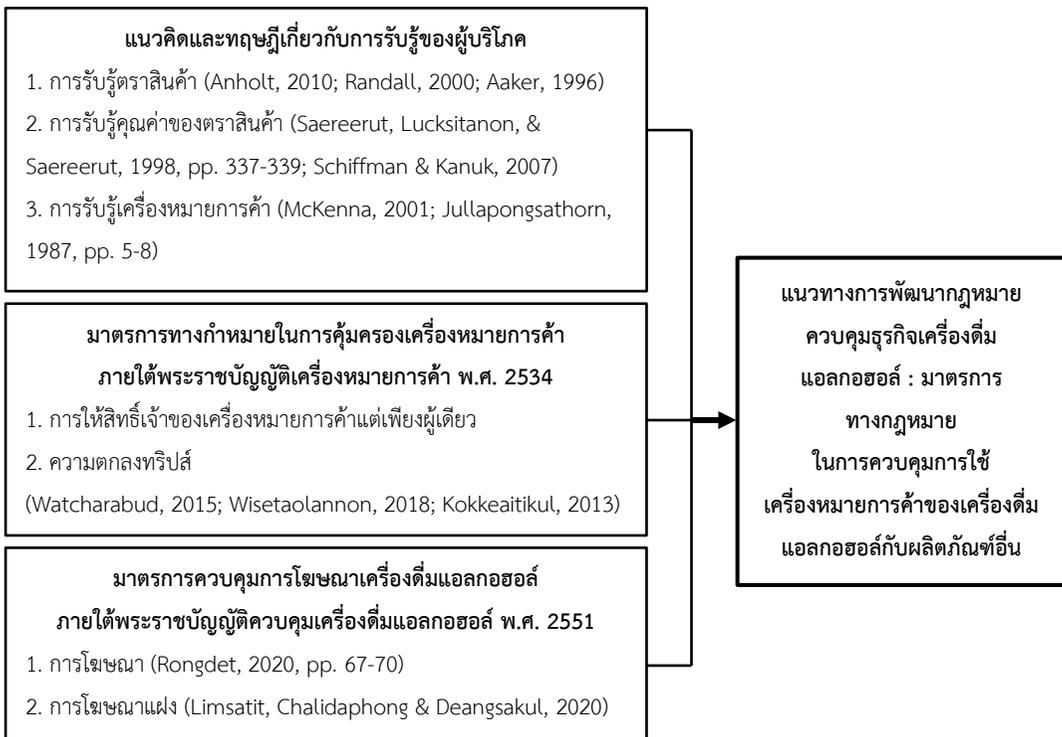
ทบทวนวรรณกรรม

งานวิจัยนี้ ทำการศึกษาทบทวนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ของผู้บริโภค ประกอบด้วยแนวคิดตราสินค้า (Brand) ที่มีความเชื่อมโยงระหว่างตราสินค้าและผลิตภัณฑ์ ซึ่งผู้ประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้มีการใช้ตราสินค้าเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างหนึ่งเพื่อเพิ่มยอดขายและสร้างผลกำไรให้แก่ธุรกิจ ดังที่ Anholt (2010) และ Randall (2000) ได้อธิบายถึงตราสินค้าเป็นสิ่งที่สามารถสร้างความเป็นเอกลักษณ์และความโดดเด่นให้กับตัวผลิตภัณฑ์และสร้างความจดจำให้แก่ผู้บริโภคได้ และยังสร้างความแตกต่างทำให้ผู้บริโภคสามารถแยกแยะได้ว่าสินค้าหรือบริการประเภทเดียวกันนั้นเป็นของใคร นอกจากนี้ Aaker (1996) ได้นิยามตราสินค้าโดยเน้นไปที่ความหมายในมุมมองของผู้บริโภคว่าตราสินค้าเปรียบเสมือนค้ำประกันสัญญาที่ผู้ขายให้กับผู้บริโภคเกี่ยวกับคุณสมบัติของตัวสินค้าที่ผู้บริโภคจะได้รับและจะเกิดความพอใจเมื่อใช้สินค้านั้น ดังนั้น เมื่อผู้ประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นำตราสินค้าหรือเครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาใช้กับผลิตภัณฑ์อื่น ทำให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ถึงตัวเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Anderson, 2007) แนวคิดและทฤษฎีคุณค่าของตราสินค้า (Brand equity) ที่ให้ความสำคัญของคุณค่าของตรา ซึ่งการที่ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะทำให้

สินค้าของตนเป็นที่ต้องการและเป็นที่จดจำของผู้บริโภคได้นั้น จะต้องอาศัยข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ ความพึงพอใจ และความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลัก (Saereerut, Luksitanon, & Saereerut, 1998, pp. 337-339) ทั้งนี้ คุณค่าของตราสินค้ายังเป็นการแสดงถึงการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ ดังนั้น นักการตลาดจะต้องสร้างความเข้มแข็งให้กับตราสินค้าเพื่อเพิ่มคุณค่าและกระตุ้นความภักดีต่อตราสินค้าของผู้บริโภค รักษาผู้บริโภคไม่ให้เปลี่ยนใจไปใช้ผลิตภัณฑ์อื่น (Schiffman & Kanuk, 2007) เมื่อผู้บริโภคมีความภักดีต่อตราสินค้าแล้ว หากตราสินค้าของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ไปติดอยู่กับผลิตภัณฑ์อื่น ก็มีแนวโน้มว่าผู้บริโภคจะซื้อผลิตภัณฑ์อื่นของผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ด้วย

หลักการและแนวคิดเกี่ยวกับเครื่องหมายการค้า เนื่องจากเครื่องหมายการค้ามีความสำคัญในการประกอบธุรกิจ เป็นอย่างมาก จึงมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาถึงวัตถุประสงค์ เหตุผลและความสำคัญในการบัญญัติกฎหมาย เครื่องหมายการค้าขึ้นมา (McKenna, 2001) โดยเครื่องหมายการค้าได้กำเนิดขึ้นเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคมิให้ถูกหลอกลวง คุณภาพและแหล่งกำเนิดสินค้า และเพื่อคุ้มครองผู้ผลิตในแง่การแข่งขันในท้องที่หนึ่ง ๆ (Jullapongsathorn, 1987, pp. 5-8) เครื่องหมายการค้าเป็นสิ่งที่บ่งถึงคุณภาพหรือลักษณะพิเศษของสินค้าที่ใช้เครื่องหมายนั้น แสดงให้เห็นว่าสินค้าที่ใช้เครื่องหมายค่านั้นแตกต่างไปจากสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่น (ELSA, 2007) สำหรับการศึกษาทบทวนมาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองเครื่องหมายการค้าภายใต้พระราชบัญญัติ เครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 ให้สิทธิเจ้าของเครื่องหมายการค้ามีสิทธิในการอนุญาตให้ผู้อื่นใช้เครื่องหมายการค้าของตน หรือโอนสิทธิในเครื่องหมายการค้าของตนให้ผู้อื่น เจ้าของเครื่องหมายการค้ามีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวที่จะใช้เครื่องหมาย การค่านั้น (Exclusive right) และเจ้าของเครื่องหมายการค้ามีสิทธิฟ้องคดีหากมีการละเมิดและมีสิทธิเรียกค่าสินไหม ทดแทน (Watcharabud, 2015) อีกทั้ง ความตกลงทริปส์ (TRIPs) หรือความตกลงว่าด้วยสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา ที่เกี่ยวกับการค้าให้สิทธิแต่เพียงผู้เดียวแก่เจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าไว้ให้มีสิทธิ ที่จะป้องกันมิให้เครื่องหมายการค้าของตน ถูกนำไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาต (Wisetaolannon, 2018) และประเทศไทย ในฐานะประเทศสมาชิกมีพันธกรณีที่ต้องให้ความคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา และดำเนินการให้เป็นผล ตามบทบัญญัติแห่งความตกลงทริปส์ โดยการออกกฎหมายและระเบียบข้อบังคับภายในประเทศให้สอดคล้องกับ หลักการของความตกลงทริปส์ (Kokkeaitikul, 2013) ซึ่งจะเห็นได้จากมาตรา 44 แห่งพระราชบัญญัติ เครื่องหมายการค้าที่บัญญัติให้เจ้าของเครื่องหมายการค้า เป็นผู้ที่มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในอันที่จะใช้เครื่องหมาย การค่านั้นสำหรับสินค้าที่ได้จดทะเบียนไว้ และมาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องหมายการค้าภายใต้ พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 จะไปเน้นเรื่องของการโฆษณาเป็นหลัก เนื่องจากโฆษณา จะส่งผลต่อการสร้างการรับรู้ การให้เห็นภาพ ชื่อ หรือเครื่องหมายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บ่อยครั้ง ดอกย้ำให้ระลึกถึง เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จนกระทั่งส่งผลต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มากขึ้น (Rongdet, 2020, pp. 67-70) และผู้ประกอบการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านผลิตภัณฑ์อื่นที่ไม่ใช่เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ซึ่งสามารถตีความได้ว่าเป็นกรณีการโฆษณาตามมาตรา 32 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 (Limsatit, Chalidaphong & Deangsakul, 2020)

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed method research) มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ประชากร คือ ประชาชนทั่วไปที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ 5 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดสงขลา จังหวัดสตูล จังหวัดปัตตานี จังหวัดพัทลุง และจังหวัดตรัง ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Infinite population) จึงทำการกำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 500 หน่วย (Karnasuta, 1995, p. 10; Rosco, 1969, p. 157) โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster sampling) กลุ่มจังหวัดละ 100 คน และกำหนดกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) เป็นตัวแทนผู้ทรงคุณวุฒิจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา จำนวน 2 คน กำหนดรหัสแทนกลุ่มเป้าหมายด้วยตัวอักษรภาษาอังกฤษและตามด้วยตัวเลข คือ A1 และ A2

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย แบบสำรวจความคิดเห็น มีลักษณะเป็นแบบประมาณค่า 5 ระดับ กำหนดเกณฑ์การให้คะแนน คือ 1 คะแนน เท่ากับน้อยที่สุด 2 คะแนน เท่ากับน้อย 3 คะแนน เท่ากับปานกลาง 4 คะแนน เท่ากับมาก และ 5 คะแนน เท่ากับมากที่สุด (Wongrattana, 2007) และแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured interview) มีลักษณะเป็นแบบปลายเปิด โดยมีการกำหนดประเด็นคำถามเกี่ยวกับการห้ามใช้เครื่องหมายการค้าของผู้ประกอบธุรกิจเครื่องตี้ออลลกฮอลล์กับผลิตภัณฑ์อื่น และปัญหาเรื่องการโฆษณาผลิตภัณฑ์อื่นที่ใช้เครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายการค้าของเครื่องตี้ออลลกฮอลล์ นำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ทั้ง 2 ชุด ต่อผู้เชี่ยวชาญทางด้านทรัพย์สินทางปัญญาและนักวิชาการทางด้านกฎหมาย 3 คน พิจารณาความเหมาะสมสำหรับการนำไปเก็บรวบรวมข้อมูล โดยทุกคนลงความเห็นว่ามีค่าความเหมาะสม

3. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยลงพื้นที่แจกแบบสำรวจความคิดเห็นให้กับกลุ่มตัวอย่าง เป็นรายจังหวัด จังหวัดละ 100 คน กำหนดระยะเวลาในการตอบแบบสำรวจความคิดเห็น 15 นาทีต่อคน (โดยประมาณ) และลงพื้นที่ทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) กับกลุ่มเป้าหมายเป็นรายบุคคล หน่วยงานของกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้เวลาในการสัมภาษณ์ 30-60 นาที (โดยประมาณ) ต่อคน

4. การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสำรวจความคิดเห็น โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ด้วยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation : S.D.) กำหนดเกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.00-1.49 หมายถึงน้อยที่สุด 1.50-2.49 หมายถึงน้อย 2.50-3.49 หมายถึงปานกลาง 3.50-4.49 หมายถึงมาก และ 4.50-5.00 หมายถึงมากที่สุด (Wongrattana, 2007) สำหรับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ใช้รูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Analysis description) โดยมุ่งเน้นการค้นหาข้อสรุปและตีความตามวัตถุประสงค์การวิจัย

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาการรับรู้ของผู้บริโภคจากการโฆษณาแฝงของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับประชาชนทั่วไป ในการใช้เครื่องหมายการค้าของผู้ประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับผลิตภัณฑ์อื่น แสดงดังตาราง 1

ตาราง 1 ความคิดเห็นต่อประเด็นการห้ามใช้เครื่องหมายการค้าของผู้ประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับสินค้าอื่น

รายการ	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. การเห็นภาพ สัญลักษณ์ ยี่ห้อ หรือโลโก้ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้ท่านนึกถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากน้อยเพียงใด	3.4	1.1	น้อย
2. การใช้ภาพ สัญลักษณ์ ยี่ห้อ หรือโลโก้ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับเครื่องดื่มชนิดอื่น เช่น น้ำดื่ม โซดา น้ำผลไม้ เป็นต้น ทำให้ท่านรู้สึกสับสนกับเครื่องดื่มชนิดอื่นมากน้อยเพียงใด	2.9	1.1	น้อย
3. การได้รับชมโฆษณาเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ซึ่งใช้ภาพ สัญลักษณ์ ยี่ห้อ หรือโลโก้ที่เหมือนหรือคล้ายกับภาพ สัญลักษณ์ ยี่ห้อ หรือโลโก้ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น การโฆษณาน้ำดื่ม โซดา น้ำผลไม้ เป็นต้น ทำให้ท่านมีความอยากซื้อหรืออยากดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากน้อยเพียงใด	2.8	1.1	น้อย
4. การโฆษณาเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ซึ่งใช้ภาพ สัญลักษณ์ ยี่ห้อ หรือโลโก้ที่เหมือนหรือคล้ายกับภาพ สัญลักษณ์ ยี่ห้อ หรือโลโก้ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จะต้องมีการควบคุม เช่น การควบคุมด้านเนื้อหา ช่วงเวลาการออกอากาศ หรือความเด่นชัดของภาพ สัญลักษณ์ ยี่ห้อ หรือโลโก้ เป็นต้น มากน้อยเพียงใด	3.3	1.1	น้อย
5. การกำหนดห้ามใช้ภาพ สัญลักษณ์ ยี่ห้อ หรือโลโก้ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับเครื่องดื่มชนิดอื่น ท่านเห็นด้วยกับมาตรการดังกล่าวมากน้อยเพียงใด	3.4	1.1	น้อย
รวมเฉลี่ย	3.2	1.1	น้อย

จากตาราง 1 พบว่า ภาพรวมของความคิดเห็นต่อประเด็นการห้ามใช้เครื่องหมายการค้าของผู้ประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับสินค้าอื่น อยู่ในระดับน้อย (Mean=3.2, S.D.=1.1) และรายชื่ออยู่ในระดับน้อยทุกข้อ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ การเห็นภาพ สัญลักษณ์ ยี่ห้อ หรือโลโก้ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้นึกถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์, การกำหนดห้ามใช้ภาพ สัญลักษณ์ ยี่ห้อ หรือโลโก้ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับเครื่องดื่มชนิดอื่นกับมาตรการ (Mean=3.4, S.D.=1.1) การโฆษณาเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ซึ่งใช้ภาพ สัญลักษณ์ ยี่ห้อ

หรือโลโก้ที่เหมือนหรือคล้ายกับภาพ สัญลักษณ์ ยี่ห้อ หรือโลโก้ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จะต้องมีการควบคุม เช่น การควบคุมด้านเนื้อหา ช่วงเวลาการออกอากาศ หรือความเด่นชัดของภาพ สัญลักษณ์ ยี่ห้อ หรือโลโก้ เป็นต้น (Mean=3.3, S.D.=1.1) การใช้ภาพ สัญลักษณ์ ยี่ห้อ หรือโลโก้ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับเครื่องดื่มชนิดอื่น เช่น น้ำดื่ม โซดา น้ำผลไม้ เป็นต้น ทำให้รู้สึกสับสนกับเครื่องดื่มชนิดอื่น (Mean=2.9, S.D.=1.1) และการได้รับโฆษณา เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ซึ่งใช้ภาพ สัญลักษณ์ ยี่ห้อ หรือโลโก้ที่เหมือนหรือคล้ายกับภาพ สัญลักษณ์ ยี่ห้อ หรือโลโก้ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น การโฆษณาน้ำดื่ม โซดา น้ำผลไม้ เป็นต้น ทำให้มีความอยากซื้อหรืออยากดื่ม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากขึ้นเพียงใด (Mean=2.8, S.D.=1.1)

2. ผลศึกษามาตรการทางกำหนดยในการคุ้มครองเครื่องหมายการค้าภายใต้พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 เกี่ยวกับการห้ามใช้เครื่องหมายการค้าของผู้ประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับผลิตภัณฑ์อื่น พบว่า เมื่อมีการยื่นขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าและเครื่องหมายการค้านั้นได้รับการจดทะเบียนแล้ว พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้าจะให้ความคุ้มครองเครื่องหมายการค้าที่ได้จดทะเบียนแล้ว ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิ จากกรมทรัพย์สินทางปัญญาได้อธิบายเพิ่มเติมไว้ว่า

“...หลักการของเครื่องหมายการค้า คือ ต้องการจะให้ความคุ้มครอง เครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียน หากมีการปลอม เลียน หรือการกระทำการ ที่กฎหมายได้ห้ามไว้ก็จะมีบทลงโทษ อย่างไรก็ตาม กฎหมายเครื่องหมายการค้า ไม่มีบทบัญญัติที่ห้ามการใช้เครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียน ดังนั้น เจ้าของ เครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียนจึงสามารถใช้เครื่องหมายการค้าของตนได้ เพียงแต่จะไม่ได้รับความคุ้มครองภายใต้กฎหมายเครื่องหมายการค้า ซึ่งเจ้าของ เครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียนจะเอาผิดกับผู้ปลอมหรือเลียนแบบ เครื่องหมายการค้าของตนไม่ได้” (A1, Interview, October 6, 2021)

การที่เจ้าของธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นำเครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไปใช้กับ ผลิตภัณฑ์อื่นของตน นายทะเบียนก็สามารถรับจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 ให้กับผลิตภัณฑ์อื่นได้ (Office of the Council of State, 2008) ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิจากกรมทรัพย์สินทางปัญญาได้ให้ความเห็นไว้ดังนี้

“...ภายใต้กฎหมายเครื่องหมายการค้าโดยหลักทั่วไปนั้น หากไม่ได้เป็น การละเมิดสิทธิของบุคคลอื่น เจ้าของเครื่องหมายการค้ามีสิทธิใช้เครื่องหมาย การค้าของตนเองกับสินค้าชนิดใดก็ได้ ดังนั้น การที่เจ้าของเครื่องหมายการค้า จะนำเครื่องหมายการค้าของตนไปใช้กับสินค้าชนิดอื่นได้หรือไม่ จะต้องพิจารณา กฎหมายที่เกี่ยวข้องร่วมด้วย อย่างเช่นในประเด็นของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ก็จะต้องพิจารณาพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ซึ่งเป็นกฎหมายเฉพาะ ด้วยว่ามีการห้ามหรือไม่ อย่างไร” (A1, Interview, October 6, 2021)

นอกจากนั้น ผู้ทรงคุณวุฒิได้มีความเห็นว่าหากพิจารณามาตรา 8 แห่งพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า และความตกลงทริบัสจะไม่มีข้อกำหนดห้ามมิให้นำเครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไปใช้กับผลิตภัณฑ์อื่น ดังตัวอย่างเหตุผลการให้สัมภาษณ์ที่ว่า

“...มาตรา 8 แห่งพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้าไม่ถือว่าการนำเครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายการค้าของเครื่องหมายแอลกอฮอล์ที่จดทะเบียนแล้วไปใช้กับสินค้าชนิดอื่นเป็นเครื่องหมายต้องห้ามไม่ได้รับจดทะเบียน เพราะมาตรา 8 (1)(13) ไม่ได้กำหนดในเรื่องนี้ไว้ หากกำหนดให้เป็นเครื่องหมายต้องห้ามไม่ได้รับจดทะเบียนก็จะเป็นการขัดต่อความตกลงทริปส์ ซึ่งเป็นความตกลงว่าด้วยทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวกับการค้าใน article 15(4) เป็นสาเหตุที่ประเทศไทยไม่สามารถออกประกาศให้การนำเครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายการค้าของเครื่องหมายแอลกอฮอล์ที่จดทะเบียนแล้วไปใช้กับสินค้าชนิดอื่นเป็นเครื่องหมายต้องห้ามเป็นเหตุให้ไม่ได้รับจดทะเบียนตามมาตรา 8(13) ได้ และประเทศไทยมีความเสี่ยงอาจถูกฟ้องร้องในเวที WTO ได้...” (A1, Interview, October 6, 2021)

ด้วยเหตุนี้ หากจะตัดสินว่าการห้ามมิให้ผู้ประกอบกิจการธุรกิจเครื่องหมายแอลกอฮอล์นำเครื่องหมายการค้าของตน ที่ได้จดทะเบียนแล้วไปใช้กับผลิตภัณฑ์อื่นนั้น ถือเป็นจำกัดสิทธิเสรีภาพของผู้ประกอบการและการกีดกันทางการค้าหรือไม่ ผู้ทรงคุณวุฒิได้กล่าวว่า

“...หากมองในมุมมองของกฎหมายเครื่องหมายการค้า โดยหลักกฎหมายเครื่องหมายการค้ามุ่งเน้นเฉพาะการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า เพื่อคุ้มครองเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่มีการละเมิดสิทธิเกิดขึ้น หากห้ามไม่ได้รับจดทะเบียนในกรณีการนำเครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายการค้าของเครื่องหมายแอลกอฮอล์ที่จดทะเบียนแล้วไปใช้กับสินค้าชนิดอื่นอาจจะขัดกับความตกลงว่าด้วยสิทธิของทรัพย์สินทางปัญญาได้ ทั้งนี้ โดยไม่ได้พิจารณาถึงการใช้เครื่องหมายการค้า ดังนั้น เจ้าของเครื่องหมายการค้าจะนำเครื่องหมายการค้าของตนใช้อย่างไรนั้น ต้องพิจารณากฎหมายที่เกี่ยวข้องอีกชั้นหนึ่ง จึงไม่สามารถสรุปได้ว่าเป็นการจำกัดสิทธิเสรีภาพของผู้ประกอบการมากนักน้อยเพียงใด” (A1, Interview, October 6, 2021)

3. ผลการศึกษามาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องหมายแอลกอฮอล์ภายใต้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 เกี่ยวกับปัญหาการบังคับใช้ในเรื่องของการโฆษณาผลิตภัณฑ์อื่นที่ใช้เครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายการค้าของเครื่องหมายแอลกอฮอล์ กับกลุ่มเป้าหมาย พบว่า การโฆษณามีบทบาทและมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคเป็นอย่างมาก จึงทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใช้การโฆษณาเป็นเครื่องมือในการทำการตลาดของตน ซึ่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้มีการกำหนดห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ ดังที่ผู้ทรงคุณวุฒิได้อธิบายว่า

“...พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มาตรา 32 เป็นมาตรการทางกฎหมายที่สำคัญในการควบคุมและจำกัดการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อป้องกันมิให้ประชาชนมีการรับรู้และเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้โดยง่าย ซึ่งมาตรา 32 วรรคแรกนั้นได้บัญญัติถึงการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ส่วนมาตรา 32 วรรคสอง เป็นข้อยกเว้นของมาตรา 32 วรรคแรก

โดยกฎหมายให้สิทธิแก่ผู้ผลิตเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ทำการโฆษณาเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ได้แต่ต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขและข้อกำหนดของกฎกระทรวง ซึ่งจะต้องเป็นการโฆษณาที่ให้ข้อมูลและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม แต่จะต้องไม่ปรากฏภาพของบรรจุภัณฑ์ของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ และการโฆษณานั้นจะปรากฏได้แค่ภาพสัญลักษณ์ของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์หรือภาพสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องตี้มแอลกอฮอล์เท่านั้น” (A2, Interview, October 8, 2021)

อย่างไรก็ตาม พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ไม่มีบทบัญญัติห้ามการโฆษณาผลิตภัณฑ์อื่นที่ใช้เครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายการค้าของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ โดยผู้ทรงคุณวุฒิได้กล่าวว่า

“...บทบัญญัติในมาตรา 32 ทั้งมาตราไม่มีบทบัญญัติในการห้ามโฆษณาผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น ๆ ที่มีการใช้หรือแสดงเครื่องหมายการค้าของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์หรือเครื่องหมายการค้าของบริษัทผู้ผลิตเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ซึ่งเป็นช่องว่างของกฎหมายที่ทำให้ผู้ผลิตเครื่องตี้มแอลกอฮอล์นำเครื่องหมายการค้าของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ไปใช้กับผลิตภัณฑ์อื่นของตนเองที่ผลิตขึ้นมาใหม่” (A2, Interview, October 8, 2021)

กรณีเช่นนี้แสดงให้เห็นว่ามาตรา 32 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 เป็นมาตรการในการควบคุมการโฆษณาเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ยังไม่ครอบคลุมเท่าที่ควร ปัญหาใช้เครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายการค้าของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์จึงยังไม่สามารถแก้ไขได้ ผู้ทรงคุณวุฒิจึงให้ความเห็นว่า

“...หากมองในฝั่งของภาครัฐก็จะเป็นเรื่องปกติที่ภาครัฐจะต้องการควบคุมการโฆษณา เครื่องตี้ม แอลกอฮอล์ ดังนั้นภาครัฐกิจเองก็ต้องมีแนวทางที่จะดำเนินธุรกิจของตัวเองต่อไป พร้อมทั้งปฏิบัติตามแนวทางการควบคุมของภาครัฐด้วย ดังนั้นจึงแนะนำว่า การบังคับใช้กฎหมายในเรื่องของการควบคุมแอลกอฮอล์ควรจะมีการบังคับใช้อย่างเคร่งครัดต่อผู้ที่ฝ่าฝืนกฎหมาย อีกทั้งภาครัฐควรจะมีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการว่าการโฆษณาแบบไหนที่มีความเหมาะสม ทำได้หรือทำไม่ได้ มีการกำหนดกฎเกณฑ์การโฆษณาที่ชัดเจน และจะต้องสร้างความตระหนักรู้ถึงพิษภัยของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ให้ภาคประชาชนทราบอย่างทั่วถึง” (A2, Interview, October 8, 2021)

อภิปรายผล

การรับรู้ถึงเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ของประชาชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับน้อย ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการใช้ภาพ สัญลักษณ์ ยี่ห้อ หรือโลโก้ของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในโฆษณาผลิตภัณฑ์อื่นที่ไม่ใช่เครื่องตี้มแอลกอฮอล์ หรือที่เรียกว่าการโฆษณาแฝง จึงทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสนในตัวผลิตภัณฑ์และมีความอยากซื้อหรืออยากดื่มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์เมื่อได้รับชมโฆษณาเครื่องตี้มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ที่ใช้ภาพ สัญลักษณ์ ยี่ห้อ หรือโลโก้ที่เหมือนหรือคล้ายกับภาพ สัญลักษณ์ ยี่ห้อ หรือโลโก้ของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์น้อยไปด้วย อย่างไรก็ตามการรับรู้ถึงการโฆษณาแฝงของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ถึงแม้ว่าการรับรู้จะอยู่ในระดับน้อยแต่ก็ทำให้มีโอกาสที่ผู้บริโภค

จะเกิดความรับรู้และจดจำว่าการโฆษณาอันสื่อถึงเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ และทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ได้เช่นกัน ดังนั้นในการศึกษาของ Quatremère et al. (2023, p. 658) จึงได้แนะนำการรณรงค์ทางสื่อมวลชนให้มีการเพิ่มความรู้อีกเกี่ยวกับผลกระทบจากการตี้มแอลกอฮอล์ในระยะยาวและแนวปฏิบัติการตี้มอย่างปลอดภัยและลดการบริโภคแอลกอฮอล์ และเพิ่มการรับรู้เกี่ยวกับความเสี่ยงของโรคความดันโลหิตสูงและการเกิดเลือดออกในสมอง สำหรับองค์การอนามัยโลกได้แนะนำให้มีการพัฒนาและดำเนินการตามความคิดริเริ่มในการติดฉลากคำเตือนบนภาชนะบรรจุเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของแผนปฏิบัติการแอลกอฮอล์ทั่วโลก พ.ศ. 2565-2573 ในการประชุมสมัชชาอนามัยโลกครั้งที่ 75 ในเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2565 เพื่อดำเนินการตามยุทธศาสตร์ระดับโลกเพื่อลดการใช้แอลกอฮอล์ที่เป็นอันตรายอย่างมีประสิทธิภาพ (World Health Organization, 2022)

พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 ไม่มีบทบัญญัติห้ามเจ้าของเครื่องหมายการค้านำเครื่องหมายการค้าของตน ที่จดทะเบียนไว้แล้วไปใช้กับผลิตภัณฑ์อื่น ซึ่งเครื่องหมายการค้าที่ได้รับการจดทะเบียนแล้วจะได้รับความคุ้มครองภายใต้พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 ผลที่ตามมาคือเจ้าของเครื่องหมายการค้านั้นจะมีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในการใช้เครื่องหมายการค้าของตน ซึ่งสามารถนำเครื่องหมายการค้านั้นไปใช้กับผลิตภัณฑ์ประเภทใดก็ได้ ดังนั้น จึงไม่สามารถนำพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้ามาจำกัดสิทธิในการใช้เครื่องหมายการค้าของผู้เป็นเจ้าของได้ ส่งผลให้นายทะเบียนต้องรับจดทะเบียนและไม่สามารถเพิกถอนการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้านั้นได้ สอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของจุมวิทย์ ชลิตาพงศ์, ไพศาล ลิมสลิศย์ และจุมพล แดงสกุล (Chalidabhongse, Limsatit, & Deangsakul, 2022) พบว่า หากประเทศไทยพยายามที่จะแก้ไขบทบัญญัติของพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 โดยให้นายทะเบียนมีอำนาจเพิกถอนหรือไม่รับจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายการค้าของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์นั้น จะทำให้ความคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาในเรื่องของเครื่องหมายการค้าของไทยต่ำกว่าข้อกำหนดที่บัญญัติไว้ในความตกลงทริบส์ ดังนั้นการจะแก้ไขบทบัญญัติของพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 ดังกล่าวข้างต้น จึงเป็นการละเมิดสิทธิในการใช้เครื่องหมายการค้าของเจ้าของเครื่องหมายการค้า และเป็นการไม่ปฏิบัติตามพันธกรณีของความตกลงทริบส์ ในการให้ความคุ้มครองพื้นฐานทรัพย์สินทางปัญญาอีกด้วย ซึ่งผู้พิพากษาและตุลาการอาจถูกกำหนดหน้าที่ในการตีความเครื่องหมายการค้าและเปรียบเทียบเครื่องหมายหนึ่งกับอีกหนึ่งเพื่อสนับสนุนการคาดการณ์เกี่ยวกับการรับรู้ของผู้บริโภคและความน่าจะเป็นในเรื่องของความสับสนหรือเลือนลางของเครื่องหมาย (Roberts, 2023, p. 2)

สำหรับบทบัญญัติมาตรา 32 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ที่เป็นมาตรการในการควบคุมการโฆษณาเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ยังไม่มีความชัดเจนในการห้ามมิให้ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องตี้มแอลกอฮอล์นำเครื่องหมายการค้าของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ไปใช้กับผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นที่ไม่ใช่ เครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ยังมีช่องว่างในเรื่องของการห้ามโฆษณาเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ สอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของจุมวิทย์ ชลิตาพงศ์, ไพศาล ลิมสลิศย์ และจุมพล แดงสกุล (Chalidabhongse, Limsatit & Deangsakul, 2022) ที่พบว่าบทบัญญัติในมาตรา 32 ใช้ถ้อยคำที่กำกวม ซึ่งอาจทำให้ผู้ใช้กฎหมายเข้าใจและตีความความหมายของถ้อยคำในตัวบทกฎหมายไม่ตรงกัน จึงนำไปสู่การปฏิบัติที่ไม่สอดคล้องกัน ด้วยเหตุนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องตี้มแอลกอฮอล์จึงใช้ช่องว่างนั้น นำเอาเครื่องหมายการค้าของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ไปใช้กับผลิตภัณฑ์อื่น ซึ่งเป็นการโฆษณาแฝงเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ก่อให้การรับรู้และจดจำถึงเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ผ่านโฆษณาแฝงนั้น ดังนั้น จึงไม่สามารถ

นำมาตรา 32 มาใช้แก้ไขปัญหาดังกล่าวได้ รวมไปถึงการกระจายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ปลอมโดยผิดกฎหมาย ทำให้เสียหายต่องบประมาณของประเทศ ชีวิตและสุขภาพของประชาชนด้วย (Shapovalov, & Diachenko, 2023, p. 1)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับบทบัญญัติของกฎหมาย

1. เห็นสมควรให้มีการแก้ไขเพิ่มเติมบทบัญญัติมาตรา 32 วรรคแรก ให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น โดยบัญญัติห้ามการโฆษณาที่รวมไปถึงผลิตภัณฑ์อื่นใดที่ไม่ใช่เครื่องตี้มแอลกอฮอล์แต่มีการใช้เครื่องหมายการค้าที่คล้ายหรือเหมือนกับเครื่องหมายการค้าของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในลักษณะที่อาจทำให้ผู้บริโภครับรู้ได้ว่าเป็นการสื่อถึงโฆษณาเครื่องตี้มแอลกอฮอล์

2. กำหนดมาตรการบางอย่างเพื่อควบคุมการใช้เครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ โดยไม่ให้ขัดหรือแย้งกับความตกลงทริพส์ เช่น ออกกฎหมายเฉพาะเพื่อรองรับการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในผลิตภัณฑ์อื่น ซึ่งการใช้เครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายการค้าของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์จะต้องอยู่ภายใต้ข้อจำกัดบางประการเพื่อควบคุมการใช้เครื่องหมายการค้าเหล่านั้น

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. การโฆษณาผลิตภัณฑ์อื่นที่ใช้เครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องตี้มแอลกอฮอล์จะต้องอยู่ภายใต้หลักเกณฑ์และข้อจำกัดเช่นเดียวกับเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ และในระหว่างที่ยังไม่มีกฎหมายที่จะใช้บังคับกับกรณีตามปัญหาดังกล่าว ผู้เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์นั้นจะต้องอยู่ภายใต้บังคับของบทบัญญัติการควบคุมโฆษณาแห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

2. การโฆษณาผลิตภัณฑ์อื่นที่ใช้เครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องตี้มแอลกอฮอล์จะต้องไม่มีข้อความหรือภาพที่สื่อถึงเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ และไม่มีข้อมูลที่เป็นการส่งเสริมการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์

3. ให้การศึกษาและความรู้พื้นฐานในเรื่องของโทษและอันตรายของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ให้ผู้บริโภคมีความรู้เข้าใจว่าเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ส่งผลกระทบต่อสุขภาพในระยะยาว เพื่อป้องกันการเพิ่มขึ้นของกลุ่มนักตี้มหน้าใหม่ โดยเฉพาะกลุ่มเด็กและเยาวชน

4. สร้างความเข้าใจแก่ผู้ประกอบการเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ในการแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายในประเด็นการใช้เครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายการค้าของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในผลิตภัณฑ์อื่นอย่างชัดเจน เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถปฏิบัติตามข้อกำหนดของกฎหมายได้อย่างถูกต้อง

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ในหัวข้อ “แนวทางการพัฒนากฎหมายควบคุมธุรกิจเครื่องตี้มแอลกอฮอล์” โดยได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากแผนงานศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565

เอกสารอ้างอิง

- A1. (2021, 6 October). Legal Experts from the Department of Intellectual Property. *Interview*. (In Thai)
- A2. (2021, 8 October). Legal Experts from the Department of Intellectual Property. *Interview*. (In Thai)
- Aaker, D. A. (1996). *Building Strong Brand*. New York : The Free Press.
- Anderson, P. (2007) *The Impact of Alcohol Advertising: ELSA Project Report on the Evidence to Strengthen Regulation to Protect Young People*. Utrecht : National Foundation for Alcohol Prevention.
- Anholt, S. (2007). *Competitive Identity : The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*. Houndsmills, United Kingdom : Palgrave Macmillan.
- Center of Alcohol Studies. (2019). *Facts and Figures Alcohol in Thailand 2016-2018*. Bangkok : Sahamit Pattana Printing. (In Thai)
- Chalidabhongse, J., Limstit, P., & Dangasagul, J. (2022). Legal Measures Concerning Problems in Trademarks Similar to Alcoholic Beverages' Trademarks. *Graduate Law Journal*, 15(4). (In Thai)
- ELSA. (2007). *Report on Adherence to Alcohol Marketing Regulations : ELSA Project Report on the Adherence to Codes of Self-Regulation, Laws and Regulatory Systems*. Retrieved November 10, 2021, from http://www.stap.nv/elsa/elsa_project/introduction.html
- Jullapongsathorn, S. (1987). *Legal Issues of the Rights Protection in Trademark Law*. Thesis, Master of Law Program in Business Law, Faculty of Law, Thammasat University. (In Thai)
- Karnasuta, P. (1995). *Statistics for Behavioral Science Research* (revised version). Bangkok : Chulalongkorn University Press. (In Thai)
- Kokkeaitikul, C. (2013). *History of Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS Agreement)*, Office of National Broadcasting and Telecommunications Commission. Retrieved November 10, 2021, from http://chalermchai-nbtc.blogspot.com/2013/06/1_7395.html (In Thai)
- Limsatit, P., Chalidabhongse, J., & Dangasagul, J. (2020). *Study on Legal Issues of Brand DNA under Trademark Law and Recommendations to Amend the Alcohol Beverage Control Act, B.E. 2551*. Research report. Center of Alcohol Studies, Faculty of Medicine, Prince of Songkla University. (In Thai)
- McKenna, B. (2001). *Patent, Copyright & Trademark*. New York : Bertelsman Services.
- Office of the Alcohol and Tobacco Control Committee. (2008). *According to the Alcoholic Beverage Control Act B.E. 2551*. Bangkok : The War Veterans Organization of Thailand Under Royal Patronage His majesty the King. (In Thai)
- Office of the Alcohol Control Committee. (2014). *Handbook for Prosecution under the Alcohol Control Act B.E. 2559* (2nd ed.). Bangkok : Bangkok Klock. (In Thai)

- Office of the Council of State. (1991). *Trademark Act B.E. 2534 (1991)*. Retrieved November 21, 2021, from https://www.krisdika.go.th/data//document/ext810/810087_0001.pdf (In Thai)
- Office of the Council of State. (2008). *Alcohol Control Act B.E. 2551 (2008)*. Retrieved November 26, 2021, from https://www.krisdika.go.th/data//document/ext825/825520_0001.pdf (In Thai)
- Quatremère, G., Guignard, R., Cogordan, C., Andler, R., Gallopel-Morvan, K., & Nguyen-Thanh, V. (2023). Effectiveness of a French mass-media campaign in raising knowledge of both long-term alcohol-related harms and low-risk drinking guidelines, and in lowering alcohol consumption. *Addiction*, *118*(4), 658-668. <https://doi.org/10.1111/add.16107>
- Randall, G. (2000). *Branding: A Practical Guide to Planning Your Strategy* (2nd ed.). London : Kogan Page.
- Roberts, A. J. (2023). A Poetics of Trademark Law. *Berkeley Technology Law Journal*, *38*(1), 1-45.
- Rongdet, C. (2020). *Problems of Control Over the Advertising of Alcoholic Beverage-Like Trademarks*. Independent Study, Master of Laws Program in Public Law, School of Law, Sripratum University, Bangkok. (In Thai)
- Rosco, J. T. (1969). *Fundamental Research Statistic for the behavioral Sciences*. New York : Holt, Rinehart and Winstion.
- Saereerut, S., Lucksitanon, P., & Saereerut, S. (1998). *The New Era of Marketing Management*. Bangkok : Theera Film & Scitex. (In Thai)
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer Behavior* (10th ed.). New York : Prentice Hall.
- Shapovalov, V., & Diachenko, A. (2023). Interdisciplinary Forensic and Pharmaceutical Study of Illegal circulation of falsified alcoholic beverages to combat crime and prevent Public Health disorders. *SSP Modern Pharmacy and Medicine*, *3*(1), 1-12. <https://doi.org/10.53933/ssppmpm.v3i1.86>
- Watcharabud, M. (2015). *Rights of Using the Trademark*. Retrieved November 2, 2021, from <https://www.dsi.go.th> (In Thai)
- Wisetaolannon, P. (2018). *Measures for Enforcement of Rights in Medicines Under the TRIPS Agreement and the Process for Acceptance of the Protocol Amending the TRIPS Agreement under the Thai Law*, Retrieved November 17, 2021, from <https://lawforasean.krisdika.go.th/File/files/1531939552.6546d163f7c35fee47d439d24260087e.pdf> (In Thai)
- Wongrattana, S. (2007). *Techniques for using statistics for research*. Bangkok : Faculty of Education, Srinakharinwirot University. (In Thai)
- World Health Organization. (2022). *Political declaration of the third high-level meeting of the General Assembly on the prevention and control of non-communicable diseases*. Retrieved March 25, 2023, from https://apps.who.int/gb/ebwha/pdf_files/EB150/B150_7Add1-en.pdf

ผลการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารโดยบูรณาการเทคนิคผังงาน
ที่มีต่อความสามารถด้านไวยากรณ์ภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียน
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง

**THE EFFECT OF USING COMMUNICATIVE LANGUAGE TEACHING
INSTRUCTION INTEGRATED WITH THE FLOWCHART TECHNIQUE
IN ENGLISH GRAMMAR ABILITY ON GRADE 9 STUDENTS AT
SCHOOLS UNDER THE SECONDARY EDUCATIONAL SERVICE AREA
OFFICE, CHONBURI-RAYONG**

สหรัฐ ลักษณะสุด^{1*}, วรณประภา สุขสวัสดิ์², อารีรัชช์ มีแจ้ง³

Saharat Laksanasut^{1*}, Wannaprapha Suksawas², Areerug Mejang³

^{1*} นักศึกษาปริญญาโท แผนกวิชาหลักสูตรและการสอน สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช จังหวัดนนทบุรี
11120 ประเทศไทย

^{1*} Master Student, Curriculum and Instruction Program, Department of Educational, Sukhothai Thammarat Open
University, Nonthaburi Province, 11120, Thailand

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. แผนกวิชาหลักสูตรและการสอน สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช จังหวัดนนทบุรี
11120 ประเทศไทย

² Assistant Professor Dr., Curriculum and Instruction Program, Department of Educational, Sukhothai Thammarat Open
University, Nonthaburi Province, 11120, Thailand

³ รองศาสตราจารย์ ดร. แผนกวิชาหลักสูตรและการสอน สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช จังหวัดนนทบุรี
11120 ประเทศไทย

³ Associate Professor Dr., Curriculum and Instruction Program, Department of Educational, Sukhothai Thammarat Open
University, Nonthaburi Province, 11120, Thailand

E-mail address (Corresponding author) : ^{1*}laksanasutsaharat@gmail.com; (Authors) : ²wannaprapha.suk@stou.ac.th,
³areerug.mej@stou.ac.th

รับบทความ : 23 มีนาคม 2566 / ปรับแก้ไข : 22 พฤษภาคม 2566 / ตอรับบทความ : 16 มิถุนายน 2566

Received : 23 March 2023 / Revised : 22 May 2023 / Accepted : 16 June 2023

DOI : 10.14456/nrru-rdi.2023.26

ABSTRACT

The objectives of this research were to 1) compare English grammar ability of grade 9 students before and after learning through communicative language teaching (CLT) instruction integrated with the flowchart technique (experimental group), 2) compare English grammar ability of experimental group to that of students learning through the traditional method (controlled group), and 3) compare the attitudes of the experimental group towards English grammar learning before and after learning. The research sample in this study consisted of 84 students in grade 9. The research instruments were 1) CLT instructional plans with the highest level of appropriateness evaluation results, 2) traditional method plans with the highest level of appropriateness evaluation results, 3) an English grammar ability test with difficulty (P) ranging from 0.27 to 0.60; discrimination power (r) ranging from 0.36 to 0.74; and reliability of 0.86, and 4) a questionnaire to assess students' attitudes toward grammar learning with all items' IOC higher than 0.50. The experiment was carried out by the researcher, who also collected the data. The statistics used for data analysis were the mean, standard deviation, and t-test. The findings revealed that 1) English grammar ability of experimental group was significantly higher than their pre-learning counterpart score at the 0.01 level of statistical significance, 2) English grammar ability of the experimental group was higher than controlled group, and 3) English grammar learning attitudes of the experimental group were significantly higher than before learning at the 0.01 level of statistical significance. Which, demonstrates the ability to interact with classmates.

Keywords : Communicative language teaching (CLT), Flowchart technique, English grammar ability, English grammatical learning attitude

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เปรียบเทียบความสามารถด้านไวยากรณ์ภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ก่อนและหลังได้รับการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารโดยบูรณาการเทคนิคผังงาน 2) เปรียบเทียบความสามารถด้านไวยากรณ์ภาษาอังกฤษของกลุ่มทดลองกับความสามารถของกลุ่มควบคุมที่ได้รับการจัดการเรียนรู้แบบปกติ 3) เปรียบเทียบเจตคติที่มีต่อการเรียนไวยากรณ์ภาษาอังกฤษก่อนและหลังเรียนของกลุ่มทดลอง กลุ่มตัวอย่างได้มาจากการสุ่มแบบหลายชั้นตอน จำนวน 84 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 1) แผนการจัดการเรียนรู้ไวยากรณ์ตามแนวคิดภาษาเพื่อการสื่อสารโดยบูรณาการเทคนิคผังงาน ผลการประเมินความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด 2) แผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบปกติ ผลการประเมินความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด 3) แบบทดสอบความสามารถทางไวยากรณ์ภาษาอังกฤษ ค่าความยากง่าย (P) อยู่ระหว่าง 0.27-0.60 ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.36-0.74 และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เท่ากับ 0.86 และ 4) แบบวัดเจตคติที่มีต่อการเรียนไวยากรณ์ ข้อคำถามที่ใช้มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไปทุกข้อ โดยผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการทดลองและเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าที ผลการวิจัยพบว่า ความสามารถด้านไวยากรณ์ภาษาอังกฤษของกลุ่มทดลองมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าก่อนเรียน และสูงกว่ากลุ่มควบคุม และเจตคติที่มีต่อการเรียนไวยากรณ์ภาษาอังกฤษหลังเรียนของกลุ่มทดลอง มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งแสดงได้ถึงมีการปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมชั้นเรียน

คำสำคัญ : การสอนภาษาเพื่อการสื่อสาร, เทคนิคผังงาน, ความสามารถด้านไวยากรณ์, เจตคติที่มีต่อการเรียนไวยากรณ์ภาษาอังกฤษ

บทนำ

ความสามารถทางไวยากรณ์ เป็นองค์ประกอบแรกที่สำคัญของสมรรถนะการสื่อสาร ความสามารถทางไวยากรณ์ ควรถูกเพิ่มเข้าไปเป็นทักษะพื้นฐานทางภาษาที่ 5 ร่วมกับทักษะพื้นฐานทางภาษา 4 ทักษะเดิม ได้แก่ ทักษะการฟัง ทักษะการพูด ทักษะการอ่าน และทักษะการเขียน (Larsen-Freeman, 2001, p. 126) เพราะความสามารถทางไวยากรณ์ สามารถส่งเสริมให้การเรียนรู้และการสอนภาษาต่างประเทศหรือภาษาที่สองมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ยิ่งไปกว่านั้น ความสามารถทางไวยากรณ์ ช่วยส่งเสริมให้นักเรียนเรียนรู้กฎเกณฑ์การใช้ภาษาได้อย่างรวดเร็วมากยิ่งขึ้น อีกทั้งส่งเสริมให้นักเรียนมีความมั่นใจในตนเองในการใช้ภาษาด้วย (Shimchuk, 2021, pp. 367-368; Phuwarat & Boonchukusol, 2020, pp. 6-7) โดยหลายปีที่ผ่านมา ผู้สอนในประเทศไทยส่วนใหญ่จัดการเรียนการสอนและการพัฒนาความสามารถทางไวยากรณ์ให้กับนักเรียนโดยใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบดั้งเดิม กล่าวคือผู้สอนมีบทบาทในการบรรยายและถ่ายทอดความรู้ทางไวยากรณ์ให้กับนักเรียน โดยที่นักเรียนมีหน้าที่รอรับการถ่ายทอดในห้องเรียนเพียงอย่างเดียว การจัดการเรียนรู้และการพัฒนาความสามารถทางไวยากรณ์ด้วยลักษณะดังกล่าวไม่สามารถพัฒนาให้นักเรียนมีความรู้ ความเข้าใจ ตลอดจนทักษะและความสามารถทางภาษาที่เพียงพอในการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้สอนจำนวนมากให้ความสำคัญกับการให้นักเรียนท่องจำกฎและหลักการใช้ไวยากรณ์ ซึ่งนักเรียนอาจจะจดจำกฎและหลักการใช้ไวยากรณ์ได้ แต่เมื่อนักเรียนต้องเริ่มต้นเขียนหรือพูดด้วยภาษาเป้าหมายที่ตนเองเรียน กลับพบว่านักเรียนไม่สามารถประยุกต์ใช้ความรู้และความเข้าใจในการเขียนหรือพูดสื่อสารได้เลย (Phuwarat & Boonchukusol, 2020, p. 2; Chanaroke

& Niemprapan, 2020, pp. 36-37) และจากการที่ผู้วิจัยได้ศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาอังกฤษย้อนหลัง จากฝ่ายวิชาการ โรงเรียนอ่างศิลาพิทยาคม จำนวน 2 ปีการศึกษา คือ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาอังกฤษ ของนักเรียนตั้งแต่ปีการศึกษา 2565-2564 พบว่าร้อยละ 70 ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ปีการศึกษา 2565 มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาอังกฤษอยู่ในระดับที่ต่ำ-ปานกลาง เมื่อเทียบกับเกณฑ์การวัดและตัดสิน ผลการเรียนของโรงเรียนอ่างศิลาพิทยาคม โดยหากพิจารณาจากผลการทดสอบกลางภาคและปลายภาคเรียน ในปีการศึกษาที่ผ่านมาของนักเรียน พบว่า นักเรียนร้อยละ 90 มีคะแนนการทดสอบภาษาอังกฤษในด้านไวยากรณ์ อยู่ในระดับที่ต่ำ-ต่ำมาก (Angsilapittayakom School, 2023: p. 62-64)

กลวิธีการจัดการเรียนรู้และพัฒนาความสามารถทางไวยากรณ์ที่ได้รับความนิยมมีอยู่หลากหลาย หนึ่งในนั้น คือ การสอนแบบภาษาเพื่อการสื่อสารและเป็นวิธีการสอนที่หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 และมาตรฐานการเรียนรู้และตัวชี้วัดกลุ่มสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ และสาระภูมิศาสตร์ในกลุ่ม สาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2560) เป็นวิธีการสอนที่ให้ความสำคัญ กับการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในชั้นเรียน โดยมีเป้าหมายสำคัญคือการพัฒนาความสามารถและทักษะการสื่อสาร ให้เกิดขึ้นกับนักเรียน ให้ความสำคัญกับความคล่องแคล่วในการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารจริง (Larsen-Freeman, 2011, p. 128; Dos Santos, 2020, pp. 105-106) อย่างไรก็ตาม การสอนแบบสื่อสารยังมีจุดอ่อนอยู่ที่การขาดความรู้ และความสามารถทางไวยากรณ์ที่เพียงพอของนักเรียนในการสื่อสารอย่างถูกต้องและเหมาะสม เนื่องจากการสอน แบบสื่อสารที่มุ่งเน้นให้นักเรียนสามารถสื่อสารอย่างคล่องแคล่ว แต่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับความถูกต้องของการร้อยเรียง ประโยคหรือการเลือกใช้ไวยากรณ์มากนัก บ่อยครั้งนักเรียนที่เรียนด้วยแนวคิดการสอนแบบสื่อสารยังขาด ความสามารถทางไวยากรณ์ที่ถูกต้องและจำเป็นอยู่ อาจกล่าวได้ว่าการสอนตามแนวคิดการสอนแบบสื่อสาร ควรจะมีการเพิ่มความสำคัญในการถ่ายทอดและพัฒนาความสามารถทางไวยากรณ์ให้มากขึ้น เพื่อให้ นักเรียนสามารถใช้ ภาษาเพื่อการสื่อสารได้อย่างคล่องแคล่วและถูกต้องในเวลาเดียวกัน (Dos Santos, 2020, p. 106) ดังนั้น การเรียนรู้ และการพัฒนาความสามารถทางไวยากรณ์จะมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น หากผู้สอนมีการประยุกต์ใช้เทคนิคเข้ากับ รูปแบบวิธีการสอนและแนวคิดการสอนไวยากรณ์ ซึ่งเทคนิคที่ผู้สอนสามารถนำไปบูรณาการในการสอนและการพัฒนา ความสามารถทางไวยากรณ์เพื่อช่วยส่งเสริมให้นักเรียนได้รับการพัฒนาความรู้และความสามารถทางไวยากรณ์ มากยิ่งขึ้นนั้น ประกอบด้วยเทคนิคที่น่าสนใจหลายประการหนึ่งในนั้นคือ การประยุกต์ใช้แผนผัง (Charts) หรือผังงาน (Flowchart) ซึ่งเป็นรูปแบบการนำเสนอข้อมูลหรือเนื้อหาโดยใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ เช่น รูปทรงเรขาคณิต ลูกศร เป็นต้น เพื่อจัดเรียง เชื่อมโยง และอธิบายรายละเอียด ความสัมพันธ์ เงื่อนไข และทิศทางของข้อมูลที่มีลักษณะเป็นโครงสร้าง ขึ้นตอน และกระบวนการอย่างเป็นระบบ (Khaira, 2020, pp. 94-97; Pahlevy, 2010, p. 24) ได้ถูกนำมาใช้เป็นสื่อ ประกอบการจัดการเรียนรู้ในรายวิชาต่าง ๆ อย่างหลากหลาย อาทิ การจัดการเรียนรู้รายวิชาภาษาอังกฤษ ซึ่งช่วยส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพการจัดการเรียนรู้ในภาพรวมได้เป็นอย่างดี (Odilobi, 2021) เพื่อบูรณาการ ในการสอนความรู้ทางไวยากรณ์ (Brown, 2015, p. 64) ซึ่งสอดคล้องกับ Rosiva (2019, p. 93) ได้ศึกษาผลการใช้ เทคนิคผังงาน (Flowchart technique) ที่มีต่อความเข้าใจเกี่ยวกับไวยากรณ์ภาษาอังกฤษเรื่องการใช้นำหน้า คำนามที่เฉพาะเจาะจงและไม่เฉพาะเจาะจง (Indefinite and definite articles) ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ตอนต้นแห่งหนึ่งในประเทศ พบว่า นักเรียนที่อยู่ในกลุ่มทดลองและได้รับการสอนไวยากรณ์ตามแนวคิดภาษา เพื่อการสื่อสารโดยบูรณาการเทคนิคผังงานมีคะแนนเฉลี่ยหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อีกทั้งยังมีคะแนนเฉลี่ย หลังเรียนที่สูงกว่านักเรียนในกลุ่มควบคุมและได้รับการจัดการเรียนรู้แบบปกติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติด้วย

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของการใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารโดยบูรณาการเทคนิคผังงาน ซึ่งจะถูกนำไปใช้เพื่อพัฒนาและปรับปรุงการจัดการจัดกิจกรรมการเรียนรู้รายวิชาภาษาอังกฤษและรายวิชาในกลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ ตลอดจนเป็นแนวทางให้กับผู้สอนได้นำไปใช้ในการวางแผนและดำเนินการจัดกิจกรรมการเรียนรู้รายวิชาภาษาอังกฤษและรายวิชาในกลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบความสามารถด้านไวยากรณ์ภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ก่อนและหลังได้รับการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารโดยบูรณาการเทคนิคผังงาน
2. เพื่อเปรียบเทียบความสามารถด้านไวยากรณ์ภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 หลังได้รับการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารโดยบูรณาการเทคนิคผังงานกับการจัดการเรียนรู้แบบปกติ
3. เพื่อเปรียบเทียบเจตคติที่มีต่อการเรียนไวยากรณ์ภาษาอังกฤษก่อนและหลังได้รับการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารโดยบูรณาการเทคนิคผังงานของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3

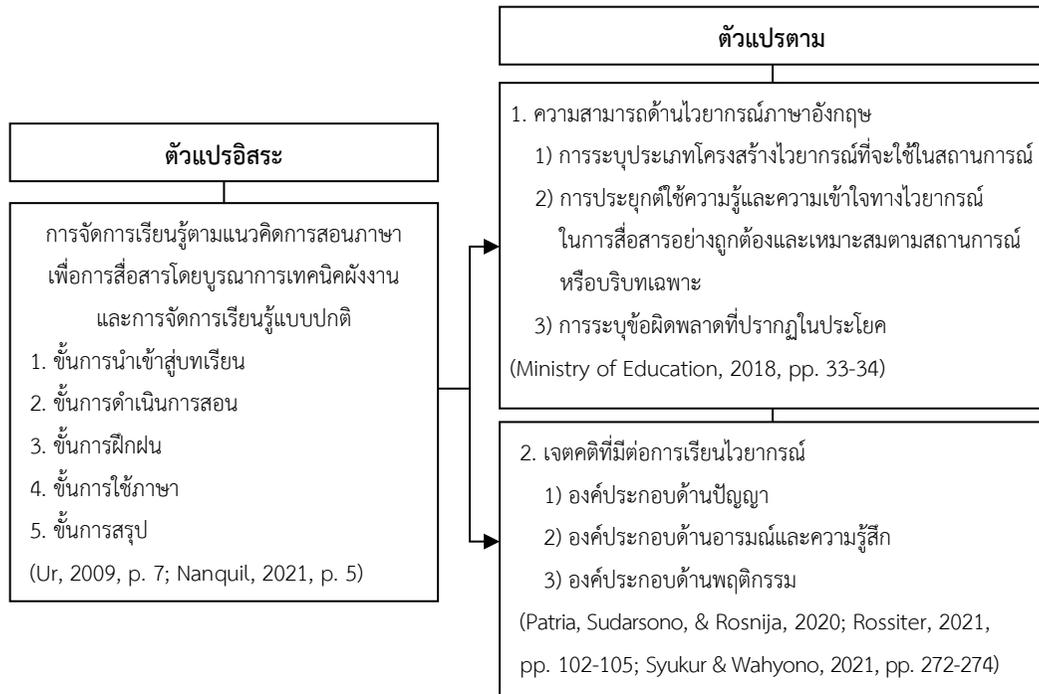
ประโยชน์การวิจัย

1. นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นมีความสามารถทางไวยากรณ์ภาษาอังกฤษที่สูงขึ้น อันจะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาในระดับชั้นที่สูงขึ้นได้
2. ครูผู้สอนได้แนวทางในการพัฒนาการจัดการเรียนรู้ความสามารถทางไวยากรณ์ในการเรียนวิชาในกลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ และครูผู้สอนกลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ สามารถนำไปใช้ป็นสื่อและกิจกรรมการเรียนรู้ด้านไวยากรณ์ภาษาอังกฤษได้

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยไว้ ประกอบด้วย ตัวแปรอิสระ คือ การจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารโดยบูรณาการเทคนิคผังงานตามแนวคิดของ Ur (2009, p. 7) และ Nanquil (2021, p. 5) ดังนี้ 1) ขั้นการนำเข้าสู่บทเรียน (Warm-up) 2) ขั้นการดำเนินการสอน (Presentation) 3) ขั้นการฝึกฝน (Practice) 4) ขั้นการใช้ภาษา (Production) โดยในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยเปิดโอกาสให้นักเรียนได้ใช้หลักไวยากรณ์ที่ได้เรียนไปในสถานการณ์การสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ ในขณะที่เดียวกันผู้วิจัยได้นำเอาเทคนิคผังงานมาเป็นเครื่องมือเพื่อให้นักเรียนได้ใช้ความรู้ทางไวยากรณ์ที่ได้เรียนไปในการออกแบบและสร้างสรรค์ผังงานด้วยตนเอง เพื่อทบทวนและถ่ายทอดความรู้ทางไวยากรณ์นั้น ๆ ด้วย และ 5) ขั้นการสรุป (Wrap-up) และตัวแปรตาม จำนวน 2 ตัวแปร คือ 1) ความสามารถด้านไวยากรณ์ภาษาอังกฤษ ตามโครงสร้างความสามารถทางไวยากรณ์ภาษาอังกฤษ รายวิชาภาษาอังกฤษชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โดยให้มีความสอดคล้องระหว่างจุดประสงค์การเรียนรู้ ตัวชี้วัด และคำอธิบายรายวิชาตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 และหลักสูตรสถานศึกษาของโรงเรียนอัสสัมชัญพิทยาคม (Ministry of Education, 2018, pp. 33-34) ดังนี้ (1) การระบุประเภทโครงสร้างไวยากรณ์ที่จะใช้ในสถานการณ์ (2) การประยุกต์ใช้ความรู้และความเข้าใจทางไวยากรณ์ในการสื่อสารอย่างถูกต้องและเหมาะสมตามสถานการณ์หรือบริบทเฉพาะ (3) การระบุข้อผิดพลาดที่ปรากฏในประโยค และ 2) เจตคติที่มีต่อการเรียนไวยากรณ์ของนักเรียน ประกอบด้วยข้อความที่มีความหมายเกี่ยวกับเจตคติในการเรียนภาษาอังกฤษทั้งเชิงบวกและเชิงลบ โดยแบ่งองค์ประกอบของเจตคติที่มีต่อการเรียนไวยากรณ์ออกเป็น 3 องค์ประกอบ คือ 1) องค์ประกอบ

ด้านปัญญา (Cognitive component) 2) องค์ประกอบด้านอารมณ์และความรู้สึก (Affective component) และ 3) องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral component) (Syukur & Wahyono, 2021, pp. 272-274; Patria, Sudarsono, & Rosnija, 2020; Rossiter, 2021, pp. 102-105) ดังแสดงในภาพ 1



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. ความสามารถด้านไวยากรณ์ภาษาอังกฤษของนักเรียนหลังการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารโดยบูรณาการเทคนิคผังงานสูงกว่าก่อนได้รับการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารโดยบูรณาการเทคนิคผังงาน
2. ความสามารถด้านไวยากรณ์ภาษาอังกฤษของนักเรียนที่ได้รับการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารโดยบูรณาการเทคนิคผังงานสูงกว่าความสามารถด้านไวยากรณ์ภาษาอังกฤษของนักเรียนที่ได้รับการจัดการเรียนรู้แบบปกติ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยกึ่งทดลอง (Quasi-experimental research) ที่ดำเนินการโดยใช้รูปแบบการวิจัยแบบกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม (Pretest-posttest control group design) (Phomjui, 2020, p. 270) มีวิธีดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยองที่กำลังศึกษาในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2565 จำนวน 16,365 คน (Angsilapittayakom School, 2023, p. 37) กลุ่มตัวอย่าง ทำการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนอ่างศิลา

พิทยาคม สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาชลบุรี ระยอง ที่กำลังศึกษาในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2565 ทำการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage sampling) (Phomjui, 2020: p. 201) โดยการเลือกห้องเรียน จำนวน 2 ห้อง รวมจำนวนนักเรียน 84 คน แล้วจับสลากเป็นกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม โดยกลุ่มทดลอง ประกอบด้วยนักเรียนจำนวน 42 คน ได้รับการจัดการเรียนรู้ไวยากรณ์ตามแนวคิดภาษาเพื่อการสื่อสารโดยบูรณาการ เทคนิคผังงาน และกลุ่มควบคุมประกอบด้วยนักเรียนจำนวน 42 คน ได้รับการจัดการเรียนรู้แบบปกติ

เครื่องมือการวิจัย

1. เครื่องมือการวิจัยที่ใช้ในการดำเนินการสอนรายวิชาการภาษาอังกฤษชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 คือ หน่วยการเรียนรู้ที่ 6 เรื่อง Technology & Communication จำนวน 3 แผน และหน่วยการเรียนรู้ที่ 7 เรื่อง Entertainment จำนวน 3 แผน รวมทั้งสิ้น 12 แผน แบ่งเป็น แผนการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดภาษาเพื่อการสื่อสาร โดยบูรณาการเทคนิคผังงาน จำนวน 6 แผน และแผนการจัดการเรียนรู้แบบปกติ จำนวน 6 แผน โดยผู้วิจัย ใช้แบบประเมินคุณภาพของแผนการจัดการกิจกรรมการเรียนรู้ ซึ่งมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ กำหนดระดับการให้คะแนน คือ 1 คะแนน เท่ากับน้อยที่สุด 2 คะแนน เท่ากับน้อย 3 คะแนน เท่ากับ ปานกลาง 4 คะแนน เท่ากับมาก และระดับ 5 คะแนน เท่ากับมากที่สุด (Phomjui, 2020, p. 275) เพื่อให้ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบการเรียนการสอนกลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ จำนวน 3 คน พิจารณา ให้คะแนนระดับความถูกต้องเหมาะสมของเนื้อหาและความสอดคล้องของจุดประสงค์กับกระบวนการจัดการเรียนรู้ นำผลระดับคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย พบว่า แผนการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดภาษาเพื่อการสื่อสารโดยบูรณาการ เทคนิคผังงาน มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.89 และแผนการจัดการเรียนรู้แบบปกติ มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.83 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ช่วงคะแนนเฉลี่ยของความเหมาะสมระดับมากที่สุดคือ ช่วงคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.50-5.00 แสดงว่าทั้งสองแผนมีความเหมาะสมมากที่สุด (Phomjui, 2020, p. 276)

2. เครื่องมือการวิจัยที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย

2.1 แบบทดสอบความสามารถทางไวยากรณ์ภาษาอังกฤษ รายวิชาภาษาอังกฤษ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ซึ่งเป็นแบบปรนัยเลือกตอบ 4 ตัวเลือก คือ ก., ข., ค. และ ง. (The Institute for the Promotion of Teaching Science and Technology, 2012, pp. 24-29) จำนวน 40 ข้อ ที่ผ่านการหาค่าความเชื่อมั่นของข้อสอบทั้งฉบับ โดยใช้สูตร KR-20 ของ Kuder-Richardson (Phomjui, 2020, p. 243) โดยผู้วิจัยกำหนดโครงสร้างแบบทดสอบ ความสามารถทางไวยากรณ์ภาษาอังกฤษให้มีความสอดคล้องระหว่างจุดประสงค์การเรียนรู้ ตัวชี้วัด และคำอธิบาย รายวิชาตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 และหลักสูตรสถานศึกษาของโรงเรียน อ่างศิลาพิทยาคม (Ministry of Education, 2018: p. 33-34) ดังแสดงในตาราง 1

ตาราง 1 โครงสร้างแบบทดสอบความสามารถทางไวยากรณ์ภาษาอังกฤษ

ตัวบ่งชี้ความสามารถทางไวยากรณ์	จำนวน (ข้อ)	คะแนน
1. การระบุประเภทโครงสร้างไวยากรณ์ที่จะใช้ในสถานการณ์ต่าง ๆ	6	6
2. การประยุกต์ใช้ความรู้และความเข้าใจทางไวยากรณ์ในการสื่อสารอย่างถูกต้องและเหมาะสมตามสถานการณ์หรือบริบทเฉพาะต่าง ๆ	24	24
3. การระบุข้อผิดพลาดที่ปรากฏในประโยคชนิดต่าง ๆ	10	10
รวม	40	40

ผู้วิจัยนำเสนอแบบทดสอบความสามารถทางไวยากรณ์ภาษาอังกฤษต่อครูชาวต่างชาติที่เป็นเจ้าของภาษา (Native speaker) เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของการใช้ภาษาในเบื้องต้น จากนั้นนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญด้านการวัดและประเมินผลกลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ จำนวน 3 ท่าน แล้วพิจารณาคัดเลือกข้อคำถามของแบบทดสอบความสามารถทางไวยากรณ์ภาษาอังกฤษที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป และนำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ไปทดลองใช้ (Try out) กับนักเรียนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 42 คน เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือ นำผลที่ได้มาวิเคราะห์หาความยากง่าย (p) ค่าอำนาจจำแนก (r) เป็นรายชื่อหลังจากนั้นผู้วิจัยใช้สูตร KR-20 ของ kuder-Richardson (Phomjui, 2020, p. 243) เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบทดสอบความสามารถทางไวยากรณ์ภาษาอังกฤษทั้งฉบับ ซึ่งผ่านเกณฑ์การประเมินและสามารถใช้ในการเก็บข้อมูลได้ทั้งหมด 40 ข้อ โดยมีค่าความยากง่าย (P) อยู่ระหว่าง 0.27-0.60 ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.36-0.74 และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เท่ากับ 0.86

2.2 แบบวัดเจตคติที่มีต่อการเรียนไวยากรณ์ ซึ่งผู้วิจัยประยุกต์ใช้แบบวัดเจตคติที่มีต่อการเรียนไวยากรณ์ซึ่งดัดแปลงจาก Syukur and Wahyono (2021, pp. 272-274) Patria, Sudarsono, and Rosnija (2020) และ Rossiter (2021, pp. 102-105) ประกอบด้วยข้อความที่มีความหมายเกี่ยวกับเจตคติในการเรียนภาษาอังกฤษทั้งเชิงบวกและเชิงลบ โดยแบ่งออกเป็น 3 องค์ประกอบ คือ 1) องค์ประกอบด้านปัญญา (Cognitive component) 2) องค์ประกอบด้านอารมณ์และความรู้สึก (Affective component) และ 3) องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral component) เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ (McClelland, 1953, pp. 202-204) ผู้วิจัยนำแบบวัดเจตคติที่มีต่อการเรียนไวยากรณ์นำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยาการแนะแนวทางการศึกษา จำนวน 3 ท่าน พิจารณาตามเกณฑ์การให้คะแนน คือ 1 คะแนน หมายถึงแน่ใจว่าถูกต้อง เหมาะสม และสอดคล้อง 0 คะแนน หมายถึงไม่แน่ใจว่าถูกต้อง เหมาะสม และสอดคล้อง และ -1 หมายถึงแน่ใจว่าไม่ถูกต้อง เหมาะสม และสอดคล้อง นำผลคะแนน ที่ได้มาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item objective congruence : IOC) โดยพิจารณาคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป (Phomjui, 2020, p. 217) พบว่า มีข้อคำถามของแบบวัดเจตคติที่มีต่อการเรียนไวยากรณ์ทั้งหมด 30 ข้อ ผ่านเกณฑ์การประเมินและสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลได้

งานวิจัยนี้ได้ผ่านการขอใบรับรองจริยธรรมการวิจัยของโครงการวิจัยจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช เลขที่ใบรับรอง 006.66 รับรองเมื่อวันที่ 10 เมษายน พ.ศ. 2566

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การชี้แจงรายละเอียดเบื้องต้นให้กับนักเรียนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างและอยู่ในกลุ่มทดลองทราบถึงแนวทางการสอนไวยากรณ์ตามแนวคิดภาษาเพื่อการสื่อสารโดยบูรณาการเทคนิคผังงานในรายวิชาภาษาอังกฤษ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 รวมไปถึงทำการชี้แจงให้นักเรียนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มควบคุมทราบถึงแนวทางการจัดการเรียนรู้แบบปกติ เพื่อให้เกิดความเข้าใจและสามารถปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้อง

2. การเก็บข้อมูลก่อนการทดลอง ซึ่งก่อนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ผู้วิจัยนำแบบทดสอบความสามารถทางไวยากรณ์ภาษาอังกฤษให้นักเรียนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมได้ทำการทดสอบโดยใช้เวลา 1 ชั่วโมง หลังจากนั้น นำแบบวัดเจตคติที่มีต่อการเรียนไวยากรณ์ให้นักเรียนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมทำแบบวัดเจตคติ พบว่า ความสามารถทางไวยากรณ์และเจตคติที่มีต่อการเรียนไวยากรณ์ภาษาอังกฤษก่อนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนำคะแนนที่ได้มาบันทึกผลเป็นคะแนนก่อนการทดลอง (Pre-test) ดังแสดงในตาราง 2

ตาราง 2 ความแตกต่างของความสามารถทางไวยากรณ์ภาษาอังกฤษก่อนเรียนของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม (คะแนนเต็ม 40 คะแนน)

ตัวแปร	กลุ่มทดลอง		กลุ่มควบคุม		t	Sig.
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ความสามารถทางไวยากรณ์ภาษาอังกฤษ	16.69	6.38	15.48	3.97	1.05	0.30
เจตคติที่มีต่อการเรียนไวยากรณ์ภาษาอังกฤษ	3.64	0.76	3.35	0.52	2.01	0.47

* $p > 0.01$

3. การดำเนินการทดลอง ผู้วิจัยดำเนินการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2565 โดยผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ให้กับนักเรียนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างและอยู่ในกลุ่มทดลอง ตามแผนการสอนไวยากรณ์ตามแนวคิดภาษาเพื่อการสื่อสารโดยบูรณาการเทคนิคผังงาน จำนวน 6 แผน ดำเนินการสอนจำนวน 18 ชั่วโมง ควบคู่กับการดำเนินการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบปกติให้กับนักเรียนที่เป็นกลุ่มควบคุม จำนวน 6 แผน ดำเนินการสอนจำนวน 18 ชั่วโมง

4. การเก็บข้อมูลหลังการทดลอง เมื่อการดำเนินการสอนเสร็จสิ้น ผู้วิจัยนำแบบทดสอบความสามารถทางไวยากรณ์ภาษาอังกฤษ และแบบวัดเจตคติที่มีต่อการเรียนไวยากรณ์ให้นักเรียนที่เป็นกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม ทำอีกครั้ง โดยใช้เวลา 1 ชั่วโมง จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาบันทึกผลเป็นคะแนนหลังการทดลอง (Post-test)

5. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมที่ได้จากแบบทดสอบความสามารถทางไวยากรณ์ภาษาอังกฤษและแบบวัดเจตคติที่มีต่อการเรียนไวยากรณ์ไปวิเคราะห์โดยใช้วิธีการทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบทดสอบความสามารถทางไวยากรณ์ภาษาอังกฤษและแบบวัดเจตคติที่มีต่อการเรียนไวยากรณ์ด้วยสถิติพื้นฐาน ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) กำหนดการแปลผลค่าเฉลี่ย ประกอบด้วย 1.00-1.80 หมายถึงระดับน้อยที่สุด 1.81-2.60 หมายถึงระดับน้อย 2.61-3.40 หมายถึงระดับปานกลาง 3.41-4.20 หมายถึงระดับมาก และ 4.21-5.00 หมายถึงระดับมากที่สุด (McClelland, 1953, pp. 187-189)

2. เปรียบเทียบความสามารถทางไวยากรณ์และระดับเจตคติที่มีต่อการเรียนไวยากรณ์ภาษาอังกฤษก่อนและหลังเรียนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้ไวยากรณ์ตามแนวคิดภาษาเพื่อการสื่อสารโดยบูรณาการเทคนิคผังงาน โดยใช้การทดสอบค่าที (t-test) แบบเปรียบเทียบแบบจับคู่สิ่งทดลอง (Paired samples) และเปรียบเทียบความสามารถทางไวยากรณ์ภาษาอังกฤษระหว่างนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้ไวยากรณ์ตามแนวคิดภาษาเพื่อการสื่อสารโดยบูรณาการเทคนิคผังงานกับนักเรียนที่ได้รับการจัดการเรียนรู้แบบปกติ โดยใช้การทดสอบค่าที (t-test) แบบเปรียบเทียบแบบรวมกลุ่ม (Independent samples) (Phomjui, 2020, p. 201)

ผลการวิจัย

ผลการเปรียบเทียบความสามารถด้านไวยากรณ์ภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ก่อนและหลังได้รับการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารโดยบูรณาการเทคนิคผังงาน แสดงดังตาราง 3

ตาราง 3 ความสามารถด้านไวยากรณ์ภาษาอังกฤษก่อนและหลังเรียนของกลุ่มทดลองที่ได้รับการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารโดยบูรณาการเทคนิคผังงาน (คะแนนเต็ม 40 คะแนน)

ความสามารถด้านไวยากรณ์ภาษาอังกฤษ	Mean	S.D.	t	Sig.
ก่อนการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารโดยบูรณาการเทคนิคผังงาน	16.69	6.38		
หลังการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารโดยบูรณาการเทคนิคผังงาน	24.98	6.48	20.38	0.00*

* $p < 0.01$

จากตาราง 3 พบว่า ความสามารถด้านไวยากรณ์ภาษาอังกฤษของนักเรียนหลังการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารโดยบูรณาการเทคนิคผังงาน (Mean=24.98, S.D.=6.48) มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าความสามารถด้านไวยากรณ์ภาษาอังกฤษก่อนการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารโดยบูรณาการเทคนิคผังงาน (Mean=16.69, S.D.=6.38) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1

ผลการเปรียบเทียบความสามารถด้านไวยากรณ์ภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 หลังได้รับการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารโดยบูรณาการเทคนิคผังงานกับการจัดการเรียนรู้แบบปกติ แสดงดังตาราง 4

ตาราง 4 ความสามารถด้านไวยากรณ์ภาษาอังกฤษระหว่างกลุ่มทดลองที่ได้รับการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารโดยบูรณาการเทคนิคผังงานกับกลุ่มควบคุมที่ได้รับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบปกติ (คะแนนเต็ม 40 คะแนน)

ความสามารถด้านไวยากรณ์ภาษาอังกฤษ	Mean	S.D.	t	Sig.
หลังการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบปกติ	19.76	4.21		
หลังการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารโดยบูรณาการเทคนิคผังงาน	24.98	6.48	4.37	0.00*

* $p < 0.01$

จากตาราง 4 พบว่า ความสามารถด้านไวยากรณ์ภาษาอังกฤษของกลุ่มทดลองที่ได้รับการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารโดยบูรณาการเทคนิคผังงาน (Mean=24.98, S.D.=6.48) มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าความสามารถด้านไวยากรณ์ภาษาอังกฤษของกลุ่มควบคุมที่ได้รับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบปกติ (Mean=19.76, S.D.=4.21) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2

ผลการเปรียบเทียบเจตคติที่มีต่อการเรียนไวยากรณ์ภาษาอังกฤษก่อนและหลังได้รับการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารโดยบูรณาการเทคนิคผังงานของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 แสดงดังตาราง 5

ตาราง 5 เจตคติที่มีต่อการเรียนไวยากรณ์ภาษาอังกฤษก่อนและหลังได้รับการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารโดยบูรณาการเทคนิคผังงานของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3

เจตคติที่มีต่อการเรียนไวยากรณ์ภาษาอังกฤษ	Mean	S.D.	t	Sig.
ก่อนการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารโดยบูรณาการเทคนิคผังงาน	3.64	0.76	-4.10	0.00*
หลังการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารโดยบูรณาการเทคนิคผังงาน	4.18	0.46		

* p<0.01

จากตาราง 5 พบว่า เจตคติที่มีต่อการเรียนไวยากรณ์ภาษาอังกฤษของนักเรียนหลังการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารโดยบูรณาการเทคนิคผังงาน (Mean=4.18, S.D.=0.46) มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าเจตคติที่มีต่อการเรียนไวยากรณ์ภาษาอังกฤษก่อนการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารโดยบูรณาการเทคนิคผังงาน (Mean=3.64, S.D.=0.76) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

อภิปรายผล

ความสามารถด้านไวยากรณ์ภาษาอังกฤษของนักเรียนหลังการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารโดยบูรณาการเทคนิคผังงานมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าความสามารถด้านไวยากรณ์ภาษาอังกฤษก่อนการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารโดยบูรณาการเทคนิคผังงาน ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากการที่นักเรียนที่อยู่ในกลุ่มทดลองมีโอกาสได้เรียนรู้และพัฒนาความสามารถด้านไวยากรณ์ผ่านการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารโดยบูรณาการเทคนิคผังงาน ดังนั้น หากครูผู้สอนได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาความสามารถในการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารในชีวิตจริงของนักเรียนผ่านการปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมชั้นเรียนซึ่งเป็นบุคคลจริง ๆ นอกจากนี้ การเปิดโอกาสให้นักเรียนได้ลองผิดลองถูกในการนำองค์ความรู้หรือความเข้าใจทางไวยากรณ์ที่มีมาใช้ในการสื่อสารจริงผ่านกิจกรรมการเรียนรู้ที่ได้จัดขึ้น อันประกอบด้วยกิจกรรมการเรียนรู้ย่อย 5 ขั้นตอน ตามแนวทางการสอนไวยากรณ์ตามแนวคิดภาษาเพื่อการสื่อสาร (Ur, 2009, p.7; Nanquil, 2021, p. 4) ซึ่งเป็นกิจกรรมการเรียนรู้ย่อยที่สามารถช่วยส่งเสริมให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้และการพัฒนาความสามารถทางไวยากรณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังที่ Novak and Canas (2006) ได้กล่าวสนับสนุนว่าแผนผังมีประโยชน์ต่อการจัดการเรียนการสอนที่สามารถช่วยให้นักเรียนมีความเข้าใจเนื้อหาและขอบเขตเนื้อหา ช่วยเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้ มีการวางแผนงานอย่างเป็นระบบ สามารถจดจำเนื้อหาที่อ่าน สามารถนำมาสรุปงานให้เชื่อมโยงความรู้ ช่วยกระตุ้นให้คิดแก้ไขปัญหา ช่วยทำให้ผู้อ่านเกิดความเพลิดเพลินและไม่เครียด

ความสามารถด้านไวยากรณ์ภาษาอังกฤษของกลุ่มทดลองที่ได้รับการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารโดยบูรณาการเทคนิคผังงาน มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าความสามารถด้านไวยากรณ์ภาษาอังกฤษของกลุ่มควบคุมที่ได้รับการจัดการกิจกรรมการเรียนรู้แบบปกติ ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะผังงานสามารถตอบสนองต่อรูปแบบการเรียนรู้ของนักเรียนได้ด้วยมุมมองเห็น การได้ยิน และผ่านการเคลื่อนไหวและความรู้สึก โดยผังงานมักมีการใช้เส้นที่แสดงให้เห็นถึงทิศทางหรือการเคลื่อนไหว ซึ่งถือเป็นการเรียนรู้ผ่านการเคลื่อนไหวและความรู้สึกตามสมมติฐานในผลงานวิจัยของ Rosiva (2019, pp. 20-21) ที่พบว่า นักเรียนที่อยู่ในกลุ่มทดลองและได้รับการสอนไวยากรณ์ตามแนวคิดภาษาเพื่อการสื่อสารโดยบูรณาการเทคนิคผังงานมีคะแนนเฉลี่ยหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อีกทั้งยังมีคะแนนเฉลี่ยหลังเรียนที่สูงกว่านักเรียนในกลุ่มควบคุมและได้รับการจัดการเรียนรู้แบบปกติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติด้วย ผลการวิจัยในครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าการประยุกต์ใช้เทคนิคผังงานในกิจกรรมการเรียนรู้รายวิชาภาษาอังกฤษสามารถช่วยให้นักเรียนเกิดความเข้าใจและมีคะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่สูงขึ้นได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เจตคติที่มีต่อการเรียนไวยากรณ์ภาษาอังกฤษของนักเรียนหลังการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารโดยบูรณาการเทคนิคผังงานมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าเจตคติที่มีต่อการเรียนไวยากรณ์ภาษาอังกฤษก่อนการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารโดยบูรณาการเทคนิคผังงาน ที่เป็นเช่นนี้อาจเกิดจากการที่นักเรียนในกลุ่มทดลองได้รับการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารโดยบูรณาการเทคนิคผังงาน ซึ่งผู้วิจัยใช้หนึ่งในขั้นตอนที่สำคัญที่สอดคล้องกับรูปแบบการสอนไวยากรณ์แบบอุปนัย (Inductive approach) อันเป็นรูปแบบการสอนไวยากรณ์ที่เริ่มต้นการสอนด้วยการนำเสนอหรือแสดงตัวอย่างประโยคในภาษาอังกฤษที่มีการใช้โครงสร้างไวยากรณ์เป้าหมายให้กับนักเรียน เพื่อให้ให้นักเรียนได้สังเกต วิเคราะห์ และสรุปกฎหรือหลักการใช้โครงสร้างไวยากรณ์ดังกล่าวด้วยตัวนักเรียนเอง โดยในระหว่างที่ผู้วิจัยจัดกิจกรรมการสอนไวยากรณ์ตามแนวคิดภาษาเพื่อการสื่อสารในรูปแบบดังกล่าวนี้ กฎหรือหลักการใช้โครงสร้างไวยากรณ์ที่นักเรียนแต่ละคนช่วยกันวิเคราะห์และสร้างข้อสรุปจะเป็นองค์ความรู้และความเข้าใจที่ค่อนข้างคงทนและมีความเป็นไปได้ที่นักเรียนจะสามารถนำความรู้และความเข้าใจนี้ไปประยุกต์ใช้ในการสื่อสารจริงได้มากขึ้น ซึ่งกระบวนการเหล่านี้ นับได้ว่าเป็นการเรียนรู้ไวยากรณ์อย่างมีความหมาย เนื่องจากกฎหรือหลักการใช้โครงสร้างไวยากรณ์ที่นักเรียนแต่ละคนสร้างขึ้นนั้น เกิดจากการที่นักเรียนได้สังเกตและวิเคราะห์ตัวอย่างประโยค จากนั้นเชื่อมโยงสิ่งที่เรียนเข้ากับองค์ความรู้และประสบการณ์ที่นักเรียนแต่ละคนมีอย่างเป็นระบบ (Mukhtarov & Borisovna, 2020, pp. 172-179) ดังนั้นเมื่อนักเรียนในกลุ่มทดลองได้รับการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารโดยบูรณาการเทคนิคผังงาน ก็มีแนวโน้มที่นักเรียนในกลุ่มดังกล่าว จะได้รับการปลูกฝังเจตคติที่ดีต่อการเรียนไวยากรณ์ภาษาอังกฤษ ซึ่งจะช่วยนักเรียนประสบความสำเร็จในการเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้มากยิ่งขึ้น ซึ่งจะเป็นไปตามสมมติฐานของ Gardner and Lambert (1972, p. 102) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jumlongpeng (2019) ที่พบว่า ค่าเฉลี่ยของคะแนนความเข้าใจในการอ่านภาษาอังกฤษของกลุ่มตัวอย่างหลังเรียนโดยใช้แผนผังความคิดสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ นักเรียนยังมีความพึงพอใจต่อการเรียนโดยใช้แผนผังความคิดอยู่ในระดับมากด้วย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. การบูรณาการเทคนิคผังงานเข้ากับการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารยังถือเป็นแนวคิดที่ค่อนข้างใหม่ในบริบททางการศึกษา ดังนั้นผู้สอนที่จะบูรณาการเทคนิคผังงานเข้ากับการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการสอนภาษาเพื่อการสื่อสาร จึงควรศึกษา ทำความเข้าใจ ตลอดจนวางแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ อย่างระมัดระวัง เพื่อให้ให้นักเรียนได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้และได้รับการฝึกฝนทักษะที่จำเป็นอย่างครบถ้วน ในระยะเวลาที่เหมาะสม เนื่องจากการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารโดยบูรณาการเทคนิคผังงานจะใช้ระยะเวลาในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่มากกว่าการจัดการเรียนรู้แบบปกติ

2. การจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารโดยบูรณาการเทคนิคผังงาน จำเป็นจะต้องมอบหมายให้นักเรียนแต่ละคนหรือแต่ละกลุ่มสร้างสรรค์ผลงานผังงานเพื่อทบทวนและสรุปความรู้และความเข้าใจ

ในหลักไวยากรณ์ที่นักเรียนได้เรียนรู้ไปในแต่ละเรื่องอย่างสม่ำเสมอ และหากมอบหมายภาระงานดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง เป็นระยะเวลาอันยาวนานจะทำให้เด็กเรียนมีความรู้สึกเบื่อหน่ายและมีเจตคติเชิงลบต่อการเรียนในรูปแบบดังกล่าวได้

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. เพื่อให้เกิดผลการศึกษาที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ควรมีการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารโดยบูรณาการเทคนิคผังงานให้กับนักเรียนในสถานศึกษาที่มีบริบทแตกต่างกันออกไป อาทิ สถาบันที่เปิดการเรียนการสอนในระดับอาชีวศึกษา เป็นต้น

2. ควรมีการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารโดยบูรณาการเทคนิคผังงานเพื่อพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านต่าง ๆ ของนักเรียน เช่น ความมีวินัย ความซื่อสัตย์สุจริต ความมุ่งมั่นในการทำงาน และการมีจิตสาธารณะ เป็นต้น เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่ชัดเจน สามารถนำไปจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของนักเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. ควรมีการประยุกต์ใช้ผังกราฟิก (Graphic organizer) แบบบูรณาการเทคนิคการเรียนรู้อตามแนวคิดการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารที่สามารถพัฒนาความสามารถด้านไวยากรณ์ภาษาอังกฤษและเจตคติที่มีต่อการเรียนไวยากรณ์ภาษาอังกฤษของนักเรียนได้เช่นเดียวกัน

เอกสารอ้างอิง

Angsilapittayakom School. (2023). *Methodology and results report according to the international standard school quality award criteria (ScQA) of the year 2023*. Chonburi : The Office of the Secondary Education Service Area Chonburi-Rayong. (In Thai)

Brown, H. D., & Lee, H. (2015). *Teaching by Principles; An Interactive Approach to Language Pedagogy*. United States : Pearson Education.

Chanaroke, U., & Niemprapan, L. (2020). The Current Issues of Teaching English in Thai Context. *EAU Heritage Journal Social Science and Humanity*, 10(2), 34-45. (In Thai)

Dos Santos, L. M. (2020). The Discussion of Communicative Language Teaching Approach in Language Classrooms. *Journal of Education and e-Learning Research*, 7(2), 104-109. <https://doi:10.20448/journal.509.2020.72.104.109>

Gardner, R. C., & Lambert, W. E. (1972). *Attitudes and Motivation: Second Language Learning*. Massachusetts : Newbury House.

Jumlongpeng, P. (2019). *Activities for learning English reading comprehension using a graphical diagram for students in grade 8*. Thesis, Master of Education Program in Curriculum and Instruction, Rajabhat Maha Sarakham University, Maha Sarakham. (In Thai)

Khaira, L. (2020). *Improving Students' Grammatical Competence by Using Cyclic Pre-Communicative and Communicative Activities*. Thesis, Master of Bahasa dan Sastra Program in Pendidikan Bahasa Inggris, Yogyakarta State University, Indonesia.

Larsen-Freeman, D. (2001). *Teaching language: From grammar to grammaring*. Boston, MA : Heinle & Heinle.

- Larsen-Freeman, D. (2011). *Techniques and Principles in Language Teaching* (3rd ed.). New York : Oxford University Press.
- McClelland, D. C. (1953). *The Achievement Motive*. New York : Appleton Century Crofts.
- Ministry of Education. (2018). *Basic Education Core Curriculum 2008 (Revised 2017)*. Retrieved January 16, 2023, from [http://opec.go.th/ckfinder/userfiles/files/general/123\(2\).pdf](http://opec.go.th/ckfinder/userfiles/files/general/123(2).pdf) (In Thai)
- Mukhtarovna, D., & Borisovna, K. (2020). Features of the Formation of Grammatical Competence. *International Journal of Progressive Sciences and Technologies (IJSAT)*, 20(2), 121-125.
- Nanquill, L. M. (2021). Changes and Challenges in the Teaching of Grammar in the Age of Disruption. *Journal of Learning and Development Studies*, 1(1), 01-06. <https://dx.doi.org/10.32996/jlds.2021.1.1.1>
- Novak, J. D., & Canas, A. J. (2006). *The Theory Underlying Concept Maps and How to Construct Them (Technical Report No. IHMC CmapTools 2006-01)*. Pensacola, FL : Institute for Human and Machine Cognition.
- Odiliobi, O. J. (2021). APPLICATION OF FLOWCHART IN TEACHING SIMPLE INTEREST TO SECONDARY SCHOOL STUDENTS; A PANACEA FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT. *COOU Journal of Educational Research*, 6(1), 301-325.
- Pahlevy, M. (2010). *Pengertian Flowchart dan Definisi Data*. England : Cambridge University Press.
- Patria, L., Sudarsono, S., & Rosnija, E. (2020). the Use of Wall Charts As Media To Teach Vocabulary. *Journal of English Educational Study (JEES)*, 3(2), 169-177.
- Phomjui, S. (2020). *Techniques for Project Assessment* (7th ed.). Bangkok: Dan Suttha Phim. (In Thai)
- Phuwarat, C., & Boonchukusol, N. (2020). The Role of Grammar Teaching In ESL Writing. *Sripatum Chonburi Journal*, 16(4), 1-9. (In Thai)
- Rosiva, S. S. (2019). *Using Flowchart Technique to Improve Students' Understanding on Indefinite and Definite Articles*. Dissertation, Doctoral of Education Program in Faculty of Education and Teacher Training, Ar-Raniry State Islamic University, Indonesia.
- Rossiter, A. (2021). *A Descriptive Grammar of English: Modern English grammar by example*. N. P. : Independently published.
- Shimchuk, A. O. (2021). BASIC PRINCIPLES OF COMMUNICATIVE GRAMMAR DURING ENGLISH LESSONS AT PRIMARY SCHOOL. *Science and Education*, 2(2), 365-369.
- Syukur, A., & Wahyono, E. (2021). The Use of Flowchart in Improving Students' Ability in Writing Paragraph. *Ethical Lingua: Journal of Language Teaching and Literature*, 8(1), 269-275.
- The Institute for the Promotion of Teaching Science and Technology. (2014). *STEM Learning Activities*. Bangkok : The Institute for the Promotion of Teaching Science and Technology. (In Thai)
- Ur, P. (2009). *Grammar Practice Activities: A Practical Guide for Teachers* (2nd ed.). England : Cambridge University Press.

ทัศนคติของพนักงานด้านวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน

ในบริษัทรับออกแบบและตกแต่งภายใน เขตกรุงเทพมหานคร

ATTITUDE OF EMPLOYEES ON THE ORGANIZATIONAL CULTURE AFFECTING WORK EFFICIENCY IN AN INTERIOR DESIGN AND DECORATION COMPANY, BANGKOK AREA

นันทพร คงสุข^{1*}, มัลลิกา ธรรมจริยาวัฒน์²

Nuntaporn Kongsuk^{1*}, Munlikar Thummajariyawat²

^{1*} นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร 10240 ประเทศไทย

^{1*} Graduate Student, Master of Business Administration, Ramkhamhaeng University, Bangkok, 10240, Thailand

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร 10240 ประเทศไทย

Assistant Professor Dr., Master of Business Administration, Ramkhamhaeng University, Bangkok, 10240, Thailand

E-mail address (Corresponding author) : ^{1*}nuntaporn.k24@gmail.com; (Author) : ²dr.munlikar@email.com

รับบทความ : 10 มีนาคม 2566 / ปรับแก้ไข : 15 พฤษภาคม 2566 / ตอรับบทความ : 16 มิถุนายน 2566

Received : 10 March 2023 / Revised : 15 May 2023 / Accepted : 16 June 2023

DOI : 10.14456/nrru-rdi.2023.27

ABSTRACT

This survey-based research aimed to 1) study demographic factors, 2) investigate attitudes that affect work efficiency, and 3) examine the influence of organizational culture on work efficiency. The research scope is defined as interior design and decoration companies in Bangkok Area. The study conducted with a sample group of 133 employees using a convenient random sampling method. The collective data was conducted using a questionnaire with a reliability coefficient of 0.973, distributed and collected individually within the research area. Data was analyzed using frequency distribution, percentage, mean, standard deviation, hypothesis testing through t-tests, one-way ANOVA for variance analysis, and multiple regression analysis. The research findings revealed that: 1) the majority of participants were males aged between 25-30 years old; single; holding a bachelor's degree; having 10 or more years of work experience; and earning an average monthly income below 10,000 baht, 2) there is a high overall attitude towards work performance, and 3) employees with different genders, ages, work experience, and average monthly incomes have varying opinions that impact work efficiency. The attitudes towards knowledge and organizational culture, in terms of reward systems, control, cooperation, direction setting, and individual empowerment, they statistically significantly impact work performance at a significance level of 0.05. They demonstrate to organizational managers the importance of an utilize it as a guideline to maintain employees working in the organization in the long term.

Keywords : Attitude of employees, Organizational culture, Work efficiency

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงสำรวจครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ 2) ศึกษาทัศนคติที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน และ 3) ศึกษาอิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน กำหนดขอบเขตพื้นที่วิจัยเป็นบริษัทรับออกแบบและตกแต่งภายใน เขตกรุงเทพมหานคร ทำการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงาน จำนวน 133 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.973 ด้วยการแจกและรับกลับคืนด้วยตนเองในพื้นที่วิจัย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยการทดสอบที วิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 25-30 ปี สถานภาพโสด จบการศึกษาปริญญาตรี มีประสบการณ์การทำงาน 10 ปีขึ้นไป และมีรายได้เฉลี่ย

ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน 2) มีทัศนคติต่อประสิทธิภาพการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก 3) พนักงานที่มีเพศ อายุ ประสบการณ์ทำงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานแตกต่างกัน สำหรับทัศนคติด้านความรู้ และวัฒนธรรมองค์กรด้านระบบการให้รางวัล ด้านการควบคุม ด้านการร่วมมือ ด้านการกำหนดทิศทาง ด้านการริเริ่มส่วนบุคคล ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งแสดงให้เห็นผู้บริหารองค์กรเห็นถึงความสำคัญของการนำไปใช้เป็นแนวทางในการรักษาพนักงานให้ทำงานในองค์กรในระยะยาว

คำสำคัญ : ทัศนคติของพนักงาน, วัฒนธรรมองค์กร, ประสิทธิภาพการทำงาน

บทนำ

การแข่งขันทางด้านธุรกิจการออกแบบและตกแต่งภายใน ผู้ดำเนินธุรกิจให้บริการออกแบบและตกแต่งภายใน จำเป็นต้องพัฒนาธุรกิจเพื่อขยายฐานลูกค้าเพิ่มเติมไปยังลูกค้าระดับกลาง-บน ถึงระดับกลุ่มคนที่มีฐานะดี (High end) ที่มีความสนใจงานออกแบบและตกแต่งภายในรูปแบบที่ผสมผสานศิลปะ (Contemporary classic) และการตกแต่งบ้านที่สะท้อนตัวตนอย่างมีระดับ (Modern classic) โดยเฉพาะกลุ่มผู้มีกำลังซื้อรุ่นใหม่ ที่เริ่มสร้างเนื้อสร้างตัว และหาที่อยู่อาศัยกันมากขึ้น มองว่าพฤติกรรมทางเลือกซื้อและตัดสินใจซื้อที่รวดเร็ว ยังคงตระหนักถึงความคุ้มค่า และสามารถตอบโจทย์การดำเนินชีวิต (Lifestyle) ของตนเองได้ จึงมีความต้องการความเป็นเอกลักษณ์อันโดดเด่น และสามารถบอกเล่าเรื่องราวความสำเร็จของตนเองผ่านที่พักอาศัย ซึ่งคาดว่าจะกำลังซื้อสำคัญของตลาดในอนาคต (Siamrath, 2021) ดังนั้น การออกแบบตกแต่งภายในที่นำไปสู่ผลงานที่มีคุณภาพได้นั้น จะต้องมีการวางแผนให้เกิดความสำเร็จด้วยปัจจัยแห่งความคิดสร้างสรรค์ในทุกมิติของผลงาน สร้างความประทับใจให้แก่ผู้ลงทุน หรือผู้พบเห็น จึงจำเป็นต้องเข้าใจกระบวนการและมีหลักการออกแบบตกแต่งภายในอย่าง ครบถ้วน ทุกองค์ประกอบทุกบริบท รอบทิศ คือ ประโยชน์ใช้สอย ความงามของรูปแบบ การจัดวาง และจิตวิทยาในงานออกแบบตกแต่งภายใน ที่ตอบสนองกับความต้องการใหม่และบริบทที่เปลี่ยนแปลงไปของสังคม สร้างสรรค์งานที่ดีมีคุณภาพอย่างเป็นระบบ (Duangsamran, 2021) ซึ่งประสิทธิผลที่สูงจะอยู่ที่ความหลากหลายของผลลัพธ์ของบุคคล ผลลัพธ์กลุ่ม และผลลัพธ์ขององค์กร เป็นปัจจัยที่สำคัญของประสิทธิผลขององค์กร เป็นความสามารถในการดำเนินงานหรือปฏิบัติการมาแล้ว ประสบผลสำเร็จ ทำให้บังเกิดผลโดยตรงและครบถ้วนตามที่เป้าหมายตั้งไว้อย่างครบถ้วนทั้งในเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ (Khuangthip, 2019)

การขับเคลื่อนวัฒนธรรมองค์กร มีความสำคัญอย่างหนึ่งที่จะช่วยความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์กร ซึ่งมักจะเชื่อมโยงพฤติกรรมองค์กร กระบวนการทำงานในองค์กร รวมถึงความเชื่อ ค่านิยม และบรรทัดฐานทางสังคม ที่ส่งผลต่อการกำหนดพฤติกรรมของสมาชิกในสังคม โดยที่ทุกคนในองค์กรต้องมีความกระตือรือร้นในการหาวิธีการที่จะมาปรับเปลี่ยนในการพัฒนาการทำงานของตนตลอดจนพฤติกรรมที่คนในองค์กรยึดถือ เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานที่มีพื้นฐานมาจากความเชื่อ ค่านิยม นั่นก็คือวัฒนธรรมองค์กร (Issarasak, 2022, pp. 9-10) เช่นเดียวกับกับบริษัทรับออกแบบและตกแต่งภายในที่จำเป็นต้องใช้บุคลากรร่วมงานจำนวนมากหลากหลายอาชีพ หลายระดับความรู้ความสามารถรวมอยู่ในที่เดียวกัน จึงทำให้แต่ละคนมีความคิดและทัศนคติที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งอาจทำให้การทำงานร่วมกันมีอุปสรรคได้ ดังนั้น สิ่งที่จะทำให้การทำงานร่วมกันเป็นหนึ่งเดียวและมีทิศทางไปในทางเดียวกันได้นั้น คือ การสร้างวัฒนธรรมองค์กรร่วมกัน โดยในการศึกษาของ Akpa, Asikhia, and Nnejiri (2021, p. 361) ได้แสดงให้เห็นว่าหากพนักงานมีความมุ่งมั่นและมีนิสัยและค่านิยมเดียวกันกับองค์กร จะสามารถ

เพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรโดยรวมได้ ซึ่งมีความเป็นไปได้ว่ามีความสอดคล้องกับพนักงานในองค์กรมีจริยธรรมการทำงานที่ชัดเจน มีความเชื่อและค่านิยมที่คล้ายคลึงกัน จะสามารถปรับตัว มีความเป็นตัวของตัวเอง และมีระบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งเพิ่มความมุ่งมั่นในการทำงานและสุดท้ายนำไปสู่ผลงานที่ดีกว่าเดิมได้ ดังนั้น การมีวัฒนธรรมองค์กรที่ดีจึงเป็นเครื่องมือทางการบริหารและการพัฒนาองค์กรรูปแบบหนึ่ง เป็นกรอบวิธีการปฏิบัติที่นอกเหนือจากกฎระเบียบที่มีอยู่ของคนที่อยู่ในองค์กรนั้น รวมถึงมีอิทธิพลต่อการประพฤติปฏิบัติของคนทำงานอยู่ในองค์กรที่สะท้อนให้เห็นถึงกระบวนการคิด การตัดสินใจ และวางแผน ยุทธศาสตร์ขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ หากองค์กรที่มีวัฒนธรรมไม่เข้มแข็งและไม่ยืดหยุ่น จะกลายเป็นอุปสรรคต่อประสิทธิภาพในการทำงานขององค์กร

ดังนั้น การศึกษาทัศนคติของพนักงานด้านวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของบริษัท รับออกแบบและตกแต่งภายใน เขตกรุงเทพมหานคร จึงเป็นการส่งเสริมให้พนักงานเกิดการรับรู้วัฒนธรรมในองค์กร ซึ่งจะมีส่วนช่วยให้เกิดความเป็นหนึ่งเดียวกันและความผูกพัน นำไปสู่ความภาคภูมิใจที่ได้เป็นสมาชิกขององค์กร ประพฤติและปฏิบัติงานเพื่อพัฒนางานให้มีคุณภาพและบรรลุเป้าหมายขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของพนักงานในบริษัทรับออกแบบและตกแต่งภายใน เขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของพนักงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานในบริษัทรับออกแบบและตกแต่งภายใน เขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานในบริษัทรับออกแบบและตกแต่งภายใน เขตกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์การวิจัย

1. ได้ทราบถึงปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ทัศนคติของพนักงานด้านวัฒนธรรมองค์กร และปัจจัยที่มีอิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กร ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานในบริษัทรับออกแบบและตกแต่งภายใน เขตกรุงเทพมหานคร
2. สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาประสิทธิภาพการทำงานในบริษัทรับออกแบบและตกแต่งภายใน เขตกรุงเทพมหานคร
3. สามารถประยุกต์ใช้ในการศึกษาวิจัยเปรียบเทียบประสิทธิภาพด้านวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อการทำงานในองค์กรที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน หรือแตกต่างกันได้

การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดในการวิจัย

ลักษณะประชากรศาสตร์ เป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับประชากร หรือประชาชนตามหลักการเป็นเหตุเป็นผล ซึ่งสามารถอธิบายตัวแปรประชากรศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 1) เพศ (Sex) เป็นตัวแปรที่มีการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมกรรมการบริโภค 2) อายุ (Age) จะช่วยในการค้นหาความต้องการที่แตกต่างกัน 3) รายได้ การศึกษา และอาชีพ (Income, education, and occupation) เป็นตัวแปรที่สำคัญตัวแปรหนึ่งที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกันในเชิงเหตุและผล (Sereerat, 1995) นอกจากนี้ สถานภาพสมรส เป็นอีกตัวแปรหนึ่งที่ต้องคำนึงถึง เพราะบริษัทที่แตกต่างจะมีวิธีการ

ตัดสินใจแตกต่างกัน (Chaiyavohan, 2019) และประสบการณ์ทำงาน ที่เกิดจากการรับรู้หรือรู้รอบด้านจากการได้เห็น ได้สัมผัส ได้ลงมือปฏิบัติบ่อย ๆ มิใช่มีความรู้ด้านวิชาการแต่เพียงอย่างเดียว การเป็นผู้มีประสบการณ์ในการทำงานสูง จะทำงานผิดพลาดน้อย สมควรที่องค์กรจะต้องรักษาบุคคลเหล่านี้ให้อยู่กับองค์กรให้นานที่สุด เพราะคนเหล่านี้ จะทำให้องค์กรพัฒนาได้เร็ว (Suksaen, 2013)

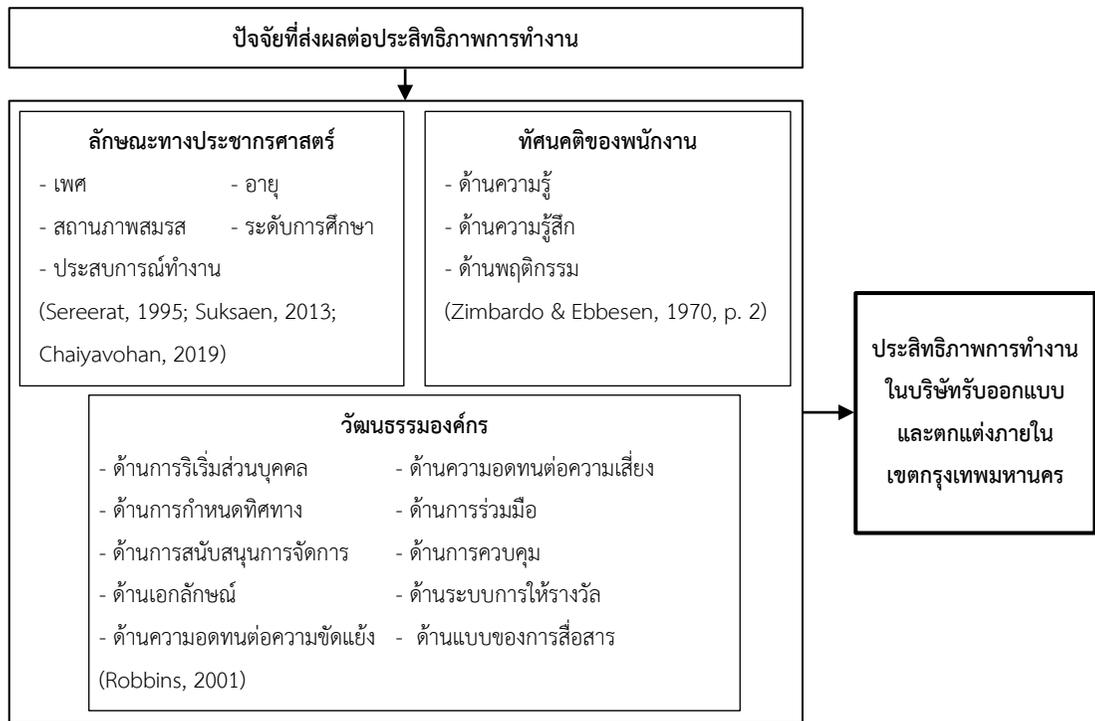
ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานตามทฤษฎีของ Peterson and Plowman (1953, pp. 145-150) ได้อธิบายถึงการดำเนินงานด้านธุรกิจ สิ่งสำคัญสินค้าต้องมีคุณภาพ การบริการต้องมีประสิทธิภาพสูงสุด จากประสิทธิภาพการทำงาน 4 ด้าน คือ 1) ด้านคุณภาพของงาน (Quality) จะต้องมีคุณภาพสูง ผู้ผลิตและผู้ใช้ ประโยชน์คุ้มค่าและมีความพึงพอใจ ผลการทำงานมีความถูกต้องได้มาตรฐาน รวดเร็ว 2) ด้านปริมาณงาน (Quantity) งานที่เกิดขึ้นจะต้องเป็นไปตามความคาดหวังของหน่วยงานโดยผลงานที่ปฏิบัติได้มีปริมาณที่เหมาะสม ตามที่กำหนดในแผนงานหรือเป้าหมายที่องค์กรวางไว้ 3) ด้านเวลา (Time) คือเวลาที่ใช้ในการดำเนินงานจะต้องอยู่ในลักษณะที่ถูกต้องตามหลักการเหมาะสมกับงานและทันสมัย มีการพัฒนาเทคนิคการทำงานให้สะดวกรวดเร็วขึ้น และ 4) ด้านค่าใช้จ่าย (Costs) ในการดำเนินการทั้งหมดจะต้องเหมาะสมกับงาน และวิธีการคือจะต้องลงทุนน้อย และได้ผลกำไรมากที่สุด ประสิทธิภาพในมิติของค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนการผลิต การใช้ทรัพยากรด้านการเงิน คน วัสดุ เทคโนโลยี ที่มีอยู่อย่างประหยัดคุ้มค่า และเกิดการสูญเสียน้อยที่สุด

ทัศนคติตามทฤษฎีของ Zimbardo and Ebbesen (1970, p. 2) สามารถแยกองค์ประกอบของทัศนคติได้ 3 ด้าน คือ 1) ด้านความรู้ (The cognitive component) คือส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคลที่เกี่ยวกับสิ่งที่ชอบ และไม่ชอบทั่วไป หากบุคคลที่มีความรู้หรือคิดว่าสิ่งใดดีมีกจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น แต่หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดีก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น 2) ด้านความรู้สึก (The affective component) คือส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่มีผลแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพของคนนั้น เป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละบุคคล 3) ด้านพฤติกรรม (The behavioral component) คือการแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งหรือบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากความรู้ความคิด และความรู้สึก จะเห็นได้ว่าการที่บุคคลมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดต่างก็เนื่องมาจากบุคคล มีความเข้าใจ มีความรู้สึก หรือมีแนวความคิดแตกต่างกันนั่นเอง

ลักษณะวัฒนธรรมองค์กรตามทฤษฎีของ Robbins (2001) ที่สำคัญมี 10 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านการริเริ่ม ส่วนบุคคล คือ ระดับของความรับผิดชอบ อิสระทางความคิดของแต่ละคนและมีโอกาสในการแสดงความคิด สร้างสรรค์ 2) ด้านความอดทนต่อความเสี่ยง คือ ระดับที่พนักงานสามารถอดทนต่อความไม่แน่นอนและการเปลี่ยนแปลงได้ กล้ายอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น รวมถึงการแสวงหาโอกาส และทดลองสิ่งใหม่ พนักงานรู้สึกว่าการกระทำ ในสิ่งที่ท้าทายอย่างเหมาะสม 3) ด้านการกำหนดทิศทาง คือ ระดับที่องค์กร กำหนดวัตถุประสงค์และความคาดหวัง ในการปฏิบัติงานที่ชัดเจน 4) ด้านการร่วมมือ คือ ระดับที่หน่วยงานในองค์กรได้รับการกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม การประสานงานและร่วมมือกัน 5) ด้านการสนับสนุนการจัดการ คือ ระดับที่ผู้จัดการได้เตรียมหรือทำการติดต่อสื่อสาร อย่างชัดเจนมีการให้การสนับสนุน และช่วยเหลือผู้ใต้บังคับบัญชา 6) ด้านการควบคุม คือ จำนวนกฎระเบียบ ปริมาณการควบคุมบังคับบัญชา โดยตรงที่ใช้ในการดูแลและควบคุมพฤติกรรมของพนักงาน 7) ด้านเอกลักษณ์ คือ ระดับของสิ่งที่สมาชิกสร้างเป็นเอกลักษณ์ขององค์กรในแบบส่วนรวมมากกว่าแบบของกลุ่มหรือความชำนาญ ด้านวิชาชีพ 8) ด้านระบบการให้รางวัล คือ ระดับของการกำหนดแนวทางการให้รางวัล เช่น การขึ้นเงินเดือน การเลื่อนตำแหน่งโดยจะอาศัยเกณฑ์จากการปฏิบัติงานหรือความอาวุโส เป็นต้น 9) ด้านความอดทนต่อความขัดแย้ง คือ ระดับของการที่พนักงานได้รับจากการกระตุ้นจากสิ่งที่ปรากฏของความขัดแย้งและการวิพากษ์วิจารณ์โดยตรง

โดยผู้ปฏิบัติงานมั่นใจว่าสามารถทนต่อความขัดแย้งหรือความแตกต่างกันได้ 10) ด้านแบบของการสื่อสาร คือ ระดับของการสื่อสารในองค์การที่ถูกจำกัด โดยระดับของคำสั่งตามสายงานอย่างเป็นทางการ รวมถึงประเภทของระบบการติดต่อสื่อสาร

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลข้างต้นมาสังเคราะห์และประยุกต์ใช้สร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพ 1



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานการวิจัย ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานในบริษัทรับออกแบบและตกแต่งภายใน เขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ทัศนคติของพนักงานและวัฒนธรรมองค์กรส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานในบริษัทรับออกแบบและตกแต่งภายใน เขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) มีวิธีดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ประชากรในการวิจัยนี้ คือพนักงานและผู้รับเหมาช่วงของบริษัทออกแบบและตกแต่งภายในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 200 คน (Personnel Department, 2021) ทำการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample size determination) กรณีที่ประชากรมีจำนวนแน่นอน (Finite population) โดยใช้สูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของ ทาโร ยามาเน กำหนดระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 0.05 และมีความเชื่อมั่นร้อยละ 95

(Yamane, 1970, pp. 580-581) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับการวิจัย เท่ากับ 133.33 หรือจำนวน 133 ตัวอย่าง ทำการสุ่มตัวอย่าง โดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Nonprobability sampling) ตามวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenient sampling) ซึ่งขึ้นอยู่กับความสมัครใจของแต่ละคนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ความคิดเห็นของพนักงานที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Checklist) ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติของพนักงาน ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงาน มีลักษณะเป็นมาตรวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert scale of 5 levels) กำหนดเกณฑ์ระดับการให้คะแนน คือ 5 คะแนน เท่ากับ มากที่สุด 4 คะแนน เท่ากับ มาก 3 คะแนน เท่ากับ ปานกลาง 2 คะแนน เท่ากับ น้อย และ 1 คะแนน เท่ากับ น้อยที่สุด (Likert, 1967, pp. 16-24) และส่วนที่ 5 การแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม มีลักษณะเป็นแบบปลายเปิด (Open ended)

ดำเนินการหาคุณภาพของแบบสอบถาม โดยเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ของคำถามแต่ละข้อ ด้วยการประเมินด้วยคะแนน 3 ระดับ ประกอบด้วย 1 คะแนน เท่ากับ แน่ใจว่ามีความสอดคล้อง 0 คะแนน เท่ากับ ไม่แน่ใจว่ามีความสอดคล้อง และ -1 คะแนน เท่ากับ แน่ใจว่าไม่มีความสอดคล้อง นำผลคะแนนมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item-objective congruence : IOC) ซึ่งแต่ละข้อจะต้องมีค่ามากกว่า 0.50 ขึ้นไป (Srisa-ard, 2017) พบว่า มีค่ามากกว่า 0.60 ทุกข้อ และทำการทดสอบ (Try out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด นำผลคะแนนที่ได้มาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha coefficient) โดยควรมีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป (Nunnally, 1978) พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.973 ทั้งฉบับ

3. การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยขอความร่วมมือกลุ่มตัวอย่างในบริษัทรับออกแบบ และตกแต่งภายใน เขตกรุงเทพมหานคร จากนั้นแจกแบบสอบถามให้เป็นรายบุคคล และขอความอนุเคราะห์ส่งกลับที่ผู้วิจัย ภายใน 1-2 วัน รวมระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ครบถ้วน จำนวน 133 ชุด เป็นเวลา 30 วัน

4. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และความคิดเห็น โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ประกอบด้วย ค่าแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean : M) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation : SD) กำหนดเกณฑ์แปลผลค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.51-5.00 หมายถึงระดับมากที่สุด 3.51-4.50 หมายถึงมาก 2.51-3.50 หมายถึงปานกลาง 1.51-2.50 หมายถึงน้อย และ 1.00-1.50 หมายถึงน้อยที่สุด (Srisa-ard, 2017, p. 121) สำหรับการทดสอบสมมติฐาน ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) ประกอบด้วย สมมติฐานที่ 1 กรณีกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มเป็นอิสระจากกัน ด้วยการทดสอบกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระจากกัน (Independent sample t-test) และกรณีกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) โดยทดสอบเปรียบเทียบความแปรปรวนของข้อมูล 2 ชุด (F-test) หากพบว่ามีค่าแตกต่างกัน ทำการวิเคราะห์ความแปรปรวนด้วยวิธีการเปรียบเทียบพหุคูณแบบ LSD (Least-significant difference) และสมมติฐานที่ 2 วิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis : MRA) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป กับตัวแปร 1 ตัว (Wanichbuncha, 2013)

ผลการวิจัย

1. การศึกษาปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ทักษะคิด และวัฒนธรรมองค์กรของพนักงานบริษัท รับออกแบบและตกแต่งภายใน เขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย 91 คน คิดเป็น ร้อยละ 68.40 มีอายุ 25-30 ปี 38 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6 สถานภาพโสด 74 คน คิดเป็นร้อยละ 55.6 ระดับการศึกษาปริญญาตรี 77 คน คิดเป็นร้อยละ 57.9 ประสบการณ์ทำงาน 10 ปีขึ้นไป 49 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท 51 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3

2. การศึกษาความคิดเห็นของพนักงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานในบริษัทรับออกแบบและ ตกแต่งภายใน เขตกรุงเทพมหานคร แสดงผลการวิจัยดังตาราง 1

ตาราง 1 ความคิดเห็นของพนักงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานในบริษัทรับออกแบบและตกแต่งภายใน เขตกรุงเทพมหานคร

รายการ	ความคิดเห็น		แปลผล
	M	SD	
1. ทักษะคิดของพนักงาน	4.31	0.733	มาก
2. วัฒนธรรมองค์กรของพนักงาน	4.24	0.577	มาก
3. ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน	4.28	0.854	มาก
รวม	4.28	0.139	มาก

จากตาราง 1 พบว่า พนักงานมีความคิดเห็นที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (M=4.28, SD=0.139) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า อยู่ในระดับมากทุกประเด็น โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้คือ ทักษะคิดของพนักงาน (M=4.31, SD=0.733) ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน (M=4.28, SD=0.854) และวัฒนธรรมองค์กรของพนักงาน (M=4.24, SD=0.577) ตามลำดับ

3. การศึกษาอิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานในบริษัทรับออกแบบ และตกแต่งภายใน เขตกรุงเทพมหานคร แสดงผลการทดสอบสมมติฐานดังตาราง 2 ถึงตาราง 9

ตาราง 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานในบริษัทออกแบบและตกแต่ง ภายใน เขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน กรณีกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มเป็นอิสระต่อกัน

เพศ	M	SD	df	t	Sig.	ผลการทดสอบ
ชาย	4.45	0.801	131	3.827*	0.000	แตกต่างกัน
หญิง	3.92	0.583				

* p<0.05

จากตาราง 2 พบว่า พนักงานที่มีเพศต่างกัน (Sig.=0.000) มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการทำงาน ในบริษัทรับออกแบบและตกแต่งภายใน เขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน โดยพนักงานเพศชาย (M=4.45) มีความ คิดเห็นต่อประสิทธิภาพการทำงานมากกว่าพนักงานเพศหญิง (M=3.92) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 3 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานในบริษัทออกแบบและตกแต่งภายใน เขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน กรณีกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	M	SD	F	Sig.	ผลการทดสอบ
อายุ	4.28	0.417	2.594*	0.029	แตกต่างกัน
ประสบการณ์ทำงาน	4.19	0.142	2.801*	0.043	แตกต่างกัน
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	4.35	0.653	3.177*	0.026	แตกต่างกัน

* p<0.05

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยรายคู่ของอายุกับประสิทธิภาพการทำงานในบริษัทรับออกแบบและตกแต่งภายใน เขตกรุงเทพมหานคร

อายุ	M	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
		4.28	4.27	4.69	4.23	4.52	3.88
(1) ต่ำกว่า 25 ปี	4.28	-	0.008	0.409	0.057	0.234	0.403
(2) 25-30 ปี	4.27		-	0.417	0.049	0.242	0.395
(3) 31-35 ปี	4.69			-	0.466*	0.176	0.812*
(4) 36-40 ปี	4.23				-	0.290	0.347
(5) 41-45 ปี	4.52					-	0.637*
(6) 45 ปีขึ้นไป	3.88						-

* p<0.05

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยรายคู่ของประสบการณ์ทำงานกับประสิทธิภาพการทำงานในบริษัทรับออกแบบและตกแต่งภายใน เขตกรุงเทพมหานคร

ประสบการณ์ทำงาน	M	(1)	(2)	(3)	(4)
		4.19	4.30	4.57	4.08
(1) 1-2 ปี	4.19	-	0.110	0.379	0.108
(2) 2-5 ปี	4.30		-	0.269	0.219
(3) 6-10 ปี	4.57			-	0.488*
(4) 10 ปีขึ้นไป	4.08				-

* p<0.05

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยรายคู่ของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับประสิทธิภาพการทำงานในบริษัทรับออกแบบและตกแต่งภายใน เขตกรุงเทพมหานคร

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	M	(1)	(2)	(3)	(4)
		4.35	4.53	3.97	4.12
(1) ต่ำกว่า 10,000 บาท	4.35	-	0.185	0.374*	0.227
(2) 10,001-20,000 บาท	4.53		-	0.560*	0.413
(3) 20,001-30,000 บาท	3.97			-	0.147
(4) 30,000-40,000 บาท	4.12				-
(5) 40,001 บาทขึ้นไป	0.00				-

* p<0.05

จากตาราง 3 ถึงตาราง 6 พบว่า พนักงานที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการทำงานในบริษัทรับออกแบบและตกแต่งภายใน เขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 1) อายุที่ต่างกัน (Sig.=0.029) มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการทำงาน แตกต่างกัน เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ (LSD) พบว่า อายุ 31-35 ปี (M=4.69) มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการทำงานมากกว่าอายุ 36-40 ปี (M=4.23) และ 45 ปีขึ้นไป (M=3.88) ส่วนอายุ 41-45 ปี (M=4.52) มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการทำงานมากกว่าอายุ 45 ปีขึ้นไป (M=3.88) 2) ประสบการณ์ทำงานที่ต่างกัน (Sig.=0.043) มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการทำงาน แตกต่างกัน เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ (LSD) พบว่า ประสบการณ์ทำงาน 6-10 ปี (M=4.57) มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการทำงานมากกว่า 10 ปีขึ้นไป (M=4.08) และ 3) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน (Sig.=0.026) มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการทำงาน แตกต่างกัน เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (LSD) พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท (M=4.35) มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการทำงาน มากกว่า 20,001-30,000 บาท (M=3.97) และ 10,001-20,000 บาท (M=4.53) มากกว่า 20,001-30,000 บาท (M=3.97) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 7 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานในบริษัทออกแบบและตกแต่งภายใน เขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน กรณีกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	M	SD	F	Sig.	ผลการทดสอบ
สถานภาพ	4.37	0.589	1.271	0.284	ไม่แตกต่างกัน
การศึกษา	4.26	0.698	0.180	0.835	ไม่แตกต่างกัน

* p<0.05

จากตาราง 7 พบว่า พนักงานที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการทำงานในบริษัทรับออกแบบและตกแต่งภายใน เขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย สถานภาพ (Sig.=0.284) และการศึกษา (Sig.=0.835) ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 8 ทศนคติของพนักงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานในบริษัทรับออกแบบและตกแต่งภายใน เขตกรุงเทพมหานคร

ทศนคติ	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	1.770	0.388		4.558	0.000
ด้านความรู้ (X ₁)	0.563	0.082	0.627	6.846*	0.000
ด้านความรู้สึก (X ₂)	-0.057	0.110	-0.050	-0.519	0.605
ด้านพฤติกรรม (X ₃)	0.092	0.105	0.078	0.877	0.382

R=0.642, R²=0.412, Adjusted R²=0.398, F=30.131, Sig.=0.000

* p<0.05

จากตาราง 8 พบว่า ด้านความรู้ (Beta=0.627) ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 39.8 โดยพบว่า หากพนักงานมีทศนคติด้านความรู้ในระดับมาก จะส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานเพิ่มมากขึ้น และสมการพยากรณ์ความรู้เมื่อทราบประสิทธิภาพการทำงาน ดังนี้

$$Y = 1.770 + 0.563X_1 - 0.057X_2 + 0.092X_3$$

ส่วนทัศนคติของพนักงานด้านความรู้สึกล (Beta=-0.519) และด้านพฤติกรรม (Beta=0.0.78) ไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน

ตาราง 9 วัฒนธรรมองค์กรส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานในบริษัทออกแบบและตกแต่งภายใน เขตกรุงเทพมหานคร

วัฒนธรรมองค์กร	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	0.486	0.269		1.803	0.074
ด้านการริเริ่มส่วนบุคคล (X ₄)	0.226	0.102	-0.215	-2.205*	0.029
ด้านความอดทนต่อความเสี่ยง (X ₅)	-0.015	0.101	-0.013	-0.145	0.885
ด้านการกำหนดทิศทาง (X ₆)	0.246	0.095	0.195	2.583*	0.011
ด้านการร่วมมือ (X ₇)	0.239	0.108	0.199	2.224*	0.028
ด้านการสนับสนุนการจัดการ (X ₈)	-0.144	0.112	-0.123	-1.282	0.202
ด้านการควบคุม (X ₉)	0.270	0.105	0.250	2.573*	0.011
ด้านเอกลักษณ์ (X ₁₀)	0.046	0.093	0.038	0.492	0.623
ด้านระบบการให้รางวัล (X ₁₁)	0.548	0.067	0.602	8.156*	0.000
ด้านความอดทนต่อความขัดแย้ง (X ₁₂)	0.061	0.098	0.060	0.628	0.531
ด้านแบบของการสื่อสาร (X ₁₃)	-0.130	0.105	-0.122	-1.243	0.216

R=0.881, R²=0.776, Adjusted R²=0.757, F=4.2190, Sig.=0.000

* p<0.05

จากตาราง 9 พบว่า ด้านระบบการให้รางวัล (Beta=0.602) ด้านการควบคุม (Beta=0.250) ด้านการร่วมมือ (Beta=0.199) ด้านการกำหนดทิศทาง (Beta=0.195) ด้านการริเริ่มส่วนบุคคล (Beta=-0.215) ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 75.7 โดยพบว่า หากพนักงานมีทัศนคติต่อวัฒนธรรมองค์กรในด้าน การริเริ่มส่วนบุคคล ด้านการกำหนดทิศทาง ด้านการร่วมมือ ด้านการควบคุม และด้านระบบการให้รางวัลในระดับมาก จะส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานมากขึ้น และสมการพยากรณ์ด้านการริเริ่มส่วนบุคคล ด้านการกำหนดทิศทาง ด้านการร่วมมือ ด้านการควบคุม และด้านระบบการให้รางวัลเมื่อทราบประสิทธิภาพการทำงาน ดังนี้

$$Y = 0.486 - 0.226X_4 - 0.015X_5 + 0.246X_6 + 0.239X_7 - 0.144X_8 + 0.270X_9 + 0.046X_{10} + 0.548X_{11} + 0.061X_{12} - 0.130X_{13}$$

ส่วนด้านความอดทนต่อความขัดแย้ง (Beta=0.060) ด้านเอกลักษณ์ (Beta=0.038) ด้านความอดทนต่อความเสี่ยง (Beta=-0.13) ด้านการสนับสนุนการจัดการ (Beta=-0.123) และด้านแบบของการสื่อสาร (Beta=-0.122) ไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน

อภิปรายผล

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของพนักงานในบริษัทออกแบบและตกแต่งภายใน เขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นผู้ชายที่มีอายุอยู่ในช่วงวัยกำลังทำงานและยังโสด โดยจบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีประสบการณ์ทำงาน 10 ปีขึ้นไป และมีรายได้เฉลี่ยเพียง 10,000 บาทต่อเดือน ซึ่งเป็นเกณฑ์ตามตัวแปรที่สำคัญและเป็นที่ยอมรับนำมาใช้ในการกำหนดลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ทั้งสิ้น ดังที่ ชัยมงคล อินโต (Into, 2020, p. 23) ได้สรุปถึงลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ

ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ เป็นต้น จะทำให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการแสดงออกทางด้านอารมณ์ความรู้สึกแตกต่างกัน ซึ่ง Monti et al. (2023, p. 2778) ได้แสดงให้เห็นความคล้ายคลึงทางประชากรศาสตร์ที่ไม่ได้เกิดขึ้นเพียงแค่อะไรก็ตามจากความสนใจที่เหมือนกัน สิ่งที่สำคัญที่สุดคือการแบ่งแยกเชื้อชาตินี้ เกิดขึ้นโดยผู้ที่ไม่สามารถสังเกตคุณสมบัติทางประชากรศาสตร์ได้โดยตรงและไม่มีผลกระทบที่เป็นสื่อกลาง เช่น การแบ่งแยกตัวทางภูมิศาสตร์ เป็นต้น สำหรับการอธิบายทางเลือกสำหรับการแยกแยะทางอารมณ์จะเพิ่มขึ้นในบทบาทของปัจจัยทางด้านประชากร (Bradley & Chauchard, 2022; Phillips, 2022)

พนักงานมีความคิดเห็นที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานในประเด็นเกี่ยวกับทัศนคติระดับมากเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ประสิทธิภาพในการทำงาน และวัฒนธรรมองค์กร ทั้งนี้เกิดจากการที่พนักงานมีความต้องการที่จะแสดงความรู้สึกเพื่อถ่ายทอดให้กับองค์กรได้รับรู้ถึงความรู้ความสามารถที่พนักงานมีอยู่และต้องการที่จะนำมาใช้ในการปฏิบัติงานให้เกิดผลลัพธ์ต่อการดำเนินงานให้กับองค์กร อันจะนำไปสู่ผลประกอบการที่เพิ่มขึ้นและสามารถสร้างคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ดีขึ้นให้ยาวนานได้ ซึ่งในงานวิจัยของ นวรัตน์ เพชรพรม (Phetprom, 2019) พบว่า คุณภาพชีวิตในการทำงานด้านความเป็นประโยชน์ต่อสังคมส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานในภาพรวมมากที่สุด ขณะที่ในงานวิจัยของ Elshaer et al. (2023, p. 330) พบว่า ความเชื่อและความรู้ที่สั่งสมมาของพนักงานส่งผลต่อการรับรู้ความเสี่ยงและทัศนคติต่อความเสี่ยง ที่สำคัญคือการรับรู้ความเสี่ยงมีบทบาทเป็นตัวกลางระหว่างโครงสร้างที่กำหนดและทัศนคติต่อความเสี่ยงของพนักงาน นอกจากนี้ การทำให้ผู้คนมีความเข้าใจและมีความรู้ในองค์กร คือแรงขับเคลื่อนภายในของพนักงานในการปฏิบัติงาน พนักงานจะรู้สึกถึงการมีความเข้าใจและความรู้ในงานที่สำคัญของตนซึ่งต้องใช้ทักษะและความสามารถ อย่างไรก็ตาม ในงานวิจัยของ Bhatti et al. (2023) มีผลลัพธ์ที่ยืนยันสมมติฐานเบื้องต้นว่ามีความสัมพันธ์ที่เป็นบวกระหว่างการบังคับใช้งานที่ทำให้ถูกละเว้นในสถานที่ทำงานและพฤติกรรมซ่อนความรู้ โดยชี้ให้เห็นว่าการบังคับใช้งานที่ถูกละเว้นที่สถานที่ทำงานเป็นภัยคุกคามที่แท้จริงต่อองค์กรที่มุ่งเน้นการส่งเสริมพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ อีกทั้งยังเปิดเผยว่าความต้องการความมั่นใจในความสามารถและความเครียดทางจิตใจเป็นกลไกที่อยู่ในพื้นฐานของความสัมพันธ์เบื้องต้นนี้

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ ประสบการณ์ทำงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลที่ส่งผลในทิศทางบวกเพิ่มขึ้นอย่างแตกต่างกันต่อประสิทธิภาพการทำงาน รวมไปถึงทัศนคติด้านความรู้ และวัฒนธรรมองค์กรด้านระบบการให้รางวัล ด้านการควบคุม ด้านการร่วมมือ ด้านการกำหนดทิศทาง ด้านการริเริ่มส่วนบุคคล ก็มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานเพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นกัน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการเป็นองค์ประกอบที่มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อบริบทและสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานของพนักงานให้มีประสิทธิภาพเกิดผลิตผลที่มีคุณภาพต่อองค์กร ดังนั้น การทำให้ผู้คนมีความเข้าใจและความรู้ในองค์กร (Psychological empowerment) กลายเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากเนื่องจากผลกระทบที่เกี่ยวข้องกับผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์สำหรับบุคคลและองค์กร ดังเช่นผลกระทบที่เป็นบวกของการมีความเข้าใจและความรู้ในองค์กรต่อความพึงพอใจในงาน ซึ่งความเข้าใจทางจิตวิทยาประกอบด้วยสี่มิติหลัก ได้แก่ ความหมาย (ค่าความหมายของงานสำหรับบุคคล), ความสามารถ (ความสามารถในการทำงาน), ความเป็นตัวเอง (ความเป็นอิสระ), และผลกระทบ (ความสามารถในการมีผลต่อผลลัพธ์) (Shah et al., 2019) ซึ่งในงานวิจัยของ Zhao, Chen, and Liu (2023, p. 929) ยังพบว่า ความพอใจของบุคคลต่อองค์กร (Person-organization fit) มีบทบาทในการแก้ไขผลกระทบอ้อมถึงของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่สนับสนุนสิทธิทางเพศและสิทธิส่วนบุคคล (Sexual and reproductive health and rights management : SRHRM) ต่อการแสดงเสียงสรรเสริญทางจริยธรรม (Moral voice) ผ่านการกระตุ้นแรงจูงใจที่เป็นอิสระ (Autonomous motivation)

โดยที่ผลกระทบอ้อมถึงนั้นมีผลมากขึ้นสำหรับระดับความเข้ากันได้ของบุคคลต่อองค์กรที่มีค่าสูงกว่าระดับความเข้ากันได้ของบุคคลต่อองค์กรที่มีค่าต่ำ นอกจากนี้ ผลการวิจัยของ Abdullah and AL-Abrow (2023) สนับสนุนแนวทางเชิงบวกและเชิงลบของการรับรู้ทัศนคติ และพฤติกรรม โดยบ่งชี้ว่าการรับรู้และทัศนคติเชิงบวกเป็นตัวทำนายพฤติกรรมเชิงลบที่ดี ในขณะที่การรับรู้และทัศนคติเชิงลบก็ทำนายพฤติกรรมเชิงบวกเช่นกัน สิ่งนี้บ่งชี้ว่าการได้รับผลลัพธ์ที่ดีที่สุดของพฤติกรรมในที่ทำงานควรผ่านการเสริมความแข็งแกร่งให้กับแพ็คเกจของตัวแปรเชิงบวกและลดแพ็คเกจของตัวแปรเชิงลบ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย สถานภาพ และการศึกษา ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน ไม่แตกต่างกัน โดยมีทัศนคติด้านความรู้สึก ด้านพฤติกรรม และวัฒนธรรมองค์กรด้านความอดทนต่อความขัดแย้ง ด้านเอกลักษณ์ ด้านความอดทนต่อความเสี่ยง ด้านการสนับสนุนการจัดการ ด้านแบบของการสื่อสาร ไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อประสิทธิภาพในการทำงานทั้งสิ้น ดังนั้น องค์กรจึงควรมุ่งเน้นการเสริมสร้างและพัฒนาสมรรถนะให้กับพนักงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งทักษะทางด้านคุณลักษณะนิสัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารและความอดทนต่อสภาพแวดล้อมในการทำงาน และจำเป็นต้องสร้างสรรค์ ออกแบบ พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นได้ตรงตามความต้องการของผู้รับบริการในทุกระดับด้วยความจริงใจ ส่งผลให้เกิดความจงรักภักดีต่อผลิตภัณฑ์และบริการขององค์กรได้ต่อเนื่องและยาวนาน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยสนับสนุนกระบวนการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพต่อการทำงานสำหรับพนักงานออกแบบและตกแต่งภายในประเทศไทย
2. ควรศึกษารูปแบบการพัฒนาทักษะที่จำเป็นสำหรับบัณฑิตนักบริหารวิชาชีพในประเทศไทย

เอกสารอ้างอิง

- Abdullah, H. O., & AL-Abrow, H. (2023). Predicting positive and negative behaviors at the workplace: Insights from multi-faceted perceptions and attitudes. *Global Business and Organizational Excellence*. <https://doi.org/10.1002/joe.22179>
- Akpa, V. O., Asikhia, O. U., & Nnejiri, N. E. (2021). Organizational culture and organizational performance: A review of literature. *International Journal of Advances in Engineering and Management*, 3(1), 361-372. DOI: 10.35629/5252-0301361372
- Bhatti, S. H., Hussain, M., Santoro, G., & Culasso, F. (2023). The impact of organizational ostracism on knowledge hiding: analysing the sequential mediating role of efficacy needs and psychological distress. *Journal of Knowledge Management*, 27(2), 485-505. <https://doi.org/10.1108/JKM-03-2021-0223>
- Bradley, M., & Chauchard, S. (2022). The Ethnic Origins of Affective Polarization: Statistical Evidence from Cross-National Data. *Frontiers in Political Science*, 64.

- Chaiyavohan, C. (2019). *Tourist satisfaction toward Nang-ane cave, Thakaek District, Khmmoune Province, LAO PDR*. A Individual Study, Master of Arts Program in Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University, Bangkok. (In Thai)
- Duangsamran, K. (2021). Creative planning for interior design with quality. *Journal of Arts of Management*, 5(1), 206-217. (In Thai)
- Elshaer, A. M., Marzouk, A. M., & Khalifa, G. S. (2023). Antecedents of employees' perception and attitude to risks: the experience of Egyptian tourism and hospitality industry. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 24(3), 330-358.
- Into, C. (2020). *Factors Influencing Decision Making in Lathe Service, A Case Study of Students in Phitsanulok*. Thesis, Master of Business Program in Business Administration, Naresuan University, Phitsanulok. (In Thai)
- Issarasak, A. (2022). *Key Factors of Corporate Culture that Related to Personnel Work Efficiency in Working from Home (WFH)*. The Independent Study, Master of Management Program in College of Management, Mahidol University, Nakhon Pathom. (In Thai)
- Khuangthip, T. (2019). *Academic Administrative Factor Effecting the Effectivness of Instructional Management of Civil Servant Teacher Under the Secondary educational Service Area Office 23*. Thesis, Master of Educational Program in Educational Administration, Sakon Nakhon Rajabhat University, Sakon Nakhon. (In Thai)
- Likert, R. (1967). The Method of Constructing and Attitude Scale. In Reading in Fishbein, M (Ed.), *Attitude Theory and Measurement* (pp. 90-95). New York : Wiley & Son.
- Monti, C., D'Ignazi, J., Starnini, M., & De Francisci Morales, G. (2023, April). Evidence of Demographic rather than Ideological Segregation in News Discussion on Reddit. In Proceedings of the ACM Web Conference 2023 (pp. 2777-2786). <https://doi.org/10.1145/3543507.3583468>
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory*. New York : McGraw-Hill Book Company.
- Personnel Department. (2021). *The number of personnel in interior design and decoration companies within the Bangkok Metropolitan Area in the year 2021*. (Mimneograph). (In Thai)
- Peterson, E., & Plowman, G. E. (1953). *Business Organization and Management*. Illinois : Irwin.
- Phetprom, N. (2019). *Organizational culture and quality of work life that affect operational efficiency. Employees of Thailand Post Company Limited*. Independent Study, Master of Business Administration Program in General Management, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi. (In Thai)
- Phillips, J. (2022). Affective polarization: Over time, through the generations, and during the lifespan. *Political Behavior*, 44(3), 1483-1508. <https://doi.org/10.1007/s11109-022-09784-4>
- Robbins, S. P. (2001). *Organizational Behavior* (9th ed.). Upper Saddle River, NJ : Prentice-Hall.
- Sereerat, S. (1995). *Consumer Behavior*. Bangkok : Pattana Suksa. (In Thai)

- Shah, T. A., Khattak, M. N., Zolin, R., & Shah, S. Z. A. (2019). Psychological empowerment and employee attitudinal outcomes: The pivotal role of psychological capital. *Management Research Review*, 42(7), 797-817. <https://doi.org/10.1108/MRR-05-2018-0194>
- Siamrath. (2021). "LA Interior" looks at the interior design business without affecting the measure to close the construction camp, highlighting the O2O Marketing strategy. Retrieved May 19, 2022, from <https://siamrath.co.th/n/259974> (In Thai)
- Srisa-ard, B. (2017). *Preliminary research* (10th ed.). Bangkok : Suweeriyasan. (In Thai)
- Suksaen, S. (2013). *Techniques for effective work*. Retrieved May 19, 2022, from <https://bongkotsakorn.wordpress.com/2013/06/06/เทคนิคการทำงานให้ประสบความสำเร็จ/> (In Thai)
- Wanichbuncha, K. (2013). *Statistical Analysis : Statistics for Administration and Research* (14th ed.). Bangkok : Chulalongkorn University Printing House. (In Thai)
- Yamane, T. (1970). *Statistic : an Introductory Analysis* (2nd ed.). New York : Harper & Row.
- Zhao, H., Chen, Y., & Liu, W. (2023). Socially responsible human resource management and employee moral voice: based on the self-determination theory. *Journal of Business Ethics*, 183(3), 929-946. <https://doi.org/10.1007/s10551-022-05082-5>
- Zimbardo, P. G., & Ebbesen, E. (1970). *Influence Attitude and Changing Behavior Massachusetts*. Wesley : Mass Reading Addison.

การพัฒนาระบบสำหรับติดตามการส่งข้อมูลสุขภาพผู้ป่วยกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง กรณีศึกษา
ชุมชนเมืองเพชรบูรณ์

**A SYSTEM DEVELOPMENT FOR THE TRANSMISSION OF HEALTH
INFORMATION IN PATIENTS MONITORING NON-COMMUNICABLE
DISEASES (NCDS): A CASE STUDY OF THE MUANG PHETCHABUN
COMMUNITY**

ศุภรัตน์ แก้วเสริม^{1*}, เอ็ม สายคำหน่อ²

Suparat Kaewserm^{1*}, Em Saikamnor²

^{1,2}อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
จังหวัดเพชรบูรณ์ 67000 ประเทศไทย

^{1,2}Lecturer in Bachelor of Business Administration Program in Business Computer, Faculty of Management Science
Phetchabun Rajabhat University, Phetchabun Province, 67000, Thailand

E-mail address (Corresponding author) : ^{1*}suparat.kae@pcru.ac.th; (Author) : ²em.sai@pcru.ac.th

รับบทความ : 4 เมษายน 2566 / ปรับแก้ไข : 6 มิถุนายน 2566 / ตอรับบทความ : 21 มิถุนายน 2566

Received : 4 April 2023 / Revised : 6 June 2023 / Accepted : 21 June 2023

DOI : 10.14456/nrru-rdi.2023.28

ABSTRACT

Modern technology has been used as a tool to increase channels for monitoring health information from patients to healthcare providers in order to prepare suitable activities before the scheduled day of medication. The objectives of this research were to develop a system for monitoring health information from non-communicable disease (NCD) patients and to study satisfaction with the system's effectiveness. The sample consisting of 51 individuals selected using a purposive sampling and 349 individuals through a cluster sampling, totaling 400 individuals. The instruments used were an unstructured interview, a need survey, and a satisfaction assessment with an index of consistency between 0.67-1.00. Data were collected by meeting, training, and evaluating the satisfaction after using the system. Data was analyzed using statistics to determine mean and standard deviation. The findings indicated that the developed system was divided into two parts: a system for monitoring the transmission of health information for patients, and a system for administrators and medical personnel. Overall satisfaction with the system's effectiveness among the sample was at a high level ($\bar{X} = 3.97$, S.D.=0.72). Thus, using technology to record health information could reduce working redundancy in the medical personnel and waiting time for service and alleviate congestion problems within hospitals.

Keywords : Non-communicable diseases, Self-monitoring, Health information tracking system

บทคัดย่อ

การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเป็นเครื่องมือในการเพิ่มช่องทางการติดตามการส่งข้อมูลสุขภาพจากผู้ป่วยถึงผู้รักษาเพื่อเตรียมกิจกรรมที่เหมาะสมล่วงหน้าก่อนถึงวันนัดรับยา นำมาสู่วัตถุประสงค์ในการทำวิจัยเพื่อพัฒนาระบบสำหรับติดตามการส่งข้อมูลสุขภาพผู้ป่วยกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง และศึกษาความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพการใช้งานระบบสำหรับติดตามการส่งข้อมูลสุขภาพผู้ป่วยกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง 51 คน และการสุ่มแบบกลุ่ม 349 คน รวม 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง โดยที่แบบสำรวจความต้องการ และแบบประเมินความพึงพอใจมีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.67-1.00 เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการจัดประชุม จัดอบรม และประเมินความพึงพอใจหลังใช้งานระบบ และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ระบบที่พัฒนาขึ้นแบ่งการใช้งานออกเป็น 2 ระบบ คือ ระบบสำหรับติดตามการส่งข้อมูลสุขภาพ

สำหรับผู้ป่วย และระบบสำหรับผู้ดูแลระบบและบุคลากรทางการแพทย์ โดยภาพรวมของผู้ใช้มีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพการใช้งานระบบ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.97$, $S.D.=0.72$) ดังนั้น การนำเทคโนโลยีมาใช้สำหรับบันทึกข้อมูลสุขภาพ ช่วยลดความซ้ำซ้อนในการทำงานของบุคลากรทางการแพทย์ ลดระยะเวลาการคอยการให้บริการ และลดปัญหาความแออัดภายในโรงพยาบาลได้

คำสำคัญ : โรคไม่ติดต่อเรื้อรัง, ข้อมูลสุขภาพ, ระบบติดตามการส่งข้อมูลสุขภาพ

บทนำ

กลุ่มโรค NCDs (Non communicable diseases) หรือโรคไม่ติดต่อเรื้อรังเป็นปัญหาสุขภาพอันดับหนึ่งของโลก ทั้งในมิติของจำนวนการเสียชีวิตและภาระโรคโดยรวม จากการรายงานข้อมูลขององค์การอนามัยโลก (World health organization : WHO) พบประชากรทั่วโลกเสียชีวิตจากกลุ่มโรค NCDs มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจาก 38 ล้านคน (คิดเป็นร้อยละ 68 ของสาเหตุการเสียชีวิตทั้งหมดของประชากรโลก) ในปี พ.ศ. 2555 เพิ่มขึ้นเป็น 41 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2559 โดยกลุ่มโรค NCDs ที่พบการเสียชีวิตมากที่สุด ได้แก่ โรคหัวใจและหลอดเลือด ร้อยละ 44 รองลงมาคือโรคมะเร็ง ร้อยละ 22 โรคทางเดินหายใจเรื้อรัง ร้อยละ 9 และโรคเบาหวาน เป็นร้อยละ 4 ตามลำดับ ซึ่งในแต่ละปีพบผู้เสียชีวิตจากโรค NCDs ในกลุ่มอายุ 30-69 ปี หรือเรียกว่า “การเสียชีวิตก่อนวัยอันควร” มากถึง 15 ล้านคน (Division of Non Communicable Diseases, 2020, pp. 1-7) ปัญหาดังกล่าวก่อให้เกิดความสูญเสียต่อสุขภาพ ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างรุนแรง โดยองค์การอนามัยโลกได้กล่าวถึงกลุ่มโรค NCDs สามารถป้องกัน ควบคุมหรือชะลอได้ ถ้ามีมาตรการดำเนินการลดปัจจัยเสี่ยงในการดำเนินวิถีชีวิต สร้างความตระหนักรู้ถึงความเสี่ยงต่อสุขภาพ ส่งเสริมการรับประทานอาหารที่เหมาะสม (World Health Organization, 2016, pp. 34-43)

คลินิกหมอครอบครัว โรงพยาบาลเพชรบูรณ์ สาขาคลองศาลา มีแพทย์เวชศาสตร์ครอบครัวร่วมกับทีมสหวิชาชีพทั้งหมด 3 ทีม ให้การดูแลอย่างต่อเนื่องตั้งแต่แรกเกิดถึงวัยผู้สูงอายุ ซึ่งปัจจุบันคลินิกหมอครอบครัวมีจำนวนผู้ป่วยเข้าใช้บริการจำนวนมากต่อวัน โดยมีการให้บริการผู้ป่วยตามคู่มือระบบบริการผู้ป่วยเบาหวาน ความดันโลหิตสูงวิถีใหม่แบบยึดประชาชนเป็นศูนย์กลางในการปฏิบัติงาน (Division of Medical Technical and Academic Affairs, Department of Medical Services, Ministry of Public Health, 2020, pp. 2-17) ซึ่งการปรับรูปแบบและระบบบริการ (Service delivery) ที่เป็นองค์ประกอบหนึ่งของกรอบแนวคิดระบบสุขภาพ WHO-6 building blocks (World Health Organization, 2010, pp. 5-7) เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์การระบาดของโรคติดต่อระบบทางเดินหายใจ โดยใช้หลักการระบบการจัดการบริการสุขภาพไปสู่ระบบที่ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง การสนับสนุนให้ผู้ป่วยหรือญาติผู้ป่วยบันทึกข้อมูลสุขภาพตนเองด้วยตนเอง การปรับรูปแบบการทำงานให้เหมาะสมกับบริบทของบุคลากรที่ทำงานในคลินิกหมอครอบครัวในโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล การพัฒนาระบบสารสนเทศหรือใช้ระบบสารสนเทศเพื่อช่วยในการสื่อสารข้อมูล 2 ทาง และแบ่งกลุ่มผู้ป่วยตามระดับความเสี่ยงทางคลินิก จัดให้มีการปรับระบบเภสัชกรรม คลังยา และการส่งยาที่เหมาะสม การปรับระบบการจ่ายค่าตอบแทนการให้บริการจากกองทุนหลักประกันสุขภาพเพื่อการจัดบริการวิถีใหม่ และการอภิบาลระบบ เมื่อเกิดสถานการณ์การระบาดของโรคติดต่อไวรัสโคโรนา 2019 โดยจะต้องให้ความสำคัญตามหลักความปลอดภัยทั้งผู้ป่วยและบุคลากร ดังนั้น การลดความแออัดภายในโรงพยาบาลจึงมีความสำคัญเป็นอันดับแรกของการปรับระบบบริการสุขภาพ (The Healthcare Accreditation Institute (Public Organization), 2018, pp. 1-9)

พื้นฐานของเทคโนโลยีมีประโยชน์ในระบบการบริหารจัดการข้อมูลและสร้างข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับชุมชน (Lukita, 2020, p. 40) เพื่อให้การส่งมอบข้อมูลเป็นไปอย่างแม่นยำ โปร่งใส มีความรับผิดชอบ และเป็นปัจจุบันด้วยกระบวนการพัฒนาซอฟต์แวร์เพื่อสร้างระบบที่จะซ่อมแซมหรือแทนที่ระบบเดิม ผ่านการออกแบบและการนำเสนอระบบการจัดการข้อมูลและกำกับดูแลได้เป็นอย่างดี (Hendriyati et al., 2022, p. 1) ดังนั้นการนำเทคโนโลยีมาใช้พัฒนาระบบเพื่ออำนวยความสะดวกต่อการปฏิบัติงานจึงเป็นวิธีการเพิ่มช่องทางในการติดตามสืบค้น และเรียกดูรายงานการบันทึกข้อมูลสุขภาพผ่านระบบออนไลน์ สนับสนุนให้ผู้ป่วยหรือญาติผู้ป่วยสามารถบันทึกข้อมูลสุขภาพผ่านระบบด้วยตนเอง เพื่อนำส่งข้อมูลจากผู้ป่วยถึงผู้รักษาให้สามารถเรียกดูรายงานแทนการจดบันทึกได้อย่างสะดวก และส่งข้อมูลสุขภาพจากผู้ป่วยไปสู่ผู้ดูแลผ่านแอปพลิเคชันหรือฝากอาสาสมัครสาธารณสุขนำส่งถึงผู้รักษา เพื่อเตรียมการจัดกิจกรรมที่เหมาะสมล่วงหน้าก่อนถึงวันนัด และสอดคล้องกับความต้องการช่องทางสำหรับปรับพฤติกรรมตามระดับความเสี่ยงทางคลินิกของผู้เข้าร่วมโครงการ โดยบุคลากรทางการแพทย์สามารถบันทึกการปรับและกระตุ้นพฤติกรรมมารับประทานอาหาร เครื่องดื่ม การออกกำลังกาย การพักผ่อนผ่านระบบ ได้จริง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาระบบสำหรับติดตามการส่งข้อมูลสุขภาพผู้ป่วยกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจการใช้งานระบบสำหรับติดตามการส่งข้อมูลสุขภาพผู้ป่วยกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง

ประโยชน์การวิจัย

1. เพิ่มช่องทางการติดตามสถานะของผู้ป่วยกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรังได้รวดเร็วขึ้น โดยระบบสามารถจัดทำรายงานการส่งข้อมูลสุขภาพสำหรับประกอบการเตรียมการจัดกิจกรรมที่เหมาะสมล่วงหน้าก่อนถึงวันนัดตรวจรับยา
2. บุคลากรทางการแพทย์สามารถติดตามสถานะของผู้ป่วยในระยะยาว สำหรับการวิเคราะห์สถานการณ์ของพฤติกรรมสุขภาพของผู้ป่วยได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. ผู้ป่วยสามารถลดระยะเวลาในการรอคอยการให้บริการ และช่วยลดปัญหาความแออัดภายในโรงพยาบาล

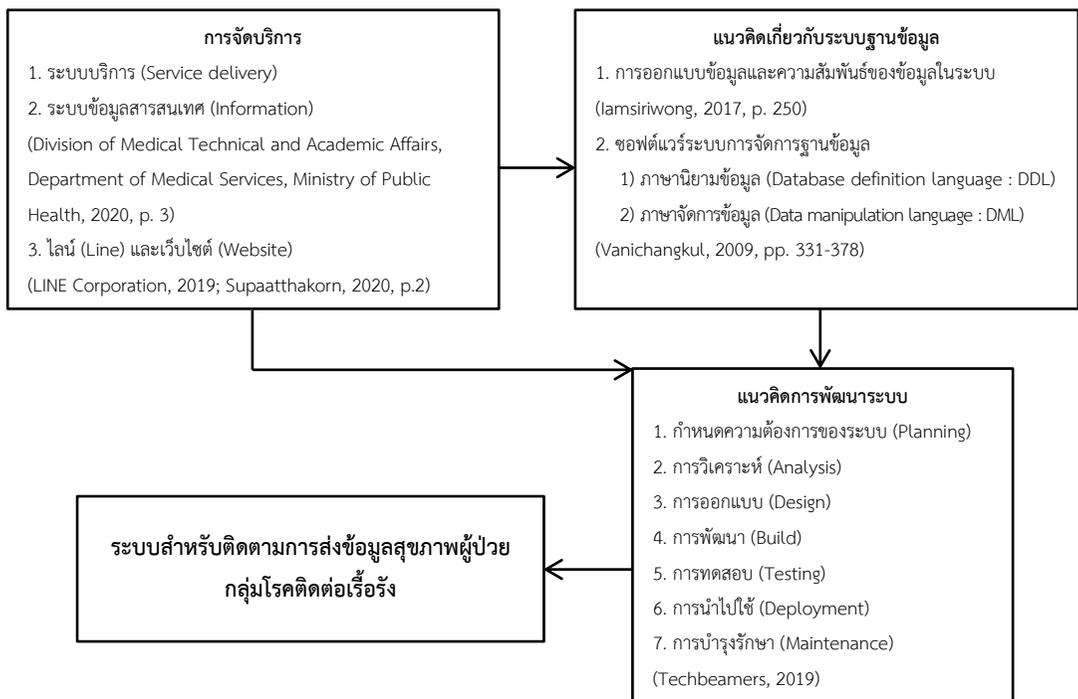
การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาคู่มือการจัดการบริการคลินิกเบาหวาน ความดันโลหิตสูงวิถีใหม่ แบบยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง (สำหรับระดับผู้ปฏิบัติงาน) (Division of Medical Technical and Academic Affairs, Department of Medical Services, Ministry of Public Health, 2020, p. 3) เป็นการศึกษากระบวนการปรับระบบบริการ (Re-design service system) ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาระบบในการศึกษานี้ ประกอบด้วย 1) ระบบบริการ (Service delivery) ใช้หลักการระบบการจัดบริการสุขภาพไปสู่ระบบที่ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง (People-centered health services) สนับสนุนให้ผู้ป่วยหรือญาติผู้ป่วยบันทึกข้อมูลสุขภาพตนเอง (Self-monitoring) ด้วยตนเอง 2) ระบบข้อมูลสารสนเทศ (Information) โดยพัฒนาระบบสารสนเทศหรือใช้ระบบสารสนเทศเพื่อช่วยในการสื่อสารข้อมูล 2 ทาง คือ ระบบนำส่งข้อมูลสุขภาพจากผู้ป่วยถึงผู้ให้การรักษาแต่ละระดับ โดยใช้แอปพลิเคชันไลน์ (Line) ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันตัวหนึ่งที่กำลังเป็นที่นิยมใช้ในการติดต่อพูดคุยสื่อสารกับอีกบุคคลหนึ่งโดยผ่านสัญญาณระบบอินเทอร์เน็ตที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายและไม่จำกัดระยะเวลาพร้อมการแจ้งเตือนข้อความ โดยมีลักษณะฟังก์ชันการใช้งานที่ง่าย ไม่ซับซ้อน สะดวก รวดเร็ว สามารถรับส่งข้อความข่าวสาร และรองรับไฟล์ข้อมูลได้มากมายและหลากหลาย (LINE

Corporation, 2019) และเว็บไซต์ (Website) ที่เป็นหน้าเว็บเพจเพื่อนำเสนอระบบและข้อมูลผ่านทางคอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ตด้วยการเรียกดูเว็บไซต์ผ่านทางซอฟต์แวร์ในลักษณะของเบราว์เซอร์ที่มีการจัดการข้อมูลสารสนเทศด้วยภาษาเฉพาะซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการติดต่อกับเครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ที่เรียกว่า เวิลด์ไวด์เว็บ (World wide web : www) โดยแสดงข้อมูล ในลักษณะของภาพ ระบบมัลติมีเดีย รูปภาพหรือข้อความ (Supaathakorn, 2020, pp. 2-5) เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารระบบที่พัฒนาขึ้น

การศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับระบบฐานข้อมูล ซึ่งเป็นเครื่องมือในการออกแบบข้อมูลในระดับแนวคิด (Conceptual data modeling) โดยแสดงถึงรายละเอียดและความสัมพันธ์ของข้อมูลในระบบ (lamsiriwong, 2017, p. 250) นำไปสู่การพัฒนาฐานข้อมูลสำหรับจัดเก็บข้อมูลดิจิทัล (Vanichangkul, 2009, pp. 331-378) ด้วยการใช้ซอฟต์แวร์ระบบการจัดการฐานข้อมูล (Database mangment systems : DBMS) ในการจัดการฐานข้อมูลโดยการใช้งานผ่านชุดคำสั่งภาษาเอสคิวแอล (Structured query language : SQL) ประกอบด้วย 1) ภาษานิยามข้อมูล (Database definition language : DDL) ใช้สำหรับสร้างฐานข้อมูล สร้างตาราง แก้ไขตาราง ลบตาราง การกำหนดโครงสร้างตาราง และกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างตาราง 2) ภาษาจัดการข้อมูล (Data manipulation language : DML) ใช้สำหรับเพิ่มข้อมูลในตาราง อัปเดตข้อมูล ลบข้อมูล และสอบถามหรือคิวรีข้อมูล จากฐานข้อมูลขึ้นมาใช้งาน และแนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์และออกแบบระบบในการประยุกต์ใช้วงจรการพัฒนา ระบบ SDLC (Software development life cycle) 7 ขั้นตอน (Techbeamers, 2019) เพื่อเรียงลำดับกิจกรรม และแบ่งขั้นตอนกระบวนการพัฒนาระบบ ซึ่งประกอบด้วย 1) กำหนดความต้องการของระบบ (Planning) 2) การวิเคราะห์ (Analysis) 3) การออกแบบ (Design) 4) การพัฒนา (Build) 5) การทดสอบ (Testing) 6) การนำไปใช้ (Deployment) และ 7) การบำรุงรักษา (Maintenance)

ดังนั้น จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยได้นำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดงานวิจัย แสดงดังภาพ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้รับการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ เอกสารรับรองเลขที่ HE-183-2564 ลงวันที่ 2 กรกฎาคม 2564 โดยมีวิธีดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

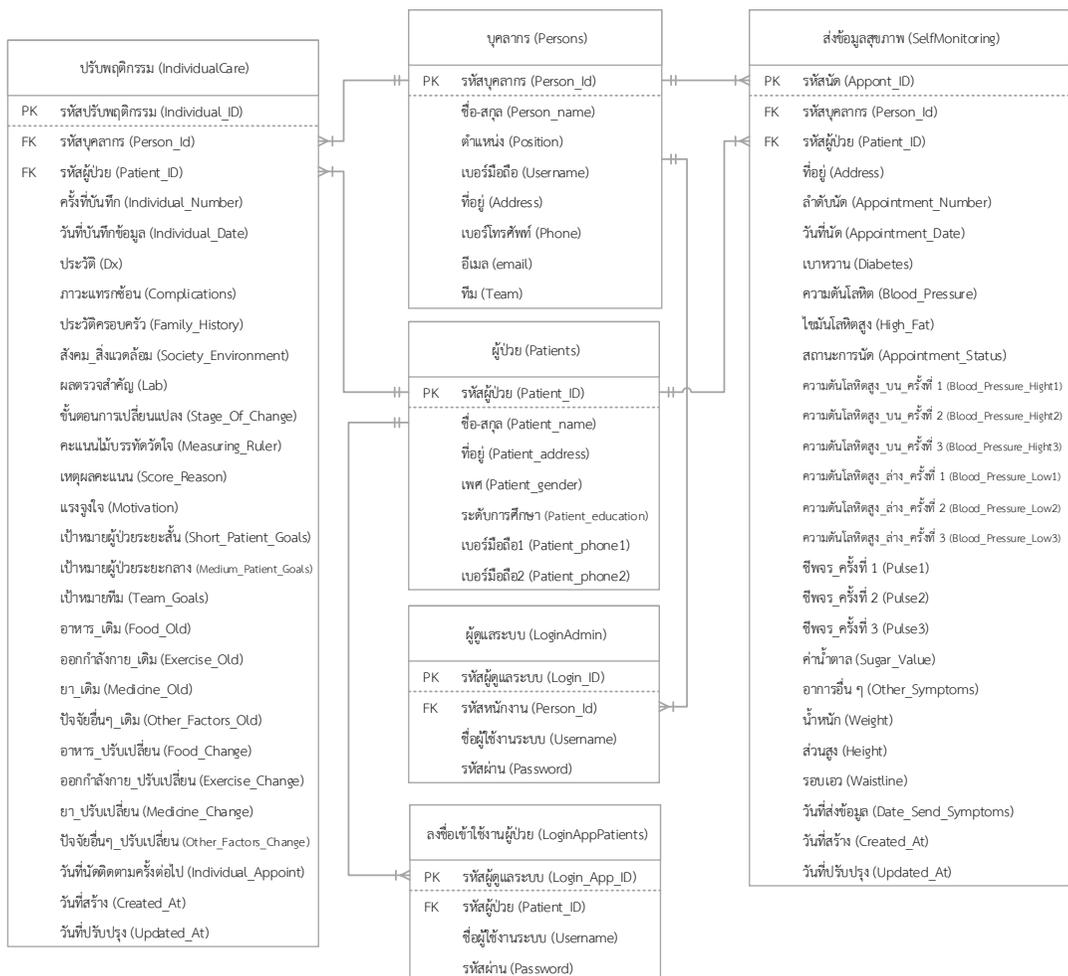
ประชากรในการวิจัยนี้ คือ บุคลากร คลินิกหออกรับผู้ป่วย โรงพยาบาลเพชรบูรณ์ สาขาคอลงศาลา จำนวน 6 คน อาสาสมัครสาธารณสุข ชุมชนเมืองเพชรบูรณ์ จำนวน 175 คน ผู้ป่วยกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง หรือญาติผู้ซึ่งดูแลผู้ป่วย จำนวน 3,780 คน (Chronic Non-Communicable Disease data warehouse system in Phetchabun, 2021) ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability sampling) โดยพิจารณาเลือกกลุ่มตัวอย่างให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์การวิจัยและการตัดสินใจของผู้วิจัย จำนวน 400 คน ด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) จำนวน 51 คน คือ บุคลากรทางการแพทย์ที่ดำเนินการดูแลผู้ป่วยกลุ่มโรคเจ็บป่วยไม่เรื้อรัง คลินิกหออกรับผู้ป่วย โรงพยาบาลเพชรบูรณ์ สาขาคอลงศาลา จำนวน 6 คน อาสาสมัครสาธารณสุข ชุมชนเมืองเพชรบูรณ์ ปฏิบัติหน้าที่ไม่ต่ำกว่า 1 ปี มีอายุ 20 ปีขึ้นไป โดยเป็นผู้ป่วย หรือเป็นญาติผู้ซึ่งดูแลผู้ป่วยกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง ที่เข้ารับการรักษาพยาบาลภายในคลินิกหออกรับผู้ป่วย โรงพยาบาลเพชรบูรณ์ สาขาคอลงศาลา ที่ได้รับการจัดอยู่ในกลุ่มผู้ป่วยคลินิกติดตาม ที่สามารถดูแลตัวเองได้ดี มีระดับน้ำตาลปลายนิ้วและระดับความดันโลหิตปกติ จำนวน 45 คน และกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณของ Krejcie and Morgan โดยมีค่าสัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากรเท่ากับ 0.50 ค่าโคสแควร์ที่ df เท่ากับ 1 และระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ($X^2=3.841$) (Krejcie & Morgan, 1970) ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเท่ากับ 348.75 หรือเท่ากับ 349 คน และสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบกลุ่มจากประชากรที่เป็นผู้ป่วยกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรังหรือญาติผู้ซึ่งดูแลผู้ป่วยในเขตพื้นที่เทศบาลเมืองเพชรบูรณ์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 1) แบบสัมภาษณ์ปัญหาและความต้องการ มีลักษณะเป็นแบบไม่มีโครงสร้าง โดยมีแนวประเด็นคำถามเกี่ยวกับระบบงานเดิมที่ใช้ในปัจจุบันในการบันทึกข้อมูลสุขภาพตนเองของผู้ป่วย และการปรับพฤติกรรมตามระดับความเสี่ยงทางคลินิก 2) แบบสำรวจความต้องการ มีลักษณะเป็นข้อคำถามเลือกตอบได้หนึ่งคำตอบ และ 3) แบบประเมินความพึงพอใจ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ กำหนดระดับการให้คะแนน คือ 1 คะแนน เท่ากับน้อยที่สุด 2 คะแนน เท่ากับน้อย 3 คะแนน เท่ากับปานกลาง 4 คะแนน เท่ากับมาก และ 5 คะแนน เท่ากับมากที่สุด (Likert, 1967, pp. 90-95) ทำการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยด้วยการเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน พิจารณาให้คะแนนความสอดคล้องและคำแนะนำ กำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ประกอบด้วย 1 คะแนน หมายถึงแน่ใจว่ามีความสอดคล้อง 0 คะแนน หมายถึงไม่แน่ใจว่ามีความสอดคล้อง และ -1 คะแนน หมายถึงแน่ใจว่าไม่มีความสอดคล้อง (Tirakanan, 2007, p. 165) นำผลคะแนนที่ได้มาคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC : Index of item objective congruence) ตามสูตรของ พิชิต ฤทธิ์จำรูญ (Ritcharoon, 2013, pp. 135-139) พบว่า ค่าดัชนีความสอดคล้องทั้งฉบับเท่ากับ 0.93 และข้อคำถามมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 0.67-1.00 ซึ่งมากกว่าเกณฑ์ 0.50 ขึ้นไป และทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบประเมิน โดยนำแบบประเมินไปทดลองใช้กับประชาชนทั่วไปที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน นำผลข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Coefficient alpha's cronbach) กำหนดเกณฑ์ความน่าเชื่อถือไม่น้อยกว่า 0.70 (Cronbach, 1990, p. 204) พบว่า ทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ 0.889

การพัฒนาแบบสำหรับติดตามการส่งข้อมูลสุขภาพผู้ป่วยกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง โดยใช้การวิจัยและพัฒนา (Research and development) ตามวงจรการพัฒนาระบบ 7 ขั้นตอน ดังนี้

1. กำหนดความต้องการของระบบ (Planning) โดยการสำรวจสภาพปัญหา ด้วยการจัดประชุมสัมภาษณ์ ประเด็นปัญหาของระบบงานเดิมที่ใช้อยู่ ความต้องการพัฒนาระบบงาน และแจกแบบสอบถามความต้องการใช้งานระบบกับกลุ่มตัวอย่าง

2. การวิเคราะห์ (Analysis) ประเด็นปัญหาของระบบงานเดิม การลดปัญหาการทำงานที่ซ้ำซ้อนของบุคลากรทางการแพทย์ และเพิ่มช่องทางการให้บริการผู้ป่วย ประกอบด้วย ช่องทางติดตามการส่งข้อมูลสุขภาพผู้ป่วย กลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง และช่องทางการบันทึกข้อมูลการปรับพฤติกรรมตามระดับความเสี่ยงทางคลินิก และผู้วิจัยสร้างแบบจำลองข้อมูล ซึ่งเป็นเครื่องมือในการออกแบบข้อมูลในระดับแนวคิด (Conceptual data modeling) โดยแสดงถึงรายละเอียดและความสัมพันธ์ของข้อมูลในระบบด้วยการสร้างภาพในโปรแกรมไมโครซอฟท์วิสิโอ (Microsoft visio) (Iamsiriwong, 2017, p. 250) ดังภาพ 2



PK : Primary Key (คีย์หลัก)
 FK : Foreign Key (คีย์นอก)

ภาพ 2 แบบจำลองข้อมูลอ็อร์ไดอะแกรม (Entity relationship diagram)

3. การออกแบบ (Design) โดยผู้วิจัยออกแบบระบบที่จะพัฒนาขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งานตามที่ได้ระบุไว้ในขั้นตอนของการวิเคราะห์หมาเป็นแบบจำลองเชิงกายภาพ มุ่งเน้นให้เกิดผลตามความต้องการของผู้ใช้งาน โดยการออกแบบหน้าจอการใช้งานจะพิจารณาถึงเรื่องซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการพัฒนา การออกแบบรายงาน (Report) การออกแบบระบบฐานข้อมูล (Database) และการออกแบบจอแสดงผล (User Interface) และจัดประชุมเพื่อเสนอต้นแบบการออกแบบระบบกับหน่วยงานเพื่อหาหรือการออกแบบต้นแบบและแนวทางการปรับแก้ให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้งานก่อนนำต้นแบบไปใช้ในการพัฒนาระบบ

4. การพัฒนา (Build) ผู้วิจัยนำต้นแบบการออกแบบระบบที่ได้จากขั้นตอนการวิเคราะห์และการออกแบบมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาระบบ 2 ช่องทาง ประกอบด้วย ช่องทางติดตามการส่งข้อมูลสุขภาพผู้ป่วยกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง และช่องทางการบันทึกข้อมูลการปรับพฤติกรรมตามระดับความเสี่ยงทางคลินิก

5. การทดสอบ (Testing) โดยการจำลองวิธีการใช้งานระบบให้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 51 คน รวมถึงเป็นการนำเสนอระบบและทดสอบการทำงานของระบบ ซึ่งผู้วิจัยทำการแจกแบบประเมินความพึงพอใจให้กับกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมอบรมและกำหนดส่งผลคำตอบกลับในระยะเวลาการทดสอบ 15 วัน เพื่อหาข้อผิดพลาดและแก้ไขก่อนนำไปใช้งาน

6. การนำไปใช้ (Deployment) โดยภายหลังจากการทดสอบและแก้ไขข้อผิดพลาดของระบบแล้วผู้วิจัยได้นำระบบที่พัฒนาขึ้นเผยแพร่ สำหรับให้ผู้ใช้งานดาวโหลดติดตั้งบนสมาร์ตโฟนภายใต้ชื่อแอปพลิเคชัน “PBCARE” และช่องทางเว็บไซต์ของคลินิกหมอครอบครัว โรงพยาบาลเพชรบูรณ์ สาขาลองศาลา พร้อมส่งแบบประเมินความพึงพอใจให้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 349 คน ส่งผลตอบกลับผ่านแบบประเมินที่สร้างขึ้นจากกูเกิลฟอร์ม (Google Forms) ผ่านช่องทางออนไลน์ (Roberts, 2020) ภายหลังจากการเผยแพร่ใช้งานจริงภายใน 30 วัน

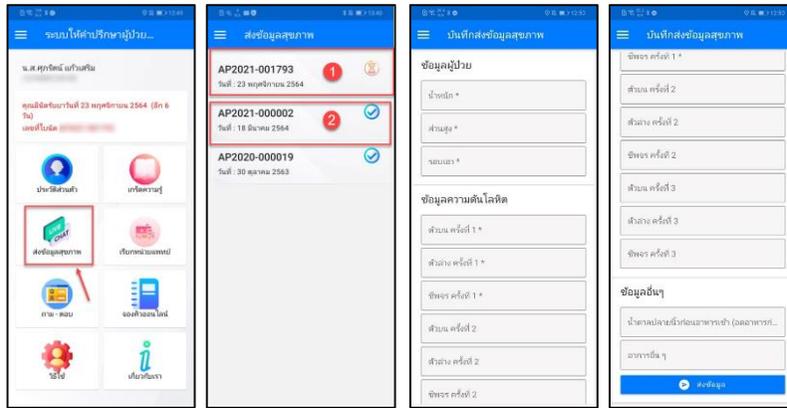
การวิเคราะห์ข้อมูลคะแนนประเมินความพึงพอใจ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ด้วยการหาค่าเฉลี่ย (Mean : \bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation : S.D.) กำหนดเกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ย ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.00-1.80 หมายถึงน้อยที่สุด 1.81-2.60 หมายถึงน้อย 2.61-3.40 หมายถึงปานกลาง 3.41-4.20 หมายถึงมาก และ 4.21-5.00 หมายถึงมากที่สุด (Best, 1977, p. 174)

ผลการวิจัย

การพัฒนาระบบสำหรับติดตามการส่งข้อมูลสุขภาพผู้ป่วยกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง กรณีศึกษา ชุมชนเมืองเพชรบูรณ์ แสดงผลการวิจัย 2 ข้อ

1. ระบบสำหรับติดตามการส่งข้อมูลสุขภาพผู้ป่วยกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง กรณีศึกษา ชุมชนเมืองเพชรบูรณ์ ที่พัฒนาขึ้น สามารถแบ่งการใช้งานระบบออกเป็น 2 ระบบ ดังต่อไปนี้

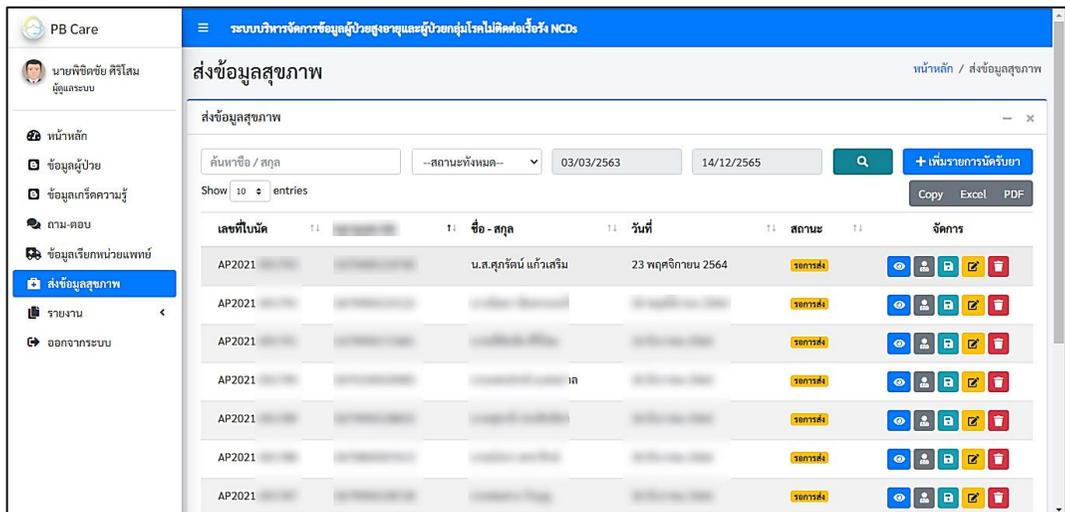
1.1 ระบบสำหรับติดตามการส่งข้อมูลสุขภาพผู้ป่วย เผยแพร่สำหรับติดตั้งบนสมาร์ตโฟนโดยใช้ชื่อแอปพลิเคชัน “PBCARE” หรือสามารถใช้งานในเว็บไซต์คลินิกหมอครอบครัว โรงพยาบาลเพชรบูรณ์ สาขาลองศาลา



ภาพ 4 บันทึกข้อมูลสุขภาพตนเอง (Self-monitoring)

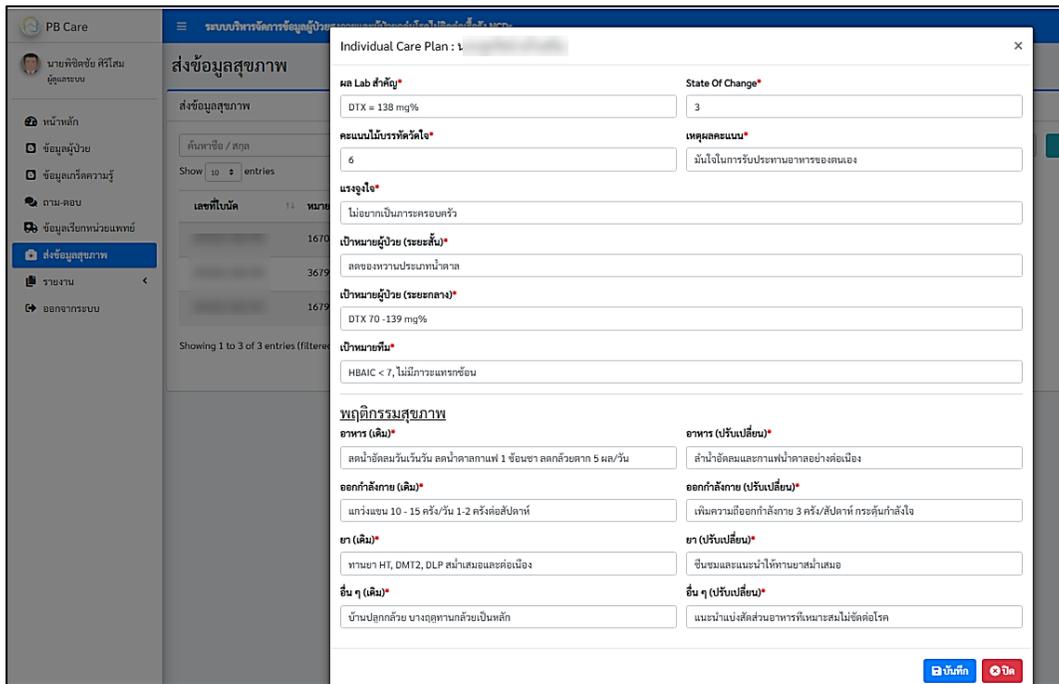
จากภาพ 4 ระบบจะแจ้งเตือนผ่านแอปพลิเคชันให้ผู้ใช้งานบันทึกข้อมูลสุขภาพตนเองก่อนถึงวันนัดตรวจและรับยา ภายใน 7 วัน เมื่อผู้ใช้งานลงชื่อเข้าใช้งานระบบ จะแสดงหน้าจอหลักของระบบ โดยผู้ใช้งานสามารถคลิกที่เมนู “ส่งข้อมูลสุขภาพ” จะปรากฏหน้า “บันทึกข้อมูลสุขภาพ” โดยแสดงสถานะการส่งข้อมูลสุขภาพตามภาพ 4 แสดงหมายเลข 1 หมายถึง สถานะรอส่งข้อมูล หมายเลข 2 หมายถึง สถานะส่งข้อมูลแล้ว เมื่อผู้ใช้งานต้องการส่งข้อมูลสุขภาพให้คลิกที่ หมายเลข 1 จะปรากฏหน้าจอสำหรับบันทึกข้อมูลสุขภาพ เมื่อคลิกที่ปุ่มส่งข้อมูลระบบจะเปลี่ยนเป็น “สถานะส่งข้อมูลแล้ว”

1.2 ระบบสำหรับผู้ดูแลระบบและบุคลากรทางการแพทย์



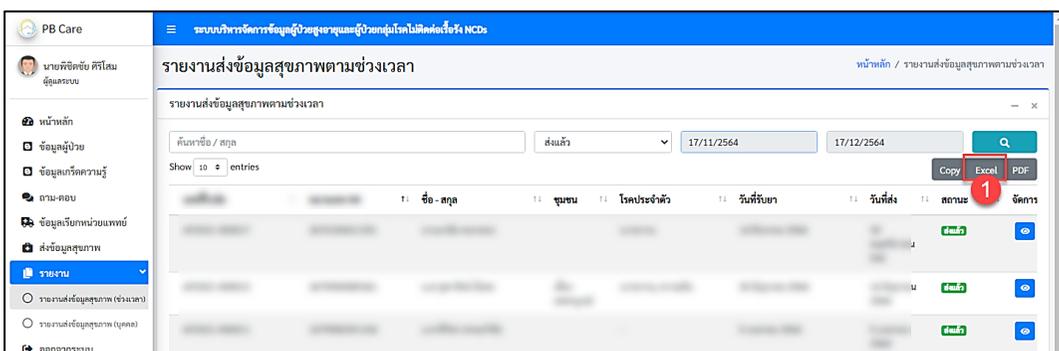
ภาพ 5 จัดการข้อมูลการติดตามการส่งข้อมูลสุขภาพผู้ป่วยกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง NCDs

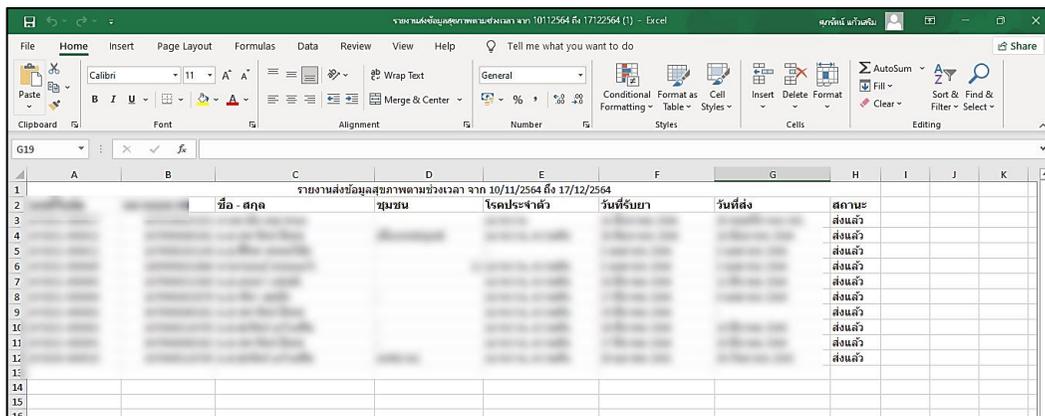
จากภาพ 5 เป็นหน้าจอสำหรับจัดการข้อมูลการติดตามการส่งข้อมูลสุขภาพผู้ป่วย ซึ่งบุคลากรทางการแพทย์สามารถเพิ่มข้อมูลการนัดรับยาที่ปุ่ม “เพิ่มข้อมูลการนัดรับยา” โดยระบุข้อมูลผู้ป่วย วันที่นัดรับยา ระบุกลุ่มโรคประจำตัว และบันทึกข้อมูล เมื่อต้องการบันทึกการปรับพฤติกรรมตามระดับความเสี่ยงทางคลินิก สามารถคลิกปุ่ม จะปรากฏหน้าจอแสดงผล ดังภาพ 6



ภาพ 6 บันทึกการปรับพฤติกรรมตามระดับความเสี่ยงทางคลินิก (Individual care plan)

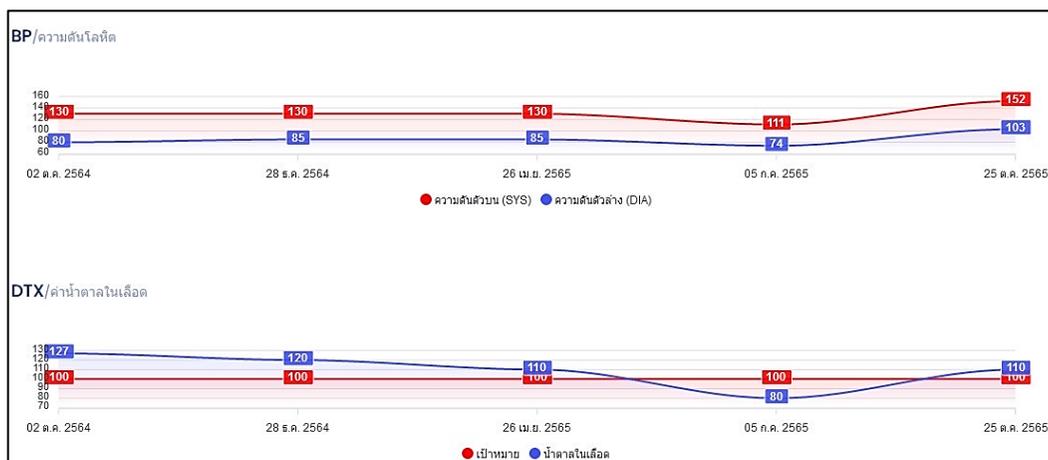
จากภาพ 6 บุคลากรทางการแพทย์สามารถบันทึกข้อมูลการปรับพฤติกรรมตามระดับความเสี่ยงทางคลินิก เช่น การรับประทานอาหาร เครื่องดื่ม การออกกำลังกาย การพักผ่อน การกระตุ้น และอื่น ๆ เป็นต้น โดยบุคลากรทางการแพทย์สามารถเรียกดูการส่งข้อมูลสุขภาพและข้อมูลบันทึกการปรับพฤติกรรมตามระดับความเสี่ยงทางคลินิก โดยคลิกที่เมนูรายงานการส่งข้อมูลสุขภาพ (ช่วงเวลา) ดังภาพ 7





ภาพ 7 รายงานติดตามการส่งข้อมูลสุขภาพ (Self-monitoring)

จากภาพ 7 เรียกดูรายงานติดตามการส่งข้อมูลสุขภาพผู้ป่วยกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง NCDs ในกรณีนี้ที่พบว่าผู้ป่วยไม่ส่งข้อมูลสุขภาพในระบบ บุคลากรทางการแพทย์สามารถโทรประสานไปยังผู้ป่วยเพื่อขอข้อมูลสำหรับบันทึกข้อมูลสุขภาพตนเองผ่านเว็บไซต์ได้อีก 1 ช่องทาง โดยระบบสามารถส่งออกข้อมูลการบันทึกข้อมูลสุขภาพตนเอง (Self-monitoring) และการบันทึกข้อมูลการปรับพฤติกรรมตามระดับความเสี่ยงทางคลินิก (Individual care plan) เป็นไฟล์ Microsoft Excel และ ไฟล์ PDF เพื่อนำข้อมูลไปใช้เตรียมกิจกรรมที่เหมาะสมก่อนวันนัดรับยา และสามารถแสดงข้อมูลกราฟแนวโน้มข้อมูลสุขภาพ โดยเลือกที่เมนูรายงานการส่งข้อมูลสุขภาพ (บุคคล) ดังภาพ 8



ภาพ 8 กราฟแสดงข้อมูลสุขภาพรายบุคคล

2. ผลการศึกษาความต้องการใช้งานระบบสำหรับติดตามการส่งข้อมูลสุขภาพผู้ป่วยกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง แสดงดังตาราง 1

ตาราง 1 ความต้องการใช้งานระบบสำหรับติดตามการส่งข้อมูลสุขภาพผู้ป่วยกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (N=400)

รายการประเมิน	จำนวน	ร้อยละ
ใช้งานอย่างต่อเนื่อง	143	35.75
ต้องการใช้งานเท่าที่จำเป็น	187	46.75
อาจใช้งานบางครั้ง	67	16.75
ไม่แน่ใจ	3	0.75

จากตารางที่ 1 การศึกษาความต้องการใช้งานระบบ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการใช้งานเท่าที่จำเป็น จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.75 รองลงมาเป็นมีความต้องการใช้งานอย่างต่อเนื่อง จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.75 อาจใช้งานบางครั้ง จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 และไม่แน่ใจ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 ตามลำดับ

การศึกษาคความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพการใช้งานระบบสำหรับติดตามการส่งข้อมูลสุขภาพผู้ป่วยกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง กรณีศึกษา ชุมชนเมืองเพชรบูรณ์ แสดงดังตาราง 2

ตาราง 2 ความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพการใช้งานระบบสำหรับติดตามการส่งข้อมูลสุขภาพผู้ป่วยกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง กรณีศึกษา ชุมชนเมืองเพชรบูรณ์ (N=400)

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับความ พึงพอใจ
ด้านการตอบสนองต่อการใช้งานระบบ	4.04	0.68	มาก
1. ความสามารถในการเชื่อมต่อข้อมูล	3.88	0.68	มาก
2. ความสมบูรณ์ของการบันทึกข้อมูลสุขภาพตนเอง หรือบันทึกข้อมูลการปรับพฤติกรรมตามระดับความเสี่ยงทางคลินิก	4.07	0.71	มาก
3. ความเร็วในการบันทึกข้อมูล	3.99	0.77	มาก
4. ความเร็วในการเรียกดูข้อมูลรายงาน และแสดงผลการบันทึกย้อนหลัง	3.94	0.72	มาก
5. ประโยชน์ที่ได้หลังการใช้งาน	4.32	0.72	มากที่สุด
ด้านความง่ายต่อการใช้งาน	3.90	0.63	มาก
1. การจัดวางตำแหน่งของส่วนต่าง ๆ บนหน้าจอ	3.99	0.72	มาก
2. ข้อมูลในแต่ละหน้าจอมีปริมาณเหมาะสม	3.88	0.75	มาก
3. รูปแบบตัวอักษรที่แสดงผลมีความเหมาะสม	3.75	0.76	มาก
4. การใช้โทนสีมีความเหมาะสม	3.90	0.65	มาก
5. ความง่ายในการใช้งานระบบ	4.00	0.61	มาก
ภาพรวมเฉลี่ย 2 ด้าน	3.97	0.72	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพการใช้งานระบบสำหรับติดตามการส่งข้อมูลสุขภาพผู้ป่วยกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรังโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.72) ซึ่งมีข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 2 ประเด็นได้แก่ 1) ติดตั้งแอปพลิเคชันไม่ได้ และ 2) ตัวหนังสือเล็ก โดยผู้วิจัย

ตั้งข้อสังเกตว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนหนึ่ง ตอบแบบสอบถามความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพการใช้งานระบบ อยู่ในระดับน้อยและน้อยที่สุด อาจมาจากสาเหตุที่สมาร์ตโฟนมีพื้นที่ของหน่วยความจำอุปกรณ์ไม่เพียงพอ โทรศัพท์แบบพกพา (Smart phone) ไม่รองรับการดาวน์โหลดและติดตั้งแอปพลิเคชัน (Application) สัญญาณอินเทอร์เน็ตต่ำ ผู้วิจัยจึงพัฒนาช่องทางการส่งข้อมูลสุขภาพผ่านเว็บไซต์ โดยสร้างคิวอาร์โค้ด (QR Code) สำหรับจับภาพ (Scan) เพื่อเป็นทางเลือกและการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ป่วยในส่งข้อมูลสุขภาพให้กับบุคลากรทางการแพทย์

อภิปรายผล

ระบบสำหรับติดตามการส่งข้อมูลสุขภาพผู้ป่วยกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง กรณีศึกษา ชุมชนเมืองเพชรบูรณ์ ที่พัฒนาขึ้น แบ่งออกเป็น 2 ระบบ คือ ระบบสำหรับติดตามการส่งข้อมูลสุขภาพผู้ป่วย และระบบสำหรับผู้ดูแลระบบ และบุคลากรทางการแพทย์ ซึ่งประกอบด้วยช่องทางติดตามการส่งข้อมูลสุขภาพผู้ป่วยกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง และช่องทางการบันทึกข้อมูลการปรับพฤติกรรมตามระดับความเสี่ยงทางคลินิก สำหรับบันทึกการติดตามการรักษา ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้มีการดำเนินการพัฒนา โดยมีการเรียงลำดับกิจกรรมตามวงจรการพัฒนาระบบที่ช่วยให้การพัฒนาระบบ มีแนวทางในการดำเนินการ ลดความสับสนในการพัฒนาระบบด้วยการกำหนดขั้นตอนและกระบวนการที่ชัดเจน อีกทั้งช่วยในการควบคุมคุณภาพของระบบผ่านขั้นตอนการทดสอบด้วยการค้นหาและแก้ไขข้อผิดพลาดก่อนการใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จตุพร กลมปิ่น และคณะ (Klompun et al., 2019, pp. 141-150) ได้พัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการรายงานความสมบูรณ์ของการสรุปเวชระเบียนผู้ป่วยในโรงพยาบาลเจริญกรุงประชารักษ์ สังกัดสำนักงานแพทย์ กรุงเทพมหานคร โดยใช้แนวคิดวงจรพัฒนาระบบ SDLC ได้กล่าวว่า แนวคิดที่นำมาใช้พัฒนาระบบ มีกระบวนการของการทำงานที่ชัดเจน มีการกำหนดกิจกรรมในแต่ละงานที่ชัดเจน ซึ่งระบบสำหรับติดตามการส่งข้อมูลสุขภาพผู้ป่วยกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง มีการควบคุมการเข้าถึงข้อมูลโดยการลงชื่อเข้าสู่ระบบและลงชื่อออกจากระบบด้วยชื่อผู้ใช้งานและรหัสผ่านที่มีการเข้ารหัสข้อมูลที่ปลอดภัยและความซับซ้อนในการพิสูจน์ทราบตัวตนของผู้ที่เข้าถึงข้อมูล เป็นการตรวจสอบสิทธิ์ของผู้ใช้งานและอนุญาตให้ทำตามสิทธิ์ที่ได้รับ (Phaengchan, 2015, pp. 107-122)

สำหรับความพึงพอใจการใช้งานระบบสำหรับติดตามการส่งข้อมูลสุขภาพผู้ป่วยกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพการใช้งานระบบโดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ การเก็บรวบรวมข้อมูลสุขภาพผู้ป่วยไว้ในรูปแบบดิจิทัลทำให้สามารถตรวจสอบและวิเคราะห์แนวโน้มของโรคเพื่อใช้ในการจัดการโรค และลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับผู้ป่วย อีกทั้งช่วยลดเวลาในการตรวจสอบข้อมูลและเอกสารให้กับบุคลากรทางการแพทย์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิอร สิริมงคลเลิศกุล และคณะ (Sirimongkollertkul et al., 2020, pp. 141-150) พัฒนาแอปพลิเคชันติดตามผู้ป่วยโรคเบาหวานในชุมชน ซึ่งพัฒนาแอปพลิเคชันมาจากปัญหาและความต้องการของบุคลากรทางการแพทย์ ผู้ป่วยและญาติ โดยแอปพลิเคชันสามารถบันทึกข้อมูลผู้ป่วย การติดตามการรักษา การแสดงผลในรูปแบบของกราฟ ช่วยให้บุคลากรทางการแพทย์สามารถติดตามผู้ป่วยได้อย่างทันทั่วทั้งที่มีความเหมาะสมกับผู้ป่วยโรคเบาหวาน ที่ต้องได้รับการติดตามดูแลอย่างใกล้ชิด จึงส่งผลให้ความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันติดตามผู้ป่วยเบาหวาน อยู่ในระดับดี และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kebede and Pischke (2019, pp. 8-9) พบว่า การใช้แอปพลิเคชัน โทรศัพท์มือถือจะช่วยส่งเสริมการดูแลตนเองในผู้ป่วยเบาหวานได้มากขึ้น และมีข้อเสนอแนะให้เพิ่มระบบการติดตามระดับน้ำตาลในเลือดส่งเสริมการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพในกลุ่มผู้ป่วยเบาหวาน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำผลวิจัยไปปรับใช้

ระบบสำหรับติดตามการส่งข้อมูลสุขภาพสามารถเชื่อมโยงข้อมูลที่จำเป็นสำหรับประกอบคำแนะนำการดูแลสุขภาพของผู้ป่วยเพื่อให้บุคลากรทางการแพทย์เข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว ควรมีการเชื่อมโยงข้อมูลร่วมกับระบบสารสนเทศอื่นของโรงพยาบาล เพื่อช่วยให้การดูแลสุขภาพผู้ป่วยเป็นไปได้อย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

การบันทึกข้อมูลรับพฤติกรรมตามระดับความเสี่ยงทางคลินิกในระบบที่พัฒนาขึ้น บุคลากรทางการแพทย์สามารถบันทึกข้อมูลได้เท่านั้น ดังนั้น เพื่อให้ผู้ป่วยมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาควบคุมการปรับพฤติกรรมตนเองอย่างเหมาะสม ควรมีการพัฒนาระบบสำหรับบันทึกข้อมูลการปรับพฤติกรรมตามระดับความเสี่ยงทางคลินิกด้วยตนเองสำหรับผู้ป่วยที่สามารถใช้งานผ่านสมาร์ตโฟน

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนโครงการวิจัยพัฒนานวัตกรรมเชิงพื้นที่ จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ประจำปี 2564

เอกสารอ้างอิง

Best, J. W. (1977). *Research in Education* (3rd ed.). New Jersey : Prentice Hall.

Chronic Non-Communicable Disease data warehouse system in Phetchabun. (2021). *Report on the number of patients (Old cases) with Diabetes and Hypertension*. Retrieved December 9, 2022, from <http://203.157.213.73/chronic/> (In Thai)

Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing* (5th ed.). New York : Harper Collins.

Division of Medical Technical and Academic Affairs, Department of Medical Services, Ministry of Public Health. (2020). *Handbook of Integrated, People-Centered Health Services in New Normal Diabetic & Hypertension Clinic (For Healthcare Workers)*. Nonthaburi : The War Veterans Organization of Thailand Under Royal Patronage of His majesty the King. (In Thai)

Division of Non Communicable Diseases. (2020). *Report on the Situation of NCDs in 2019: Diabetes, High Blood Pressure, and Related Risk Factors*. Bangkok : Aksorn Graphic and Design. (In Thai)

Excellentwebworld. (2022). *7 Most Popular PHP Frameworks To Use in 2022*. Retrieved December 9, 2022, from : <https://www.excellentwebworld.com/best-php-frameworks>

Hendriyati, P., Agustin, F., Rahardja, U., & Ramadhan, T. (2022). Management information systems on integrated student and lecturer data. *Aptisi Transactions on Management (ATM)*, 6(1), 1-9.

Iamsiriwong, O. (2017). *System Analysis and Design*. Bangkok : Se-education. (In Thai)

Kebede, M. M., & Pischke, C. R. (2019). Popular Diabetes Apps and the Impact of Diabetes App Use on Self-Care Behaviour: A Survey Among the Digital Community of Persons With Diabetes on Social Media. *Frontiers in endocrinology*, 10, 135. DOI: 10.3389/fendo.2019.00135

- Klompun, J., Kanchanphongporn, A., Jeerasitkul U., & Sirisrisornchai, T. (2019). Information System Development for Completion Report of In-patient Medical Record at Charoenkrung Pracharak Hospital Medical Service Department, Bangkok. *Journal of Charoenkrung Pracharak Hospital*, 73(3), 141-150. (In Thai)
- Krejcie, R. V. & Morgan, E. W. (1970). *Educational and Psychological Measurement*. New York : Minnesota University.
- Likert, R. (1967). The Method of Constructing and Attitude Scale. In Reading in Fishbein, M (Ed.), *Attitude Theory and Measurement*. New York : Wiley & Son.
- LINE Corporation. (2022). *LINE's Philosophy*. Retrieved May 22, 2023, from : <https://linecorp.com/en/company/mission>
- Lukita, C. (2020). Penerapan sistem pendataan hak cipta content menggunakan blockchain. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 1(2), 40-45.
- Phaengchan, J. (2015). *Master in Security* (3rd ed.). Nonthaburi : IDC Premier. (In Thai)
- Ritcharoon, P. (2013). *Principles of measurement and evaluation of educational results=Measurement evaluation* (8th ed.). Bangkok : House of Kermit. (In Thai)
- Roberts, B. (2020). *Beginner's Guide to Google Apps Script 2-Forms*. US : Amazon Digital Services LLC.
- Sirimongkollertkul, N., Singmanee, C., Rattanawichai, T., & Pongleerat, S. (2020). Development of Diabetic monitoring mobile application. *Royal Thai Army Medical Journal*, 73(3), 141-150. (In Thai)
- Supaattthakorn, C. (2020). *Build Responsive Web Applications with PHP Bootstrap MySQL /MariaDB+AJAX+jQuery*. Bangkok : Simplify. (In Thai)
- Techbeamers. (2019). *SDLC and Seven SDLC Phases In a Nutshell*. Retrieved December 9, 2022, from <https://www.techbeamers.com/software-development-life-cycle-sdlc/>
- The Healthcare Accreditation Institute (Public Organization). (2018). *Personnel safety goals: simple Thailand 2018*. Nonthaburi : Famous and Successful. (In Thai)
- Tirakanan, S. (2007). *Construction of Measuring Instruments in Social Science Research: A Guide to Practice*. Bangkok : Chulalongkorn University Press. (In Thai)
- Vanichangkul, L. (2009). *Database/Query/T-SQL/Stored Procedure*. Bangkok: Se-education. (In Thai)
- World Health Organization. (2010). *Monitoring the building blocks of health systems: a handbook of indicators and their measurement strategies*. Geneva : WHO Document Production Services.
- World Health Organization. (2016). *Global report on diabetes*. France : WHO publications.

การศึกษาความมีวินัยในตนเองของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ

หลักสูตรเตรียมวิศวกรรมศาสตร์

A STUDY OF SELF-DISCIPLINE OF VOCATIONAL CERTIFICATE STUDENTS IN PRE-ENGINEERING COURSE

มัตติกา สมิตธิสมบูรณ์*

Mattika Samitsomboon*

*อาจารย์ ประจำโรงเรียนเตรียมวิศวกรรมศาสตร์ ไทย-เยอรมัน คณะวิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า

พระนครเหนือ กรุงเทพมหานคร 10800 ประเทศไทย

*Lecturer, Thai-German Pre-Engineering School, College of Industrial Technology, King Mongkut's University of Technology North, Bangkok, 10800, Thailand

E-mail address (Corresponding author) : *Mattikas@kmutnb.ac.th

รับบทความ : 2 มีนาคม 2566 / ปรับแก้ไข : 3 มิถุนายน 2566 / ตอรับบทความ : 21 มิถุนายน 2566

Received : 2 March 2023 / Revised : 3 June 2023 / Accepted : 21 June 2023

DOI : 10.14456/nrru-rdi.2023.29

ABSTRACT

The conduct of students must arise from voluntary willingness rather than being forced, as it is crucial for the ability to self-develop. This is the reason behind conducting research. The objective is to study the level of self-discipline and compare the self-discipline of professional certificate-level students in the Pre-Engineering Curriculum. The study focuses on three disciplines: Electrical and Electronics Engineering, Mechanical Engineering, and Civil Engineering. The sample group consists of 297 individuals selected through simple random sampling. A questionnaire survey was a Likert scale with 4 levels, with an entire reliability coefficient of 0.909. A total of 248 data sets were collected through online channels amounts to 83.50%. The level of self-discipline was analyzed using descriptive statistics to calculate the mean, standard deviation, and hypothesis testing using a one-way analysis of variance. The research findings revealed that 1) Overall, the level of self-discipline among students was at a moderate level ($\bar{X}=2.91$, S.D.=0.36). And when comparing the self-discipline of students across three different academic disciplines that align with the hypothesized expectations in all five aspects comprising in terms of responsibility, self-confidence, leadership, perseverance, and adherence to societal rules and regulations, there were no differences in the statistically significant level of 0.05. Therefore, educational institutions need to establish strategies for fostering self-discipline among students in order to cultivate age-appropriate and education-level-appropriate self-discipline skills.

Keywords : Self-discipline, Vocational certificate students, Pre-engineering curriculum students

บทคัดย่อ

การปฏิบัติตนของนักเรียนตามจำเป็นต้องเกิดจากความสมัครใจโดยมิได้ถูกบังคับมีความสำคัญต่อความสามารถในการพัฒนาตนเอง จึงเป็นเหตุผลมาสู่การวิจัยที่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความมีวินัยในตนเองและเปรียบเทียบความมีวินัยในตนเองของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ หลักสูตรเตรียมวิศวกรรมศาสตร์ สาขาวิชาไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ สาขาวิชาเครื่องกล และสาขาวิชาโยธา ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดกลุ่มตัวอย่าง 297 คน ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย โดยใช้แบบสอบถามแบบประมาณค่า 4 ระดับ ที่มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.909 เก็บรวบรวมข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์ได้กลับคืน 248 ชุด คิดเป็นร้อยละ 83.50 ทำการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความมีวินัยในตนเองโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว ผลการวิจัยพบว่า 1) ภาพรวมระดับความมีวินัยในตนเองของนักเรียนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.91$, S.D.=0.36) และเมื่อเปรียบเทียบความมีวินัยในตนเองของนักเรียน 3 สาขาวิชา

ที่ต่างกัน พบว่า เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยทั้ง 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความรับผิดชอบ ด้านความเชื่อมั่น ในตนเอง ด้านความเป็นผู้นำ ด้านความอดทน และด้านการปฏิบัติตนตามระเบียบกฎเกณฑ์ของสังคม ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้น สถาบันการศึกษาจึงจำเป็นต้องกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาความมีวินัยในตนเอง สำหรับนักเรียนเพื่อก่อให้เกิดทักษะความมีวินัยสำหรับนักเรียนได้เหมาะสมกับวัยและระดับการศึกษา

คำสำคัญ : ความมีวินัยในตนเอง, นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ, นักเรียนหลักสูตรเตรียมวิศวกรรมศาสตร์

บทนำ

กระแสการเปลี่ยนแปลงที่หลั่งไหลเข้าสู่ประเทศไทยในสังคมที่เป็นยุคดิจิทัล ส่งผลให้ค่านิยมในสังคมไทย เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว คนไทยบางส่วนไม่สามารถเลือกรับปรับใช้กับการดำเนินชีวิตประจำวัน ทำให้วัฒนธรรม และวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมที่เป็นรากเหง้าของคนไทยถูกกลืนโดยวิถีชีวิตแบบใหม่ มีค่านิยมยึดตนเองเป็นหลักมากกว่า การคำนึงถึงสังคมส่วนรวม รักสนุกและความสบาย เชื่อข่าวลือ ขาดความอดทน ขาดวินัย วัตถุนิยม ยอมรับคนที่ฐานะ มากกว่าคนดี มีคุณธรรม มีพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมหลายประการที่ลอกเลียนแบบวัฒนธรรมจากต่างประเทศ ซึ่ให้เห็นว่าคนไทยยังขาดทักษะในการคัดกรองและเลือกรับวัฒนธรรมที่ดีจากต่างประเทศมาใช้ในชีวิตประจำวัน ทำให้ละทิ้งค่านิยมที่ดีงามอันเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมไทยและลดคุณค่าของความเป็นไทย นอกจากนี้ ยังมีความเหลื่อมล้ำในด้านโอกาสและความเสมอภาคทางการศึกษา รวมทั้งปัญหาด้านคุณธรรม จริยธรรม และการขาดความตระหนักถึงความสำคัญของการมีวินัย ความซื่อสัตย์สุจริต และการมีจิตสาธารณะของคนไทย ส่วนใหญ่ส่งผลกระทบต่อระบบการศึกษาที่ต้องปรับเปลี่ยนให้สนองและรองรับการเปลี่ยนแปลงนี้ จึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการวางรากฐานการปรับเปลี่ยนให้คนมีค่านิยมตามบรรทัดฐานที่ดีของสังคมไทย (Office of the Secretary-General, Office of the Education Council, 2017, pp. iv, 71) เช่นเดียวกับโรงเรียน เตรียมวิศวกรรมศาสตร์ ไทย-เยอรมัน เป็นหน่วยงานระดับภาควิชา สังกัดวิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรม บริหารงานตามนโยบายของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ มีการจัดการเรียนการสอน ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) หลักสูตรเตรียมวิศวกรรมศาสตร์ 3 สาขาวิชา ประกอบด้วย สาขาวิชาไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ สาขาวิชาเครื่องกล สาขาวิชาโยธา (โปรแกรมภาษาไทย และโปรแกรมภาษาอังกฤษ) โดยมุ่งเน้น การเรียนการสอนที่ฝึกทักษะให้เป็นนักเรียนมีทักษะความชำนาญในงานปฏิบัติ เสริมสร้างประสบการณ์ทางเทคนิค ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ และวิชาพื้นฐานทางวิศวกรรมที่สำคัญสำหรับนักเรียนนำไปใช้ศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น (King Mongkut's University of Technology North Bangkok, 2022) ดังนั้น ความพร้อมของนักเรียนจึงเป็นสิ่งท้าทาย หากพัฒนาให้ก้าวสู่การเป็นคนไทยอัจฉริยะสำหรับไทยแลนด์ 4.0 (SMART THAIS FOR THAILAND 4.0) ดังนั้น นักเรียนจำเป็นต้องมีองค์ความรู้ ทักษะปฏิบัติ เจตคติที่ดีต่ออาชีพ และสิ่งสำคัญคือความมีวินัยในตนเอง โดยเฉพาะนักเรียนหลักสูตรเตรียมวิศวกรรมศาสตร์ ที่อยู่ในวัยแห่งการเสริมสร้างการเจริญเติบโตทั้งด้านร่างกาย และจิตใจอย่างรวดเร็ว

การมีวินัยในตนเอง (Self-discipline) มีความสำคัญต่อการช่วยสร้างและรักษาสภาพการณ์อันจำเป็น ต่อความเจริญงอกงามของนักเรียนวัยรุ่นและความเจริญก้าวหน้าของโรงเรียน เป็นเครื่องเตรียมตัวของนักเรียนวัยรุ่น สำหรับการดำรงชีวิตในภายหน้าเมื่อเติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่ต้องรับผิดชอบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของตนและสมาชิก ในครอบครัว ช่วยเหลือกันและร่วมมือกันในการแก้ปัญหาสังคม และเป็นเครื่องปลูกฝังการรู้จักควบคุมบังคับใจ ของตนเองไปทีละน้อย โดยสถาบันครอบครัวและโรงเรียนมีหน้าที่ปลูกฝังอบรมส่งเสริมให้วัยรุ่นมีความรับผิดชอบต่อสังคมในฐานะที่เป็นพลเมืองดีในสังคมประชาธิปไตย (Democratic society) เห็นคุณค่าของความคิด ความงาม

และความจำเป็นที่จะต้องควบคุมตนเองให้ปฏิบัติตนในทางที่ชอบจนเป็นนิสัย (Habit) มีลักษณะนิสัย (Character) ที่จะนำความเจริญมาสู่ตนเองและสังคมที่จะต้องรู้จักนำตนเองให้ประพฤติและปฏิบัติการทำงานในทางที่ถูกที่ควร (Jutharop, 1997, p. 249) ดังนั้น การมีวินัยในตนเองจะทำให้บุคคลนั้นประพฤติตนอย่างมีเหตุผล เชื้อมั่น ในการทำความดี และยอมรับในเหตุผลของบุคคลอื่น ถ้าหากบุคคลในสังคมเป็นเช่นนี้ สังคมก็จะสงบสุข นอกจากจะไม่มีใครสร้างปัญหาให้สังคมแล้วยังสามารถพัฒนาสังคมให้ดีขึ้นอีกด้วย (Clifford, 1981, pp. 6-7)

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงให้ความสนใจที่จะทำการศึกษาความมีวินัยในตนเองของนักเรียนระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพ หลักสูตรเตรียมวิศวกรรมศาสตร์ ซึ่งความมีวินัยในตนเองเป็นเรื่องที่สำคัญมากสำหรับการเตรียม ความพร้อมในการมีวินัย ความรับผิดชอบ ควบคุมอารมณ์และพฤติกรรมของตนเอง ดังเช่นงานวิจัยของ Khatimah (2021, p. 52) ที่ระบุว่าพฤติกรรม ที่มีระเบียบวินัยไม่ได้เติบโตมาเอง แต่ต้องอาศัยการตระหนักรู้ในตนเอง การฝึก ให้เป็นนิสัยและยังต้องมีการลงโทษด้วย และ Veri et al. (2019, p. 263) แสดงให้เห็นว่าความมีระเบียบวินัย ในการเรียนรู้เกิดจากกำลังใจของนักเรียนทำให้นักเรียนมีแรงจูงใจสูงและปรารถนาที่จะบรรลุเป้าหมายได้ ดังนั้น วิธีการสอนแบบเห็นอกเห็นใจและยืดหยุ่นโดยการปรับหลักสูตร การประเมิน และการสื่อสารกับนักเรียน จึงเป็นการใช้ กลยุทธ์สร้างวินัยในตนเองสำหรับนักเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ประสบความสำเร็จเป็นที่ยอมรับในสายอาชีพ ย่อมสร้างความแข็งแกร่งในแก่ตนเองและประเทศชาติในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความมีวินัยในตนเองของนักเรียนหลักสูตรเตรียมวิศวกรรมศาสตร์
2. เพื่อเปรียบเทียบความมีวินัยในตนเองของนักเรียนหลักสูตรเตรียมวิศวกรรมศาสตร์ จำแนกตาม สาขาวิชาเครื่องกล สาขาวิชาไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ และสาขาวิชาโยธา

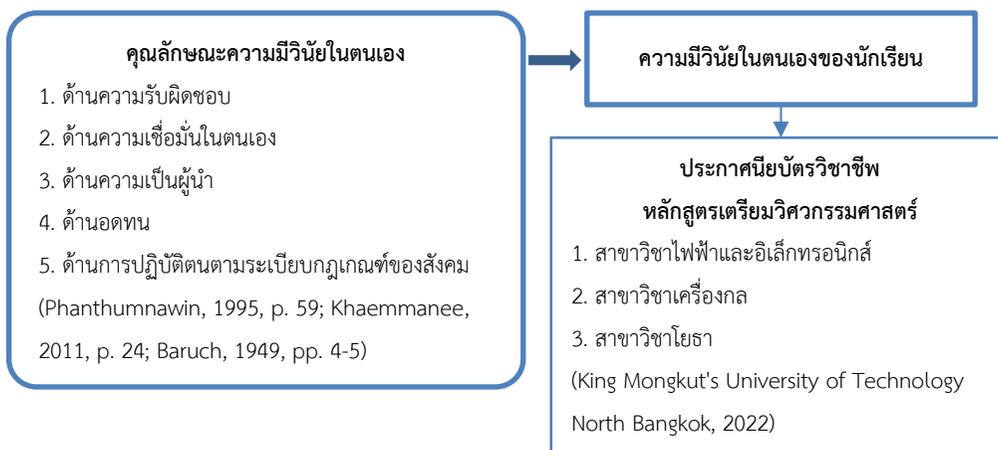
ประโยชน์การวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงระดับความมีวินัยในตนเองของนักเรียนหลักสูตรเตรียมวิศวกรรมศาสตร์ ที่ช่วยให้ผู้บริหาร และอาจารย์นำไปใช้กำหนดทิศทางให้กับนักเรียนได้มีสามารถจัดการเวลา วางแผนการเรียนรู้ และรับมือกับงาน ที่มีกำหนดเวลาอย่างถูกต้อง เหมาะสม รวมไปถึงสามารถกำหนดลำดับความสำคัญของงานและการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. ทำให้ทราบถึงการเปรียบเทียบความมีวินัยในตนเองของนักเรียนหลักสูตรเตรียมวิศวกรรมศาสตร์ ที่เรียนในแต่ละสาขาวิชา เพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงการแลกเปลี่ยนและแบ่งปันประสบการณ์กับเพื่อนร่วมสาขาวิชา และต่างสาขาวิชาให้เกิดการเรียนรู้วิธีการสร้างและรักษาความมีวินัยในตนเอง และสามารถสร้างแรงกดดัน ให้นักเรียนพัฒนาความมีวินัยในตนเอง ปรับปรุงผลการเรียนและความสำเร็จในการเรียนรู้ได้อย่างต่อเนื่อง

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยอาศัยแนวคิดและทฤษฎีการมีวินัยในตนเอง ซึ่งเป็นการกำหนดมาตรฐานภายนอกเพื่อควบคุม การกระทำของบุคคลนั้น มีตั้งแต่การกระทำตามใจตนเองโดยไม่มีกฎเกณฑ์อะไรเลยไปจนถึงเผด็จการ ถ้าอำนาจ การควบคุมการกระทำของบุคคลให้เป็นไปตามวินัยที่กำหนดไว้เกิดขึ้นจากภายในตัวเขาเอง เรียกว่า “วินัยในตนเอง” (Self-discipline) (Ausubel, 1972, pp. 189-190) เป็นความสามารถของบุคคลในการที่จะให้รางวัลตนเอง เมื่อทำดีและลงโทษเมื่อทำชั่ว ซึ่งเป็นความสามารถในการควบคุมตนเองหรือความสามารถในการที่จะยับยั้ง

เป็นตัวของตัวเอง ซึ่งลักษณะของผู้ที่มีวินัยในตนเองควรมีคุณลักษณะที่ประกอบด้วย 1) ความสามารถควบคุมอารมณ์ 2) ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมให้เป็นไปตามกฎเกณฑ์ของสังคม 3) ความเชื่อมั่นในตนเอง 4) ความรับผิดชอบสูง 5) ความสามารถในการชะลอความต้องการ 6) สามารถคาดหวังผลกระทมาที่จะเกิดขึ้นภายหลัง 7) การตั้งเป้าหมายเพื่ออนาคต (Phanthumnawin, 1995, p. 59) โดย ทิศนา แคมมณี (Khaemmanee, 2011, p. 24) ได้อธิบายลักษณะของผู้ที่มีวินัยในตนเอง ควรประกอบไปด้วยพฤติกรรมที่สำคัญ คือ 1) มีความซื่อสัตย์ 2) มีความรับผิดชอบ 3) มีความตั้งใจ 4) มีระเบียบ 5) มีความเป็นผู้นำ 6) มีความตรงต่อเวลา 7) มีความเชื่อมั่นในตนเอง และ 8) มีความอดทน Baruch (1949, pp. 4-5) อธิบายว่าผู้ที่มีวินัยในตนเองจะต้องมีคุณลักษณะคือ 1) ความเป็นระเบียบวินัย 2) มีความรับผิดชอบ 3) มีความเชื่อมั่นในตนเอง โดยนำมาสังเคราะห์สรุปคุณลักษณะความมีวินัยในตนเองได้จำนวน 5 ด้าน แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพ 1



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

ความมีวินัยในตนเองของนักเรียนหลักสูตรเตรียมวิศวกรรมศาสตร์ต่างสาขาวิชา กัน ไม่แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) เป็นกระบวนการสำรวจข้อมูลเพื่อให้เข้าใจแนวโน้ม ความคิดเห็น พฤติกรรม หรือความคิดเห็นของกลุ่มประชากรในเชิงสัมพันธ์กับประเด็นที่นักวิจัยมีความสนใจ ดังที่ ตามธรรม จินากุล (Jinakul, 2022, p. 42) ได้อธิบายถึงการวิจัยเชิงสำรวจเป็นการรวบรวมข้อมูลจากประชากรหรือกลุ่มตัวอย่าง ณ ช่วงเวลาหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อบรรยายถึงสภาพการณ์ที่เป็นอยู่และความสัมพันธ์ของตัวแปรเพื่ออธิบายและสรุปผล โดยผู้วิจัยมีวิธีดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) หลักสูตรเตรียมวิศวกรรมศาสตร์ โรงเรียนเตรียมวิศวกรรมศาสตร์ ไทย-เยอรมัน วิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ที่ลงทะเบียนในภาคการศึกษาที่ 2/2565 จำนวน 1,302 คน (Academic Services Division, King Mongkut's University of Technology North Bangkok, 2022) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรการคำนวณ

ขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie and Morgan โดยมีความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกิน 0.05 ระดับความเชื่อมั่น (ค่าไคสแควร์) 3.841 และสัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร 0.5 (Krejcie & Morgan, 1970) ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 296.78 หรือเท่ากับ 297 ตัวอย่าง ทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) โดยถือว่าประชากรที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีโอกาสที่จะถูกเลือกเท่ากัน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับปฏิบัติของนักเรียนตามองค์ประกอบความมีวินัย ในตนเอง 5 ด้าน จำนวน 39 ข้อ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 4 ระดับ โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน คือ 1 คะแนน เท่ากับไม่เคยปฏิบัติ 2 คะแนน เท่ากับปฏิบัติบ้าง แต่ไม่สม่ำเสมอ 3 คะแนน เท่ากับปฏิบัติค่อนข้างเป็นประจำ และ 4 คะแนน เท่ากับปฏิบัติเป็นประจำอย่างสม่ำเสมอ (Best, 1981, p. 78) นำร่างแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน พิจารณาให้คะแนนความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) กำหนดเกณฑ์การให้คะแนน 3 ระดับ คือ +1 คะแนน เท่ากับแน่ใจว่าสอดคล้อง 0 คะแนน เท่ากับไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง และ -1 คะแนน เท่ากับแน่ใจว่าไม่สอดคล้อง นำผลคะแนนที่ได้ไปหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC : Index of item objective congruence) โดยใช้สูตรคำนวณตามหลักการของสุวิมล ตีรakanานท์ (Tirakanan, 2008, p. 148) ทำการคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป แล้วนำไปทดลองใช้ (Try out) เก็บรวบรวมข้อมูลกับนักเรียนเตรียมวิศวกรรมศาสตร์ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน นำผลข้อมูลที่ได้นำมาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient- α) ซึ่งเป็นวิธีที่พัฒนาจากครอนบาค (Cronbach) (Tirakanan, 2008, pp. 153-158) ได้ค่าความเชื่อมั่น ทั้งฉบับเท่ากับ 0.909

การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถาม จำนวน 297 ชุด ไปเก็บกับกลุ่มตัวอย่างโดยใช้โปรแกรมกูเกิลฟอร์ม (Google form) สร้างแบบสอบถามออนไลน์ แล้วทำการจัดส่งผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ได้รับกลับคืนมาจำนวน 248 ชุด คิดเป็นร้อยละ 83.5 นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาตรวจสอบความสมบูรณ์ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความมีวินัยในตนเอง โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ด้วยการหาค่าเฉลี่ย (Mean : \bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation : S.D.) กำหนดเกณฑ์ที่ใช้ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ตามความคิดของ Best (1981, p. 78) ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย 3.00-4.00 หมายถึงปฏิบัติระดับสูง 2.00-2.99 หมายถึงปฏิบัติระดับปานกลาง และ 1.00-1.99 หมายถึงปฏิบัติระดับต่ำ สำหรับข้อมูลการเปรียบเทียบความมีวินัย ในตนเอง ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inference statistics) การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance: One Way-Anova (F-test)) โดยทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม ซึ่งดูค่าความแปรปรวนจากตาราง Homogeneity of Variance (Wanichbuncha, 2001, p. 142) กำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% หากพบว่ามีค่า Sig มากกว่า 0.05 ($p>0.05$) หมายถึงยอมรับ สมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาระดับความมีวินัยในตนเองของนักเรียนหลักสูตรเตรียมวิศวกรรมศาสตร์ ดังตาราง 1 และตาราง 2

ตาราง 1 ระดับความมีวินัยในตนเองของนักเรียนหลักสูตรเตรียมวิศวกรรมศาสตร์ โดยภาพรวม

ความมีวินัยในตนเอง	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ด้านความเป็นผู้นำ	3.08	0.46	สูง
2. ด้านความอดทน	3.02	0.45	สูง
3. ด้านความรับผิดชอบ	2.91	0.41	ปานกลาง
4. ด้านความเชื่อมั่นในตนเอง	2.87	0.48	ปานกลาง
5. ด้านการปฏิบัติตามระเบียบกฎเกณฑ์ของสังคม	2.59	0.71	ปานกลาง
รวมเฉลี่ย	2.91	0.36	ปานกลาง

จากตาราง 1 ภาพรวมระดับความมีวินัยในตนเองของนักเรียนหลักสูตรเตรียมวิศวกรรมศาสตร์ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.91$, S.D.=0.36) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความมีวินัยในตนเองของนักเรียนหลักสูตรเตรียมวิศวกรรมศาสตร์ระดับสูง จำนวน 2 ด้าน คือ ด้านความเป็นผู้นำ ($\bar{X}=3.08$, S.D.=0.46) และด้านความอดทน ($\bar{X}=3.02$, S.D.=0.45) รองลงมาคือ ความมีวินัยในตนเองของนักเรียนหลักสูตรเตรียมวิศวกรรมศาสตร์ระดับปานกลาง จำนวน 3 ด้าน คือ ด้านความรับผิดชอบ ($\bar{X}=2.91$, S.D.=0.41) ด้านความเชื่อมั่นในตนเอง ($\bar{X}=2.87$, S.D.=0.48) และด้านการปฏิบัติตามระเบียบกฎเกณฑ์ของสังคม ($\bar{X}=2.59$, S.D.=0.71) ตามลำดับ

ตาราง 2 ระดับความมีวินัยในตนเองของนักเรียนหลักสูตรเตรียมวิศวกรรมศาสตร์ จำแนกตามสาขาวิชา

ความมีวินัย ในตนเอง	สาขาวิชา								
	เครื่องกล			ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์			โยธา		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ด้านความรับผิดชอบ	2.89	0.39	ปานกลาง	2.99	0.46	ปานกลาง	2.87	0.34	ปานกลาง
2. ด้านความเชื่อมั่นในตนเอง	2.88	0.49	ปานกลาง	3.00	0.59	สูง	2.76	0.44	ปานกลาง
3. ด้านความเป็นผู้นำ	3.09	0.45	สูง	3.06	0.55	สูง	2.98	0.43	ปานกลาง
4. ด้านความอดทน	3.01	0.42	สูง	3.02	0.58	สูง	2.96	0.47	ปานกลาง
5. ด้านการปฏิบัติตามระเบียบ กฎเกณฑ์ของสังคม	2.58	0.71	ปานกลาง	2.73	0.74	ปานกลาง	2.54	0.69	ปานกลาง
รวม	2.89	0.36	มาก	2.96	0.50	มาก	2.82	0.31	มาก

จากตาราง 2 ระดับความมีวินัยในตนเองของนักเรียนหลักสูตรเตรียมวิศวกรรมศาสตร์ โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลางทุกสาขาวิชา เรียงลำดับจากสูงไปหาต่ำตามลำดับ ดังนี้

ลำดับแรก คือ สาขาวิชาไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ($\bar{X}=2.96$, S.D.=0.50) พิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับจากสูงไปหาต่ำ พบว่า ด้านที่อยู่ในระดับสูง มีจำนวน 3 ด้าน คือ ด้านความเป็นผู้นำ ($\bar{X}=3.06$, S.D.=0.55) ด้านความอดทน ($\bar{X}=3.02$, S.D.=0.58) และด้านความเชื่อมั่นในตนเอง ($\bar{X}=3.00$, S.D.=0.59) และอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 2 ด้าน คือ ด้านความรับผิดชอบ ($\bar{X}=2.99$, S.D.=0.46) และด้านการปฏิบัติตามระเบียบกฎเกณฑ์ของสังคม ($\bar{X}=2.73$, S.D.=0.74)

ลำดับที่สอง คือ สาขาวิชาเครื่องกล ($\bar{X}=2.89$, S.D.=0.36) พิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับจากสูงไปหาต่ำ พบว่า ด้านที่อยู่ในระดับสูง จำนวน 2 ด้าน คือ ด้านความเป็นผู้นำ ($\bar{X}=3.09$, S.D.=0.45) และด้านความอดทน ($\bar{X}=3.01$, S.D.=0.42) และอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 3 ด้าน คือ ด้านความรับผิดชอบ ($\bar{X}=2.89$, S.D.=0.39) ด้านความเชื่อมั่นในตนเอง ($\bar{X}=2.88$, S.D.=0.49) และด้านการปฏิบัติตนตามระเบียบกฎเกณฑ์ของสังคม ($\bar{X}=2.58$, S.D.=0.71)

ลำดับสุดท้าย คือ สาขาวิชาโยธา ($\bar{X}=2.82$, S.D.=0.31) พิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับจากสูงไปหาต่ำ พบว่า อยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน คือ ด้านความเป็นผู้นำ ($\bar{X}=2.98$, S.D.=0.43) และด้านความอดทน ($\bar{X}=2.96$, S.D.=0.47) ด้านความรับผิดชอบ ($\bar{X}=2.87$, S.D.=0.34) ด้านความเชื่อมั่นในตนเอง ($\bar{X}=2.76$, S.D.=0.44) และด้านการปฏิบัติตนตามระเบียบกฎเกณฑ์ของสังคม ($\bar{X}=2.54$, S.D.=0.69)

2. ผลการเปรียบเทียบความมีวินัยในตนเองของนักเรียนหลักสูตรเตรียมวิศวกรรมศาสตร์ จำแนกตามสาขาวิชาเครื่องกล สาขาวิชาไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ และสาขาวิชาโยธา แสดงดังตาราง 3

ตาราง 3 การเปรียบเทียบความมีวินัยในตนเองของนักเรียนหลักสูตรเตรียมวิศวกรรมศาสตร์ (สาขาวิชาเครื่องกล สาขาวิชาไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ และสาขาวิชาโยธา)

ความมีวินัยในตนเอง	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านความรับผิดชอบ	ระหว่างกลุ่ม	0.22	2	0.11	0.71	0.49
	ภายในกลุ่ม	39.02	245	0.16		
	รวม	39.25	247			
2. ด้านความเชื่อมั่นในตนเอง	ระหว่างกลุ่ม	0.70	2	0.35	1.39	0.25
	ภายในกลุ่ม	61.65	245	0.25		
	รวม	62.35	247			
3. ด้านความเป็นผู้นำ	ระหว่างกลุ่ม	0.33	2	0.16	0.75	0.47
	ภายในกลุ่ม	53.23	245	0.22		
	รวม	53.56	247			
4. ด้านความอดทน	ระหว่างกลุ่ม	0.07	2	0.03	0.16	0.85
	ภายในกลุ่ม	49.28	245	0.20		
	รวม	49.86	247			
5. ด้านการปฏิบัติตนตามระเบียบกฎเกณฑ์ของสังคม	ระหว่างกลุ่ม	0.55	2	0.27	0.53	0.59
	ภายในกลุ่ม	126.85	245	0.52		
	รวม	127.40	247			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.23	2	0.12	0.82	0.44
	ภายในกลุ่ม	34.51	245	0.14		
	รวม	34.74	247			

$p > 0.05$

จากตาราง 3 พบว่า ความมีวินัยในตนเองของนักเรียนหลักสูตรเตรียมวิศวกรรมศาสตร์ สาขาวิชาเครื่องกล สาขาวิชาไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ สาขาวิชาโยธา ทั้ง 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความรับผิดชอบ

(Sig.=0.49) ด้านความเชื่อมั่นในตนเอง (Sig.=0.25) ด้านความเป็นผู้นำ (Sig.=0.47) ด้านความอดทน (Sig.=0.85) และด้านการปฏิบัติตนตามระเบียบกฎเกณฑ์ของสังคม (Sig.=0.59) ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่า Sig มากกว่า 0.05 ($p>0.05$) แสดงว่ายอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

นักเรียนหลักสูตรวิศวกรรมศาสตร์มีระดับความมีวินัยในตนเองในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้ อาจเกิดจากการปฏิบัติตามกฎระเบียบและมีการรับผิดชอบต่อการเรียนรู้และการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับ หลักสูตรวิศวกรรมศาสตร์อย่างเหมาะสมโดยส่วนมาก อาจมีความตั้งใจและความพยายามในการเรียนรู้ แต่อาจยังมีบางครั้งที่ไม่มีภาระต่องานในการศึกษาหรือการทำงานที่เกี่ยวข้อง จึงต้องมีการพัฒนาความมีวินัย ในตนเองให้ดีขึ้นเพื่อสามารถต่อยอดและประสบความสำเร็จในหลักสูตรวิศวกรรมศาสตร์ได้มากยิ่งขึ้นนั่นเอง ซึ่ง Zhao, Luo, and Wang (2023, p. 1) ได้กล่าวถึงภาพรวมของความมีวินัยในตนเองโดยทั่วไปจำเป็นต้องอาศัย ข้อมูลของตนเองเพื่อปรับปรุงความสามารถในการทำให้มีอนาคตที่สดใส เมื่อพิจารณารายด้านพบว่ามีความเป็นผู้นำ และด้านความอดทนอยู่ในระดับสูง แสดงให้เห็นได้ว่านักเรียนมีคุณลักษณะที่เข้าใจตนเอง มีการคิดและตัดสินใจ ด้วยเหตุผลอย่างรอบคอบ จึงเกิดเป็นบุคลิกภาพและอุปนิสัยมองโลกในแง่ดี ทำให้เป็นที่ยอมรับและไว้วางใจ จากเพื่อนนักเรียนด้วยกันรวมไปถึงบุคคลอื่นในสังคมด้วย ซึ่งไม่สอดคล้องกับ Caldwell and Spinks (1990, p. 108) ที่ได้กล่าวถึงความมีระเบียบวินัยในสถานศึกษาของผู้เรียนอยู่ในระดับต่ำ ดังนั้น ประสิทธิภาพของสถานศึกษา ที่ควรมีความมุ่งเน้นการประสบความสำเร็จของผู้เรียน มีกิจกรรมร่วมกันระหว่างครูกับนักเรียน (Hall, 2003, p. 249) ขณะที่ความมีวินัยในตนเองด้านความรับผิดชอบ ด้านความเชื่อมั่นในตนเอง และด้านการปฏิบัติตนตามระเบียบ กฎเกณฑ์ของสังคม อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากประสบการณ์ในช่วงวัยเรียนซึ่งเป็นช่วงของวัยรุ่น ที่ยังมีทักษะการใช้ชีวิตอย่างมีอิสระ จึงทำให้มีความรับผิดชอบและปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ทางสังคมอย่างเหมาะสม ได้พอใช้เท่านั้น ดังนั้น การพัฒนาวินัยในตนเองจึงถือเป็นเรื่องที่ต้องให้ความสำคัญ เนื่องจากวินัยเกี่ยวข้องกับ กฎเกณฑ์ ระเบียบ ข้อบังคับที่สร้างขึ้นโดยองค์กร เพื่อให้ผู้ที่อยู่ในสถานที่แห่งนั้นใช้เป็นแนวทางในการดำรงชีวิต อยู่ร่วมกันได้อย่างมีความสุข ส่งผลให้เกิดความรับผิดชอบ มีประโยชน์ทั้งต่อตนเองและสังคม (Kasemsuk, 2021, pp. 19-20) ซึ่งคุณลักษณะของผู้มีวินัยในตนเองจะต้องมีความรับผิดชอบ ไม่มีความวิตกกังวลหรือมีความวิตก กังวลน้อย เพียรพยายาม อดทน และมีเหตุผล (Wiggins, 1971) รู้จักวินัยของตนเองเป็นอย่างดี เมื่อสังกัดอยู่ในสังคม จะต้องมีความรู้เรื่องวินัย ระเบียบแบบแผนของสังคมนั้นเป็นอย่างดี เพื่อจะได้ปฏิบัติตามได้ถูกต้อง และมีความเคร่งครัด ในวินัยเป็นอย่างดี คือเป็นผู้ที่พยายามประพฤติปฏิบัติตนอยู่ในระเบียบวินัย ไม่ละเมิดทั้งต่อหน้าและลับหลัง (Ministry of Education, 1998)

นอกจากนี้ นักเรียนหลักสูตรเตรียมวิศวกรรมศาสตร์ที่เรียนสาขาวิชาเครื่องกล สาขาวิชาไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ และสาขาวิชาโยธา มีความมีวินัยในตนเองทุกด้าน ประกอบด้วย ด้านความรับผิดชอบ ด้านความเชื่อมั่นในตนเอง ด้านความเป็นผู้นำ ด้านความอดทน และด้านการปฏิบัติตนตามระเบียบกฎเกณฑ์ของสังคม ไม่แตกต่างกัน จึงเป็น สัญญาณที่ชัดเจนว่านักเรียนมีความพร้อมและมีความรับผิดชอบต่อการเรียนรู้และการพัฒนาตนเองในสาขาวิชา ที่เลือกเรียน นักเรียนจะมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จในการศึกษาและอาชีพที่เกี่ยวข้องในอนาคตได้มากยิ่งขึ้น และแสดงให้เห็นถึงบางองค์ประกอบมีความสัมพันธ์และเกี่ยวเนื่องกันหรือมีความหมายไปในทิศทางเดียวกัน เป็นองค์ประกอบวินัยเดียวกัน (Tonglad, 2021, p. 16) หากแต่พฤติกรรมหรือการตอบสนองก็ยังคงขึ้นอยู่กับ

ผลของการกระทำที่ควรจัดอยู่เฉพาะพฤติกรรมที่สามารถสังเกตเห็นได้อย่างชัดเจน โดยพิจารณาจากความถี่ของการตอบสนอง คือ การเสริมแรงหรือการลงโทษทั้งทางบวกและทางลบ อันประกอบด้วย เงื่อนไขนำหรือสิ่งเร้าที่กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม พฤติกรรมที่แสดงออก และผลที่เกิดหลังการกระทำพฤติกรรมเป็นตัวบ่งบอกถึงการกระทำพฤติกรรมนั้น (Skinner, 1974) ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ถูกจัดประเภทเป็นคุณสมบัติหรือทักษะที่แต่ละคนมีอยู่ นั้นเอง (Chiu et al., 2021, p. 1341)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ผลการวิจัยพบว่า ความมีวินัยในตนเองของนักเรียนหลักสูตรเตรียมวิศวกรรมศาสตร์ด้านความเป็นผู้นำและด้านความอดทนสูง ดังนั้น ผู้บริหารโรงเรียนเตรียมวิศวกรรมศาสตร์ ไทย-เยอรมัน สามารถนำไปเป็นกรอบกำหนดทิศทางการผลิตนักเรียนให้มีคุณลักษณะผู้นำด้านวิศวกรรมศาสตร์ที่เป็นอัตลักษณ์ประจำหลักสูตรได้
2. ผู้บริหารและอาจารย์โรงเรียนเตรียมวิศวกรรมศาสตร์ ไทย-เยอรมัน ควรให้การสนับสนุนและการพัฒนาทักษะความมีวินัยในตนเอง โดยเน้นการสร้างประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนเป็นไปตามระเบียบการจัดการเวลา และการจัดการกับความกดดันผ่านกิจกรรม เช่น การอบรมความมีวินัย การทำกิจกรรมให้นักเรียนได้พบเจอความท้าทายและสามารถทดลองแก้ไขปัญหาได้ เป็นต้น
3. ผู้บริหารและอาจารย์โรงเรียนเตรียมวิศวกรรมศาสตร์ ไทย-เยอรมัน ควรส่งเสริมและสนับสนุนสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมความมีวินัย โดยมีการกำหนดกฎเกณฑ์ที่ชัดเจนและเป็นธรรม การให้การกำกับและชี้แนะในทิศทางที่ถูกต้องแก่นักเรียน และการสร้างพื้นที่การเรียนรู้ที่สร้างสภาวะที่สนับสนุนการพัฒนาความมีวินัยในตนเอง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความมีวินัยในตนเองของนักเรียนหลักสูตรเตรียมวิศวกรรมศาสตร์ เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้ในการพิจารณากำหนดแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาการบริหารจัดการโรงเรียนเตรียมวิศวกรรมศาสตร์ ไทย-เยอรมัน ให้เกิดประโยชน์และสอดคล้องกับหลักสูตรการเรียนการสอนต่อไป
2. ควรทำการศึกษาความสัมพันธ์และแนวโน้มของความมีวินัยในตนเองกับผลการเรียนและพฤติกรรม การเรียนรู้นอกเวลาเรียน หรือการร่วมกิจกรรมที่เสริมสร้างการเรียนรู้ อันจะนำไปสู่การกำหนดทิศทางการพัฒนา กิจกรรมการเรียนรู้อื่นๆสำหรับนักเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

- Academic Services Division, King Mongkut's University of Technology North Bangkok. (2022). *Report on the number of students in the Vocational Certificate (Voc.) level of the Pre-Engineering Program, Thai-German Pre-Engineering School, Industrial Technology College, King Mongkut's University of Technology North Bangkok, Semester 2/2022.* (Unpublished manuscript). (In Thai)
- Ausubel, D. P. (1972). *Ego Development and the Personality* (3rd ed.). New York : Grune and Stratton.
- Best, J. W. (1981). *Research in Education* (3rd ed.). Englewood cliffs, New Jersey : Prentice-Hall.

- Caldwell, B. J., & Spinks, J. M. (1990). *The self-managing school : Administrative science quarterly*. London : Taylor and Francis Mimeographed.
- Chiu, Y. T., Copsey-Blake, M., Nikolopoulou, M., & Wong, B. (2021). A mapping of graduate attributes: What can we expect from UK university students?. *Higher Education Research & Development*, 41(4), 1340-1355. <https://doi.org/10.1080/07294360.2021.1882405>
- Clifford, M. M. (1981). *Practice in Educational Psychology*. Boston : Houghton Mifflin.
- Hall, R. H. (2003). *Organization structure, processes and education*. New Jersey : Prentice-Hall International.
- Jinakul, D. (2022). *Research Design*. Retrieved January 31, 2023, from <http://web.sut.ac.th/dpn/document/ir/2565/4%20Research%20Design%20Mart-IRD-SUT.pdf> (In Thai)
- Jutharop, M. (1997). *Educational Psychology* (2nd ed.). Bangkok : Aksara Phiphat. (In Thai)
- Kasemsuk, S. (2021). *Development of Promoting Self-Discipline Model of Students in Banglane Wittaya School*. Thesis, Master of Education Program in Educational Administration, Faculty of Interdisciplinary Studies, Christian University of Thailand, Bangkok. (In Thai)
- Khaemmanee, T. (2011). *Pedagogical science: body of knowledge for effective learning process* (14th ed. (Extended Edition)). Bangkok : Chulalongkorn University Press. (In Thai)
- Khatimah, Y., H. (2021). Perilaku disiplin anak pada pelaksanaan belajar dari rumah(BDR) di RA Al-Akhyar. *Tematik*, 7(1), 52-61. <https://doi.org/10.26858/tematik.v7i1.20860>
- King Mongkut's University of Technology North Bangkok. (2022). *Thai-German Pre-Engineering School website*. Retrieved January 31, 2023, from <https://www.kmutnb.ac.th/faculty-and-agencies/bangkok/วิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรม/โรงเรียนเตรียมวิศวกรรมศาสตร์-ไทย-เยอรมน.aspx> (In Thai)
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). *Education and Psychological Measurement*. New York : Minisota University.
- Ministry of Education. (1998). *Educational Development Guide 1998*. Bangkok : Ministry of Education. (In Thai)
- Office of the Secretary-General, Office of the Education Council. (2017). *National Education Plan 2017-2036* (2nd ed.). Bangkok : Office of the Secretary-General, Office of the Education Council. (In Thai)
- Phanthumnawin, D. (1995). *Ethical Tree Theory : Research and Human Development*. Bangkok : Academic Document Promotion Project National Institute of Development Administration. (In Thai)
- Skinner, B. F. (1974). *About Behaviorism*. New York : Alford A Kupt F.

- Tirakanan, S. (2008). *Research Methodology in Social Sciences: Guidelines for Practice* (7th ed.). Bangkok : Chulalongkorn University Printing Press. (In Thai)
- Tonglad, S. (2021). *Developing Guidelines for Strengthening Students' Self-Discipline Under the Office of Kalasin Primary Education Area 3*. Thesis, Master of Education Program in Educational Administration and Development, Mahasarakham University, Mahasarakham. (In Thai)
- Veri, S., Jalinus, N., Maksum, H., Edi, I., & Jamilah, Y. (2019). The Effect of Learning Discipline on Learning Achievement of Class X Students in Vocational High School 5 Padang. *International Journal of Educational Dynamics*, 2(1), 263-273. <https://doi.org/10.24036/ijeds.v2i1.256>
- Wanichbuncha, K. (2001). *Statistical Analysis : Statistics for Decision Making* (5th ed.). Bangkok : Chulalongkorn University Printing House. (In Thai)
- Wiggins, J. S. (1971). *The Psychology of Personality*. New York : Addison-Wesley.
- Zhao, J., Luo, L., & Wang, H. (2023). Self-discipline on multiple channels. *arXiv preprint arXiv:2304.14224*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2304.14224>

EFFECTS OF AWARENESS TEACHING IN METACOGNITIVE STRATEGY THROUGH STORY BOOKS ON THE LISTENING ABILITY OF YOUNG LEARNERS

ผลของการสอนความตระหนักในกลวิธีอภิปัญญาโดยใช้หนังสือนิทาน

ที่มีต่อความสามารถในการฟังของนักเรียนชั้นประถมศึกษา

Aphinya Prachammueang^{1*}, Waewwalee Waewchimplee²

อภิญา ประจำเมือง^{1*}, แววลี แววจิมพลี²

^{1*}Master Student, Teaching English as a Foreign Language, Graduate School, Nakhon Ratchasima Rajabhat University, Nakhon Ratchasima Province, 30000, Thailand

^{1*}นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรการสอนภาษาอังกฤษเป็นภาษาต่างประเทศ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา 30000 ประเทศไทย

²Lecturer Dr., Faculty of Humanities and Social Sciences, Nakhon Ratchasima Rajabhat University, Nakhon Ratchasima Province, 30000, Thailand

²อาจารย์ ดร. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา 30000 ประเทศไทย

E-mail address (Corresponding author) : ^{1*}apinya.pracham@gmail.com; (Auther) : ²waewwalee.w@nrru.ac.th

รับบทความ : 27 กุมภาพันธ์ 2566 / ปรับแก้ไข : 24 พฤษภาคม 2566 / ตอรับบทความ : 21 มิถุนายน 2566

Received : 27 February 2023 / Revised : 24 May 2023 / Accepted : 21 June 2023

DOI : 10.14456/nrru-rdi.2023.30

ABSTRACT

A metacognitive strategy is one of an important approach that can enhance learners' thinking and listening processes. A storybook can makes classroom learning more meaningful in language teaching and be used as a part of the metacognitive strategy teaching well. Storybooks promote a fun language learning process for learners. Therefore, the objectives of this research were: 1) to examine the effect of metacognitive awareness teaching strategies through storybooks on the listening ability of the third graders, and 2) to compare learners' English listening ability posttest with the criterion score of 60%. The study was a quantitative and qualitative research. A group random sampling included 22 third graders. Research instruments including pre-tests, post-tests, and lesson plans approved by the advisor. The data were collected by means of pre-tests and post-tests according to the lesson plan. The data were analyzed using mean statistics, standard deviation, and t-test for one sample. The research results showed that the mean scores of the learners' English listening ability after learning by using metacognitive awareness teaching strategies through the storybooks were higher than before, and the average score of the learners' English listening ability after learning was higher than 60%. It was demonstrated that the use of a metacognitive strategy could create metacognitive awareness learning for learners and using metacognitive awareness teaching strategies through storybooks was able to enhance learners' English listening abilities.

Keywords : Metacognitive awareness teaching strategy, Storybooks, English listening, Young learners

บทคัดย่อ

กลวิธีอภิปัญญาเป็นแนวทางสำคัญที่สามารถพัฒนากระบวนการคิดและกระบวนการฟังของนักเรียนได้ ซึ่งตัวช่วยหนึ่งที่ทำให้การเรียนรู้ภาษามีความหมายคือหนังสือนิทาน หนังสือนิทานช่วยส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ทางภาษาที่สนุกสนานของผู้เรียน ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาผลของการสอนความตระหนักในกลวิธีอภิปัญญาโดยใช้หนังสือนิทานที่มีต่อความสามารถในการฟังของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 และ 2) เพื่อเปรียบเทียบความสามารถในการฟังภาษาอังกฤษของนักเรียนหลังการทดสอบด้วยเกณฑ์

ร้อยละ 60 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 จำนวน 22 คน เครื่องมือในงานวิจัยประกอบด้วยแบบทดสอบการเรียนรู้ และแผนการสอน ซึ่งผ่านความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาแล้ว ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบทดสอบก่อนและหลังการเรียนรู้ตามแผนการสอน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าเฉลี่ยความแตกต่างก่อนเรียน และหลังเรียน (t-test for one sample) ผลการวิจัย พบว่าคะแนนเฉลี่ยความสามารถในการฟังภาษาอังกฤษ ของนักเรียนหลังจากเรียนรู้แบบความตระหนักในกลวิธีอภิปัญญาโดยใช้หนังสือนิทานสูงกว่าก่อนเรียน และคะแนนเฉลี่ยความสามารถในการฟังภาษาอังกฤษหลังเรียนของนักเรียนสูงกว่าร้อยละ 60 แสดงให้เห็นว่าการสอน ภาษาอังกฤษแบบความตระหนักในกลวิธีอภิปัญญาโดยใช้หนังสือนิทานสามารถส่งเสริมความสามารถในการฟัง ภาษาอังกฤษของนักเรียนได้

คำสำคัญ : การสอนความตระหนักในกลวิธีอภิปัญญา, หนังสือนิทาน, การฟังภาษาอังกฤษ, นักเรียนชั้นประถมศึกษา

INTRODUCTION

One of the keys to speaking English successfully is having a strong grasp of English listening. This is due to the fact that English voice input is always audible. Learning and teaching English in Thailand has many problems from various causes, especially in listening ability. A number of variables influence students' capacity to master English listening skills, one of which is their level of self-efficacy. From studying previous research, it was found that there are five main points that learners struggle with when learning English; the first issue was difficulties in listening to foreign accents (Setiawati, Ikhsanudin, & Riyanti, 2023, pp. 27-28; Thepvongsa & Klinchan, 2020, p. 193). Learners were confused about intonation and unfamiliar with foreign accents. Next was the speakers' speaking speed. The normal speech of most native speakers was fast, causing the learners to be unable to comprehend the meaning of the sentence. The third issue was misunderstanding what they heard (Pooteang-on, 2019, p. 6). Due to listening to unfamiliar words, sentences, and accents, communication may cause discrepancies. Next was a lack of self-confidence (Hutchinson, 2019, p. 350). with various errors occurring during training, causing learners to lack the courage to express themselves, such as pronouncing a word, etc. The last issue was the lack of motivation techniques in the teaching and learning process. In teaching activities, teachers may focus too much on the subject content and forget about the teaching process which will make the learners enjoy learning as well. Therefore, the learners find it difficult to learn the language and lack motivation to do so. Therefore, the important thing to develop is motivation for learners to learn. In addition, it must create confidence for the learners by allowing them to fully understand the language by themselves and participate in the process of thinking. Actively find the meaning of self-learning without having to wait for the teacher to unilaterally enter the data. Rivas, Saiz, and Ossa (2022, p. 2) Metacognitive awareness of listening strategies also can help learners to understand not only what strategies

they can use or how they should use them but also why, when, and where they are supposed to use them at a particular stage, and how to evaluate their efficacy, along with awareness of the purpose of listening to that might trigger particular strategies (Bakar & Ismail, 2020, p. 1405). Ellis and Brewster (2014, pp. 6-7) indicated that there are many reasons to use storybooks in the classroom. For example, stories are motivating, challenging, and enjoyable and can help develop positive attitudes toward foreign languages, cultures, and language learning. Moreover, listening to stories helps children become aware of the rhythm, intonation, and pronunciation of language as well.

Using metacognitive awareness strategies as a tool of classroom teaching can benefit learners' language learning in many ways. Besides, to promote teaching and learning English listening more interesting, bringing storybooks to apply in the process of teaching is a necessary and appropriate thing to do. The metacognitive awareness teaching strategy through storybooks to develop the listening ability of young learners was therefore used in this research.

RESEARCH OBJECTIVES

1. To examine the effect of metacognitive awareness teaching strategy through story books on the listening ability of the third graders
2. To compare learners' English listening ability posttest with the criterion of 60%

RESEARCH BENEFITS

Essential elements that will lead to teaching and learning management by using metacognitive strategies through storybooks for young learners three main components have to be concerned about a metacognitive awareness strategy approach, strategies for teaching listening, and the tools for teaching storybooks.

Literature Review

Metacognitive Awareness Strategy

The metacognitive awareness strategy is a regulatory system that helps a person understand and control his or her own cognitive, motivational, and problem-solving processes to achieve a specific goal (González et al., 2022, p. 455). It can help learners to understand not only what strategies they can use or how they should use them but also why, when, and where they are supposed to use them at a particular stage, and how to evaluate their efficacy, along with awareness of the purpose of listening to that might trigger particular strategies. Goh and Vandergrift (2021, p. 100) mentioned that the metacognitive awareness strategy can be applied to teaching listening through a three-step teaching process: a) planning, the stage that promotes the learner's plan on listening, b) monitoring, the stage that encourages

learners to check their understanding of listening after doing various activities, and c) evaluating, the stage that encourages learners to assess strategies and listening effectiveness. Moreover, Flowerdew and Miller (2005, pp. 73-74) suggested metacognitive strategies to support teaching listening in the classroom, which can be divided into three stages according to the process of metacognitive awareness. In the planning stage before entering the listening session, strategies learners should use include: advanced organization, directed attention, selective attention, and self-management. In the monitoring stage or during the listening session, the needed strategies are comprehension monitoring, auditory monitoring, and double-check monitoring. In the evaluation stage, the needed strategies are performance evaluation and problem identification.

Listening strategy

There are several definitions of listening that have been supplied by research, and there has been a discernible change from regarding hearing as a passive talent to giving it an active and crucial part in language learning. Tsauri (2021, p. 263) gives meaning to listening ability to that listening ability is considered not only hearing but also includes the added dimensions of understanding, paying overt attention, analyzing, and evaluating the spoken messages, and possibly acting based on what has been heard. Listening ability is necessary because of providing input for the learners. Furthermore, if learners do not comprehend the input they receive, the learning process simply cannot begin. So, language learning depends on listening ability (Wah, 2019, p. 884). However, in teaching listening to learners, it is necessary to have techniques and methods that will help the listening task succeed and methods that will help the listening task be successful. Since numerous studies show that effective listeners rely more on top-down processes than unsuccessful listeners do, listening literature has a tendency to prefer top-down over bottom-up processes. Both kinds of processes must be considered while teaching listening, and the two methods must be balanced. Additionally, the idea that listening education should play a key part in providing students with methods to help them regulate their own learning process is given weight by the definition of listening as both an active and an interactive process (Al-Jahwari, Mohamed, Al-Barwani, & Abdulraheim, 2019, p. 260).

Storybooks

Martinez-Caballero et al. (2023, p. e89) indicated that storybooks provide chances for learners to indirectly experience and understand important aspects of life as native speakers. Furthermore, storybooks are worth exploring as a tool for promoting social and emotional skills because the narratives allow children to practice perspective-taking, and they may model prosocial behavior. By depicting a concrete example of sharing, for instance, storybooks may facilitate the readers' understanding of what sharing looks like and why people do it. Further, stories exhibit characters interacting with one another in situations relatable to children and enable children to place themselves into the mindset of the storybook character(s). Therefore,

storybooks may serve as a source of mental state information and contribute to the development of the theory of mind, or the understanding of others' intentions, thoughts, and feelings (Petrie et al., 2023, p. 11). According to Nafi'ah, Rohmani, and Toyyibah (2021, p. 61) picture storybooks are books with illustrations and text that are written to tell a tale with a kid-friendly subject. There may even be moments when there are no words at all. Text and images work best together when there is text. For a child who is still unable to read or write, images should be potent enough to communicate a tale on their own. These books foster children's understanding and interpretation so they can become familiar with and conscious of their surroundings. Therefore, utilizing picture storybooks as a medium to teach English to young learners can capture their interest and attention since they offer authentic language use and rich vocabulary relevant to their environment. Moreover, storybooks can help raise children with the power and pleasure of imagination. Storybooks will motivate students to be better than before. Children will also be happy and imaginative so that they are not aware that they are reflecting on how to learn something that makes them better (Febriyanti & Hidayat, 2023, pp. 174-175).

Therefore, bringing storybooks to help in teaching language to young learners is highly appropriate. Storybooks can apply metacognitive strategies to promote both systematic thinking and imagination. It also includes other language skills not only listening skills.

RESEARCH METHODOLOGY

The research objectives in this study aimed to examine the effect of metacognitive awareness teaching strategy through story books on the listening ability of third graders and to compare learners' English listening ability posttest with the criterion of 60%. The research methodology was described in detail as follows:

Population and Sample

The population in this study was 115 of the 3rd graders of 8 elementary schools in Kaeng Sanam Nang district (Nakhon Ratchasima Primary Education Service Area Office 6, 2022). The samples used in this study consisted of 22 of 3rd graders at Bansala Nongkhon School, one of 8 elementary schools in Kaeng Sanam Nang district, Nakhon Ratchasima province who were taking an English course during the second semester of, the academic year 2022. They were selected by cluster random sampling.

Experimental Design

This research was a pre-experimental design; one-group pretest and post-test design. The samples were given a pretest to investigate their prior knowledge related to English learning achievement before learning by using a metacognitive awareness teaching strategy through storybooks. Then, the samples learned using a metacognitive awareness teaching strategy through

storybooks. The six lesson plans were used in the experiment. The class time involved two hours a week and was conducted for six weeks, twelve hours in total. The learning activities provide following the four instructional steps of using a metacognitive awareness teaching strategy through storybooks. After finishing all the lessons, the participants took the posttest to investigate their English listening ability, to compare learners' English listening ability before and after using the metacognitive awareness teaching strategy through storybooks and to compare learners' English listening ability post-test mean score with the criterion score of 60%.

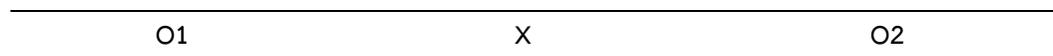


Figure 2 Pre-experimental design of the Study

O1 represents a measurement of the sample's English listening ability before the treatment. x represents the experiment of teaching English by using a metacognitive awareness teaching strategy through storybooks. O2 represents the measurement of the sample's English listening ability after the treatment.

Instrumentation

There were two categories of research instruments: the instruments used in the research procedure and the instruments used in data collection. The instruments used in the research procedure were lesson plans based on a metacognitive awareness teaching strategy through storybooks. There were six lesson plans. Each lesson plan involved a topic of a storybook and contained the vocabulary, sentences, and exercises about the contents of the storybook. The type of exercise provided for learners to ask and answer questions related to the story that they listened to was multiple choice. Additionally, the storybooks were created with the linguistic skill of the young learners in mind, utilizing straightforward words, concepts, and sentences, and featuring animals and plants as the major protagonists, which are situated in an animal habitat, alluding to the natural environment.

Table 1 The topics of lesson plans

No	Story	Topic	Periods
1		Let's know the caterpillar!	2
2	The very hungry caterpillar	What the caterpillar eats?	2
3		He is a butterfly!	2
4		The chameleon can change its color!	2
5	The mixed-up chameleon	The chameleon goes to the zoo!	2
6		It's good to be myself!	2
Total			12

The instrument used in data collection was the English listening ability test used for the pretest and posttest assessment. The test contained 20 items. The total scores were 20, and the passing score was set at 60%. The time allowed to take the test was one hour. The questions asked learners to identify the correct picture which involves listening to the text that they hear. The operation steps are the following.

The 40 items of the English listening ability test were constructed by following the structure of the Thai Nation's basic education curriculum B.E. 2560 (A.D. 2018) (Ministry of Education, 2018). After that, the English listening ability test was presented to the thesis advisor to check the objectives, accuracy of contents, and language. Then, the English listening ability test was revised following the recommendations of the thesis advisor. The English listening ability test was presented to three experts to check and ensure the language and content validity. The experts rated each item as to whether it was congruent with the objectives. Then, the index of item-objective congruence (IOC) was calculated. The item-objective congruence index is as follows: Congruent = 1, Questionable = 0, and Incongruent = -1. In addition, the English vocabulary learning achievement pretest was revised and edited to accommodate the experts' recommendations. (Phomjui, 2020, p. 217) The result was analyzed for difficulty index (p), including the discrimination index (r) and reliability. The reliability of overall test calculated by Kuder-Richardson 20 formula (KR-20) was 0.73, which could be interpreted that the test had high reliability. The difficulty index of the test was between 0.20-0.80. The acceptable value was equal to, or higher than 0.20 could be accepted. Of the 40 items in the test, only 26 items were satisfactory. In the end, the researcher selected only 20 of the 40 items to make up the test had acceptable test. (Phomjui, 2020, p. 243) The test was then re-edited once again before the experimentation with the samples.

Data Collection

The data were collected during the second semester of the academic year 2022. Before learning, the samples were given a pretest in order to investigate their pre-existing knowledge relating to English listening ability, the researcher spent totaling six weeks developing learners' English listening ability. After learning all six lesson plans by using a metacognitive awareness teaching strategy through storybooks, the samples took the posttest to investigate third graders' English listening ability.

Research Procedure

The researcher follow the research process steps as follows:

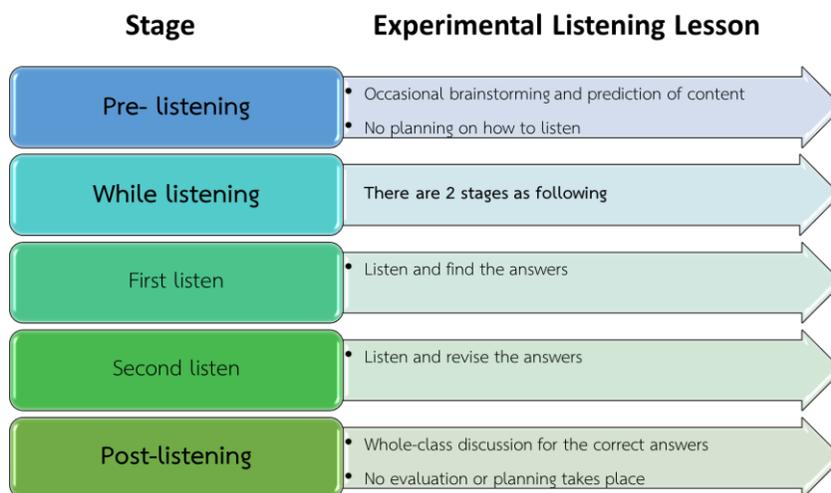


Figure 1 The Stages of the Listening Lessons for the Experimental Groups

The lesson plans are designed in detail by reviewing research and theories on metacognitive awareness teaching strategy. The instructional plans were conducted in the second semester of the 2022 academic year. Each lesson plan took 2 periods, and 60 minutes of class time. Six weeks in all. The lesson plan consists of four stages: planning, monitoring, evaluating, and post-listening. The stages of teaching are as follows; The first stage is the Planning stage: At this stage, the teacher clearly explains the purpose of the task that learners need to do. The teacher provides information, knowledge, and important parts of the story that learners will listen to. The teacher encourages learners to think in connection with their previous knowledge. The second stage is the Monitoring stage: In this stage, learners have to listen 1 time to see an overview of the story. After that, listen again in response to the detailed questions of the story and do some sub-skill practice activities. Learners learn to exchange ideas with others to check their understanding and to check the work that they have done. Learners identify their mistakes and state the cause of that errors. The third stage was the Evaluating stage: At this stage, the teacher gives feedback to learners. Learners exchange their ideas and assess their work. The fourth stage was the Post-listening stage: the stage where the teacher takes the learners beyond the listening text, and uses it as a springboard for further language practice.

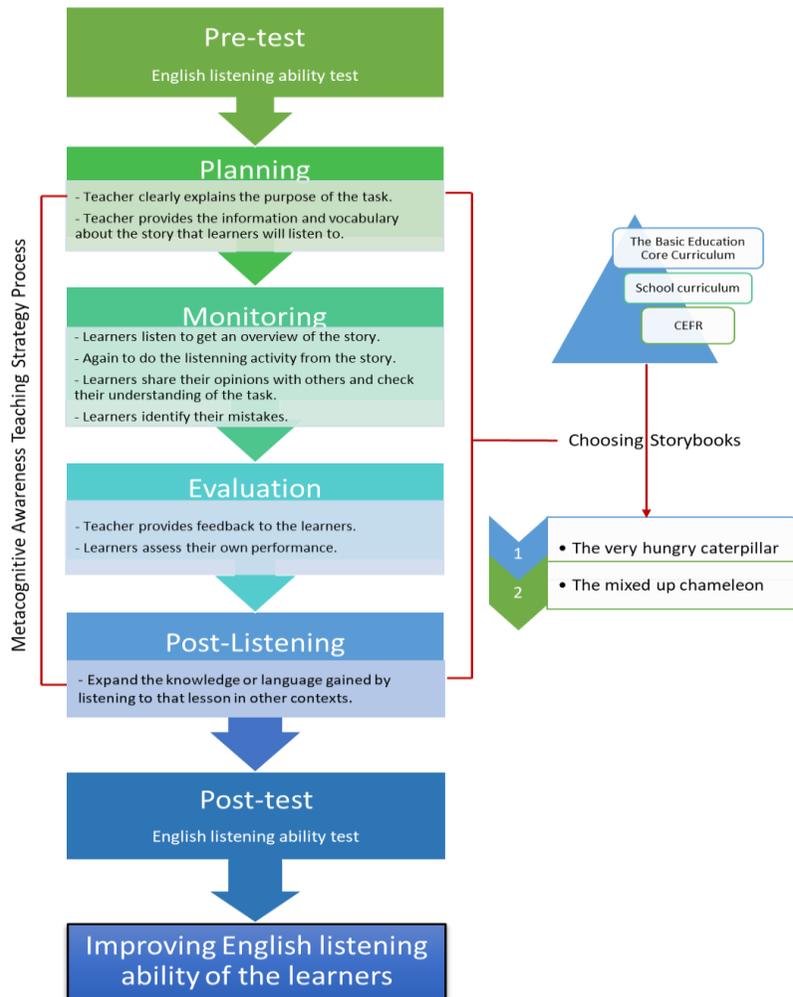


Figure 2 Conceptual Framework of Metacognitive Awareness Teaching Strategy.

Data Analysis

The data from the English listening ability test from the pretest and post-test were analyzed by using mean (\bar{X}), standard deviation (S.D.), and t-test for the dependent. The interpretation of average value ranges is as follows; 1.00-1.80 indicates the lowest level, 1.81-2.60 indicates a low level, 2.61-3.40 indicates a moderate level, 3.41-4.20 indicates a high level, and 4.21-5.00 indicates the highest level (McClelland, 1953, pp. 187-189). The English learning achievement posttest and the English listening ability posttest; mean score was compared with the criterion of 60% using t-test for one sample (Phomjui, 2020, p. 201).

RESEARCH RESULTS

The results from this study investigated the effects of using a metacognitive awareness teaching strategy through storybooks on the third graders' English listening ability. The objectives of this study were; 1) To examine the effect of metacognitive awareness teaching strategy through story books on the listening ability of the third graders. 2) To compare learners' English listening ability posttest with the criterion of 60%. The results from the pretest and posttest were presented in Table 2 through 3. They were divided into two parts as follows;

Table 2 The Comparison of mean scores from the pretest and posttest of the English listening ability of the third graders

Mode of assessment	n	(\bar{X})	S.D.	t	df	Sig.
Pre-test (20)	22	10.45	3.53	7.16*	21	0.000
Post-test (20)	22	13.91	2.83			

* $p < 0.05$

The results showed that the posttest mean scores of English listening ability of the third graders who had learned via metacognitive awareness teaching strategy through story books were significantly higher than the pretest mean score of English listening ability at the 0.05 level. This indicated that the students' English listening ability had improved after learning via a metacognitive awareness teaching strategy through story books.

Table 3 Comparison of posttest mean score of English listening ability of the third graders with the criterion of 60%

Mode of assessment	Score 60%	(\bar{X})	Percentage	S.D.	t	Sig.
Post-test (20)	12	13.91	69.55	2.83	3.17*	0.000

* $p < 0.05$

According to Table 3, the results showed that the posttest mean score of English listening ability of the third graders who had learned via metacognitive awareness teaching strategy through storybooks was significantly higher than the learners' pretest mean score of English listening ability at the 0.05 level. This indicated that the learners' English listening ability had improved after learning via a metacognitive awareness teaching strategy through story books. Accordingly, the results indicated that learners passed the test with scores higher than the criterion of 60%.

DISCUSSION

Learning English using metacognitive awareness teaching strategies through storybooks was designed based on the metacognitive instruction in listening approach from Goh and Vandergrift (2021, p. 85) related to the metacognitive framework, which draws on three components: experience, knowledge, and strategies. A metacognitive awareness teaching strategy that helps learners become self-knowing, self-directed, and self-managed in their learning. Metacognitive awareness teaching strategy can help learners understand listening in many parts, it helps listeners concentrate and stay on task. These include getting back on track when losing concentration and focusing harder when having difficulty understanding. It helps listeners prepare for listening and evaluate the results of their listening efforts. These include having a plan for listening; thinking about similar texts as a guide; having a goal in mind while listening; and periodically checking one's satisfaction with the ongoing interpretation while listening. This strategy is very useful in participating in the classroom, watching TV, listening to the radio, or talking to other people. It is a technique to facilitate the comprehension process. Besides, The metacognitive strategy instruction improved both the advanced learners' listening comprehension and their metacognitive awareness. It also mediated the relationship between motivation and critical listening skills, which is in good agreement with the results of this study.

In this study, storybooks were one of the essential tools to develop young learners' listening abilities. Storybooks are perfect for very young learners. It contains a harmonious blend of text and illustrations, with one enhancing the other to create the complete story. It is produced according to the interests of young learners. Those illustrations are very important to the learning of children and there are various subjects for young learners to learn about. Moreover, storybooks provide chances for learners to indirectly experience and understand important aspects of life as native speakers. Storybooks are worth exploring as a tool for promoting social and emotional skills because the narratives allow children to practice perspective-taking, and they may model prosocial behavior. Furthermore, storybooks can help develop positive attitudes toward a foreign language, culture, and language learning by being motivating, challenging, and enjoyable. Therefore, storybooks are very suitable to develop the listening skills of young learners.

To further support the effectiveness of using a metacognitive awareness teaching strategy through story books on listening ability, there were consistent findings in previous studies such as the studies of Tiang-uan (2023), Robillos and Bustos (2022), Pooteang-on (2019), Bourdeaud'hui, Aesaert, and van Braak (2021), who found that learning English through a metacognitive awareness teaching strategy, which is a meaningful approach based on listening instruction and using story books, helped enhance learners' listening ability.

Conclusion

According to the study's findings, teaching students metacognitive listening strategies has a positive impact on both their ability to listen and their awareness of their own metacognitive processes. These findings thus increase our understanding of the important role that a listening process-based approach plays in assisting students in using metacognitive techniques to control and achieve successful comprehension. Students who are involved in the planning, monitoring, problem-solving, and evaluation processes are more likely to actively listen to what is being said as opposed to simply receiving it passively. This research was a pre-experimental design, with a one-group pretest and posttest design. The tests consisted of three steps. Before learning, the participants took a pretest in order to assess their prior English listening ability by using a metacognitive awareness teaching strategy through story books. Then, they learned by using the metacognitive awareness teaching strategy through storybooks, and afterward took the posttest to examine the effect of the metacognitive awareness teaching strategy through storybooks on the listening ability of young learners. The results of this study revealed that the posttest mean score of English listening ability of the third graders who had learned by using metacognitive awareness teaching strategy through story books was significantly higher than the pretest mean score at the 0.05 level, and it was also significantly higher than the criterion of 60% at the 0.05 level. The study indicated that the learners' English listening ability improved after learning by using a metacognitive awareness teaching strategy through story books. Thus, the metacognitive awareness teaching strategy through storybooks has the potential to develop young learners' English listening skills.

SUGGESTIONS

Recommendations for Instruction

Before teaching a new topic or new content, the teacher should evaluate the learners' background knowledge in order to be able to design teaching activities to suit the level of the learners. In addition, during the learning process, the teacher should give the learners a chance to participate with their friends in pairs or in groups in order to share ideas and opinions, including encourage learners to use their own way of learning first and actively support them by tactfully inputting content into the activities. Moreover, the teacher should design instructional activities with a variety of methods to help support the different learning styles of each learner.

Recommendations for Further Study

Further research should assess the efficacy of several approaches to teaching English that combine speaking, reading, and writing abilities with a metacognitive awareness teaching style to improve language learning. In order to determine whether the outcomes vary between levels, another research should examine teaching English utilizing a metacognitive awareness

teaching technique with various levels of learners. A metacognitive awareness teaching technique integrated with additional content like movies, cartoons, music, etc. should be investigated in more detail.

REFERENCES

- Al-Jahwari, M., Mohamed, A. M., Al-Barwani, T., & Abdulraheim, A. (2019) The Effect of Metacognitive Listening Strategy Instruction on Omani Grade 11 EFL Learners' Listening Comprehension and Their Metacognitive Listening Awareness. *International Journal of Learning, Teaching and Educational Research*, 18(9), 256-275. <https://doi.org/10.26803/ijlter.18.9.14>
- Bakar, M. A. A., & Ismail, N. (2020). Express students' problem-solving skills from a metacognitive skills perspective on effective mathematics learning. *Universal Journal of Educational Research*, 8(4), 1404-1412.
- Bourdeaud'hui, H., Aesaert, K., & van Braak, J. (2021). Exploring the relationship between metacognitive awareness, motivation, and L1 students' critical listening skills. *The Journal of Educational Research*, 114(1), 40-51.
- Ellis, G., & Brewster, J. (2014). *Tell it Again! The new storytelling handbook for primary teachers*. Retrieved April 29, 2022, from http://www.teachingenglish.org.uk/sites/teacheng/files/D467_Storytelling_handbook_FINAL_web.pdf
- Febriyanti, E. R., & Hidayat, F. (2023). Developing Picture Storybook in English with Wetlands Theme for Young Learners. *Acitya: Journal of Teaching and Education*, 5(1), 171-187.
- Flowerdew, J., & Miller, L. (2005). *Second language listening: Theory and practice*. New York : Cambridge University Press.
- Goh, C. C., & Vandergrift, L. (2021). *Teaching and learning second language listening: Metacognition in action*. New York : Routledge.
- González Cabañes, E., García Fernández, T., Álvarez García, D., Fernández Alba, M. E., & Rodríguez Pérez, C. (2022). Validation of the shortened version of the Metacognitive Awareness Inventory in Spanish university students. *Psicothema*, 34(3), 454-462.
- Hutchinson, M. (2019). Developing self-confidence in students learning English listening & speaking skills II. Case study: students from the department of service industry and language innovation Kasetsart University, Kamphaeng Saen Campus. *Journal of Suvarnabhumi Institute of Technology (Humanities and Social Sciences)*, 5(1), 349-369. (In Thai)
- Martínez-Caballero, M., Melero, Á., Silió-García, T., Aparicio-Sanz, M., & Ortego-Maté, C. (2023). Grief in children's story books. A systematic integrative review. *Journal of Pediatric Nursing*, 69(2023), e88-e96. <https://doi.org/10.1016/j.pedn.2022.12.012>
- McClelland, D. C. (1953). *The Achievement Motive*. New York : Appleton Century Crofts.

- Ministry of Education. (2018). *The basic education core curriculum B.E. 2551 (Revised 2018)*. Bangkok : Ministry of Education. (In Thai)
- Nafi'ah, A. U., Indah, R. N., & Toyyibah, T. (2021). English deixis in picture storybooks for children. *Wanastra: Jurnal Bahasa dan Sastra*, 13(1), 60-65.
- Nakhon Ratchasima Primary Education Service Area Office 6. (2022). *Education Management Information System : EMIS*. Retrieved March 20, 2023, from https://data.bopp-obec.info/emis/student.php?Edu_year=2565&Area_CODE=3006
- Petrie, A., Robert, M. A. Y. R., Fei, Z. H. A. O., & Montanari, S. (2023). Parent-child interaction during storybook reading: wordless narrative books versus books with text. *Journal of Child Language*, 50(1), 104-131.
- Phomjui, S. (2020). *Techniques for Project Assessment* (7th ed.). Bangkok : Dan Suttha Phim. (In Thai)
- Pooteang-on, P. (2019). *Effects of Using Videos and Metacognitive Strategy Instruction on Listening Comprehension of Sixth-Grade Students at Nakprasith School, Nakhon Pathom*. Independent Study, Master of Education Program in English Language Teaching, Department of Curriculum and Instruction, Graduate School, Silpakorn University, Nakhon Pathom. (In Thai)
- Rivas, S. F., Saiz, C., & Ossa, C. (2022). Metacognitive Strategies and Development of Critical Thinking in Higher Education. *Frontiers in psychology*, 13, 913219. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.913219>
- Robillos, R. J., & Bustos, I. G. (2022). Learners' Listening Skill and Metacognitive Awareness through Metacognitive Strategy Instruction with Pedagogical Cycle. *International Journal of Instruction*, 15(3), 393-412.
- Setiawati, S., Ikhsanudin, I., & Riyanti, D. (2023). Self-Efficacy in English Listening. *Journal of English Education Program*, 4(1), 27-34. DOI: 10.26418/jeep.v4i1.55212
- Thepvongsa, V. C., & Klinchan, N. (2020). A Study of Problems in English Listening Comprehension of Matthayomsuksa Students. *Journal of MCU Humanities Review*, 6(1), 189–198. (In Thai)
- Tiang-uan, A. (2023). An Exploration of the Opinions towards the Use of the EWA Application for Improving English Listening Ability of Grade 8 Students at an English Medium Instruction School in Samut Sakhon Province. *Parichart Journal, Thaksin University*, 36(2), 20-34. (In Thai)
- Tsauri, S. S. (2021). The Effect of Dictogloss on Students'listening Achievement. *Jurnal Pajar (Pendidikan Dan Pengajaran)*, 5(2), 262-269.
- Wah, N. N. (2019). Teaching Listening Skills to English as a Foreign Language Students through Effective Strategies. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development (IJTSRD)*, 3(6), 883-887.

คำชี้แจงสำหรับการเขียนต้นฉบับบทความ

เพื่อขอรับการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารชุมชนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

*** ผู้ส่งต้นฉบับบทความจะต้องเป็นเจ้าของบทความหรือผู้เขียนบทความเท่านั้น มีการระบุข้อมูลที่สามารถติดต่อประสานงานเพื่อปรับปรุงแก้ไข แจ้างผล และอื่น ๆ ได้จริงอย่างต่อเนื่องจนสิ้นสุดกระบวนการหรือบทความผ่านกระบวนการพิจารณาและสามารถลงตีพิมพ์เผยแพร่ได้เรียบร้อยแล้ว จึงขอสงวนสิทธิ์ในการไม่รับบทความ หากไม่ได้รับการติดต่อเบื้องต้นจากเจ้าของต้นฉบับบทความ โดยต้องปฏิบัติตามข้อตกลงที่ได้ลงนามไว้ในแบบตรวจสอบความสมบูรณ์ต้นฉบับบทความ แบบเสนอขอส่งต้นฉบับบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ และอื่น ๆ ตามที่วารสารฯ กำหนดไว้อย่างเคร่งครัด ***

หลักเกณฑ์การส่งต้นฉบับบทความ

1. ต้องไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร หรือสิ่งพิมพ์ใดมาก่อน และไม่อยู่ระหว่างพิจารณาเสนอขอตีพิมพ์ในวารสารหรือสิ่งพิมพ์อื่น ๆ

2. ต้องไม่มีเนื้อหาที่เกิดจากการลอกเลียนหรือคัดลอกมาจากผลงานวิจัยของผู้อื่น หรือจากบทความอื่น โดยไม่ได้รับอนุญาต หรือปราศจากการอ้างอิงที่เหมาะสม ควรเกิดจากการสังเคราะห์ความคิดขึ้นโดยผู้เขียนเอง ซึ่งเมื่อนำต้นฉบับบทความเข้าสู่ระบบวารสารฯ ออนไลน์ (ThaiJo) จะต้อง**มีค่าความซ้ำซ้อน (Plagiarism checking report) ไม่เกินร้อยละ 20** (ตรวจสอบจากโปรแกรม Copy Cath ในระบบ ThaiJo)

3. ต้องมีความสมบูรณ์โดยต้องเขียนตามรูปแบบของวารสารฯ ที่กำหนดไว้อย่างถูกต้องและครบถ้วนเท่านั้น ก่อนส่งเพื่อขอรับการพิจารณา ****รับพิจารณาต้นฉบับบทความที่เป็นไปตามที่วารสารฯ กำหนดไว้ โดยผู้แต่ง/ผู้ส่งต้นฉบับบทความจะต้องจัดรูปแบบมาให้เรียบร้อยและมีการดำเนินการทุกขั้นตอนครบถ้วน สมบูรณ์ เรียบร้อยแล้วเท่านั้น****

4. การประเมินผลต้นฉบับบทความ โดยผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณา (Peer review) ไม่น้อยกว่า 3 ท่านต่อ 1 บทความในรูปแบบ Double blinded ซึ่งกำหนดผลการพิจารณาสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิที่ท่านเป็น 4 ระดับ ดังนี้

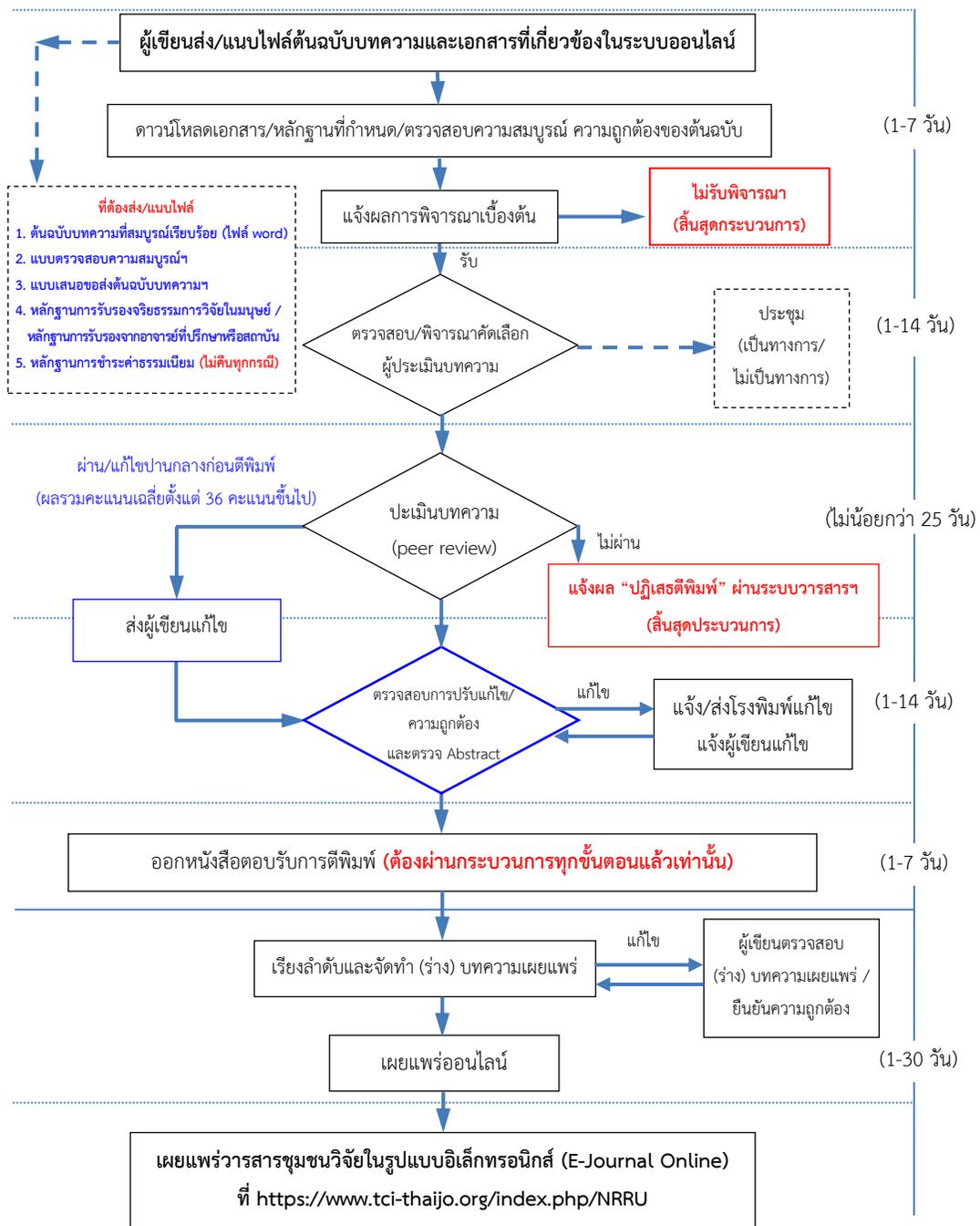
41 - 50	คะแนน	แก้ไขน้อยก่อนตีพิมพ์เผยแพร่
31 - 40	คะแนน	แก้ไขปานกลางก่อนตีพิมพ์เผยแพร่
21 - 30	คะแนน	แก้ไขมาก โดยให้แก้ไขใหม่และส่งประเมินอีกครั้ง
1 - 20	คะแนน	ไม่เหมาะสมที่จะตีพิมพ์เผยแพร่

โดยที่ *ต้องมีผลรวมคะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 36 คะแนนขึ้นไปเท่านั้น จึงจะผ่านเข้าสู่กระบวนการแก้ไข*

กรณีผู้แต่ง/ผู้เขียนบทความยินดีแก้ไขและประสงค์ที่จะส่งพิจารณาอีกครั้ง จะต้องเข้าสู่กระบวนการ/ขั้นตอนการส่งบทความเพื่อรับการพิจารณาเริ่มต้นใหม่ทั้งหมด หรือบรรณาธิการ/รองบรรณาธิการพิจารณาผลการประเมินประกอบการพิจารณาให้ผ่านหรือไม่ผ่านตามความเหมาะสม

5. ต้องดำเนินการปรับแก้ไขตามคำแนะนำหรือข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer review) พร้อมส่งบันทึกชี้แจงการแก้ไขต้นฉบับบทความ เพื่อให้บรรณาธิการ/รองบรรณาธิการตรวจสอบการปรับแก้ไขจากผู้แต่ง/ผู้เขียนอย่างสมบูรณ์และเป็นไปตามรูปแบบที่กำหนดไว้อีกครั้ง จึงจะดำเนินการจัดส่งเข้าสู่กระบวนการจัดทำวารสารชุมชนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา (ฉบับร่าง) ไปยังผู้เขียนเพื่อตรวจสอบความถูกต้องก่อนตีพิมพ์เผยแพร่ต่อไป

ขั้นตอนการดำเนินงานจัดทำวารสารชุมชนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา



หมายเหตุ : - วารสารฯ เปิดรับพิจารณาต้นฉบับบทความอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี

- ต้นฉบับบทความไฟล์ word จะต้องส่งเข้าระบบ ThaiJo ของวารสารฯ เท่านั้น (เอกสารที่เกี่ยวข้องส่งทางอีเมลวารสารฯ ได้)
- กรณีการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ อนุโลมให้เฉพาะงานวิจัยของนักศึกษาโดยให้แนบหนังสือรับรองที่ลงนามเป็นลายลักษณ์อักษร โดยอาจารย์ที่ปรึกษาว่า “งานวิจัยนี้ มีการดำเนินการเป็นไปตามหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์” เท่านั้น (จัดทำบันทึกข้อความ)
- กรณีผ่านแบบแก้ไข จะทำการออกหนังสือตอบรับและจัดเรียงลำดับตามฉบับการเผยแพร่ต่อไป
- กรณีผ่านแบบมีการแก้ไข สามารถออกไปตอบรับการตีพิมพ์ได้ ใช้ระยะเวลาโดยประมาณ 60 วัน (เริ่มนับจากวันที่รับพิจารณา)
- จำนวนวันที่ปรากฏในขั้นตอน อาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม

การจัดทำต้นฉบับบทความ และจัดเตรียมรูปแบบ : วารสารฯ จะรับต้นฉบับบทความที่ดำเนินการตามที่กำหนดไว้พร้อมจัดรูปแบบถูกต้อง สมบูรณ์ เรียบร้อย สวยงาม รูปภาพ ตาราง ชัดเจนเรียบร้อยแล้วเท่านั้น

ต้นฉบับ : ต้องพิมพ์ด้วยโปรแกรมไมโครซอฟท์เวิร์ด (Microsoft word) บนกระดาษขาว B5(JIS) หน้าเดียว (1 คอลัมน์) เว้นขอบด้านบน ด้านล่าง และด้านขวา 0.50 นิ้ว (1.27 เซนติเมตร) ด้านซ้าย 0.70 นิ้ว (1.78 เซนติเมตร) และจากขอบหัวกระดาษ และท้ายกระดาษ 0.25 นิ้ว (0.63 เซนติเมตร) พิมพ์เว้นวรรคหรือช่องว่าง 1 เคาะ และระยะห่างบรรทัด 1 พ้อยท์

ความยาว : บทความรวมรูปภาพ ตาราง และอื่น ๆ ทั้งฉบับ **จะต้องอยู่ระหว่าง 10-15 หน้ากระดาษพิมพ์ขนาด B5(JIS)** ที่มีความสมบูรณ์ ถูกต้อง เหมาะสม **โดยจะทำการตรวจสอบต้นฉบับบทความไฟล์ Word จากเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการดำเนินงานวารสารฯ เท่านั้น (Microsoft Windows 10 Pro)** สำหรับรูปภาพประกอบ จะต้องส่งไฟล์รูปภาพจริงที่ชัดเจนเพิ่มเติมมาพร้อมกับต้นฉบับบทความ

ส่วนประกอบหลักที่ต้องมีในต้นฉบับบทความ

1. ชื่อบทความ : ถูกต้องตามหลักภาษา โดยใช้อักษรตัวหนา ภาษาไทยคือ TH Sarabun New ขนาด 16” และภาษาอังกฤษคือ Times New Roman regular ขนาด 12

2. ชื่อ สถานะ หน่วยงาน/สังกัด ที่อยู่ รหัสไปรษณีย์ ประเทศ และอีเมล ของผู้แต่ง/ผู้เขียนบทความทุกคน : ต้องระบุ โดยใช้อักษรตัวเอียง ภาษาไทยคือ TH Sarabun New ขนาด 14” และภาษาอังกฤษคือ Times New Roman regular font Size 10

3. หัวข้อหลัก : บทความย่อ บทนำ วัตถุประสงค์การวิจัย ประโยชน์การวิจัย วิธีดำเนินการวิจัย ผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย ข้อเสนอแนะ กิตติกรรมประกาศ (กรณีรับทุน) และเอกสารอ้างอิง ใช้อักษรตัวหนา “TH Sarabun New ขนาด 15” สำหรับ ABSTRACT ใช้อักษรตัวหนา “Times New Roman regular ขนาด 12”

4. หัวข้อรอง เช่น การทบทวนวรรณกรรม กรอบแนวคิดในการวิจัย สมมติฐานการวิจัย คำถามการวิจัย ปัญหาการวิจัย และอื่น ๆ อาจรวมการตรวจสอบเอกสารด้วยก็ได้ ใช้อักษรตัวหนา “TH Sarabun New ขนาด 14” ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

5. บทความย่อ : ถูกต้องตามหลักภาษา โดยกำหนดจำนวนคำของ ABSTRACT อยู่ระหว่าง 200-250 คำเท่านั้น ซึ่งจะต้องมีรายละเอียดแบบย่อที่ครอบคลุมเนื้อหาในบทความทั้งฉบับอย่างครบถ้วน ถูกต้อง สมบูรณ์ และแสดงผลลัพธ์/องค์ความรู้ที่ได้นอกเหนือจากผลการวิจัยไว้อย่างชัดเจน (ยกเว้นกิตติกรรมประกาศ และเอกสารอ้างอิง)

6. คำสำคัญ : ถูกต้องตามหลักภาษา ใช้อักษรตัวหนา “TH Sarabun New ขนาด 14” และ Keywords : “Times New Roman regular ขนาด 10 และระบุคำสำคัญ 3-5 คำเท่านั้น โดยภาษาไทยใช้อักษรตัวปกติคือ TH Sarabun New ขนาด 14” และ Keywords คือ Times New Roman regular ขนาด 10”

7. เนื้อหา รายละเอียด และสาระในบทความ ใช้อักษรตัวปกติ “TH Sarabun New ขนาด 14” ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ประกอบด้วย

บทนำ : มีลักษณะการเขียนที่สอดคล้องกับชื่อเรื่อง อ้างอิงการเขียนในประโยคที่สำคัญ และข้อความหรือประโยคที่ไม่ได้เกิดจากความคิด ความรู้ของผู้แต่ง/ผู้เขียนเอง ทุกรายการ และถูกต้องตามหลักวิชาการทางภาษา

วัตถุประสงค์การวิจัย : มีลักษณะการเขียนที่สอดคล้องกับชื่อเรื่อง โดยไม่เขียนอยู่ในลักษณะของประโยชน์ที่จะได้รับการวิจัย

ประโยชน์จากการวิจัย : ระบุงค์ความรู้/ข้อเท็จจริง/ปรากฏการณ์และพฤติกรรม/การทำนาย ที่ทำให้เกิดความเจริญก้าวหน้าทางวิชาการใหม่ ๆ ทั้งในด้านทฤษฎี วิชาการ และการปฏิบัติ

การทบทวนวรรณกรรม : ระบุวิธีการเขียนและสรุปภาพรวมอย่างเป็นระบบของเรื่องที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าวิจัยได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับบริบท ตัวแปร และเรื่องที่ทำการศึกษาวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัย : ภาพที่ได้จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งหมดในการวิจัย ไม่ใช่เขียนกรอบแนวคิดการวิจัยในลักษณะขั้นตอนการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย : จะต้องนำเสนอเป็นไปตามระเบียบวิธีวิจัยที่ผู้แต่ง/ผู้เขียน เลือกมาใช้ในการวิจัย โดยระบุองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ประชากร, กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มเป้าหมาย กลุ่มผู้ให้ข้อมูล และวิธีการได้มา/กระบวนการสุ่ม, เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ลักษณะของเครื่องมือ/รูปแบบ วิธีการหาคุณภาพเครื่องมือและผลคุณภาพเครื่องมือ, การรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ (ยกเว้นบทความวิชาการและบทความวิจัยของนักศึกษา), วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่แสดงให้เห็นถึงกระบวนการเก็บข้อมูล, วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติ/หลักการที่เลือกใช้ และหรือนำมาวิเคราะห์ข้อมูล และวิธีดำเนินการวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องให้ครบถ้วน

ผลการวิจัย : มีการแสดงผลในรูปแบบตาราง ภาพ กราฟ คำสัมภาษณ์ ฯลฯ เป็นต้น โดยมีการบรรยายผลการวิจัยได้ตาราง รูปภาพ กราฟ คำสัมภาษณ์ ฯลฯ ที่สอดคล้องกับข้อมูลที่นำเสนอด้วยภาษาที่ถูกต้องตามหลักวิชาการทางภาษา

อภิปรายผล : มีการนำเสนอที่แสดงถึงการแสดงความคิดเห็นก่อนแสดงผลสนับสนุนหรือผลความแตกต่างในการอภิปรายด้วยผลการวิจัยในอดีตที่ผ่านมา และหรือทฤษฎี แนวคิด หลักการ

ข้อเสนอแนะ : ระบุข้อเสนอแนะ 2 หัวข้อหลัก คือ การนำผลการวิจัยไปใช้ และการวิจัยครั้งต่อไป

กิตติกรรมประกาศ : ระบุเฉพาะกรณีที่ได้รับทุน โดยให้ระบุเฉพาะแหล่งทุนและปีงบประมาณที่ได้รับทุน

การอ้างอิง : รายการอ้างอิงในเนื้อหาให้เป็นไปตามรูปแบบ APA6 และตั้งตัวอย่าง และมีความสอดคล้องตรงกันกับเอกสารอ้างอิง (ท้ายบทความ) และเป็นไปตามรูปแบบที่วารสารฯ กำหนดไว้ โดยบทความและงานวิจัยที่นำมาอ้างอิงต้องไม่เกิน 5 ปี (นับย้อนหลังจากปีปัจจุบัน) ทั้งฉบับ

การเขียนเนื้อหา (Text) ที่มีคำศัพท์ภาษาอังกฤษ ควรแปลเป็นภาษาไทยให้มากที่สุด ในกรณีที่คำศัพท์ภาษาอังกฤษเป็นคำเฉพาะที่แปลไม่ได้หรือแปลแล้วไม่ได้ความหมายชัดเจนให้ทับศัพท์ได้ และควรใช้ภาษาที่ผู้อื่นเข้าใจง่าย ชัดเจน หากใช้คำย่อต้องเขียนคำเต็มไว้ครั้งแรกก่อน และแสดงตัวเลขในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ด้วย **ทศนิยมไม่เกิน 4 ตำแหน่ง ในบทความทั้งฉบับ** ตัวอย่างเช่น 0.0, 0.00, 0.000, 0.0000 (กรณี .0, .00, .000, .0000 ให้ใส่ 0.0, 0.00, 0.000, 0.0000)

ตารางและภาพประกอบ (Table and figure) ควรมีเฉพาะที่จำเป็น ชัดเจนและมีคำบรรยายใต้รูป/ภาพ ชัดช้ายกระตาด โดยนำเสนอตามการได้มาของตารางหรือรูปภาพประกอบ และให้อธิบายผลได้ตารางหรือภาพทุกการนำเสนอ **“ภาพถ่ายต้องชัดเจน ห้ามคัดลอก/ตัด มาวางในต้นฉบับบทความ และภาพกรอบแนวคิดการวิจัย ภาพผลการวิจัย ภาพขั้นตอนต่าง ๆ ต้องวาดขึ้นใหม่ ห้ามคัดลอก/ตัด มาวางในต้นฉบับบทความ”** ตัวอย่างเช่น

(รูปภาพ)

ภาพ 1 ตัวอย่างต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา

ที่มา : ถ่ายภาพเมื่อวันที่ 5 มกราคม 2565 ณ กลุ่มอนุรักษ์พื้นฟูมรดกเครื่องปั้นดินเผาซำจำปา จังหวัดลพบุรี

จากภาพ 1

(รูปภาพ)

ภาพ 2 วงจรของรูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการตามแนวคิดของ Kemmis and Schmuck
ที่มา : Kijkuakul, 2014, p. 152.

(รูปภาพ)

Figure 3 Schematic of the criterial recollection task

Source : Gallo, Wiseman, Schacter, & Budson, 2007, p. 560.

การนำเสนอตาราง ตัวอย่างเช่น

ตาราง 1 ตัวอย่างการนำเสนอตารางในบทความ

ที่มา : Rikharom, 2019, p. 19.

จากตาราง 1 พบว่า

ตาราง 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการส่งต้นฉบับบทความเพื่อขอรับการพิจารณาตีพิมพ์เผยแพร่

* p<0.05, ** p<0.01, *** p<0.001

จากตาราง 2 พบว่า

รูปแบบและการเขียนเอกสารอ้างอิงในเนื้อหา การอ้างอิงท้ายบทความ และการอธิบายเพิ่มเติม
และการอ้างอิงเอกสารใต้ตารางและภาพ โดยให้เป็นไปตามการอ้างอิงแบบ APA 6th Edition ตัวอย่างเช่น

การอ้างอิงแบบแทรกในเนื้อหา

กรณีอ้างอิง	รูปแบบการอ้างอิงแบบแทรกในเนื้อหา
ในวงเล็บท้ายข้อความที่อ้างอิง	(ผู้แต่ง, ปีที่พิมพ์, เลขหน้า) ไว้ท้ายข้อความที่อ้างอิง ตัวอย่างเช่น (จำเนียร จวงตระกูล, 2553, น. 82) <i>และหรือ</i> (จำเนียร จวงตระกูล, 2553) <u>เปลี่ยนเป็น</u> (Joungtrakul, 2010, p. 82) <i>และหรือ</i> (Joungtrakul, 2010) กรณีออนไลน์ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2563, online) <u>เปลี่ยนเป็น</u> (National Statistical

กรณีอ้างอิง	รูปแบบการอ้างอิงแบบแทรกในเนื้อหา
	Office, 2020, online) <i>และหรือ</i> (National Statistical Office, 2020) กรณีผู้แต่ง 4 คนขึ้นไป ให้พิมพ์ชื่อแรกและตามด้วย <i>และคณะ</i> เช่น (รุจิรา ริศารมย์ <i>และคณะ</i> , 2565, น. 1) <u>เปลี่ยนเป็น</u> (Rikharom et al., 2022, p. 1) <i>และหรือ</i> (Rikharom et al., 2022)
นอกวงเล็บ หน้าข้อความ ที่อ้างอิง	ผู้แต่ง (ปีที่พิมพ์, เลขหน้า) ตัวอย่างเช่น จำเนียร จวงตระกูล (2553, น. 82) <u>เปลี่ยนเป็น</u> จำเนียร จวงตระกูล (Joungtrakul, 2010, p. 82) <i>และหรือ</i> จำเนียร จวงตระกูล (2553) <u>เปลี่ยนเป็น</u> จำเนียร จวงตระกูล (Joungtrakul, 2010) กรณีออนไลน์ เช่น สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2563, ออนไลน์) <u>เปลี่ยนเป็น</u> สำนักงานสถิติแห่งชาติ (National Statistical Office, 2020, online) <i>และหรือ</i> สำนักงานสถิติแห่งชาติ (National Statistical Office, 2020)
การสัมภาษณ์	(ผู้แต่ง/รหัสแทนผู้แต่ง, สัมภาษณ์, วัน เดือน ปี) ตัวอย่างเช่น (ชุมชน วิจัย, สัมภาษณ์, 19 มิถุนายน 2562) <u>เปลี่ยนเป็น</u> (Vijai, Interview, June 19, 2019) <i>และหรือ</i> ชื่อ-สกุล (สัมภาษณ์, วัน เดือน ปี) เช่น ชุมชน วิจัย (สัมภาษณ์, 19 มิถุนายน 2562) <u>เปลี่ยนเป็น</u> ชุมชน วิจัย (Interview, June 19, 2019)

หมายเหตุ: กรณีภาษาอังกฤษอยู่แล้วไม่ต้องแปลและให้อ้างอิงในรูปแบบดังที่ได้ยกตัวอย่างไว้

การอ้างอิงท้ายบทความ (ต้นฉบับบทความที่ส่งเข้าและอยู่ในกระบวนการพิจารณา) : เป็นภาษาอังกฤษตามรูปแบบ APA 6th Edition พร้อมภาษาไทยกำกับด้วย การเรียงบรรณานุกรมให้หลักการเดียวกับการเรียงคำในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน หรือ Dictionary ที่เป็นที่ยอมรับกันทั่วไป โดยคำที่มีตัวสะกดจัดเรียงไว้ก่อนคำที่มีรูปสระตามลำดับตั้งแต่ กก-กข *และหรือ* ภาษาอังกฤษ A-Z ตัวอย่างเช่น

การสัมภาษณ์

ชุมชน วิจัย, นาย. (2562, 19 มิถุนายน). นักวิชาการ. *สัมภาษณ์*.

Wijai, C., Mr. (2019, 19 June). Educator. *Interview*. (In Thai)

หนังสือ

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2559). *การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows* (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพมหานคร : พิมพ์ลักษณ์.

Wanichbancha, K. (2016). *Advanced statistical analysis with SPSS for Windows* (11th ed.). Bangkok : Pimluk. (In Thai)

Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of Psychological Testing* (3th ed.). New York : Harper & Collings.

วารสาร

ศิรินทิพย์ พิศวง. (2564). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการโอท็อป เพื่อส่งเสริมเครือข่ายองค์ความรู้ จังหวัดสุรินทร์. *วารสารชุมชนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา*, 15(4), 28-41.

Pisawong, S. (2021). THE PRODUCT DEVELOPMENT OF OTOP ENTREPRENEURS TO SUPPORT KNOWLEDGE-BASED NETWORK IN SURIN PROVINCE. *NRRU Community Research Journal*, 6(2), 28-41. (In Thai)

Al-Matari, E. M., Swidi, A. K., & Fadzil, F. H. (2014). The Measurement of Firm Performance's Dimension. *Asian Journal of Finance & Accounting*, 6(1), 24-49.

รายงานวิจัย

รุจิรา วิจารณ์. (2561). *แนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการหน่วยจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา*. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา, จังหวัดนครราชสีมา.

Rikharom, R. (2018). *Guideline for Service Quality Development of NRRU-Ethics in Nakhon Ratchasima Rajabhat University*. Research report. Nakhon Ratchasima Rajabhat University, Nakhon Ratchasima Province. (In Thai)

วิทยานิพนธ์

วัลยา บุญอากาศ. (2556). *การศึกษาเปรียบเทียบทักษะการคิดวิเคราะห์ของนักเรียนหลังจากได้รับการจัดการเรียนรู้การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือ เทคนิค STAD และการจัดการเรียนรู้แบบปกติ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี, จันทบุรี.

Boonarkas, W. (2013). *The Effects of the STAD Cooperative Learning Technique towards Learning Achievement and Critical Thinking Skills in Mathematics of Pratomsuksa 6 Students*. Thesis, Master of Education Program in Curriculum and Instruction, Rambhai Barni Rajabhat University, Chanthaburi. (In Thai)

เอกสาร/ข้อมูลออนไลน์

ธีระเกียรติ เจริญเศรษฐศิลป์. (2559). *การพัฒนาการศึกษาสู่ Thailand 4.0*. สืบค้นเมื่อวันที่ 4 มีนาคม 2560, จาก http://www.moe.go.th/mobile1/viewNews.php?nCatId=news_act&moe_mod_news_ID=46900

Charoensethasil, T. (2016). *Student development to Thailand 4.0*. Retrieved March 4, 2017, from http://www.moe.go.th/mobile1/viewNews.php?nCatId=news_act&moe_mod_news_ID=46900 (In Thai)

กรณีชื่อเว็บไซต์มีภาษาไทยให้คงไว้โดยไม่ต้องแก้ไขเป็นภาษาอังกฤษ

****บทความที่ผ่านกระบวนการและได้รับการเผยแพร่ลงตีพิมพ์ จะแสดงเอกสารอ้างอิงเป็นภาษาอังกฤษเท่านั้น****

สำหรับแบบฟอร์มต้นฉบับบทความวิชาการ/บทความวิจัย/บทความปริทัศน์ ดำเนินการตามรายละเอียดข้างต้น และดาวน์โหลดได้ที่ <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/NRRU/announcement> และศึกษาคำชี้แจงได้ที่ <https://drive.google.com/file/d/1b-61A1DmzVn3mkxhnRllgpYgjPuTApIq/view>

การส่งต้นฉบับ : ส่งบทความผ่านระบบออนไลน์ได้ที่ <https://www.tci-thaijo.org/index.php/NRRU> และกรอกข้อมูลพร้อมดำเนินการตามที่ระบุไว้ในเอกสารที่ต้องส่ง/แนบไฟล์ ให้ครบถ้วน ทั้ง 5 ข้อ ในขั้นตอนการดำเนินงานฯ พร้อมลงนามให้ครบถ้วน โดยกำหนดให้ **ส่งไฟล์ต้นฉบับบทความเป็น Word อย่างเดียวเท่านั้นผ่านระบบออนไลน์ที่แจ้งไว้ข้างต้น** เพื่อการตรวจสอบความถูกต้อง สมบูรณ์ สำหรับเอกสารประกอบอื่น ๆ ตามที่ระบุไว้ในแบบฟอร์ม สามารถส่งไฟล์เป็น PDF หรือไฟล์นามสกุลรูปภาพได้ โดยการแนบมาพร้อมการส่งผ่านทางระบบออนไลน์ กรณีส่งเอกสารประกอบอื่น ๆ ทางอีเมล (E-mail : journal-rdi@nrru.ac.th) ให้พิมพ์ข้อความแจ้งในระบบออนไลน์ หรือโทรศัพท์แจ้งผู้ประสานงานวารสารฯ และเมื่อผู้เขียนย้ายที่อยู่หรือเดินทางไปจากสถานที่อยู่เดิมเป็นเวลานาน ควรแจ้งประสานให้วารสารฯ ได้ทราบด้วย

การปรับแก้ต้นฉบับก่อนเข้าสู่กระบวนการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญและหลังผลการพิจารณา :
โดยทั่วไป ผู้อ่านบททวน (Reviewer) จะตรวจสอบความถูกต้องและครบถ้วนด้านวิชาการแล้วส่งให้ผู้เขียนปรับแก้
สิทธิในการปรับ แก้ต้นฉบับเป็นของผู้เขียน **แต่กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการตีพิมพ์เฉพาะที่ผ่านความเห็นชอบ
ตามรูปแบบ การจัดรูปแบบที่เรียบร้อยและสาระของวารสารฯ เท่านั้น** ซึ่งบทความที่อยู่ระหว่างดำเนินการทั้งหมด
ซึ่งยังไม่ได้รับการเผยแพร่ลงตีพิมพ์ สามารถยกเลิกการตีพิมพ์ได้หากผู้เขียนบทความและบทความไม่เป็นไปตามเกณฑ์
หรือแนวปฏิบัติที่กำหนดไว้ของวารสาร โดยบรรณาธิการ/รองบรรณาธิการ หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายมีสิทธิ์ยกเลิก
การตีพิมพ์ได้ทุกกรณี ทั้งนี้มีการประสานเพื่อตรวจสอบความถูกต้องด้านวิชาการและอื่น ๆ อย่างต่อเนื่องจนกว่าบทความ
ของผู้เขียนจะได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่

การตรวจทานต้นฉบับก่อนตีพิมพ์ (Final proof) : ผู้เขียนต้องตรวจทานพิสูจน์อักษรในลำดับสุดท้าย
เพื่อให้ความเห็นชอบในความถูกต้องครบถ้วนของเนื้อหาต้นฉบับ

ลิขสิทธิ์ในบทความที่ตีพิมพ์ในวารสาร : บทความที่ได้ลงตีพิมพ์ในวารสารเป็นลิขสิทธิ์ของสถาบันวิจัย
และพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

หมายเหตุ : 1. ผู้เขียนบทความต้องลงนามรับรองใน 1) แบบตรวจสอบความสมบูรณ์ต้นฉบับบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสาร
ชุมชนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา และ 2) แบบเสนอขอส่งต้นฉบับบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารชุมชนวิจัย
สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา พร้อมดำเนินการตามขั้นตอนการส่งบทความให้ครบถ้วนเรียบร้อยก่อน
กองบรรณาธิการจึงจะนำบทความเสนอผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาต่อไป **หากตรวจสอบแล้วพบว่าไม่เป็นไปตามที่กำหนด วารสารฯ
จะไม่รับบทความเข้าสู่กระบวนการต่อไป**

2. บทความแต่ละเรื่องให้เวลาในการพิจารณาประมาณ 2 เดือนขึ้นไป (ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับจำนวนและสาขาวิชาของบทความ
ที่เสนอของลงตีพิมพ์)

3. หากมีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลการติดต่อและที่อยู่ ต้องแจ้งให้กองบรรณาธิการวารสารชุมชนวิจัยทราบเพื่อปรับปรุงข้อมูล

4. วารสารชุมชนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาถดถอยตีพิมพ์ หากเกิดปัญหา
บรรณาธิการหรือผู้ที่ได้รับมอบหมายมีสิทธิ์ในการยกเลิกตีพิมพ์บทความได้ทันที



ประกาศมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ที่ 1772/2565 ประกาศ ณ วันที่ 28 พฤศจิกายน พ.ศ. 2565 ดังนี้
ค่าธรรมเนียมการส่งต้นฉบับบทความเข้าสู่กระบวนการพิจารณา

- 1. บทความภาษาไทย บทความละ 1,500 บาท
 - 2. บทความภาษาอังกฤษ บทความละ 3,000 บาท
- อัตราค่าบริการตีพิมพ์ (หลังผ่านการประเมินฯ และตอบรับตีพิมพ์)

- 1. บทความภาษาไทย บทความละ 3,500 บาท
- 2. บทความภาษาอังกฤษ บทความละ 4,000 บาท

โดยชำระเงินผ่าน ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ชื่อบัญชี วารสารชุมชนวิจัย สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏ
นครราชสีมา ประเภทออมทรัพย์ สาขาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา เลขที่บัญชี 419-1-76208-0 ****ไม่สามารถคืนเงินทุกกรณี****

ติดต่อสอบถามบรรณาธิการวารสารชุมชนวิจัยได้ที่ สถาบันวิจัยและพัฒนา อาคารเฉลิมพระเกียรติ (อาคาร 9) ชั้น 4 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
เลขที่ 340 ถนนสุรนารายณ์ ตำบลในเมือง อำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา 30000 โทรศัพท์ : 0-4400-9009 ต่อ 9462 โทรสาร : 0-4427-2941

E-mail : journal-rdi@nrru.ac.th

แบบตรวจสอบความสมบูรณ์ต้นฉบับบทความเพื่อขอรับการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารชุมชนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา



สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์



ประเภทต้นฉบับบทความ วิจัย วิชาการ/ปริทัศน์

ชื่อเรื่อง (ไทย)

(อังกฤษ)

- หลักฐานการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ (สำหรับงานวิจัย) ระบุเลขที่ใบรับรอง.....(แนบหลักฐาน)
- เป็นบทความเพื่อเผยแพร่วิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ (นิสิต/นักศึกษา)
- แบบเสนอขอส่งต้นฉบับบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารชุมชนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
 - กรอกข้อมูลถูกต้อง ครบถ้วน แนบหลักฐานประกอบถูกต้อง ครบถ้วน
 - ไม่ถูกต้อง ครบถ้วน (กรุณาระบุ)

บทความวิจัย (องค์ประกอบจำเป็นและต้องมีครบถ้วน)

สาขาของบทความ (ระบุ)

ผลลัพธ์/องค์ความรู้ใหม่/ความเชื่อถือได้/คุณค่าทางวิชาการ/การประยุกต์ใช้ได้จริง/การนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง (กรุณาระบุ)

- บทคัดย่อ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ (ตามหลักไวยากรณ์และจำนวนคำอยู่ระหว่าง 200-250 คำ)
- บทนำ วัตถุประสงค์การศึกษา/วิจัย ประโยชน์การศึกษา/วิจัย
- รูปแบบการศึกษา/วิจัย (กรอบแนวคิด/การศึกษาเอกสาร/ทบทวนวรรณกรรม/ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง)
- วิธีดำเนินการศึกษา/วิจัย ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการหรือกระบวนการที่ใช้
 - เครื่องมือ การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ศึกษา/วิจัย และผลคุณภาพเครื่องมือ
 - วิธี/ขั้นตอน/การเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติ การวิเคราะห์ และการนำเสนอ
- ผลการศึกษา/วิจัย
- อภิปรายผลการศึกษา/วิจัย
- ข้อเสนอแนะ ด้านวิชาการ ด้านนโยบาย ด้านพาณิชย์ ด้านสาธารณะ
 - ด้านพัฒนาหน่วยงาน/หน่วยบริการ
- ความถูกต้องของรูปแบบบทความ รูปแบบถูกต้อง การอ้างอิงในเนื้อหา ท้ายบทความ และความทันสมัย

ข้าพเจ้าขอยืนยันว่า “การเลือกข้อมูลข้างต้น” เป็นองค์ประกอบที่มีอยู่ในต้นฉบับบทความที่ได้เสนอต่อวารสารชุมชนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา จริง โดยตระหนักและตรวจสอบบทความก่อนส่งเสนอขอรับการพิจารณาเรียบร้อยแล้ว หากตรวจสอบแล้วพบว่าไม่ครบถ้วนตามที่แจ้งไว้ และกรณีมีการแก้ไข ข้าพเจ้ายินดีปรับแก้ไขตามคำแนะนำทุกกรณีจนเสร็จเรียบร้อย และหากพบว่า ข้าพเจ้าไม่ปฏิบัติตามข้อความดังกล่าวข้างต้น จะยินดีรับผลการพิจารณายกเลิกการตีพิมพ์เผยแพร่โดยไม่มีเงื่อนไขและไม่เรียกร้องในกรณีใด ๆ ทั้งสิ้น

ลงชื่อ ผู้ยื่นบทความ
(.....)

วันที่ เดือน พ.ศ.

วารสารชุมชนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา เป็นผู้ตรวจสอบการกรอกข้อมูลข้างต้นของผู้แต่ง/ผู้พิมพ์/ผู้ยื่นบทความ

ลงชื่อ ผู้ตรวจสอบ
(.....)

วันที่ เดือน พ.ศ.

แบบเสนอขอส่งต้นฉบับบทความเพื่อขอรับการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารชุมชนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา



สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์



ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว/อื่น ๆ)

ตำแหน่งสังกัด

วุฒิการศึกษา สูงสุด ชื่อปริญญา (อักษรย่อ).....

วุฒิการศึกษา กำลังศึกษาระดับ ชื่อปริญญา (อักษรย่อ).....

สาขาวิชา/วิชาเอก สถานที่ทำงาน/ศึกษา

สถานภาพ สายสอน/วิชาการ สายสนับสนุน นิสิต/นักศึกษา บุคคลทั่วไป

ขอส่งต้นฉบับ บทความวิจัย-จากงานวิจัย บทความวิจัย-จากการศึกษา ระดับ.....

บทความวิชาการ/บทความปริทัศน์ บทความ (อื่น ๆ)

ชื่อเรื่อง (ไทย)

(อังกฤษ)

ที่อยู่ติดต่อได้สะดวก (ส่งเอกสาร) บ้านเลขที่ หมู่ที่ ซอย ถนน ตำบล อำเภอ

จังหวัด รหัสไปรษณีย์..... โทรศัพท์ มือถือ โทรสาร

E-mail :

สิ่งที่ส่งมาด้วย : เอกสาร จำนวน 1 ชุด (ตามที่ระบุในขั้นตอนๆ จำนวน 5 ข้อ)

หลักฐานการชำระค่าธรรมเนียม โดยชำระเงินผ่าน ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ชื่อบัญชี วารสารชุมชนวิจัย

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ประเภทออมทรัพย์ สาขามหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา เลขที่บัญชี 419-1-76208-0

ข้าพเจ้าขอรับรองว่าความนี้ยังไม่เคยลงตีพิมพ์ในวารสารใดมาก่อน และไม่อยู่ระหว่างการพิจารณาจากวารสารอื่น ซึ่ง เป็นผลงาน
ของข้าพเจ้าแต่เพียงผู้เดียว เป็นผลงานของข้าพเจ้าและผู้ร่วมงานตามที่ระบุในบทความจริง

ลงชื่อ ผู้ยื่นบทความ

(.....)

วันที่ เดือน พ.ศ.

กรณีส่งเอกสารและหลักฐานทางไปรษณีย์ : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา (สถาบันวิจัยและพัฒนา) เลขที่ 340 ถนนสุรนารายณ์ ตำบล
ในเมือง อำเภอเมืองจังหวัดนครราชสีมา 30000 (ส่งบทความ) และกรณีส่งทางอีเมล : journal-rdi@nrru.ac.th โดยแนกหลักฐานที่เป็น
ฉบับจริงและมีข้อมูลครบถ้วนทั้งหมด

***กรณีที่เป็นนิสิต/นักศึกษา ต้องให้อาจารย์ที่ปรึกษากรอกใบรับรองและลงนาม**

ใบรับรอง

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว/อื่น ๆ)

ตำแหน่ง..... สถานที่ทำงาน

ขอรับรองว่า (นาย/นาง/นางสาว)..... เป็นนิสิต/นักศึกษา และได้พิจารณาบทความแล้วว่ามีความ
เหมาะสมที่จะขอเสนอเพื่อลงตีพิมพ์ในวารสารชุมชนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ลงนาม ผู้รับรอง

(.....)

วันที่

บทความวิจัย (RESEARCH ARTICLE)

(ชื่อเรื่องภาษาไทย)...(TH Sarabun New ตัวอักษรขนาด 16").....

(ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ : ตัวอักษรพิมพ์ใหญ่ทั้งหมด)..(Times New Roman regular font size 12 and Bold)

(ชื่อ-นามสกุล ภาษาไทย)*(TH Sarabun New ตัวอักษรขนาด 14").....

(Author Names)*...(Times New Roman regular font size 10 and Bold)....

(สถานะ/หน่วยงาน/สังกัด/ที่อยู่/รหัสไปรษณีย์/ประเทศ)..(TH Sarabun New ตัวอักษรเฉียงขนาด 12").....

(Status/Agency/Affiliation/Address/Zip code/Country)...(Times New Roman regular font Size 8 and Italic).....

E-mail address (Corresponding author) :; (Author/Translator) : ... (Times New Roman regular font Size 8)..

-----50 เคาะ----- (TH Sarabun New ตัวอักษรขนาด 12")

รับบทความ : / ปรับแก้ไข : / ตอบรับบทความ : (TH Sarabun New ตัวอักษรขนาด 10")

Received : / Revised : / Accepted : (Times New Roman regular font size 8 and Bold)....

(ให้คงไว้ โดยวารสารฯ จะระบุให้เมื่อได้รับการเผยแพร่)

DOI :(ให้คงไว้ โดยวารสารฯ จะระบุให้เมื่อเผยแพร่แล้ว).....

ABSTRACT (Times New Roman regular font size 12 and Bold)

(Times New Roman regular font size 10).....

Keywords : (Times New Roman regular font size 10).....3-5 keywords.....

บทคัดย่อ (TH Sarabun New ตัวอักษรขนาด 15")

...(TH Sarabun New ตัวอักษรขนาด 14").....

คำสำคัญ :(TH Sarabun New ตัวอักษรขนาด 14").....3-5 คำ เท่านั้น.....

บทนำ/INTRODUCTION (TH Sarabun New ตัวอักษรขนาด 15")

...(TH Sarabun New ตัวอักษรขนาด 14").....

วัตถุประสงค์การวิจัย/RESEARCH OBJECTIVES (TH Sarabun New ตัวอักษรขนาด 15")

...(TH Sarabun New ตัวอักษรขนาด 14").....

ประโยชน์การวิจัย/RESEARCH BENEFITS (TH Sarabun New ตัวอักษรขนาด 15")

...(TH Sarabun New ตัวอักษรขนาด 14").....

* การทบทวนวรรณกรรม กรอบแนวคิดในการวิจัย สมมติฐานการวิจัย คำถามการวิจัย ปัญหาการวิจัย และอื่น ๆ อาจรวมการตรวจสอบเอกสารด้วยก็ได้ (ให้กำหนดเป็นหัวข้อรอง)

วิธีดำเนินการวิจัย/RESEARCH METHODOLOGY (TH Sarabun New ตัวอักษรขนาด 15")

...(TH Sarabun New ตัวอักษรขนาด 14").....

* ระบุวิธีดำเนินการวิจัยตามระเบียบวิธีวิจัยที่เลือกใช้ในงานวิจัยโดยต้องประกอบไปด้วย ประชากร, กลุ่มตัวอย่างและวิธีการได้มา, เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย วิธีการหาคุณภาพและผลคุณภาพเครื่องมือ, การรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์, วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล, วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่เลือกใช้ และหรือวิธีดำเนินการวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องให้ครบถ้วน (ให้กำหนดเป็นหัวข้อรอง)

ผลการวิจัย/RESEARCH RESULTS (TH Sarabun New ตัวอักษรขนาด 15")

...(TH Sarabun New ตัวอักษรขนาด 14").....

อภิปรายผล/DISCUSSION (TH Sarabun New ตัวอักษรขนาด 15")

...(TH Sarabun New ตัวอักษรขนาด 14").....

ข้อเสนอแนะ/SUGGESTIONS (TH Sarabun New ตัวอักษรขนาด 15")

...(TH Sarabun New ตัวอักษรขนาด 14").....

กิตติกรรมประกาศ/ACKNOWLEDGEMENTS (กรณีได้รับทุนสนับสนุน) (TH Sarabun New ตัวอักษรขนาด 15")

...(TH Sarabun New ตัวอักษรขนาด 14").....

เอกสารอ้างอิง/REFERENCES (TH Sarabun New ตัวอักษรขนาด 15")

...(TH Sarabun New ตัวอักษรขนาด 14").....(ภาษาไทย).....

...(TH Sarabun New ตัวอักษรขนาด 14").....(แปลเป็นภาษาอังกฤษ).....

...(TH Sarabun New ตัวอักษรขนาด 14").....(ภาษาอังกฤษ).....

บทความวิชาการ (ACADEMIC ARTICLE)

(ชื่อเรื่องภาษาไทย)...(TH Sarabun New ตัวอักษรหนาขนาด 16").....

(ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ : ตัวอักษรพิมพ์ใหญ่ทั้งหมด)..(Times New Roman regular font size 12 and Bold)

(ชื่อ-นามสกุล ภาษาไทย)*(TH Sarabun New ตัวอักษรหนาขนาด 14").....

(Author Names)*...(Times New Roman regular font size 10 and Bold)....

(สถานะ/หน่วยงาน/สังกัด/ที่อยู่/รหัสไปรษณีย์/ประเทศ)..(TH Sarabun New ตัวอักษรเฉียงขนาด 12")....

(Status/Agency/Affiliation/Address/Zip code/Country) ... (Times New Roman regular font Size 8 and Italic)

E-mail address (Corresponding author) :; (Author/Translator) : ... (Times New Roman regular font Size 8)..

-----50 เคาะ----- (TH Sarabun New ตัวอักษรขนาด 12")

รับบทความ : / ปรับแก้ไข : / ตอบรับบทความ : (TH Sarabun New ตัวอักษรหนาขนาด 10")

Received : / Revised : / Accepted : (Times New Roman regular font size 8 and Bold)....

(ให้คงไว้ โดยวารสารฯ จะระบุให้เมื่อได้รับการเผยแพร่)

DOI :(ให้คงไว้ โดยวารสารฯ จะระบุให้เมื่อเผยแพร่แล้ว).....

ABSTRACT (Times New Roman regular font size 12 and Bold)

(Times New Roman regular font size 10).....

Keywords : (Times New Roman regular font size 10).....3-5 keywords.....

บทคัดย่อ (TH Sarabun New ตัวอักษรหนาขนาด 15")

...(TH Sarabun New ตัวอักษรขนาด 14").....

คำสำคัญ :(TH Sarabun New ตัวอักษรขนาด 14").....3-5 คำ เท่านั้น.....

บทนำ/INTRODUCTION (TH Sarabun New ตัวอักษรหนาขนาด 15")

หลักการและเหตุผล/วัตถุประสงค์/ขอบเขตของเรื่อง/คำจำกัดความหรือคำนิยาม

...(TH Sarabun New ตัวอักษรขนาด 14").....

เนื้อเรื่อง/SUBJECT (TH Sarabun New ตัวอักษรหนาขนาด 15")

การจัดลำดับเนื้อหาสาระ/การเรียบเรียงเนื้อหา/การวิเคราะห์ วิพากษ์ วิวิจารณ์/การใช้ภาษา/วิธีการนำเสนอองค์ความรู้

...(TH Sarabun New ตัวอักษรขนาด 14").....

เอกสารอ้างอิง/REFERENCES (TH Sarabun New ตัวอักษรหนาขนาด 15")

...(TH Sarabun New ตัวอักษรขนาด 14").....(ภาษาไทย).....

...(TH Sarabun New ตัวอักษรขนาด 14").....(แปลเป็นภาษาอังกฤษ).....

...(TH Sarabun New ตัวอักษรขนาด 14").....(ภาษาอังกฤษ).....

มาตรฐานทางจริยธรรมการตีพิมพ์บทความในวารสารชุมชนวิจัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

หน้าที่และความรับผิดชอบ

บรรณาธิการ/รองบรรณาธิการ และผู้ได้รับมอบหมายควรจะต้องรับผิดชอบต่อทุกสิ่งที่มีการตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารในความรับผิดชอบของตน ดังนี้

1. ดำเนินการให้ตรงตามความประสงค์ของผู้อ่านและผู้แต่ง/ผู้พิมพ์/ผู้เขียน
2. ปรับปรุงวารสารอย่างสม่ำเสมอ และรับรองคุณภาพของงานวิจัย/งานวิชาการที่ได้รับการตีพิมพ์
3. สนับสนุนเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น และคงไว้ซึ่งความถูกต้องของผลงานทางวิชาการ
4. ปกป้องมาตรฐานของทรัพย์สินทางปัญญาจากความต้องการทางธุรกิจ
5. เต็มใจที่จะแก้ไขข้อผิดพลาดการตีพิมพ์ ทำให้เกิดความชัดเจน ถูกต้อง ในการถอด-ถอนบทความ

และการขอภัย หากมีความจำเป็น

หน้าที่ของบรรณาธิการ/รองบรรณาธิการ และผู้ได้รับมอบหมายต่อผู้แต่ง/ผู้เขียน/ผู้พิมพ์

1. ควรดำเนินการทุกอย่างเพื่อให้มั่นใจในคุณภาพของบทความที่ตีพิมพ์ และตระหนักถึงวัตถุประสงค์และมาตรฐานที่ต่างกัน

2. การตัดสินใจต่อการยอมรับหรือปฏิเสธบทความเพื่อการตีพิมพ์ ควรขึ้นอยู่กับความสำคัญ ความใหม่ และความชัดเจนของบทความ ตลอดจนความเกี่ยวข้องกับขอบเขตตามคำชี้แจงของวารสาร

3. ควรมีการชี้แจงหรือให้ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตรวจสอบประเมินบทความ (Peer review)

4. ควรมีความพร้อมในการชี้แจงความเบี่ยงเบนต่าง ๆ จากกระบวนการตรวจสอบที่ได้รับไว้

5. ควรมีช่องทางให้อุทธรณ์ได้ ในกรณีที่ผู้แต่ง/ผู้เขียน/ผู้พิมพ์มีความคิดเห็นแตกต่างจากการตัดสินใจของบรรณาธิการ

6. ควรจัดพิมพ์คำแนะนำและคำชี้แจงสำหรับผู้แต่ง/ผู้เขียน/ผู้พิมพ์ ในทุกประเด็น ทุกเรื่อง ที่ควรรับทราบและคาดหวัง และควรมีการปรับปรุงคำแนะนำให้ทันสมัยอยู่เสมอ

7. ไม่ควรเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจในการตอบรับบทความที่ถูกปฏิเสธการตีพิมพ์ไปแล้ว ยกเว้นมีปัญหาร้ายแรงเกิดขึ้นระหว่างการส่งบทความเข้าสู่ขั้นตอนการพิจารณาและยังไม่สิ้นสุดกระบวนการส่งการตีพิมพ์เผยแพร่

8. ไม่ควรตัดสินใจยกเลิกการตีพิมพ์บทความ ยกเว้นมีการพิสูจน์ถึงปัญหาร้ายแรงที่เกิดขึ้นหรือผู้เขียนหรือผู้แต่งบทความไม่ปฏิบัติตามเกณฑ์มาตรฐานที่วารสารกำหนดไว้

หน้าที่ของบรรณาธิการ/รองบรรณาธิการ และผู้ได้รับมอบหมายต่อผู้ประเมินบทความ

1. ควรจัดพิมพ์คำแนะนำแก่ผู้ประเมินบทความในทุกประเด็นที่คาดหวังอย่างชัดเจน และควรมีการปรับปรุงคำแนะนำให้ทันสมัยอยู่เสมอ

2. ควรมีระบบปกป้องข้อมูลส่วนตัวของผู้ประเมินบทความ และกระบวนการพิจารณาประเมินบทความ ควรมีระบบที่ทำให้มั่นใจได้ว่าบทความที่ส่งเข้ามายังวารสารจะได้รับการปกปิดเป็นความลับในระหว่างขั้นตอนการพิจารณาประเมิน