



วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

Western University Research Journal of Humanities and Social Science

ปีที่ 11 ฉบับที่ 1 (มกราคม-เมษายน 2568)

ISSN 3057-1766 (Print) ISSN 3057-1855 (Online)



วัตถุประสงค์ :

วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ กำหนดเผยแพร่ปีละ 3 ฉบับ (ฉบับที่ 1 มกราคม-เมษายน, ฉบับที่ 2 พฤษภาคม-สิงหาคม และฉบับที่ 3 กันยายน-ธันวาคม) ทั้งนี้ มีวัตถุประสงค์

1. เพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัยและผลงานวิชาการที่มีคุณภาพของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา อาจารย์ และนักวิจัยที่ต้องการเผยแพร่ผลงานวิจัยและผลงานวิชาการทั้งภายในและภายนอก
2. เป็นสื่อกลางในการนำเสนอความก้าวหน้าทางการวิจัยของนิสิต อาจารย์ นักวิจัย ตลอดจนผู้ทรงคุณวุฒิ และนักวิชาการภายนอกได้สร้างสรรค์และเผยแพร่ผลงานวิชาการ
3. เพื่อเป็นการส่งเสริมและพัฒนางานวิชาการของคณาจารย์ในมหาวิทยาลัยให้มีความก้าวหน้าและนำไปสู่การเพิ่มพูนตำแหน่งทางวิชาการ

ขอบเขตของวารสาร

1. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มุ่งเน้นเป็นสื่อกลางในการสร้างองค์ความรู้และเผยแพร่บทความวิชาการและผลงานวิจัยที่มีคุณภาพเป็นประโยชน์ต่อวงวิชาการในสาขาต่าง ๆ เช่น เศรษฐศาสตร์/บริหารธุรกิจและการจัดการ/รัฐศาสตร์/รัฐประศาสนศาสตร์/ นิติศาสตร์/ศึกษาศาสตร์/ศิลปศาสตร์ และสาขาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
2. บทความที่ส่งมาขอรับการตีพิมพ์ในวารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จะต้องไม่เคยตีพิมพ์หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตีพิมพ์ในวารสารอื่น ผู้เขียนบทความจะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การเสนอบทความวิชาการหรือบทความวิจัยเพื่อตีพิมพ์ ในวารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ อย่างเคร่งครัด
3. บทความที่ตีพิมพ์เผยแพร่ได้ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องอย่างน้อย 3 ท่าน จากหลากหลายสถาบัน โดยเปิดรับบทความทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
4. การรับบทความของวารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์จะเป็นบทความที่มุ่งเน้นสร้างองค์ความรู้ แนวคิด ทฤษฎีใหม่ ๆ ช่วยขยายองค์ความรู้ในแง่มุมต่าง ๆ เพื่อให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจ และนำไปประยุกต์ใช้ในวงการศึกษาที่กว้าง และมีประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม
5. ทัศนะและความคิดเห็นที่ปรากฏในบทความวารสารวารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้เขียนบทความนั้น ไม่ถือเป็นทัศนะและความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการวารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

เจ้าของ	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น		
ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.จิรศักดิ์	จีระจันทร์	อธิการบดีมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น
บรรณาธิการ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษฎา	ตันเปาว์	อธิการบดีมหาวิทยาลัยเนชั่น
กองบรรณาธิการ			
	ศาสตราจารย์ ดร.สุมาลี	วงษ์วิจิต	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
	ศาสตราจารย์ ดร.สมศักดิ์	สามัคคีธรรม	สถาบันบัณฑิตพัฒนศาสตร์
	รองศาสตราจารย์ ดร.สุมาลี	รามัญ	มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์
	รองศาสตราจารย์ ดร.คณชา	ธนะวัฒน์ปริญญา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี พระจอมเกล้าพระนครเหนือ วิทยาเขตระยอง
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชฎากร	วินิจกุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏ กำแพงเพชร
	รองศาสตราจารย์ ดร.พัทธ์สรณ์	วรภัทร์ธีระกุล	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัครดา	เกิดประทุม	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น
	ดร.ณัฐวัฒน์	พระงาม	มหาวิทยาลัยพิษณุโลก
	ดร.รวงทอง	ธำพันธุ์	มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา
	ดร.นิพัทธ์พนธ์	สนิทเหลือ	สถาบันเทคโนโลยี แห่งสุวรรณภูมิ

ฝ่ายประสานงานและจัดการ ส่วนงานวิจัยและบริการวิชาการ

กำหนดออกเผยแพร่

- ฉบับที่ 1 มกราคม-เมษายน
- ฉบับที่ 2 พฤษภาคม-สิงหาคม
- ฉบับที่ 3 กันยายน-ธันวาคม

บทบรรณาธิการ

วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ เป็นวารสารที่ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการที่อยู่ในฐานข้อมูลจัดอันดับจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) รอบที่ 5 พศ.2568-2572 กลุ่ม 2 (ISSN 2465-3578) ดำเนินการตีพิมพ์บทความตามสาขาวิชาต่าง ๆ ที่สัมพันธ์ทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มาอย่างต่อเนื่อง โดยวารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ได้เดินทางมาถึงปีที่ 11 ฉบับที่ 1 (เดือนมกราคม – เมษายน 2568) โดยยังคงไว้ซึ่งวัตถุประสงค์สำคัญ คือการเป็นพื้นที่เปิดทางวิชาการให้กับนักวิชาการ ผู้ทรงคุณวุฒิ นิสิต นักศึกษา และผู้สนใจทั่วไป มีโอกาสเผยแพร่ความรู้ งานวิจัย และผลงานสร้างสรรค์อื่น ๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการสร้างสรรค์สังคมและประเทศชาติร่วมกัน การสร้างองค์ความรู้ใหม่ ๆ ส่งเสริมความเข้มแข็งทางวิชาการและการพัฒนา

กองบรรณาธิการวารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ยังมีความมุ่งมั่นในการคัดเลือกบทความที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้จากผลงานที่นักวิชาการจัดทำไว้ให้สามารถเข้าถึงสังคมได้อย่างกว้างขวาง โดยนำผลงานที่ได้ผ่านการคัดเลือกมาเผยแพร่ผลงานวิชาการทั้งแบบรูปเล่มและแบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรือที่เรียกว่า E-journal เพื่อผู้อ่านสามารถเข้าถึงสืบค้นข้อมูลตามฐานข้อมูลออนไลน์ และดาวน์โหลดบทความมาอ่านบนมือถือและคอมพิวเตอร์ได้ตลอดเวลาซึ่งเป็นอีกช่องทางหนึ่ง ผลงานทุกผลงานผ่านการพิจารณากลับกรองจากผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องเฉพาะศาสตร์สาขาซึ่งมีการพิชญาพิจารณ์บทความจากผู้ทรงคุณวุฒิ (peer reviewer) เป็นจำนวน 3 คนในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องจากหลากหลายสถาบัน วารสารวิจัยฉบับนี้มีบทความที่น่าสนใจตีพิมพ์รวมทั้งสิ้น 20 บทความ เป็นบทความวิจัย 19 เรื่อง และบทความวิชาการ 1 เรื่อง

ในนามคณะกรรมการกองบรรณาธิการวารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ กราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้กรุณาสละเวลาอันมีค่าของท่านร่วมพิจารณาผลงานทางวิชาการ และขอบคุณนักวิชาการที่ให้ความเชื่อมั่นในคุณภาพของวารสาร โดยส่งบทความลงตีพิมพ์อย่างต่อเนื่อง กองบรรณาธิการขอให้ความเชื่อมั่นว่าจะดำเนินการพัฒนามาตรฐานของวารสารให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้นต่อไป

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษฎา ตันเปาว์

บรรณาธิการ

สารบัญ

บทความวิจัย	หน้า
Guidelines for Sustainable Community–Based Tourism Management in Bang Phli Community, Samut Prakan Province Saranyaa Niemchai, Chananchida Kaewtipnet, Orraboot Lasomboon and Nonthaporn Seehapan	1–14
The Impact of Workplace Culture, Educational Service Quality, and Change Readiness on University Performance in Central Thailand Wanlapha Srithongphim, Tanompong Panich Kanyamon Kanchanathaveekul and Wannaporn Buddhapoompitak	15–30
รูปแบบการบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นของสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาพังงา ภูเก็ต ระนอง The Local Wisdom Learning Management Model Under The Secondary Educational Service Area Office Phangnga Phuket Ranong คณิศร ผู้มีทรัพย์ และ คารณีย์ พยัคฆ์กุล	31–44
แนวทางการบริหารขับเคลื่อนเพื่อเพิ่มศักยภาพการปฏิบัติงานบุคลากรในสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) Guidelines for Driving Management and Enhancing the Performance of Personnel Potential in the Office of Small and Medium Enterprises Promotion (OSMEP) จรัสพงศ์ คลังกรณ์, ภูวนัย เพ็ชรไพร่, พราวพิชชา เถลิงพล และ นิยม พัฒนศรี	45–60
ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับวิธีการเลิกจ้างแบบกลุ่มในสัญญาจ้างแรงงาน Legal Problems Regarding Collective Dismissal Method in Labour Contract จิตภา รัตนนาคินทร์ และ ธาณี วรภัทร์	61–72

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
นวัตกรรมด้านการจัดการคาร์บอนเครดิตเพื่อเพิ่มรายได้ของเกษตรกร ชาวสวนยางพาราอย่างยั่งยืน Innovation in Carbon Credit management to Sustainably increase income of Rubber Farmers ณกรณ์ ตรรกวิรพัท	73-86
การเสริมสร้างสมรรถนะนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ประเทศไทย Strengthening the competency of human resource managers Automotive parts manufacturing industry, Thailand ณัฐฉราลักษณ์รายา คณานุกรักษ์ และ ชเนตตี พิพัฒนางกูร	87-96
อิทธิพลของทัศนคติที่มีผลต่อประสิทธิภาพของพนักงานอุตสาหกรรมยางพารา ในพื้นที่ภาคตะวันออกของไทย โดยมีแรงจูงใจภายในเป็นตัวแปรกำกับ Effect of Attitude towards Efficiency of Employees in the Rubber Industry in Eastern Region of Thailand by Using Intrinsic Motivation as a Moderate Factor ณัฐพล ไชยกุลสินธุ์ และ กนกอร บุญมาเกิด	97-112
ผลกระทบของการรับรู้คุณค่าต่อการสนับสนุนของลูกค้า สินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูในกรุงเทพมหานคร The Effects of Perceived Value on Customer Advocacy of Luxury Fashion Products in Bangkok Metropolitan ธัญพัฒน์ ศรีพันธ์, ประยงค์ มีใจซื่อ และ แก้วตา ผู้พัฒน์พงศ์	113-128

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ปัจจัยที่มีผลต่อผลสัมฤทธิ์การประชุมของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน Factors Affecting Meeting Effectiveness at Kasetsart University, Kamphaeng Saen Campus ปริญญญา ชวนชม และ ศุภชัย เหมือนโพธิ์	129-140
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาพฤตินิสัยผู้ต้องขังเรือนจำ เขต 6 Determinants Affecting the Rehabilitation Development of Prisoners in Prison District 6 ปติพัฒน์ สีสมนสิทธิ์, สิทธิพร เขาอุ่น, จิรเดช นาคพงษ์ และ สมเดช สิทธิพงศ์พิทยา	141-152
การบริหารสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่ส่งผลต่อ การดำเนินงานตามมาตรฐานการจัดการศึกษานอกระบบและการศึกษา ตามอัธยาศัย กลุ่มเจ้าพระยาป่าสัก School Management according to Philosophy of Sufficiency Economy that Affecting to operation according to standard of Non – Formal and Informal Education Management Chao Praya Pa sak Group พงษ์ศิริ กสิกรรม, ชรรชัย อ่อนมี, สิทธิพร เขาอุ่น และ สุทนต์ ศรีไธย์	153-162
ความคิดเห็นของมัคคุเทศก์อิสระที่มีต่อความมั่นคงทางอาชีพหลังการเปิดประเทศ จากการแพร่ระบาดของโควิด 19 Independent tour guides' opinions on job security after the Opening of the Country from the COVID-19 Pandemic แพรวา ตั้งประเสริฐ และ โชคชัย สุเวชวัฒน์กุล	163-176

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อ Buy Now Pay Later ที่ใช้บริการ Spay Later ของแอปพลิเคชัน Shopee ในการซื้อสินค้าทางออนไลน์ Factors Influencing the Intention to Use Buy Now Pay Later Services: A Case Study of Spay Later on Shopee for Online Shopping ภัณฑิรา พวงบุบผา และ ศุภฤกษ์ สุขสมาน	177-188
การยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้คุณภาพที่ส่งผลต่อทัศนคติการเลือกใช้ระบบ แพลตฟอร์มการลงทุนของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร Technology Acceptance and Perceived Quality toward Attitude of Using Investment Platforms in Bangkok Residents ยลรดี พาณิชย์วิเศษการ และธัญนันท์ บุญอยู่	189-204
การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมประณีตศิลป์เชิงพาณิชย์ ด้วยอัตลักษณ์ท้องถิ่นเพื่อยกระดับศักยภาพเศรษฐกิจชุมชนจังหวัดอุดรธานี Designing and Developing Commercial Fine Art Handicraft Products with Local Identity to Raise the Economic Potential of Udon Thani Province สจี้ รุจิฉาย, ไหวพจน์ ดวงจันทร์, กวินภพ ศรีวัฒนานุศาสตร์, กชพร สว่าง, รติพร มีชัย และ วิชาญ แสนปาง	205-220
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารยั่งยืนของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร Factors influencing the decision to purchase sustainable food among working adults in Bangkok สุภานันท์ เพิกจินดา เสโลห์ และ ปราณีย์ เขี่ยมลลอรักดี	221-236

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
โครงสร้างความสัมพันธ์ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างมูลค่าเพิ่ม ความพึงพอใจ ในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปของ ผู้ประกอบการไทยมุ่งสู่ความสำเร็จในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล The Structural Relationships between Product Development, Value Creation, and Customer Satisfaction Influencing the Purchase Decision of Processed Durian Products by Thai Entrepreneurs Toward Business Success in Bangkok and Metropolitan Area	237-252
อุดม สมบูรณ์ผล, พิชญรดา เรืองภักดี, จิรศักดิ์ จิยะจันทร์, กฤตติกาญจน์ ชีโรชิตสวัสดิ์และ สุภามาศ สนิทประชากร	
แนวทางการบริหารจัดการสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง กรณีศึกษาโรงเรียนในเครือข่ายที่ 45 สำนักงานเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร School Management Based on the Philosophy of Sufficiency Economy Case Study in 45th Network Schools, Nong Chok District Office, Bangkok	253-266
อุทิศ ไกรยะแจ่ม	
บทความวิชาการ	
การบริหารหนี้ที่ยั่งยืนด้วยแนวคิด ESG Debt management with sustainable using ESG concept	267-276
วรินทร์ทิพย์ กำลั้งแพทย์	

Guidelines for Sustainable Community-Based Tourism Management in Bang Phli Community, Samut Prakan Province

¹Saranya Niemchai, ²Chananchida Kaewtipnet, ³Orraboot Lasomboon, and ⁴Nonthaporn Seehapan

¹⁻⁴Lecturer, Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University

²Corresponding Author. E-mail: ckaewtipnet@gmail.com

Received March 10, 2025; Revised March 23, 2025; Accepted April 2, 2025

Abstract

This research aims to examine the guidelines for community-based tourism management with a focus on sustainability, assess the level of participation, and propose ways to enhance the potential of community-based tourism management in the Bang Phli community in Samut Prakan province. The qualitative phase of the research involved 10 key informants, while the quantitative phase included a sample of 400 community members. The findings of quantitative study show that the Bang Phli community has strengths and opportunities for sustainable tourism development. Resident participation was moderate overall (avg. 3.05), with the highest engagement in benefiting from tourism, followed by monitoring, evaluation, and identifying issues. The lowest participation was in recognizing challenges in tourist attractions. The qualitative results propose guidelines for enhancing the potential of community-based tourism management for sustainability in the Bang Phli community as follows: 1. Development of infrastructure and a tourism management model; 2. Development and restoration of tourist attractions to ensure sustainability; 3. Enhancement of tourism-related products, services, and supporting factors; and 4. Provision of tourism-related knowledge to the community. The research outcomes provide guidelines for community-based tourism management that emphasize participation, thereby enabling the community to harness benefits and ensuring the effectiveness of community-based tourism initiatives for the residents.

Keywords: Sustainability; Community-Based Tourism Management; Tourism Management;
Bang Phli Community

Introduction

Thailand's diverse attractions draw both local and international tourists, making tourism a vital economic sector. Its sustained growth stems from geographic advantages, rich resources, and unique cultural elements like art, heritage, and hospitality (Tipataporn & Pruek, 2022). However, tourism also impacts local communities, leading to resource depletion, cultural imitation, and site deterioration due to ineffective management. In terms of community organizations, tourism stimulates local economies by creating jobs and income opportunities for community members. It

also encourages skill development due to gaps in tourism management planning (Sanphuwa, Jaikorn, & Phuangok, 2023). Despite that, benefits often concentrate among private operators, while communities receive limited gains. Additionally, a lack of local cooperation in managing tourism resources exacerbates negative impacts (Yangnok, Nillakan, & Lertgri, 2023).

In the 21st-century development prioritizes sustainability across social, economic, and environmental sectors, requiring the tourism industry to adapt globally. This has driven sustainable tourism initiatives, including Thailand's community-based tourism model, which emphasizes local ownership, participation, and sustainability (Chatkaewnapanon & Lee, 2022). Aligned with the Sustainable Development Goals (SDGs), it supports global collaboration on sustainable development targets (Pradhan, Costa, Rybski, Lucht, & Kropp, 2017). Thus, participatory tourism management remains key to advancing sustainability.

Bang Phli, a historic community in Samut Prakan, once thrived as a transport hub and remains rich in cultural traditions like the ancient "Rabbua" festival. However, community participation in management decisions remains limited. Despite this, local leaders and residents seek to develop sustainable tourism to generate income (Penams Sripraseart, Somnuk, Kuenui, and Thingpun, 2021). Therefore, Bang Phli has the potential to develop into a distinctive community-based tourism destination, benefiting its economy, society, and environment. This study explores participatory tourism management in Bang Phli to propose an approach that maximizes local benefits. It aims to enhance community awareness, engagement, and conservation of tourism resources for sustainable development.

Objective of Research

1. To examine the management of community-based tourism for sustainability: A case study of the Bang Phli community, Bang Phli district, Samut Prakan province.
2. To analyze the level of participation in community-based tourism management for sustainability within the Bang Phli community, Bang Phli district, Samut Prakan province.
3. To explore guidelines for enhancing the potential of community-based tourism management for sustainability in the Bang Phli community, Bang Phli district, Samut Prakan province.

Conceptual Framework

This research investigates the guidelines for community-based tourism management aimed at sustainability, specifically focusing on the case of the Bang Phli community of Samut Prakan province. The objective of this study is to identify methods for area development that incorporate community participation to foster sustainability within the community. The researcher examined existing literature on community participation in area development, drawing from theoretical concepts and related studies. The conceptual framework is depicted in Figure 1.

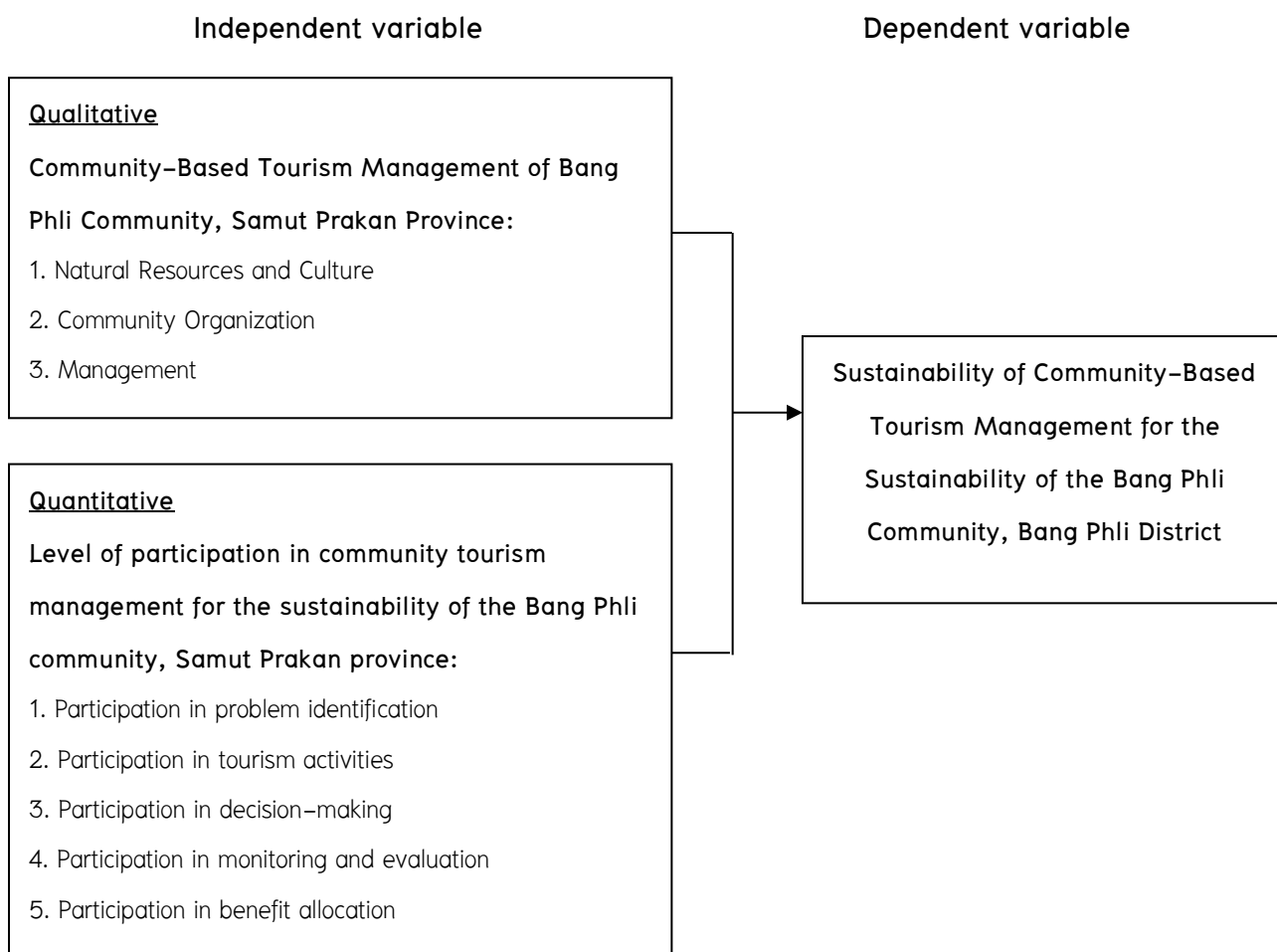


Figure 1: The conceptual framework

Concepts, Theories, and Related Research

1. Sustainable Community Tourism Management

Sustainable tourism requires operating within natural, cultural, and social limits, understanding tourism's impact, fostering public participation, and balancing economic, social, and environmental needs (Mowforth & Munt, 2015). Community-based tourism aligns with these principles by prioritizing local management, sustainable resource use, and economic benefits. When communities control tourism resources, they can alleviate poverty, preserve culture, and protect the environment (Blackstock, 2005). This approach fosters mutual learning, integrates tourism with community development, and empowers residents through participatory management. Effective planning involves addressing local issues while considering broader impacts (Okazaki, 2008). Community collaboration in decision-making, planning, and evaluation ensures sustainability, with revenues reinvested in local development (Fennell & Weaver, 2005).

Disparities in tourism management have disrupted traditions and limited benefits, necessitating greater community participation (Seeoutsuk, Leelaprasertsil, Sirikulpipat, & Thananpitak, 2024). Community-based tourism comprises four key elements: sustainable use of natural resources and culture, strong social structures, tourism management promoting cultural awareness, and education on conservation. It fosters development through ownership, decision-making participation, cultural preservation, and equitable benefits (Jantowas, Phuangkon, Klinsumalee, & Jansuri, 2023).

2. The Concept of Community Participation in Tourism Management

Community participation is crucial for tourism development, encompassing problem-solving, planning, decision-making, implementation, and benefit-sharing (Ruppayoon & Leepai, 2023). This aligns with participation models by Cohen and Uphoff and Fornaroff (1980), which emphasize defining objectives, committing resources, and evaluating outcomes. Based on these models, a comprehensive five-step participation framework is proposed: Problem Identification – Community members collaboratively recognize issues, prioritize concerns, analyze root causes, and establish strategies to enhance local tourism. Activity Participation – Members collectively execute plans, share responsibilities, and contribute resources to achieve common goals. Decision-Making – Equitable access to tourism resources and benefits ensures fairness and justice in management.

Monitoring and Evaluation – Continuous assessment allows for identifying issues, sharing feedback, and refining strategies. Benefit Realization – Maintaining tourism resources prevents deterioration and sustains long-term benefits.

Limited community involvement in tourism management often hinders development. Encouraging local participation fosters problem-solving, equitable resource distribution, and economic opportunities, instilling a sense of pride (Chulvanich & Wattanapradite, 2023). However, effective participation requires collaboration with government and private organizations, ensuring community engagement throughout the process to strengthen networks and enhance sustainable tourism management (Sotwitee, Potipat, & Tagong, 2022).

3. Bang Phli Community

The Bang Phli Ancient Market Community, located in Samut Prakan Province, has over 150 years of historical significance. To community and features attractions like Bang Phli Yai Day and the Bang Phli Ancient Market. Despite its past vibrancy, the community now faces a decline in tourist visits. To address this, community administrators are exploring revitalization strategies, but effective development requires active participation from locals in management and processes. A gap in knowledge and involvement exists in areas such as problem-solving, tourism activities, decision-making, and benefit distribution, highlighting the need for collaboration with government bodies. The Bang Phli Community, with its unique identity, offers potential for development that can bring economic, social, and environmental benefits, improving residents' quality of life.

Research Methodology

The study employs a mixed research methodology that integrates both qualitative and quantitative approaches. The research procedures are divided into two distinct steps, as follows:

Step 1: An examination of community-based tourism management practices within the Bang Phli Community, including an analysis of its strengths, weaknesses, opportunities, and challenges. This step also identifying guidelines to enhance the potential of community-based tourism management for sustainability within the community.

Population and Sample: The qualitative study employed purposive sampling, selecting individuals residing in the Bang Phli Community for at least 20 years and actively participating in market management activities. The sample included 10 key informants: 1 community leader,

2 committee members, 2 government representatives, 2 entrepreneurs, and 3 community members.

Research Instrument: A semi-structured interview form with open-ended questions, and keywords served as guiding prompts for the discussions. The format of the interview questions was developed through a synthesis of existing literature and evaluated by three experts to ensure the quality of the interview.

Data Collection: Both primary and secondary data were collected in this study.

Primary Data: Semi-structured interviews with key informants were conducted to gather insights on community tourism management, potential improvements, and challenges.

Secondary Data: Secondary data was obtained from existing literatures and documentary analyses related to community tourism management.

Data Analysis: Content analysis was employed to refine the development of a questionnaire aimed at assessing the level of participation in community tourism management for sustainability within the Bang Phli community.

Step 2: Examination of Participation Levels in Community Tourism Management for Sustainability in Bang Phli Community, Bang Phli District, Samut Prakan Province.

Population and Sample Group: the study population consists of 176,362 residents of Bang Phli District, Samut Prakan Province (Samut Prakan Provincial Statistical Report, 2023). For quantitative research, a sample was drawn using a 0.05 significance level and a 95% confidence level, yielding a margin of error of $\pm 5\%$. Using Taro Yamane's formula, the required sample size was calculated as 400. Probability sampling was employed, specifically a systematic sampling approach, which entails selecting sample units with equal intervals. The researcher systematically selected 10 adjacent households, omitted the subsequent 10, ensuring that selected participants had resided in Bang Phli District for a minimum of 1 year, until the sample size of 400 was achieved.

- Data Collection Instrument: the primary data collection tool was a validated questionnaire designed to enhance community-based tourism sustainability in Bang Phli. It included demographic, closed-ended, and open-ended questions on participation in tourism management. Content validity, assessed by three experts, showed Index of Consistency (IOC) values from 0.75 to 0.85, all above the 0.5 threshold. Reliability testing via Cronbach's Alpha on a non-sample group yielded values from 0.80 to 0.90, confirming the questionnaire's reliability for data collection.

Data Collection Procedure: The researcher conducted a household count within Bang Phli District and collected data from a total of 423 respondents, obtaining 400 completed with quality-assured questionnaires.

Data Analysis: The collected questionnaire data were analyzed using statistical software for efficient examination. Descriptive statistics were applied to summarize the data and presenting the results in terms of percentages, means, and standard deviations.

Research Results

1. Based on objective 1, the researcher conducted a qualitative study examining the management of community-based tourism for sustainability in the Bang Phli Community and found that:

Natural resources and culture: the Bang Phli Community possesses a tourism resource base that is predominantly man-made, including sites such as Bang Phli Floating Market, Bang Phli Yai Nai Temple, and Bang Phli Yai Klang Temple. This community's lifestyle is closely tied to the riverside market, which is connected to the Samrong Canal, and it relies on and utilizes natural resources in a sustainable manner. The community continues to use boats for transportation, reflecting their lifestyle alongside Luang Pho to of Bang Phli Yai Temple as a central spiritual support. Annual celebrations honoring Luang Pho To, along with various traditional merit-making events, including the ritual of receiving lotus, highlight the community's commitment to its cultural practices.

Community organizations: Bang Phli Community operates within a social system characterized by mutual understanding. Local experts in mixed agriculture share knowledge and skills in various areas, including the preparation of traditional Thai desserts, such as lotus stem dessert, made with locally sourced ingredients. Efforts by government agencies to foster a sense of ownership and participation among community members in the development process have not been yet significantly successful.

Management domain: community leaders and committees formulate regulations concerning environmental, cultural, and tourism management. However, issues persist with the implementation and clarity of operational plans. Nonetheless, there is a mechanism for creating careers through tourism, facilitating income generation for community members and enhancing the connection between tourism and community development by distributing benefits more equitably within the community.

Learning opportunities: tourism activities are designed to enhance awareness and understanding of the diverse lifestyles and cultures within the community. Initiatives such as boat tours and the establishment of a museum to showcase local ways of life aim to foster a reciprocal learning process between villagers and visitors, as well as promote the conservation of tourism resources for the sustained preservation and promotion of local culture and lifestyles.

Overall, stakeholders express a desire to develop Bang Phli Community into a model for community-based tourism and sustainability. However, challenges remain in coordinating between governmental entities and the community, particularly regarding community members' understanding of their role in management, anticipated benefits, and opportunities for participation in tourism activities

2. Based on objective 2, the quantitative study conducted to analyze the participatory levels in community tourism management for sustainability within the Bang Phli community and found them to be moderate overall. A detailed analysis revealed that each aspect of participation also fell within the moderate range.

Evaluating participation in identifying issues related to local tourist attractions: most respondents showed moderate engagement. The highest levels of participation were observed in activities such as addressing problems at tourist sites in the Bang Phli community (24.5%) and attending relevant management meetings (23.8%)

Planning and promoting tourism: respondents showed moderate involvement. Top three activities included supporting resources and financial contributions for the development of tourist sites in the Bang Phli community (25.5%), participating in decision-making about these sites (25.0%), and providing materials and equipment for tourism activities (23.8%).

Tourism operations: community participation remained moderate, with the highest engagement levels in fostering positive interactions among tourists, community members, and officials at tourist attractions (26.5%), promoting tourist activities (25.3%), and enhancing the quality of life for residents in tourist areas (25.0%).

Benefits derived from tourism, participation in receiving such benefits was reported at a moderate level. Top three forms included improved living conditions through involvement in environmental management at tourist sites (27.3%), income generation from tourism activities in Bang Phli (27.0%), and receiving benefits from tourist visitation (25.3%).

Monitoring and evaluation of tourism: moderate participation was reported. Key aspects included the opportunity to suggest improvements for tourism in Bang Phli community (24.7%), maintaining cleanliness at tourist sites (23.0%), and collaborating with government entities for tourism development oversight (22.8%). The findings are summarized in Table 1.

Table 1: Mean and standard deviation of the level of participation in community tourism management for sustainability in Bang Phli community, Samut Prakan Province.

Community Participation.	Statistics		
	Mean	SD	Interpretation
Participation in identifying issues in community tourist attractions	2.92	1.40	Moderate
Participation in the planning and promotion of tourism	3.05	1.41	Moderate
Participation in the execution of tourism initiatives	3.09	1.40	Moderate
Participation in the receipt of benefits derived from tourism	3.12	1.39	Moderate
Participation in monitoring and evaluation processes	3.11	1.40	Moderate
Overview	3.05		Moderate

From Table 1, the level of participation in community tourism management for the sustainability of the Bang Phli community is generally moderate among the respondents (average 3.05). When analyzed by individual aspects, most respondents engaged in benefit reception from tourism (average 3.12), monitoring and evaluation (average 3.11), tourism operations (average 3.09), planning and promoting tourism (average 3.05), and identifying problems related to the community's tourist attractions (average 2.92).

3. Based on objective 3, the researcher conducted a qualitative study to propose guidelines for enhancing the potential of community-based tourism management through participation for the sustainability, the researcher extracted four focal aspects:

Infrastructure development and tourism management models: efforts should focus on addressing weaknesses while strengthening community assets. This includes road access to tourist attractions in Bang Phli District to facilitate faster, safer, cleaner, and more convenient travel that meets international standards. Improvements should extend to facilities such as landscaping, parking areas, interpretive signage, ramps, tourist information centres, restrooms, and accessibility for individuals with disabilities and the elderly.

Development and restoration of tourist attractions for sustainability: the expansion of tourism should prioritize not just increasing visitor numbers or generating income but also preserving natural resources. Developing and rehabilitating attractions must protect their unique identity and promote conservation awareness among tourists and residents. Updating regulations and guidelines, such as creating new attractions options is crucial for value creation, environmental preservation, and maintaining local architectural integrity of local lifestyle.

Development of products and services: tourism offerings must be continuously improved to meet established standards, with expanded infrastructure, including quality hotels and spas. The creative economy plays a crucial role in advancing tourism, requiring new activities that match tourist preferences. Initiatives should also promote environmental awareness, encourage investment in new ventures like health services and OTOP products, and support annual festivals, such as the lotus reception tradition, to gain international recognition.

Community knowledge in tourism: it is crucial for enhancing residents' skills and awareness by emphasizing local values, traditions, and Thainess. Training programs for youth aspiring to become tour guides can create income opportunities and foster a sense of ownership. This awareness encourages participation in community initiatives, ensuring income for residents while promoting sustainable tourism and environmental stewardship.

Discussion

The summary of the research findings indicates that:

1. The investigation into community tourism management in the Bang Phli community revealed that tourism plays a vital role in holistic community development. The community's tourism and resource capital are closely linked, especially through cultural and social elements that foster relationships both internally and with external entities. The unique lifestyle and expertise in mixed farming contribute to a sense of ownership among community members, encouraging their involvement in development efforts. Tourism management emphasizes raising awareness and enhancing understanding of sustainable practices. This approach aligns with the findings of Thampramuan and Tekhanmag (2021) research on cultural community tourism management, which highlights the importance of mutual learning across five key components: observation, reflection, planning, implementation, and knowledge exchange.

2. The highest levels of resident participation in sustainable tourism management within the Bang Phli Community were observed in the following areas: 1) Identifying issues: most residents participated in identifying problems and developing solutions for local tourist attractions. 2) Planning and promotion: a significant number contributed assets and finances to enhance attractions, participated in decision-making, provided materials, engaged in resource management, organized activities, and formed operational committees. 3) Tourism operations: residents fostered positive interactions among tourists, community members, and officials, promoting tourism activities and improving local living standards while increasing awareness of Bang Phli's attractions. 4) Benefits from tourism: participation improved quality of life through environmental management, income from tourism, and involvement in strategic planning for tourism development, enhancing career opportunities and community welfare. And 5) Monitoring and evaluation: community participation included proposing recommendations for tourism improvement, maintaining cleanliness, and collaborating with government entities to assess tourism development progress. Supporting by Ootsahkarn and Thummachote (2023) identified three factors influencing participation: (1) Governmental factors that provide opportunities for involvement; (2) Knowledge-based factors fostering awareness and responsibility; and (3) Attitudinal factors promoting community ownership of conservation efforts.

3. Recommendations for enhancing community tourism management with participatory sustainability in Bang Phli are: 1) Infrastructure development and designing a tourism management model, such as improving road access to tourist attractions and providing international-standard facilities. 2) Developing and restoring tourist attractions sustainably, focusing on conservation efforts that protect natural resources, culture, and identity. This includes educating locals and tourists on conservation measures, preventing over-exploitation, and restoring deteriorated sites while preserving environmental and architectural integrity. 3) Develop products, services, and support systems that align with visitors' interests, such as health services, adventure, religious, and agricultural tourism, while catering to families, the elderly, and honeymooners. Promote OTOP products, souvenirs, and establish annual festivals like “Rabbua” festival to gain international recognition. 4) Enhance community knowledge on tourism by improving skills and understanding, including fostering cultural awareness, training youth as local guides, and leveraging hospitality to generate income. This supports community revenue and mutual benefits, as in Jussapalo (2021) study on community tourism management in Ban Tha Hin, where government support and community involvement were key to success.

Suggestions

1. Suggestion from Research

1) Government agencies may utilize this research as a framework to develop tourism personnel, emphasizing the enhancement of their capabilities to effectively manage local tourist attractions. This approach aims to maximize community benefits by identifying strategies to strengthen assets, address weaknesses, and leverage opportunities to transform the community into a viable tourist destination.

2) Government agencies and community stakeholders can engage in marketing initiatives to promote the community, ensuring recognition across diverse tourist demographics rather than focusing solely on a single group of tourists.

2. Suggestion for Future Research

1) Subsequent research may adopt a participatory action research methodology to emphasize the involvement of all stakeholders in community tourism.

2) Future research should investigate the capacity to accommodate tourists at attractions within the Bang Phli District to enhance tourist accommodation capabilities.

References

- Blackstock, K. (2005). A Critical Look at Community-Based Tourism. *Community Development Journal*, 40(1), 39–49.
- Chatkaewnapanon, Y., & Lee, T. J. (2022). Planning Sustainable Community-Based Tourism in The Context of Thailand: Community, Development, and Foresight Tools. *Sustainability*, 14(12), 7413.
- Chulvanich, S., & Wattanapradith, K. (2023). "BOWON" Power and Participation in Developing Temples as the Tourist Attraction. *Journal of MCU Peach Studies*, 11(2), 802–812.
- Cohen, J. M., & Uphoff, N. T. (1980). Participation's Place in Rural Development: Seeking Clarity Through Specificity. *World Development*, 8(3), 213–235.
- Fennell, D., & Weaver, D. (2005). The Ecotourism Concept and Tourism–Conservation Symbiosis. *Journal of Sustainable Tourism*, 13(4), 373–390.
- Jantowas, P., Phuangkon, S., Klinsumalee, A., Jansuri, A., & Khanonkram, K. (2023). The Guidelines for Promoting Tourism Components of Kanom Plaek Community, Chanthaburi Province. *Journal of Vongchavalitkul University (Humanities and Social Sciences)*, 1(1), 65–77.
- Jussapalo, C. (2021). Assessment of Community Based Tourism Management by Ban Tha Hin Area of Songkhla Lake Basin, Sathing Phra District. *Journal of Community Development and Life Quality*, 9(1), 73–86.
- Mowforth, M., & Munt, I. (2015). *Tourism and Sustainability: Development, Globalisation and New Tourism in the Third World*. Routledge.
- Okazaki, E. (2008). A Community-Based Tourism Model: Its Conception and Use. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(5), 511–529.
- Ootsahkarn, K., & Thummachote, R. (2023). Community Participation in Mangrove Conservation and Restoration in Krung Thep Maha Nakhon. *Journal of Innovation and Management*, 8(1), 95–105.
- Penmas, P., Sripraseart, P., Somnuk, N., Kuenui, P., & Thingpun, B. (2021). Community Business Management Based on Self-Sufficiency Economy in Nakhon Si Thammarat Province. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 6(12), 36–48.

- Pradhan, P., Costa, L., Rybski, D., Lucht, W., & Kropp, J. P. (2017). A Systematic Study of Sustainable Development Goal (SDG) Interactions. *Earth's Future*, 5(11), 1169–1179.
- Ruppayoon, N., & Leekpai, P. (2023). Public Participation in Tourism Management: Satun UNESCO Global Geopark. *Journal of Management Science. Songklanakarin Journal of Management Sciences*, 40, 111–133.
- Sanphuwa, E., Jaikorn, T., & Phuangok, A. (2023). Development of Creative Community Tourism Based on the Pak Seaw Waving Community Enterprise and Tourism Products, Prang Ku District, Sisaket Province. *Journal of Humanities & Social (JHUSOC)*, 21(3), 20–39.
- Seeoutsuk, D., Leelaprasertsil, W., Sirikulpipat, P., & Thanapitak, W. (2024). Exploring Situations of Poverty and Community-Based Tourism in Pak Phayun District, Phatthalung Province using the Household-Based Approach. *Journal of Social Development Research and Practice*, 1(1), 16–30.
- Sotwitee, S., & Potipat, J., Tagong, W. (2022). The Compared Process of Community Product Development for Promoted Tourism between Community Tourism Enterprises of Nam Chiew, Trat Province, and Nong Bua Tourism Community, Chanthaburi Province. *DRIRDI Research for Community Service Journal*, 8(1), 18–30.
- Thampramuan, P., & Tekhanmag, K. (2021). Cultural Community Tourism Management Strategies Based on the Cultural Capital of the Thaiberg Khoksalung Homestay Group, Phatananikom District, Lopburi Province. *Panyapiwat Journal*, 13(2), 109–128.
- Tipataporn, Y., & Pruek, C. (2022). Participatory Action Research to Seek and Synthesize the Core Philosophy of Self-Sufficiency Economy for Developing into a Self-Sufficient Tourism Village in the Phetchaburi-Samut Kha Lee Group Area. *Journal of Human Sciences*, 23(2), 136–152.
- Yangnok, S., Nillakan, L., & Lertgri, P. (2023). Management of Sustainable Community-based Tourism. *Journal of Humanities & Social Sciences*, 21(2), 279–300.

The Impact of Workplace Culture, Educational Service Quality, and Change Readiness on University Performance in Central Thailand

¹Wanlapha Srithongphim, ²Tanompong Panich

³Kanyamon Kanchanathaveekul and ⁴Wannaporn Buddhapoompitak

^{1,4} Business Administration Stamford International University

² Business Administration Rajamangala University of Technology Rattanakosin and

³Independent Researcher

³Corresponding Author. E-mail: kanyamon06@gmail.com

Received March 31, 2025; Revised April 9, 2025; Accepted April 11, 2025

Abstract

This study utilized a convergent parallel mixed-methods design to examine the influence of educational service quality, readiness for change, and workplace culture on the operational effectiveness of universities in Central Thailand. A stratified random sampling technique was used to select 390 staff members from both academic and administrative departments across nine provinces, ensuring representative subgroups. Quantitative data were collected through structured questionnaires, while qualitative insights were obtained from in-depth interviews with 15 senior university administrators. The validity of the instrument was established through pilot testing, content validity, and construct validity assessments, while reliability was confirmed using internal consistency measures (Cronbach's Alpha > 0.80). The model's goodness-of-fit was evaluated using key fit indices: $\chi^2/df = 2.11$, CFI = 0.93, TLI = 0.91, RMSEA = 0.05, and SRMR = 0.04, indicating an acceptable model fit. Findings from structural equation modeling revealed that educational service quality had a significant direct impact on university performance (Standardized Path Coefficient = 0.65, $p < 0.05$), along with an indirect effect through workplace culture (Indirect Effect = 0.30, $p < 0.05$). Readiness for change also had a significant direct effect (0.55, $p < 0.01$) and an indirect effect mediated by workplace culture (0.40, $p < 0.01$). The triangulated qualitative findings emphasized the critical role of innovation, teamwork, and leadership in fostering a productive academic environment. Effective leadership, shared values, and collaborative culture were seen as central to enhancing university effectiveness. Overall, workplace culture functioned as a key mediating factor, amplifying the positive effects of service quality and change readiness. The study concludes that improving educational service quality, promoting change readiness, and fostering a strong workplace culture can significantly enhance the performance of universities in Central Thailand.

Keywords: Educational service quality; change readiness; workplace culture; university performance; mixed-methods research

Introduction

Higher education institutions in Central Thailand are increasingly challenged by global trends such as intensified competition, accreditation shifts, and technological transformation, demanding more strategic agility. Quality assurance systems like AUN-QA, EdPEX, and OECD standards provide structured frameworks for institutional development and assessment. Service quality in higher education, informed by SERVQUAL and HESQUAL models, emphasizes dimensions such as empathy, dependability, and responsiveness—elements crucial to enhancing student satisfaction. In parallel, the cultural dynamics within academic institutions—including leadership norms and shared values—play a vital role in driving quality implementation and managing change (OECD, 2023; AUN-QA, 2020). Key dimensions include empathy, reliability, and other service excellence factors (Teeroovengadum et al., 2019). Simultaneously, workplace culture, which encompasses values, behaviors, and leadership norms, significantly affects how quality is implemented and how institutions manage change (Haffar et al., 2019).

Moreover, change readiness—an organization’s capacity to anticipate and respond to change—is increasingly important in the post-pandemic education landscape (Linnenluecke, 2017; Chaidaroon et al., 2022). Institutions that are flexible and forward-looking are better equipped to navigate uncertainty and sustain performance. Despite the relevance of these factors, there is limited research that integrates educational service quality, workplace culture, and change readiness into a unified framework to explain university performance. In particular, the mediating role of workplace culture remains underexplored within Thai higher education, especially in regional contexts like Central Thailand.

In the context of higher education, internal factors such as workplace culture, educational service quality, and change readiness have become increasingly important in enhancing university performance (Smith & Bititci, 2017; Islami et al., 2018). A positive and collaborative culture fosters engagement and facilitates the effective implementation of services and innovations (Haffar et al., 2019). High-quality educational services improve student satisfaction and institutional reputation

(Annamdevula & Bellamkonda, 2016), while readiness for change enables universities to adapt to dynamic environments and sustain innovation (Linnenluecke, 2017; Wang & Kerdpitak, 2024). These factors are interrelated, with workplace culture playing a mediating role in transforming internal capabilities into sustainable performance outcomes (AUN-QA, 2020).

In today's volatile educational environment, the capacity to embrace and adapt to change has become a strategic necessity. However, few empirical studies have examined how educational service quality, organizational culture, and readiness for change collectively shape university performance—especially in regional Thai contexts. This study seeks to address that gap by investigating these interrelations, while also highlighting the mediating function of workplace culture—an aspect rarely emphasized in local academic discourse.

Research Objectives

1. To examine the existing conditions of workplace culture, service quality, and readiness for change within universities located in Central Thailand.
2. To analyze how educational service quality and institutional change readiness affect the performance of these universities.
3. To investigate the extent to which workplace culture serves as a mediating variable linking service quality and change readiness to institutional outcomes.

Research Hypotheses

H1: There is a significant positive relationship between educational service quality, change readiness, and university performance.

H2: Workplace culture has a direct positive effect on university performance.

H3: Workplace culture mediates the relationships between both educational service quality and change readiness with university performance.

Conceptual Framework

The conceptual framework of this study positions university performance as the outcome of three interrelated internal factors: educational service quality, organizational readiness for change,

and workplace culture. Influenced by foundational models such as SERVQUAL and the Competing Values Framework, the research adopts a systems–thinking perspective to illustrate how these elements interact to drive institutional success (Linnenluecke, 2017; Smith & Bittci, 2017; Islami et al., 2018).

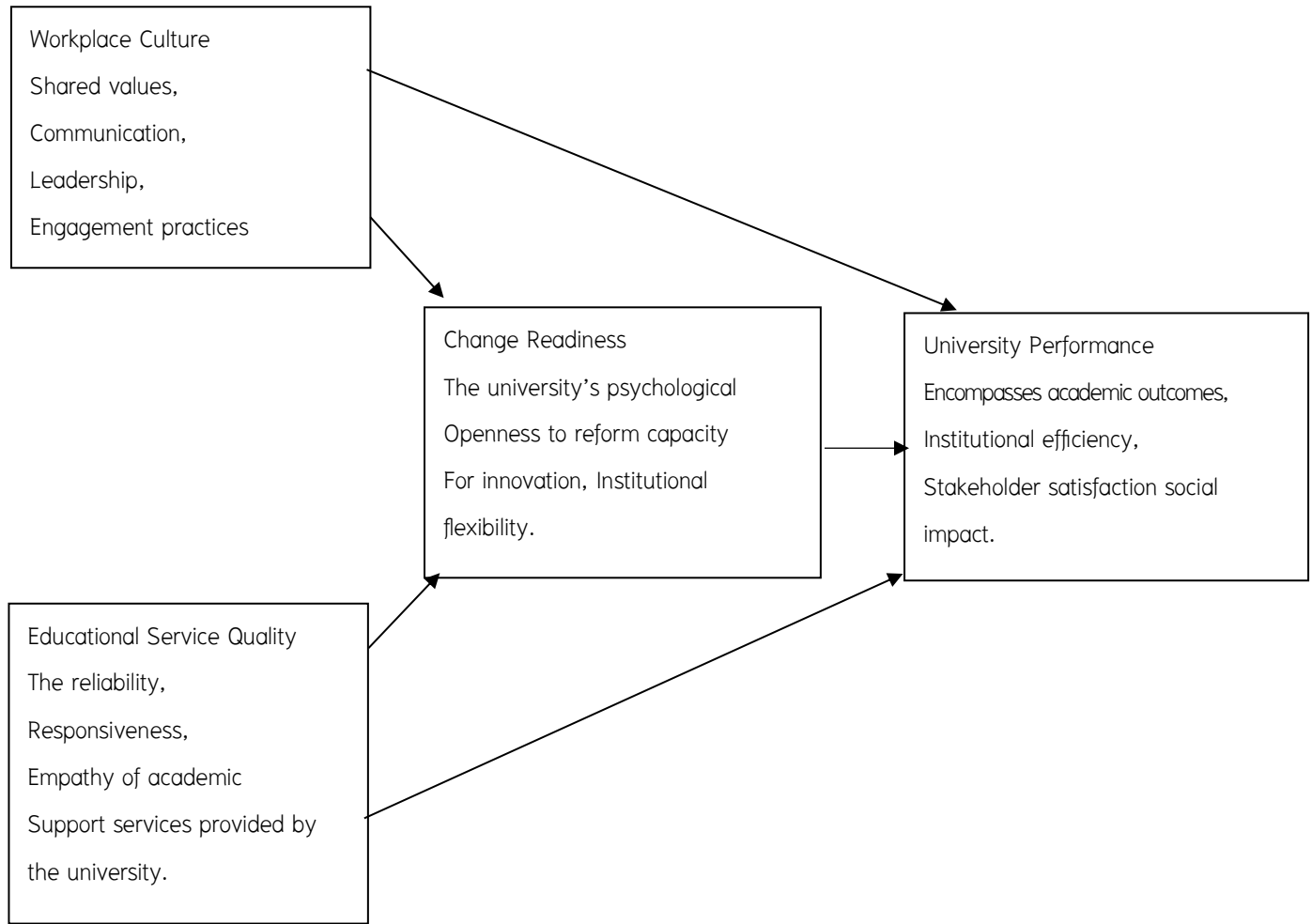


Figure 1: The conceptual framework

Research Methodology

Research Design

This study employed a convergent parallel mixed–methods design aligned with the pragmatic paradigm, integrating both quantitative and qualitative approaches to provide a comprehensive understanding of the impact of educational service quality, readiness for change, and workplace culture on university performance in Central Thailand.

Population and Sample

1. Quantitative Methodology

1.1 Sample and Sampling Strategy

The target population consisted of academic and administrative staff from universities in Central Thailand. A multi-stage stratified random sampling technique was applied to ensure representation across institutional types. A total of 390 participants were selected from six universities, stratified as follows:

Table 1: Sample Selection by University Type

University Type	Total in Population	Selected for Sample
Rajabhat Universities	8	2
Rajamangala University of Technology	8	2
Private Universities	8	2
Total	24	6

These institutional types were chosen for their strong regional relevance, community engagement, and organizational diversity, while excluding large research-intensive universities due to their differing missions and structures.

Sample Size

The sample size of 390 participants was determined using a sample size calculation for a finite population, with a 95% confidence level and a 5% margin of error, ensuring sufficient statistical power for structural equation modeling (SEM).

Research Instruments and Data Collection

Quantitative data were collected using a structured questionnaire based on a 5-point Likert scale, designed to measure three main constructs: educational service quality, workplace culture, and readiness for change. The items were developed by adapting established instruments from prior studies in organizational behavior, education management, and change readiness, with contextual modifications to suit the Thai higher education sector. To ensure the instrument's quality, a pilot test was conducted with 15 respondents, after which item refinement was performed. Content validity was assessed by a panel of three experts in education and organizational studies. Construct validity

was confirmed through confirmatory factor analysis (CFA), and internal consistency reliability was evaluated using Cronbach's Alpha, with coefficients exceeding 0.80 for all constructs, indicating high reliability.

For the qualitative component, guided semi-structured interviews were conducted with 15 senior university administrators, selected through purposive sampling. The inclusion criteria included holding key leadership positions in academic planning, quality assurance, or university administration, and representing a mix of university types (Rajabhat, Rajamangala, and private institutions). Participant demographics such as gender, age, professional background, and years in leadership roles were also considered to ensure diversity. The interview protocol consisted of open-ended questions organized into four key areas: (1) perceptions of educational service quality, (2) workplace cultural values and practices, (3) readiness and response to organizational change, and (4) leadership and collaboration dynamics. Interviews were conducted both face-to-face and virtually, recorded with consent, and transcribed verbatim. Thematic analysis was performed using NVivo software, following Braun and Clarke's six-phase coding process. To ensure rigor and minimize bias, two independent coders analyzed the data. Inter-coder reliability was calculated using Cohen's Kappa (≥ 0.85), and member checking was conducted by sharing thematic summaries with interviewees for verification. Reflexivity was maintained via researcher journaling, while peer debriefing and audit trails were employed to enhance trustworthiness.

Research Results

The findings of this study support all three research objectives and offer empirical validation for the proposed conceptual framework. The results are presented in alignment with each research objective and quantitative

1. To explore the current conditions of workplace culture, educational service quality, and change readiness in universities in Central Thailand. Descriptive statistics showed that respondents perceived educational service quality positively, with the highest average score recorded for the reliability dimension ($M = 3.96$). Workplace culture received a moderately high rating ($M = 3.76$), particularly in the areas of collaboration and commitment to quality. Change readiness was also rated favorably ($M = 3.73$). Among the performance indicators, alumni reputation was rated the highest ($M = 4.04$). The survey instrument was validated through pilot testing ($n = 30$) and expert review, followed by Confirmatory Factor Analysis (CFA) to assess construct validity. Internal consistency reliability was

confirmed with Cronbach's Alpha values above 0.80 for all scales. Quantitative data were prepared through data cleaning, handling missing data via multiple imputation, and assumption testing (normality via skewness and kurtosis, multicollinearity via VIF and tolerance).

2 To examine the impact of educational service quality and change readiness on university performance in Central Thailand. The analysis using Structural Equation Modeling (SEM) revealed that both educational service quality and change readiness had a significant influence on university performance, through both direct and indirect effects. The overall model demonstrated a good fit to the data, as indicated by the following fit indices: $\chi^2/df = 2.11$, CFI = 0.93, TLI = 0.91, RMSEA = 0.05, and SRMR = 0.04. Specifically, educational service quality had a direct effect of 0.65 on university performance and an indirect effect of 0.30 mediated by workplace culture, resulting in a total effect of 0.95. Similarly, change readiness showed a direct effect of 0.55 and an indirect effect of 0.40, also mediated by workplace culture, yielding a total effect of 0.95. These findings provide empirical support for Hypothesis 1 (H1), affirming that both educational service quality and change readiness significantly contribute to improving university performance. The results also highlight the pivotal role of workplace culture in amplifying these effects, thereby underscoring its strategic importance within higher education institutions.

Table 3: SEM Data the SEM Data Table that will be used for SEM analysis to evaluate the relationships between the variables:

Variable	SD	Factor Loading	CR (Composite Reliability)	AVE (Average Variance Extracted)
Educational Service Quality	0.984	0.82	0.89	0.72
	0.951	0.83		
Change Readiness	0.981	0.78	0.87	0.75
Workplace Culture	1.032	0.80	0.85	0.73
	0.978	0.82		
University Performance	0.907	0.85	0.91	0.80
	1.010	0.84		

3 To investigate whether workplace culture positively mediates the relationship between educational service quality, change readiness, and university performance. The results of the mediation analysis confirmed that workplace culture plays a significant mediating role in the relationships between both educational service quality and change readiness with university performance. Specifically, educational service quality had a direct effect of 0.65 and an indirect effect of 0.30 through workplace culture, resulting in a total effect of 0.95. Similarly, change readiness exhibited a direct effect of 0.55 and an indirect effect of 0.40, also mediated by workplace culture, yielding a total effect of 0.95. All effects were statistically significant ($p < 0.05$), providing strong support for Hypotheses H2 and H3, and confirming that workplace culture significantly enhances the positive impact of both predictors on performance outcomes. The total effect sizes, ranging from 0.95 to 1.05, indicate a robust and stable mediating function of workplace culture in the structural model. These findings reinforce the conceptual framework of the study and underscore the importance of fostering a strong organizational culture to maximize the benefits of service quality improvements and change readiness. The relationships are illustrated in Figure 1 and detailed in Table 4, which summarize the path coefficients and mediation effects derived from SEM analysis.

Table 4: Mediating Role of Workplace Culture

Path	Direct Effect	Indirect Effect	Total Effect	Statistical Significance	Method Used
Educational Service Quality → University Performance	0.65	0.30	0.95	Significant ($p < 0.05$)	Bootstrapping, Sobel Test
Change Readiness → University Performance	0.55	0.40	0.95	Significant ($p < 0.05$)	Bootstrapping, Sobel Test
Educational Service Quality → Workplace Culture → University Performance	0.65	0.35	1.00	Significant ($p < 0.05$)	Mediation Analysis (CFA, SEM)
Change Readiness → Workplace Culture → University Performance	0.55	0.50	1.05	Significant ($p < 0.05$)	Mediation Analysis (CFA, SEM)

Causal model: University Performance

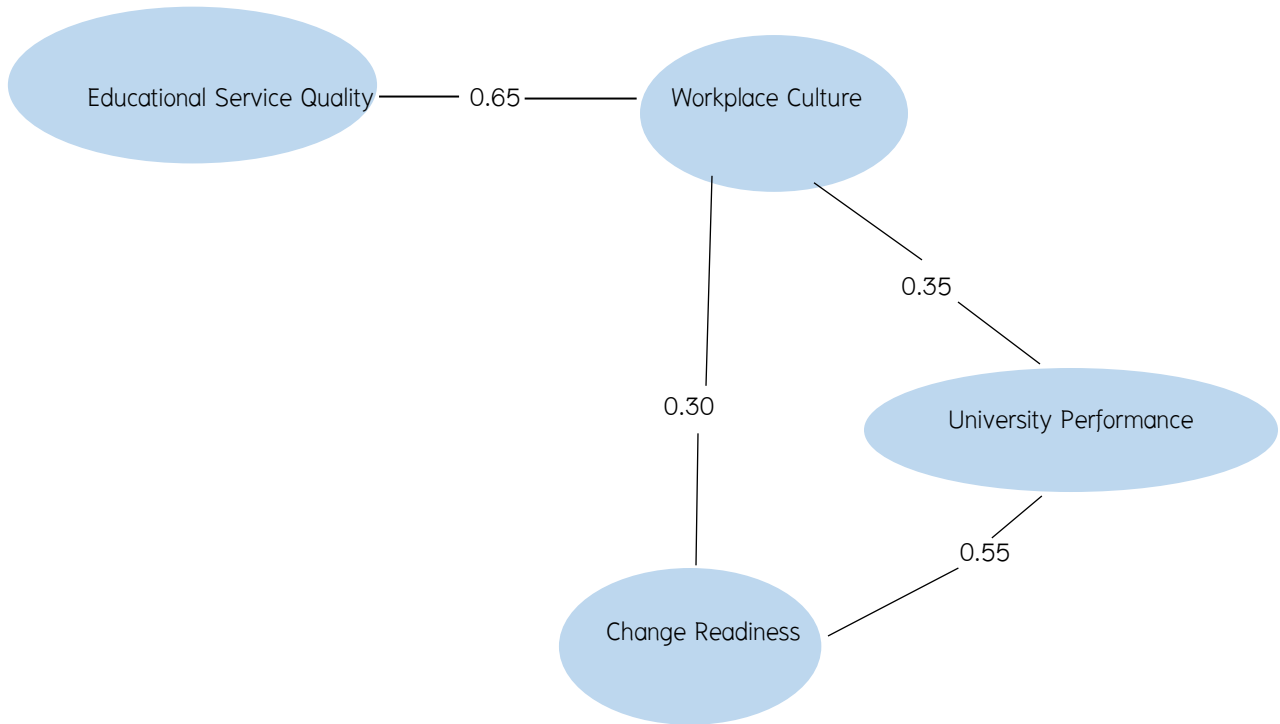


Figure 2: Path Model Showing the Influence of Educational Service Quality on University

In summary, both the quantitative and qualitative findings indicate that workplace culture, educational service quality, and change readiness work synergistically to strengthen university performance. These insights underscore the strategic importance of developing a values-based institutional culture, improving service delivery systems, and fostering agility to support sustainable excellence within Thai higher education.

Qualitative Insights:

Qualitative data were analyzed using thematic analysis, with NVivo software used to organize and code the emerging themes related to educational service quality, change readiness, workplace culture, and performance outcomes. In-depth interviews with 15 senior university leaders provided valuable insights into how workplace culture, educational service quality, and change

readiness are perceived and operationalized within their institutions. Key themes that emerged include: Qualitative findings from interviews with university leaders revealed key themes:

Table 5: Thematic Summary of Qualitative Findings by Key Variables

Variable	Themes from In-depth Interviews	Key Qualitative Insights
Educational Service Quality	Student-centered service Empathy and responsiveness Reliability in support	Leaders emphasized the importance of providing empathetic, timely, and reliable services that meet student needs and enhance institutional trust.
Change Readiness	Openness to reform Innovation in academic and administrative areas	Respondents noted a proactive mindset toward change, highlighting adaptability and readiness to implement continuous improvement across departments.
Workplace Culture	Teamwork and collaboration Shared values and leadership engagement	Interviewees described a culture of collaboration, shared goals, and strong leadership involvement as key to driving strategic alignment and internal cohesion.
University Performance	Alumni success Staff development Academic output and reputation	Leaders identified successful alumni, investment in faculty, and institutional reputation as primary indicators of university effectiveness and long-term success.

This study explored how educational service quality, change readiness, and workplace culture impact university performance in Central Thailand. Findings showed that service quality and change readiness influence performance directly and through workplace culture. Thematic analysis emphasized empathy in student services, innovation, leadership, and collaboration. The study suggests universities improve performance by prioritizing student-centered services, adaptability, and leadership development, while recommending broader future research due to limitations like regional context and self-reported data.

Summary of Integrated Findings

Dimension	Quantitative Findings	SEM Analysis	Qualitative Insights	Consistency
Educational Service Quality	M = 3.93–3.96	Direct = 0.65 Indirect via WC = 0.30	Emphasizes empathy, responsiveness, reliability	Strong alignment on student-centered services
Change Readiness	M = 3.73	Direct = 0.55 Indirect via WC = 0.40	Highlights openness to reform and innovation	Consistent emphasis on adaptability
Workplace Culture	M = 3.74–3.76	Mediator + Direct on UP	Stresses teamwork, shared values, leadership	Reinforces collaborative culture's central role
University Performance	M = 3.74–4.04	Influenced by SQ, CR, WC	Alumni success, academic output, reputation	Consistent across all data sources

This study explored how key internal factors, such as educational service quality, change readiness, and workplace culture, influence university performance. The findings from both quantitative and qualitative data consistently emphasized the importance of these factors in shaping university outcomes. Educational service quality was found to be crucial in enhancing student services, with a focus on empathy, responsiveness, and reliability. Change readiness was also identified as a critical factor, with data showing that a proactive approach to innovation and reform is essential for improving performance, both directly and indirectly through workplace culture. Workplace culture emerged as a central factor that mediates the impact of the other elements on university performance. The study highlighted the importance of teamwork, shared values, and strong leadership, emphasizing that a collaborative and unified work environment is key to driving performance. In conclusion, the study found that university performance is influenced by a combination of educational service quality, change readiness, and workplace culture. The research suggests that universities can enhance their performance by focusing on these internal factors, particularly by creating a supportive and adaptable environment for both students and staff.

Discussion

This study aimed to explore the internal factors that influence university performance in Central Thailand through a convergent parallel mixed-methods approach. Specifically, it examined the existing conditions of workplace culture, educational service quality, and change readiness; assessed the impact of educational service quality and change readiness on university performance; and investigated the extent to which workplace culture mediates the relationship between service quality, change readiness, and institutional outcomes.

The quantitative results revealed that educational service quality was perceived positively among respondents, particularly in terms of responsiveness and reliability, with mean scores ranging from 3.93 to 3.96. Change readiness was also rated favorably ($M = 3.73$), as was workplace culture ($M = 3.74$ – 3.76), especially in dimensions related to teamwork and leadership support. These findings were consistent with the qualitative data, where university leaders emphasized the importance of empathetic, student-centered services, openness to reform, and collaborative environments. These insights support the view that institutions in Central Thailand already possess foundational strengths in these areas, although further strategic enhancement is needed.

To test Hypothesis 1, the study employed Structural Equation Modeling (SEM), which showed that both educational service quality and change readiness have statistically significant effects on university performance. Educational service quality had a direct effect of 0.65 and an indirect effect of 0.30 via workplace culture, resulting in a total effect of 0.95. Change readiness had a direct effect of 0.55 and an indirect effect of 0.40, totaling 0.95 as well. These findings indicate that service quality and adaptability are not only influential on their own but also operate synergistically through workplace culture to enhance performance outcomes.

The mediating role of workplace culture, as hypothesized in H2 and H3, was confirmed by both quantitative and qualitative results. SEM analysis revealed that workplace culture significantly mediated the relationship between educational service quality and performance (total effect = 1.00), and between change readiness and performance (total effect = 1.05). Interview participants consistently described workplace culture as a foundation for trust, innovation, and effective leadership. Their perspectives reinforce the idea that a shared sense of purpose, open

communication, and collaborative practices create an environment in which service quality and adaptability can flourish. Despite these positive findings, the implementation of changes in workplace culture or service quality can pose practical challenges. For instance, fostering a collaborative culture may be hindered by traditional hierarchical structures, departmental silos, or lack of incentives for teamwork. Similarly, ensuring consistent service quality requires long-term investment in professional development, digital infrastructure, and performance monitoring—resources that may not be equally available across all institutions.

To address these challenges, the study proposes several actionable strategies for university administrators. First, institutions should institutionalize programs that promote shared values and collective identity, such as cross-functional innovation teams, staff recognition systems, and participatory planning processes. Second, service delivery can be strengthened through digital transformation—adopting platforms like CRM systems or AI-powered chatbots to streamline communication and improve responsiveness. Third, building change readiness requires ongoing leadership training, especially in adaptive leadership, and organizational learning frameworks that allow for continuous improvement. Importantly, these strategies must be tailored to institutional context. Differences in university size, funding models, and governance structures can affect the feasibility and impact of implementation. For example, smaller institutions may benefit from agile decision-making but face limitations in resources, while larger universities may require more structured change management processes to overcome resistance and maintain alignment across departments. In connecting these findings to broader trends in higher education, the study highlights the growing importance of digital transformation, globalization, and rising stakeholder expectations. Universities are increasingly expected to provide seamless digital services, demonstrate innovation readiness, and maintain high levels of responsiveness in a competitive and rapidly changing environment. Institutions that can integrate service quality, adaptability, and workplace culture into their core strategies will be better positioned to meet these demands. In summary, the results affirm that university performance is not determined by any single factor, but rather through the interplay of service quality, readiness for change, and organizational culture. These elements must be intentionally developed and aligned to support long-term institutional success. The study's findings

provide valuable insights for university leaders seeking to improve performance and build resilient, future-ready organizations.

Suggestions

1. Suggestion from Research

1) Universities should enhance student-centered service quality by adopting digital platforms such as chatbots, mobile apps, and CRM systems. These tools support real-time communication, improve responsiveness, and help track student satisfaction. Although digital infrastructure and literacy remain challenges, scalable pilot projects and training programs can effectively address these issues.

2) Institutions must strengthen organizational readiness for change through leadership development and innovation initiatives. Establishing innovation labs and conducting scenario-based strategic planning will foster adaptability and resilience. Overcoming resistance to change can be achieved through participatory planning and recognizing internal change agents.

3) A collaborative workplace culture should be cultivated across the institution. This can be done through cross-functional teamwork, clear communication of shared values, and participatory governance structures. Addressing institutional silos and top-down decision-making requires structured dialogue and recognition of interdepartmental collaboration.

4) It is essential to align institutional performance goals with stakeholder outcomes, particularly in terms of alumni success and reputation. Building graduate tracking systems and engaging employers and alumni in feedback mechanisms can improve relevance and impact.

5) Digital transformation should be integrated into all strategic domains of the university. A clear roadmap should guide digital governance, learning innovation, and operational efficiency. Investment in data analytics and digital pedagogy will ensure long-term institutional competitiveness. Funding constraints may be overcome through external partnerships and targeted grants.

2.Recommendations for Future Research

1) Longitudinal studies are essential to examine the long-term effects of internal factors like service quality, change readiness, and culture on institutional performance. Tracking universities over time will provide deeper insight into how these elements evolve and sustain impact.

2) Comparative research across regions or countries can test the generalizability of results and uncover important cultural or contextual differences. This is particularly important for tailoring strategies to diverse institutional environments.

3) Future studies should consider additional variables—such as leadership styles, faculty motivation, or digital integration—as potential mediators or moderators. This would help build more comprehensive and explanatory models of institutional success.

4) Broadening stakeholder involvement is recommended. Including voices from students, administrative staff, alumni, and external partners can enhance the depth, balance, and real-world relevance of qualitative findings.

5) Given the growing importance of technology in education, researchers should further explore how digital transformation initiatives influence service effectiveness and organizational agility. This is especially timely in the context of technology-enhanced learning and shifting institutional demands.

References

- Annamdevula, S., & Bellamkonda, R. S. (2016). The effects of service quality on student loyalty: The mediating role of student satisfaction. *Journal of Modelling in Management*, 11(2), 446–462.
- ASEAN University Network Quality Assurance. (2020). *AUN-QA assessment manual for institutional level*. ASEAN University Network.
- Astuty, E., & Yustian, O. R. (2021). The effect of entrepreneurship education on students' entrepreneurial intentions: Evidence from Indonesia. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 15(1), 170–183.
- Chaidaroon, S., Ahmad, M., & Abdullah, S. (2022). Readiness for change, innovation capabilities, and performance outcomes in educational institutions. *Education and Training*, 64(5), 648–662.

- Haffar, M., Al-Karaghoul, W., & Ghoneim, A. (2019). An analysis of the influence of organizational culture on employee engagement: The mediating role of innovation. *Journal of Innovation Management, 7*(3), 33–51.
- Islami, X., Mulolli, E., & Mustafa, N. (2018). Using management by objectives as a performance appraisal tool for employee satisfaction. *Future Business Journal, 4*(1), 94–108.
- Linnenluecke, M. K. (2017). Resilience in business and management research: A review of influential publications and a research agenda. *International Journal of Management Reviews, 19*(1), 4–30.
- OECD. (2023). *Education at a Glance 2023: OECD Indicators*. OECD Publishing, Paris.
- Smith, M., & Bititci, U. S. (2017). Interplay between performance measurement and management, employee engagement and performance. *International Journal of Operations & Production Management, 37*(9), 1207–1228.
- Teeroovengadum, V., Kamalanabhan, T. J., & Seebaluck, A. K. (2019). Measuring service quality in higher education: Development of a hierarchical model (HESQUAL). *Quality Assurance in Education, 27*(1), 67–84.
- Wang, Y., & Kerdpitak, C. (2024). The effect of digital transformation on organizational resilience and innovation. *Sustainability, 16*(2), 123–137.

รูปแบบการบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นของสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาพังงา ภูเก็ต ระนอง

The Local Wisdom Learning Management Model Under The Secondary Educational Service Area Office Phangnga Phuket Ranong

¹คณิศร ผู้มีทรัพย์ และ ²ดารณีย์ พยัคฆ์กุล

¹ Kanisorn Phumisab and ² Daranee Payakkul

¹นักศึกษาศาสาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยพายัพ

²อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยพายัพ

¹Student Education Administration Program Graduate School Payap University

²Lecturer of Education Administration Program Graduate School Payap University

¹Corresponding Author. E-mail: lkanisorn2534@gmail.com

Received February 25, 2025; Revised March 12, 2025; Accepted March 31, 2025

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาการบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นของสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาพังงา ภูเก็ต ระนอง และ 2) ประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของรูปแบบการบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นของสถานศึกษา เป็นการวิจัยแบบผสมวิธีพหุระยะ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการสนทนากลุ่ม จำนวน 12 คน เป็นผู้บริหารสถานศึกษาหรือรองผู้อำนวยการสถานศึกษา และครูผู้รับผิดชอบโครงการ/กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้แหล่งเรียนรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น จำนวน 54 คน ใช้วิธีคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้างสำหรับการสนทนากลุ่ม และแบบประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งผลการวิจัยพบว่า 1) การบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นของสถานศึกษาประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 8 ด้าน ได้แก่ (1) การวางแผนบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น (2) การพัฒนา การออกแบบ เชื่อมโยงองค์ความรู้ (3) การส่งเสริมการใช้แหล่งเรียนรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น และการพัฒนาบุคลากร (4) การจัดการแหล่งเรียนรู้ และการจัดการเรียนรู้ (5) การดำเนินงานตามแผนตามกระบวนการ PLC และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ (6) การเปิดโอกาสให้ผู้เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วม (7) การตรวจสอบและติดตามในกระบวนการทุกขั้นตอน และ (8) การนิเทศ กำกับ ติดตาม และประเมินผล และ 2) ผลการประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ และมีกลไกการขับเคลื่อนรวม 21 กลไก ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: แหล่งเรียนรู้;ภูมิปัญญาท้องถิ่น; สพม.พังงา ภูเก็ต ระนอง

Abstract

This research aimed to: 1) develop managing local wisdom learning resources in basic educational schools under the Secondary Educational Service Area Office Phangnga Phuket Ranong; and 2) assess the appropriateness and feasibility of the model. The research used mixed methods research approach. The sample consisted of 12 experts in focus group discussions and 54 experts in evaluating the appropriateness and feasibility of the model. The research instruments included questionnaires, semi-structured interview forms, evaluation forms for model suitability and feasibility, including school administrators, deputy school directors, and teachers in charge of academic management groups or those responsible for projects or activities related to local wisdom learning resources. The purposive sampling was used to select the sample, focus group discussions, and an evaluation form for appropriateness and feasibility. The statistical analysis used percentage, mean, and standard deviation. The findings revealed that 1) The managing local wisdom learning resources in basic educational schools consisted of 8 key components: (1) planning for managing local wisdom learning resources, (2) developing and designing knowledge integration, (3) promoting the use of local wisdom learning resources and staff development, (4) managing learning resources and learning management, (5) implementing plans through the PLC process and publicizing, (6) providing opportunities for stakeholders to participate, (7) monitoring and evaluation at all stages, and (8) supervision, monitoring, and evaluation, and 21 driving mechanisms; and 2) The assessment of the appropriateness and feasibility was at a high level.

Keywords: Learning Resources; Local Wisdom; Secondary Educational Service Area Office Phangnga Phuket Ranong

บทนำ

ในยุคปัจจุบันห้องเรียนมีการเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาด้วยการพัฒนาของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เป็นการศึกษาที่ไร้พรมแดนผ่านเครื่องมือที่ทันสมัยช่วยให้ผู้เรียนเรียนรู้ที่ไหนก็ได้ อย่างไรก็ตามในปัจจุบัน ภูมิทัศน์ทางการศึกษาถูกปฏิวัติให้เข้ากับโลกสมัยใหม่มากขึ้น การเรียนรู้ในยุคใหม่เป็นการศึกษาที่น่าจับตามอง ในปี พ.ศ. 2566-2575 เป็นปีที่มีอิทธิพลการขยายตัวของตลาดจากปัญญาประดิษฐ์ (AI) เข้ามามีบทบาทในการติดตามความก้าวหน้าของผู้เรียน สามารถระบุจุดอ่อนเสนอทรัพยากรและคำแนะนำเพื่อปรับการเรียนรู้ให้เหมาะสมกับเด็กแต่ละคน งานวิจัยหลายเรื่องพบว่า การเรียนรู้แบบกำหนดเองจะช่วยให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้ตามความรวดเร็วของเทคโนโลยีด้วยตนเอง ช่วยปรับปรุงผลการเรียน และเสริมศักยภาพการเรียนรู้เฉพาะบุคคลได้เป็นอย่างดี การเรียนรู้ตลอดชีวิตเป็นเรื่องที่ถูกส่งเสริมมาตลอดในช่วงหลายปีที่ผ่านมา และเป็นเทรนด์ที่นำมาปรับเข้ากับหลักสูตรอย่างแพร่หลายมากขึ้น เนื่องจากตลาดแรงงานในอนาคตมีการปรับตัว โดยเฉพาะการจ้างงานในภาคส่วนของอุตสาหกรรมคาดว่าจะเติบโตร้อยละ 0.3 ต่อปี จาก 164.5 ล้านคนในปี 2565 เป็น 169.1 ล้านคนในปี 2575 การเติบโตที่คาดการณ์ไว้นี้จะช้ากว่าการเติบโตของการจ้างงานต่อปี

ที่ร้อยละ 1.2 อาจเป็นเรื่องของเครื่องจักรและหุ่นยนต์ที่เข้ามามีบทบาทมากขึ้น การเสริมทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตจึงสำคัญเพื่อเติมเต็มช่องว่างความรู้และสอนให้ปรับตัวเข้ากับการเจริญของโลก จะเห็นได้ว่าสถานศึกษาควรนำแหล่งเรียนรู้มาใช้ประโยชน์ในการจัดการเรียนรู้ที่บูรณาการเข้ากับหลักสูตรของสถานศึกษา เพื่อส่งเสริมให้ผู้เรียนได้ใช้แหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ในการพัฒนาทัศนคติ เสริมสร้างทักษะที่จำเป็นในการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพ และการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับชุมชนนำไปสู่การเป็นพลเมืองที่ดี สถานศึกษาจึงมีบทบาทสำคัญในการเตรียมพร้อมผู้เรียนสู่อาชีพในอนาคต (อักษร เอ็ดดูเคชั่น, 2568) ดังนั้น การบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ภายในสถานศึกษา ต้องอาศัยความรับผิดชอบของบุคลากรทุกคนภายในสถานศึกษาที่จะต้องบริหารจัดการร่วมกัน ทั้งด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกันทั้งครู และนักเรียน มีส่วนร่วมในการสร้างกฎ ระเบียบ นโยบาย และจัดหาวัสดุอุปกรณ์ และทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อสร้างความรื่นรมย์ทางอารมณ์ที่มีความสำคัญมาเป็นสื่อในการเรียนรู้แก่ผู้เรียน (Gilpatrick, 2010)

การดำเนินงานตามวิสัยทัศน์ที่ว่า “สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัชฌิมศึกษาพังงา ภูเก็ต ระนอง เป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูงบริหารจัดการศึกษาด้วยนวัตกรรม น้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสู่การเปลี่ยนแปลงในศตวรรษที่ 21” ดังกล่าวข้างต้นเห็นได้ว่าการบริหารจัดการขององค์กรให้ความสำคัญในการพัฒนาศักยภาพผู้เรียนให้มีสมรรถนะ ความรู้ ทักษะในด้านต่าง ๆ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน บริหารจัดการโดยมุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์ และสร้างเสริมความเข้มแข็งของการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่าย นำนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในพัฒนาการจัดการศึกษา ส่งเสริมสนับสนุนการขับเคลื่อนการจัดการเรียนรู้ที่ส่งเสริม Soft Power เพื่อให้สถานศึกษาดำเนินการขับเคลื่อนให้เป็นรูปธรรม และนำไปพัฒนาครูผู้สอนให้มีความรู้ความเข้าใจในการจัดการเรียนรู้ที่ส่งเสริม Soft Power ซึ่งสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัชฌิมศึกษาพังงา ภูเก็ต ระนองเห็นถึงความสำคัญของการจัดกิจกรรมให้ผู้เรียนได้พัฒนาศักยภาพที่สอดคล้องกับกิจกรรมมหกรรมการแข่งขันงานศิลปหัตถกรรมนักเรียน ครั้งที่ 72 ปีการศึกษา 2567 ภายใต้สโลแกน “สร้างสรรค์ศิลป์ศาสตร์ ภูมิปัญญาชาติยุคใหม่ นวัตกรรมก้าวไกล พัฒนาไทยสู่สากล” มีวัตถุประสงค์เพื่อให้นักเรียนแสดงออกถึงความรู้ ความสามารถ ผลสำเร็จของการจัดการศึกษา การเผยแพร่ผลงานด้านการจัดการศึกษาที่เป็นเลิศสู่สายตาสาธารณชน โดยเน้นการส่งเสริม Soft Power ของไทย ที่มีกิจกรรมในรายการแข่งขัน ประกอบด้วย สาขาภาพยนตร์ ละคร และซีรีส์ สาขาเกม (การสร้างการ์ตูนด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟิก การสร้างการ์ตูนเรื่องสั้น Comic Strip) สาขาอาหาร ออกแบบ และศิลปะ สาขากีฬามวย (คีตะมวยไทย คีตะศิลป์มวยไทย) สาขาศิลปะ สาขาเฟสตีวัล (การแสดงนาฏศิลป์ และศิลปะพื้นบ้านและวัฒนธรรม) สาขาดนตรี (ดนตรีสากล และดนตรีไทย) เป็นต้น ที่กล่าวมาข้างต้นเป็นการส่งเสริมและต่อยอดอาชีพแก่ผู้เรียนสามารถนำไปใช้ได้จริง

เป็นโอกาสให้ผู้บริหารสถานศึกษา และบุคลากรสามารถนำแหล่งเรียนรู้เหล่านี้มาจัดทำเป็นแผน เพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้แก่ผู้เรียน ส่งเสริมคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้เรียนในความภูมิใจ ในท้องถิ่นและความเป็นไทย ซึ่งการบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้นั้นเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อกระบวนการ เรียนการสอนที่มุ่งเน้นให้ผู้เรียนนั้นได้มีประสบการณ์ตรง จากการศึกษาบริบทดังกล่าวมา ยังพบ ปัญหาของการบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ทั้งในสถานศึกษา และนอกสถานศึกษา ยังขาดคุณภาพและ ไม่ได้ใช้แหล่งเรียนรู้จัดประสบการณ์ให้ผู้เรียนอย่างต่อเนื่อง การบริหารและจัดการใช้แหล่งเรียนรู้ยัง ขาดประสิทธิภาพและมีสถิติการใช้บริการแหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่นยังน้อย ผู้เรียนไม่มีโอกาสใช้อย่างทั่วถึง ขาดการนิเทศ และติดตามผลการใช้แหล่งเรียนรู้อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง งบประมาณที่จัดสรร ให้กับแหล่งเรียนรู้ต่าง ๆ ไม่เพียงพอต่อการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา มัธยมศึกษาพังกา ภูเก็ต ระนอง, 2567)

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยได้ศึกษาการบริหารจัดการแหล่ง เรียนรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นของสถานศึกษา และได้สังเคราะห์องค์ประกอบของรูปแบบการบริหาร จัดการแหล่งเรียนรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นของสถานศึกษาจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจนได้ องค์ประกอบ 8 ด้าน ประกอบด้วย (1) การวางแผนบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น (2) การพัฒนา การออกแบบ เชื่อมโยงองค์ความรู้ (3) การส่งเสริมการใช้แหล่งเรียนรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น และการพัฒนาบุคลากร (4) การจัดการแหล่งเรียนรู้ และการจัดการเรียนรู้ (5) การดำเนินงานตาม แผนตามกระบวนการ PLC และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ (6) การเปิดโอกาสให้ผู้เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วม (7) การตรวจสอบและติดตามในกระบวนการทุกขั้นตอน และ (8) การนิเทศ กำกับ ติดตาม และ ประเมินผล ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางการบริหารไปพัฒนาศักยภาพ ผู้บริหารสถานศึกษา ครูผู้สอน นำข้อมูลไปใช้เป็นสารสนเทศให้เกิดประโยชน์มีคุณภาพ อีกทั้งการ บริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น และนำไปใช้ในการพัฒนาการจัดการศึกษาให้มี ประสิทธิภาพให้บรรลุไปตามเป้าหมาย ส่งผลต่อการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาการบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นของสถานศึกษาในสังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาพังกา ภูเก็ต ระนอง
2. เพื่อประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของรูปแบบการบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นของสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาพังกา ภูเก็ต ระนอง

วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยแบบการวิจัยแบบผสมวิธีพหุระยะ (Mixed Methods Research) โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้แบ่งวิธีการวิจัยเป็น 2 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 การพัฒนาการบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นของสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาพังงา ภูเก็ต ระนอง

โดยมีขั้นตอน การดำเนินการ 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสังเคราะห์ตัวแปร

1. การศึกษาวิเคราะห์เอกสารงานวิจัยและสรุปวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบการบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

2. นำข้อสรุปที่ได้มาสังเคราะห์เป็นองค์ความรู้ (Content synthesis) เกี่ยวกับองค์ประกอบของรูปแบบการบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อใช้เป็นกรอบในการสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire)

3. นำบทสรุปองค์ประกอบที่ได้จากการวิเคราะห์เอกสารมาสังเคราะห์เนื้อหา (Content synthesis) เพื่อสรุปเป็นตัวแปรแล้วนำไปสร้างเป็นแบบสอบถามต่อไป

ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์องค์ประกอบ

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้บริหารสถานศึกษา หรือรองผู้อำนวยการสถานศึกษา และครูในสังกัด จำนวน 1,405 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้บริหารสถานศึกษาหรือรองผู้อำนวยการสถานศึกษา และครูในสังกัด ปีการศึกษา 2567 จำนวน 27 โรงเรียน รวมจำนวน 306 คน ได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของ Krejcie and Morgan (บุญชม ศรีสะอาด, 2560) จากนั้นใช้วิธีการสุ่มแบบสัดส่วนและการสุ่มอย่างง่าย (Proportional random sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบการบริหารจัดการฯ ซึ่งมีการหาคุณภาพของแบบสอบถาม โดยความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ใช้วิธีการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item Objective Congruence: IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน มีค่า IOC เท่ากับ 0.80–1.00 และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ทั้งนี้แบบสอบถามฯ นำไปทดลองใช้ (Try Out) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.97

การเก็บและรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยส่งหนังสือเพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และดำเนินการส่งแบบสอบถามไปยังสถานศึกษาในสังกัด จำนวน 27 โรงเรียน ซึ่งผู้วิจัย

ดำเนินการในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง มีผู้ตอบแบบสอบถามสมบูรณ์และได้รับกลับคืนจำนวน 306 ชุด

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้ 1) วิเคราะห์สภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ และความจำเป็นของการบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นของสถานศึกษา วิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย (Means) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และ 2) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าดัชนีความต้องการจำเป็น PNIModified (Modified Priority Need index (PNI) โดยมีค่าความต้องการจำเป็นอยู่ระหว่าง 0.00-0.07 ซึ่งด้านที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะได้รับการพัฒนา

ขั้นตอนที่ 3 การพัฒนารูปแบบ

ผู้วิจัยนำองค์ประกอบที่ได้มาจากการสังเคราะห์ในขั้นตอนที่ 2 ยกร่างเป็นรูปแบบประกอบด้วย องค์ประกอบและกลไกการขับเคลื่อนฯ นำไปสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) กับกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิในการสนทนากลุ่ม จำนวน 12 คน เพื่อเพิ่มเติมองค์ประกอบร่างรูปแบบการบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูล และหาใจความหลักของข้อมูลจากการสนทนา

ระยะที่ 2 การประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของรูปแบบการบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นของสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาพังงา ภูเก็ต ระนอง

ผู้วิจัยนำร่างรูปแบบจากการสนทนากลุ่มในระยะที่ 1 มาประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 54 คน เพื่อประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้

ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้เชี่ยวชาญในการประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ จำนวน 54 คน ประกอบด้วย 1) ผู้บริหารสถานศึกษาหรือรองผู้อำนวยการสถานศึกษา จำนวน 27 คน และ 2) ครู ปฏิบัติหน้าที่ หัวหน้ากลุ่มบริหารงานวิชาการ หรือครูผู้รับผิดชอบโครงการ/กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้แหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในสังกัด จำนวน 27 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ และแบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้างสำหรับการสนทนากลุ่ม

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

1. ผลการพัฒนาการบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นของสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาพังงา ภูเก็ต ระนอง ผลการวิจัยพบว่า

(1) ผลการศึกษาสภาพปัจจุบันของการบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นของสถานศึกษา พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.79) สภาพที่พึงประสงค์ของการบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นของสถานศึกษา พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.35$, S.D. = 0.77) และความต้องการจำเป็น เมื่อพิจารณาลำดับความต้องการจำเป็นพบว่า ในภาพรวมเท่ากับ 0.066 ซึ่งมีความมากกว่าที่กำหนด ($PNI_{Modified}=0.000-0.070$) ในองค์ประกอบที่ควรจะได้รับการพัฒนา คือ ด้านการตรวจสอบและติดตามในกระบวนการทุกขั้นตอน ($PNI_{Modified}=0.093$) ด้านการนิเทศ กำกับ ติดตาม และประเมินผล ($PNI_{Modified}=0.084$) และด้านการพัฒนาการออกแบบ และเชื่อมโยงองค์ความรู้ ($PNI_{Modified}=0.076$) ตามลำดับ

(2) ผลการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นของสถานศึกษา ประกอบด้วย องค์ประกอบหลัก 8 ด้าน และมีกลไกการขับเคลื่อนรวม 21 กลไกดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 รูปแบบการบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นของสถานศึกษา

องค์ประกอบ	กลไกการขับเคลื่อน
ด้านการวางแผนบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น	1. การวิเคราะห์องค์กรก่อนวางแผนบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นโดยวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมภายใน และภายนอกให้ครบถ้วน ทั้งจุดแข็ง จุดอ่อนภายในองค์กร โอกาสและอุปสรรคที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอก
	2. การกำหนดนโยบาย จุดเน้น การใช้แหล่งเรียนรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นในการบริหารจัดการหลักสูตรท้องถิ่น รวมถึงกิจกรรมการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับบริบทของสถานศึกษา และการวางแผนการใช้แหล่งเรียนรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น ประชุมชี้แจงความสำคัญของการจัดกิจกรรม/โครงการในการใช้แหล่งเรียนรู้แก่บุคลากรในสถานศึกษา
	3. การวางแผน วิเคราะห์ และเสนอแนะการใช้แหล่งเรียนรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นก่อนเริ่มจัดกิจกรรมการเรียนรู้ รวมถึงการติดต่อขออนุญาต หรือนัดหมายหัวหน้าส่วนราชการ หน่วยงาน
ด้านการพัฒนา การออกแบบ เชื่อมโยงองค์ความรู้	1. การพัฒนา ออกแบบ เชื่อมโยงองค์ความรู้ให้เป็นไปตามรูปแบบการใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่นที่เหมาะสมกับผู้เรียน สอดคล้องกับสมรรถนะของผู้เรียนที่มุ่งเน้นความสามารถในการสื่อสาร การคิด การแก้ปัญหา การใช้เทคโนโลยี และมีทักษะชีวิต

ตารางที่ 1 (ต่อ) รูปแบบการบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นของสถานศึกษา

องค์ประกอบ	กลไกการขับเคลื่อน
	<p>2. การจัดทำแผนการขับเคลื่อนการบริหารจัดการ กำหนดแผนการดำเนินงานขับเคลื่อนอย่างเป็น รูปธรรมตาม บริบทและความพร้อม การเตรียมการและวางแผน โดยแต่งตั้งคณะทำงาน ร่วมกันพิจารณาหลักการ วัตถุประสงค์ เหตุผลและความจำเป็น กำหนดกลุ่มเป้าหมายกำหนดความต้องการใช้ทรัพยากร และกำหนดประเด็นหลักสูตรของสถานศึกษาเชื่อมโยงการใช้แหล่งเรียนรู้</p>
<p>ด้านการส่งเสริมการใช้แหล่งเรียนรู้ ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น และการพัฒนาบุคลากร</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. การส่งเสริม สนับสนุนการพัฒนาบุคลากรให้เข้ารับการพัฒนาศักยภาพในการอบรม สัมมนา ดูงาน การจัด Workshop โดยใช้แหล่งเรียนรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นในพื้นที่ใกล้เคียง และส่งเสริม สนับสนุนทุนวิจัยในการพัฒนาบุคลากรใช้แหล่งเรียนรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นในการจัดการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยเป็นฐานในการพัฒนาคุณภาพการจัดการศึกษาของสถานศึกษา 2. การเลือกแหล่งเรียนรู้ที่ให้ข้อมูลในการใช้อ้างอิงความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อนำข้อมูลความรู้มาเชื่อมโยงบูรณาการกับสาระการเรียนรู้ 3. การส่งเสริม สนับสนุนการพัฒนาบุคลากรในด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ และการพัฒนาสมรรถนะรายบุคคล ให้ตรงตามสายอาชีพและทักษะที่จำเป็น 4. การส่งเสริม สนับสนุนให้บุคลากรสร้างนวัตกรรมทางการศึกษานำ นวัตกรรมเข้าสู่ชั้นเรียน และพัฒนาศักยภาพเพื่อเข้าสู่การประกวดแข่งขันในเวทีต่าง ๆ
<p>ด้านการจัดการแหล่งเรียนรู้ และการจัดการเรียนรู้</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. การบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่นให้เหมาะสมกับบริบทของสถานศึกษาเชื่อมโยงภูมิปัญญากับความเป็นสากลโดยจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญสอดคล้องกับหลักสูตรกับบริบทของท้องถิ่น ตามหลักสูตรสถานศึกษา 2. การจัดการเรียนรู้เป็นไปตามขั้นตอนในการนำแหล่งเรียนรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ามาใช้ในการเรียนการสอน ครอบคลุมในด้านการสำรวจแหล่งเรียนรู้ การวางแผนการปฏิบัติงาน การประเมินผล การนำไปใช้ และการประยุกต์ความรู้และเผยแพร่ผลงาน 3. การส่งเสริม สนับสนุนให้ผู้เรียนศึกษา ค้นคว้า ทดลอง ปฏิบัติ แก้ปัญหา ใช้กระบวนการคิด และทักษะในการแก้ปัญหาโดยใช้กระบวนการโครงงานเป็นฐาน และสร้างผลงานหรือชิ้นงาน 4. การนำกรอบสาระการเรียนรู้ท้องถิ่นไปสู่การจัดการเรียนรู้โดยใช้แหล่งเรียนรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นรูปธรรมที่สอดคล้องกับบริบท จุดเน้นของสถานศึกษาและสภาพชุมชน

ตารางที่ 1 (ต่อ)รูปแบบการบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นของสถานศึกษาชั้นพื้นฐานฯ

องค์ประกอบ	กลไกการขับเคลื่อน
ด้านการดำเนินงานตามแผนตามกระบวนการ PLC และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์	<ol style="list-style-type: none"> 1. การดำเนินงานตามแผนด้วยการใช้กระบวนการการสร้างชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพในการการขับเคลื่อนโครงการหรือกิจกรรมการใช้แหล่งเรียนรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นในระดับสถานศึกษา 2. การให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้วยกระบวนการ PLC เพื่อให้วิธีการในการจัดโครงการ หรือกิจกรรมให้บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ นำไปสู่ผลประโยชน์ที่ตัวผู้เรียน ครู สถานศึกษาอย่างมีประสิทธิภาพ 3. การจัดทำทะเบียนแหล่งเรียนรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นระบบและเป็นปัจจุบัน สามารถรวบรวมข้อมูลแหล่งเรียนรู้ในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพ และทันสมัยคุ้มค่า สะดวก และรวดเร็วในการใช้งานข้อมูล
ด้านการเปิดโอกาสให้ผู้เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วม	<ol style="list-style-type: none"> 1. การเปิดโอกาสเครือข่ายมามีส่วนร่วมในการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการจัดการองค์ความรู้จากแหล่งการเรียนรู้ภายในชุมชนอย่างยั่งยืน และการพัฒนาการเรียนการสอนในสถานศึกษา 2. การระดมทรัพยากรเพื่อการบริหารจัดการศึกษาในการดำเนินงานเพื่อนำมาใช้ในการบริหารจัดการศึกษาให้เกิดประโยชน์สูงสุด
ด้านการตรวจสอบและติดตามในกระบวนการทุกขั้นตอน	<ol style="list-style-type: none"> 1. การตรวจสอบ ทบทวน และติดตามการใช้แหล่งเรียนรู้ สถานศึกษาได้มีการดำเนินงานครบตามแผนงานโครงการ หรือกิจกรรมการใช้แหล่งเรียนรู้ที่เป็นไปตามแผนงาน 2. การตรวจสอบการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนของแผนงานด้วยระบบวงจรคุณภาพ PDCA
ด้านการนิเทศ กำกับ ติดตาม และประเมินผล	<ol style="list-style-type: none"> 1. การใช้กระบวนการการนิเทศ กำกับ ติดตาม และประเมินผลด้วยรูปแบบ PIDRE

2. ผลการประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก และมีความเป็นไปได้ในระดับมาก ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้

รูปแบบการบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นของสถานศึกษาขั้นพื้นฐานฯ	ความเหมาะสม (n = 54)			ความเป็นไปได้ (n = 54)		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ด้านการวางแผนการบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ด้าน ภูมิปัญญาท้องถิ่น	4.44	0.60	มาก	4.44	0.62	มาก
ด้านการพัฒนา การออกแบบ และเชื่อมโยงองค์ความรู้	4.37	0.87	มาก	4.32	0.90	มาก
ด้านการส่งเสริมการใช้แหล่งเรียนรู้ด้านภูมิปัญญา ท้องถิ่น และการพัฒนาบุคลากร	4.31	0.87	มาก	4.23	0.92	มาก
ด้านการจัดการแหล่งเรียนรู้ และการจัดการเรียนรู้	4.23	0.88	มาก	4.35	0.80	มาก
ด้านการดำเนินงานตามแผนด้วยกระบวนการ PLC และ เผยแพร่ประชาสัมพันธ์	4.28	0.92	มาก	4.29	0.87	มาก
ด้านการเปิดโอกาสให้ผู้เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วม	4.32	0.79	มาก	4.40	0.81	มาก
ด้านการตรวจสอบและติดตามในกระบวนการทุกขั้นตอน	4.28	0.92	มาก	4.28	0.94	มาก
ด้านการนิเทศ กำกับ ติดตาม และประเมินผล	4.23	0.88	มาก	4.27	0.84	มาก
รวม	4.31	0.84	มาก	4.32	0.84	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลการประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ มีความเหมาะสมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านการวางแผนการบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นของสถานศึกษาฯ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.44$) รองลงมา คือ ด้านการพัฒนา การออกแบบ และเชื่อมโยงองค์ความรู้ ($\bar{X} = 4.37$) ส่วนด้านการจัดการแหล่งเรียนรู้ และการจัดการเรียนรู้ และด้านการนิเทศ กำกับ ติดตาม และประเมินผล มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{X} = 4.23$) และมีความเป็นไปได้ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านการวางแผนการบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นของสถานศึกษาฯ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.44$) รองลงมา คือ ด้านการเปิดโอกาสให้ผู้เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วม ($\bar{X} = 4.40$) และด้านการส่งเสริมการใช้แหล่งเรียนรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น และการพัฒนาบุคลากร มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{X} = 4.23$) ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

1. การพัฒนาการบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นของสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาพังงา ภูเก็ต ระนอง พบว่า จากการสนทนากลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้ร่วมกันพิจารณาอภิปรายร่างรูปแบบการบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นของสถานศึกษา มีความคิดเห็นสอดคล้องกัน จึงได้พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นของสถานศึกษา ประกอบด้วย องค์ประกอบหลัก 8 ด้าน ดังนี้ (1) การวางแผนบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น (2) การพัฒนา การออกแบบ เชื่อมโยงองค์ความรู้ (3) การส่งเสริมการใช้แหล่งเรียนรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น และการพัฒนาบุคลากร (4) การจัดการแหล่งเรียนรู้ และการจัดการเรียนรู้ (5) การดำเนินงานตามแผนตามกระบวนการ PLC และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ (6) การเปิดโอกาสให้ผู้เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วม (7) การตรวจสอบและติดตามในกระบวนการทุกขั้นตอน และ (8) การนิเทศ กำกับ ติดตาม และประเมินผล และมีกลไกการขับเคลื่อนรวม 21 กลไก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้วิจัยได้ดำเนินการสังเคราะห์องค์ประกอบตั้งต้นก่อนร่างรูปแบบการบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นของสถานศึกษา ดังนั้น สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) กรมส่งเสริมการเรียนรู้ (สกร.) สามารถนำองค์ประกอบไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการขับเคลื่อนเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดในการบริหารจัดการให้เป็นรูปธรรม

2. การประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของรูปแบบฯ ในภาพรวม มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก และมีความเป็นไปได้อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยปีลันซ์ ปาวิชัย (2567) ได้ทำการวิจัย เรื่อง รูปแบบการบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้เพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียนในโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ผลการวิจัย พบว่า รูปแบบการบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้เพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียนในโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ 2) ประเภทของแหล่งเรียนรู้ 3) กระบวนการบริหารแหล่งเรียนรู้ในโรงเรียน 4) การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ และ 5) คุณภาพผู้เรียน ผลการตรวจสอบรูปแบบฯ ผู้ทรงคุณวุฒิเห็นว่ามีความเหมาะสม มีความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์อยู่ในระดับมากที่สุด ผ่านเกณฑ์การประเมินและสอดคล้องกับงานวิจัยของปรัชญา กาศิไลน (2560) ได้ทำการวิจัย เรื่อง บทบาทของผู้บริหารสถานศึกษาในการส่งเสริมการใช้แหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ในการจัดการเรียนรู้ตามการรับรู้ของครูในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชุมพร เขต 1 พบว่า บทบาทของผู้บริหารสถานศึกษาในการส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการจัดการเรียนรู้ โดยภาพรวม มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการสร้างและ

การพัฒนาหลักสูตรภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านการใช้สื่อการเรียนการสอน และแหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านการประเมินผลการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้อะไร และภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการจัดกระบวนการเรียนรู้ ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1) สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) กรมส่งเสริมการเรียนรู้ (สกร.) หรือหน่วยงานอื่น ๆ ที่จัดการศึกษาสามารถนำข้อมูลงานวิจัยไปใช้ในเป็นกรอบในรูปแบบการบริหารจัดการได้

2) ต้นสังกัดสามารถนำข้อมูลงานวิจัยไปกำหนดกรอบในรูปแบบการบริหารจัดการ แหล่งเรียนรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นให้มีความแตกต่างออกไปจากสถานศึกษาในพื้นที่ที่แตกต่างกันในสามจังหวัดที่ครอบคลุมในการดูแลของต้นสังกัดให้สอดคล้องกับบริบทของแต่ละสถานศึกษา

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบ (องค์ความรู้) ที่สำคัญ คือ รูปแบบการบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นของสถานศึกษา ที่ได้จากการสังเคราะห์จากแนวคิด และทฤษฎี เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการดำเนินการทางวิจัย ประกอบด้วย 8 องค์ประกอบ สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับบริบทของสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ขึ้นได้ โดยควรให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นได้ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 รูปแบบการบริหารแหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นของสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน

8-STEP THE LOCAL WISDOM LEARNING RESOURCES MANAGEMENT MODEL

ที่มา : คณิศร ผู้มีทรัพย์. (2568). การบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นของสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาพังงา ภูเก็ต ระนอง. วิทยานิพนธ์ปริญญาคุษฎ์บัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยพายัพ.

เอกสารอ้างอิง

คณิศร ผู้มีทรัพย์. (2568). การบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นของสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาพังงา ภูเก็ต ระนอง. วิทยานิพนธ์ปริญญาคุษฎ์บัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยพายัพ.

บุญชม ศรีสะอาด. (2560). การวิจัยเบื้องต้น. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

ปรัชญา กาติโลน. (2560). บทบาทของผู้บริหารสถานศึกษาในการส่งเสริมการใช้แหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการจัดการเรียนรู้ตามการรับรู้ของครูในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชุมพร เขต 1. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.

- ปีลันท์ ปาวิชัย. (2567). รูปแบบการบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้เพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียนในโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร. สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาพังงา ภูเก็ต ระนอง. (2567). แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567. พังงา: กลุ่มนโยบายและแผน.
- อักษรเอ็ดดูเคชั่น. (2568). สรุปรู้ตามทันโลกการศึกษา EP.23 10 เทรนด์การศึกษาปี 2024. สืบค้นเมื่อ 5 มกราคม 2568, จาก <http://www.aksorn.com/ac1-10trend-education2024>.
- Gilpatrick, R. (2010). *Classroom management strategies and behavioral interventions to support academic achievement*. Doctoral dissertation. Walden University, Minnesota.

แนวทางการบริหารขับเคลื่อนเพื่อเพิ่มศักยภาพการปฏิบัติงานบุคลากร
ในสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)
Guidelines for Driving Management and Enhancing the Performance of
Personnel Potential in the Office of Small and Medium Enterprises
Promotion (OSMEP)

¹จรัสพงศ์ คลังกรณ์, ²ภูวนัย เพ็ชรโปร, ³พราวพิชชา เถลิงพล และ⁴นิยม พัตนาศรี
¹Jaraspong Klangkorn, ²Phuwantai Phetprai ³Prawpicha Talemngpol, an ⁴Niyom Pattanasri
¹อาจารย์ประจำหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น
^{2,3,4}หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น
¹Doctor of Philosophy (Public Administration), Western University
^{2,3,4}Master of Public Administration Program, Western University
²Corresponding Author Email: phuwantai.ph@western.ac.th

Received March 25, 2025; Revised April 21, 2025; Accepted April 23, 2025

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการบริหารขับเคลื่อนและเพิ่มศักยภาพการปฏิบัติงานบุคลากร 2) เพื่อศึกษาปัญหาและสภาพแวดล้อมการปฏิบัติงานบุคลากร และ 3) เพื่อเสนอแนะแนวทางการบริหารขับเคลื่อนและเพิ่มศักยภาพการปฏิบัติงานบุคลากรในสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ใช้วิธีการดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ 1) ผู้อำนวยการ รองผู้อำนวยการ หรือผู้แทน 2) ผู้ช่วยผู้อำนวยการ ผู้อำนวยการฝ่าย หรือผู้แทน และ 3) ผู้จัดการส่วน และพนักงานเจ้าหน้าที่ รวมทั้งสิ้นจำนวน 20 คน แล้วนำมาแยกประเด็นตามข้อคำถามจัดระเบียบข้อมูลหาข้อสรุปตีความอย่างเป็นระบบ ผลการวิจัยพบว่า 1) การบริหารขับเคลื่อนและเพิ่มศักยภาพการปฏิบัติงานบุคลากร โดยมีเป้าประสงค์ให้มีสมรรถนะสูงและสามารถสนับสนุนการดำเนินงานและทิศทางขององค์กรที่สอดคล้องกับนโยบายรัฐบาลในทุกภารกิจเพื่อพัฒนากระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพจากระบบเทคโนโลยีดิจิทัลด้านการพัฒนาบุคลากร ให้เป็นคนเก่ง คนดี มีคุณภาพ มีความพร้อมกับการเปลี่ยนแปลง โดยยึดมั่นในความซื่อสัตย์สุจริต และมีรับผิดชอบต่อหน้าที่ 2) ปัญหาและสภาพแวดล้อมการปฏิบัติงานบุคลากรในสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) มีข้อค้นพบ ดังนี้ (2.1) ปัญหาด้านบุคลากร ต้องอาศัยทักษะในการคิดวิเคราะห์ โอกาสก้าวหน้ามีน้อย (2.2) ปัญหาด้านความผูกพันของบุคลากร พบว่า ไม่เข้าใจวิสัยทัศน์ ขาดทักษะ ความรู้ ขาดการพัฒนาทักษะทางด้านการบริหาร และ 3) แนวทางการบริหารขับเคลื่อนและเพิ่มศักยภาพการปฏิบัติงานบุคลากร โดยส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถ มีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี ค่าตอบแทน สวัสดิการ สิทธิประโยชน์ที่เหมาะสม และสร้าง ความเข้าใจในการขับเคลื่อนและเพื่อศักยภาพผู้ความมุ่งมั่นอย่างยั่งยืนต่อไป

คำสำคัญ: แนวทางการบริหารขับเคลื่อนและเพิ่มศักยภาพ; การปฏิบัติงานบุคลากร;
สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.).

Abstract

This research aims to 1) study the management, drive and enhance the potential of personnel, 2) study the problems and work environment of personnel, and 3) propose guidelines for the management, drive and enhance the potential of personnel in the Office of Small and Medium Enterprises Promotion (OSMEP). Qualitative research from key informants: 1) Directors, Deputy Directors or Representatives, 2) Assistant Directors, Department Directors or Representatives, and 3) Division Managers and Officials, totaling 20 people. The findings were separated according to the questions, organized data, and systematically interpreted. The research results found that 1) Management, drive and enhance the potential of personnel, with the aim of having high competence and being able to support the operations and direction of the organization that are consistent with government policies in all missions, in order to develop work processes with efficiency from the digital technology system in personnel development to be capable, good, quality people, ready for change, adhering to honesty and taking responsibility for duties. 2) Problems and work environment of personnel in the Office of Small and Medium Enterprises Promotion (OSMEP) were as follows: (2.1) Personnel issues require analytical thinking skills, with few opportunities for advancement. (2.2) Personnel engagement issues found that there was a lack of understanding of the vision, lack of skills, knowledge, and development of management skills. 3) Management approaches drive and increase personnel performance potential by promoting and developing personnel to have knowledge and skills, a good working environment, appropriate compensation, welfare, and benefits, and creating an understanding of driving and for potential towards sustainable prosperity.

Keywords: Guidelines for Driving Management and Enhancing Potential; Personnel Performance; the Office of Small and Medium Enterprises Promotion (OSMEP)

บทนำ

ในปัจจุบันเป็นยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว เนื่องจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นโดยไม่คาดคิด ไม่ว่าจะจากภาวะวิกฤติทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง จากผลของการเปลี่ยนแปลงนั้นต้องเร่งให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างความเข้มแข็งจากภายในให้ประเทศสามารถเติบโตต่อไปได้อย่างมั่นคงไปพร้อมกันในทุกด้าน จากทั้งในและนอกประเทศ จึงได้มีวัตถุประสงค์ที่ต้องการเพื่อพลิกโฉมประเทศไทยสู่ “สังคมก้าวหน้า เศรษฐกิจสร้างมูลค่าอย่างยั่งยืน” ได้อย่างต่อเนื่องและจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ.2566–2570) ในการขับเคลื่อนและวางแผนการพัฒนาประเทศให้เกิดประสิทธิผลแบบพลวัตต่อการพัฒนาประเทศในมิติต่างๆ ไปสู่เป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ ได้อย่างเป็นรูปธรรม (สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561) เพื่อนำมาประมวลผลและกำหนดกรอบทิศทาง การพัฒนาประเทศที่ควรมุ่งไปในอนาคตให้มีความสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable

Development Goals: SDGs) ตลอดจนสามารถนำพาประเทศให้เติบโตต่อไปท่ามกลางความผันแปรที่เกิดขึ้น ผลักดันให้ประเทศไทยเกิดการสร้างสรรค์โอกาสจากความท้าทายภายนอกและเสริมสร้างความเข้มแข็งจากภายในประเทศให้เติบโตต่อไปได้อย่างมั่นคง บรรลุเป้าหมายในระยะ 20 ปี ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติตามกรอบระยะเวลาที่คาดหวังไว้ ที่คำนึงถึงความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ แผนนโยบายแห่งรัฐ รวมถึงสภาพการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศและโลกอย่างรอบด้าน เพื่อนำมากำหนดเป็นทิศทางการพัฒนาประเทศได้อย่างเหมาะสม (มณีรัตน์ ชัยยะ และ เพ็ญศรี จิรัญยงค์, 2566)

นอกจากจะต้องคำนึงถึงความสำคัญของมิติการพัฒนาต่างๆ ที่ส่งผลต่อภาพรวมของประเทศ ทั้งที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากรมนุษย์ สิ่งแวดล้อม การพัฒนาที่ยั่งยืน วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม ตลอดจนการพัฒนาเมืองและภูมิภาค และความสามารถในการแข่งขันของประเทศ การประมวลกระบวนการทัศน์หลักเพื่อสังเคราะห์ประเด็นการพัฒนาที่ประเทศไทยควรให้ความสำคัญในระยะของแผนพัฒนาฯ ยังมีนัยสำคัญต่อการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาประเทศในระยะยาวที่กำหนดไว้ โดยมีแผนที่มึจุดเน้นชัดเจนอันจะช่วยสนับสนุนให้การดำเนินงานพัฒนาประเทศในแต่ละมิติที่ต้องการเน้นความสำคัญ ได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากทุกภาคส่วนบนเป้าหมายร่วมที่ชัดเจน ในขณะเดียวกันยังเอื้อประโยชน์ต่อการติดตามตรวจสอบและประเมินผลสำเร็จเพื่อปรับปรุงกระบวนการ วิธีการดำเนินงานได้อย่างแม่นยำยิ่งขึ้น (วรพจน์ ปิยะพรศิริ, 2563)

การบริหารจัดการองค์กรในการขับเคลื่อนและเพิ่มศักยภาพการปฏิบัติงานบุคลากรโดยองค์กรทุกองค์กรมืองค์ประกอบที่สำคัญสองส่วน คือ “งาน” และ “คน” หมายความว่าองค์กรทุกประเภทต้องมีองค์ประกอบด้านงาน ซึ่งได้แก่ภารกิจที่ต้องทำตามวัตถุประสงค์และการจัดระบบงานเพื่อให้สามารถทำภารกิจได้ตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ (จิระพงศ์ เรืองกุล, 2563) การที่จะประกอบภารกิจได้ตามเป้าหมายได้ก็ตามจะเห็นได้ว่าหลักการทั้งหลายล้วนมีจุดมุ่งหมายที่จะรักษา “ความสมดุล” ซึ่งจากปัญหาการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวทำให้ผลกระทบโดยตรงกับทุกองค์กรอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยเฉพาะหน่วยงานภาครัฐยังคงยึดหลักการบริหารแบบ “ระบบราชการ” มีการปลูกฝังความเป็นลำดับขั้น มีกระบวนการที่ซับซ้อน มีขั้นตอนซ้ำซ้อนเกินความจำเป็นซึ่งทำให้ไม่มีความคล่องตัวและไม่เหมาะสม โดยเฉพาะสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “สสว.” จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 และพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2561 แก้ไขเพิ่มเติมโดยมีสถานะเป็นหน่วยงานของรัฐ ซึ่งมีภารกิจหลักในฐานะผู้เสนอแนะนโยบายและแผนการส่งเสริม SME ของประเทศ และยังเป็นหน่วยงานประสานและเชื่อมโยงการทำงานของหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน รวมทั้งสร้างระบบกลไกผลักดันและสนับสนุนการทางานในการส่งเสริม SME ของประเทศให้สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน สสว. จึงโดยได้กำหนดวิสัยทัศน์ที่จะ “เป็นผู้ชี้้นำในการขับเคลื่อนและ

เพิ่มศักยภาพ MSME “สู่ความมั่งคั่งอย่างยั่งยืน” และมีพันธกิจคือการ “บูรณาการและผลักดันการส่งเสริม MSME ของหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน เพื่อให้ MSME สามารถเติบโตและแข่งขันได้ในระดับสากล” โดยการดำเนินการเพื่อขับเคลื่อนวิสัยทัศน์และพันธกิจดังกล่าวในการส่งเสริม SME ของประเทศให้เติบโตและแข่งขันในระดับสากลได้อย่างต่อเนื่องภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติและความท้าทายจากปัจจัยและสถานการณ์ต่างๆ ที่มีความผันแปรและมีแนวโน้มจะทวีความรุนแรงมากขึ้นในอนาคต และปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินงาน เพื่อให้สัมฤทธิ์ผลได้ตามเป้าหมายตามแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566–2570) ซึ่งภายใต้แผนดังกล่าวได้กำหนดยุทธศาสตร์ที่ 4 ยกระดับศักยภาพองค์กร โดยมีเป้าประสงค์ในการพัฒนาองค์กรให้มีสมรรถนะสูงและสามารถสนับสนุนการดำเนินงานและทิศทางขององค์กรด้วย Digital จากสถานะสิ่งแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาจึงต้องเปลี่ยนกระบวนการคิดในการทบทวนยุทธศาสตร์และวิสัยทัศน์ที่ต้องตระหนักถึงการปรับปรุงและพัฒนาประสิทธิภาพและหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้สามารถขับเคลื่อนภารกิจขององค์กรให้บรรลุผลสำเร็จได้ตามเป้าหมาย นั่นก็คือ “ทรัพยากรบุคคลขององค์กร” จากสภาพปัญหาภายในองค์กรที่เกิดจากสถานการณ์ปัจจุบันทั้งโดยกฎหมายและโครงสร้างการบริหารองค์กร ความไม่เพียงพอของอัตรากำลังคุณภาพของบุคลากร งบประมาณ และเครื่องมืออุปกรณ์ เนื่องจากเป็นเรื่องที่ส่งผลต่อความแข็งแกร่งและความสำเร็จขององค์กรในช่วงที่ผ่านมา นับเป็นความท้าทายในการสร้างภาพลักษณ์

ดังนั้นจากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางการบริหารขับเคลื่อนเพื่อเพิ่มศักยภาพการปฏิบัติงานบุคลากรในสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)” เพื่อศึกษาการบริหารขับเคลื่อนเพื่อเพิ่มศักยภาพการปฏิบัติงานบุคลากร ให้มีความสอดคล้องกับแผนปฏิบัติการ มีกระบวนการในการจัดทำภายใต้หลักการและแนวคิดซึ่งเชื่อมโยงแผนงานในระดับต่างๆ จากผลการดำเนินงานในอดีตมาใช้เป็นข้อมูลนำเข้า เพื่อให้มีการบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคล และแผนปฏิบัติการด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล ที่สนับสนุน ส่งเสริม และขับเคลื่อนให้บรรลุวิสัยทัศน์ พันธกิจขององค์กร มุ่งหวังที่จะทำให้บุคลากร มีขีดความสามารถ และเกิดความรู้สึกรักผูกพันของแนวทางในการพัฒนาขีดความสามารถตลอดจนบริหารจัดการปัจจัยต่างๆ ที่เตรียมเปลี่ยนผ่านการเข้าสู่การเป็นผู้นำในการขับเคลื่อนและเพื่อศักยภาพสู่ความมั่งคั่งอย่างยั่งยืนต่อไป

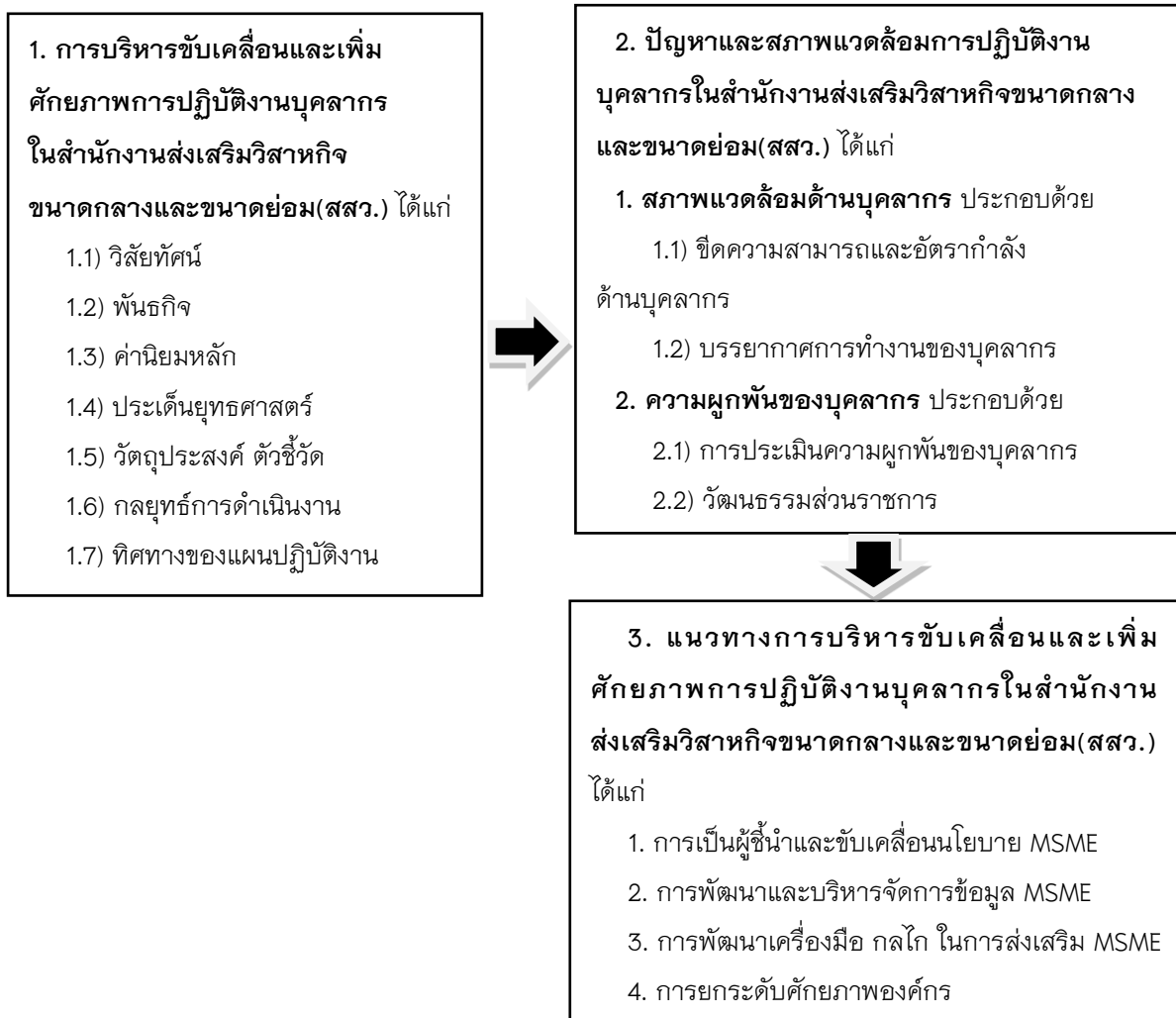
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาการบริหารขับเคลื่อนเพื่อเพิ่มศักยภาพการปฏิบัติงานบุคลากรในสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

2. ศึกษาปัญหาและสภาพแวดล้อมการปฏิบัติงานบุคลากรในสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

3. เพื่อเสนอแนะแนวทางการบริหารขับเคลื่อนเพื่อเพิ่มศักยภาพการปฏิบัติงานบุคลากรในสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

โดยดำเนินการตามขั้นตอนระเบียบวิธีการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพแบบกึ่งโครงสร้าง (Qualitative Research) เพื่อให้ได้รายละเอียดครอบคลุมกลุ่มลึก เป็นการศึกษาเชิงพรรณนาและวิเคราะห์เชิงคุณภาพด้วยหลักตรรกศาสตร์ เพื่อตอบปัญหาการวิจัยและเป็นข้อค้นพบที่เป็นข้อสรุป เพื่อใช้เป็นแนวทางการศึกษาที่เกี่ยวข้องต่อไป
2. การคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก การได้มาของผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญโดยรวมจำนวนทั้งสิ้น 20 คน ซึ่งผู้วิจัยมีวิธีการคัดเลือกจากบุคลากรบุคลากรของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ประกอบด้วย บุคลากรในระดับบังคับบัญชา ระดับวิชาการ และระดับปฏิบัติการที่มีบทบาทสำคัญในการนำไปปฏิบัติมีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวข้อง โดยสามารถให้ข้อมูลเชิงลึกตามแนวคำถามที่วางไว้ได้ ในเบื้องต้น โดยนำเสนอรายละเอียดดังตารางดังนี้

ตารางที่ 1 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำแนกตามระดับตำแหน่งงาน

ระดับตำแหน่ง	จำนวน (คน)
1. ระดับบริหาร ได้แก่ ผู้บริหาร ผู้บังคับบัญชา	2
2. ระดับวิชาการ ได้แก่ เชี่ยวชาญพิเศษ เชี่ยวชาญ ชำนาญการ	3
3. ระดับปฏิบัติการ ได้แก่ พนักงานและพนักงานบริการ	15
รวม	20

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นเครื่องเก็บรวบรวมข้อมูลจากประเด็นปัญหา กรอบแนวคิด ทฤษฎี วัตถุประสงค์ ซึ่งนำมาใช้ในการกำหนดประเด็นคำถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนตามจุดมุ่งหมายสำคัญของการศึกษาวิจัยใช้กระบวนการวิเคราะห์และสังเคราะห์นำมาใช้สร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวม

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ 4.1) การศึกษาและวิเคราะห์เอกสาร (Documents Analysis) ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ศึกษา 4.2) วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และ 4.3) การสังเกตสถานการณ์หรือปรากฏการณ์ในประเด็นที่ศึกษาจากพื้นที่ทำงานจริง เพื่อเป็นข้อมูลยืนยันความถูกต้องอีกทางหนึ่ง

5. การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพของปรากฏการณ์ต่างๆ ทำการจัดระเบียบของข้อมูลเพื่อให้เกิดความสะดวกในการนำมาวิเคราะห์จำนวนนั้นนำข้อมูลมานำเสนอเป็นข้อมูลจริงที่ค้นพบเพื่อนำไปสู่การหาข้อสรุปการตีความและการตรวจสอบสามเส้าเพื่อหาความถูกต้องแม่นยำของผลการวิจัยต่อไป (บุญชม ศรีสะอาด, 2561)

ผลการวิจัย

โดยผู้วิจัยจึงขอสรุปผลการวิจัย มีรายละเอียดในแต่ละประเด็นนำเสนอได้ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาการบริหารขับเคลื่อนและเพิ่มศักยภาพการปฏิบัติงานบุคลากรในสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(สสว.) โดยสรุปว่าหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้สามารถขับเคลื่อนภารกิจองค์กรให้บรรลุสำเร็จได้ตามเป้าหมาย นั่นก็คือ การทำแผนการบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคลของให้มีความสอดคล้องกับแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566–2570) โดยได้กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายไว้ดังนี้ วิสัยทัศน์ : “ไทยมี SME ที่เข้มแข็ง มีศักยภาพและสามารถแข่งขันได้” มีพันธกิจ : ส่งเสริม SME ทุกกลุ่มอย่างครอบคลุมให้เข้มแข็งและเติบโต สร้างโอกาสทางการตลาด เพื่อยกระดับศักยภาพธุรกิจให้มีความสามารถในการแข่งขัน พัฒนาระบบนิเวศให้เอื้อต่อการเติบโตที่ยั่งยืนของธุรกิจ โดยมีเป้าหมายของแผน : SME มีบทบาททางเศรษฐกิจที่เข้มแข็งมากขึ้นในทุกระดับ สามารถสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจ และมีส่วนช่วยลดการเหลื่อมล้ำได้ พร้อมทั้งมีการกำหนดยุทธศาสตร์ที่สำคัญไว้ 4 ยุทธศาสตร์เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานมีทิศทางหรือแนวทางปฏิบัติตามพันธกิจและภารกิจ (Mission) ให้สัมฤทธิ์ผลตามวิสัยทัศน์ (Vision) และเป้าประสงค์ของหน่วยงาน (Corporate Goal) ร่วมกัน ดังนั้นเพื่อตอบสนองวิสัยทัศน์ พันธกิจ ภารกิจและยุทธศาสตร์ของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(สสว.) โดยมีการทบทวนแผนการบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคลระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566–2570) และการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลประจำปี 2566 จึงจะต้องคำนึงถึงประเด็นเพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ดังกล่าวในเรื่องต่อไปนี้ ยุทธศาสตร์ที่ 1. : เป็นผู้ชี้นำและขับเคลื่อนนโยบายด้าน MSME (Thought Leader) ยุทธศาสตร์ที่ 2. : พัฒนาและบริหารจัดการข้อมูล MSME (Data Intelligence) ยุทธศาสตร์ที่ 3. : พัฒนาเครื่องมือ กลไกในการส่งเสริม MSME (Ecosystem Integrator) และยุทธศาสตร์ที่ 4. : ยกกระดับศักยภาพองค์กร (Digital Organization) เพื่อนำศักยภาพของบุคลากรมาใช้อย่างเต็มที่เพื่อสนับสนุนพันธกิจ ยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการของส่วนราชการ ในประเด็นนี้เพื่อให้ตรงตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายของแผนงาน โดยสอดคล้องกับการสัมภาษณ์ส่วนบุคคลซึ่งสามารถแยกพิจารณาได้ดังนี้

ผู้แทนผู้บริหารสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(สสว.) ได้แสดงความคิดเห็นว่า “ประสิทธิภาพของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการบริหารและพัฒนาบุคลากรเป็นตัวแปรที่สำคัญ ซึ่งองค์กรควรประเมินประสิทธิภาพและความพร้อมทั้งสี่ด้าน ได้แก่ (1)นโยบาย แนวปฏิบัติด้านการบริหารและพัฒนาบุคลากร (2)โครงสร้างหน่วยงาน (3)ทักษะและระดับความสามารถของผู้ปฏิบัติงานในสายงาน และ(4) ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและเครื่องมือทางดิจิทัลที่เหมาะสม ควบคู่ไปกับการทำแผนยุทธศาสตร์”

ผู้แทนข้าราชการระดับวิชาการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(สสว.) ได้แสดงความคิดเห็นว่า “ในหน่วยงานของเรามีการทบทวนแผนการบริหารทรัพยากรบุคคลระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570) และมีการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลประจำปี 2566 เพื่อเป็นการศึกษานโยบาย มาตรการ และยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อทำความเข้าใจสิ่งแวดล้อมภายนอกที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน และแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นในอนาคต นำยุทธศาสตร์ต่าง ๆ มาปรับปรุงพัฒนาเพิ่มเติมในส่วนที่เกี่ยวข้อง”

ผู้แทนข้าราชการระดับปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(สสว.) ได้แสดงความคิดเห็นว่า “หน่วยงานมีวิธีการในการประเมินความต้องการด้านขีดความสามารถและอัตรากำลังด้านบุคลากร และในการสร้างสภาพแวดล้อมด้านบุคลากรที่ก่อให้เกิดผลการดำเนินงานที่ดี รวมทั้งตรวจประเมินถึงวิธีการสร้างความผูกพัน การบริหารจัดการ และพัฒนาบุคลากร เพื่อนำศักยภาพของบุคลากรมาใช้อย่างเต็มที่เพื่อสนับสนุนพันธกิจ ยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการของส่วนราชการที่ครบถ้วนในลักษณะรูปแบบ และแหล่งที่มาต่าง ๆ อย่างรอบด้าน”

2. เพื่อศึกษาปัญหาและสภาพแวดล้อมการปฏิบัติงานบุคลากรในสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(สสว.) โดยสรุปว่า

1 สภาพแวดล้อมด้านบุคลากร

1) ขีดความสามารถและอัตรากำลังด้านบุคลากร โดยสรุปพบว่ามีอัตรากำลังในปัจจุบันมีจำนวน 229 คน อ้างอิงจากฐานข้อมูลพนักงานของ สสว. ณ วันที่ 11 พ.ศ. 2565 ประกอบด้วยเพศอายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ระดับงาน และฝ่ายงาน โดยสรุปพบว่ามีส่วนใหญ่มักเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 65 (148 คน) และพนักงานเพศชายร้อยละ 35(81คน) มีช่วงอายุระหว่าง 54 ปีขึ้นไป จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 19 พนักงาน ในช่วงอายุ 38 -53 ปี จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 61 ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาโทขึ้นไปรวมทั้งสิ้น 136 คน หรือเท่ากับร้อยละ 59 ซึ่งเป็นพื้นฐานการทำงานของกลุ่มมีระดับบังคับบัญชาซึ่งคิดเป็นร้อยละ 24 ของจำนวนพนักงานทั้งหมด รองลงมา มีระดับวิชาการชำนาญการมีจำนวนเป็นอัตราส่วนร้อยละ 18 ซึ่งสะท้อนภาพการทำงานที่ต้องอาศัยทักษะในการคิดวิเคราะห์ เพื่อแก้ไขปัญหาและสร้างสรรค์สิ่งใหม่

2) บรรยากาศการทำงานของบุคลากร โดยสรุปพบว่ามีอัตราการกระจายของสัดส่วนระหว่างพนักงานเพศหญิงและเพศชายมีการเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย กล่าวคือ จำนวนพนักงานเพศชายมีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ต่อปี อย่างไรก็ตาม พนักงานส่วนใหญ่ยังเป็นมากที่สุด โดยในช่วงอายุ อายุ 21 -37 ปี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ดังนั้นแสดงให้เห็นว่ากว่าร้อยละ 50 ของพนักงานมีอายุงานเกินกว่า 9 ปี ซึ่งถือได้ว่าเป็นผู้ที่มีความรู้และความเข้าใจบริบทการทำงานของหน่วยงานเป็นอย่างดี

2. ความผูกพันของบุคลากร

1) การประเมินความผูกพันของบุคลากร โดยสรุปพบว่าทั้งนี้เป็นที่น่าสังเกตว่าพนักงานซึ่งเข้ามาร่วมงานใหม่และมีอายุงานในช่วง 1-3 ปี มีจำนวนรวมกันราว 1 ใน 4 ของพนักงานที่มีอยู่ในจำนวนทั้งหมดซึ่งเป็นช่วงอายุที่มีพนักงานจำนวนมากที่สุด และพนักงานในช่วงอายุ อายุ 21-37 ปี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ดังนั้นแสดงให้เห็นว่ากว่าร้อยละ 50 ของพนักงานมีอายุงานเกินกว่า 9 ปี ซึ่งถือได้ว่าเป็นผู้ที่มีองค์ความรู้และความเข้าใจบริบทการทำงานของหน่วยงานเป็นอย่างดีทั้งนี้เป็นที่น่าสังเกตว่าพนักงานซึ่งเข้ามาร่วมงานใหม่และมีอายุงานในช่วง 1-3 ปี มีจำนวนรวมกันราว 1 ใน 4 ของพนักงานที่มีอยู่ในจำนวนทั้งหมด

2) วัฒนธรรมส่วนราชการ โดยสรุปพบว่าในประเด็นพบว่าปัญหาดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อโอกาสในการก้าวหน้าเนื่องจากมีผู้ที่อยู่ในระดับบังคับบัญชาเป็นจำนวนมาก เป็นอีกสาเหตุในการโยกย้ายไปส่วนราชการอื่นๆ หรือการลาออก ดังนั้นการกำหนดเส้นทางความก้าวหน้าในลักษณะแนวราบหรือแบบคู่ขนานด้วยเพื่อรักษาพนักงานที่มีศักยภาพให้มีโอกาสได้ได้สับเปลี่ยนหมุนเวียนงานเพิ่มความรู้ความสามารถในแนวกว้างและสามารถเลือกเส้นทางของตนได้ทั้งสายงานด้านบริหารหรือสายงานเชี่ยวชาญเฉพาะด้านโดยนำเสนอได้ดังต่อไปนี้

2.1) บุคลากรไม่เข้าใจวิสัยทัศน์ ไม่ได้รับการปลูกฝังและส่งเสริมค่านิยม

2.2) ขาดทักษะ ความรู้ ในการทำงานไม่ทันสมัย ไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลง

2.3) ขาดการพัฒนาทักษะทางด้านการบริหาร ภาวะผู้นำ พร้อมทั้งขาดการประสานงานบูรณาการร่วมกัน ซึ่งส่งผลต่อแนวคิด ความเชื่อ ที่มีผลมาจากช่องว่างระหว่างวัย

2.4) ระบบการบริหารทรัพยากรบุคคลยังไม่มีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งระเบียบวินัย แนวทางปฏิบัติมีความซับซ้อน ไม่อาจผลักดันภารกิจได้ดังที่ถูกคาดหวัง

2.5) การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารภายใน/ภายนอกมีข้อจำกัดทำให้เป็นอุปสรรคต่อการทำงาน ทำให้บุคลากรบางส่วนไม่มีความไว้วางใจ พร้อมทั้งมีคณะกรรมการหรืออนุกรรมการเกินความจำเป็น

2.6) ความเคร่งครัดของระเบียบการกำกับดูแล ก่อให้เกิดความวิตกกังวลหากจะต้องดำเนินการใดๆ ที่เปลี่ยนแปลงหรือก่อให้เกิดความเสี่ยง

ทั้งนี้จากปัญหาและสภาพแวดล้อมของการปฏิบัติงานบุคลากรในสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(สสว.) เพื่อให้ทราบถึงความจำเป็นและสิ่งที่จะต้องดำเนินการโดยเทียบเคียงสถานการณ์ ณ ปัจจุบันโดยสอดคล้องกับการสัมภาษณ์ส่วนบุคคลซึ่งสามารถแยกพิจารณาได้ดังนี้

ผู้บริหารสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(สสว.) ได้แสดงความคิดเห็นว่า “ในประเด็นที่ว่าทัศนคติ มุมมอง และพฤติกรรมในการทำงานของผู้บริหารและพนักงานเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วอันเป็นผลมาจากการที่สังคมเข้าสู่ยุคดิจิทัลซึ่งเป็นตัวเร่งทำให้องค์กรจำนวนมากปรับตัวไม่ทันจนนำไปสู่ปัญหาความไม่ลงรอยทางความคิด และการที่องค์กรไม่สามารถตอบสนองต่อความคาดหวังที่เปลี่ยนแปลงไปได้”

ผู้แทนข้าราชการระดับวิชาการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(สสว.) ได้แสดงความคิดเห็นว่า “การดึงดูดผู้สมัครที่มีความสามารถตรงกับความต้องการขององค์กรและหน่วยงานประสบปัญหาความยากลำบากเพิ่มมากขึ้น อันเกิดจากหลายสาเหตุ เช่น ทัศนคติของผู้สมัครที่เปลี่ยนแปลงไป นโยบายค่าตอบแทนและสวัสดิการขององค์กรภาคที่ไม่แสวงหากำไรไม่สามารถดึงดูดผู้สมัครได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นต้น”

ผู้แทนข้าราชการระดับปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(สสว.) ได้แสดงความคิดเห็นว่า “การเปลี่ยนผ่านด้านประชากรศาสตร์มีผลทำให้พนักงานในกลุ่มเจนวาย (Generation Y) เพิ่มจำนวนสูงขึ้น ในขณะที่ผู้มีอำนาจในการกำหนดนโยบายส่วนใหญ่เป็นผู้บริหารในกลุ่ม เจนเอ็กซ์ (Generation X) จึงส่งผลให้เกิดความรู้สึกว่ามีช่องว่างของการทำความเข้าใจความต้องการ และการตอบสนองความต้องการที่ไม่สอดคล้องกัน”

3. เพื่อเสนอแนะแนวทางการบริหารขับเคลื่อนและเพิ่มศักยภาพการปฏิบัติงานบุคลากรในสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(สสว.) โดยสรุปว่าการจะสร้างให้เกิดคุณลักษณะและรากฐานดังกล่าวนั้นจำเป็นต้องอาศัยกระบวนการในการบริหารการเปลี่ยนแปลงเนื่องจากธรรมชาติของการเปลี่ยนแปลงย่อมมีบุคลากรส่วนหนึ่งที่ไม่เห็นด้วยและสร้างแรงต้าน ดังนั้นผู้บริหารจึงเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการบริหารการเปลี่ยนแปลงนี้ โดยเริ่มจากการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจ ให้การสนับสนุนในด้านต่างๆ เพื่อสร้างแรงจูงใจและการยอมรับ อันจะนำไปสู่การมีส่วนร่วมของพนักงาน เพื่อให้สามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงได้อย่างยั่งยืน มีรายละเอียดดังนี้

1) การเป็นผู้ชี้แนะและขับเคลื่อนนโยบาย MSME ได้แก่ 1) คำจำกัดความของ “Policy Maker” เป็นที่เข้าใจกันโดยทั่วไปในองค์กร 2) มีกรอบทักษะที่สะท้อนภารกิจขององค์กร และเป็นกรอบในการพัฒนาทักษะพนักงาน 3) โครงสร้างองค์กร และการตัดสินใจรวดเร็ว ยืดหยุ่น และออกแบบเป็น Human Centric Design Principal ซึ่งมี “กลุ่มเป้าหมาย” เป็นศูนย์กลางของความคิด 4) พนักงานในองค์กรมีโอกาสหมุนเวียนตำแหน่งหน้าที่เพื่อเพิ่มทักษะในมุมกว้าง (Breadth of Skill) และ 5) การบริหารผลงานการให้รางวัลเชื่อมโยงและมีส่วนในการสนับสนุนพฤติกรรมที่คาดหวังในการเป็นผู้ชี้แนะ

2) การพัฒนาและบริหารจัดการข้อมูล MSME ได้แก่ 1) บุคลากรมีทักษะที่จำเป็นในการใช้ประโยชน์จากข้อมูลเพื่อให้เกิดเป็นคุณค่า (Data Insight & Value creation) 2) บุคลากรเข้าถึงข้อมูลนอกสายงาน และข้อมูลภายนอกที่จำเป็นในการทำงานมีระบบในการจัดเก็บข้อมูลองค์ความรู้ที่ทันสมัย เข้าถึงง่าย พร้อมทั้งส่งเสริมให้บุคลากรมีพฤติกรรมที่เอื้อต่อการมีส่วนร่วมสร้างองค์ความรู้และข้อมูลที่เป็นประโยชน์ 3) ข้อมูลทางด้านบุคลากรมีความทันสมัย ถูกต้อง ซึ่งมีการวิเคราะห์ และนำเสนอในรูปแบบที่เข้าใจง่ายเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจของผู้บริหาร และ 4) มีระบบการไหลเวียนของข้อมูลทั้งจากบนลงล่างและล่างขึ้นบน

3) การพัฒนาเครื่องมือ กลไก ในการส่งเสริม MSME ได้แก่ 3.1) บุคลากรมีภาพลักษณ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ที่ชัดเจน และได้รับการยอมรับจากประชาคม และภาคีในระบบนิเวศ องค์กรมีแผนในการแลกเปลี่ยน และใช้ประโยชน์จากความชำนาญของบุคลากรจากองค์กรต่าง ๆ ในระบบนิเวศ โดยถือเป็นแหล่งแรงงาน (Workforce) ที่สำคัญแหล่งหนึ่งในการทำงาน 3.2) บุคคลภายนอกยอมรับในฐานะการเป็นองค์กรที่คนต้องการทำงานด้วยเพื่อดึงดูดกลุ่มผู้มีความสามารถจากหลากหลายแหล่ง และหลากหลายแขนง และ 3.3) สร้างทักษะ และทัศนคติที่เอื้อต่อการสร้างความประทับใจและการส่งมอบคุณค่าการให้บริการที่เป็นเลิศ

4) การยกระดับศักยภาพองค์กร ได้แก่ 4.1) บุคลากรและหัวหน้างานสามารถเข้าถึงและบริหารจัดการข้อมูลที่จำเป็นได้ด้วยตนเอง และสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ด้านดิจิทัลมากขึ้น 4.2) บุคลากรมีทักษะในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ 4.3) ผู้บริหารและพนักงานมีจิตสำนึก รับผิดชอบ และใส่ใจต่อธรรมาภิบาลและการกำกับดูแล 4.4) มีกรอบความคิด และแนวทางในการสร้างทักษะพื้นฐานด้านดิจิทัลซึ่งเหมาะสม และ 4.5) องค์กรมีอุปกรณ์ เครื่องมือ และแพลตฟอร์มในการสร้างความร่วมมือ

ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมให้เกิดคุณลักษณะที่สนับสนุนแผนปฏิบัติการดังกล่าวนั้นจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่จะต้องสร้างรากฐานสำคัญให้กับองค์กรโดยสอดคล้องกับการสัมภาษณ์ส่วนบุคคลซึ่งสามารถแยกพิจารณาได้ดังนี้

การสัมภาษณ์ส่วนบุคคลผู้บริหารสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(สสว.) ได้แสดงความคิดเห็นว่า “การมีค่านิยม เจตจำนง และวัฒนธรรมองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับภารกิจขององค์กร รวมถึงแนวคิด พฤติกรรมของคนและสังคมที่เปลี่ยนแปลงตามภาวะการณ์เข้าสู่ยุคดิจิทัล พร้อมทั้งมีผู้นำที่มีสมรรถนะในการสร้างผลลัพธ์ และสร้างขวัญกำลังใจให้กับพนักงานในสภาวะแวดล้อมการทำงานแบบใหม่ในลักษณะผสมผสาน”

ผู้แทนข้าราชการระดับวิชาการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ได้แสดงความคิดเห็นว่า “การที่บุคลากรมีโอกาสออกแบบการเรียนรู้ เติบโต ตามแนวทางความถนัด ความสะดวก และความสนใจซึ่งมีความสอดคล้องกับความต้องการขององค์กร พร้อมทั้งควรยกระดับคุณภาพชีวิตของบุคลากร ให้ดีขึ้นในแบบองค์รวมซึ่งจะส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน และขีดความสามารถขององค์กร”

ผู้แทนข้าราชการระดับปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ได้แสดงความคิดเห็นว่า “ระบบ ระเบียบ แนวปฏิบัติ นโยบาย และ สิ่งแวดล้อมในการทำงานที่สอดคล้อง และสนับสนุนวิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยมองค์กร ทั้งยังส่งเสริมให้เกิดการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ มีการตัดสินใจที่รวดเร็ว และได้รับการพัฒนาทักษะอย่างเหมาะสมทั้งทางด้านสมรรถนะผู้นำสมรรถนะตามสายงาน และสมรรถนะทางด้านดิจิทัล”

อภิปรายผลการวิจัย

1. การบริหารขับเคลื่อนและเพิ่มศักยภาพการปฏิบัติงานบุคลากรในสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(สสว.) จากนโยบาย แผนงานและมาตรการด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งมีความสอดคล้องและสนับสนุนให้บรรลุพันธกิจเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ให้ตั้งนั้นการทำแผนการบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคลของให้มีความสอดคล้องกับแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี(พ.ศ. 2566–2570) ครอบคลุมให้เข้มแข็งและเติบโต สร้างโอกาสทางการตลาดเพื่อยกระดับศักยภาพธุรกิจให้มีความสามารถในการแข่งขัน พัฒนาระบบนิเวศให้เอื้อต่อการเติบโตที่ยั่งยืนของธุรกิจ โดยมีเป้าหมายของแผน : SME มีบทบาททางเศรษฐกิจที่เข้มแข็งมากขึ้นในทุกๆระดับ สามารถสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจ และมีส่วนช่วยลดการเหลื่อมล้ำได้ โดยสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของสุวัฒน์งามแสง (2568) พบว่าการบริหารทรัพยากรบุคคลในยุคดิจิทัล เป็นบทสะท้อนความรู้ความสามารถ รวมถึงการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อพัฒนากระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพ จากระบบเทคโนโลยีดิจิทัลด้านการพัฒนาบุคลากรให้เป็นคนเก่ง คนดี มีคุณภาพ มีความพร้อมกับการเปลี่ยนแปลง โดยยึดมั่นในความซื่อสัตย์สุจริต และมีรับผิดชอบต่อหน้าที่

พร้อมทั้งการศึกษาวิจัยของเกรียงศักดิ์ แสงสว่าง (2566) พบว่าการขับเคลื่อนและเพิ่มศักยภาพของบุคลากร คือการสร้างสภาพแวดล้อมด้านบุคลากรที่ก่อให้เกิดผลการดำเนินการที่ดี รวมทั้งการสร้างความรู้ความผูกพันการบริหารจัดการ และพัฒนาบุคลากร เพื่อนำศักยภาพของบุคลากรมาใช้อย่างเต็มที่ เพื่อสนับสนุนพันธกิจ ยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการของส่วนราชการทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพที่เหมาะสมสอดคล้องความจำเป็นในปัจจุบันและในอนาคต

2. ปัญหาและสภาพแวดล้อมการปฏิบัติงานบุคลากรในสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) โดยปัจจุบันองค์กรต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วและการแข่งขันที่รุนแรงจึงผลักดันให้เกิดการปรับเปลี่ยนระบบและสร้างกลไกการประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการให้ข้อมูลย้อนกลับเกี่ยวกับสภาพปัญหาและอุปสรรคในเรื่องของขาดการพัฒนาทักษะทางด้านการบริหาร ภาวะผู้นำ พร้อมทั้งขาดการประสานงานบูรณาการร่วมกัน ซึ่งส่งผลต่อแนวคิด ความเชื่อพร้อมทั้งการบริหารทรัพยากรบุคคลยังไม่มีประสิทธิภาพ ระเบียบวินัย แนวทางปฏิบัติมีความซับซ้อนไม่อาจผลักดันภารกิจได้ดังที่ถูกต้องคาดหวังจากภายในภายนอกมีข้อจำกัดทำให้เป็นอุปสรรคต่อการทำงานก่อให้เกิดความวิตกกังวลหากจะต้องดำเนินการใดๆ ที่เปลี่ยนแปลงหรือก่อให้เกิดความเสียหายที่เกิดขึ้น

โดยสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของธนะพัฒน์ วิริต (2565) พบว่าสถานการณ์และสภาพแวดล้อมที่เผชิญเป็นปัญหาที่ทำทลาย และต้องอาศัยองค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ที่เป็นอยู่ในปัจจุบันจากการเมือง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม กฎระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ การสร้างสภาพแวดล้อมด้านบุคลากรที่ก่อให้เกิดผลการดำเนินการจัดการกับปัญหาที่เหมาะสมสอดคล้องการศึกษาวิจัยของพีระพงษ์ วรภัทร์ตระกูล (2565) พบว่าการบริหารราชการมีส่วนช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย พันธกิจการปรับเปลี่ยนระบบและสร้างกลไกการประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลตลอดจนความคุ้มค่าและความพร้อมรับผิดชอบในการพัฒนาทรัพยากรบุคคลคือปัจจัยสำคัญที่จะทำให้พนักงาน สามารถสร้างสรรค์และส่งมอบประสบการณ์ที่ดี มีความสามารถในการนำแผนไปปฏิบัติให้เกิดผลรวมถึงการนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานต่อไป

3. แนวทางการบริหารจัดการองค์กรในการขับเคลื่อนและเพิ่มศักยภาพการปฏิบัติงานบุคลากรของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(สสว.) เพื่อพัฒนาและรักษาบุคลากรที่มีทักษะหรือสมรรถนะสูงไว้ มีแผนการสร้างและพัฒนาผู้บริหารทุกระดับทั้ง จุดแข็ง จุดอ่อน รวมทั้งความคาดหวัง/ความต้องการของบุคลากรภายใน พร้อมทั้งมีความโปร่งใสในทุกกระบวนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ต่อไปโดยสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของศิริภาณี เมฆลอย (2566) พบว่าแนวทางประสิทธิภาพของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการบริหารและพัฒนาบุคลากร เป็นตัวแปรสำคัญ ได้แก่ (1)นโยบายแนวปฏิบัติด้านการบริหารและพัฒนาบุคลากร (2)โครงสร้างหน่วยงาน (3)ทักษะและระดับ

ความสามารถของผู้ปฏิบัติงานในสายงาน และ (4) ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ พร้อมทั้งผลการศึกษาวิจัยของพัทธ์สรณ์ วรภัทร์ธีระกุล (2566) พบว่า การบริหารจัดการคน ให้มีความสอดคล้องกับกลยุทธ์ขององค์กร สามารถพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการองค์กรทุกด้านให้ได้มาตรฐานตามเป้าหมายที่เป็นผลลัพธ์ ตลอดจนหน่วยงานผู้รับผิดชอบหลักและหน่วยงานรองที่ต้องทำงานร่วมกันในการกิจแต่ละด้านอย่างชัดเจนได้อย่างมีประสิทธิภาพตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1) ควรมีการทบทวนและพัฒนากฎหมายให้มีความชัดเจน มีความทันสมัย และต้องคุ้มครองสิทธิมนุษยชนและเสรีภาพของบุคลากรในการปฏิบัติงานที่ต้องปฏิบัติตามภารกิจให้บรรลุผล

2) ควรส่งเสริมให้ผู้บริหารนำหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี รวมทั้งเสนอยุทธศาสตร์การเสริมสร้างความโปร่งใสในการบริหารงานเพื่อเป็นแบบอย่างในการบริหารจัดการที่ สู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมอย่างยั่งยืนต่อไป

3) ควรมีการทบทวนและประเมินการใช้งบประมาณในอดีตเพื่อออกแบบแนวทางการใช้งบประมาณและบริหารจัดการทรัพยากรได้อย่างเหมาะสม และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ตามระเบียบกฎหมายหรือข้อบังคับที่มีอยู่

4) ควรเสนอแนะให้รัฐบาลกำหนดนโยบายเพื่อให้เกิดความชัดเจน มีการลดภาระรับผิดชอบของผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา ผู้นำท้องถิ่น และเหล่าข้าราชการองค์กรปกครองส่วน เพื่อให้การทำงานร่วมกันเกิดความสมดุลและเป็นไปในทิศทางเดียวกันตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเพื่อทราบในปัจจัยต่าง ๆ และควรให้ความสำคัญและระมัดระวังเรื่องการบริหารงานของผู้บริหาร ตามบทบาทหน้าที่อำนาจและภารกิจในส่วนอื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กรเพื่อให้เกิดประสิทธิผลในทางปฏิบัติในส่วนที่เกี่ยวข้องได้ต่อไป

2) การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาความพร้อมให้เป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพที่มีการพัฒนาขึ้น โดยคำนึงถึงกลไกสำคัญต่อการตรวจสอบความโปร่งใส ความรับผิดชอบ และความคุ้มค่า

เอกสารอ้างอิง

- กนกรัตน์ พงษ์ไพฑูรกิจ. (2566). *การวางแผนการสรรหาและคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์*. กรุงเทพฯ : กองส่งเสริมวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- เกรียงศักดิ์ แสงสว่าง. (2566). *วัฒนธรรมองค์การและสภาพแวดล้อมการทำงานที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรสาคร*. *วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล*. 9(2), 34-42.
- จิระพงศ์ เรืองกุล. (2563). *การจัดการทรัพยากรมนุษย์*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). นนทบุรี: เนชั่นโฮม 1954 จำกัด.
- ชนะพัฒน์ วิริต. (2566). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจ(SMEs) จากสภาวะการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของผู้ประกอบการในจังหวัดปทุมธานี*. *วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย*. 6(2), 458-473.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2561). *การวิจัยเบื้องต้น*. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- พภััสสรณ์ วรภัทร์ธีระกุล. (2566). *ประสิทธิผลการบริหารทรัพยากรบุคคลในสำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี*. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์*. 7(2), 218-231.
- พีระพงษ์ วรภัทร์ธีระกุล.(2565). *การบริหารองค์การที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกากระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)*. *วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย*. 6(3), 809-822.
- มณีรัตน์ ชัยยะ และ เพ็ญศรี นิธิณงค์. (2566). *การบริหารทรัพยากรมนุษย์ภายใต้การเปลี่ยนแปลงสู่ยุคดิจิทัล (Digital HR)*. *วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ*. 11(1), 104-115.
- วรพจน์ ปิยะพรศิริ. (2563). *การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล*. กรุงเทพฯ :สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิราณี เมฆลอย. (2565). *วัฒนธรรมองค์การและสภาพแวดล้อมการทำงานที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรภายใต้การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในกรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์*. *วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย*. 6(2), 398-412.
- สุวัฒน์ งามแสง. (2568). *ประสิทธิผลการบริหารทรัพยากรบุคคลในยุคดิจิทัลของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล*. *วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล*. 11(1),11-21.

สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561). *นโยบายและแผน ระดับชาติ ว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (พ.ศ.2561-2580)*. กรุงเทพฯ: กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.

ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับวิธีการเลิกจ้างแบบกลุ่มในสัญญาจ้างแรงงาน

Legal Problems Regarding Collective Dismissal Method in Labour Contract

¹จิตาภา รัตนาคินทร์ และ ²ธานี วรภัทร์

¹Jidapa Rattananakin and ²Thanee Voraputr

¹นิติศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต

²ผู้อำนวยการหลักสูตรนิติศาสตรดุษฎีบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

¹Master of Laws Graduate School Rangsit University

²Director of the Doctor of Laws Program Faculty of Law, Rangsit University

¹Corresponding Author. E-mail: jidapa.rattananakin@gmail.com

Received February 24, 2025; Revised April 26, 2025; Accepted April 28, 2025

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้านี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงสาเหตุของปัญหาการเลิกจ้างแบบกลุ่มในสัญญาจ้างแรงงาน กฎหมายที่บังคับใช้อยู่ในปัจจุบันเกี่ยวกับการเลิกจ้างการเลิกจ้างแบบกลุ่มในสัญญาจ้างแรงงานในประเทศไทย วิเคราะห์เปรียบเทียบการเลิกจ้างแบบกลุ่มในสัญญาจ้างแรงงานตามกฎหมายระหว่างประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งศึกษาหาหลักการปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมบทบัญญัติในเรื่องการเลิกจ้างแบบกลุ่มในสัญญาจ้างแรงงาน ในประเทศไทย โดยการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ใช้วิธีการศึกษาค้นคว้าและรวบรวมเอกสารจากบทบัญญัติ กฎหมาย เอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ จากการศึกษาพบว่า ประเทศต่าง ๆ กำหนด กฎเกณฑ์ในการเลิกจ้างแบบกลุ่ม อันเป็นการหลีกเลี่ยงหรือลดการเลิกจ้างแบบกลุ่มและเพื่อบรรเทาผลกระทบที่จะ เกิดขึ้น แต่ประเทศไทยกลับไม่มีกฎเกณฑ์ขั้นตอนในการเลิกจ้างดังกล่าว ด้วยเหตุนี้ กฎหมายคุ้มครองแรงงานของ ประเทศไทย ควรมีการกำหนดค่าจำกัดความของการเลิกจ้างแบบกลุ่มและกำหนดร้อยละของลูกจ้างที่ถูกเลิกจ้าง ที่ถือว่าเป็นการเลิกจ้างแบบกลุ่ม ควรกำหนดให้มีการแจ้งเตือนไปยังตัวแทนลูกจ้างหากจะมีการเลิกจ้างแบบกลุ่ม กำหนดให้มีการปรึกษาหารือล่วงหน้ากับตัวแทนลูกจ้างหรือสหภาพแรงงานก่อนที่การเลิกจ้างจะมีผล นายจ้างควร ลำดับความสำคัญสำหรับการเลิกจ้างแบบกลุ่มและลำดับความสำคัญสำหรับการจ้างงานใหม่ กรณีถูกเลิกจ้างด้วย เหตุผลทางเศรษฐกิจ โครงสร้าง หรือลักษณะอื่นใดที่คล้ายคลึงกัน หากนายจ้างจะจ้างลูกจ้างที่มีคุณสมบัติ เทียบเท่าเดิมอีกครั้ง นายจ้างจะต้องแจ้งหลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกลูกจ้างที่จะเลิกจ้าง หากเลิกจ้างแบบกลุ่ม ควรมีการจ่ายชดเชยเพิ่มเติม

คำสำคัญ: วิธีการเลิกจ้าง; เลิกจ้างแบบกลุ่ม; สัญญาจ้างแรงงาน

Abstract

This research aims to study the causes of group termination problems in employment contracts, the current laws on group termination in employment contracts in Thailand, and to analyze and compare group termination in employment contracts under international and foreign laws. In addition, it studies the principles

for improving and amending the provisions on group termination in employment contracts in Thailand. This independent study uses the research method and collects documents from legal provisions and related documents in both Thai and English. The study found that many countries have established rules for group terminations to avoid or reduce group terminations and to mitigate their impacts, but Thailand does not have such a procedure. Therefore, the Thai labor protection law should define the definition of group terminations and specify the percentage of employees who are terminated as group terminations. It should provide for notification to employee representatives if a group termination is to take place. It should provide for prior consultation with employee representatives or trade unions before the termination takes effect. Employers should prioritize group terminations and prioritize re-employment in cases of terminations due to economic, structural or similar reasons. If an employer is to re-hire employees with equivalent qualifications, the employer must provide the criteria for selecting employees to be terminated. In the case of group terminations, additional severance pay should be provided.

Keywords: Dismissal Method; Collective Dismissal; Labour Contract

บทนำ

ปัจจุบันสถานการณ์ประกอบการและภาคอุตสาหกรรมหลายแห่งค่อย ๆ ลดการจ้างงาน และในขณะเดียวกันก็เลิกจ้างลูกจ้างที่มีสัญญาจ้างในเวลาเดียวกันเป็นจำนวนมาก เพราะเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีบทบาทหรือเป็นส่วนประกอบหลักในการทำงานมากขึ้น แต่กลับส่งผลโดยตรงกับแรงงานที่เคยทำหน้าที่เหล่านี้มาก่อน เพราะการปรับใช้เทคโนโลยีนี้มักจะทำให้ภาคธุรกิจมีความต้องการใช้แรงงานเหล่านั้นน้อยลง ซึ่งอาจนำมาซึ่งการเกิดภาวะการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจแบบไร้การจ้างงาน (Jobless Growth) เนื่องด้วยการเติบโตทางเศรษฐกิจนั้นไม่จำเป็นต้องพึ่งแรงงานจำนวนมากเหมือนในอดีตอีกต่อไปซึ่งสถานการณ์นี้อาจส่งผลที่ตามมาเชิงโครงสร้างกับแรงงานในระยะยาว เพื่อรองรับสถานการณ์นี้ จึงเกิดแนวคิดของการเลิกจ้างแบบกลุ่ม (Collective Dismissal) ขึ้น (กนต์ธร กาญจนาศรีโรจน์, 2566)

กฎหมายคุ้มครองแรงงานของประเทศไทย ไม่มีการนิยามการเลิกจ้างแบบกลุ่มหรือการกำหนดจำนวนลูกจ้างที่จะถูกเลิกจ้างเพื่อถือว่าเป็นการเลิกจ้างแบบกลุ่ม กฎหมายไม่ได้ระบุให้ต้องมีการปรึกษาหารือล่วงหน้ากับสหภาพแรงงาน ไม่จำเป็นต้องแจ้งต่อหรือต้องได้รับอนุมัติจากตัวแทนลูกจ้างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือศาล นอกเหนือไปจากนี้ ไม่มีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาปัจจัยทางสังคม อายุ หรืออายุงานในกรณีเลิกจ้างแบบกลุ่ม นายจ้าง ไม่จำเป็นต้องพิจารณาทางเลือกอื่น เช่น การโอนย้าย หรือการอบรมพัฒนาศักยภาพ และไม่มีการกำหนดสิทธิในการกลับมาทำงานใหม่ อย่างไรก็ตาม ในกรณีที่นายจ้างเลิกจ้างลูกจ้างเนื่องจากการปรับปรุงองค์กร เช่น การใช้หรือเปลี่ยนแปลงเครื่องจักรหรือเทคโนโลยีตามมาตรา 121 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 และที่แก้ไขเพิ่มเติมมีเพียงให้นายจ้างต้องแจ้งวันที่จะเลิกจ้าง เหตุผล และรายชื่อลูกจ้างที่ถูกเลิกจ้างต่อพนักงานตรวจแรงงาน รวมถึงแจ้งให้ลูกจ้างทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 60 วันเท่านั้น ในส่วนของค่าชดเชยกรณีเลิกจ้างแบบกลุ่ม ประเทศไทยได้กำหนด

หลักเกณฑ์การจ่ายค่าชดเชยพิเศษตามมาตรา 121 และมาตรา 122 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงานพ.ศ. 2541 และที่แก้ไขเพิ่มเติม โดยมีหลักการคือ หากนายจ้างเลิกจ้างลูกจ้างเนื่องจากการนำเครื่องจักรหรือเทคโนโลยีมาใช้เพื่อปรับปรุงหน่วยงาน กระบวนการผลิต การจำหน่าย หรือการบริการ นายจ้างต้องแจ้งล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 60 วัน นอกจากนี้ ยังต้องจ่ายค่าชดเชยพิเศษให้แก่ลูกจ้างที่มีอายุงานเกิน 6 ปี ซึ่งจะได้รับค่าชดเชยปีละไม่น้อยกว่าค่าจ้าง 15 วัน และรวมสูงสุดไม่เกินค่าจ้าง 360 วัน (เกษมสันต์ วิลาวรรณ, 2565)

ในทางกลับกัน ประเทศต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสหราชอาณาจักร ประเทศแคนาดา ประเทศสหรัฐอเมริกา เครือรัฐออสเตรเลีย สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี สาธารณรัฐเกาหลี (ประเทศเกาหลีใต้) ประเทศญี่ปุ่น และสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ได้กำหนดกฎหมาย ขั้นตอน หรือวิธีการในการเลิกจ้างแบบกลุ่ม ทั้งในด้านการกำหนดนิยามของการเลิกจ้างแบบกลุ่ม หลักเกณฑ์การเลิกจ้างที่เกี่ยวข้องกับนายจ้าง และลูกจ้าง หลักเกณฑ์การเลิกจ้างที่เกี่ยวข้องกับภาครัฐ และค่าชดเชยกรณีเลิกจ้างแบบกลุ่ม อันเป็นการหลีกเลี่ยงหรือลดการเลิกจ้างแบบกลุ่มและเพื่อบรรเทาผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อไป

ในการศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ จึงเป็นการศึกษาปัญหากฎหมายเกี่ยวกับวิธีการเลิกจ้างแบบกลุ่มในสัญญาจ้างแรงงาน โดยเปรียบเทียบกับกฎหมายเกี่ยวกับวิธีการเลิกจ้างแบบกลุ่มในสัญญาจ้างแรงงานของสหราชอาณาจักร ประเทศแคนาดา ประเทศสหรัฐอเมริกา เครือรัฐออสเตรเลีย สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี สาธารณรัฐเกาหลี (ประเทศเกาหลีใต้) ประเทศญี่ปุ่น และสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม เพื่อให้มีการปรับปรุงและพัฒนากฎหมายเกี่ยวกับวิธีการเลิกจ้างแบบกลุ่มในสัญญาจ้างแรงงาน อันเป็นส่วนหนึ่งในการคุ้มครองลูกจ้างและเป็นหลักประกันการทำงานในสัญญาจ้างแรงงาน รวมทั้งบรรเทาผลกระทบทางเศรษฐกิจที่จะเกิดขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงที่มา เหตุผลความจำเป็น สาเหตุของปัญหาการเลิกจ้างแบบกลุ่มในสัญญาจ้างแรงงานในประเทศไทย ซึ่งทำให้ลูกจ้างไม่มีงานทำในระยะเวลาเดียวกันเป็นจำนวนมาก
2. เพื่อศึกษาถึงกฎหมายที่ใช้บังคับอยู่ในปัจจุบัน เกี่ยวกับการเลิกจ้างการเลิกจ้างแบบกลุ่มในสัญญาจ้างแรงงานในประเทศไทยว่าสามารถหลีกเลี่ยงหรือลดการเลิกจ้างแบบกลุ่มและเพื่อบรรเทาผลกระทบที่จะเกิดขึ้นได้หรือไม่ อย่างไร
3. เพื่อศึกษาวิเคราะห์เปรียบเทียบหลักการเกี่ยวกับการเลิกจ้างแบบกลุ่มในสัญญาจ้างแรงงานตามกฎหมายระหว่างประเทศและกฎหมายต่างประเทศ กับหลักกฎหมายเกี่ยวกับการเลิกจ้างแบบกลุ่มในสัญญาจ้างแรงงานตามกฎหมายไทยว่าสามารถปรับปรุงและพัฒนากฎหมายแรงงานไทยได้หรือไม่ อย่างไร
4. เพื่อศึกษาหาหลักการแนวทางปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมบทบัญญัติในเรื่องการเลิกจ้างแบบกลุ่มในสัญญาจ้างแรงงานในประเทศไทย เพื่อคุ้มครองลูกจ้างและเป็นหลักประกันการทำงานในสัญญาจ้างแรงงาน รวมทั้งบรรเทาผลกระทบทางเศรษฐกิจที่จะเกิดขึ้น

วิธีดำเนินการวิจัย

บทความนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยศึกษาข้อมูลจากตัวบทกฎหมายของประเทศไทยและของต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการเลิกจ้างแบบกลุ่มในสัญญาจ้างแรงงานตามกฎหมายระหว่างประเทศและกฎหมายต่างประเทศ กับหลักกฎหมายเกี่ยวกับการเลิกจ้างแบบกลุ่มในสัญญาจ้างแรงงานตามกฎหมายไทย ศึกษาข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ เช่น งานวิจัย บทความ เอกสารต่าง ๆ ข้อมูลจากเว็บไซต์และคำพิพากษาของศาล เพื่อหาแนวทาง ในการแก้ไขปรับปรุงกฎหมายให้เหมาะสมกับมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเลิกจ้างแบบกลุ่มในสัญญาจ้างแรงงาน

ผลการวิจัย

1. ที่มาเหตุผลความจำเป็น สาเหตุของปัญหาการเลิกจ้างแบบกลุ่มในสัญญาจ้างแรงงานในประเทศไทย ซึ่งทำให้ลูกจ้างไม่มียางทำในระยะเวลาเดียวกันเป็นจำนวนมาก พบว่า ประเทศไทยไม่มีการนิยามการเลิกจ้างแบบกลุ่ม และไม่มีการกำหนดจำนวนลูกจ้างที่เลิกจ้างที่จะเป็นการเลิกจ้างแบบกลุ่มไว้ กำหนดเพียงกรณีนายจ้างจะเลิกจ้างลูกจ้างเพราะเหตุที่นายจ้างปรับปรุงหน่วยงาน กระบวนการผลิต การจำหน่าย หรือการบริการ อันเนื่องมาจากการนำเครื่องจักรมาใช้หรือเปลี่ยนแปลงเครื่องจักรหรือเทคโนโลยี ซึ่งเป็นเหตุให้ต้องลดจำนวนลูกจ้าง ตามมาตรา 121 และ 122 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 และที่แก้ไขเพิ่มเติม เท่านั้น หากพิจารณาถึงอนุสัญญาการยุติการจ้างงาน ค.ศ. 1982 (Termination of Employment Convention 1982) (อนุสัญญาฉบับที่ 158) และ ข้อเสนอแนะการเลิกจ้างแรงงาน ค.ศ. 1982 (Termination of Employment Recommendation 1982) (ข้อเสนอแนะฉบับที่ 166) อันเป็นหลักการสากลที่กำหนดถึงหลักเกณฑ์ เงื่อนไข หรือวิธีการในการเลิกจ้างนั้น กฎหมายภายในของประเทศต่าง ๆ จะต้องกำหนดนิยามของการเลิกจ้างแบบกลุ่ม อันได้แก่ จำนวนหรือร้อยละของลูกจ้างที่ถูกเลิกจ้าง

สหราชอาณาจักร ประเทศแคนาดา ประเทศสหรัฐอเมริกา เครือรัฐออสเตรเลีย สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี สาธารณรัฐเกาหลี (ประเทศเกาหลีใต้) และประเทศญี่ปุ่น กำหนดจำนวนหรือร้อยละของลูกจ้างที่ถูกเลิกจ้างอันเป็นการกำหนดค่าจำกัดความของการเลิกจ้างแบบกลุ่มไว้อย่างชัดเจน มีเพียงสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามที่ไม่ได้กำหนดค่าจำกัดความ ในกรณีนี้ ส่วนจำนวนหรือร้อยละของลูกจ้างที่ถูกเลิกจ้างเพียงใดจะถือว่าเป็นการเลิกจ้างแบบกลุ่มนั้น สหราชอาณาจักรจะพิจารณาจากจำนวนลูกจ้าง คือ 20 คน และระยะเวลาในการเลิกจ้าง คือ ภายใน 90 วัน สำหรับสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีจะพิจารณาจากจำนวนหรือร้อยละของลูกจ้าง คือ 5 – 30 คน หรือประมาณร้อยละ 6 –10 และระยะเวลาในการเลิกจ้าง คือ ภายใน 30 วัน สำหรับสาธารณรัฐเกาหลี (ประเทศเกาหลีใต้) จะพิจารณาจากจำนวนหรือร้อยละของลูกจ้าง โดยใช้อัตราเฉลี่ยประมาณร้อยละ 10

ของจำนวนลูกจ้างทั้งหมด และประเทศญี่ปุ่น คือการเลิกจ้างลูกจ้างมากกว่า 30 คนด้วยเหตุผลทางเศรษฐกิจในสถานประกอบการแห่งหนึ่งในเดือนใดเดือนหนึ่ง (United States Department of Labor, 2021)

2. กฎหมายที่ใช้บังคับอยู่ในปัจจุบัน เกี่ยวกับการเลิกจ้างการเลิกจ้างแบบกลุ่มในสัญญาจ้างแรงงานในประเทศไทยว่าสามารถหลีกเลี่ยงหรือลดการเลิกจ้างแบบกลุ่มและเพื่อบรรเทาผลกระทบที่จะเกิดขึ้นได้หรือไม่ พบว่า หลักเกณฑ์การเลิกจ้างที่เกี่ยวข้องกับนายจ้างและลูกจ้างประเทศไทย หากจะมีการเลิกจ้างแบบกลุ่ม ไม่ต้องแจ้งต่อตัวแทนลูกจ้าง ไม่ต้องหารือล่วงหน้ากับตัวแทนลูกจ้าง หรือสหภาพแรงงาน ไม่ต้องกำหนดลำดับความสำคัญสำหรับการเลิกจ้างแบบกลุ่ม นายจ้างไม่ต้องกำหนดลำดับความสำคัญสำหรับการจ้างงานใหม่ และนายจ้างไม่ต้องพิจารณาทางเลือกอื่นนอกเหนือจากการเลิกจ้าง แต่อย่างไร (United States Department of Labor, 2021)

หากพิจารณาถึง อนุสัญญาการยุติการจ้างงาน ค.ศ. 1982 (Termination of Employment Convention 1982) (อนุสัญญาฉบับที่ 158) และ ข้อเสนอแนะการเลิกจ้างแรงงาน ค.ศ.1982 (Termination of Employment Recommendation 1982) (ข้อเสนอแนะฉบับที่ 166) อันเป็นหลักการสากลที่กำหนดถึงหลักเกณฑ์ เงื่อนไข หรือวิธีการในการเลิกจ้างนั้น กำหนดว่า นายจ้างต้องแจ้งต่อตัวแทนลูกจ้าง ต้องหารือล่วงหน้ากับตัวแทนลูกจ้างหรือสหภาพแรงงาน ต้องกำหนดลำดับความสำคัญสำหรับการเลิกจ้างแบบกลุ่ม นายจ้างพิจารณาทางเลือกอื่นนอกเหนือจากการเลิกจ้าง และนายจ้างต้องกำหนดลำดับความสำคัญสำหรับการจ้างงานใหม่

สหราชอาณาจักร ประเทศแคนาดา ประเทศสหรัฐอเมริกา เครือรัฐออสเตรเลีย สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี สาธารณรัฐเกาหลี (ประเทศเกาหลีใต้) ประเทศญี่ปุ่น และสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม กำหนดให้มีการแจ้งเตือนไปยังตัวแทนลูกจ้างหากจะมีการเลิกจ้างแบบกลุ่ม และกำหนดให้มีการหารือล่วงหน้ากับตัวแทนลูกจ้างหรือสหภาพแรงงาน หากจะมีการเลิกจ้างแบบกลุ่มกำหนดให้นายจ้างมีหน้าที่ในการพิจารณาทางเลือกอื่นนอกเหนือจากการเลิกจ้าง เช่น การโอนย้ายหรือการฝึกอบรมใหม่

แต่สหราชอาณาจักร ประเทศแคนาดา สาธารณรัฐเกาหลี และสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ไม่มีกฏลำดับความสำคัญสำหรับการเลิกจ้างแบบกลุ่ม (การพิจารณาทางสังคม อายุ ระยะเวลาการดำรงตำแหน่ง) ส่วนสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี มีกฏลำดับความสำคัญสำหรับการเลิกจ้างแบบกลุ่ม (การพิจารณาทางสังคม อายุ ระยะเวลาการดำรงตำแหน่ง)

นอกจากนี้ ไม่มีการกำหนดให้นายจ้างต้องกำหนดกฏลำดับความสำคัญสำหรับการจ้างงานใหม่ แต่เครือรัฐออสเตรเลีย มีกฏลำดับความสำคัญสำหรับการจ้างงานใหม่ ตามมาตรา 531 (3) แห่งพระราชบัญญัติการจ้างงานที่เป็นธรรม โดยให้นายจ้างให้อีกาสมาคมลูกจ้างที่จดทะเบียนแต่ละแห่ง ซึ่งมีลูกจ้างเป็นสมาชิกและมีสิทธิ์เป็นตัวแทนผลประโยชน์ด้านอุตสาหกรรมของสมาชิคนั้นในการปรึกษาหารือกับนายจ้างเกี่ยวกับมาตรการ เช่น การหางานอื่น เพื่อบรรเทาผลกระทบเชิงลบของการ

เลิกจ้างที่เสนอให้น้อยที่สุด สำหรับสาธารณรัฐเกาหลี (ประเทศเกาหลีใต้) มีกฎลำดับความสำคัญ สำหรับการจ้างงานใหม่เช่นเดียวกัน ตามมาตรา 25 (1) แห่งกฎหมายว่าด้วยมาตรฐานแรงงาน โดยกำหนดระยะเวลาสำหรับการจ้างงานใหม่ภายใน 3 ปีนับจากวันที่เลิกจ้าง นายจ้างจะต้องพิจารณา ลูกจ้างกลุ่มนี้เป็นพิเศษ และประเทศญี่ปุ่น นายจ้างจำเป็นต้องจัดทำแผนสำหรับมาตรการช่วยเหลือการจ้างงานลูกจ้างใหม่ของการเลิกจ้างลูกจ้างมากกว่า 30 คนขึ้นไปภายในหนึ่งเดือนเนื่องจากเหตุผลทางเศรษฐกิจ ตามมาตรา 24 (1) แห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมมาตรการด้านแรงงานอย่างครอบคลุม และรักษาเสถียรภาพ ในการจ้างงานของลูกจ้าง และเสริมสร้างอาชีพให้แก่ลูกจ้าง(พงษ์รัตน์ เครือกลิ่น, 2560)

3. การวิเคราะห์เปรียบเทียบหลักการเกี่ยวกับการเลิกจ้างแบบกลุ่มในสัญญาจ้างแรงงาน ตามกฎหมายระหว่างประเทศและกฎหมายต่างประเทศ กับหลักกฎหมายเกี่ยวกับการเลิกจ้างแบบ กลุ่มในสัญญาจ้างแรงงานตามกฎหมายไทยว่าสามารถปรับปรุงและพัฒนากฎหมายแรงงานไทยได้ หรือไม่ อย่างไร พบว่า หลักเกณฑ์การเลิกจ้างที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานภาครัฐประเทศไทย กำหนดให้ นายจ้างแจ้งวันที่จะเลิกจ้าง เหตุผลของการเลิกจ้างและรายชื่อลูกจ้างต่อพนักงานตรวจแรงงาน (ผู้ซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งให้ปฏิบัติการตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 และที่แก้ไขเพิ่มเติม) และลูกจ้างที่จะเลิกจ้างทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่าหกสิบวันก่อนวันที่จะเลิกจ้าง ในกรณีนายจ้างจะ เลิกจ้างลูกจ้างเพราะเหตุที่นายจ้างปรับปรุงหน่วยงาน กระบวนการผลิตการจำหน่าย หรือการบริการ อันเนื่องมาจากการนำเครื่องจักรมาใช้หรือเปลี่ยนแปลงเครื่องจักรหรือเทคโนโลยี ซึ่งเป็นเหตุให้ต้องลด จำนวนลูกจ้าง ตามมาตรา 121 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 และ ที่แก้ไขเพิ่มเติม (วิจิตรา วิเชียรชม, 2565)

หากพิจารณาถึง อนุสัญญาการยุติการจ้างงาน ค.ศ. 1982 (Termination of Employment Convention 1982) (อนุสัญญาฉบับที่ 158) และ ข้อเสนอแนะการเลิกจ้างแรงงาน ค.ศ. 1982 (Termination of Employment Recommendation, 1982) (ข้อเสนอแนะฉบับที่ 166) อันเป็นหลักการสากลที่กำหนด ถึงหลักเกณฑ์ เงื่อนไข หรือวิธีการในการเลิกจ้างนั้น กฎหมายภายในของประเทศต่าง ๆ จะต้อง กำหนดให้นายจ้างแจ้งต่อหน่วยงานทางปกครองที่เกี่ยวข้องโดยเร็วที่สุด

นอกจากนี้ สหราชอาณาจักร ประเทศแคนาดา ประเทศสหรัฐอเมริกา เครือรัฐออสเตรเลีย สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี สาธารณรัฐเกาหลี (ประเทศเกาหลีใต้) ประเทศญี่ปุ่น และสาธารณรัฐ สังคมนิยมเวียดนาม กำหนดให้มีการแจ้งต่อหน่วยงานทางปกครองที่เกี่ยวข้อง ซึ่งรายละเอียดในการแจ้งนั้น สหราชอาณาจักร กำหนดให้ต้องแจ้งระยะเวลาการเลิกจ้าง วิธีการคัดเลือกลูกจ้าง จำนวนลูกจ้างที่ ได้รับผลกระทบ เหตุผลในการเลิกจ้าง และรายละเอียดการปรึกษา กับตัวแทนลูกจ้าง ประเทศแคนาดา กำหนดให้ต้องระบุชื่อและสถานที่ของนายจ้าง จำนวนลูกจ้างที่ได้รับผลกระทบ วันที่คาดว่าจะเลิกจ้าง ชื่อสหภาพแรงงาน และเหตุผลในการเลิกจ้าง ประเทศสหรัฐอเมริกา กำหนดให้แจ้งชื่อและที่อยู่ของ

สถานประกอบการ ลักษณะของการเลิกจ้าง (ชั่วคราวหรือถาวร) วันเริ่มต้น รายชื่อตำแหน่งงานที่ได้รับผลกระทบ รายละเอียดการสื่อสารกับสหภาพแรงงาน เครือรัฐออสเตรเลีย กำหนดให้ต้องระบุเหตุผล จำนวนและประเภทของลูกจ้างที่ได้รับผลกระทบ และช่วงเวลาการเลิกจ้างสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี กำหนดให้ต้องแจ้งเหตุผลการเลิกจ้าง จำนวนและกลุ่มอาชีพ ที่ได้รับผลกระทบ เกณฑ์การเลือกลูกจ้างที่จะเลิกจ้าง และเกณฑ์การคำนวณค่าชดเชย สาธารณรัฐเกาหลี (ประเทศเกาหลีใต้) กำหนดให้แจ้งเหตุผล จำนวนลูกจ้าง และรายละเอียดการหารือกับตัวแทนลูกจ้าง รวมถึงกำหนดการเลิกจ้างประเทศญี่ปุ่น กำหนดให้กรณีเลิกจ้างจำนวนมากจากเหตุผลทางเศรษฐกิจ ต้องแจ้งต่อหน่วยงานรัฐ พร้อมระบุจำนวนลูกจ้างและรายละเอียดตามคำสั่งกระทรวง และสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม กำหนดให้ต้องระบุรายชื่อลูกจ้างที่คงไว้หรือถูกเลิกจ้าง รายชื่อผู้จะเกษียณ ผู้จะฝึกอบรมใหม่ และแหล่งเงินทุนหรือมาตรการช่วยเหลือในแผนแรงงาน (The National Archives, 1996)

4. หลักการแนวทางปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมบทบัญญัติในเรื่องการเลิกจ้างแบบกลุ่มในสัญญาจ้างแรงงานในประเทศไทย เพื่อคุ้มครองลูกจ้างและเป็นหลักประกันการทำงานในสัญญาจ้างแรงงาน รวมทั้งบรรเทาผลกระทบทางเศรษฐกิจที่จะเกิดขึ้น พบว่า ค่าชดเชยกรณีเลิกจ้างแบบกลุ่มประเทศไทย กำหนดหลักเกณฑ์การได้รับค่าชดเชยพิเศษตาม มาตรา 121 และมาตรา 122 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 และที่แก้ไขเพิ่มเติม กล่าวคือ ให้นายจ้างจ่ายค่าชดเชยพิเศษให้แก่ลูกจ้างสำหรับอายุงานที่เกิน 6 ปี ปีละไม่ต่ำกว่าค่าจ้าง 15 วัน รวมแล้วไม่เกินค่าจ้าง 360 วัน หากพิจารณาถึงอนุสัญญาการยุติการจ้างงาน ค.ศ. 1982 (Termination of Employment Convention 1982) (อนุสัญญาฉบับที่ 158) และ ข้อเสนอแนะการเลิกจ้างแรงงาน ค.ศ. 1982 (Termination of Employment Recommendation 1982) (ข้อเสนอแนะฉบับที่ 166) อันเป็นหลักการสากล ที่กำหนดถึงหลักเกณฑ์ เงื่อนไข หรือวิธีการในการเลิกจ้างนั้น กำหนดว่าลูกจ้างที่ถูกเลิกจ้างจะต้องมีสิทธิได้รับค่าชดเชยหรือผลประโยชน์เมื่อเลิกจ้างอื่นๆ โดยจำนวนที่จะได้รับจะขึ้นอยู่กับระยะเวลาการทำงานและระดับค่าจ้างหรือผลประโยชน์จากการประกัน หรือความช่วยเหลือจากการว่างงาน หรือประกันสังคมในรูปแบบอื่น เช่น ผลประโยชน์กรณีชราภาพ หรือทุพพลภาพ หรือค่าชดเชยและผลประโยชน์ข้างต้นรวมกัน (พงษ์รัตน์ เครือกลิ่น, 2560)

ในต่างประเทศนั้น ประเทศสหรัฐอเมริกา สาธารณรัฐเกาหลี (ประเทศเกาหลีใต้) และประเทศญี่ปุ่น ไม่ปรากฏว่ามีกฎหมายกำหนดให้นายจ้างจ่ายค่าชดเชยในกรณีต่าง ๆ แต่อย่างไรก็ดี สหราชอาณาจักร ประเทศแคนาดา เครือรัฐออสเตรเลีย สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี และสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม กำหนดให้มีค่าชดเชยกรณีเลิกจ้างแบบกลุ่ม ซึ่งประเทศไทยก็ได้มีการกำหนดให้มีค่าชดเชยกรณีเลิกจ้างแบบกลุ่มเช่นเดียวกัน กล่าวคือ มีการจ่ายค่าชดเชยพิเศษกรณีเลิกจ้างเนื่องจากนำเครื่องจักรมาใช้ เปลี่ยนแปลงเครื่องจักรหรือเทคโนโลยีเพื่อปรับปรุงหน่วยงาน กระบวนการผลิต การจำหน่าย และการบริการ หรือนายจ้างเลิกจ้างลูกจ้างเนื่องจากการนำเครื่องจักรหรือเทคโนโลยีมาใช้ โดยอัตราในการ

จ่ายค่าชดเชยกรณีเลิกจ้างแบบกลุ่มนั้น สหราชอาณาจักร ประเทศแคนาดา เครือรัฐออสเตรเลีย สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี และสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม จ่ายโดยพิจารณาจากอายุงานของลูกจ้าง แต่สหราชอาณาจักร นอกจากจะพิจารณาจากอายุงานของลูกจ้างแล้ว ยังพิจารณาถึงอายุของลูกจ้างด้วย หากลูกจ้างมีอายุเพิ่มมากขึ้น ค่าชดเชยกรณีเลิกจ้างแบบกลุ่มก็จะเพิ่มขึ้นตามไปด้วย (Fair Work Act, 2009)

อภิปรายผลการวิจัย

ประเทศไทยกำหนดเพียงกรณีนายจ้างจะเลิกจ้างลูกจ้างเพราะเหตุที่นายจ้างปรับปรุงหน่วยงาน กระบวนการผลิต การจำหน่าย หรือการบริการ อันเนื่องมาจากการนำเครื่องจักรมาใช้หรือ เปลี่ยนแปลงเครื่องจักรหรือเทคโนโลยี ซึ่งเป็นเหตุให้ต้องลดจำนวนลูกจ้าง โดยกำหนดให้นายจ้าง แจ้งวันที่จะเลิกจ้าง เหตุผลของการเลิกจ้าง และรายชื่อลูกจ้างต่อพนักงานตรวจแรงงาน (ผู้ซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งให้ปฏิบัติการตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 และที่แก้ไขเพิ่มเติม) และลูกจ้างที่จะเลิกจ้างทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่าหกสิบวันก่อนวันที่จะเลิกจ้าง ตามมาตรา 121 และ 122 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 และที่แก้ไขเพิ่มเติม เท่านั้น ซึ่งไม่ต้องแจ้งต่อตัวแทนลูกจ้าง ไม่ต้องหารือล่วงหน้ากับตัวแทนลูกจ้างหรือสหภาพแรงงาน ไม่ต้องกำหนดลำดับความสำคัญสำหรับการเลิกจ้างแบบกลุ่ม นายจ้างไม่ต้องกำหนดลำดับความสำคัญสำหรับการจ้างงานใหม่ และนายจ้าง ไม่ต้องพิจารณาทางเลือกอื่นนอกเหนือจากการเลิกจ้าง แต่อย่างไรก็ตาม นอกจากนี้ให้นายจ้างจ่าย ค่าชดเชยพิเศษให้แก่ลูกจ้างสำหรับอายุงานที่เกิน 6 ปี ปีละไม่ต่ำกว่าค่าจ้าง 15 วัน รวมแล้วไม่เกิน ค่าจ้าง 360 วัน ในส่วนของต่างประเทศ สหราชอาณาจักร ประเทศแคนาดา ประเทศสหรัฐอเมริกา เครือรัฐออสเตรเลีย สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี สาธารณรัฐเกาหลี (ประเทศเกาหลีใต้) และประเทศญี่ปุ่น กำหนดจำนวนหรือร้อยละของลูกจ้างที่ถูกเลิกจ้างอันเป็นการกำหนดค่าจำกัดความของการเลิกจ้างแบบกลุ่มไว้อย่างชัดเจน มีเพียงสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามที่ไม่ได้กำหนดค่าจำกัดความในกรณีนี้

1. ปัญหาการเลิกจ้างแบบกลุ่มในสัญญาจ้างแรงงานในประเทศไทย ซึ่งทำให้ลูกจ้างไม่มีงานทำ ในระยะเวลาเดียวกันเป็นจำนวนมาก สอดคล้องกับ วสุธิดา สิทธิเสมอพรหม (2566) ที่ได้ศึกษา ปัญหาการสิ้นสุดของสัญญาจ้างแรงงาน : ศึกษากรณีลูกจ้างถูกเลิกจ้างอย่างไม่เป็นระบบ พบว่า การที่นายจ้างสามารถเลือกทำสัญญาจ้างที่มีกำหนดระยะเวลา ได้อย่างอิสระ ทำให้นายจ้าง สามารถเลิกจ้างลูกจ้างได้โดยง่าย เพราะเมื่อครบระยะเวลาตามสัญญา จ้างแล้วสัญญาก็จะสิ้นสุดลงทันที โดยอัตโนมัติ โดยที่นายจ้างไม่ต้องมีเหตุผลหรือความจำเป็นในการ เลิกจ้างและไม่ต้องบอกกล่าว การเลิกจ้างล่วงหน้าให้ลูกจ้างทราบดังเช่นสัญญาจ้างที่ไม่มีกำหนด ระยะเวลาที่แน่นอน อีกทั้งการที่ นายจ้างเลือกทำสัญญาจ้างที่มีกำหนดระยะเวลาแน่นอนยังเป็น ช่องทางให้นายจ้างหลีกเลี่ยง การจ่ายค่าชดเชยตามกฎหมาย ฉะนั้นแล้วจึงเห็นควรให้มีการกำหนดว่า การทำสัญญาจ้างต้องทำเป็น สัญญาจ้างที่ไม่มีกำหนดระยะเวลาเป็นหลัก เว้นแต่จะมีกฎหมายกำหนด ไว้ให้ทำเป็นสัญญาจ้างที่มีกำหนด

ระยะเวลาได้ เพื่อเป็นหลักประกันให้ลูกจ้างในการทำงานระยะยาว และ เมื่อต้องมีเหตุผลอันสมควรในการเลิกจ้างเพื่อไม่ให้ นายจ้างเลิกจ้างลูกจ้างได้ตามอำเภอใจแล้วแต่การบอกกล่าวล่วงหน้าตามมาตรา 17 แห่ง พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ.2541 กำหนดให้นายจ้างบอกกล่าวให้ลูกจ้างทราบล่วงหน้า เพียง 30 วัน แม้ลูกจ้างจะทำงานกับนายจ้างมาเป็นระยะเวลานานเท่าใดก็ตาม จึงเห็นว่าควรแก้ไข มาตราดังกล่าวให้ระยะเวลาการบอกกล่าวล่วงหน้ามีความสัมพันธ์กับอายุการทำงานของลูกจ้าง (ธีระปกรณ์ ธีระภัทรปกรณ์, 2565)

ดังนั้น พิเคราะห์เปรียบเทียบกับกฎหมายแรงงานของประเทศที่กฎหมายแรงงานมีความก้าวหน้า ทันสมัย และมีอิทธิพลทางแนวคิดต่อ กฎหมายแรงงาน ได้แก่ เยอรมนีและฝรั่งเศส เพื่อเป็นแนวทางและปรับปรุงแก้ไขกฎหมายแรงงาน ของไทยในประเด็นปัญหาดังกล่าว และเมื่อมีการแก้ไขปัญหาตามที่กล่าวมาแล้ว ย่อมทำให้มีการคุ้มครองลูกจ้างในเรื่องของการถูกเลิกจ้างได้อย่างเป็นระบบมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ สหราชอาณาจักร ประเทศแคนาดา ประเทศสหรัฐอเมริกา เครือรัฐออสเตรเลีย สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี สาธารณรัฐเกาหลี (ประเทศเกาหลีใต้) ประเทศญี่ปุ่น และสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม กำหนดให้มีการแจ้งเตือนไปยังตัวแทนลูกจ้างหากจะมีการเลิกจ้างแบบกลุ่ม สหราชอาณาจักร ประเทศแคนาดา เครือรัฐออสเตรเลีย สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี สาธารณรัฐเกาหลี (ประเทศเกาหลีใต้) ประเทศญี่ปุ่น และสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม กำหนดให้มีการหารือล่วงหน้ากับตัวแทนลูกจ้างหรือสหภาพแรงงาน หากจะมีการเลิกจ้างแบบกลุ่ม สหราชอาณาจักร ประเทศแคนาดา สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี สาธารณรัฐเกาหลี (ประเทศเกาหลีใต้) และสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม กำหนดให้นายจ้างมีหน้าที่ในการพิจารณาทางเลือกอื่นนอกเหนือจากการเลิกจ้าง เช่น การโอนย้ายหรือการฝึกอบรมใหม่ แต่สหราชอาณาจักร ประเทศแคนาดา สาธารณรัฐเกาหลี และสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ไม่มีกฎลำดับความสำคัญสำหรับการเลิกจ้างแบบกลุ่ม (การพิจารณาทางสังคม อายุ ระยะเวลาการดำรงตำแหน่ง) ส่วนสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี มีกฎลำดับความสำคัญสำหรับการเลิกจ้างแบบกลุ่ม (การพิจารณาทางสังคม อายุ ระยะเวลาการดำรงตำแหน่ง) รวมทั้งสหราชอาณาจักร ประเทศแคนาดา สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี และสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ไม่มีการกำหนดให้นายจ้างต้องกำหนดกฎลำดับความสำคัญสำหรับการจ้างงานใหม่ แต่เครือรัฐออสเตรเลีย มีกฎลำดับความสำคัญสำหรับการจ้างงานใหม่ ตามมาตรา 531 (3) แห่งพระราชบัญญัติการจ้างงานที่เป็นธรรม (Fair Work Act) ปี 2009 โดยให้นายจ้างให้โอกาสสมาคมลูกจ้างที่จดทะเบียนแต่ละแห่งซึ่งมีลูกจ้างเป็นสมาชิกและมีสิทธิ์เป็นตัวแทนผลประโยชน์ ด้านอุตสาหกรรมของสมาชิกรู้จักนั้นในการปรึกษาหารือกับนายจ้างเกี่ยวกับมาตรการ เช่น การหางานอื่น เพื่อบรรเทาผลกระทบเชิงลบของการเลิกจ้างที่เสนอให้น้อยที่สุด สำหรับสาธารณรัฐเกาหลี (ประเทศเกาหลีใต้) มีกฎลำดับความสำคัญสำหรับการจ้างงานใหม่ ตามมาตรา 25 (1) แห่งกฎหมายว่าด้วยมาตรฐานแรงงาน โดยกำหนดระยะเวลาสำหรับการจ้างงานใหม่

ภายใน 3 ปีนับจากวันที่เลิกจ้าง นายจ้างจะต้องพิจารณาลูกจ้างกลุ่มนี้เป็นพิเศษ และประเทศญี่ปุ่น นายจ้างจำเป็นต้องจัดทำแผนสำหรับมาตรการช่วยเหลือการจ้างงานลูกจ้างใหม่ของการเลิกจ้าง ลูกจ้างมากกว่า 30 คนขึ้นไปภายในหนึ่งเดือนเนื่องจากเหตุผลทางเศรษฐกิจตามมาตรา 24 (1) แห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมมาตรการด้านแรงงานอย่างครอบคลุม และรักษาเสถียรภาพในการจ้างงานของลูกจ้าง และเสริมสร้างอาชีพให้แก่ลูกจ้าง (Fair Work Act, 2009)

ยิ่งไปกว่านั้น สหราชอาณาจักร ประเทศแคนาดา ประเทศสหรัฐอเมริกา เครือรัฐออสเตรเลีย สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี สาธารณรัฐเกาหลี (ประเทศเกาหลีใต้) ประเทศญี่ปุ่น และสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม กำหนดให้มีการแจ้งต่อหน่วยงานทางปกครองที่เกี่ยวข้อง (ILO, 2025) ซึ่งประเทศไทยก็ได้มีการกำหนดให้มีการแจ้งต่อหน่วยงานทางปกครองหรือภาครัฐที่เกี่ยวข้องเรียบร้อยแล้วเช่นเดียวกัน แต่ทั้งนี้เนื้อหาในการแจ้งต่อภาครัฐหรือหน่วยงานทางปกครองมีความแตกต่างกันมาก ประเทศไทยกำหนดให้นายจ้างแจ้งเพียงแค่วันที่จะเลิกจ้าง เหตุผลของการเลิกจ้างและรายชื่อลูกจ้างต่อพนักงานตรวจแรงงาน เท่านั้น แต่ในอีกหลายประเทศ กำหนดภาระหน้าที่ให้นายจ้างแจ้งรายละเอียดอื่นเพิ่มเติมด้วย ไม่ว่าจะเป็น รายชื่อและจำนวนลูกจ้างที่จะคงไว้และลูกจ้างที่จะเข้ารับการฝึกอบรมใหม่สำหรับการจ้างงานต่อไป หลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกลูกจ้างที่จะเลิกจ้าง เนื้อหาการปรึกษาหารือกับตัวแทนลูกจ้างหรือสหภาพแรงงาน สิทธิและหน้าที่ของนายจ้าง ลูกจ้าง และผู้ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการดำเนินการตามแผนการใช้แรงงาน และมาตรการและแหล่งการเงินเพื่อดำเนินการตามแผน (Fair Work Act, 2009)

อีกทั้ง ในการจ่ายค่าชดเชยกรณีเลิกจ้างแบบกลุ่ม ประเทศสหรัฐอเมริกา สาธารณรัฐเกาหลี (ประเทศเกาหลีใต้) และประเทศญี่ปุ่น ไม่ปรากฏว่ามีกฎหมายกำหนดให้นายจ้างจ่ายค่าชดเชยในกรณีต่างๆ แต่อย่างใด แต่สหราชอาณาจักร ประเทศแคนาดา เครือรัฐออสเตรเลีย สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี และสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม กำหนดให้มีค่าชดเชยกรณีเลิกจ้างแบบกลุ่ม โดยอัตราในการจ่ายค่าชดเชยกรณีเลิกจ้างแบบกลุ่มนั้น สหราชอาณาจักร ประเทศแคนาดา สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี และสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม จ่ายโดยพิจารณาจากอายุงานของลูกจ้าง แต่สหราชอาณาจักร นอกจากจะพิจารณาจากอายุงานของลูกจ้างแล้ว ยังพิจารณาถึงอายุของลูกจ้างด้วย หากลูกจ้างมีอายุเพิ่มมากขึ้น ค่าชดเชยกรณีเลิกจ้างแบบกลุ่มก็จะเพิ่มขึ้นตามไปด้วย นอกจากนี้ กนัตธร กาญจนาศรีโรจน์ (2566) ได้ศึกษาความเป็นธรรมในทางกระบวนการพิจารณาในการเลิกจ้าง ผลการวิจัยพบว่า การพิจารณาว่า นายจ้างเลิกจ้างลูกจ้างอย่างเป็นธรรมหรือไม่ โดยปกติจะต้องพิจารณาทั้งความเป็นธรรมในทางเนื้อหา และความเป็นธรรมในทางกระบวนการพิจารณา ประกอบกัน ปัญหาว่านายจ้างเลิกจ้างลูกจ้างที่ถูกกล่าวหาว่ากระทำผิด โดยมีได้ดำเนินการสอบสวนหรือแต่งตั้งคณะกรรมการสอบสวนให้ชอบด้วย ข้อบังคับการทำงานหรือข้อตกลงเกี่ยวกับสภาพการจ้าง การเลิกจ้างนั้นเป็นธรรมหรือไม่ เรื่องนี้มี คำพิพากษาศาลฎีกาแบ่งออกเป็น 2 แนว แนวแรกแม้กระบวนการพิจารณาในการสอบสวนจะไม่ชอบ

แต่ถ้านายจ้างมีเหตุผลเพียงพอที่จะเลิกจ้างลูกจ้างแล้วการเลิกจ้างนั้นย่อมเป็นธรรม ส่วนแนวที่สอง เมื่อกระบวนการพิจารณาสอบสวนไม่ชอบแล้วการเลิกจ้างนั้นย่อมไม่เป็นธรรมไปด้วย ถึงแม้ว่า นายจ้างจะมีเหตุผลเพียงพอที่จะเลิกจ้างจะมีเหตุผลเพียงพอที่จะเลิกจ้างลูกจ้างก็ตาม

ผู้วิจัยคิดว่า ศาลควรพิจารณาทั้งความเป็นธรรมในทางเนื้อหาและความเป็นธรรมในทาง กระบวนการพิจารณาตามแนวคำพิพากษาศาลฎีกาแนวที่สอง หากนายจ้างเลิกจ้างลูกจ้างโดยมิได้ ดำเนินการสอบสวนหรือแต่งตั้งคณะกรรมการสอบสวนให้ชอบให้ชอบด้วยข้อบังคับการทำงานหรือ ข้อตกลงเกี่ยวกับการสอบสวนหรือแต่งตั้งคณะกรรมการสอบสวนให้ชอบด้วยข้อบังคับการทำงานหรือ ข้อตกลงเกี่ยวกับสภาพการจ้างแล้ว แม้ข้อเท็จจริงจะรับฟังได้ว่าลูกจ้างกระทำผิดจริง การเลิกจ้างนั้นก็เป็นการเลิกจ้างแล้ว แม้ข้อเท็จจริงจะรับฟังได้ว่าลูกจ้างกระทำผิดจริง การเลิกจ้างนั้นก็เป็นการเลิกจ้างที่ไม่เป็นธรรม อย่างไรก็ดี ในการกำหนดค่าเสียหายให้แก่ลูกจ้าง ศาลอาจกำหนดค่าเสียหายให้แก่ลูกจ้างลดลงหรือ ไม่ให้เลยก็ได้ ตามพฤติการณ์และความรุนแรงของความผิดของลูกจ้างเพราะต่างฝ่ายต่างมีส่วนผิดนั่นเอง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1) เพื่อความชัดเจนและความสะดวกในการนำไปปฏิบัติ ควรกำหนดค่าจำกัดความของการเลิกจ้างแบบกลุ่มและกำหนดร้อยละของลูกจ้างที่ถูกเลิกจ้างที่ถือว่าเป็นการเลิกจ้างแบบกลุ่ม ดังนี้ การเลิกจ้างแบบกลุ่ม หมายความว่า การเลิกจ้างลูกจ้างจำนวนดังต่อไปนี้ ลูกจ้างมากกว่า 10 คน ในธุรกิจหรือที่ทำงานที่มีลูกจ้างไม่เกิน 99 คน มากกว่าร้อยละ 10 ในธุรกิจหรือสถานที่ทำงานที่มีลูกจ้าง 100 ถึง 999 คน และ ลูกจ้างมากกว่า 100 คนในธุรกิจหรือสถานที่ทำงานที่มีลูกจ้างอย่างน้อย 1,000 คน

2) ควรให้มีการกำหนดถึงวิธีการในการเลิกจ้างแบบกลุ่มเพิ่มขึ้นในพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 และที่แก้ไขเพิ่มเติม โดยกำหนดให้มีการแจ้งเตือนไปยังตัวแทนลูกจ้าง หากจะมีการเลิกจ้างแบบกลุ่มล่วงหน้าอย่างน้อย 30 วันก่อนจะมีการเลิกจ้าง รวมทั้งกำหนดให้มีการปรึกษาหารือล่วงหน้ากับตัวแทนลูกจ้างหรือสหภาพแรงงานอย่างน้อย 30 วันก่อนที่การเลิกจ้างจะมีผล ทั้งนี้ นายจ้างมีหน้าที่ในการพิจารณาทางเลือกอื่นนอกเหนือจากการเลิกจ้าง เช่น การโอนย้ายหรือ การฝึกอบรมใหม่ อ้างอิงตามกฎหมายของสหราชอาณาจักร

3) ควรเพิ่มเติมรายละเอียดในการแจ้งดังกล่าวลงในพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 และที่แก้ไขเพิ่มเติม อ้างอิงตามกฎหมายของสหราชอาณาจักร สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี สาธารณรัฐเกาหลี (ประเทศเกาหลีใต้) และสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรให้มีการแก้ไขเพิ่มเติมในการจ่ายค่าชดเชยกรณีเลิกจ้างแบบกลุ่มและอัตราในการจ่ายค่าชดเชย

2. ควรเพิ่มเติมอายุของลูกจ้างเป็นหลักเกณฑ์ในการคำนวณค่าชดเชยพิเศษลงในพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 และที่แก้ไขเพิ่มเติมด้วย โดยอ้างอิงตามกฎหมายของสหราชอาณาจักร และดัดแปลงให้เข้ากับวิธีการในการคำนวณค่าชดเชยพิเศษตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 และที่แก้ไขเพิ่มเติม แล้วนั้น เห็นควรให้ได้รับค่าชดเชยพิเศษเพิ่มเติมในอัตราดังต่อไปนี้ อ้างอิงตามกฎหมายของสหราชอาณาจักร รวมทั้งปรับปรุงวิธีการจ่ายและอัตราการจ่ายเงินเพื่อเป็นหลักประกันรายได้ให้แก่ลูกจ้างมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กนต์ธร กาญจนาคศิริโรจน์. (2566). ความเป็นธรรมในทางกระบวนการพิจารณาในการเลิกจ้าง.

วารสารดุลพາห, 1(70), 67–89.

เกษมสันต์ วิลาวรรณ. (2565). *คำอธิบายกฎหมายแรงงาน*. กรุงเทพฯ :สำนักพิมพ์วิญญูชน.

ธีระปกรณ ธีระภัทรปกรณ. (2565). กฎหมายแรงงานเกี่ยวกับการเลิกจ้าง. *วารสารรัชต์ภาคย์*, 16(49), 23–40.

พงษ์รัตน์ เครือกลิ่น. (2560). *มาตรฐานขั้นต่ำการคุ้มครองแรงงานเกี่ยวกับการเลิกจ้างของไทยและประเทศ ในอาเซียน*. สืบค้นเมื่อ 30 กุมภาพันธ์ 2568, จาก

http://www.appealsc.coj.go.th/doc/data/appealsc/appealsc_1529561051.pdf

วสุธิตา สิทธิเสมอพรหม. (2566). *ปัญหาการสิ้นสุดของสัญญาจ้างแรงงาน : ศึกษากรณีลูกจ้างถูกเลิกจ้างอย่างไม่เป็นระบบ*. วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วิจิตรา วิเชียรชม. (2565). *กฎหมายแรงงาน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิญญูชน.

Fair Work Act. (2009). *Australian Government Federal Register of Legislation*, Retrieved January 24,2025, from <https://www.legislation.gov.au/C2009A00028/latest/versions>.

ILO (2023). *International Labour Organization*. Retrieved January 24,2025, from <https://www.ilo.org>.

The National Archives. (1996). *Employment Rights Act 1996*, (*Legislation.gov.uk*), Retrieved January 20,2025, from <https://www.legislation.gov.uk/ukpga/1996/18/contents>.

United States Department of Labor. (2021). *Worker Adjustment and Retraining Notification Act Compliance Guidelines*. Retrieved January 24,2025, from <http://www.https://www.dol.gov/general/aboutdol>

นวัตกรรมด้านการจัดการคาร์บอนเครดิตเพื่อเพิ่มรายได้ของเกษตรกรชาวสวนยางพาราอย่างยั่งยืน

Innovation in Carbon Credit management to Sustainably increase income of Rubber Farmers

ณกรณ์ ตรรกวิรพัท

Nakorn Tangavirapat

วิทยาลัยผู้นำและนวัตกรรมสังคม มหาวิทยาลัยรังสิต

College of Leadership and Social Innovation, Rangsit University

Corresponding Author. E-mail: nakornvirapat@gmail.com

Received December 16, 2024; Revised March 27, 2025; Accepted April 2, 2025

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการคาร์บอนเครดิตในสวนยางพาราของประเทศไทย โดยเน้นการพัฒนาตลาดคาร์บอนภาคสมัครใจ (Voluntary Carbon Market) ซึ่งเป็นกลไกในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและสร้างรายได้เสริมให้กับเกษตรกรผ่านการขายคาร์บอนเครดิต การวิจัยนี้ใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ รวบรวมข้อมูลจากการทบทวนเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก และการระดมความคิดเห็นจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง เช่น การยางแห่งประเทศไทย องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก เกษตรกร และภาคเอกชน โดยการวิเคราะห์ข้อมูลผ่านกรอบการวิเคราะห์ SWOT และ TOWS Matrix เพื่อประเมินศักยภาพในการพัฒนาโครงการคาร์บอนเครดิตในสวนยางพารา ผลการวิจัยพบว่า 1. แนวทางการพัฒนารูปแบบธุรกิจมี 4 รูปแบบ ซึ่งแต่ละแนวทางต้องคำนึงถึงการแบ่งปันผลประโยชน์ให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องเป็นสำคัญ 2. นโยบายด้านคาร์บอนเครดิตในสวนยางพาราของประเทศไทย ในช่วงเริ่มต้นควรใช้มาตรการทางด้านเศรษฐกิจเพื่อสร้างแรงจูงใจเป็นหลัก และ 3. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่มมีความคาดหวังและความต้องการที่แตกต่างกัน แต่ยังคงต้องการให้ กยท. เป็นตัวกลางในการดำเนินงานในการจัดการคาร์บอนเครดิตในสวนยางขอเสนอแนะจากงานวิจัยชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการพัฒนากลไกการจัดการคาร์บอนเครดิตที่มีความโปร่งใสและเชื่อถือได้ พร้อมทั้งการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่น เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: นวัตกรรม; การจัดการคาร์บอนเครดิต; เพิ่มรายได้; อย่างยั่งยืน

Abstract

This research aims to explore strategies for managing carbon credits in Thailand's rubber plantations, focusing on the development of voluntary carbon markets as a mechanism to reduce greenhouse gas emissions and generate additional income for farmers through carbon credit sales. The study employed a qualitative approach, gathering data from literature reviews, in-depth interviews, and focus group discussions with key stakeholders such as the Rubber Authority of Thailand, the Thailand Greenhouse Gas Management Organization,

farmers, and private sector entities. The analysis used SWOT and TOWS Matrix frameworks to assess the potential for developing carbon credit projects in rubber plantations. The research results found that 1. There are four business model development guidelines, each of which needs to consider the sharing of benefits to those involved. 2. The carbon credit policy of rubber plantations in Thailand should create incentives by economic measures in the beginning, and 3. Each stakeholder has different expectations but still needs RAOT to act as an intermediary in managing carbon credits in rubber plantations. The research recommends the development of transparent and reliable mechanisms for managing carbon credits, along with fostering collaboration between government agencies, the private industry, and local communities to ensure the sustainability of these initiatives.

Keywords: Innovation; Managing carbon credits; increase income; Sustainability

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเป็นปัญหาระดับโลกที่ส่งผลกระทบต่อประเทศต่าง ๆ รวมถึงประเทศไทย การเปลี่ยนแปลงนี้เกิดจากการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เช่น คาร์บอนไดออกไซด์ (CO₂) และมีเทน (CH₄) สู่บรรยากาศ ซึ่งเกิดจากกิจกรรมของมนุษย์ เช่น การเผาไหม้เชื้อเพลิงฟอสซิลและการเกษตร ปัญหานี้ไม่เพียงแต่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แต่ยังมีผลต่อเศรษฐกิจและสังคมอย่างกว้างขวาง โดยจากข้อมูลจาก Rhodium Group (2023) พบว่า “การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั่วโลกในปี 2021 ภาคอุตสาหกรรมยังคงปล่อยก๊าซเรือนกระจกมากที่สุด ร้อยละ 31 รองลงมา คือ ภาคพลังงานที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจก ร้อยละ 28 ตามด้วยภาคการเกษตร ร้อยละ 18 ภาคการขนส่ง ร้อยละ 16 และภาคการก่อสร้าง ร้อยละ 7 เนื่องจากเกิดการเพิ่มปริมาณการใช้พลังงานของโลกอย่างมากในช่วงระยะเวลาดังกล่าว” เมื่อพิจารณาจากรายงานของ Global Carbon Project ของ Carbon Dioxide Information Analysis Center (CDIAC) ซึ่งเมื่อนำตัวเลขปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ในพ.ศ. 2557 อันส่งผลให้เกิดปรากฏการณ์เรือนกระจกในแต่ละประเทศมาจัดอันดับจะพบว่า อันดับ 1 ที่ปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์มากที่สุดคือ ประเทศจีน คิดเป็น 27.2% จากจำนวนปริมาณก๊าซทั้งหมด 36,153 ล้านตันคาร์บอนไดออกไซด์ รองลงมา คือ สหรัฐอเมริกาและอินเดีย ซึ่งปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่ทั้ง 3 ประเทศปล่อยออกมานี้รวมกันถือเป็นครึ่งหนึ่งของปริมาณของก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ทั้งหมดทั่วโลก โดยประเทศที่มีอันดับรองลงมาใน 5 อันดับแรกก็คือ รัสเซียและญี่ปุ่นเพื่อลดผลกระทบต่อสภาพภูมิอากาศ โดยประชาคมโลกได้มีการประกาศเป้าหมาย Net Zero จากการประชุมรัฐภาคีกรอบอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่เมืองกลาสโกว์ สหราชอาณาจักร วันที่ 1 พฤศจิกายน 2565 นายกรัฐมนตรี พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ได้ประกาศเจตนารมณ์ว่าไทยพร้อมยกระดับการแก้ไขปัญหาภูมิอากาศอย่างเต็มที่ด้วยทุกวิถีทางเพื่อบรรลุเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอน ภายในปี พ.ศ. 2593 และบรรลุเป้าหมาย

การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ได้ในปี พ.ศ. 2608 และด้วยการสนับสนุนจากความร่วมมือระหว่างประเทศ และกลไกภายใต้กรอบอนุสัญญาฯ ไทยจะยกระดับ NDC ของเราขึ้นเป็นร้อยละ 40 ได้ซึ่งลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ได้ภายในปี พ.ศ. 2593 (กรุงเทพธุรกิจ,2566)

จากการประกาศเจตนารมณ์ที่จะบรรลุเป้า Carbon Neutrality ภายใน พ.ศ. 2593 และบรรลุเป้า Net Zero ภายใน พ.ศ.2608 ของประเทศไทย ส่งผลให้ทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เกิดการตื่นตัวและให้ความสนใจ รวมถึงมีการนำมาปรับใช้กับองค์กรของตนเอง เพื่อรับมือและมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนเจตนารมณ์ของประเทศไทยให้ประสบความสำเร็จตามที่ได้ประกาศไว้ต่อนานาชาติ อย่างไรก็ตาม การบรรลุความเป็นกลางทางคาร์บอนและการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ได้สำเร็จ ไม่สามารถดำเนินกิจกรรมการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสู่ชั้นบรรยากาศเพียงอย่างเดียวได้ จำเป็นต้องกำจัดหรือดูดซับก๊าซเรือนกระจกที่มีอยู่ออกจากชั้นบรรยากาศร่วมด้วย (กรุงเทพธุรกิจ,2566)

ในปัจจุบัน ตลาดคาร์บอนเครดิตยังคงพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยมีการขยายตัวของตลาดในภูมิภาคต่าง ๆ เช่น จีนและอเมริกาเหนือ นอกจากนี้ยังมีการพัฒนามาตรฐานและกรอบการทำงานใหม่เพื่อให้ตลาดคาร์บอนมีความน่าเชื่อถือและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ดังนั้น การพัฒนาของคาร์บอนเครดิตเป็นผลจากความพยายามของประชาคมโลกในการจัดการกับปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Dumas,2023) โดยใช้กลไกตลาดเพื่อสร้างแรงจูงใจในการลดการปล่อยและส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืน และสร้างแรงจูงใจทางการเงินให้กับบริษัทและอุตสาหกรรมในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยทำให้ Emission มีต้นทุน และการลด Emission มีมูลค่าทางเศรษฐกิจ (Stavins, 2020) ซึ่งนำไปสู่การลงทุนในเทคโนโลยีสะอาด (Clean Technology) ที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็วโดยคาดว่าจะมีมูลค่าสูงถึง 180 ล้านล้านบาทภายในปี 2573 และการปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ประเทศไทยเป็นพื้นที่ที่มีการปลูกยางพาราเป็นอันดับ 2 ของโลก หรือประมาณ 2.70 ล้านเฮกตาร์ (ANRPC, 2022) โดยจากการข้อมูลการสำรวจ พบว่าสวนยางพาราในประเทศไทยถือเป็นแหล่งดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ และมีศักยภาพในการเก็บกักคาร์บอนได้ดี (สุภารรณ เพ็ชศรี และ อำนวย ชิดไธสง, 2553) และเป็นพืชที่สามารถกักเก็บก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์อยู่ลำดับที่ 4 ของไม้ยืนต้น รองจากโกก้าง ยูคาลิปตัส และกระถินเทพา ตามลำดับ ซึ่งการศึกษาการลดปริมาณการปล่อยหรือดูดกลับก๊าซเรือนกระจก และสามารถนำไปซื้อขายได้ในสวนยางพาราของประเทศไทย นับว่าเป็นนโยบายสำคัญที่รองรับต่อการพัฒนาทั้งทางเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไปกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ภายใต้นโยบาย BCG MODEL (Bio-Circular-Green Economy) ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ การศึกษานโยบายเพื่อ

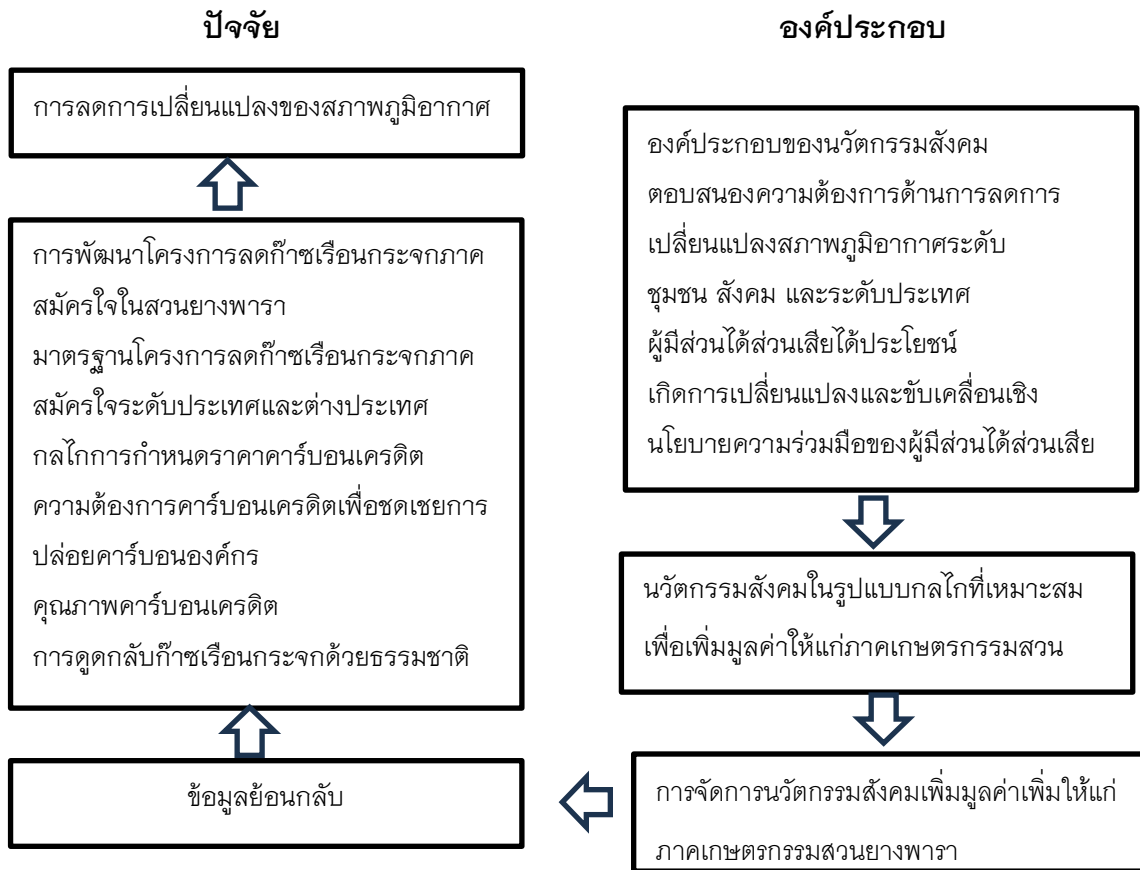
ออกมาตรการเชิงรุกในการบริหารจัดการคาร์บอนเครดิตในสวนยางพาราของประเทศไทยไม่เพียงจะส่งผลทางด้านการค้าระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมยางเองแต่ยังสามารถส่งเสริมการค้าในอุตสาหกรรมที่มีความต้องการใช้คาร์บอนเครดิตด้วย นอกจากนี้เป็นการเพิ่มรายได้เพื่อยกระดับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรชาวสวนยางแล้ว ยังสามารถช่วยเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขันจากมาตรการทางการค้าระหว่างประเทศด้วย

ดังนั้น ในการศึกษาวิจัยนี้ ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะนำเอาแนวคิด กระบวนการ และขั้นตอนของการสร้างสรรค์นวัตกรรมสังคม มาร่วมเป็นกรอบและเครื่องมือในการศึกษา พัฒนาข้อเสนอแนะ และสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งเกษตรกรชาวสวนยางพารา สถาบันเกษตรกร องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ควบคู่ไปกับแนวทาง และนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมต่อการรับมือต่อสภาวะการเปลี่ยนแปลงของภูมิอากาศและการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อนำไปสู่การจัดการปรับตัวและสร้างความสามารถในการรับมือต่อสภาวะการเปลี่ยนแปลงของเกษตรกรชาวสวนยางพารา และการนำเสนอนวัตกรรมทางสังคมในรูปแบบของการจัดการคาร์บอนเครดิตจะเป็นการส่งเสริมให้เกษตรกรและชุมชนมีส่วนร่วมในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและเพิ่มมูลค่าให้กับทรัพยากรธรรมชาติในระยะยาวต่อไป โดยศึกษาในพื้นที่ที่เป็นตัวแทนของภูมิภาค จำนวน 3 พื้นที่ ได้แก่ จังหวัดจันทบุรี จังหวัดเลย และจังหวัดสุราษฎร์ธานี

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากลไกและรูปแบบการดำเนินงานที่เหมาะสม เพื่อนำไปสู่การสร้างรายได้ในคาร์บอนเครดิตภาคเกษตรกรรมยางพารา
2. เพื่อศึกษาแนวทางและความเป็นไปได้ในการจัดการคาร์บอนเครดิตตามภาคสมัครใจในพื้นที่สวนยางพาราของประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาถึงแนวทางการพัฒนาความร่วมมือของผู้มีส่วนได้เสียที่มีต่อการจัดการคาร์บอนเครดิต

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ การยางแห่งประเทศไทย ในฐานะหน่วยงานที่มีอำนาจกำกับดูแลและกำหนดนโยบายหรือแนวทางปฏิบัติในสวนยางพารา
2. ผู้จัดทำระเบียบเกี่ยวกับคาร์บอนเครดิต ได้แก่ องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) มีบทบาทสำคัญในการกำหนดระเบียบวิธีการในการลดก๊าซเรือนกระจก (Methodology) การขึ้นทะเบียนและการรับรองปริมาณก๊าซเรือนกระจก
3. ภาคเอกชนหรือผู้สนใจซื้อ-ขายคาร์บอนเครดิต ได้แก่ บริษัทที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับยางพารา หรือบริษัทเอกชนที่สนใจในการร่วมลงทุนคาร์บอนเครดิต หรือผู้ที่มีความสนใจซื้อ-ขายคาร์บอนเครดิต

4. ภาคประชาชน ได้แก่ เกษตรกรผู้ปลูกยางพาราและประชาชนทั่วไปที่มีบทบาทหน้าที่ในการเป็นเจ้าของพื้นที่ เพื่อให้หน่วยงานต่าง ๆ เข้ามาลงทุนในพื้นที่ของตนเอง

ด้านพื้นที่ศึกษา คัดเลือกจากพื้นที่นำร่อง (Pilot Project) ที่เป็นตัวแทนของภูมิภาคต่าง ๆ จำนวน 3 พื้นที่ ดังนี้

1. จังหวัดจันทบุรี คิดพื้นที่ปลูกยาง 10,010.84 ไร่ ซึ่งถือเป็นตัวแทนพื้นที่ปลูกยางของภาคตะวันออก และเป็นตัวแทนพื้นที่ปลูกยางเก่า

2. จังหวัดเลย คิดในพื้นที่ปลูกยาง 10,106.40 ไร่ ซึ่งถือเป็นตัวแทนพื้นที่ปลูกยางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และเป็นตัวแทนพื้นที่ปลูกยางใหม่ที่มีพื้นที่เยอะที่สุด

3. จังหวัดสุราษฎร์ธานี คิดในพื้นที่ปลูกยาง 23,933.00 ไร่ ซึ่งถือเป็นตัวแทนพื้นที่ปลูกยางของภาคใต้ และเป็นตัวแทนพื้นที่ปลูกยางเก่า

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการนำข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิมาวิเคราะห์ สังเคราะห์งานวิจัยเชิงคุณภาพที่ประกอบด้วย การวิจัยเอกสาร และการมีส่วนร่วมออกแบบ-ร่วมออกแบบ โดยนำผลการศึกษารูปแบบแนวทางการซื้อขายคาร์บอนเครดิตในภาคเกษตรกรรมยางพารา มาจัดทำ Focus Group โดยใช้วิธีการตีความตามประเด็นสำคัญในการสรุปข้อมูล และเป็นมติของการ Focus Group เพื่อเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

ผลการวิจัย

1. กลไกและรูปแบบการดำเนินงานที่เหมาะสม เพื่อนำไปสู่การสร้างรายได้ในคาร์บอนเครดิตภาคเกษตรกรรมยางพารา

จากผลการดำเนินการออกแบบและพัฒนา รูปแบบการดำเนินงานสำหรับการลงทุนคาร์บอนเครดิต แบ่งออกเป็น 4 รูปแบบที่มีความแตกต่างกันในการดำเนินการ ดังนี้

1) แบบจำลองธุรกิจที่ 1 กรณีที่หน่วยงานภาครัฐเป็นตัวกลางซื้อขายคาร์บอนเครดิต ในรูปแบบการซื้อขายหลังจากที่ได้รับคาร์บอนเครดิตที่ผ่านการรับรอง หรือ ซื้อขายแบบล่วงหน้า ซึ่งในแบบจำลองนี้ หน่วยงานภาครัฐทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการซื้อขายคาร์บอนเครดิต ทั้งในรูปแบบที่ได้รับการรับรองแล้วหรือในรูปแบบการซื้อขylvล่วงหน้า โดยการดำเนินการในรูปแบบนี้ช่วยให้มีการจัดการ และการควบคุมการซื้อขายคาร์บอนเครดิตอย่างมีประสิทธิภาพ และการแบ่งปันผลประโยชน์ ในรูปแบบนี้ควรเน้นที่การให้เกษตรกรได้รับส่วนแบ่งที่สูงเพื่อจูงใจให้มีการผลิตคาร์บอนเครดิตอย่างต่อเนื่อง

2) แบบจำลองธุรกิจที่ 2 กรณีที่หน่วยงานภาครัฐเป็นผู้รวบรวมพื้นที่และสนับสนุน เพื่อนักลงทุนเป็นผู้ลงทุนคาร์บอนเครดิต ในแบบจำลองนี้ หน่วยงานภาครัฐทำหน้าที่รวบรวมพื้นที่และให้การสนับสนุนเพื่อดึงดูดนักลงทุนให้เข้ามาลงทุนในคาร์บอนเครดิต โดยรูปแบบนี้ช่วยเสริมสร้าง

ความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ นักลงทุน และเกษตรกร โดยที่นักลงทุนจะเป็นผู้รับความเสี่ยง และค่าใช้จ่ายในการลงทุน

3) แบบจำลองธุรกิจที่ 3 กรณีที่หน่วยงานภาครัฐเป็นผู้รวบรวมพื้นที่และสนับสนุนเพื่อให้บริษัทที่ขึ้นทะเบียนอย่างถูกต้องกับหน่วยงานภาครัฐเป็นผู้ลงทุนคาร์บอนเครดิต โดยในแบบจำลองนี้ หน่วยงานภาครัฐเป็นผู้รวบรวมพื้นที่และสนับสนุนการดำเนินงาน โดยให้บริษัทที่ขึ้นทะเบียนอย่างถูกต้องกับหน่วยงานภาครัฐ เป็นผู้ลงทุนในคาร์บอนเครดิต และมีผู้ซื้อคาร์บอนเครดิตเข้ามาซื้อขายผ่านบริษัทเหล่านี้ ซึ่งรูปแบบนี้ ช่วยให้มีการกระจายการลงทุนและการซื้อขายคาร์บอนเครดิตผ่านบริษัทที่มีความน่าเชื่อถือ รวมถึงช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือให้แก่เกษตรกรและการยางแห่งประเทศไทยอีกด้วย

4) แบบจำลองธุรกิจที่ 4 กรณีที่หน่วยงานภาครัฐและนักลงทุนร่วมกันลงทุนในคาร์บอนเครดิต โดยในแบบจำลองนี้ หน่วยงานภาครัฐและนักลงทุนร่วมกันลงทุนในคาร์บอนเครดิต โดยแบ่งปันต้นทุนและผลประโยชน์จากการลงทุน ซึ่งรูปแบบนี้ถือเป็นการเน้นความร่วมมือและการแบ่งปันความเสี่ยงระหว่างหน่วยงานภาครัฐและนักลงทุน เพื่อสร้างความยั่งยืนในการลงทุนและการผลิตคาร์บอนเครดิต

ในการศึกษาครั้งนี้ทำการประเมินปริมาณคาร์บอนกักเก็บในพื้นที่นำร่องในสวนยางพารา 3 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดจันทบุรี จังหวัดเลย และ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งแต่ละพื้นที่ถือเป็นตัวแทนของพื้นที่ปลูกยางเก่าและพื้นที่ปลูกยางใหม่ ซึ่งมีขนาดพื้นที่นำร่องรวม 10,010.84 ไร่, 10,106.40 ไร่ และ 23,933.01 ไร่ ตามลำดับ

จากผลการศึกษาตามกรอบระยะเวลา 7 ปี ที่ดำเนินงานอ้างอิงตามระเบียบวิธีการการเข้าร่วมโครงการลดก๊าซเรือนกระจกภาคสมัครใจของประเทศไทย หรือ Standard T-VER โดยอ้างอิงค่าการกักเก็บคาร์บอนไดออกไซด์ (tCO₂e) ในต้นไม้ยางพาราจากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (อบก.) มีค่าอยู่ที่ 4.22 tCO₂e ต่อไร่ จากผลการศึกษาปริมาณการกักเก็บคาร์บอนในสวนยางพารา พบว่าในพื้นที่สวนยางจังหวัดจันทบุรี จังหวัดเลย และ จังหวัดสุราษฎร์ธานี จะสามารถกักเก็บคาร์บอนได้ทั้งสิ้น 291,062.13 (tCO₂e/ปี) , 296,512.53 (tCO₂e/ปี) และ 685,142.29 (tCO₂e/ปี) ตามลำดับ

นอกจากนั้น ในการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการคาดการณ์ราคาของปริมาณคาร์บอนที่กักเก็บได้ในพื้นที่ศึกษาสวนยางทั้ง 3 จังหวัด โดยคาดการณ์ว่าราคาของปริมาณคาร์บอนที่กักเก็บได้ในพื้นที่ศึกษาจังหวัดจันทบุรี จังหวัดเลย และ จังหวัดสุราษฎร์ธานี จะมีมูลค่าทั้งสิ้น 337,160,470 บาท, 341,143,203 บาท และ 802,989,413 บาท ตามลำดับ หรือเฉลี่ยปีละ 48,165,781 บาท, 48,734,743 บาท และ 114,712,773 บาท ตามลำดับ ทั้งนี้ ราคาการซื้อขายคาร์บอนเครดิตนั้น จะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับประเภทโครงการ และมาตรฐานที่ใช้ในการประเมินคาร์บอนเครดิต โดยการประเมินคาร์บอนเครดิตมีทั้งมาตรฐานไทยและมาตรฐานสากลที่มีความเข้มข้นไม่เท่ากันระหว่างมาตรฐาน

และยังไม่มีข้อกำหนดมาตรฐานกลางสำหรับนานาชาติ สำหรับในประเทศไทยมีมาตรฐานคือ T-Ver และ Premium T-Ver ที่ได้มีการปรับปรุงขึ้นเพื่อให้เทียบเท่ากับมาตรฐานสากลโลกอย่าง Verra มากขึ้น นอกจากนั้นตลาดซื้อขายคาร์บอนมีทั้งตลาดคาร์บอนภาคบังคับ และ ตลาดคาร์บอนภาคสมัครใจ ซึ่งในปัจจุบันประเทศไทยมีการซื้อขายกันแต่เพียงในตลาดคาร์บอนภาคสมัครใจโดยการซื้อขายจะเป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยการจัดตั้งองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) เท่านั้น

2. แนวทางและความเป็นไปได้ในการจัดการคาร์บอนเครดิตตามภาคสมัครใจในพื้นที่สวนยางพาราของประเทศไทย

การจัดการคาร์บอนเครดิตจะผ่านกลไกที่เรียกว่า ตลาดคาร์บอน ซึ่งเป็นแหล่งที่ถูกจัดตั้งขึ้นเพื่อนำสินค้าที่เรียกว่า คาร์บอนเครดิต มาทำการซื้อขายแลกเปลี่ยน สำหรับนำไปชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสู่สิ่งแวดล้อมสำหรับหน่วยงาน องค์กร กิจกรรมต่าง ๆ ที่ไม่สามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ด้วยตนเอง โดยการกำหนดราคาคาร์บอนเครดิต ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการคำนึงถึงผลกระทบของการปล่อยมลภาวะสู่สิ่งแวดล้อม ผลกระทบด้านเศรษฐกิจและสังคม อีกทั้งต้นทุนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องของซึ่งตลาดคาร์บอน แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) ตลาดคาร์บอนภาคบังคับ (Mandatory Carbon Market) ตั้งขึ้นจากผลบังคับในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตามกฎหมาย มีกฎหมายและกฎระเบียบที่กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการและรายละเอียดเกี่ยวกับการซื้อขายกำกับอย่างชัดเจน ซึ่งต้องมีรัฐบาลออกกฎหมายและเป็นผู้กำกับดูแลปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และ 2) ตลาดคาร์บอนแบบภาคสมัครใจ (Voluntary Carbon Market) ตั้งขึ้นโดยไม่มีกฎหมายที่เกี่ยวกับการควบคุมก๊าซเรือนกระจกมาบังคับ เกิดขึ้นจากความร่วมมือกันของผู้ประกอบการหรือองค์กรเพื่อเข้าร่วมซื้อขายคาร์บอนเครดิตในตลาดด้วยความสมัครใจ โดยอาจจะมีการตั้งเป้าหมายในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของตนเองโดยสมัครใจ (Voluntary) แต่ไม่ได้มีผลผูกพันตามกฎหมาย (Non-legally Binding Target) และเป็นกลไกที่ประเทศไทยใช้ในปัจจุบัน

กลไกการลดก๊าซเรือนกระจกภาคสมัครใจในระดับประเทศของประเทศไทย ถูกสร้างและพัฒนาขึ้นโดยองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจกหรือ อบก. ซึ่งได้มีการกำหนดระเบียบ วิธีการลดก๊าซเรือนกระจกภายในประเทศ ซึ่งมีชื่อว่า โครงการลดก๊าซเรือนกระจกภาคสมัครใจตามมาตรฐานของประเทศไทย เรียกว่า T-VER (อ่านว่า ที-เวอ) มีเป้าหมายเพื่อเป็นกลไกภาคสมัครใจที่สนับสนุนให้เกิดการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในประเทศไทยด้วยความสมัครใจ โดยปริมาณการลดก๊าซเรือนกระจก หรือคาร์บอนเครดิตที่เกิดขึ้นภายใต้โครงการ T-VER สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการรายงานด้านสิ่งแวดล้อม ใช้ชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในองค์กร หรือนำไปขายในตลาดคาร์บอนภาคสมัครใจภายในประเทศได้เท่านั้น ซึ่งในระยะเวลาต่อมา อบก. จึงได้ทำการยกระดับมาตรฐานของโครงการ T-VER ขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานในระดับสากล เรียกว่า โครงการ Premium T-VER โดยในระเบียบวิธีการ

หรือกระบวนการที่สอดคล้องกับความตกลงปารีส (Article 6 of Paris Agreement) และให้เทียบเท่ากับมาตรฐานสากลอันมีคุณสมบัติเป็นที่ยอมรับจากผู้ซื้อมากขึ้น ทั้งในและต่างประเทศ

ผลการวิเคราะห์ SWOT และ TOWS Matrix ดังตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์

SWOT และ TOWS Matrix

ตารางที่ 1 SWOT และ TOWS Matrix

<p>Strengths</p> <ol style="list-style-type: none"> ประเทศไทยมีองค์กรที่รับผิดชอบกำกับดูแลและส่งเสริมเรื่องการลดก๊าซเรือนกระจกที่ชัดเจน ได้แก่ กรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม และองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก นอกจากนี้ยังมีการร่างพระราชบัญญัติการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การวางแห่งประเทศไทยมีความน่าเชื่อถือตามพระราชบัญญัติการวางแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2558 ในฐานะที่เป็นองค์กรกลางดูแลบริหารจัดการวางพาราในประเทศไทยอย่างครบวงจร มีประสิทธิภาพและมีความคล่องตัว การวางแห่งประเทศไทยมีบุคลากรมีความเชี่ยวชาญวิชาการเฉพาะด้านในการวิเคราะห์ ให้คำแนะนำรูปแบบวิธีการเกี่ยวกับการจัดการเกษตรวางพาราอย่างยั่งยืน 	<p>Weaknesses</p> <ol style="list-style-type: none"> การดำเนินงานด้านการจัดการคาร์บอนสะสมไม่เป็นการกิจหลักของการวางแห่งประเทศไทย จึงอาจมีข้อจำกัดด้านการจัดสรรงบประมาณ ข้อจำกัดด้านจำนวนบุคลากรและองค์ความรู้เฉพาะด้านเพื่อรองรับภารกิจด้านการจัดการคาร์บอนสะสม อาทิเช่น ความรู้ความเข้าใจในเรื่องการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และระบบตรวจวัด รายงาน และทวนสอบ ระบบระเบียบแบบราชการอาจทำให้ไม่คล่องตัว และรูปแบบการสื่อสารภายใน/ภายนอกองค์กร ยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ
<p>Opportunities</p> <ol style="list-style-type: none"> การลดก๊าซเรือนกระจกเป็นกระแสหลักระดับโลกที่ทวีความสำคัญมากขึ้นนับเป็นโอกาสการดำเนินงานเพื่อรองรับนโยบายของประเทศในการสนับสนุนการลดก๊าซเรือนกระจก วางพาราจัดอยู่ในกลุ่มพีซีที่มีการกักเก็บคาร์บอนสูง โครงการในภาคเกษตรกรรมวางพาราจึงมีศักยภาพสูงต่อการเพิ่มอุปทานของคาร์บอนเครดิต ภาคเอกชนมีความตื่นตัวในการสนับสนุนโครงการลดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศมากยิ่งขึ้น และมีความต้องการซื้อคาร์บอนเครดิตเพิ่มมากขึ้น 	<p>Threats</p> <ol style="list-style-type: none"> ราคาคาร์บอนเครดิตเป็นไปตามกลไกทางเศรษฐศาสตร์ ไม่สามารถควบคุมให้คงที่ได้ หากราคาไม่สอดคล้องกับต้นทุนที่ใช้ในการดำเนินโครงการจะส่งผลให้เกษตรกรไม่สนใจเข้าร่วมโครงการ เกษตรกรส่วนใหญ่ยังขาดจิตสำนึกด้านปัญหาสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศ อาจมีการเปลี่ยนแปลงที่ไม่คาดคิดเกิดขึ้นในพื้นที่ดำเนินโครงการ เช่น การขายที่ดิน ตัดต้นวางพาราหรืออุบัติเหตุทางธรรมชาติ

จากการวิเคราะห์ SWOT และ TOWS Matrix ช่วยให้เห็นถึงแนวทางในการจัดทำนโยบายด้านคาร์บอนเครดิตในสวนยางพาราของประเทศไทยสามารถดำเนินการได้อย่างยั่งยืนและมีประสิทธิภาพในอนาคต สำหรับกลยุทธ์การสร้างแรงจูงใจทางเศรษฐกิจเป็นกลยุทธ์แรกที่ต้องพิจารณา โดยการพัฒนาระบบแรงจูงใจ เช่น การให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีแก่เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการคาร์บอนเครดิต หรือการสนับสนุนทางการเงินในการนำเทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาใช้ จะช่วยกระตุ้นให้เกษตรกรมีความกระตือรือร้นในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก อีกทั้งการสร้างแรงจูงใจผ่านราคาของคาร์บอนเครดิตที่สามารถแข่งขันได้ในตลาดจะเป็นการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับการดำเนินงาน รวมถึงกลยุทธ์การสนับสนุนทางเทคโนโลยีเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่มีความสำคัญ โดยการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและการติดตามผลการดำเนินงานจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการคาร์บอนเครดิต การส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตยางพาราที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจะช่วยเสริมสร้างความยั่งยืนในระยะยาว นอกจากนี้ กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายและความร่วมมือก็เป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ การส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และองค์กรระหว่างประเทศในการสนับสนุนและผลักดันนโยบายจะช่วยเพิ่มความแข็งแกร่งในการดำเนินงาน การสร้างเครือข่ายระหว่างเกษตรกรและผู้ประกอบการในการแบ่งปันความรู้และประสบการณ์จะช่วยเสริมสร้างการมีส่วนร่วมและความเข้าใจในหมู่ผู้มีส่วนได้เสียโดยการทำให้เห็นผลจริง หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรร่วมมือในการสื่อสารและการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายการจัดการคาร์บอนเครดิตในสวนยางพารา ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยให้ผู้มีส่วนได้เสียและประชาชนทั่วไปเข้าใจและสนับสนุนการดำเนินงาน การใช้ช่องทางต่างๆ เช่น สื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ และการจัดประชุมเพื่อเผยแพร่ความรู้และข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการคาร์บอนเครดิตจะช่วยสร้างความตระหนักในวงกว้าง การประชาสัมพันธ์ความสำเร็จของโครงการนำร่องและการดำเนินงานในระดับประเทศจะช่วยสร้างแรงจูงใจและสนับสนุนการขยายโครงการในอนาคต

3. แนวทางการพัฒนาความร่วมมือของผู้มีส่วนได้เสียที่มีต่อการจัดการคาร์บอนเครดิต

จากการประชุม Focus Group พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่มมีความคาดหวังและความต้องการที่แตกต่างกันตามบทบาทของตนเอง แต่ทุกกลุ่มล้วนมุ่งหวังให้เกิดการดำเนินงานที่เป็นรูปธรรมและได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน ตัวอย่างเช่น นักลงทุนคาดหวังที่จะได้รับผลตอบแทนที่เหมาะสมจากการลงทุนในคาร์บอนเครดิต ขณะที่ลูกค้าและผู้ซื้อคาดหวังสินค้าที่มีคุณภาพและสอดคล้องกับราคา นอกจากนี้ เกษตรกรเจ้าของสวนยางพารายังมองเห็นโอกาสในการเพิ่มรายได้ผ่านการเข้าร่วมโครงการนี้ โดยหน่วยงานภาครัฐ (กยท.) มีบทบาทสำคัญในการเป็นผู้ดำเนินการหลักและตัวกลางในการติดต่อประสานงานระหว่างนักลงทุนและเกษตรกร รวมถึงการขับเคลื่อนเชิง

นโยบายเพื่อให้เกิดระเบียบการซื้อขายและการลงทุนในคาร์บอนเครดิตในพื้นที่สวนยางพาราได้อย่างแท้จริง กยท. ควรให้ความสำคัญกับข้อเสนอแนะและความเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อนำไปสู่การกำหนดระเบียบการซื้อขายที่สอดคล้องกับความต้องการของทุกฝ่าย อย่างไรก็ตาม ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุนทั้งด้านนโยบาย การเงิน และเทคนิค เพื่อให้เกษตรกรและนักลงทุนสามารถเข้าร่วมในระบบคาร์บอนเครดิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ การจัดทำระเบียบการซื้อขายและลงทุนในคาร์บอนเครดิตที่ชัดเจน จะช่วยให้ทุกภาคส่วนสามารถดำเนินการได้อย่างมั่นใจและสอดคล้องกับมาตรฐานทั้งในระดับประเทศและระดับสากล กล่าวโดยสรุปคือ การดำเนินโครงการบริหารจัดการคาร์บอนเครดิตในสวนยางพาราของประเทศไทยมีศักยภาพที่จะสร้างประโยชน์ทั้งในด้านเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม โดยการมีส่วนร่วมและการสนับสนุนจากทุกภาคส่วน รวมถึงการกำหนดนโยบายและระเบียบที่ชัดเจน จะช่วยให้โครงการนี้สามารถประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน ทั้งนี้ กยท. ควรมีบทบาทสำคัญในการประสานงานและขับเคลื่อนโครงการให้เกิดขึ้นจริง เพื่อให้ทุกภาคส่วนได้รับผลประโยชน์ร่วมกันอย่างเต็มที่

อภิปรายผลการวิจัย

แนวทางและความเป็นไปได้ในการจัดการคาร์บอนเครดิตตามภาคสมัครใจในพื้นที่สวนยางพาราของประเทศไทย มีศักยภาพในการเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกรผ่านการขายคาร์บอนเครดิตในตลาดภาคสมัครใจ ซึ่งในปัจจุบันมีแนวโน้มของราคาคาร์บอนเครดิตที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในภาคเกษตรกรรมและป่าไม้ที่ได้รับความสนใจมากขึ้น หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ควรทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการรวบรวมพื้นที่และจัดหาตลาดคาร์บอนเครดิตที่มีความมั่นคง เพื่อให้เกษตรกรสามารถเข้าถึงตลาดและขายคาร์บอนเครดิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐควรมีบทบาทสำคัญในการสร้างนโยบายและระเบียบที่เอื้อต่อการพัฒนาโครงการคาร์บอนเครดิต รวมถึงการสนับสนุนด้านการเงินและการเผยแพร่องค์ความรู้เพื่อให้เกษตรกรสามารถปฏิบัติตามแนวทางที่กำหนดไว้ นอกจากนี้ การสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และเกษตรกรจะช่วยให้เพิ่มโอกาสในการขายคาร์บอนเครดิตทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งจะเป็นการขยายโอกาสทางเศรษฐกิจให้กับเกษตรกรไทยอย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของประเสริฐ ภวสันต์ วรพจน์ กนกกันตพงษ์ และ อาวีวรรณ มั่งมิชัย (2558) ที่เห็นว่า ภาครัฐควรเป็นหน่วยงานที่เข้าไปมีบทบาทในการส่งเสริมและพัฒนาตลาดคาร์บอน ซึ่งจะเป็นแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการและเพิ่มรายได้ของเกษตรกร รวมถึงการขยายผลไปยังพืชและป่าไม้ประเภทอื่น ๆ ที่สอดคล้องกับงานวิจัยของจุฑาพร ทองนุ่นและคณะ และศศิธร เพชรแสนและคณะ (2565) ที่เห็นว่า กลไกและรูปแบบการดำเนินงานที่เหมาะสม เพื่อนำไปสู่การสร้างรายได้ในคาร์บอนเครดิตภาค

เกษตรกรรมยางพารา พบว่า แบบจำลองธุรกิจที่ 1 กรณีที่หน่วยงานภาครัฐเป็นตัวกลางซื้อขายคาร์บอนเครดิต ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเห็นด้วยและมีความเป็นไปได้ในการจัดทำกลไกและรูปแบบการดำเนินงานนี้ เนื่องจากเป็นตัวกลางที่สร้างความเชื่อมั่นให้แก่เกษตรกรชาวสวนยางได้ และแบบจำลองธุรกิจที่ 4 หน่วยงานภาครัฐและนักลงทุนร่วมกัน การให้นักลงทุนร่วมลงทุนกับ กยท. (Co-investors) ในพื้นที่สวนยางของ กยท. จะเป็นการเพิ่มความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร นอกจากนี้จะเป็นการลดภาระหน้าที่และค่าใช้จ่ายในการดำเนินโครงการของ กยท. แล้ว ยังเป็นการเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับเกษตรกรอีกด้วย ทั้งนี้ การพัฒนากลไกและรูปแบบตลาดคาร์บอนภาคสมัครใจที่เข้มแข็งและมีประสิทธิภาพจะช่วยให้เกษตรกรสามารถขายคาร์บอนเครดิตได้ในราคาที่ เป็นธรรมและสอดคล้องกับมาตรฐานสากล เช่น การใช้ระบบแพลตฟอร์มการซื้อขายคาร์บอนเครดิต หรือ Thailand Carbon Credit Exchange Platform หรือ FTIX จะช่วยเพิ่มความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือให้กับตลาดคาร์บอนของไทย ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม เพื่อให้โครงการคาร์บอนเครดิตสามารถสร้างความยั่งยืนในระยะยาวได้ ควรมีกฎ กติการติดตามและประเมินผลที่เข้มงวด รวมถึงการพัฒนาระบบตรวจสอบที่โปร่งใส เพื่อให้มั่นใจว่าการ ดำเนินการทุกขั้นตอนเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ การสร้างความเชื่อมั่นในระบบการซื้อขาย คาร์บอนเครดิตนี้จะช่วยให้เกษตรกรและประเทศไทยได้รับผลประโยชน์อย่างเต็มที่จากการเข้าร่วมใน ตลาดคาร์บอนเครดิต

แนวทางการพัฒนาความร่วมมือของผู้มีส่วนได้เสียที่มีต่อการจัดการคาร์บอนเครดิต ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง นำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในด้านต่าง ๆ เช่น เกษตรกรและผู้ประกอบการ สวนยางพาราสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการปรับปรุงการจัดการสวนยางของตนเอง โดยการเข้าร่วม โครงการ T-VER เพื่อให้ได้รับคาร์บอนเครดิต ซึ่งสามารถนำไปขายในตลาดคาร์บอนภาคสมัครใจ เป็นการเพิ่มรายได้เพิ่มเติมจากการขายผลิตภัณฑ์ยางพารา นอกจากนี้ การปฏิบัติตามมาตรฐาน T-VER จะช่วยส่งเสริมการค้าและการทางภาคเกษตรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และเพิ่มการกักเก็บคาร์บอนในดินและต้นไม้ และสำหรับหน่วยงานภาครัฐ เช่น กระทรวง ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม หรือหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพ ภูมิอากาศ สามารถใช้ผลการวิจัยนี้เพื่อพัฒนานโยบายและกลยุทธ์ในการส่งเสริมการลดก๊าซเรือน กระจกในภาคการเกษตร โดยใช้โครงการ T-VER เป็นกลไกในการบรรลุเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม ตามความตกลงปารีส ภาครัฐยังสามารถใช้ข้อมูลจากงานวิจัยเพื่อพัฒนาโครงการสนับสนุนเกษตรกร เช่น การฝึกอบรม การให้ความรู้ หรือการให้เงินสนับสนุน เพื่อช่วยให้เกษตรกรสามารถเข้าร่วมโครงการ T-VER ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในการประเมินคาร์บอนจากสวนยางพารา

ของประเสริฐ ภวสันต์ วรพจน์ กนกกันทพงษ์ และ อาวีวรรณ มั่งมีชัย (2558) ในการประเมินการกักเก็บคาร์บอนในสวนยางพารา และแนวทางการปฏิบัติตามมาตรฐานขององค์การบริหารก๊าซเรือนกระจก

และสำหรับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มของบริษัทหรือองค์กรที่ต้องการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกหรือชดเชยการปล่อยก๊าซของตนเอง สามารถใช้ผลการวิจัยนี้ในการเลือกซื้อคาร์บอนเครดิตจากโครงการ T-VER ที่มีคุณภาพสูง และได้รับการรับรองตามมาตรฐานสากล ซึ่งจะช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับการรายงานด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัท นอกจากนี้ การสนับสนุนโครงการ T-VER ยังเป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของบริษัท ซึ่งสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของผู้บริโภคและนักลงทุนได้อีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1) ภาครัฐควรจัดทำค่าชีวมวลกลางตามมาตรฐานที่สามารถเทียบเคียงต่างประเทศไทย และเป็นตัวกลางในการศึกษาการปล่อยและการกักเก็บคาร์บอนเครดิตในพืชแต่ละชนิดไม่ให้เกิดความคาดเคลื่อนจนมีนัยยะต่อการประเมินมูลค่าทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม

2) หน่วยงานรัฐควรกำหนดมาตรฐานการปล่อยคาร์บอนเป็นภาคบังคับ โดยประเมินการปล่อยตามประเภทธุรกิจให้เป็นมาตรฐาน ซึ่งสามารถทำควบคู่กับการสร้างแรงจูงใจทางการเงินและไม่ใช้การเงิน เช่น หากดำเนินการได้ตามมาตรฐานการปล่อยก๊าซเรือนกระจก จะไปรับการสนับสนุนสินเชื่อ ด้าน Green Finance ซึ่งการดำเนินงานควบคู่กันจะเป็นการดำเนินงานเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น

3) ภาครัฐต้องเผยแพร่ สร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสร้าง การลด การปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก รวมถึงการซื้อขายคาร์บอนเครดิตที่ง่าย เพื่อให้เกษตรกรและผู้ประกอบการรับรู้ ข้อมูลประกอบการตัดสินใจก่อนการดำเนินงานเรื่องคาร์บอนเครดิต นักลงทุนประกอบการตัดสินใจการลงทุน เนื่องจากปัจจุบันประชาชน นักลงทุนภาครัฐและเอกชนมีความสนใจเรื่องนี้กันอย่างมาก

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1) ควรมีการบำรุงพืชผลทางการเกษตรให้ปฏิบัติตามการใส่ปุ๋ยตามค่าวิเคราะห์เพื่อไม่ให้เกิดทรัพยากรในดินไม่สมดุล ลดการสร้างคาร์บอนเกินความจำเป็น และจะช่วยให้เกิดเกษตรกรลดค่าใช้จ่ายจากการบำรุงในส่วนเกิน

2) ผู้ลงทุนควรมีแหล่งเงินทุนหรือตลาดรองในการเข้าไปทำสัญญากับเกษตรกรในรูปแบบที่ผู้ลงทุนต้องร่วมลงทุนกับเกษตรกร

เอกสารอ้างอิง

- กรุงเทพธุรกิจ. (2566). *ราคาซื้อ-ขายคาร์บอนเครดิตช่วง 6 เดือนแรกของปี 2566*. สืบค้นเมื่อ 6 ธันวาคม 2567, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/environment/1086018>.
- จุฑาทพร ทองนุ่น, พิษิต ลำไย, สันติ สุขสะอาด และ ศุภศิษย์ ศรีอภัยขรินทร. (2565). พลวัตป่าไม้และการกักเก็บคาร์บอนในช่วงเวลา 10 ปี ในพื้นที่อุทยานแห่งชาติลำน้ำน่าน จังหวัดอุตรดิตถ์และจังหวัดแพร่. *วารสารวนศาสตร์ไทย*, 41(2), 48–62.
- ประเสริฐ ภาวนันต์, นักวิจัย, วรพจน์ กนกกันตพงษ์, นักวิจัย และ อาวีวรรณ มั่งมีชัย, นักวิจัย (2558). *การวิจัยเชิงนโยบายการจัดทำคาร์บอนเครดิต และประเมินความต้องการใช้น้ำจากการดำเนินการปลูกสร้างสวนยางพารา ระยะที่ 3 ในภาคเหนือ ภาคกลาง และภาคตะวันออก 250,000 ไร่*: รายงานฉบับสมบูรณ์ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.
- สุภาวรรณ เพ็ชศรี และ อำนวย ชิดไธสง. (2553). *ศักยภาพการเก็บกักคาร์บอนในสวนยางพาราของประเทศไทย. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติเรื่อง ประเทศไทยกับภูมิอากาศโลก ครั้งที่ 1: ความเสี่ยงและโอกาสท้าทาย ในกลไกการจัดการสภาพภูมิอากาศโลก*. (น. 439–447). วันที่ 19–21 ส.ค. 2553 จ.นนทบุรี
- ANRPC. (2022). *Natural Rubber Trends & Statistics. Association of Natural Rubber Producing Countries*, 2(3), 1–27.
- Dumas, Y. C. M. (2023). *Carbon Credit Incentives for Agroforestry: A Feasibility Study for Smallholder Farmers in Ghana's Ashanti Region*. Retrieved December 2, 2024, from <http://resolver.tudelft.nl/uuid:be6da098-6bcb-45fc-9f3c-23dde5810bce>.
- Rhodium Group. (2023). *Global Greenhouse Gas Emissions: 1990–2021 and Preliminary 2022 Estimates*, retrieved December 1, 2024, from <https://rhg.com/research/global-greenhouse-gas-emissions-2022/>.
- Stavins, R. N. (2020). The future of US carbon-pricing policy. *Environmental and Energy Policy and the Economy*, 1, 8–64.

การเสริมสร้างสมรรถนะนักบริหารทรัพยากรมนุษย์
อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ประเทศไทย

Strengthening the competency of human resource managers Automotive
parts manufacturing industry, Thailand

¹นัฐธราลักษณ์รายา คณานุรักษ์ และ ²ชเนตตี พิพัฒนางกูร

¹Nutcharaluckraya Khananurux and ²Chanettee Pipattanangkul

¹ นักศึกษาปริญญาเอกหลักสูตรบริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต

สาขาการจัดการเชิงกลยุทธ์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก

²อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกริก

สาขาการจัดการเชิงกลยุทธ์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก

¹Doctor of Business Administration Faculty of Business Administration. KRIRK University

²Lecturer of the Doctor of Business Administration Faculty of Business Administration &

Deputy Dean for Academic Affairs China International Language and Culture College, KRIRK University

¹Corresponding Author. E-mail: nutcharaluckraya@gmail.com

Received December 9, 2024; Revised April 3, 2025; Accepted April 9, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษา การเสริมสร้างสมรรถนะนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยคุณลักษณะที่ดีของนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ภาวะผู้นำด้านจริยธรรม การมีส่วนร่วม 2) เพื่อศึกษาปัจจัยสมรรถนะนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ 3) เพื่อเป็นแนวทางในการเสริมสร้างสมรรถนะนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ประเทศไทย ซึ่งเป็นงานวิจัยแบบผสานวิธี โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญงานวิจัยด้วยเทคนิคเดลฟาย วิธีการสนทนากลุ่มจากผู้ประกอบกิจการธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ 17 คน และแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจำนวน 400 คน การวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างโดยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เนื้อหา ด้วยวิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า ในการหาความเที่ยงตรง ความถูกต้องทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเนื้อหาได้แก่ การวิเคราะห์เชิงพรรณนา และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน เพื่อนำมายืนยันผลการวิจัย ผลการวิจัยพบว่าผู้ให้ข้อมูลสำคัญเห็นสอดคล้องตรงกันว่านักบริหารทรัพยากรมนุษย์เป็นบุคคลแรกที่ทำหน้าที่คัดเลือกบุคคลากรเข้าทำงานจึงต้องมีทักษะความรู้ คุณสมบัติผู้บริหารที่ดี ภาวะผู้นำด้านจริยธรรม และการมีส่วนร่วมภายในองค์กร แต่ยังขาดทักษะการเรียนรู้ด้านภาษาเพื่อการสื่อสารในยุคปัจจุบันและขาดความร่วมมือ แรงสนับสนุนจากภาครัฐในการส่งเสริมภาคเอกชน ดังนั้นนักบริหารทรัพยากรมนุษย์จึงควรพัฒนาตนเองไปพร้อมกับองค์กรได้ สรุปภาพรวมได้ว่ามีผลเชิงบวกในการเสริมสร้างสมรรถนะนักบริหารทรัพยากรมนุษย์

ปีที่ 11 ฉบับที่ 1 (มกราคม-เมษายน 2568) | Vol.11 No.1 (January-April 2025)

คำสำคัญ: สมรรถนะ; จริยธรรมภาวะผู้นำ; การมีส่วนร่วม; นักบริหารทรัพยากรมนุษย์;
อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์

Abstract

This research is a study. Strengthening the competency of human resource managers the automotive parts manufacturing industry in Thailand has objective: 1) To study the factors of good characteristics of human resource managers. Ethical Leadership Participation. 2) To study the competency factors of human resource managers. 3) To be a guideline for enhancing the competence of human resource managers in the automotive parts manufacturing industry in Thailand. This is mixed-method research using qualitative and quantitative research. The research instrument used was in-depth interviews. Key informants of the research using Delphi technique, focus group method from 17 entrepreneurs in the automotive parts manufacturing industry. and a specific sample questionnaire of 400 peoples. The research was conducted by semi-structured interviews. The data were analyzed for content using triangulation to find the validity and statistical accuracy used in analyzing the content data. such as Descriptive analysis and Pearson product moment correlation coefficient analysis were used to confirm the research results. The research results found that key informants were consistent in their views that: Human resource managers are the first people responsible for selecting employees. Therefore, it is necessary to have skills, knowledge, good management qualities, ethical leadership, and participation within the organization. But there is still a lack of language learning skills for communication in the current era and a lack of cooperation Government support in promoting the private sector, therefore human resource administrators. Therefore, human resource managers should develop themselves along with the organization. In summary, it can be concluded that there are positive effects on enhancing the competencies of human resource managers.

Keywords: Competency; Ethical Leadership; Participation; Human Resource Management;
Automotive parts manufacturing industry

บทนำ

สถานการณ์ปัจจุบันภาคธุรกิจยังคงมีการพัฒนาด้านนวัตกรรมทรัพยากรมนุษย์ที่สูงขึ้น มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการพัฒนาอย่างรวดเร็ว เพื่อเสริมสร้างมูลค่าผลผลิต ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาบุคคลในหน่วยงานมีการแข่งขันทุกระดับทั้งภายในและต่างประเทศเป็นสิ่งสำคัญอันเนื่องมาจากทรัพยากรบุคคลเป็นทุนทรัพย์ที่มีความสำคัญในการปฏิบัติงานให้ประสบความสำเร็จ หน่วยงานรัฐบาลจัดให้มีการส่งเสริมพัฒนาทักษะบุคลากรไปสู่ยุคโลกาภิวัตน์ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 พ.ศ.2566-2570 ซึ่งเน้นการพัฒนาประเทศด้านทรัพยากรมนุษย์และการศึกษา ทำให้องค์กรธุรกิจภาคอุตสาหกรรมหน่วยงานต่างๆ จำเป็นต้องมีการบูรณาการทรัพยากรมนุษย์ที่เหมาะสมตามสถานการณ์พร้อมกับการพัฒนาขององค์กรควบคู่กัน โดยน้อมนำหลัก

"ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง" มาใช้เป็นต้นแบบในการกำหนดทิศทางแผนการพัฒนาประเทศเป็นแผนแม่บทหลักสำคัญของการขับเคลื่อนแผนพัฒนาตลอดจนทั้งการเชื่อมโยงกับเป้าหมายแผนการพัฒนาโลกแบบยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ซึ่งเป็นจุดขยายในการนำประเทศให้ก้าวไปสู่การเป็นผู้นำด้านเศรษฐกิจ สังคมก้าวหน้าเติบโตพร้อมกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมให้มีความสมดุลในระยะยาวตามหลักแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 พ.ศ.2566-2570 คือการเสริมสร้างเพื่อพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรบุคคลให้ตรงตามสายงานอย่างยั่งยืนแบบต่อเนื่องด้วยการเพิ่มสมรรถนะบุคลากรในหน่วยงานให้ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพเกิดผลสำเร็จเพิ่มความรู้ความสามารถในการแข่งขันให้องค์กรธุรกิจมีการพัฒนาก้าวสู่นวัตกรรมโลกาภิวัตน์แบบยั่งยืนอย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นการรองรับความต้องการที่แตกต่างหลากหลายของบุคคลและองค์กรในสังคมให้ครอบคลุมทุกมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม อย่างยั่งยืนตลอดจนรองรับความต้องการเป็นหนึ่งในห่วงโซ่มูลค่าของโลก (Global Value Chain) (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2562)

การเสริมสร้างพัฒนาสมรรถนะนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ เป็นการเสริมสร้างพัฒนาทรัพยากรบุคคลที่เรียกว่า "ทุนมนุษย์" ในองค์กรซึ่งเป็นการเตรียมความพร้อมสำหรับพัฒนาสมรรถนะบุคลากรให้มีทักษะ ความรู้ ความสามารถในการแข่งขันทัดเทียมกับประเทศอื่น ซึ่งเป็นหนึ่งในแผนการพัฒนาทรัพยากรบุคคลและการศึกษา ภายใต้แผนการพัฒนาพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) ที่ต้องการยกระดับการพัฒนาบุคคลทุกๆ ด้านในพื้นที่ภาคอุตสาหกรรมสามจังหวัดคือ ชลบุรี ระยอง และฉะเชิงเทรา (ไทยรัฐออนไลน์, 2560) จึงได้กำหนดแผนดำเนินการเสริมสร้างพัฒนาโครงการพื้นฐานหลักเดิมต่อยอด เพื่อให้เป็นฐานเขตเศรษฐกิจชั้นนำของอาเซียน (กรุงเทพธุรกิจ, 2561) และเป็นศูนย์กลางการลงทุนภาคอุตสาหกรรมระดับโลก ตามเป้าหมายส่งเสริมการพัฒนา 10 เป้าหมายอุตสาหกรรมหลัก ให้เป็นกลไกขับเคลื่อนเพื่ออนาคต (New Engine of Growth) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจภาคอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ด้วยการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและด้านการแข่งขันได้แบบต่อเนื่องอย่างยั่งยืน การเสริมสร้างพัฒนาสมรรถนะบุคลากรในองค์กรจึงมีความสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจภาคอุตสาหกรรมเป็นอย่างยิ่ง (ลัดดาวัลย์ เชื้อพลบ, 2560) การเสริมสร้างเพื่อพัฒนาสมรรถนะยังเป็นการเตรียมความพร้อมของบุคลากร การปลูกฝังเสริมสร้างความยุติธรรม ภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมและการมีส่วนร่วมอื่นๆ เพื่อให้การปฏิบัติงานเกิดประสิทธิภาพสูงสุด สมรรถนะจึงเป็นคุณลักษณะสำคัญของบุคคลที่พึงมีในการปฏิบัติงานเพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จ (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, 2560) ดังนั้นการส่งเสริมพัฒนาสมรรถนะบุคลากรจึงเป็นสิ่งสำคัญในการรองรับธุรกิจภาคอุตสาหกรรมในอนาคตให้เชื่อมโยงกันตามโซ่ห่วงโซ่มูลค่าแบบยั่งยืน

สำหรับภาคอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยนับเป็นอุตสาหกรรมหลักสำคัญที่สร้างมูลค่าความก้าวหน้า การเติบโตทางเศรษฐกิจ จนทำให้ประเทศไทยก้าวขึ้นสู่การเป็นผู้นำ

ในภูมิภาคอาเซียนระดับต้นของประเทศผู้ผลิตรถยนต์ของโลก รวมถึงเป็นฐานการผลิตรถจักรยานยนต์ และชิ้นส่วนยานยนต์ในภูมิภาคอาเซียน รัฐบาลมองเห็นความสำคัญ จึงส่งเสริมสนับสนุนภาคอุตสาหกรรมผลิตรถยนต์ของไทย เพื่อมุ่งหวังรักษาอุตสาหกรรมผลิตรถยนต์ไทยให้อยู่ในระดับความต้องการของอนาคตตามแผนแม่บทอุตสาหกรรมยานยนต์ ปี พ.ศ. 2562 และเพื่อให้อุตสาหกรรมผลิตรถยนต์ชิ้นส่วนยานยนต์ไทยได้มีพัฒนาการเติบโตอย่างมั่นคงแบบยั่งยืน

คุณลักษณะนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่ดี ถือว่าเป็นคุณลักษณะนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีความคล่องตัวมีสมรรถนะสูง ในสถานการณ์ปัจจุบันและอนาคต เพื่อให้การปฏิบัติงานทันสมัย นักบริหารทรัพยากรมนุษย์จึงหาวิธีการเชิงกลยุทธ์ในการบริหารจัดการ เพื่อนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ เป็นการควบคุมบุคคลและทรัพยากรด้านการบริหาร ให้ดำเนินงานบรรลุเป้าหมายขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ เกิดประสิทธิผล ซึ่งนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ มีบริบทสำคัญในการบริหารจัดการงานบุคคลตามนโยบายเกี่ยวกับบุคลากรที่จะเข้ามาปฏิบัติงานในองค์กร ดังนั้นนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่ดีควรมีคุณลักษณะ 5 ด้านด้วยกัน คือ 1.คุณลักษณะด้านการเป็นผู้นำ 2.คุณลักษณะด้านวิชาการ 3.คุณลักษณะด้านคุณธรรม จริยธรรม หลักธรรมมาภิบาล 4.คุณลักษณะด้านบุคลิกภาพที่ดี และ 5.คุณลักษณะด้านความสามารถในการบริหาร (ถนอมขวัญ อยู่สุข, 2563)

ภาวะผู้นำด้านจริยธรรม (กมลทิพย์ ทองกำแหง, 2562) ในสถานการณ์ความเปลี่ยนแปลงทางสังคมโลกได้มีการพัฒนาและการแข่งขันที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว เพื่อให้ประเทศไทยได้มีการตั้งรับกับกระแสโลกาภิวัตน์กับปัญหาต่างๆ รัฐบาลไทยได้มีการวางแผนยกระดับการพัฒนาประเทศไทยไปสู่เป้าหมายเป็นการวางแผนวางรากฐานการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในประเทศไทยแผนยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ.2561-2580 เป็นการวางรากฐานการพัฒนาคุณภาพชีวิต ภูมิปัญญา และนวัตกรรมในระยะเวลาอีก 20 ปี อย่างเป็นระบบ เพื่อให้มีการปลูกฝังด้านจริยธรรม คุณธรรม ความรับผิดชอบต่อสังคมคนไทยต้องมีคุณภาพชีวิตที่ดีพร้อมกับการพัฒนาประเทศ นักบริหารทรัพยากรมนุษย์จึงจำเป็นต้องมีคุณสมบัติภาวะผู้นำด้านจริยธรรม (ปัทมวรรณ โชติกลาง, 2566) เป็นบุคลิกภาพพฤติกรรมส่วนบุคคล ซึ่งมีกระบวนการที่มีหลักคุณธรรม จริยธรรม ในการใช้อำนาจโดยถือเป็นเรื่องที่นำสำคัญประการหนึ่งที่จะช่วยทำให้ผู้ปฏิบัติตามรู้คุณค่าของผู้นำ ซึ่งผู้นำแต่ละคนสามารถที่จะพัฒนาให้เกิดภาวะผู้นำ ด้วยการสร้างจุดเด่นสำคัญในการที่จะผูกใจผู้ใต้บังคับบัญชาให้เกิดความศรัทธาในตัวของผู้นำ และเป็นประโยชน์ในการปฏิบัติหน้าที่ให้บรรลุเป้าหมายต่อไป

ที่สำคัญการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการเปิดโอกาสให้ มีการดำเนินงานพัฒนาความต้องการ มีทัศนะร่วมกันคิดไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อม เป็นการสื่อสารสองทาง เพื่อที่จะให้เกิดการตัดสินใจที่ดีขึ้น และได้รับการสนับสนุน การแสดงความคิดเห็น การตัดสินใจร่วมกันในการวางแผนในกิจกรรม ร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ (สมบัติ นามบุรี, 2562) เพื่อนำองค์กรไปสู่เป้าหมาย

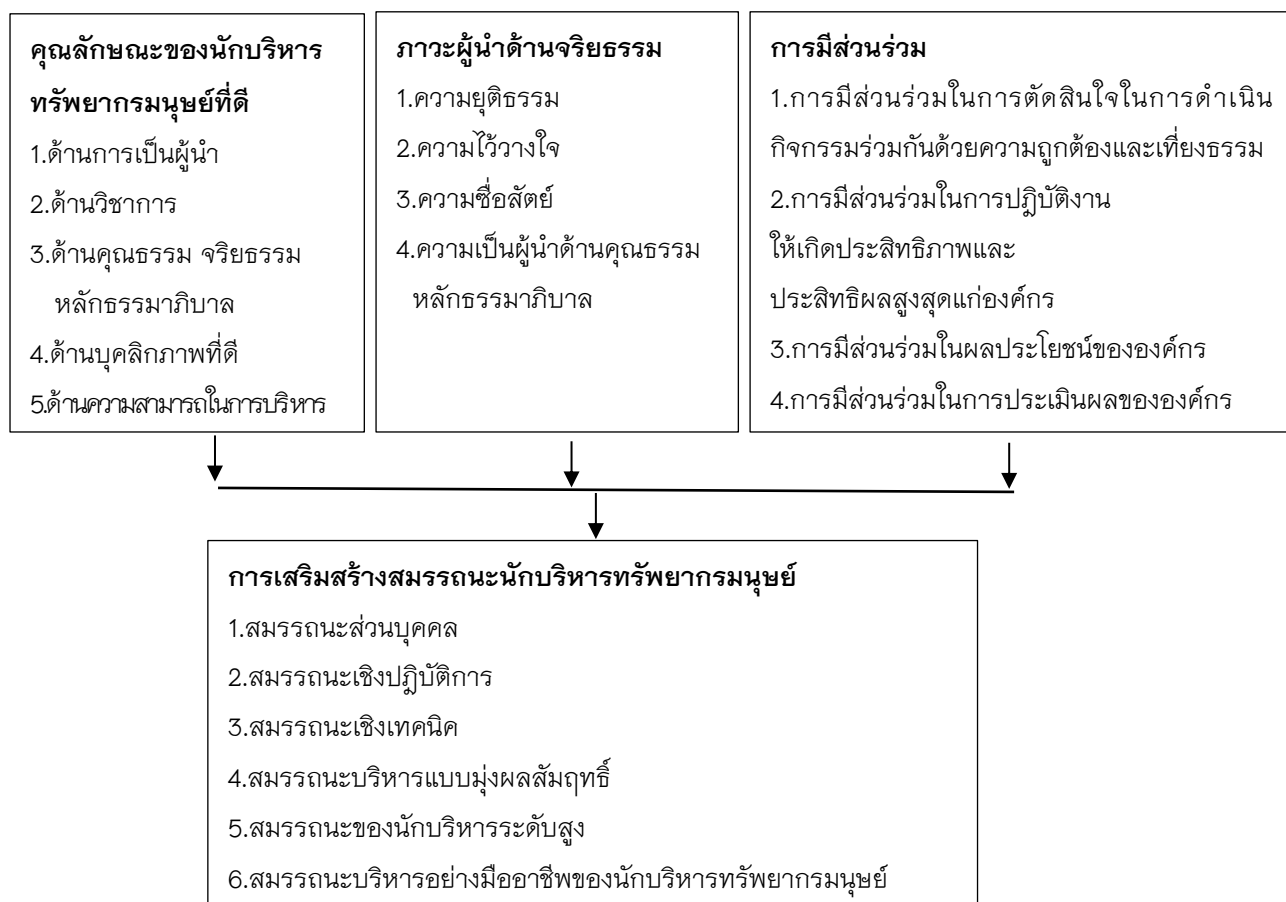
เดียวกัน การมีส่วนร่วมเป็นเรื่องสำคัญซึ่งถูกกำหนดไว้ในรัฐธรรมนูญของไทยไว้อย่างชัดเจนตามความเหมาะสมในการมีส่วนร่วม หาแนวทางที่ดี เพื่อการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นตามสถานการณ์นั้น ๆ ซึ่งถือเป็นหลักการพื้นฐานของการมีส่วนร่วมในวิถีทางประชาธิปไตย

ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาแนวทางในการเสริมสร้างสมรรถนะนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ประเทศไทย ด้วยปัจจัยคุณลักษณะที่ดีของนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ ภาวะผู้นำด้านจริยธรรม และการมีส่วนร่วม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยคุณลักษณะที่ดีของนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ ภาวะผู้นำด้านจริยธรรม การมีส่วนร่วม
2. เพื่อศึกษาปัจจัยสมรรถนะนักบริหารทรัพยากรมนุษย์
3. เพื่อเป็นแนวทางการเสริมสร้างสมรรถนะนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ประเทศไทย

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 การเสริมสร้างสมรรถนะนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาริธีแบบผสมวิธี วิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ได้ดังนี้

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยศึกษาริธีเอกสาร วิเคราะห์ และสังเคราะห์ ข้อมูลแล้วนำมาเขียนบรรยายเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ขั้นตอนที่ 1 ทำการศึกษาค้นคว้าเอกสารงานวิจัย นำมาวิเคราะห์ สังเคราะห์ ออกแบบ สัมภาษณ์ แบบสอบถาม ตรวจสอบข้อมูลการวิจัยโดยผู้ทรงคุณวุฒิ หาค่าความเที่ยงตรง ถูกต้อง สอดคล้องกับเนื้อหา 5 ทาน

ขั้นตอนที่ 2 นำแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบเจาะจงกับผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญเพื่อยืนยัน ความสอดคล้องของงานวิจัยจำนวน 7 ทาน นำผลการวิจัยมาวิเคราะห์เพื่อทำการวิจัยเชิงปริมาณต่อไป

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research)

ขั้นตอนที่ 1 ออกแบบสอบถามและทำการทดสอบ Try out กับกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 30 ชุด เพื่อดำเนินการหาความเชื่อมั่น (Reliability Analysis) ของ แบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient)

ขั้นตอนที่ 2 นำแบบสอบถามมาวิเคราะห์ ตรวจสอบความสอดคล้องที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย แบบเจาะจงกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด ตามสูตรการหาของ Yamane (1973)

ขั้นตอนที่ 3 นำผลการสอบถามมาวิเคราะห์สังเคราะห์ นำข้อมูลการวิจัยมาเขียนสรุป บรรยายเชิงพรรณนา

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Information) งานวิจัยใช้จำนวนผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ด้วยวิธีคัดเลือกแบบ เจาะจง (Purposive Sampling) โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิธีการ การสนทนากลุ่ม (Focus Group) การประชุมระดมสมอง (Brainstorming) จำนวน 7 คน และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จำนวน 17 คน และเป็น การสนทนาเพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้แบบสามเส้า (Triangulation) โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ ผู้แทนองค์การบริหารส่วนตำบล ผู้แทนประกอบกิจการบริหาร และผู้บริหารพนักงานฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ ภาคอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ นิคมอุตสาหกรรมเกตเวย์ซิตี้ (2565) โดยมีความคลาดเคลื่อน 0.50 – 0.48 หรือ ความคลาดเคลื่อนลดลงอย่างคงที่ประมาณ 0.02 ด้วยวิธีเทคนิคเดลฟาย

2. การวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยวิธีการทดสอบแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด แล้วจึงนำมา สอบถามกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญด้วยการคัดเลือกแบบเจาะจง จำนวน 400 ชุด

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาค้นคว้าเอกสารงานวิจัยพบว่า การศึกษาสมรรถนะนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ในประเทศไทย มีตัวแปรสำคัญ 3 ตัว คือ 1.คุณลักษณะนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่ดี 2.ภาวะผู้นำด้านจริยธรรม และ 3.การมีส่วนร่วม ส่งผลในการเสริมสร้างพัฒนาสมรรถนะนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ ใน 6 ปัจจัยสมรรถนะนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ซึ่งการวิเคราะห์เป็นวิธีการทางสถิติใช้เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรส่งผลมีนัยสำคัญต่อการเสริมสร้างสมรรถนะนักบริหารทรัพยากรมนุษย์

2. ผลการศึกษาการวิจัยเชิงคุณภาพ การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา จุดอ่อน จุดแข็ง อุปสรรคและโอกาส จากความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญตอบแบบสัมภาษณ์เชิงลึก 4 ใน 7 คน เห็นสอดคล้องตรงกันว่า คุณลักษณะที่ดีของนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่ดี ภาวะผู้นำด้านจริยธรรม และการมีส่วนร่วม มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ จุดแข็ง (Strengths) คือ นักบริหารทรัพยากรมนุษย์เป็นบุคคลแรกที่ทำหน้าที่คัดเลือกบุคลากรเข้าทำงาน จึงต้องมีทักษะความรู้คุณสมบัติผู้บริหารที่ดี ภาวะผู้นำด้านจริยธรรม และการมีส่วนร่วมในหน่วยงาน ภายในองค์กร จุดอ่อน (Weakness) ขาดทักษะ เรียนรู้ด้านภาษาการสื่อสารในยุคปัจจุบันต้องมีการพัฒนาโอกาส (Opportunities) ของนักบริหารทรัพยากรมนุษย์สามารถพัฒนาตนเองไปพร้อมกับองค์กรได้ อุปสรรค (Threat) ยังขาดความร่วมมือ แรงสนับสนุนจากภาครัฐในการเสริมสร้างพัฒนาองค์กรของภาคเอกชน ซึ่งสรุปภาพรวมได้ว่ามีผลเชิงบวกในการเสริมสร้างสมรรถนะนักบริหารทรัพยากรมนุษย์

3. ผลการวิเคราะห์จากการวิเคราะห์เชิงปริมาณมาสรุปเป็นแบบจำลองทางสถิติ และใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์งานวิจัย คุณลักษณะของนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่ดี ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (Beta) ส่งผลกระทบต่อการเสริมสร้างสมรรถนะนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 0.873 ตัวแปรภาวะผู้นำด้านจริยธรรม ส่งผลกระทบต่อการเสริมสร้างสมรรถนะนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (Beta) คิดเป็นค่าเฉลี่ย 0.821 และตัวแปรการมีส่วนร่วม ส่งผลกระทบต่อการเสริมสร้างสมรรถนะนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (Beta) คิดเป็นค่าเฉลี่ย -.156 อธิบายได้ว่า ตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์สามารถอธิบายความสัมพันธ์เหมาะสมระหว่างตัวแปรอิสระได้ประมาณร้อยละ 78 ซึ่งพบว่า สามารถอธิบายความสัมพันธ์สอดคล้องกับตัวแปรอื่น ๆ ได้มากในกรณีนี้ ค่า $SEE = .143$ แสดงถึงความคลื่อนเคลื่อนเฉลี่ยของความสัมพันธ์ในโมเดล ค่า $F = .100$ และ $Sig\ of\ F = <.001$, แสดงถึงความแปรในสมการผลการวิเคราะห์สามารถนำมาใช้ได้จริง มีผลนัยสำคัญในการเสริมสร้างสมรรถนะนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ 6 ด้าน คือ สมรรถนะส่วนบุคคล สมรรถนะเชิงปฏิบัติการ สมรรถนะเชิงเทคนิค สมรรถนะแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ สมรรถนะนักบริหารระดับสูง และ สมรรถนะบริหารอย่างมีอาชีพของนักบริหารทรัพยากรมนุษย์

ตารางที่ 1 ตารางตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปร	B	SEE	Beta	T	Sig of F
คุณลักษณะนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่ดี	.856	.024	.873	35.539	.001
ภาวะผู้นำเชิงจริยธรรม	.805	.028	.821	28.929	.001
การมีส่วนร่วม	.155	.035	-.156	-4.472	.001
สมรรถนะ	.889	.025	.873	35.539	.001
ค่าคงที่	.253	.098	.185	2.565	.001

R2 = .780, SEE=.143 F= .100, Sig of F=<.001, **P<.01, *P<.05

อภิปรายผลการวิจัย

1. ปัจจัยคุณลักษณะนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่ดี ด้านการเป็นผู้นำ การมีความรู้ด้านวิชาการ มีคุณธรรม จริยธรรม หลักธรรมาภิบาล บุคลิกภาพ ความสามารถการบริหาร ในบริบทการบริหารจัดการตามแนวทางสถานการณ์ทักษะแห่งโลกอนาคตส่งผลต่อการพัฒนาสมรรถนะนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ คุณลักษณะด้านภาวะผู้นำด้านจริยธรรม โดยเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงเชิงคุณธรรม จริยธรรมสู่นวัตกรรม การพัฒนาองค์กร และการเรียนรู้ ทักษะการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ ในการคิดสร้างสรรค์ การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การปฏิบัติงานของบุคลากรให้บรรลุเป้าหมายเกิดประสิทธิภาพสูงสุดขององค์กร สอดคล้องงานวิจัยของ ปัทมาวรรณ โชติกลาง (2566)

2. ปัจจัยภาวะผู้นำด้านจริยธรรมของนักทรัพยากรมนุษย์ที่ดี ควรมีความยุติธรรม ความซื่อสัตย์ความเป็นผู้นำด้านคุณธรรม ยึดหลักธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการ เพื่อให้เกิดความไว้วางใจในการทำงานในองค์กร การทำงานแบบมืออาชีพ ผลการวิจัยมีความสอดคล้องงานวิจัยของ กมลทิพย์ ทองกำแหง (2562)

3. ปัจจัยการมีส่วนร่วมพัฒนาด้านวิชาการ คือการเสริมสร้างพัฒนาการมีทักษะ ความรู้ความสามารถ และขอบเขตการดำเนินงานขององค์กรในการทำงานด้านคุณธรรม จริยธรรม หลักธรรมาภิบาล ทั้งภายในและภายนอกองค์กรได้ให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาด้านจิตใจ แรงจูงใจในการทำงาน ตามมาตรฐานแรงงานสัมพันธ์ คุณลักษณะด้านบุคลิกภาพดี มนุษย์สัมพันธ์ที่ดี ด้านบริหารงานด้านอาชีพอนามัย และสร้างความปลอดภัย ลดผลกระทบสิ่งแวดล้อม คุณลักษณะด้านความสามารถในการบริหารเชิงกลยุทธ์ เป็นองค์ประกอบสำคัญในการเสริมสร้างเพื่อการพัฒนาสมรรถนะนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ แบบมืออาชีพ

4. การวิจัยการเสริมสร้างสมรรถนะนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยคุณลักษณะนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่ดี ภาวะผู้นำด้านจริยธรรมของนักทรัพยากรมนุษย์ และ การมีส่วนร่วม เป็นปัจจัยในการเสริมสร้างสมรรถนะนัก

บริหารทรัพยากรมนุษย์ 6 ด้านด้วยกันคือ สมรรถนะส่วนบุคคล สมรรถนะเชิงปฏิบัติการ สมรรถนะเชิงเทคนิค สมรรถนะแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ สมรรถนะนักบริหารระดับสูง และ สมรรถนะบริหารอย่างมืออาชีพของนักบริหารทรัพยากรมนุษย์

การบริหารจัดการองค์กรให้ความสำคัญประเด็นด้านต่างๆ คุณลักษณะนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ภาวะผู้นำด้านจริยธรรม เกี่ยวกับความรู้ธุรกิจองค์กร การสร้างวัฒนธรรม หรือค่านิยมให้เกิดประโยชน์แก่องค์กรสูงสุด ซึ่งมีผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ นพภา มณีรัตน์ (2563) เป็นการเสริมสร้างสมรรถนะนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ซึ่งนับเป็นปัจจัยหลักสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและการพัฒนาองค์กร สำหรับปัจจัยตัวแปรการมีส่วนร่วมส่งผลกระทบต่อปัจจัยตัวแปรอื่น ๆ แต่ตัวแปรการมีส่วนร่วมยังมีความสำคัญในการพัฒนาสมรรถนะการบริหารงานในองค์กร มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมบัติ นามบุรี (2562) ซึ่งต้องทำความเข้าใจการส่งเสริมสมรรถนะนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1) ควรมีการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อให้องค์กรภาคธุรกิจอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ได้ต่อยอดในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่เกี่ยวข้องปฏิบัติเชิงวิชาการด้านการส่งเสริมพัฒนาสมรรถนะทักษะการเพิ่มความรู้แบบบูรณาการองค์กรรวมได้อย่างยั่งยืน

2) ควรเสริมสร้างด้านวิชาการ องค์ความรู้ ทักษะการสื่อสาร ทักษะด้านภาษา การใช้เทคโนโลยี เพื่อนำมาเป็นปัจจัยในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อให้องค์กรภาคธุรกิจอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ได้ต่อยอดในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติการเชิงวิชาการ

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรทำการวิจัยเพิ่มเติม องค์ความรู้ ทักษะด้านเทคโนโลยี ว่ามีผลต่อการเสริมสร้างพัฒนานักบริหารทรัพยากรมนุษย์ โดยการเก็บข้อมูลสำหรับการวิจัยคุณภาพและเชิงปริมาณในเขตอุตสาหกรรมพื้นที่โครงการภาคพื้นตะวันออก (EEC)

2) ควรออกแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องกับฝ่ายบริหารทรัพยากรมนุษย์เพื่อหาข้อเสนอแนะที่ทันกับสถานการณ์ความเปลี่ยนแปลงยุคปัจจุบัน เพื่อเป็นแนวทางกำหนดมาตรฐานหลักเกณฑ์คุณลักษณะของนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ขององค์กร ด้านภาวะผู้นำด้านจริยธรรม หลักธรรมาภิบาล ทักษะด้านภาษา การสื่อสาร

เอกสารอ้างอิง

- กมลทิพย์ ทองกำแหง. (2562). รูปแบบภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมสำหรับผู้บริหารการศึกษาในศตวรรษที่ 21. *วารสารรวมคำแห่ง ฉบับคณะศึกษาศาสตร์ (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 1(1), 54–60.
- กรุงเทพมหานคร. (2561). *แผนการพัฒนาด้านที่ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC)*, สืบค้นเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2568, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/>.
- ถนอมขวัญ อยู่สุข, (2563). การบริหารการพัฒนาชุมชนไทยในยุคเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT). *วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์*, 5(3), 605–617.
- ไทยรัฐออนไลน์. (2560). *แผนการพัฒนาด้านที่ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC)*. สืบค้นเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2568, จาก <https://www.thairath.co.th/newspaper.com/>.
- นปภา มณีรัตน์. (2563). รูปแบบสมรรถนะของผู้บริหาร มีการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ในภาคตะวันออก. *วารสารสังคมศาสตร์*, 9(1), 60–69.
- นิคมอุตสาหกรรมเกตเวย์ซิตี้. (2565). *กระทรวงอุตสาหกรรม*. สืบค้นเมื่อ 10 กุมภาพันธ์ 2568, จาก <https://www.mdx.co.th/4716/>.
- ปัทมวรรณ โชติกลาง. (2566). *ภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมของผู้บริหารกับคุณภาพชีวิตในการทำงานของครูในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 1*. วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ลัดดาวัลย์ เชื้อพลบ. (2560). *ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษากับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของครู สหวิทยาเขตระยอง 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 18*. หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สมบัติ นามบุรี. (2562). ทฤษฎีการมีส่วนร่วมในงานรัฐประศาสนศาสตร์. *วารสารวิจัยวิชาการ*, 2(1), 183–197.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2566). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566–2570)*. สืบค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2568, จาก https://www.nesdc.go.th/ewt_news.php?nid=13651.
- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2560). *รายงานการศึกษาความเหมาะสม (Feasibility Study) การจัดตั้งเขตส่งเสริมเศรษฐกิจพิเศษเขตนวัตกรรมระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก*. สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. London: John Weather Hill, Inc

อิทธิพลของทัศนคติที่มีผลต่อประสิทธิภาพของพนักงานอุตสาหกรรมยางพารา
ในพื้นที่ภาคตะวันออกของไทย โดยมีแรงจูงใจภายในเป็นตัวแปรกำกับ
Effect of Attitude towards Efficiency of Employees in the Rubber Industry
in Eastern Region of Thailand by Using Intrinsic Motivation
as a Moderate Factor

¹ณัฐพล ไชยกุลสินธุ์ และ ²กนกอร บุญมาเกิด

¹Nathapol Chaikusint and ²Kanokorn Boonmakerd

^{1,2}บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์

^{1,2}Graduate School, Southeast Asia University

¹Corresponding Author E-mail: nathapolchaikusint@gmail.com

Received April 1, 2025; Revised April 14, 2025; Accepted April 17, 2025

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของทัศนคติที่มีผลต่อประสิทธิภาพของพนักงานอุตสาหกรรมยางพาราในพื้นที่ภาคตะวันออกของไทย โดยมีแรงจูงใจภายในเป็นตัวแปรกำกับ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานของอุตสาหกรรมยางพาราในพื้นที่ภาคตะวันออกของไทย จำนวน 300 คน โดยใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถาม การวิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สมการแบบจำลองสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า (1) พนักงานอุตสาหกรรมยางพาราในพื้นที่ภาคตะวันออกของไทยมีความคิดเห็นของปัจจัยแรงจูงใจภายใน ทัศนคติ และประสิทธิภาพของพนักงานมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากทุกประเด็น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67, 3.57 และ 3.51 ตามลำดับ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.790, 0.836 และ 0.871 ตามลำดับ และ (2) อิทธิพลทางตรงที่กำกับเส้นทางของทัศนคติที่มีผลต่อประสิทธิภาพของพนักงานอุตสาหกรรมยางพาราในพื้นที่ภาคตะวันออกของไทยด้วยแรงจูงใจภายในจะมีค่าสูงขึ้น เมื่อแรงจูงใจภายในมากขึ้น ซึ่งข้อมูลเชิงประจักษ์สนับสนุนสมมติฐานการวิจัย เมื่อพนักงานมีทัศนคติที่ดีจะมีผลต่อประสิทธิภาพของพนักงานในระดับที่สูงขึ้นตามแรงสนับสนุนของแรงจูงใจภายในที่ได้รับตามระดับต่ำ ปานกลาง และสูง ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.313, 0.465 และ 0.616 ตามลำดับ

คำสำคัญ: ทัศนคติ; แรงจูงใจภายใน; ประสิทธิภาพของพนักงาน

Abstract

This article aimed to study the effect of attitude towards efficiency of employees in the rubber industry in eastern region of Thailand by using intrinsic motivation as a moderate factor. This research was a quantitative study. The research sample included 300 employees in the rubber industry in eastern region of Thailand, using stratified random sampling. Data were collected by questionnaire. Analysis by using means, standard deviations

and structural equation modeling analysis. The research results were found as follows (1) employees in the rubber industry in eastern region of Thailand had their opinions toward attitude, Intrinsic Motivation, and Efficiency of Employees factors at the high level with all aspects, ranking at 3.57, 3.67, and 3.51 respectively; whereas the standard deviation scales were at 0.836, 0.790, and 0.871 respectively; and (2) the direct effect as a moderate factor of towards efficiency of employees in the rubber industry in eastern region of Thailand with an intrinsic motivation would be increased when the intrinsic motivation was increase. Furthermore, the empirical evidence supported the hypotheses. When employees have a good attitude, it will affect the employees' efficiency at a higher level according to the support of intrinsic motivation received at low, medium, and high levels, which are equal to 0.313, 0.465, and 0.616, respectively.

Keywords: Attitude; Intrinsic Motivation; Efficiency of Employees

บทนำ

โลกของธุรกิจได้มีการเติบโตอย่างรวดเร็วตามการก่อตัวของธุรกิจใหม่จำนวนมากที่ดำเนินงานในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ประกอบกับธุรกิจในปัจจุบันได้มีการแข่งขันกันอย่างต่อเนื่องภายใต้การพัฒนาปัจจัยภายนอกที่เป็นสภาวะการณ์ของกระแสโลกาภิวัตน์และเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป พร้อมกับปัจจัยส่งเสริมขององค์กรที่ได้ปรับกลยุทธ์ภายในของสภาพแวดล้อมขององค์กร เพื่อเพิ่มความสามารถทางการแข่งขัน (Purnamayanti & Indiani, 2020) ในขณะเดียวกันสภาพแวดล้อมภายนอกขององค์กรก็ถือเป็นสภาวะที่ท้าทายที่มีผลกระทบต่อความยั่งยืนของการปฏิบัติงานภายในองค์กรในระยะยาว การดำเนินธุรกิจย่อมขึ้นอยู่กับทรัพยากรของมนุษย์ที่เป็นปัจจัยสำคัญสำหรับองค์กร หากองค์กรธุรกิจมีทรัพยากรมนุษย์ที่มีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ การดำเนินธุรกิจนั้นก็จะสามารถสร้างผลลัพธ์ที่ดีที่สุดเมื่อทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรมีศักยภาพสูงสุด ผู้ประกอบการและพนักงานก็ถือเป็นองค์ประกอบที่พึ่งพาซึ่งกันและกัน ซึ่งทั้งสองฝ่ายจะได้รับประโยชน์ที่เป็นผลตอบแทนสัมพันธ์กัน และการที่พนักงานมีศักยภาพในการปฏิบัติงานก็จะส่งผลให้ผลการปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพที่สูงขึ้น ขณะเดียวกันผู้ประกอบการก็จะประสบความสำเร็จในการพัฒนาธุรกิจให้ก้าวหน้าและบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้เช่นกัน (Fahriona, 2022) และถ้าองค์กรจะก้าวหน้าได้นั้น องค์กรต้องมีทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณสมบัติและมีจำนวนที่เพียงพอเหมาะสม จึงทำให้ทรัพยากรมนุษย์ถือได้ว่า เป็นจุดแข็งขององค์กร เพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย โดยพนักงานในองค์กรสามารถเรียกได้ว่า เป็นบุคคลให้พลังงานหรือผู้ริเริ่มในการบรรลุประสิทธิภาพสูงสุดเป็นรายบุคคลและกลุ่ม องค์กรที่มีการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่ดีจะสามารถนำพาองค์กรให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้ในระยะยาว (ธัญนันท์ บุญอยู่, สุชารัตน์ บุญอยู่ และกนกอร บุญมาเกิด, 2563)

อุตสาหกรรมยางพาราในพื้นที่ภาคตะวันออกของไทยถือเป็นธุรกิจหนึ่งที่ตั้งขึ้นตามโครงสร้างการบริหารจัดการที่อาศัยทรัพยากรมนุษย์เป็นปัจจัยสำคัญหลัก โดยในช่วงปี 2564-2565

มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ตลาดในประเทศมีแนวโน้มเติบโตประมาณร้อยละ 4 ต่อปี จากภาวะความต้องการของอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการผลิตยางล้อรถ ชิ้นส่วนยานยนต์ ถูงมืออย่างผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ที่ทยอยฟื้นตัวจากเชื้อไวรัสโคโรนา 19 ในขณะเดียวกันผู้ผลิตยางแท่งของไทยมีแนวโน้มความเสี่ยงลดลงจากความต้องการในการนำเข้าจากจีน และในตลาดจีนจะมีการเติบโตมากขึ้น แต่ขณะเดียวกันประเทศไทยต้องเจอกับคู่แข่งใหม่ ๆ ในอาเซียนที่ส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกไปจีนเช่นกัน สำหรับผู้ผลิตและผู้ส่งออกน้ำยางข้นจะมีโอกาสเติบโตต่อเนื่องตามความต้องการของอุตสาหกรรม อย่างไรก็ตามกลุ่มอุตสาหกรรมยางพาราในช่วงปี 2565 จะยังคงได้รับผลกระทบอยู่บ้าง แต่จะยังคงขยายตัวได้อย่างต่อเนื่องตามความต้องการของตลาดโลกทั้งในจีนและอเมริกา และเมื่อสถานการณ์เชื้อไวรัสโคโรนา 19 คลี่คลาย การส่งออกยางพาราไทยจะกลับมาคึกคักหลังจากซบเซามาสักกระยะ ยกเว้นกลุ่มอุตสาหกรรมถูงมือที่ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง (ศิวกกร วิชากิจ, 2565) และจากการดำเนินธุรกิจภายใต้ภาวะการแข่งขันที่รุนแรงของสภาพแวดล้อม การปรับปรุงประสิทธิภาพก็ถือเป็นผลลัพธ์ที่เอื้อต่อการเติบโตของธุรกิจ โครงสร้างองค์กรที่ย่อมมีผลกระทบอย่างมากต่อการพัฒนาในหลากหลายมิติ อาทิ ประสิทธิภาพของพนักงานที่แสดงออกมาในเชิงคุณภาพหรือเชิงปริมาณตามความสามารถของบุคคลที่เกิดขึ้นจากปัจจัยภายในและภายนอกองค์กร เพื่อดำเนินการในงานที่ได้รับมอบหมายให้บรรลุเป้าหมายที่ก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่เป็นเป้าหมายแก่องค์กร (Uddin, Luva, & Hossian, 2013) โดยพนักงานที่มีประสิทธิภาพที่ดีจะสนับสนุนให้การปฏิบัติหน้าที่และความรับผิดชอบประสบความสำเร็จ และพนักงานที่สามารถทำงานได้ดีจำเป็นต้องได้รับแรงจูงใจ (Motivation) ที่เป็นแรงกระตุ้นภายในจิตใจให้เกิดการทำงานร่วมกัน ประกอบกับมุ่งเน้นการฝึกอบรมด้วยโปรแกรมการฝึกอบรมและการพัฒนาที่มีประสิทธิผลที่มุ่งเป้าไปที่การปรับปรุงประสิทธิภาพของพนักงานให้เกิดทัศนคติที่ดี (Attitude) ในการทำงานให้สามารถเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างผลงานปัจจุบันกับผลงานตามมาตรฐานที่ต้องการ เพื่อเพิ่มผลิตภาพที่สูงขึ้นและส่งเสริมการวางแผนที่ประสบความสำเร็จ ซึ่งจะสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ขององค์กรที่ได้มีการสร้างประสิทธิภาพของพนักงานให้เกิดขึ้นภายในองค์กร (Arulsamy et al., 2023; Khawaldeh, 2023)

จากการศึกษาของ Wulansari & Rahmi (2018) ได้ศึกษาเกี่ยวกับสมรรถนะหลักที่เกิดจากทัศนคติของพนักงาน ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้บุคคลทำงานได้มีประสิทธิภาพตรงตามมาตรฐานที่องค์กรกำหนดไว้ และเมื่อพนักงานมีแรงจูงใจเข้ามาเป็นปัจจัยสนับสนุนในระดับที่เพิ่มสูงขึ้นก็จะสามารถกระตุ้นให้สมรรถนะหลักที่มีผลต่อประสิทธิภาพของพนักงานในระดับที่เพิ่มสูงขึ้นได้ตามระดับของแรงจูงใจที่พนักงานได้รับเช่นกัน โดยแนวทางการจัดการทรัพยากรมนุษย์ตามความสามารถได้กลายเป็นส่วนสำคัญขององค์กรอันเกี่ยวข้องกับความรู้ ทักษะ ทัศนคติ คุณลักษณะ และพฤติกรรมที่สนับสนุนให้บุคคลสามารถปฏิบัติงานภายในหน้าที่หรืองานเฉพาะได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่นเดียวกับ

Wijayanto & Riani (2021) ที่ได้ศึกษาทัศนคติและแรงจูงใจภายในของพนักงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพของพนักงาน เมื่อพนักงานมีทัศนคติที่ดีที่มีความสัมพันธ์อันนำไปสู่ประสิทธิภาพของพนักงาน และเมื่อพนักงานมีแรงจูงใจภายในเกิดขึ้นก็จะนำไปสู่ประสิทธิภาพของพนักงานให้ทำงานสำเร็จตามที่กำหนดไว้ (Bahanoer & Edward, 2021) ต่อมาในปี 2024 ได้มีการศึกษาของ Mediana, Wardoyo & Kuswardani (2024) ที่กล่าวว่า ทัศนคติที่เป็นความรู้สึกภายในของพนักงานจะส่งผลทางตรงต่อประสิทธิภาพที่ทำให้บุคคลบรรลุเป้าหมายและพัฒนาความสามารถของตนเองในระดับที่สูงขึ้น โดยแรงจูงใจในฐานะตัวแปรกำกับจะลดหรือเสริมสร้างอิทธิพลของทัศนคติของพนักงานให้เกิดประสิทธิภาพในระดับที่สูงได้นั้น พนักงานที่มีทัศนคติที่ดีกับการทำงานของตน และเมื่อได้รับแรงจูงใจภายในก็จะส่งผลให้เกิดการปรับปรุงประสิทธิภาพที่นำไปสู่การบรรลุเป้าหมายขององค์กร ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีการตั้งเป้าหมายที่ว่าพนักงานที่เข้าใจถึงความรับผิดชอบและหน้าที่ของตนในการทำงานและมีแรงจูงใจภายใน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร ดังนั้นทัศนคติหลักที่เกิดขึ้นกับพนักงานที่มีอยู่ในระดับที่สูงขึ้น และมีแรงจูงใจภายในในระดับที่สูงขึ้นตามก็จะสามารถสร้างประสิทธิภาพของพนักงานในระดับที่สูงขึ้นได้เช่นกัน (Purnamayanti & Indiani, 2020)

ดังนั้นจากประเด็นดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาอิทธิพลของทัศนคติที่มีผลต่อประสิทธิภาพของพนักงานอุตสาหกรรมยางพาราในพื้นที่ภาคตะวันออกของไทย โดยมีแรงจูงใจภายในเป็นตัวแปรกำกับ เพื่อให้ทราบถึงแนวทางการสนับสนุนทฤษฎีการศึกษาของแรงจูงใจของพนักงานที่เป็นตัวแปรกำกับ การทัศนคติที่นำไปสู่ประสิทธิภาพของพนักงานอุตสาหกรรมยางพาราในพื้นที่ภาคตะวันออกของไทย โดยผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยางพาราในพื้นที่ภาคตะวันออกของไทยสามารถนำผลการวิจัยที่ได้รับมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพของพนักงานอุตสาหกรรมยางพาราในพื้นที่ภาคตะวันออกของไทยได้ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพที่ดี ตลอดจนสามารถนำผลการวิจัยที่ได้รับเกี่ยวกับประสิทธิภาพของพนักงานมาบูรณาการประยุกต์ใช้ให้เกิดการวางแผนและเกิดสมรรถนะหลักที่เป็น ทัศนคติที่ดี เมื่อได้รับแรงกระตุ้นจากแรงจูงใจภายในที่จะทำให้เกิดประสิทธิภาพของพนักงานในระดับที่สูงขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

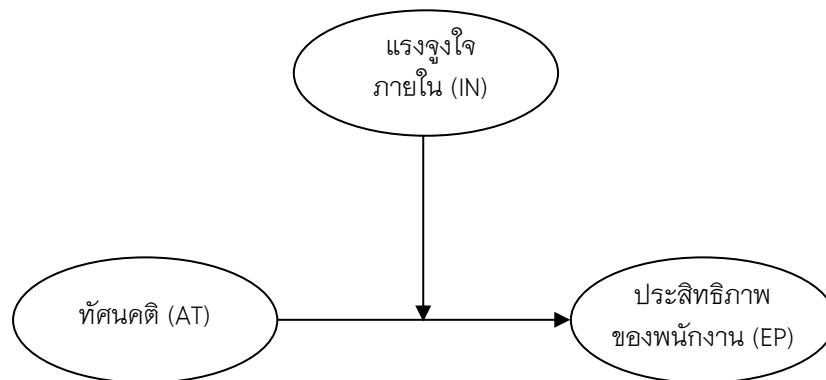
เพื่อศึกษาอิทธิพลของทัศนคติที่มีผลต่อประสิทธิภาพของพนักงานอุตสาหกรรมยางพาราในพื้นที่ภาคตะวันออกของไทย โดยมีแรงจูงใจภายในเป็นตัวแปรกำกับ

สมมติฐานของการวิจัย

- สมมติฐานที่ 1 (H1) ทัศนคติที่มีผลต่อประสิทธิภาพของพนักงาน
- สมมติฐานที่ 2 (H2) อิทธิพลทางตรงที่กำกับเส้นทางของทัศนคติไปสู่ประสิทธิภาพของพนักงานด้วยแรงจูงใจภายในจะมีค่าสูงขึ้น เมื่อแรงจูงใจภายในมีค่ามากขึ้น

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องที่เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับอิทธิพลของทัศนคติที่มีผลต่อประสิทธิภาพของพนักงานอุตสาหกรรมยางพาราในพื้นที่ภาคตะวันออกของไทย โดยมีแรงจูงใจภายในเป็นตัวแปรกำกับ ผู้วิจัยได้พัฒนากรอบแนวคิดและนำมาบูรณาการที่สามารถแสดงได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากกรอบแนวคิดการวิจัยที่ได้มีการพัฒนากรอบแนวคิดและนำมาบูรณาการประกอบด้วย

1. ทัศนคติ (Attitude-AT) เป็นความเชื่อหรือแนวทางการประพฤติดนใหม่ในการทำงานอันเป็นผลมาจากประสบการณ์ส่วนบุคคลและบุคลิกลักษณะ ซึ่งการทำเข้าใจทัศนคติในการทำงานของพนักงานจะขึ้นอยู่กับพฤติกรรมการทำงานที่ได้รับมอบหมายตามบทบาทหน้าที่ของแต่ละบุคคล (Inuwa, Mashi & Salisu, 2017) ทัศนคติจึงมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการปฏิบัติงานของพนักงาน ซึ่งจะส่งผลต่อประสิทธิภาพของพนักงานในองค์กรทั้งทางตรงและทางอ้อมที่เป็นผลกระทบต่อบัณฑิตอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงาน ซึ่งทัศนคติจะเป็นหนึ่งในปัจจัยที่วัดผลได้ยาก แต่เป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร (Ilahi & Ahmed, 2016)

2. แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation-IN) เป็นแรงบันดาลใจให้พนักงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยแรงจูงใจภายในจะเป็นรางวัลจากภายในที่หาได้ยาก ไม่สามารถสัมผัสได้ เช่น ความภาคภูมิใจ ทัศนคติของนายจ้าง และการหมุนเวียนงาน เป็นต้น (Okine et al., 2021) หรือรางวัลภายในจะเป็นรางวัลภายในตัวงาน เช่น ความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ความชื่นชมของนายจ้าง เป็นต้น ความสามารถและความภาคภูมิใจในบางสิ่งบางอย่าง แรงจูงใจภายในได้สร้างขึ้นจากความตระหนักรู้ ความสำเร็จ และความเต็มใจที่จะเรียนรู้และกระตุ้นให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและกิจกรรมต่าง ๆ

อันเชื่อมโยงระหว่างบุคคลกับงาน (Fahriona, 2022) โดยบุคคลเข้ามามีส่วนร่วมในพฤติกรรมที่นำถึงพอใจหรือสนุกสนานโดยเนื้อแท้ ซึ่งแรงจูงใจภายในมีลักษณะที่ไม่ใช้เครื่องมือ แต่เป็นการกระทำที่แรงจูงใจภายในไม่ได้ขึ้นอยู่กับผลลัพธ์ใด ๆ ที่สามารถแยกออกจากพฤติกรรมได้ ที่สะท้อนนิสัยที่แสดงออกภายใต้เงื่อนไขที่ระบุไว้ที่สร้างประสิทธิภาพให้แก่องค์กร (Cajurao et al., 2023)

3. ประสิทธิภาพของพนักงาน (Efficiency of Employees-EP) เป็นการแสดงได้ถึงผลลัพธ์ที่เกิดจากการเติบโตของพนักงาน โดยจะขึ้นอยู่กับความเต็มใจในการทำงานของพนักงานให้เกิดการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานที่เกินความคาดหมายของเป้าหมาย และสร้างผลงานที่ดีในปัจจุบัน (Achyar & Musnadi, 2020) หรือเป็นผลงานของพนักงานที่สร้างขึ้นตามบทบาทหน้าที่ของตนในองค์กร ซึ่งประสิทธิภาพของพนักงานจะเป็นผลที่มาจากกระบวนการทำงานบางอย่างที่ได้วางแผนไว้ ณ เวลาและสถานที่ของพนักงาน และมีการเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานที่เห็นได้ชัดเจนกับมาตรฐานการทำงานที่องค์กรกำหนด (Widiastuti, Wiyarni & Sudjawoto, 2020)

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยหน่วยวิเคราะห์ (Unit of Analysis) ที่ได้ศึกษาเป็นระดับบุคคลที่อาศัยเครื่องมือที่มีความเหมาะสมสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลก็คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จะเป็นพนักงานของอุตสาหกรรมยางพาราในพื้นที่ภาคตะวันออกของไทย โดยผู้วิจัยได้ทำการกำหนดพื้นที่ภาคตะวันออกของไทยที่แบ่งภูมิภาคทางภูมิศาสตร์ตามสำนักงานราชบัณฑิตยสภา (2563) ซึ่งสามารถแบ่งได้ 9 จังหวัด ได้แก่ สระแก้ว ปราจีนบุรี นครนายก ฉะเชิงเทรา สมุทรปราการ ชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด ซึ่งมีจำนวนพนักงานทั้งหมด 73,740 คน ข้อมูลจำนวนพนักงานที่ได้เป็นข้อมูลธุรกิจที่ได้จดทะเบียนประกอบการธุรกิจกับกรมโรงงานอุตสาหกรรม ในเดือนมกราคม พ.ศ. 2567 (กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2567) ส่วนกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานของอุตสาหกรรมยางพาราในพื้นที่ภาคตะวันออกของไทย จำนวน 300 คน ที่อยู่ในระดับความเหมาะสมที่ดี (Good) ตามแนวคิดของ Comrey & Lee (1992) ทั้งนี้ผู้วิจัยได้พิจารณากำหนดกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามแนวคิดของ Comrey & Lee (1992) ที่มีการกำหนดขนาดตัวอย่างตามเกณฑ์ในระดับที่เหมาะสมในการกำหนดขนาดตัวอย่างดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ขนาดตัวอย่างและความเหมาะสมของการวิเคราะห์

จำนวนตัวอย่าง	ความเหมาะสม
50	ไม่สมควรใช้ (Very Poor)
100	น้อยเกินไป (Poor)
200	ปานกลาง (Fair)
300	ดี (Good)
500	ดีมาก (Very Good)
มากกว่า 1,000	ดีมากที่สุด (Excellent)

การสุ่มตัวอย่างผู้วิจัยได้ดำเนินการสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยอาศัยหลักความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ที่เลือกวิธีการสุ่มตัวอย่างในรูปแบบชั้นภูมิที่เป็นการสุ่มกลุ่มตัวอย่างวิธีนี้จะเป็นการแบ่งประชากรออกเป็นกลุ่มย่อยหรือชั้น (Stratum) ให้มีลักษณะภายในชั้นเดียวกันมีความคล้ายคลึงกัน (วรฤณี แกมเกตุ, 2555) การวิจัยครั้งนี้จึงกำหนดประชากรเป็นพนักงานของอุตสาหกรรมยางพาราในพื้นที่ภาคตะวันออกของไทย ซึ่งมีจำนวนพนักงานทั้งหมด 73,740 คน โดยผู้วิจัยได้ทำการกำหนดพื้นที่ภาคตะวันออกของไทยที่แบ่งภูมิภาคทางภูมิศาสตร์ตามสำนักงานราชบัณฑิตยสภา (2563) ซึ่งสามารถแบ่งได้ 9 จังหวัด ได้แก่ สระแก้ว ปราจีนบุรี นครนายก ฉะเชิงเทรา สมุทรปราการ ชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด โดยมีการกำหนดจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

จังหวัด	จำนวนประชากร	กลุ่มตัวอย่าง	ร้อยละ
สระแก้ว	181	1	0.25
ปราจีนบุรี	4,314	18	5.85
นครนายก	174	1	0.24
ฉะเชิงเทรา	3,168	13	4.30
สมุทรปราการ	28,669	116	38.88
ชลบุรี	8,470	34	11.49
ระยอง	27,502	112	37.30
จันทบุรี	629	3	0.85
ตราด	814	3	1.10
รวม	73,740	300	100

การวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัย แบ่งเป็น 4 ตอน คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติ โดยพัฒนามาจากแนวคิดของ Martini et al. (2020) ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับแรงจูงใจภายใน โดยพัฒนามาจากแนวคิดของ Alsuwailem (2023) และตอนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพของพนักงาน โดยพัฒนามาจากแนวคิดของ Noor & Rafiq (2021) ซึ่งในส่วนของตอนที่ 2-4 ผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบสอบถามให้เป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามแนวคิดของ Likert (1932) ที่จัดสรรให้มีการตอบเพียงข้อเดียว การตรวจสอบและการทดสอบเครื่องมือที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้เป็น 2 ขั้นตอน คือ ขั้นที่ 1 การตรวจสอบเครื่องมือเพื่อหาความตรงเชิงเนื้อหาที่เป็นการวัดดัชนีความสอดคล้องตามข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนด (Item-Objective Congruence Index-IOC) โดยได้นำแบบสอบถามไปปรึกษากับผู้ทรงคุณวุฒิที่เชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา และการวิจัยครั้งนี้ได้ค่า IOC ที่ได้เท่ากับ 0.80-1.00 ทุกข้อได้ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ เมื่อได้ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาแล้วผู้วิจัยจึงดำเนินการขั้นที่ 2 ด้วยการตรวจสอบความเที่ยง โดยนำแบบสอบถามที่ได้มาทดลองแจกจำนวน 30 คน เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของแต่ละตัวแปร และการวิจัยนี้ได้ทำการตรวจสอบแล้วพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาโดยรวมทั้งหมดอยู่ที่ 0.971 โดยสามารถพิจารณาแต่ละตัวแปรคือ ทัศนคติ แรงจูงใจภายใน และประสิทธิภาพของพนักงานมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ที่ 0.875, 0.925 และ 0.966 ตามลำดับ ซึ่งค่าที่ได้ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

การเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ซึ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน โดยมีขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้ คือ ขั้นที่ 1 ผู้วิจัยได้ดำเนินการขอหนังสือเก็บข้อมูล เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เป็นแบบสอบถาม ขั้นที่ 2 ได้เก็บรวบรวมข้อมูล และการเก็บรวบรวมข้อมูลกระทำในเดือนสิงหาคม-ตุลาคม พ.ศ. 2567 ได้ดำเนินการเก็บแบบสอบถามจำนวน 300 ฉบับ และขั้นที่ 3 ตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามลงรหัสและวิเคราะห์ข้อมูลตามวิธีทางสถิติต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติต่าง ๆ ได้แก่ (1) การวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยการแจกแจงค่าความถี่ (2) การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาระดับของทัศนคติ แรงจูงใจภายใน และประสิทธิภาพของพนักงานด้วยค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ (3) การวิเคราะห์สถิติอนุมาน ซึ่งเป็นการทดสอบสมมติฐาน การวิจัย เพื่อหาอิทธิพลของตัวแปรกำกับแบบมีเงื่อนไข โดยใช้โปรแกรม Process เพื่อทำการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ได้กำหนดไว้

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาถึงอิทธิพลของทัศนคติที่มีผลต่อประสิทธิภาพของพนักงานอุตสาหกรรมยางพาราในพื้นที่ภาคตะวันออกของไทย โดยมีแรงจูงใจภายในเป็นตัวแปรกำกับ การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่มีการสร้างและพัฒนาจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากการวิจัยนี้ได้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานของอุตสาหกรรมยางพาราในพื้นที่ภาคตะวันออกของไทย จำนวน 300 คน จากการเก็บแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างแล้ว พบว่าส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 36-45 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 20,000-25,000 บาท และมีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 5-10 ปี ซึ่งมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติ (AT) แรงจูงใจภายใน (IN) และประสิทธิภาพของพนักงาน (EP) โดยผลของการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นโดยรวมด้วยการหาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ปรากฏได้ดังตารางที่ 3

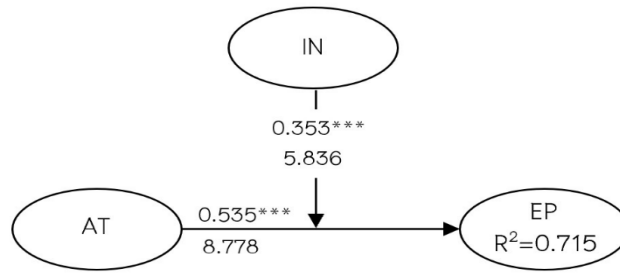
ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
ทัศนคติ (AT)	3.57	0.836	มาก
แรงจูงใจภายใน (IN)	3.67	0.790	มาก
ประสิทธิภาพของพนักงาน (EP)	3.51	0.871	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า พนักงานอุตสาหกรรมยางพาราในพื้นที่ภาคตะวันออกของไทยมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจภายใน ทัศนคติ และประสิทธิภาพของพนักงานมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากทุกประเด็น ซึ่งแต่ละประเด็นมีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.67, 3.57 และ 3.51 ตามลำดับ และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.790, 0.836 และ 0.871 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างอิทธิพลของทัศนคติที่มีผลต่อประสิทธิภาพของพนักงานอุตสาหกรรมยางพาราในพื้นที่ภาคตะวันออกของไทย โดยมีแรงจูงใจภายในเป็นตัวแปรกำกับ ซึ่งเป็นผลการวิเคราะห์อิทธิพลที่มีผลกระทบเชิงสาเหตุแบบเงื่อนไข (Condition Effect) ผู้วิจัยได้ดำเนินการแสดงผลการวิเคราะห์ออกเป็นขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลของทัศนคติที่มีผลต่อประสิทธิภาพของพนักงานอุตสาหกรรมยางพาราในพื้นที่ภาคตะวันออกของไทย โดยมีแรงจูงใจภายในเป็นตัวแปรกำกับ (กรณี *** หมายถึง $p\text{-value} \leq 0.01$)



ภาพที่ 2 อิทธิพลของแรงจูงใจภายในเป็นตัวแปรกำกับ (IN)

จากภาพที่ 2 แสดงให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ (AT) และประสิทธิภาพของพนักงาน (EP) ผลการวิจัยพบว่า อิทธิพลของทัศนคติ(AT) มีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพของพนักงาน (EP) โดยมีค่าอยู่ที่ 0.535 และค่า t-Statistics =8.778 และเมื่อปัจจัยแรงจูงใจภายใน (IN) เข้ามาร่วมปฏิสัมพันธ์กำกับเส้นทางระหว่างทัศนคติ (AT)ไปสู่ประสิทธิภาพของพนักงาน (EP) พบว่าตัวแปรแรงจูงใจที่เข้ามากำกับความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ (AT) ไปสู่ประสิทธิภาพของพนักงาน (EP) นั้นมีค่าอยู่ที่ 0.353 และค่า t-Statistics=5.836

ขั้นที่ 2 อิทธิพลที่มีผลกระทบเชิงสาเหตุแบบเงื่อนไข (Condition Effect) เป็นการวิเคราะห์ตัวแปรที่เป็นอิทธิพลที่กระทบเชิงสาเหตุแบบเงื่อนไข (Condition Effect) ที่เป็นตัวแปรกำกับในการเข้ามาร่วมกับตัวแปรสาเหตุในระดับต่ำ ปานกลาง และสูง โดยมีวิธีการวิเคราะห์ดังนี้

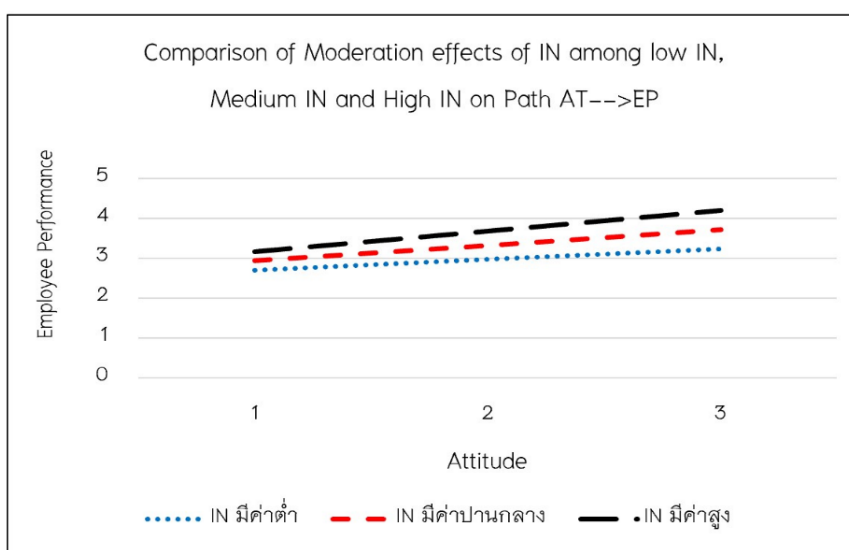
1. อิทธิพลของแรงจูงใจภายในที่เข้ามากำกับกับการเชื่อมโยงทัศนคติสู่ประสิทธิภาพของพนักงาน ซึ่งผลการวิเคราะห์ปรากฏดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 อิทธิพลของตัวแปรกำกับแรงจูงใจภายในระดับต่าง ๆ ที่เชื่อมโยงทัศนคติสู่ประสิทธิภาพของพนักงาน

IN	Effect	Boot SE	Boot LLCI	Boot ULCI
2.882	0.313	0.063	0.189	0.437
3.673	0.465	0.043	0.380	0.549
4.464	0.616	0.051	0.515	0.718

จากตารางที่ 4 พบว่า พนักงานอุตสาหกรรมยางพาราในพื้นที่ภาคตะวันออกของไทยมีระดับของแรงจูงใจภายในที่สูงขึ้นก็จะทำให้พนักงานอุตสาหกรรมยางพาราในพื้นที่ภาคตะวันออกของไทยเกิดทัศนคติที่มีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพของพนักงานที่สูงขึ้น เมื่อพนักงานมีแรงจูงใจภายในอยู่ในระดับต่ำ ระดับปานกลาง และระดับสูง โดยมีค่าเท่ากับ 2.882, 3.673 และ 4.464 ตามลำดับ เมื่อมีแรงจูงใจภายในเข้ามากำกับก็จะส่งผลให้เกิดแรงกระตุ้นอิทธิพลของทัศนคติที่มีผลต่อประสิทธิภาพของพนักงานในระดับที่สูงตาม โดยมีค่าเท่ากับ 0.313, 0.465 และ 0.616 ข้อค้นพบที่ได้

คือ อิทธิพลทางตรงที่กำกับเส้นทางของทัศนคติไปสู่ประสิทธิภาพของพนักงานด้วยแรงจูงใจภายใน จะมีค่าสูงขึ้น เมื่อแรงจูงใจภายในมีค่ามากขึ้น เนื่องจากการศึกษาดังกล่าวจะเห็นได้ว่า เมื่อพนักงาน อุตสาหกรรรมยางพาราในพื้นที่ภาคตะวันออกของไทยเกิดทัศนคติที่ดีที่สั่งสมประสบการณ์จากการ ฝึกอบรมหรือการแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการทำงานอย่างต่อเนื่องจนสามารถสร้างสรรค์ผลงานหลักใน การทำงานที่ดีก็จะส่งผลให้พนักงานเกิดประสิทธิภาพในการทำงานในระดับสูง แต่เมื่อพนักงานได้รับ แรงจูงใจภายในที่เป็นแรงกระตุ้นอันเกิดจากความสำเร็จของงานหรือการได้รับการยอมรับของ ผู้บังคับบัญชาก็จะสามารถทำให้พนักงานเกิดแรงจูงใจภายในที่เพิ่มขึ้นตามระดับเช่นกัน แสดงได้ดัง ภาพที่ 3



ภาพที่ 3 อิทธิพลของแรงจูงใจภายในที่เป็นตัวแปรกำกับอยู่ในระดับต่ำ ปานกลาง และสูงที่เชื่อมโยงทัศนคติสู่ประสิทธิภาพของพนักงาน

จากผลการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างอิทธิพลของทัศนคติที่มีผลต่อประสิทธิภาพของ พนักงานอุตสาหกรรรมยางพาราในพื้นที่ภาคตะวันออกของไทย โดยมีแรงจูงใจภายในเป็นตัวแปรกำกับ ซึ่งสามารถแสดงผลการวิเคราะห์ตามสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 (H1) ทัศนคติที่มีผลต่อประสิทธิภาพของพนักงาน สรุปสมมติฐานการวิจัยได้ว่า ทัศนคติที่มีผลต่อประสิทธิภาพของพนักงาน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.535***

สมมติฐานที่ 2 (H2) อิทธิพลทางตรงที่กำกับเส้นทางของทัศนคติไปสู่ประสิทธิภาพของ พนักงานด้วยแรงจูงใจภายในจะมีค่าสูงขึ้น เมื่อแรงจูงใจภายในมีค่ามากขึ้น สรุปสมมติฐานการวิจัยได้ ว่า อิทธิพลทางตรงที่กำกับเส้นทางของทัศนคติไปสู่ประสิทธิภาพของพนักงานด้วยแรงจูงใจภายในจะมี ค่าสูงขึ้น เมื่อแรงจูงใจภายในมีค่ามากขึ้น โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.353***

อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยตามวัตถุประสงค์ พบว่า อิทธิพลทางตรงที่กำกับเส้นทางของทัศนคติที่มีผลต่อประสิทธิภาพของพนักงานอุตสาหกรรมยางพาราในพื้นที่ภาคตะวันออกของไทยด้วยแรงจูงใจภายในจะมีค่าสูงขึ้น เมื่อแรงจูงใจภายในมากขึ้น เนื่องจากเมื่อพนักงานอุตสาหกรรมยางพาราในพื้นที่ภาคตะวันออกของไทยเกิดทัศนคติที่ดีที่ส่งเสริมประสบการณ์จากการฝึกอบรมหรือการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการทำงานอย่างต่อเนื่องจนสามารถสร้างสรรณะหลักในการทำงานที่ดีก็จะส่งผลให้พนักงานเกิดประสิทธิภาพในการทำงานในระดับสูง แต่เมื่อพนักงานได้รับแรงจูงใจภายในที่เป็นแรงกระตุ้นอันเกิดจากความสำเร็จของงานหรือการได้รับการยอมรับของผู้บังคับบัญชาจะสามารถทำให้พนักงานเกิดแรงจูงใจภายในที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Wulansari & Rahmi (2018) พบว่า ทัศนคติที่เป็นสภาวะทางจิตใจของพนักงานแต่ละบุคคลที่แสดงออกและได้รับแรงผลักดันในเชิงบวกภายในจิตใจ ไม่ว่าจะประสบความสำเร็จที่เกิดจากการทำงาน การได้รับการยอมรับ หรือการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นจะสามารถสร้างให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จตามระยะเวลาที่กำหนดได้ (Bahannoer & Edward, 2021) เช่นเดียวกับการศึกษาของ Wijayanto & Riani (2021) ที่พบว่า ความสามารถหลักที่มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับทัศนคติของพนักงานและแรงจูงใจภายในจะส่งผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานภายในองค์กร เมื่อพนักงานมีทัศนคติเชิงบวกและมีแรงจูงใจภายในจะบรรลุเป้าหมายและสามารถปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานได้ดีตามวัตถุประสงค์ขององค์กรเช่นกัน (Mediana, Wardoyo & Kuswardani, 2024) และการวิจัยของ Purnamayanti & Indiani (2020) ก็ยังพบว่าแรงจูงใจภายในจะทำหน้าที่เป็นปัจจัยควบคุมที่สามารถเพิ่มหรือลดผลกระทบของทัศนคติของพนักงานที่มีต่อประสิทธิภาพของพนักงานในระดับที่สูงขึ้น ซึ่งท้ายที่สุดจะนำไปสู่ระดับของประสิทธิภาพการทำงานที่สูงขึ้นตามการเพิ่มหรือลดของแรงจูงใจภายในและจะนำไปสู่ความสำเร็จในการปฏิบัติตามหน้าที่ความรับผิดชอบ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

อิทธิพลทางตรงที่กำกับเส้นทางของทัศนคติที่มีผลต่อประสิทธิภาพของพนักงานอุตสาหกรรมยางพาราในพื้นที่ภาคตะวันออกของไทยด้วยแรงจูงใจภายในจะมีค่าสูงขึ้น เมื่อแรงจูงใจภายในมากขึ้นตามลำดับ ดังนั้นผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยางพาราในพื้นที่ภาคตะวันออกของไทยควรให้ความสำคัญกับการสร้างทัศนคติที่เป็นสภาวะทางจิตใจหรือเจตคติทางความคิดของแต่ละบุคคลที่แสดงออกทางความรู้สึกของบุคคลอันเกิดจากการทำงานที่ได้รับมอบหมายหรือการส่งเสริมประสบการณ์จากการทำงาน การฝึกอบรม และการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการทำงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดเป็นสมรรถนะหลักในการทำงานที่มีประสิทธิภาพ ประกอบกับผู้ประกอบการอุตสาหกรรม

ยางพาราในพื้นที่ภาคตะวันออกของไทยควรมุ่งเน้นเสริมสร้างแรงจูงใจภายในที่กระตุ้นให้พนักงานเกิดแรงผลักดันในการทำงานให้สำเร็จด้วยการมอบหมายงานอย่างชัดเจนตามความรู้ความสามารถ และให้พนักงานเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้พนักงานสามารถทำงานให้สำเร็จตามบทบาทหน้าที่และตามสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงให้เกิดเป็นผลลัพธ์ที่เหมาะสม

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบที่ว่า เมื่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยางพาราในพื้นที่ภาคตะวันออกของไทยสามารถสร้างทัศนคติที่เป็นความรู้สึกรักของพนักงานได้จะส่งผลให้เกิดอิทธิพลทางตรงที่มีผลต่อประสิทธิภาพของพนักงาน และเมื่อกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจภายในให้มีค่าสูงขึ้นก็จะส่งผลให้ประสิทธิภาพของพนักงานสูงขึ้นตามลำดับเช่นกัน ซึ่งจากผลการวิจัยและข้อค้นพบครั้งนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับอุตสาหกรรมยางพาราในพื้นที่ภาคตะวันออกของไทยได้ โดยการวิจัยครั้งต่อไปควรให้ความสำคัญกับการสร้างประสิทธิภาพของพนักงานในระดับที่สูงขึ้นด้วยการศึกษาถึงประเด็นปัจจัยต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นทักษะ ความรู้ และความสามารถที่จะทำให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานในระดับที่สูงขึ้น อีกทั้งควรทำการสัมภาษณ์เชิงลึกที่จะนำมาซึ่งข้อมูลของปัจจัยที่จะส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพที่สูงขึ้นตามระดับของการกระตุ้นด้วยการสร้างแรงจูงใจให้เกิดขึ้นแก่พนักงานอย่างต่อเนื่องเช่นกัน

เอกสารอ้างอิง

- กรมโรงงานอุตสาหกรรม. (2566). *ข้อมูลโรงงานแยกตามพื้นที่*. สืบค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2566, จาก <https://www.diw.go.th/webdiw/search-factory/>.
- ฉัญนันท์ บุญอยู่, สุชารัตน์ บุญอยู่ และกนกอร บุญมาเกิด. (2563). อิทธิพลของการกล้าเผชิญความเสี่ยงที่อยู่ในฐานะตัวแปรปฏิสัมพันธ์ระหว่างทุนมนุษย์สู่ผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตเครื่องปรับอากาศในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 6(2), 115-123.
- วรรณิ์ แกมเกตุ. (2555). *วิธีวิทยาการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ติวกร วิชากิจ. (2565). *อุตสาหกรรมยางพาราไทย แนวโน้มการขยายตัวปี 2565*. สืบค้นเมื่อ 2 มกราคม 2567, จาก https://www.v-servelogsitics.com/media/vserve2017/file_pdf/220201_60904_NA-JAN2022-Siwakorn.pdf.
- สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (2563). *การแบ่งภูมิภาคทางภูมิศาสตร์*. สืบค้นเมื่อ 30 มีนาคม 2567, จาก <http://legacy.orst.go.th/?knowledge=การแบ่งภูมิภาคทางภูมิศe>.

- Achyar, D. M., & Musnadi, N. S. (2020). The effect of skill, self-evaluation and locus of control on employee performance with self-efficacy as a mediation study in PT. Angkasa Pura II SIM Airport office. *International Journal of Scientific and Management Research*, 3(2), 192–206.
- Alsuwailem, M. (2023). Sustaining work-home enrichment experience in the academic sector: The role of intrinsic versus extrinsic motivations. *Sustainability*, 15(6), 1–14.
- Arulsamy, A. S., Singh, I., Kumar, S., Panchal, J. J., & Bajaj, K. K. (2023). Employee training and development enhancing employee performance: A study. *Samdarshi*, 16(3), 406–416.
- Bahannoer, N., & Edward, Y. R. (2021). The effect of employee competency and work discipline on employee performance with work motivation as intervening variable at Columbia hospital Asia Medan. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 24(6), 179–184.
- Cajurao, G., Bungay, A., Cruz, R., & Solis, M. (2023). The effect of intrinsic, extrinsic motivation and organizational commitment on millennial educator's job performance. *An Open Accessible, Multidisciplinary, Fully Refereed and Peer Reviewed Journal*, 3(5), 46–63.
- Comrey, A. L. & Lee, H. B. (1992). *A First Course in Factor Analysis*. (2nd Ed.). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Fahriana, C. (2022). The influence of work motivation on employee performance. *Asian Journal of Economics and Business Management*, 1(3), 229–233.
- Fahriana, C. (2022). The influence of work motivation on employee performance. *Asian Journal of Economics and Business Management*, 1(3), 229–233.
- Ilahi, S., & Ahmed, M. (2016). Perception and attitude of employees of telecommunication sector towards the organization. *Asian Journal of Management Applications and Research*, 7(1), 12–25.
- Inuwa, M., Mashi, M. S., & Salisu, I. M. (2017). Job attitude and employee performance: An empirical study of non-Academic staff of Bauchi state university Gadau Nigeria. *International Journal of Business and Management Future*, 1(1), 1–14.

- Khawaldeh, E. D. A. (2023). The impact of training on improving employee performance: A case study on employees in the directorate of education of MAAN District. *International Journal of Professional Business Review*, 8(10), 1–24.
- Likert, R. A. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, 22(140), 1–55.
- Martini, I. A. O., Supriyadinata, A. A. N., Sutrisni, K. E., & Sarmawa, W. G. (2020). The dimensions of competency on worker performance mediated by work commitment. *Cogent Business & Management*, 7(1), 1–12.
- Mediana, D., Warkoyo, P., & Kuswardani, D. (2024). The influence of competence and training on employee performance with motivation as a moderating variable in the Duta Sarana Prasetya Group construction company in Semarang city. *International Journal of Research Publication and Reviews*, 5(2), 2525–2536.
- Noor, S., & Rafiq, M A. (2021). Discover the employee performance dimensionality in public sector organizations of Pakistan. *Palarch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 18(4), 4991–5021.
- Okine, G. N. B., Addeh, G. Y. A., Olusola, B. E., & Asare, I. (2021). Employee motivation and its effects on employee productivity performance. *Journal of Economics and Sustainable Development*, 12(16), 99–108.
- Purnamayanti, N. L. P., & Indiani, N. L. P. (2020). The effect of employee professionalism and work motivation on employee performance. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 23(1), 367–372.
- Uddin, M. J., Luva, R. H., & Hossain, S. M. M. (2013). Impact of Organizational Culture on Employee Performance and Productivity: A Case Study of Telecommunication Sector in Bangladesh. *International Journal of Business and Management*, 8, 63–77.
- Widiastuti, D., Wiyarni, W., & Sudjawoto, E. (2020). Examining the role of motivation and competence on employee performance with discipline as moderating variable. *International Journal of Managerial Studies and Research*, 8(8), 1–9.

Wijayanto, B. K., & Riani, A. L. (2021). The influence of work competency and motivation on employee performance. *Society*, 9(1), 83–93.

Wulansari, P., & Rahmi, A. U. (2018). The effect of employee competence and motivation on employee performance. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 65(1), 683–685.

ผลกระทบของการรับรู้คุณค่าต่อการสนับสนุนของลูกค้า สินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูในกรุงเทพมหานคร

The Effects of Perceived Value on Customer Advocacy of Luxury Fashion Products in Bangkok Metropolitan

¹ธัญพัฒน์ ศรีพันธ์, ²ประยงค์ มีใจซื่อ และ ³แก้วตา ผู้พัฒนาพงศ์

¹Tanyapat Sriphan, ²Prayong Meechaisue and ³Kaewta Poopatanapong

^{1, 2, 3}หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

^{1, 2, 3}Doctor of Business Administration Program, Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University

¹Corresponding Author. E-mail: tanyapatsriphan@gmail.com

Received April 21, 2025; Revised April 24, 2025; Accepted April 28, 2025

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) การรับรู้คุณค่าของลูกค้าที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้า การจัดการข้อร้องเรียนและความภักดีในตราสินค้า (2) ความพึงพอใจของลูกค้าที่ส่งผลกระทบต่อการจัดการข้อร้องเรียน และความภักดีในตราสินค้า (3) การจัดการข้อร้องเรียนที่ส่งผลกระทบต่อความภักดีในตราสินค้าและการสนับสนุนของลูกค้า และ (4) ความภักดีในตราสินค้าที่ส่งผลกระทบต่อ การสนับสนุนของลูกค้า ระเบียบวิธีวิจัยเป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี โดยข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการธุรกิจและลูกค้าที่ซื้อสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูในกรุงเทพมหานคร จำนวน 16 ราย ส่วนข้อมูลเชิงปริมาณทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับลูกค้าที่ซื้อสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูในกรุงเทพมหานคร จำนวน 500 ราย เทคนิคในการวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ตัวแบบจำลองสมการโครงสร้างด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ ผลการวิจัยพบว่า (1) การรับรู้คุณค่าของลูกค้าส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้า แต่ไม่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อการจัดการข้อร้องเรียนและความภักดีในตราสินค้า (2) ความพึงพอใจของลูกค้าส่งผลกระทบต่อ การจัดการข้อร้องเรียนและความภักดีในตราสินค้า (3) การจัดการข้อร้องเรียนส่งผลกระทบต่อ การสนับสนุนของลูกค้า แต่ไม่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความภักดีในตราสินค้า และ (4) ความภักดีในตราสินค้าส่งผลกระทบต่อ การสนับสนุนของลูกค้า

คำสำคัญ: การรับรู้คุณค่าของลูกค้า; ความพึงพอใจของลูกค้า; การจัดการข้อร้องเรียน; ความภักดีในตราสินค้า; การสนับสนุนของลูกค้า

Abstract

This study aims to investigate: (1) the impact of perceived customer value toward customer satisfaction, complaint handling, and brand loyalty; (2) the impact of customer satisfaction on complaint handling and brand loyalty; (3) the impact of complaint handling on brand loyalty and customer

advocacy; and (4) the impact of brand loyalty on customer advocacy. This study was a mixed-method study. The qualitative data was collected through in-depth interviews with 16 business operators and customers of luxury fashion brands in Bangkok, whereas quantitative data was collected through questionnaires distributed to 500 customers of luxury fashion products in Bangkok. Data analysis was conducted by using structural equation modeling (SEM) with specialized statistical computer software. The findings of the study revealed that: (1) perceived customer value has a positive influence on customer satisfaction; however, it doesn't have a statistically significant effect on complaint handling and brand loyalty. (2) Customer satisfaction positively affects complaints handling and brand loyalty. (3) Compliant handling positively impacts customer advocacy but does not have a statistically significant effect on brand loyalty. (4) Finally, brand loyalty has a positive influence on customer advocacy.

Keywords: Perceived Value; Customer Satisfaction; Complaint Handling;
Brand Loyalty; Customer Advocacy

บทนำ

สินค้าแฟชั่นที่มีความหรูหราถือเป็นปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมระดับโลกที่มีความโดดเด่นในแต่ละช่วงเวลา และทำให้ลูกค้าได้รับทั้งความสุขในชื่อเสียงของสินค้านั้น ๆ ความหลากหลายของสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูได้เพิ่มขึ้นอย่างมากในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา สินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูไม่ได้เป็นเพียงสินค้าที่ผลิตขึ้นมาเพื่อจำหน่ายเป็นสินค้าฟุ่มเฟือยเพียงเท่านั้น แต่เป็นสินค้าที่มองว่า เป็นการลงทุน และสามารถกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศได้ (Chen & Zhuang, 2024) โดยตลาดของสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูจะเติบโตอย่างต่อเนื่องทั้งในประเทศที่พัฒนาแล้วและประเทศที่กำลังพัฒนา ประเทศไทยก็เป็นประเทศหนึ่งที่มีการเติบโตของสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูอย่างต่อเนื่อง ในปี 2561 ซึ่งได้รับการยืนยันจนถึงปี 2568 ทั่วโลกมีมูลค่าเกือบ 1.2 ล้านล้านยูโร เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 จาก 2560 (Bain & Company, 2019) โดยกลุ่มลูกค้าชนชั้นกลางกำลังเติบโตอย่างมาก คาดว่าจำนวนลูกค้าชาวเอเชียจะเพิ่มขึ้นจาก 2 พันล้านคนในปี 2563 เป็น 3.5 พันล้านคนในปี 2573 ในขณะที่จำนวนลูกค้าชาวอเมริกันคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 689 ล้านคนในปี 2573 จาก 647 ล้านคน เมื่อทศวรรษก่อน (Deloitte, 2019) โดยในประเทศไทยสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูที่ได้รับความนิยมในปัจจุบันจะมีความหลากหลาย อาทิ สินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูที่เป็นเครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ กระเป๋าถือ รองเท้า นาฬิกา และน้ำหอม เป็นต้น ซึ่งมีลักษณะเฉพาะมีความพิเศษ ราคาพรีเมียม มีภาพลักษณ์ที่ดี และมีมูลค่าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (Chen & Zhuang, 2024) นอกจากนี้ทางด้าน JPMorgan Chase & Co ซึ่งเป็นธนาคารที่ใหญ่ที่สุดในโลกคาดการณ์ว่า มูลค่าการบริโภคสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูจะยังเพิ่มขึ้นเป็น 8 หมื่นล้านล้านบาท โดยในปี 2565 จะเห็นได้ว่า แนวโน้มในการใช้สินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูมีเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากไทยมีกำลังการซื้อเพิ่มขึ้น และการขยายตัวของ

จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาจากทั่วทุกมุมโลก ทำให้มีสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูระดับโลก หลากหลายแบรนด์เข้ามาเปิดร้านจำหน่ายสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูที่กรุงเทพมหานครมากขึ้น ซึ่งกรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงหลักของไทยที่มีความเป็นสังคมเมืองสูง โดยจะเป็นแหล่งรวมสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูที่มีชื่อ สัญลักษณ์ รูปแบบ ดีไซน์ หรือการบอกบอกความเป็นเฉพาะตัวที่สร้างขึ้น เพื่อระบุความเป็นเอกลักษณ์ ความหรูหราที่เข้าถึงได้ง่ายสำหรับคนทั่วไป (Buchholz, 2020) ในขณะที่ลูกค้าชนชนกลางแสวงหาสินค้า บริการ และแบรนด์ที่หรูหรา เพื่อตอบสนองต่อกลุ่มสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูใหม่ที่เป็นตลาดสินค้าเฉพาะและต้องการการปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับการแบ่งปันข้อมูลทางการตลาดที่แข็งแกร่ง (Shimul & Phay, 2018)

อย่างไรก็ตามในปัจจุบันเกิดภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำ ธุรกิจสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูต้องเผชิญทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่เป็นกลุ่มลูกค้าสำคัญของสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูชั้นนำได้ชะลอการใช้จ่ายใช้สอยอย่างเห็นได้ชัดเจน กลุ่มชนชั้นกลางในจีนเริ่มมีแนวคิดใหม่ที่ลดการซื้อสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูลง ลดการใช้โซเชียลมีเดียผ่านสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรู เพราะปัญหาเศรษฐกิจที่ไม่มั่นคงทางการเงินและการหันไปใช้จ่ายเงินกับการท่องเที่ยวมากกว่าการซื้อสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรู อีกทั้งหลายธุรกิจสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูดังในยุโรปกำลังประสบปัญหามูลค่าหุ้นของแบรนด์ที่ลดลงมาก ซึ่งแสดงได้ถึงภาวะซบเซาของสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูที่วัดได้จากฝ่ายขายของหลายแบรนด์ทั้ง LVMH, Kering, Burberry Group หันมาส่งเสริมการขายด้วยการให้ส่วนลดเพื่อลดสินค้าคงคลังจำนวนมาก โดยหวังว่าจะสามารถรักษากลุ่มลูกค้าวีไอพีให้กลับมา แม้ว่า ตลาดสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูจะหดตัวลงถึงร้อยละ 15 ในปี 2567 ก็ตาม (ชลาธิป ธีรสุนทรกุล, 2567) การสนับสนุนของลูกค้าจึงถือได้ว่า มีบทบาทสำคัญที่ธุรกิจจำเป็นต้องใส่ใจในระดับการสนับสนุนจากลูกค้านอกจากนี้เทคโนโลยีในปัจจุบันยังพัฒนาอย่างรวดเร็ว จึงทำให้เกิดการแข่งขันในตลาดที่สูงยิ่งขึ้น การสนับสนุนของลูกค้าจะเกิดจากความภักดีในตราสินค้าที่ลูกค้าเต็มใจที่จะสนับสนุนและแนะนำธุรกิจให้กับเพื่อนและครอบครัวของตน ซึ่งถือได้ว่าเป็นกลยุทธ์ที่เร็ว ประหยัด และประสบความสำเร็จมากกว่าในแง่ของการจัดการข้อร้องเรียนที่เกิดปัญหาขึ้นในครั้งแรก (Hermawati, 2022) เมื่อเปรียบเทียบกับกลยุทธ์การบริการลูกค้าแบบดั้งเดิมที่ส่งผ่านความพึงพอใจของลูกค้า (Yum & Kim, 2024) โดยลูกค้าจะรับรู้ได้จากองค์การในการนำเสนอคุณค่าที่ดี เพื่อเป็นมาตรฐานในการสร้างฐานลูกค้าที่ทำให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้าที่สามารถจัดการข้อร้องเรียนและนำไปสู่ความภักดีในตราสินค้าและการสนับสนุนของลูกค้าที่เป็นช่องทางทางการสื่อสารที่ดี พร้อมกับนำเสนอสินค้าให้แก่บุคคลรอบข้างได้รับรู้ถึงประสบการณ์การใช้สินค้าอย่างต่อเนื่อง (Brigitta et al., 2023)

จากประเด็นการแข่งขันในตลาดที่เพิ่มสูงขึ้น พฤติกรรมการซื้อของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลาย้ายความต่อสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่เศรษฐกิจตกต่ำ

ทำให้ยอดขายสินค้าแฟชั่นแบรนด์ลดลง ซึ่งจากประเด็นที่ได้ทำการศึกษาและแนวทางการทบทวนดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาถึง “ผลกระทบของการรับรู้คุณค่าต่อการสนับสนุนของลูกค้าสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูในกรุงเทพมหานคร” เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้ในการวางแผนการตลาดและกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งสามารถตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงของตลาดและพฤติกรรมของลูกค้าได้อย่างทันท่วงที ทำให้สามารถรักษาความได้เปรียบในการแข่งขันและเติบโตในตลาดที่มีความเปลี่ยนแปลงเสมอ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีและตอบสนองต่อความคาดหวังของลูกค้าได้อย่างสมบูรณ์ที่ทำให้ลูกค้ากลายเป็นผู้สนับสนุนที่สำคัญ ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและความน่าเชื่อถือให้กับแบรนด์ในระยะยาว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

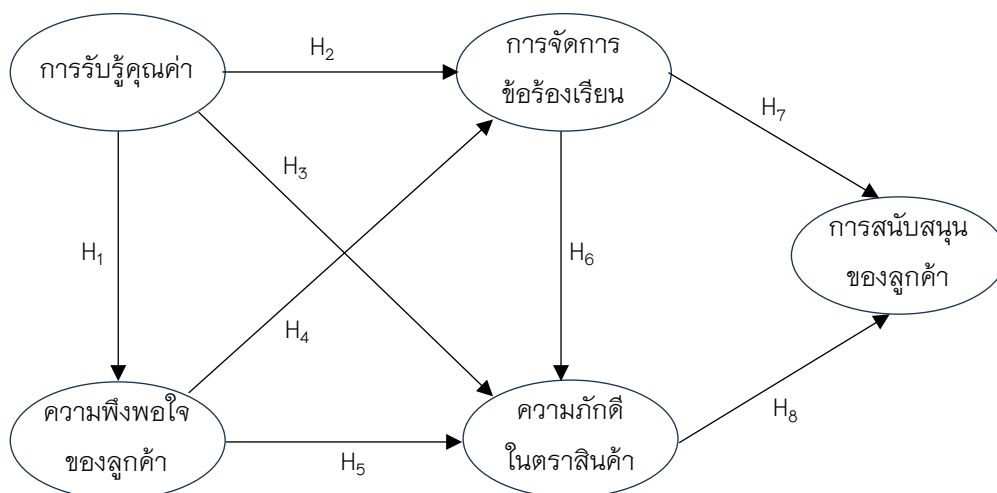
1. เพื่อศึกษาการรับรู้คุณค่าของลูกค้าที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้าการจัดการซื้อรองเท้าเรียนและความภักดีในตราสินค้า
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่ส่งผลกระทบต่อการจัดการซื้อรองเท้าเรียนและความภักดีในตราสินค้า
3. เพื่อศึกษาการจัดการซื้อรองเท้าเรียนที่ส่งผลกระทบต่อความภักดีในตราสินค้าและการสนับสนุนของลูกค้า
4. เพื่อศึกษาความภักดีในตราสินค้าที่ส่งผลกระทบต่อ การสนับสนุนของลูกค้า

สมมติฐานของการวิจัย

- สมมติฐานที่ 1 (H₁) การรับรู้คุณค่าของลูกค้ามีผลกระทบทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า
- สมมติฐานที่ 2 (H₂) การรับรู้คุณค่าของลูกค้ามีผลกระทบทางบวกต่อการจัดการซื้อรองเท้าเรียน
- สมมติฐานที่ 3 (H₃) การรับรู้คุณค่าของลูกค้ามีผลกระทบทางบวกต่อความภักดีในตราสินค้า
- สมมติฐานที่ 4 (H₄) ความพึงพอใจของลูกค้ามีผลกระทบทางบวกต่อการจัดการซื้อรองเท้าเรียน
- สมมติฐานที่ 5 (H₅) ความพึงพอใจของลูกค้ามีผลกระทบทางบวกต่อความภักดีในตราสินค้า
- สมมติฐานที่ 6 (H₆) การจัดการซื้อรองเท้าเรียนมีผลกระทบทางบวกต่อความภักดีในตราสินค้า
- สมมติฐานที่ 7 (H₇) การจัดการซื้อรองเท้าเรียนมีผลกระทบทางบวกต่อการสนับสนุนของลูกค้า
- สมมติฐานที่ 8 (H₈) ความภักดีในตราสินค้ามีผลกระทบทางบวกต่อการสนับสนุนของลูกค้า

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการสร้างและพัฒนากรอบแนวคิดจากแนวคิด ทฤษฎี และการวิจัยต่าง ๆ เกี่ยวกับผลกระทบของการรับรู้คุณค่าต่อการสนับสนุนของลูกค้าสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูในกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยได้ทำการสร้างและพัฒนากรอบแนวคิดและนำมาบูรณาการได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเกี่ยวกับผลกระทบของการรับรู้คุณค่าต่อการสนับสนุนของลูกค้าสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณที่มีรายละเอียดดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพได้แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ (1) ผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูในกรุงเทพมหานคร และ (2) ลูกค้าที่ซื้อสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูในกรุงเทพมหานคร ส่วนประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ คือ ลูกค้าที่ซื้อสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูในกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพได้แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ (1) ผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูในกรุงเทพมหานคร และ (2) ลูกค้าที่ซื้อสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูในกรุงเทพมหานคร มากกว่า 5 ปีขึ้นไป โดยมีความรู้ประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญในสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรู จำนวน 16 ราย การกำหนดกลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณเป็นลูกค้าที่ซื้อสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูในกรุงเทพมหานคร จำนวน 500 ราย โดยได้กำหนดขนาดตัวอย่างตามแนวคิดของ Comrey & Lee (1992) ที่กำหนดว่า จำนวนตัวอย่าง 500 ตัวอย่าง ถือว่า อยู่ในระดับยอดเยี่ยม (Excellent) และเหมาะสมกับการวิเคราะห์ด้วยแบบสมการโครงสร้าง (SEM) ที่มีความเชื่อมั่นและมีจำนวนที่เพียงพอสำหรับการนำมาวิเคราะห์ข้อมูลได้ และวิธีการสุ่มตัวอย่างได้อาศัยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากลูกค้าที่ซื้อสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูในกรุงเทพมหานคร

2. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล การวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ ส่วนที่ 2 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีในตราสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูในกรุงเทพมหานครว่า มีปัจจัยใดบ้าง และส่วนที่ 3 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัจจัยที่สนับสนุนความภักดีในตราสินค้าที่ส่งผลต่อการสนับสนุนของลูกค้าสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูในกรุงเทพมหานครว่า มีปัจจัยใดบ้าง ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณ ประกอบด้วย 6 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าของลูกค้า (Perceived Value) ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ส่วนที่ 4 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการข้อร้องเรียน (Complaint Handling) ส่วนที่ 5 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดีในตราสินค้า (Brand Loyalty) และส่วนที่ 6 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการสนับสนุนของลูกค้า (Customer Advocacy) ส่วนการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างและพัฒนาแบบสอบถาม โดยนำข้อคำถามที่ได้มาทำการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ก่อนนำไปทดลองใช้ โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน เป็นผู้ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างประเด็นการวัดกับข้อคำถามที่สร้างขึ้น โดยแบบสอบถามฉบับดังกล่าวได้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์มีค่าความตรงที่ 0.80-1.00 ซึ่งมีค่าผ่านเกณฑ์ทุกประเด็น ผู้วิจัยจึงนำแบบสอบถามไปทดสอบ (Pre-Test) กับลูกค้าที่ซื้อสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูในกรุงเทพมหานคร จำนวน 40 คน และนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบาค ค่าที่ได้ทั้งหมดมีค่าเท่ากับ 0.907 และเมื่อพิจารณาแต่ละตัวแปร พบว่าการรับรู้คุณค่าของลูกค้า ความพึงพอใจของลูกค้า การจัดการข้อร้องเรียน ความภักดีในตราสินค้า และการสนับสนุนของลูกค้ามีค่าเท่ากับ 0.930, 0.952, 0.927, 0.960 และ 0.968 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิจัยเชิงคุณภาพได้ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลหลัก สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ (Google Form) โดยก่อนดำเนินการเก็บข้อมูลได้ทำการชี้แจงกับผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อชี้แจงถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัยและขอความยินยอมในการเข้าร่วมการวิจัย โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บแบบสอบถามตั้งแต่วันที่ 1-25 ธันวาคม 2567

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 2 ส่วน คือ (1) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ทำการลดทอนข้อมูล เพื่อหาประเด็นที่มีผู้ให้ข้อมูลซ้ำ ๆ และตัดข้อมูลที่ไมต้องการ และสร้างข้อสรุปที่ยืนยันผลสรุปด้วยการตรวจสอบยืนยันความน่าเชื่อถือด้วยวิธีการแบบสามเส้า (Triangulation) ด้วยการตรวจสอบเรื่องเวลา สถานที่ และบุคคลที่ทำการสัมภาษณ์ เพื่อให้แน่ใจว่าข้อมูลที่ได้นั้นถูกต้องตามประเด็น และ (2) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์

สถิติพรรณนา เพื่อสรุปข้อมูล ทัวไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้วยการหาค่าร้อยละ และได้ทำการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของตัวแปรการรับรู้คุณค่าของลูกค้า ความพึงพอใจของลูกค้า การจัดการข้อร้องเรียน ความภักดีในตราสินค้า และการสนับสนุนของลูกค้าด้วยการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทำการวิเคราะห์สถิติศาสตร์หลาย ตัวแปร (Multivariable Statistics) เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM)

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นวิธีการวิจัยแบบผสมทั้งในส่วนของวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งสามารถแสดงผลการวิเคราะห์จากการศึกษาตามลำดับได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 62.40 มีอายุน้อยกว่า 30 ปี ร้อยละ 47.20 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 57.80 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 30,000 บาท ร้อยละ 44.00 และมีประสบการณ์การซื้อสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรืออยู่ที่ 1-5 ปี ร้อยละ 52.20

2. ผลการวิเคราะห์ระดับของการรับรู้คุณค่าของลูกค้า ความพึงพอใจของลูกค้า การจัดการข้อร้องเรียน ความภักดีในตราสินค้า และการสนับสนุนของลูกค้า สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 1

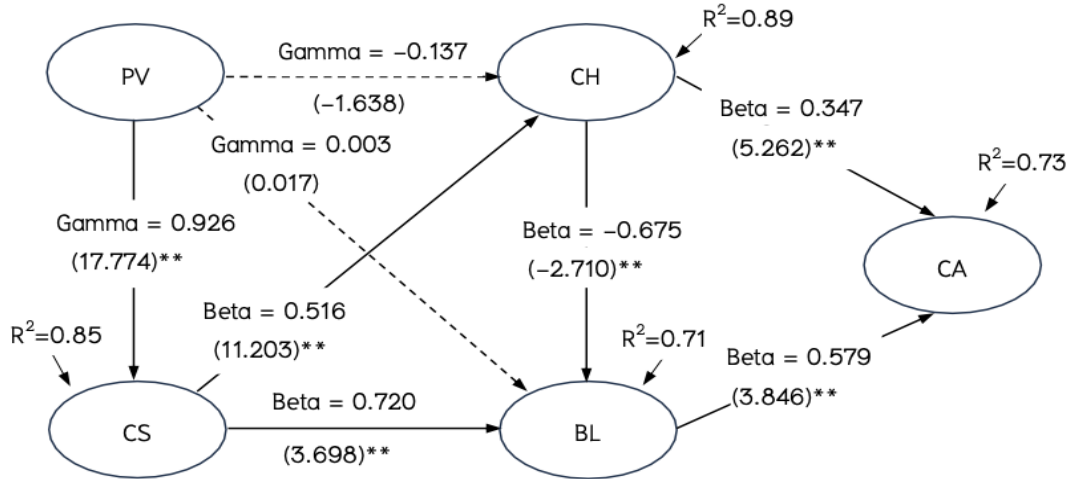
ตารางที่ 1 ระดับความคิดเห็นด้วยค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
การรับรู้คุณค่าของลูกค้า	3.62	0.793	มาก
ความพึงพอใจของลูกค้า	3.62	0.782	มาก
การจัดการข้อร้องเรียน	3.64	0.787	มาก
ความภักดีในตราสินค้า	3.44	0.920	มาก
การสนับสนุนของลูกค้า	3.37	0.938	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 แสดงได้ว่า ลูกค้าที่ซื้อสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรือในกรุงเทพมหานครมีระดับความคิดเห็นโดยรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นจากมากไปน้อย พบว่า การจัดการข้อร้องเรียน การรับรู้คุณค่าของลูกค้า ความพึงพอใจของลูกค้า และความภักดีในตราสินค้ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเท่ากับ 3.64, 3.62, 3.62 และ 3.44 ตามลำดับ มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.787, 0.782, 0.793 และ 0.920 ตามลำดับ ส่วนการสนับสนุนของลูกค้ามีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเท่ากับ 3.37 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.938

3. ผลการวิเคราะห์ตัวแบบจำลองสมการโครงสร้างเพื่อการทดสอบสมมติฐานของการวิจัยที่ค้นหาอิทธิพลเชิงสาเหตุ (Causal Influence) ระหว่างตัวแปรที่ปรากฏในกรอบแนวคิดการวิจัยนี้

มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบผลการวิเคราะห์ว่าเป็นไปตามสมมติฐานหรือไม่ ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้สามารถแสดงได้ดังภาพที่ 2



Chi-square = 905.07, df = 478, Chi-square/df = 1.893, P value = 0.000,

RMSEA = 0.042, CFI = 0.995, GFI = 0.904, AGFI = 0.880

ภาพที่ 2 ความสัมพันธ์ตัวแบบจำลองสมการโครงสร้างเพื่อการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

จากภาพที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ทั้งทางตรงและทางอ้อมที่ว่า (1) ความพึงพอใจของลูกค้า (CS) ได้รับผลกระทบทางตรงจากการรับรู้คุณค่าของลูกค้า (PV) ในระดับที่สูง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง $\Gamma = 0.926$ และมีค่า t-statistics เท่ากับ 17.774 (2) การจัดการข้อร้องเรียน (CH) ได้รับผลกระทบทางตรงจากการรับรู้คุณค่าของลูกค้า (PV) อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง $\Gamma = -0.137$ และมีค่า t-statistics เท่ากับ -1.638 แต่เมื่อพิจารณาปัจจัยเชิงสาเหตุทางอ้อมแล้วพบว่า อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางโดยรวม (Total Effect) เท่ากับ 0.431 (3) ความภักดีในตราสินค้า (BL) ได้รับผลกระทบทางตรงจากการรับรู้คุณค่าของลูกค้า (PV) อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง $\Gamma = 0.003$ และมีค่า t-statistics เท่ากับ 0.017 แต่เมื่อพิจารณาปัจจัยเชิงสาเหตุทางอ้อมแล้วพบว่า อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางโดยรวม (Total Effect) เท่ากับ 0.440 (4) การจัดการข้อร้องเรียน (CH) ได้รับผลกระทบทางตรงจากความพึงพอใจของลูกค้า (CS) ในระดับปานกลาง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง $\Gamma = 0.516$ และมีค่า t-statistics เท่ากับ 11.203 (5) ความภักดีในตราสินค้า (BL) ได้รับผลกระทบทางตรงจากความพึงพอใจของลูกค้า (CS) อยู่ในระดับสูง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง $\Gamma = 0.720$

และมีค่า t-statistics เท่ากับ 3.698 แต่เมื่อพิจารณาปัจจัยเชิงสาเหตุทางอ้อมแล้วพบว่า อยู่ในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางโดยรวม (Total Effect) เท่ากับ 0.372 (6) ความภักดีในตราสินค้า (BL) ได้รับผลกระทบทางตรงจากการจัดการข้อร้องเรียน (CH) ในระดับปานกลาง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง $\text{Gamma} = -0.675$ และมีค่า t-statistics เท่ากับ -2.710 (7) การสนับสนุนของลูกค้า (CA) ได้รับผลกระทบทางตรงจากการจัดการข้อร้องเรียน (CH) อยู่ในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง $\text{Gamma} = 0.347$ และมีค่า t-statistics เท่ากับ 5.262 แต่เมื่อพิจารณาปัจจัยเชิงสาเหตุทางอ้อมแล้วพบว่า อยู่ในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางโดยรวม (Total Effect) เท่ากับ -0.044 และ (8) การสนับสนุนของลูกค้า (CA) ได้รับผลกระทบทางตรงจากความภักดีในตราสินค้า (BL) ในระดับปานกลาง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง $\text{Gamma} = 0.579$ และมีค่า t-statistics เท่ากับ 3.846

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูในกรุงเทพมหานคร และกลุ่มลูกค้าที่ซื้อสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูในกรุงเทพมหานคร ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกได้แบ่งการรวมกลุ่มขององค์ประกอบหลักและองค์ประกอบย่อยต่าง ๆ ได้เป็น 5 ประเด็นหลักดังนี้

ประเด็นที่ 1 การรับรู้คุณค่าของลูกค้า (Perceived Value) พบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักให้ความเห็นในทิศทางเดียวกันว่า ปัจจัยการรับรู้คุณค่าของลูกค้าที่เกี่ยวกับการรับรู้เชิงบวกของลูกค้าที่ธุรกิจแฟชั่นแบรนด์หรูได้มีการสร้างให้เกิดการรับรู้คุณค่าที่แท้จริง เมื่อลูกค้ารับรู้ถึงคุณค่าทางสังคมและเชื่อมั่นว่าสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่บุคคลที่มีชื่อเสียงซื้อมาครอบครองและได้รับการยอมรับว่าเป็นสินค้าที่มีความแปลกใหม่เสมอ ไม่เพียงเท่านั้นยังเป็นสินค้าที่มีราคาแพงและมีมูลค่าทางการเงิน เมื่อเวลาผ่านไปสินค้าเหล่านี้จะมีมูลค่าที่เพิ่มขึ้น ถือได้ว่า เป็นการลงทุนที่คุ้มค่า และสามารถเก็บไว้เป็นของสะสมได้ อีกทั้งยังเป็นสินค้าที่มีการออกแบบมาเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่จะดึงดูดความสนใจของลูกค้าและทำให้ลูกค้าเกิดความภักดีในตราสินค้าที่จะส่งผลให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำ อีกทั้งยังสามารถนำไปสู่การสร้างการสนับสนุนของลูกค้าให้เกิดการแนะนำบอกต่อบุคคลอื่นด้วยความเต็มใจ

ประเด็นที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักให้ความเห็นในทิศทางเดียวกันว่า ปัจจัยความพึงพอใจของลูกค้าเป็นความคาดหวังกับสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูว่า เป็นสินค้าที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการและเป็นสินค้าที่มีความเชี่ยวชาญในการผลิต อีกทั้งมีข้อเสนอพิเศษที่สามารถตอบสนองความคาดหวังให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจโดยรวมได้ อาทิ การเอาใจใส่ต่อลูกค้าทุกครั้งที่ลูกค้าได้เข้าไปใช้บริการเลือกซื้อสินค้า ซึ่งจะได้รับบริการที่ดีจากพนักงานเสมอ และเป็นประสบการณ์ที่ดีที่ทำให้เกิดความพึงพอใจต่อสินค้า และเมื่อลูกค้าเกิด

ความพึงพอใจแล้ว การจัดการข้อร้องเรียนต่าง ๆ ก็จะสามารถจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพจนสามารถสร้างความผูกพันให้ลูกค้าเกิดความภักดีในตราสินค้าและนำมาซึ่งการสนับสนุนสินค้าอย่างต่อเนื่อง

ประเด็นที่ 3 การจัดการข้อร้องเรียน (Complaint Handling) พบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักให้ความเห็นในทิศทางเดียวกันว่า ปัจจัยการจัดการข้อร้องเรียนของสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูถือเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่ใช้เพื่อแก้ไขและเรียนรู้ให้เกิดกระบวนการส่งเสริมให้เกิดการรับรู้ที่เป็นธรรมด้วยการจัดการปัญหาที่เกิดขึ้นด้วยความกระตือรือร้น และพนักงานได้แก้ไขปัญหอย่างเป็นระบบด้วยความใส่ใจอย่างจริงจังและเร่งด่วน อีกทั้งมีการสร้างการรับรู้ผลตอบแทนที่เป็นธรรม เมื่อลูกค้าได้รับสินค้าที่บกพร่องหรือมีปัญหา พนักงานจะนำสินค้าชิ้นใหม่มาทดแทนชิ้นเดิมพร้อมกับการให้บัตรกำนัลเพื่อชดเชยข้อบกพร่องของสินค้าได้ทันที เพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกดี ซึ่งจะนำไปสู่ความภักดีในตราสินค้าและแสดงพฤติกรรมที่เป็นความตั้งใจที่จะซื้อสินค้าอย่างต่อเนื่อง พร้อมกับยินดีที่จะแบ่งประสบการณ์การใช้สินค้าให้กับบุคคลที่มีความชอบ

ประเด็นที่ 4 ความภักดีในตราสินค้า (Brand Loyalty) พบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักให้ความเห็นในทิศทางเดียวกันว่า ปัจจัยความภักดีในตราสินค้าเป็นการสร้างการรับรู้ให้เห็นถึงคุณภาพของสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูว่าดีกว่าสินค้าแบรนด์ธรรมดาทั่วไป อีกทั้งสร้างให้ลูกค้าเกิดความชื่นชอบและพอใจในสินค้าให้มากขึ้น เมื่อเทียบกับสินค้าทั่วไป เพื่อให้ลูกค้าเกิดความตั้งใจและแนวโน้มที่จะซื้อสินค้าอย่างต่อเนื่อง พร้อมกับตัดสินใจซื้อสินค้ามากกว่าสินค้าทั่วไปมาใช้ในชีวิตประจำวันหรือเป็นของขวัญให้กับผู้อื่น และเมื่อลูกค้าเกิดความภักดีในตราสินค้าแล้วการสนับสนุนของลูกค้าที่มีต่อสินค้าก็จะเกิดขึ้นได้

ประเด็นที่ 5 การสนับสนุนของลูกค้า (Customer Advocacy) พบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักให้ความเห็นในทิศทางเดียวกันว่า การจะทำให้ลูกค้าเกิดการสนับสนุนสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูได้นั้นต้องอาศัยองค์ประกอบที่เป็นช่องทางสนับสนุนของลูกค้าที่ยินดีและเต็มใจที่จะแบ่งปันประสบการณ์เชิงบวกเกี่ยวกับสินค้าอย่างต่อเนื่อง โดยลูกค้าชอบที่จะพูดคุยเกี่ยวกับคุณค่าของสินค้าให้กับเพื่อนและบุคคลทั่วไปรับรู้ และสนับสนุนให้ผู้อื่นที่มีความสนใจเช่นกันเข้ามามีส่วนร่วมกับสินค้าด้วยความเต็มใจที่จะให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้านั้น ๆ โดยไม่ได้ร้องขอ เพื่อแสดงให้เห็นถึงการสนับสนุนของลูกค้าอย่างแท้จริง

อภิปรายผลการวิจัย

1. การรับรู้คุณค่าของลูกค้าที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้า การจัดการข้อร้องเรียนและความภักดีในตราสินค้า พบว่า การรับรู้คุณค่าของลูกค้าส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้า แต่ไม่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อการจัดการข้อร้องเรียนและความภักดีในตราสินค้า

ทั้งนี้เนื่องจากการรับรู้คุณค่าของลูกค้าเป็นการรับรู้ทางอารมณ์และความตั้งใจที่ลูกค้ารับรู้เกี่ยวกับคุณค่าของสินค้าที่ก่อให้เกิดความพอใจที่เป็นความชอบหรือแนวโน้มของลูกค้าที่มีการแสดงออกทางอารมณ์ เมื่อลูกค้าซื้อสินค้าที่มีมูลค่าสูงและลูกค้ารับรู้คุณค่าของสินค้าก็จะสามารถเพิ่มความรู้สึกที่เป็นความพึงพอใจ แต่เมื่อเป็นการรับรู้คุณค่าของลูกค้าเชิงลบจะไม่มีผลทางตรงต่อการจัดการข้อร้องเรียนและความภักดีในตราสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับ Yin & Lertbusin (2022) พบว่า การรับรู้คุณค่าของลูกค้าจะเป็นหนึ่งในแรงผลักดันทางการตลาดที่เน้นคุณค่าและภาพลักษณ์ของสินค้าที่ยอมรับอย่างกว้างขวางในการทำการตลาดที่กำหนดขึ้นตามประสิทธิภาพ ซึ่งจะก่อให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจโดยรวมในสินค้านั้นๆ (Kusumawati & Rahayu, 2019) นอกจากนี้การศึกษาของ Kartika, Fauzi & Lubis (2021) พบว่า การรับรู้คุณค่าทางอารมณ์เชิงลบของลูกค้าที่เป็นประสบการณ์ร่วมกันกับสินค้าและปรากฏขึ้นในใจเชิงลบจะได้รับแรงกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกแตกต่างกันตามแต่ละบุคคล จึงส่งผลให้การรับรู้คุณค่าของลูกค้าทางอารมณ์เชิงลบที่เกิดขึ้นไม่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการจัดการข้อร้องเรียน (Aldiera & Yusran, 2022) และทำนองเดียวกันการศึกษาของ Kusumawati & Rahayu (2019) พบว่า ลูกค้าได้รับรู้ถึงคุณค่าของสินค้าที่เป็นประสบการณ์ไม่ดีจะส่งผลให้ลูกค้าไม่เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อและไม่นำไปสู่ความภักดีในตราสินค้าของธุรกิจนั้น ๆ

2. ความพึงพอใจของลูกค้าที่ส่งผลกระทบต่อการจัดการข้อร้องเรียนและความภักดีในตราสินค้า พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าส่งผลกระทบต่อการจัดการข้อร้องเรียนและความภักดีในตราสินค้า ทั้งนี้เนื่องจากความพึงพอใจเป็นอารมณ์และความรู้สึกที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการจัดการข้อร้องเรียนและความภักดีในตราสินค้า เมื่อลูกค้าได้รับการตอบสนองตามความคาดหวัง การจัดการข้อร้องเรียนก็จะไม่เกิดขึ้นและก็จะเกิดความภักดีในตราสินค้าในระดับที่สูงขึ้นเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Fadilah, Listiana & Komari (2023) พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่เป็นสิ่งที่ลูกค้าได้รับความคาดหวังอย่างแท้จริง จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในระดับที่แตกต่างกัน จึงทำให้เกิดการจัดการข้อร้องเรียนขึ้นที่ช่วยให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังโดยรวมของแต่ละบุคคล (Adzhigaliev, Humiyati & Hendrayati, 2021) นอกจากนี้การศึกษาของ Kalista, Amelia & Ronald (2022) พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่เป็นความรู้สึกที่ดีและสามารถสนองความคาดหวังของลูกค้าได้จะมีความสัมพันธ์กับความภักดีในตราสินค้า เมื่อลูกค้าพึงพอใจจะทำให้เกิดความภักดีในตราสินค้าที่เป็น การซื้อซ้ำอย่างต่อเนื่องเช่นกัน (Ambate et al, 2021)

3. การจัดการข้อร้องเรียนที่ส่งผลกระทบต่อความภักดีในตราสินค้าและการสนับสนุนของลูกค้า พบว่า การจัดการข้อร้องเรียนส่งผลกระทบต่อการสนับสนุนของลูกค้า แต่ไม่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความภักดีในตราสินค้า ทั้งนี้เนื่องจากการจัดการข้อร้องเรียนเป็นความต้องการที่ได้รับการตอบสนองทันที และธุรกิจสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว เมื่อเกิดปัญหาขึ้น จึงทำให้การ

จัดการข้อร้องเรียนที่สามารถจัดการกับปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพจะส่งผลให้เกิดการสนับสนุนของลูกค้าตามมา แต่ในทางกลับกันจะไม่ส่งผลต่อความภักดีในตราสินค้า เนื่องจากลูกค้าไม่ได้ให้ความสำคัญกับการจัดการข้อร้องเรียน แต่ได้คำนึงถึงปัจจัยอื่น ๆ จึงทำให้การจัดการข้อร้องเรียนไม่ส่งผลต่อความภักดีในตราสินค้าได้ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Wibisono, Halik & Sumiati (2022) พบว่า การจัดการข้อร้องเรียนจะเป็นการแสดงออกทางอารมณ์ของลูกค้าที่เกิดขึ้นจากความไม่พอใจที่มีต่อสินค้า เมื่อการจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้าต้องดำเนินการด้วยขั้นตอนที่เป็นระบบและมีประสิทธิภาพก็ทำให้ลูกค้าไม่ได้คำนึงถึงปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น จึงทำให้การจัดการข้อร้องเรียนดังกล่าวไม่มีผลต่อความภักดีในตราสินค้า (Fakilah, Listiana & Komari, 2023) นอกจากนี้การศึกษาของ Kamthomphiphatthanakul & Somthong (2017) พบว่า กระบวนการจัดการข้อร้องเรียนที่ดีมีความโปร่งใสและมีการวางแผนการจัดการข้อร้องเรียนที่ดี จะสามารถสร้างมูลค่าให้กับผู้มีส่วนได้เสีย ดังนั้นจึงทำให้การจัดการถือได้ว่าเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่จะทำให้ลูกค้าสนับสนุนและพร้อมที่จะแบ่งปันประสบการณ์และให้คำแนะนำที่สามารถทำให้ธุรกิจเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันในระยะยาวได้

4. ความภักดีในตราสินค้าที่ส่งผลกระทบต่อ การสนับสนุนของลูกค้า พบว่า ความภักดีในตราสินค้าส่งผลกระทบต่อ การสนับสนุนของลูกค้า ทั้งนี้เนื่องจากความภักดีในตราสินค้าเป็นการสร้างคุณค่าการสนับสนุนของลูกค้าได้เป็นอย่างดี เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงตามแนวโน้มของตลาดการรักษาลูกค้าให้กลายเป็นลูกค้าที่ภักดีถือเป็นข้อได้เปรียบในแง่ของต้นทุน และเมื่อลูกค้าเกิดความภักดีในตราสินค้าแล้ว การสนับสนุนของลูกค้าก็จะเกิดขึ้นได้เช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Sami, Manzoor & Irfan (2022) ที่พบว่า ความภักดีในตราสินค้าเป็นความชอบของลูกค้าที่ซื้อสินค้าจากประเภทตราสินค้าหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากการรับรู้คุณภาพและความพึงพอใจของลูกค้า เมื่อลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ดีการตอบสนองทางพฤติกรรมในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งที่ก่อให้เกิดความภักดีในตราสินค้าและนำไปสู่การสนับสนุนของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง (Brigitta et al., 2023)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

- 1) ธุรกิจสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูควรมีการสร้างและการออกแบบสินค้าให้สามารถใช้ในการชีวิตประจำวันได้เป็นอย่างดี ทั้งคุณภาพ รูปแบบ ขนาด และน้ำหนักให้มีความเหมาะสมให้สามารถนำมาใช้ในชีวิตรประจำวันได้ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ และควรสร้างความพึงพอใจของลูกค้าให้เกิดขึ้น ซึ่งจะสามารถนำไปสู่ความภักดีในตราสินค้าและการสนับสนุนของลูกค้า
- 2) ธุรกิจสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูควรสร้างกลยุทธ์ในรูปแบบต่าง ๆ ที่มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการบริการของสินค้าที่ได้มีการให้บริการดูแลลูกค้าเป็นอย่างดี และให้ความสำคัญกับการบริการ

หลังการขาย เมื่อมีปัญหาต่าง ๆ เกิดขึ้น ตลอดจนมีการจัดการข้อร้องเรียนที่รวดเร็ว เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจโดยรวมในสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูในระดับที่สูงขึ้น

3) ธุรกิจสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูควรมุ่งเน้นสร้างกลยุทธ์ด้วยการสร้างระบบการจัดการข้อร้องเรียนที่เป็นธรรมที่ธุรกิจสามารถสร้างกระบวนการจัดการข้อร้องเรียนที่ได้มาตรฐานด้วยการมุ่งเน้นให้พนักงานมีการอบรมและเรียนรู้ให้แก่พนักงาน เมื่อเกิดปัญหาหรือการร้องเรียนของลูกค้าขึ้น พนักงานควรที่จะสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างเป็นระบบตามมาตรฐานที่ธุรกิจกำหนดไว้ เพื่อที่จะให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูและนำไปสู่ความภักดีในตราสินค้าและการสนับสนุนของลูกค้า

4) ธุรกิจสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูควรมุ่งเน้นสร้างสินค้าให้มีคุณภาพที่ได้มาตรฐาน และสร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดการซื้อสินค้านั้นและก่อให้เกิดความรู้สึกที่ดีเมื่อเทียบกับสินค้าทั่วไป เพื่อทำให้ลูกค้าเกิดความตั้งใจที่จะซื้อสินค้าอย่างต่อเนื่องและเกิดการสนับสนุนของลูกค้าที่มีต่อสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูในระดับที่สูงขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรทำการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับการให้บริการในบริบทของสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรูที่เป็นกิจกรรมหรือบริการพิเศษ เพื่อสร้างกระบวนการสำคัญในการสร้างมูลค่าของแบรนด์ที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณค่าของลูกค้า ไม่เพียงแต่การบริการระหว่างซื้อสินค้า แต่ยังรวมถึงการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าหลังการซื้อที่เป็นการให้ความช่วยเหลือแนะนำ เพื่อเพิ่มความภักดีในตราสินค้าพร้อมกับรักษาและปรับปรุงความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและแบรนด์ของธุรกิจสินค้าแฟชั่นแบรนด์หรู

2) การวิจัยครั้งต่อไปควรทำการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับคุณลักษณะของลูกค้าในแต่ละระดับ เพื่อศึกษาเปรียบเทียบให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตรงตามความคาดหวังของลูกค้าแต่ละกลุ่ม อีกทั้งควรมีการศึกษาถึงประสบการณ์และความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้า เพื่อที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความภักดีในตราสินค้าและนำไปสู่การสนับสนุนของลูกค้าในระดับที่สูงขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ชลาธิป ชีรสุนทรกุล.(2567). *สัญญาอันล่มสลายสินค้าหรูในจีน ชนชั้นกลางเล็กซื้อความสุขผ่านแบรนด์เนม*. สืบค้นเมื่อ 2 มกราคม 2568, จาก <https://workpointtoday.com/luxury-brand-in-china-745200-2/>.

Adzhigaliev, Z., Hurriyati, R., & Hendrayati, H. (2021). The influence of complaint handling and service recovery on customer satisfaction, customer loyalty and customer retention. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 220(6), 281–285.

- Aldiera, T., & Yusran, H. L. (2022). Emotions towards satisfaction and complaint behavior using perceived quality. *A hedonic approach*, 7(2), 17–25.
- Ambate, V. A., Suryaningsih, I. B., Tobing, D. S. K., & Leonard, T. (2021). The effect of satisfaction on complaint behavior and loyalty recipient companies of customs facilities in east Java province. *IOSR Journal of Business and Management*, 23(1), 20–25.
- Bain & Company (2019). *The future of luxury: A look into tomorrow to understand today*. Retrieved December 28, 2023, from <https://www.bain.com/insights/luxury-goods-worldwide-market-study-fall-winter-2018/>.
- Brigitta, M. Y. F., Effendi, M. I., Sugandini, D., & Suryono, I. A. (2023). The influence of brand satisfaction and luxury brand attachment on customer advocacy through brand loyalty on Zalora marketplace. *International Journal of Applied Business and International Management*, 8(3), 133–147.
- Buchholz, K., (2020). *Global Middle Class: The Rise of the Asian Middle Class*. Retrieved December 26, 2023, from <https://www.statista.com/chart/8402/asian-middle-class-on-the-rise/>.
- Chen, Y., & Zhuang, J. (2024). Trend conformity behavior of luxury fashion products for Chinese consumers in the social media age: Drivers and underlying mechanisms. *Behavioral Sciences*, 14(5), 1–22.
- Comrey, A. L. & Lee, H. B. (1992). *A First Course in Factor Analysis*. (2nd Ed.). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Deloitte, P. (2019). *Global powers of luxury goods 2019: Bridging the gap between the old and the new*. Retrieved December 28, 2023, from <https://www2.deloitte.com/global/en/pages/consumer-business/articles/gx-cb-global-powers-of-luxury-goods.html>.
- Fadilah, W., N. H., Listiana, W. E., & Komari, N. (2023). The effect of complaint handling on customer loyalty and its impact on customer satisfaction (Study on consumers of PT telkom witel of west Kalimantan). *East African Scholars Journal of Economics, Business and Management*, 6(1), 11–16.

- Hermawati, A. (2022). The influence of complaint handling, marketing communication and trust on loyalty (Marketing management literature review). *Dinasti International Journal of Management Science*, 4(2), 286–296.
- Kalista, I. H., Amelia, A., & Ronald, R. (2022). Analysis influence of perceived complaint handling quality, customer effort, and quality of service solution to customer satisfaction and customer loyalty b2b in east java, Indonesia. *International Journal of Science and Business*, 10(1), 97–109.
- Kamthornphiphatthanakul, S., & Somthong, N. (2017). The influence of the factors of performance and successful of customer complaint handling on the satisfaction and customer advocacy of tourism business in Thailand. *International Florence, Italy*, 21(2), 15–21.
- Kartika, D., Fauzi, A., & Lubis, A. N. (2021). The effect of customer perceived value and e-service recovery one-loyalty with e-satisfaction and e-trust as intervening variables on e-commerce shopee Indonesia customers in Medan city. *International Journal of Research and Review*, 8(11), 246–258.
- Kusumawati, A., & Rahayu, K. S. (2019). The effect of experience quality on customer perceived value and customer satisfaction and its impact on customer loyalty. *The TQM Journal*, 10(1), 1–17.
- Sami, A., Manzoor, U., & Irfan, A. (2022). Impact of brand image, brand trust and brand loyalty on brand advocacy: An empirical study in context to in store brand. *Journal of Management and Administrative Sciences*, 2(2), 45–58.
- Shimul, A. S., & Phay, L. (2018). Consumer advocacy for luxury brands. *Australasian Marketing Journal*, 26, 264–271.
- Wibisono, O., Halik, A., & Sumiati, H. (2022). Analysis of the effects of service quality, complaint handling, and trust on customer loyalty with customer satisfaction as intervening variable at PT. bank Mayapada internasional TBK Kapas Krampung Surabaya Branch. *International Journal of Scientific Engineering and Science*, 6(1), 16–26.
- Yin, W., & Lertbuasin, S. (2022). Perceived value effect of customer satisfaction and behavioral intentions the case study of Chinn's cross-border e-commerce platforms in Thailand. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 7(1), 304–320.

Yum, K., & Kim, J. (2024). The influence of perceived value, customer satisfaction, and trust on loyalty in entertainment platforms. *Applied Sciences*, *14*(5), 1–17.

ปัจจัยที่มีผลต่อผลสัมฤทธิ์การประชุมของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

Factors Affecting Meeting Effectiveness at Kasetsart University, Kamphaeng Saen Campus

¹ปริญญา ชวนชม และ ²ศุภชัย เหมือนโพธิ์

¹ Patinya Chuanchom and ²Suppachai Murnpho

¹เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป ชำนาญการ สำนักงานวิทยาเขตกำแพงแสน

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

²อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจและการบัญชี

คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

¹ General Administration Officer, Kamphaeng Saen Campus Office

Kasetsart University Kamphaeng Saen Campus

² The author is a lecturer at the Department of Business Administration and Accountancy

Faculty of Liberal Arts and Science, Kasetsart University, Thailand

²Corresponding Author. E-mail: suppachai_murn@hotmail.com

Received April 21, 2025; Revised April 25, 2025; Accepted April 28, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาแรงจูงใจ การมีส่วนร่วม และผลสัมฤทธิ์ในการเข้าประชุมของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อผลสัมฤทธิ์การประชุมของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน และ 3) เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการจัดประชุมของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ บุคลากรสังกัดมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน จำนวน 338 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ ด้วยวิธีแบบขั้นตอนผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยแรงจูงใจในการเข้าประชุมในภาพรวม อยู่ในระดับมาก การส่วนร่วมการประชุมในภาพรวม อยู่ในระดับมาก และผลสัมฤทธิ์การประชุมในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด 2) ปัจจัยที่มีผลต่อผลสัมฤทธิ์การประชุมของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน จากการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ มีเพียง 3 ด้าน ได้แก่ การมีส่วนร่วมด้านการรับข้อมูล ด้านการสนับสนุน และด้านดำเนินการ ซึ่งสามารถร่วมกันทำนายปัจจัยที่มีผลต่อผลสัมฤทธิ์การประชุมมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ได้ร้อยละ 61.8 และ 3) ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการจัดประชุม ควรมุ่งเน้นการวางแผนการประชุมอย่างเป็นระบบ โดยกำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์ และผลลัพธ์ที่ชัดเจน พร้อมจัดลำดับวาระให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัย ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีในการเผยแพร่สรุปสาระสำคัญของการประชุมในรูปแบบที่เข้าใจง่าย

เปิดโอกาสให้บุคลากรเสนอวาระหรือประเด็น รวมถึงจัดกิจกรรมหรือใช้เครื่องมือระดมความคิดเห็นก่อนระหว่าง และหลังการประชุม พร้อมทั้งวางระบบติดตามผลการดำเนินงานตามมติที่ประชุม

คำสำคัญ: แรงจูงใจ; การมีส่วนร่วม; ผลสัมฤทธิ์การประชุม

Abstract

This research aimed to: 1) study motivation, participation, and meeting effectiveness at Kasetsart University, Kamphaeng Saen Campus; 2) examine the factors influencing the effectiveness of meetings at Kasetsart University, Kamphaeng Saen Campus; and 3) provide recommendations for improving and developing the meeting process at the university. The sample group consisted of 338 personnel from Kasetsart University, Kamphaeng Saen Campus, selected using purposive sampling. Data were collected through questionnaires. The statistical methods used for data analysis included percentage, mean, standard deviation, and stepwise multiple regression analysis. The research findings revealed that: 1) The overall level of motivation to attend meetings was high. Overall participation in meetings was also high, and the overall effectiveness of the meetings was at the highest level. 2) The factors that significantly influenced the effectiveness of meetings at Kasetsart University, Kamphaeng Saen Campus, based on the results of multiple regression analysis, included three aspects of participation: information reception, support, and action. Together, these factors could predict 61.8% of the variance in meeting effectiveness. And 3) Recommendations for improving and developing the meeting process include focusing on systematic meeting planning, with clearly defined goals, objectives, and expected outcomes. Agendas should be aligned with the university's strategies. It is recommended to promote the use of technology to disseminate meeting summaries in an easily understandable format, encourage staff to propose agenda items or discussion points, and organize activities or use tools to facilitate brainstorming before, during, and after meetings. A follow-up system should also be established to monitor the implementation of meeting resolutions.

Keywords: motivation; Participation; meeting effectiveness

บทนำ

ในยุคปัจจุบันที่เทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) และปัญญาประดิษฐ์ (AI) เข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำเนินงานขององค์กร การทำงานในองค์กรส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นการทำงานเป็นทีม โดยมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน ซึ่งเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้การทำงานเป็นทีมมีประสิทธิภาพ และสร้างผลสัมฤทธิ์ได้ คือ การประชุมที่มีคุณภาพ การประชุมจึงกลายเป็นกระบวนการที่สำคัญในองค์กรทุกระดับทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน การประชุมไม่เพียงแต่เป็นช่องทางในการบริหารจัดการงาน แต่ยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการบริหารงานและการทำงานเป็นคณะของผู้บริหารใช้ในการแสดงความคิดเห็นและระดมข้อมูลเพื่อหาข้อสรุปในการทำงาน (Robinson, 2019) อย่างไรก็ตาม หลายองค์กรรวมถึงมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตกำแพงแสน ยังพบปัญหาเกี่ยวกับการประชุม เช่น การประชุมที่ใช้เวลานานเกินไป การประชุมที่มี

จำนวนครั้งมากขึ้นไปจนกระทบต่อการทำงาน และการประชุมที่ไม่มีประสิทธิภาพหรือไม่มีข้อสรุปที่ชัดเจน การศึกษาของราชบัณฑิตยสถานทางวิทยาศาสตร์แห่งสหราชอาณาจักร (The Royal Society of London, 2018) พบว่า การประชุมที่ไม่เหมาะสมสามารถทำให้ไอคิวของผู้เข้าร่วมลดลงถึง 15% เนื่องจากผู้เข้าร่วมประชุมอาจรู้สึกเบื่อหน่ายและขาดการมีส่วนร่วม

ในยุคที่เทคโนโลยีสารสนเทศและ AI ได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากในทุกภาคส่วน การประชุมก็ถูกปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีเหล่านี้ โดยเฉพาะการประชุมผ่านระบบออนไลน์หรือแพลตฟอร์มดิจิทัลที่สามารถดำเนินการได้จากทุกสถานที่ (Kelleman, 2020) และยังสามารถบูรณาการกับระบบ AI เพื่อช่วยวิเคราะห์ข้อมูล ประมวลผลข้อเสนอ และสรุปผลการประชุมได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำมากขึ้น (Kaplan & Haenlein, 2019) เทคโนโลยีจึงกลายเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการออกแบบกระบวนการประชุมที่มีประสิทธิภาพ ลดขั้นตอนที่ซับซ้อน ประหยัดทรัพยากร และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้เข้าร่วมประชุมได้ดียิ่งขึ้น

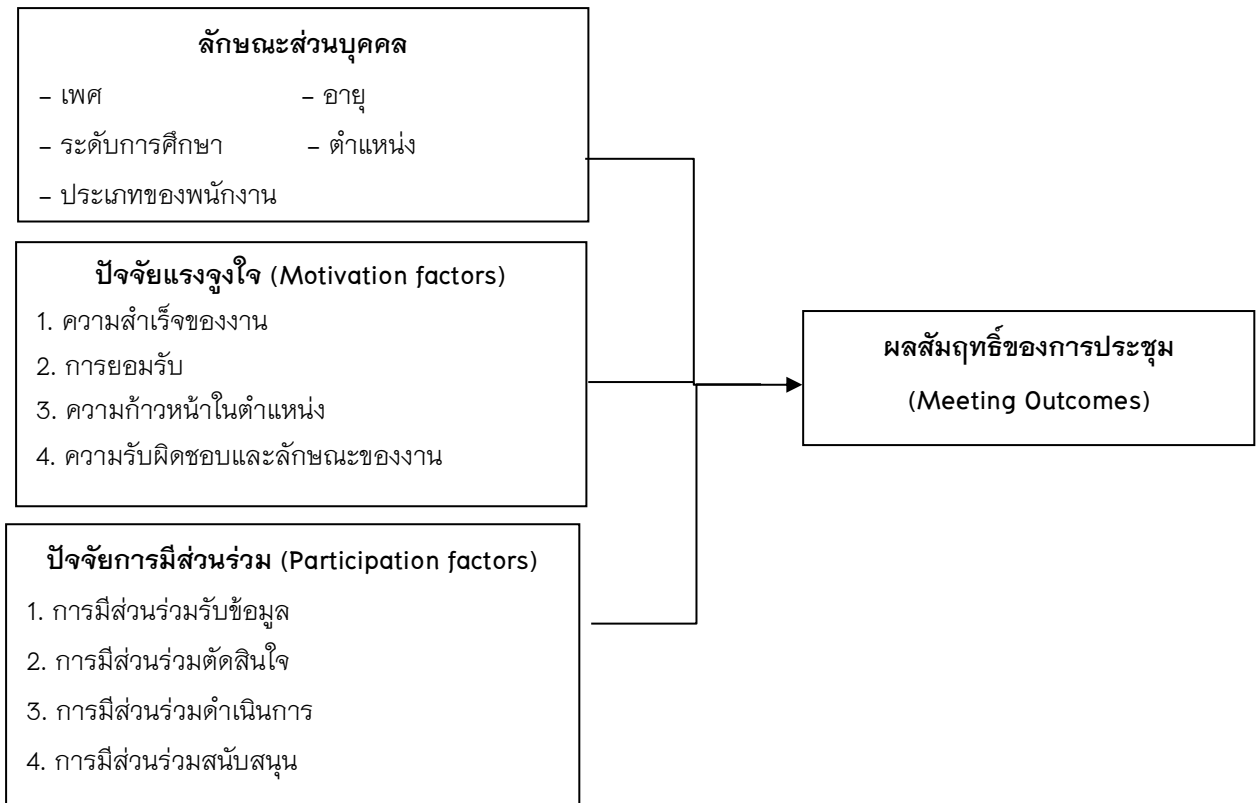
ปัญหาเหล่านี้ไม่ได้เป็นเพียงเรื่องของโครงสร้างการประชุมเท่านั้น หากแต่เกี่ยวข้องกับ "แรงจูงใจ" ของบุคลากรในการเข้าร่วมประชุม และความรู้สึกว่าตนเองมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อผลสัมฤทธิ์ของการประชุมโดยรวม เช่น การตัดสินใจ การร่วมระดมความคิดเห็น และการปฏิบัติงานตามมติที่ประชุม ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา แรงจูงใจและการมีส่วนร่วมที่มีผลต่อผลสัมฤทธิ์การประชุมของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน โดยหวังว่าจะสามารถนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงและพัฒนากระบวนการจัดประชุมในมหาวิทยาลัยให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลยิ่งขึ้น ซึ่งจะเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนการบริหารงานของมหาวิทยาลัยให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจ การมีส่วนร่วม และผลสัมฤทธิ์ในการเข้าประชุมของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อผลสัมฤทธิ์การประชุมของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน
3. เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการจัดประชุมของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับแรงจูงใจและการมีส่วนร่วมที่มีผลต่อผลสัมฤทธิ์การประชุมของมหาวิทยาลัยวิทยาเขตกำแพงแสน โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ บุคลากรสังกัดมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ประกอบด้วย ข้าราชการ พนักงานมหาวิทยาลัย พนักงานมหาวิทยาลัยเงินรายได้ ลูกจ้างประจำ ลูกจ้างชาวต่างประเทศ ผู้ทรงคุณวุฒิพิเศษ และผู้ที่มีความรู้ความสามารถพิเศษ โดยแบ่งออกเป็นสายวิชาการและสายสนับสนุนวิชาการ จำนวน 2,147 คน ข้อมูล ณ วันที่ 6 มิถุนายน 2566 (งานบริหารทรัพยากรบุคคลและนิติการ, 2566) โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Taro Yamane ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่จะเกิดขึ้น 0.05 ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 338 คน ซึ่งทำการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) จากบุคลากรมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ซึ่งเป็นผู้บริหารส่วนงานภายในวิทยาเขตกำแพงแสน หรือเป็นเจ้าหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติหน้าที่เกี่ยวข้องกับการประชุม หรือเป็นผู้เข้าประชุมหรือผู้เข้าร่วมประชุม

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ปัจจัยแรงจูงใจ การมีส่วนร่วม และผลสัมฤทธิ์ของการประชุม ใช้ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean)

และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อผลสัมฤทธิ์การประชุมของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เป็นการคัดเลือกเฉพาะตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเท่านั้น เพื่อให้ได้โมเดลที่กระชับ มีประสิทธิภาพ และลดความซ้ำซ้อนระหว่างตัวแปรอิสระที่อาจเกิดขึ้น

ผลการวิจัย

1. การมีส่วนร่วมและผลสัมฤทธิ์ในการเข้าประชุมของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน พบว่า

1) ปัจจัยส่วนบุคคล

ข้อมูลส่วนบุคคลของบุคลากรมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ประกอบด้วย ข้าราชการ พนักงานมหาวิทยาลัย พนักงานมหาวิทยาลัยเงินรายได้ ลูกจ้างประจำ ลูกจ้างชาวต่างประเทศ ผู้ทรงคุณวุฒิพิเศษ และผู้ที่มีความรู้ความสามารถพิเศษ โดยแบ่งออกเป็น สายวิชาการ และสายสนับสนุนวิชาการ สังกัดมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน จำนวน 338 คน โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 192 คน (ร้อยละ 56.80) มีอายุระหว่าง 51 – 60 ปี จำนวน 123 คน (ร้อยละ 36.39) มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 172 คน (ร้อยละ 50.59) โดยมีสถานะในการประชุมเป็นกรรมการ จำนวน 92 คน (ร้อยละ 27.22) มีตำแหน่งเป็นพนักงานมหาวิทยาลัย จำนวน 150 คน (ร้อยละ 44.38) และมีอายุการทำงานอยู่ระหว่าง 10 ปีขึ้นไป จำนวน 183 คน (ร้อยละ 54.14)

2) ปัจจัยแรงจูงใจ

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยแรงจูงใจ

ปัจจัยแรงจูงใจ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
ด้านความสำเร็จของงาน	4.05	0.69	มาก
ด้านการยอมรับ	3.86	0.72	มาก
ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	3.86	0.79	มาก
ด้านความรับผิดชอบและลักษณะของงาน	3.56	0.88	มาก
รวม	3.83	0.77	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับความคิดเห็นของปัจจัยแรงจูงใจในการเข้าประชุมของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ในภาพรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$) โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นด้านความสำเร็จของงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$) รองลงมาคือ ด้านการยอมรับ และด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$) และน้อยที่สุดคือ ด้านความรับผิดชอบและลักษณะของงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$)

3) ปัจจัยการมีส่วนร่วม

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการมีส่วนร่วม

ปัจจัยการมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
ด้านการรับข้อมูล	4.21	0.75	มากที่สุด
ด้านการตัดสินใจ	3.68	0.96	มาก
ด้านการดำเนินการ	3.52	1.21	มาก
ด้านการสนับสนุน	3.80	0.91	มาก
รวม	3.80	0.95	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับความคิดเห็นของปัจจัยการมีส่วนร่วมในการเข้าประชุมของ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ในภาพรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นด้านการรับข้อมูล อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการสนับสนุน อยู่ในระดับมาก และน้อยที่สุดคือ ด้านการดำเนินการ อยู่ในระดับมาก

4) ผลสัมฤทธิ์การประชุม

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลสัมฤทธิ์การประชุม

ผลสัมฤทธิ์การประชุม	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
การประชุมต้องมีการกำหนดจุดประสงค์การประชุมที่ชัดเจน เช่น ประชุมเตรียมความพร้อมการจัดงานประชุมทำไม	4.41	0.82	มากที่สุด
การประชุมต้องมีการกำหนดผู้เข้าประชุมที่ชัดเจน และเลือกเฉพาะผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับการประชุมนั้น ๆ	4.29	0.80	มากที่สุด
การประชุมสามารถจัดประชุมได้หลายรูปแบบทั้งออนไลน์และออนไซต์ทำให้เกิดความสะดวกของผู้เข้าประชุม และประหยัดงบประมาณในการเดินทาง	4.36	0.90	มากที่สุด
การประชุมต้องมีการเลือกใช้เทคโนโลยีให้เหมาะสมกับวาระการประชุมทำให้เกิดประโยชน์สูงสุด รวมถึงการลดขั้นตอน ประหยัดเวลา และงบประมาณอีกด้วย	4.44	0.812	มากที่สุด
การประชุมต้องมีการแจ้งระเบียบวาระการประชุมให้ทราบล่วงหน้าเพื่อให้ผู้เข้าประชุมได้เตรียมความพร้อมและข้อมูลก่อนการประชุม	4.57	0.78	มากที่สุด
การจัดระเบียบวาระการประชุมให้ชัดเจน ว่าประชุมอะไรบ้าง รายละเอียดมีอะไรบ้าง ทำให้เกิดการประชุมสั้นไหวล มีประสิทธิภาพและไม่สะดุดระหว่างทาง	4.55	0.79	มากที่สุด
การนัดหมายประชุมมีการจัดทำปฏิทินแจ้งให้ทราบล่วงหน้า หรือมีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้าอย่างน้อย 3 วันทำการ	4.42	0.82	มากที่สุด
การประชุมต้องทำให้ทุกคนได้ออกความคิดเห็น มีส่วนร่วมกับการแก้ไขปัญหา โดยไม่คำนึงถึงบทบาทหรือตำแหน่งหน้าที่ ทำให้เกิดความรวดเร็ว กระชับ และ	4.16	0.86	มาก

ผลสัมฤทธิ์การประชุม	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
ตรงประเด็นและการประชุมทุกครั้งจะดำเนินไปอย่างราบรื่นได้ด้วยเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพ			
การประชุมทำให้เกิดการสรุปมติการประชุมที่ชัดเจน สามารถติดตามผล และกำหนดระยะเวลา ผู้รับผิดชอบ สามารถติดตามผลการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างต่อเนื่อง	4.38	0.78	มากที่สุด
รวม	4.43	0.82	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผลสัมฤทธิ์การประชุม ในภาพรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็น การประชุมต้องมีการแจ้งระเบียบวาระการประชุมให้ทราบล่วงหน้าเพื่อให้ผู้เข้าประชุมได้เตรียมความพร้อมและข้อมูลก่อนการประชุม อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ การจัดระเบียบวาระการประชุมให้ชัดเจน ว่าประชุมอะไรบ้าง รายละเอียดมีอะไรบ้าง ทำให้เกิดการประชุมสั้นไหว มีประสิทธิภาพและไม่สะดุดระหว่างทาง อยู่ในระดับมากที่สุด และน้อยที่สุดคือ การประชุมต้องทำให้ให้ทุกคนได้ออกความคิดเห็น มีส่วนร่วมกับการแก้ไขปัญหา โดยไม่คำนึงถึงบทบาทหรือตำแหน่งหน้าที่ ทำให้เกิดความรวดเร็ว กระชับ และตรงประเด็นและการประชุมทุกครั้งจะดำเนินไปอย่างราบรื่นได้ด้วยเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพ อยู่ในระดับมาก

2. ปัจจัยที่มีผลต่อผลสัมฤทธิ์การประชุมของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน พบว่า ปัจจัยการมีส่วนร่วมด้านการรับข้อมูล ด้านดำเนินการ และด้านการสนับสนุนผลต่อผลสัมฤทธิ์การประชุมของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อผลสัมฤทธิ์การประชุมของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน จากการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบตามลำดับความสำคัญของตัวแปร (Stepwise Multiple Regression Analysis) พบว่า อิทธิพลระหว่างตัวแปรปัจจัยการมีส่วนร่วม ด้านการรับข้อมูล ด้านการสนับสนุน และด้านดำเนินการ สามารถร่วมกันทำนายผลสัมฤทธิ์การประชุมของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน (Adjusted $R^2 = .618$) คิดเป็นร้อยละ 61.8 โดยมีการกำหนดเกณฑ์วิเคราะห์ข้อมูลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ($*p < 0.05$) พบว่าตัวแปรการมีส่วนร่วมด้านการรับข้อมูล มีอิทธิพลในทางบวกต่อตัวแปรผลสัมฤทธิ์การประชุม ($\beta = .598$, $p = .000$) การมีส่วนร่วมด้านการสนับสนุนมีอิทธิพลในทางบวกต่อตัวแปรผลสัมฤทธิ์การประชุม ($\beta = .338$, $p = .000$) และการมีส่วนร่วมด้านดำเนินการมีอิทธิพลในทางบวกต่อตัวแปรผลสัมฤทธิ์การประชุม ($\beta = -.124$, $p = .036$) ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ถดถอยพหุคูณปัจจัยแรงจูงใจและปัจจัยการมีส่วนร่วมที่มีต่อ
ผลสัมฤทธิ์การประชุมของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

ตัวแปร	B	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	0.99		5.44	.000*
การมีส่วนร่วม ด้านการรับข้อมูล (X ₂₋₁)	0.61	0.60	11.49	.000
การมีส่วนร่วม ด้านการสนับสนุน (X ₂₋₄)	0.30	0.34	4.90	.000
การมีส่วนร่วม ด้านดำเนินการ (X ₂₋₃)	-0.08	-0.12	-2.11	.036

R = 0.79 SE_{est} = 0.46 R² = .618 Adjusted R² = .618 Sig. of F = .000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการทดสอบนัยสำคัญของค่าสหสัมพันธ์พหุคูณของตัวแปรพยากรณ์ที่สัมพันธ์กับตัวแปร
เกณฑ์โดยใช้การทดสอบเอฟ (F-test) พบว่า ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณดังกล่าวมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
สำหรับ 3 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยการมีส่วนร่วมด้านการรับข้อมูล ด้านการสนับสนุน และด้านดำเนินการ
ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรพยากรณ์ทั้ง 3 ด้านสามารถร่วมกันทำนายค่าของตัวแปร
เกณฑ์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยลำดับความสำคัญของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อ
ผลสัมฤทธิ์การประชุมจากมากไปน้อย ได้แก่ การรับข้อมูล, การสนับสนุน, และการดำเนินการตามลำดับ
แต่ปัจจัยแรงจูงใจไม่มีผลต่อผลสัมฤทธิ์การประชุมของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

เมื่อพิจารณาค่าทางสถิติเพิ่มเติม พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.79
ซึ่งบ่งชี้ว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพยากรณ์และตัวแปรเกณฑ์ในระดับปานกลาง ค่าสัมประสิทธิ์
การถดถอยพหุคูณที่ปรับแล้ว (Adjusted R²) เท่ากับ 0.618 แสดงว่า ตัวแปรอิสระที่เหลืออยู่ในโมเดล
สามารถอธิบายความแปรปรวนของผลสัมฤทธิ์การประชุมได้ร้อยละ 61.80 ค่าความคลาดเคลื่อน
มาตรฐานในการพยากรณ์ (Standard Error of Estimate: SEest) เท่ากับ 0.46 ซึ่งแสดงถึงค่าความคลาดเคลื่อน
ในการพยากรณ์ผลสัมฤทธิ์ของการประชุมค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ (a) เท่ากับ 0.99 ซึ่งแสดงถึง
ค่าคงที่ที่ใช้ในการทำนายผลสัมฤทธิ์การประชุม และสามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$\text{สมการพยากรณ์คะแนนดิบ } Y = 0.987 + 0.607X_{2-1} + 0.302X_{2-4} + -0.083X_{2-3}$$

$$\text{สมการพยากรณ์คะแนนมาตรฐาน } Z = 0.598Z_{2-1} + 0.338Z_{2-4} + 0.124Z_{2-3}$$

จากการวิเคราะห์ Stepwise ผลการเลือกตัวแปรในขั้นตอนต่าง ๆ ช่วยคัดเลือกตัวแปรที่มี
ความสำคัญอย่างแท้จริง โดยไม่รวมตัวแปรที่ไม่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์การประชุม การใช้ เทคนิค Stepwise
มีข้อดีในการลดความซ้ำซ้อนของตัวแปรและทำให้โมเดลมีความกระชับและมีความแม่นยำมากขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับ
เทคนิค Enter ซึ่งทุกตัวแปรจะถูกนำเข้าสู่โมเดลพร้อมกันและอาจทำให้เกิดการรบกวนระหว่างตัวแปรต่าง ๆ

3. ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการจัดประชุมของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อผลสัมฤทธิ์การประชุมของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน พบว่า ปัจจัยการมีส่วนร่วมด้านการรับข้อมูล ด้านการสนับสนุน และด้านดำเนินการ มีผลต่อผลสัมฤทธิ์การประชุมของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น เพื่อยกระดับคุณภาพของกระบวนการประชุมให้เกิดประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยอย่างยั่งยืน ควรมีการดำเนินการ ดังนี้

1. ควรกำหนดนโยบายที่ส่งเสริมให้ทุกหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยดำเนินการวางแผนการประชุมอย่างเป็นระบบ โดยเน้นการกำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์ และผลลัพธ์ที่คาดหวังอย่างชัดเจน ตลอดจนมีการจัดลำดับความสำคัญของวาระให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย

2. สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีในการเผยแพร่สรุปสาระสำคัญของการประชุมในรูปแบบที่เข้าใจง่าย เช่น อินโฟกราฟิก คลิปสรุป หรือเอกสารสรุปสั้น เพื่อให้บุคลากรทุกระดับสามารถเข้าถึงและเข้าใจเนื้อหาการประชุมได้อย่างทั่วถึง

3. จัดให้มีช่องทางให้บุคลากรทุกระดับสามารถเสนอวาระหรือประเด็นที่ต้องการให้นำเข้าสู่การประชุมผ่านแบบฟอร์มออนไลน์หรือระบบดิจิทัลที่สะดวกต่อการเข้าถึง เพื่อส่งเสริมความรู้สึกรับเป็นเจ้าขององค์กรและการมีส่วนร่วมที่แท้จริง

4. สร้างแนวทางหรือกิจกรรมในการเปิดโอกาสให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นผ่านเวทีประชุม โดยสนับสนุนรูปแบบการระดมความคิดเห็น หรือใช้เครื่องมือออนไลน์ในการรวบรวมข้อเสนอแนะทั้งก่อน ระหว่าง และหลังการประชุม

5. จัดให้มีระบบติดตามผลการดำเนินงานตามมติที่ประชุมอย่างต่อเนื่อง โดยมีการรายงานความคืบหน้าในที่ประชุมครั้งถัดไป รวมทั้งเปิดโอกาสให้มีการเสนอแนะหรือปรับปรุงการดำเนินการตามบริบทที่เปลี่ยนแปลง

อภิปรายผลการวิจัย

1. การมีส่วนร่วมและผลสัมฤทธิ์ในการเข้าประชุมของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ 1) ปัจจัยแรงจูงใจในการเข้าประชุมโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านความสำเร็จของงาน ซึ่งได้รับค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด สะท้อนให้เห็นว่าบุคลากรมีแรงผลักดันจากความรู้สึกว่าการประชุมสามารถนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายหรือผลสัมฤทธิ์ที่จับต้องได้ เช่น การได้รับมติที่ช่วยให้การทำงานราบรื่น 2) ปัจจัยการมีส่วนร่วมในการประชุม ผลการศึกษาพบว่าการรับข้อมูล เป็นด้านที่ผู้เข้าร่วมประชุมให้ความสำคัญมากที่สุด ซึ่งสะท้อนว่าความพร้อมของข้อมูลมีบทบาทต่อการสร้างความเชื่อมั่นและความรู้สึกที่ตนมีส่วนร่วมในวัตถุประสงค์ของการประชุม

อย่างแท้จริง การมีข้อมูลก่อนและระหว่างประชุมช่วยให้เกิดการมีส่วนร่วมที่มีคุณภาพ และ 3) ผลสัมฤทธิ์ของการประชุม ระดับความคิดเห็นของผลสัมฤทธิ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในด้านที่เกี่ยวข้องกับ การเตรียมการประชุม เช่น การแจ้งระเบียบวาระล่วงหน้า และการจัดระเบียบวาระอย่างชัดเจน สะท้อนถึงความสำคัญของการวางแผนและโครงสร้าง ที่ดี ซึ่งทำให้การประชุมมีเป้าหมาย และดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ กุลธิดา วาหะ และสุดาพร ทองสวัสดิ์ (2567) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจที่ส่งผลกระทบต่อสมรรถนะหลักในการปฏิบัติงานของบุคลากรทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาภูเก็ต ผลการศึกษาพบว่า ระดับแรงจูงใจของบุคลากรทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาภูเก็ต โดยรวมอยู่ในระดับมาก การมีส่วนร่วมในการทำงานของหน่วยงาน การได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน และการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายทำให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในการทำงาน

2. ปัจจัยที่มีผลต่อผลสัมฤทธิ์การประชุมของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อผลสัมฤทธิ์การประชุมของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ได้แก่ ปัจจัยการมีส่วนร่วมด้านการรับข้อมูล ด้านดำเนินการ และด้านการสนับสนุนผลต่อผลสัมฤทธิ์การประชุมของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงให้เห็นว่าการประชุมที่มีการบริหารจัดการข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ การเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมได้มีส่วนร่วมในกระบวนการประชุม และการได้รับการสนับสนุนที่เหมาะสมจากหน่วยงานหรือผู้เกี่ยวข้องล้วนเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของการประชุมโดยรวม สอดคล้องกับ วิไลวรรณ อิศรเดช (2562) ศึกษาเรื่อง การพัฒนารูปแบบการจัดประชุมมุ่งผลสัมฤทธิ์ในการประชุมสภาตามความมุ่งหมายของ สภามหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ผลการศึกษาพบว่า กระบวนการประชุมสภา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย 1) ก่อนการประชุม ควรมีการเตรียมการอย่างเป็นระบบ และรอบคอบ โดยเฉพาะการวางแผนล่วงหน้าเกี่ยวกับหัวข้อการประชุมที่สำคัญ การจัดเตรียมเอกสาร และการประเมินความพร้อมของกรรมการผู้เข้าร่วมประชุม ซึ่งถือเป็นขั้นตอนพื้นฐานที่ส่งผลกระทบต่อความราบรื่นในการดำเนินการประชุม 2) ระหว่างการประชุม ควรมีเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบในการจัดบันทึกการประชุม รวมถึงเจ้าหน้าที่ประสานงานและอำนวยความสะดวกในห้องประชุม ทั้งในด้านอุปกรณ์ และการจัดลำดับการนำเสนอ เพื่อให้การประชุมดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ และ 3) หลังการประชุม เมื่อการประชุมเสร็จสิ้นแล้ว เจ้าหน้าที่ที่จัดประชุมควรปฏิบัติหน้าที่โดยมีการนัดหมายการประชุมครั้งต่อไป รวมถึงการเก็บอุปกรณ์การจัดประชุม ปิดใช้งานอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าต่าง ๆ และเก็บเอกสารการประชุมให้เรียบร้อย

3. ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการจัดประชุมของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน พบว่า ควรมุ่งเน้นการวางแผนการประชุมอย่างเป็นระบบ โดยกำหนดเป้าหมาย

วัตถุประสงค์ และผลลัพธ์ที่ชัดเจน พร้อมจัดลำดับวาระให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัย ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีในการเผยแพร่สรุปสาระสำคัญของการประชุมในรูปแบบที่เข้าใจง่าย เช่น อินโฟกราฟิกหรือคลิปวิดีโอ เพื่อให้เข้าถึงได้ทุกระดับ เปิดโอกาสให้บุคลากรเสนอวาระหรือประเด็น เข้าสู่การประชุมผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง รวมถึงจัดกิจกรรมหรือใช้เครื่องมือระดมความคิดเห็นก่อน ระหว่าง และหลังการประชุม พร้อมทั้งวางระบบติดตามผลการดำเนินงานตามมติที่ประชุม โดยมีการรายงานความคืบหน้าและเปิดรับข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุง ให้ทันกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ สอดคล้องกับ บุญตา แสนกล้า (2568) ศึกษาเรื่อง แนวทางการ พัฒนาการจัดประชุมของหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ผลการศึกษาพบว่า ควรมีการ วางแผนการประชุมให้สอดคล้องกับแผนปฏิบัติงานประจำปีงบประมาณ มีการกำหนดปฏิทินแจ้ง ล่วงหน้าในการจัดประชุม กำหนดวันประชุมที่ชัดเจน เพื่อให้เตรียมข้อมูลที่จะนำมาเสนอต่อที่ประชุม ให้ตรงประเด็น มีเอกสารประกอบการประชุม และมีการติดตามผลการประชุมทุกครั้ง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

- 1) ควรส่งเสริมช่องทางการสื่อสารที่เปิดกว้างและเข้าถึงง่าย เช่น การสรุปสาระสำคัญ ของการประชุมในรูปแบบ infographic, clip video หรือ podcast เพื่อให้ผู้เข้าร่วมประชุมสามารถรับข้อมูล ได้อย่างชัดเจนและทั่วถึง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาที่พบว่า การรับข้อมูล ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ ของการประชุม
- 2) ควรจัดให้มีการส่งเสริมและสนับสนุนให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการประชุมอย่างแท้จริง ทั้งก่อน ระหว่าง และหลังการประชุม เช่น เปิดโอกาสให้เสนอประเด็นล่วงหน้า มีช่องทางแสดงความคิดเห็น และสร้างวัฒนธรรมการรับฟังอย่างจริงจัง เพื่อเสริมสร้างการมีส่วนร่วมด้าน การสนับสนุน
- 3) ควรกำหนดมาตรการส่งเสริมให้บุคลากรมีบทบาทในการดำเนินการตามมติที่ประชุม โดยมีการมอบหมายงานที่ชัดเจนหลังการประชุม และมีระบบติดตามผลแบบมีส่วนร่วม เช่น จัดเวที สรุปผลหรือ feedback session เพื่อสะท้อนความคืบหน้า ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มระดับ การมีส่วนร่วมด้านการดำเนินการ
- 4) ควรจัดอบรมหรือให้คำแนะนำเกี่ยวกับการประชุมอย่างมีประสิทธิภาพแก่ผู้ที่มีบทบาท ในการจัดการประชุม เพื่อให้สามารถวางแผนและจัดประชุมได้อย่างเป็นระบบและมีส่วนร่วม ซึ่งจะช่วยยกระดับผลสัมฤทธิ์ของการประชุมโดยรวม

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาครั้งนี้ พบปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการประชุม เช่น การวางแผนการประชุมอย่างเป็นระบบ การสื่อสารภายหลังการประชุม และการติดตามผลการดำเนินงานตามมติที่ ประชุม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การมีระบบวางแผนและติดตามผลอย่างเป็นรูปธรรมจะช่วยให้การประชุม

เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ทั้งนี้ ข้อค้นพบสามารถนำไปปรับใช้ในการบริหารจัดการประชุมในหน่วยงานภาครัฐ และสถาบันการศึกษาอื่น ๆ โดยควรให้ความสำคัญกับ การมีส่วนร่วมของผู้เข้าร่วมประชุม การใช้เทคโนโลยี ในการสื่อสาร และการประเมินผลภายหลังการประชุม ในส่วนของหัวข้อที่ควรได้รับการศึกษาเพิ่มเติม ในอนาคต ได้แก่ แนวทางในการเสริมสร้างแรงจูงใจให้บุคลากรเข้าร่วมประชุม หรือการศึกษาคความเชื่อมโยง ระหว่างบรรยากาศของห้องประชุมกับความสำเร็จของผลการประชุม

เอกสารอ้างอิง

- กุลธิดา วาหะ และสุตาพร ทองสวัสดิ์. (2567). แรงจูงใจที่ส่งผลต่อสมรรถนะหลักในการปฏิบัติงาน ของบุคลากรทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาภูเก็ต. *วารสาร สมาคมพัฒนาวิชาชีพการบริหารการศึกษาแห่งประเทศไทย (สพบท.)*, 6(2),340 – 353.
- งานทรัพยากรบุคคลและนิติการ. (2565). สถิติจำนวนบุคลากรวิทยาเขตกำแพงแสน. สืบค้นเมื่อ 8 กรกฎาคม 2566, จาก <https://gad-psd.kps.ku.ac.th/v1/index.php> .
- บุญตา แสนกล้า. (2568). แนวทางการพัฒนาการจัดประชุมของหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยราช ภัฏบุรีรัมย์. *วารสารสหวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์*, 9(1), 26 – 37.
- วิไลวรรณ อิศรเดช. (2562). การพัฒนารูปแบบการจัดประชุมมุ่งผลสัมฤทธิ์ในการประชุมสภาตาม ความมุ่งหมายของสภามหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. *วารสารสังคมศาสตร์และ มานุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 4(1),1 – 20.
- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2019). Siri, Siri, in my hand: Who’s the fairest in the land? On the interpretations, illustrations, and implications of artificial intelligence. *Business Horizons*, 62(1),15–25.
- Kellerman, B. (2020). *Professional communication in the age of remote meetings*. Harvard Business Review.
- Robinson, R. (2019). *Effective Team Meetings: Maximizing Efficiency and Communication*. Harvard Business Review.
- The Royal Society of London. (2018). *The Effect of Meetings on Cognitive Performance*. Royal Society Publishing.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาพฤตินิสัยผู้ต้องขังเรือนจำ เขต 6

Determinants Affecting the Rehabilitation Development of Prisoners in Prison District 6

ปิติพัฒน์ สีสมนสิทธิ, ²ลลิตทิพร เขาคูน, ³จิรเดช นาคพงษ์ และ ⁴สมเดช สิทธิพงษ์พิทยา

¹Pitipatna Srilomtanasithi, ²Sittiporn Kao-un ³Chiradet Nakpong and ⁴Somdej Sithiphongpitaya

นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา

²⁻⁴อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา

¹Master's degree student, Political Science Program in Faculty of Humanities

and Social Sciences Chaopraya University

²⁻⁴Lecturer Political Science Program, Faculty of Humanities and Social Sciences Chaopraya University

²Corresponding Author. E-mail: Sittiporn_ko@yahoo.com

Received March 31, 2025; Revised April 17, 2025; Accepted April 22, 2025

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัจจัยแวดล้อมและพฤตินิสัยผู้ต้องขังเรือนจำเขต 6, 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสภาพปัจจัยแวดล้อมกับการพัฒนาพฤตินิสัยผู้ต้องขังเรือนจำเขต 6 และ 3) สร้างสมการพยากรณ์สภาพปัจจัยแวดล้อมที่ส่งผลต่อการพัฒนาพฤตินิสัยผู้ต้องขังเรือนจำเขต 6 การวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามกับบุคลากรเรือนจำเขต 6 จำนวน 270 คน จากประชากร 895 คน มีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่าง 0.60-1.00 และค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงแบบอัลฟาทั้งหมดเท่ากับ .744 สถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการถดถอยของพหุคูณแบบเป็นขั้นตอน ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพปัจจัยแวดล้อมอยู่ในระดับมาก โดยมีด้านความต้องการมีส่วนร่วมในการพัฒนาพฤตินิสัยของบุคลากรมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 2) การพัฒนาพฤตินิสัยอยู่ในระดับมาก โดยมีด้านการศึกษาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3) สภาพปัจจัยแวดล้อมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการพัฒนาพฤตินิสัย โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในช่วง 0.340 - 0.766 และ 4) สภาพปัจจัยแวดล้อมที่ส่งผลต่อการพัฒนาพฤตินิสัยผู้ต้องขัง มีตัวแปร 3 ด้าน ที่ส่งผลต่อการพัฒนาพฤตินิสัยผู้ต้องขัง และร่วมกันทำนายการพัฒนาพฤตินิสัยผู้ต้องขังได้ร้อยละ 62.8 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า R Square = 62.8 ค่า Tolerance อยู่ระหว่าง .389 - .663 ค่า VIF อยู่ระหว่าง 1.509 - 2.568 และค่า Durbin-Watson 1.257

คำสำคัญ : การพัฒนา; พฤตินิสัย; การกระทำความผิดซ้ำ

Abstract

The research objectives were to 1) study the environmental factors and behavior of prisoners in Prison Zone 6, 2) study the relationship between environmental factors and behavioral development of prisoners in Prison Zone 6, and 3) to predict the environmental factors that affect the behavioral development of prisoners in Prison Zone 6. The survey research used a questionnaire of 270 prisoners of Prison Zone 6 out of 895 people. The index of consistency was between 0.60–1.00 and the alpha coefficient of reliability was .744. The data analyzed through mean, SD, Pearson's correlation coefficient, and stepwise multiple regression analysis. The results of the research found that 1) the environmental factors were at a high level, with the aspect of the need to participate in personnel behavioral development having the highest average value. 2) Behavioral development was at a high level, with education having the highest average value. 3) Environmental factors had a positive relationship with behavioral development, with a correlation coefficient between 0.340 and 0.766. 4) Environmental factors that affected the development of prisoner behavioral with 3 variables that affected the development of prisoner behavioral and predicted the development behavioral of prisoner by 62.8 percent and had a statistical significance at the 0.05 level with R Square = 62.8, Tolerance between .389 – .663, VIF between 1.509 –2.568 and Durbin-Watson 1.257

Keyword: Development; Behavioral; Recidivism

บทนำ

กรมราชทัณฑ์ เป็นหน่วยงานสุดท้ายในกระบวนการยุติธรรมทางอาญา ที่ดำเนินการตามมาตรการบังคับทางอาญาตามคำพิพากษา หรือมีคำสั่งในการจำกัดอิสรภาพของบุคคล ที่ไม่ขัดกับระเบียบกฎหมาย แนวนโยบายของรัฐ หลักแนวคิดอาชญาวิทยา หลักทัศนวิทยา และข้อกำหนดมาตรฐานขั้นต่ำสำหรับปฏิบัติต่อผู้ต้องขัง และข้อเสนอแนะในเรื่องที่เกี่ยวข้องขององค์การสหประชาชาติ การดำเนินการกิจกรรมด้านการควบคุมดูแลผู้ต้องขังตามหลักสิทธิมนุษยชน คำนึงถึงศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ กำกับดูแลด้านสวัสดิการ และการสงเคราะห์แก่ผู้ต้องขัง ผู้ถูกคุมขัง และบุคคลในการควบคุม หรือดูแลตามหน้าที่และอำนาจของกรม พัฒนาระบบ รูปแบบ มาตรการหลักเกณฑ์มาตรฐาน วิธีการปฏิบัติ เพื่อให้ผู้ต้องขังปรับทัศนคติในการพัฒนาตนเอง ทั้งด้านการศึกษา อาชีพ และด้านศาสนา กลับตัวกลับใจเป็นพลเมืองดี ให้สามารถอยู่ในสังคมได้อย่างปกติสุขเมื่อพ้นโทษออกไป (กระทรวงยุติธรรม, 2566) ซึ่งการพัฒนาพฤตินิสัยผู้ต้องขังให้สามารถออกไปดำเนินชีวิตในสังคมได้ตามปกติ นั้น กรมราชทัณฑ์ได้นำแนวกฎเกณฑ์ขั้นต่ำมาตรฐานแห่งสหประชาชาติสำหรับการปฏิบัติต่อผู้ต้องขัง (กฎเนลสันแมนเดลา) ตามข้อกำหนด 98 ข้อ 1 การจัดทำมีงานในลักษณะที่ สนับสนุน หรือเพิ่มพูนความสามารถของผู้ต้องขังที่ จะหาเลี้ยงชีพได้อย่างสุจริตภายหลังได้รับการปล่อยตัว รวมทั้งภารกิจด้านพัฒนาพฤตินิสัยผู้ต้องขัง ที่มุ่งเน้นแก้ไข

ปรับทัศนคติ เสริมสร้างศักยภาพและทักษะอาชีพ เพื่อให้ผู้ต้องขังสามารถกลับไปประกอบอาชีพสุจริตไม่หวนกลับมากระทำผิดซ้ำ และยังสามารถกำหนดทิศทางการบริหารงานในปีงบประมาณ พ.ศ.2564 (Quick Win 4 ด้าน) คือ 1) การปฏิบัติต่อผู้ต้องขังให้เป็นมาตรฐาน 2) การแก้ไขปัญหาผู้ต้องขังล้นเรือนจำ การพัฒนาองค์กรให้ทันสมัยและโปร่งใส และ 4) การกลับคืนสู่สังคมและติดตามผู้พ้นโทษ โดยในปีงบประมาณ 2565 (Next Normal 5 ด้าน) คือ 1) การบริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) 2) การแก้ไขปัญหาผู้ต้องขังล้นเรือนจำ 3) คุณภาพชีวิตของเจ้าหน้าที่และผู้ต้องขัง 4) การใช้เทคโนโลยีและดิจิทัล และ 5) การต่อต้านและป้องกันการทุจริต ตลอดจนการปฏิบัติต่อผู้ต้องขังตามมาตรฐานสากล การปรับปรุงระบบทัณฑ์ปฏิบัติ ให้สอดคล้องกับหลักทฤษฎีวิทยา การสร้างความโปร่งใสโดยยึดหลักคุณธรรมและธรรมาภิบาล การสร้างขวัญกำลังใจบุคลากรเจ้าหน้าที่ และการส่งต่อผู้พ้นโทษและลดการกระทำผิดซ้ำ (กรมราชทัณฑ์, 2566)

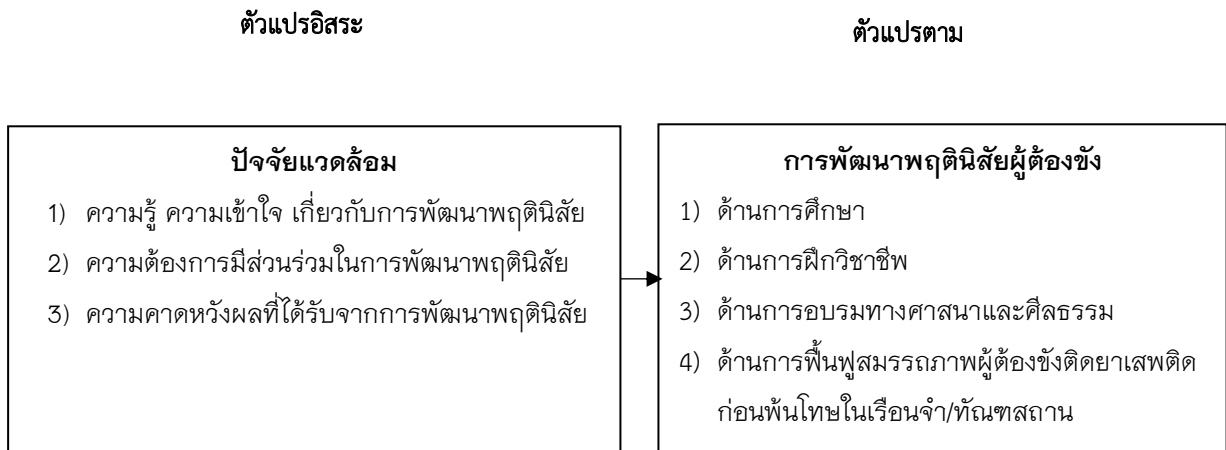
การดำเนินการแก้ไขปรับเปลี่ยนและพัฒนาพฤตินิสัยของผู้ต้องขังในเรือนจำเขต 6 ที่มีเรือนจำในการกำกับดูแลจำนวน 9 จังหวัด มีผู้ต้องขังรวมทั้งสิ้น 26,182 คน (กรมราชทัณฑ์, 2566) เพื่อการเข้ารับการพัฒนาพฤตินิสัยตามหลักสูตรพัฒนาพฤตินิสัยของสำนักพัฒนาพฤตินิสัย พ.ศ.2560 จึงเป็นการบูรณาการแผนนโยบาย แผนปฏิบัติการ ข้อเสนอแนะจากองค์กรสิทธิมนุษยชน นักกิจกรรม นักวิชาการ ญาติผู้ต้องขัง ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหลักสิทธิมนุษยชน หลักศีลธรรม การให้โอกาสแก่ผู้กระทำความผิดให้กลับตัว กลับใจ ปรับเปลี่ยนทัศนคติในการพัฒนาตนเอง เพื่อเกิดประโยชน์ทั้งแก่ตัวเองและครอบครัว ให้สามารถอยู่ในสังคมได้อย่างปกติสุขเมื่อพ้นโทษออกไป รวมทั้งเป็นยกระดับการพัฒนาพฤตินิสัยของผู้ต้องขังให้เทียบเท่าหรือสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำมาตรฐานแห่งสหประชาชาติ สำหรับการปฏิบัติต่อผู้ต้องขัง (กฎเนลสัน แมนเดลา) ที่จะคุ้มครองสังคมให้ปลอดภัยจากอาชญากรรมและลดการกระทำผิดซ้ำ ผู้บริหารเรือนจำและหน่วยงานอื่นที่มีอำนาจเกี่ยวข้องจึงควรจัดให้มีบริการด้านการศึกษา การฝึกอาชีพ และการทำงาน ตลอดจนความช่วยเหลือรูปแบบอื่นที่เหมาะสมและสอดคล้องกับความจำเป็นต่อผู้ต้องขังแต่ละคน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจัยแวดล้อมและการพัฒนาพฤตินิสัยผู้ต้องขัง เรือนจำเขต 6
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสภาพปัจจัยแวดล้อมกับการพัฒนาพฤตินิสัยผู้ต้องขัง เรือนจำเขต 6
3. เพื่อสร้างสมการณพยากรณ์สภาพปัจจัยแวดล้อมที่ส่งผลต่อการพัฒนาพฤตินิสัยผู้ต้องขัง เรือนจำเขต 6

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาพหุตินิสัยผู้ต้องขังเรือนจำเขต 6 ผู้วิจัยได้นำแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาพหุตินิสัยผู้ต้องขัง ปัจจัยเกี่ยวกับการกระทำผิด ปัจจัยแวดล้อม และการพัฒนาพหุตินิสัยผู้ต้องขังของสำนักพัฒนาพหุตินิสัย พ.ศ.2560 เป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง สำหรับประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานในเรือนจำเขต 6 จำนวน 9 แห่ง จำนวนทั้งสิ้น 895 คน โดยคำนวณสัดส่วนประชากรต่อกลุ่มตัวอย่างตามขนาดเรือนจำ เขต 6 ทั้ง 9 แห่ง และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) จนได้กลุ่มตัวอย่างครบตามจำนวน 270 คน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (Krejcie and Morgan, 1970)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างและพัฒนาขึ้นจากการสังเคราะห์ข้อมูลตามแนวคิดทฤษฎี ระเบียบกฎหมาย ประกาศกระทรวง ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยพหุตินิสัยผู้ต้องขัง และการพัฒนาพหุตินิสัยผู้ต้องขัง คู่มือกรมราชทัณฑ์ที่นักวิชาการได้ศึกษาไว้แล้ว มาสังเคราะห์และพัฒนาเป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่ 1) สถานภาพทั่วไปส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) คำถามเกี่ยวกับแนวคิดปัจจัยเกี่ยวกับการกระทำผิด และ ปัจจัยแวดล้อม 3) คำถามเกี่ยวกับการพัฒนาพหุตินิสัยผู้ต้องขัง โดยมีผลการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (IOC) ระหว่าง 0.60 – 1.00 และมีค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงแบบแอลฟา (Cronbach's alpha coefficient) ของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.744

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองจนครบ จำนวน 270 ชุด นำมาตรวจสอบความเรียบร้อยและความสมบูรณ์ แล้วนำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณแบบมีขั้นตอน แล้วนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบาย

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาพฤติกรรมนิสัยผู้ต้องขังเรือนจำเขต 6 สามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจัยแวดล้อมผู้ต้องขัง เรือนจำเขต 6 ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$) ประกอบด้วย 1) ความต้องการมีส่วนร่วมในการพัฒนาพฤติกรรมนิสัยของบุคลากร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$) โดยเฉพาะด้านการติดตามประเมินผล และนำข้อคิดเห็นต่างๆ ไปทำการปรับปรุงพัฒนาหลักสูตรการศึกษา การฝึกอาชีพ ศาสนาและศิลปกรรมให้ดียิ่งขึ้น 2) ความคาดหวังผลที่ได้รับจากการพัฒนาพฤติกรรมนิสัย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.62$) เรือนจำมุ่งเน้นการจัดอบรมและพัฒนาทักษะฝีมือเฉพาะด้าน เพื่อยกระดับวิชาชีพผู้ต้องขังให้มีความรู้ มีรายได้เพิ่มมากขึ้น สามารถกลับไปประกอบอาชีพสุจริตและใช้ชีวิตได้ตามปกติเช่นคนทั่วไป และ 3) ความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับการพัฒนาพฤติกรรมนิสัย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51$) เรือนจำมีกระบวนการการคัดกรองผู้ต้องขังทุกคน เพื่อเข้ารับการพัฒนาพฤติกรรมนิสัยที่สอดคล้องกับคุณลักษณะที่เหมาะสม และผู้ต้องขังทุกคนสามารถเข้ารับการแก้ไข และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในทิศทางที่ดีได้

2. ผลการวิเคราะห์การพัฒนาพฤติกรรมนิสัยผู้ต้องขังเรือนจำเขต 6 ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$) ประกอบด้วย 1) ด้านการศึกษาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$) เรือนจำมีการจัดการศึกษาให้ผู้ต้องขังตั้งแต่ไม่รู้หนังสือจนสามารถศึกษาในชั้นอื่นๆ ทั้งสายสามัญศึกษาและสายอาชีวศึกษาตามความต้องการของผู้ต้องขัง และจัดให้มีกิจกรรมเพื่อกระตุ้นให้ผู้ต้องขังสนใจและศึกษา เพื่อการพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอ 2) ด้านการอบรมทางศาสนาและศิลปกรรม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$) โดยจัดให้มีการอบรมหลักคำสอนของศาสนาที่ผู้ต้องขังนับถือเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ มีการจัดกิจกรรมทุกวันสำคัญทางศาสนา เช่น จัดอบรมจิตภาวนา นั่งสมาธิ ทำสาธารณะประโยชน์ และจัดให้มีการอบรมกลุ่มเกลาจิตใจ เพื่อให้ผู้ต้องขังมีสติและระงับอารมณ์ ไม่กระทำผิดซ้ำ และ 3) ด้านการฝึกวิชาชีพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$) เรือนจำมีการฝึกทักษะการทำงานในสาขาอื่นๆ ที่ถนัดและสนใจ เช่น ช่างก่อสร้าง ช่างไม้ ช่างคอมพิวเตอร์ ช่างไฟฟ้าฯ สามารถนำไปประกอบอาชีพเลี้ยงตนเมื่อพ้นโทษ

3. ผลจากการวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ระหว่างสภาพปัจจัยแวดล้อมกับการพัฒนาพฤติกรรมนิสัยของผู้ต้องขังเรือนจำ เขต 6 มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในระหว่างช่วง 0.340 – 0.766 โดยมีด้านความคาดหวังที่ได้รับจากการพัฒนาพฤติกรรมนิสัย (x_3) กับด้านความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับการพัฒนาพฤติกรรมนิสัย (x_1) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่เท่ากับ 0.766 ส่วนที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์รองลงมา คือ ด้านการฝึกวิชาชีพ (Y_2) กับด้านการศึกษา (Y_1) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่เท่ากับ 0.670 และด้านการอบรมทางศาสนาและศีลธรรม (Y_3) กับด้านการฝึกอาชีพ (Y_2) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่เท่ากับ 0.644 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01

4. ผลการวิเคราะห์การสร้างสมการถดถอยพยากรณ์สภาพปัจจัยแวดล้อมที่ส่งผลต่อการพัฒนาพฤติกรรมนิสัยผู้ต้องขัง เรือนจำเขต 6 โดยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้นตอน พบว่า ตัวแปรที่สามารถอธิบายความผันแปรที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาพฤติกรรมนิสัยผู้ต้องขัง เรือนจำเขต 6 มีจำนวน 3 ด้าน ได้ร้อยละ 62.8 ประกอบด้วย 1) ความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับการพัฒนาพฤติกรรมนิสัย (x_1) 2) ความต้องการมีส่วนร่วมในการพัฒนาพฤติกรรมนิสัย (x_2) และ 3) ความคาดหวังที่ได้รับจากการพัฒนาพฤติกรรมนิสัย (x_3) ร่วมกันทำนายการพัฒนาพฤติกรรมนิสัยผู้ต้องขัง เรือนจำเขต 6 ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า R Square = 62.8 ค่า Tolerance อยู่ระหว่าง .389 – .663 ค่า VIF อยู่ระหว่าง 1.509 – 2.568 และค่า Durbin-Watson 1.257

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจัยแวดล้อมผู้ต้องขังเรือนจำเขต 6 ภาพรวมอยู่ในระดับมาก (1) ด้านความต้องการมีส่วนร่วมในการพัฒนาพฤติกรรมนิสัย เรือนจำเขต 6 เปิดโอกาสให้บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาพฤติกรรมนิสัย มีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการนำข้อคิดเห็นข้อเสนอแนะต่างๆ ไปทำการปรับปรุงพัฒนาคุณภาพของหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ต้องขังและการเปลี่ยนแปลงทางสังคม สอดคล้องกับการวิจัยของ สถิต แก้วปัญญา และคณะ (2562) ศึกษาแนวทางการพัฒนาพฤติกรรมนิสัยของผู้ต้องขังคดีอาเสพติด เรือนจำกลางอุดรธานี ประเมินโดยการประชุมเชิงปฏิบัติการระหว่างเจ้าหน้าที่เรือนจำกับภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับผู้ต้องขัง เพื่อเลือกแนวทางการพัฒนาพฤติกรรมนิสัยที่ความต้องการและติดตามประเมินผลการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อปรับปรุงคุณภาพของหลักสูตร (2) ด้านความคาดหวังผลที่ได้รับจากการพัฒนาพฤติกรรมนิสัย เรือนจำเขต 6 มีการจัดอบรมและพัฒนาทักษะฝีมือเฉพาะด้านสามารถยกระดับวิชาชีพผู้ต้องขังมีงานทำ มีรายได้เพิ่มมากขึ้น มีอาชีพสุจริตเมื่อพ้นโทษ สามารถกลับไปประกอบอาชีพสุจริตและใช้ชีวิตได้ตามปกติเช่นคนทั่วไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จำลอง มะโนวัง และนัษกรณ มะโนวัง (2566) ศึกษากระบวนการเสริมสร้างทักษะวิชาชีพสำหรับผู้ต้องขังเรือนจำกลางเชียงใหม่ พบว่า การฝึกทักษะวิชาชีพช่วยเพิ่มโอกาสการหางาน และรักษางานหลังพ้นโทษ โดยให้ความสำคัญ

กับการเลือกสายการเรียนที่เหมาะสมกับศักยภาพของผู้ต้องขัง การพัฒนาทักษะเฉพาะทางควบคู่ไปกับการฝึกทักษะด้าน Soft Skills เช่นเดียวกับการศึกษาของ พรรณวดี คำไชยวงศ์ (2564) ศึกษาการแปลงเปลี่ยนพฤติกรรมและความสำเร็จในการกลับคืนสู่สังคม: จากนักโทษสู่นักกีฬาอาชีพ พบว่า ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการแปลงเปลี่ยนพฤติกรรมและความสำเร็จในการกลับคืนสู่สังคม ประกอบด้วย 1) แรงจูงใจทางสังคม คือ เป้าหมายในความสำเร็จ การเป็นที่ยอมรับ การเป็นแบบอย่าง และการได้รับโอกาส 2) แรงจูงใจในด้านเศรษฐกิจ คือ การมีรายได้ที่เพียงพอในการดูแลครอบครัวและใช้จ่ายส่วนตัว 3) แรงจูงใจจากตนเอง คือ การยอมรับตนเอง ความรู้สึกว่ามีคุณค่า และความกลัวที่ต้องกลับไปรับโทษหากกระทำผิดซ้ำ 4) สภาพแวดล้อมที่ดี คือ ครอบครัวและเพื่อน 5) การฟื้นฟูผู้กระทำผิดจากในเรือนจำ คือ การปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมในระหว่างการรับโทษ และ (3) ความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับการพัฒนาพฤตินิสัย เรือนจำภาค 6 มีกระบวนการการคัดกรองผู้ต้องขังทุกคนในการเข้ารับการพัฒนาพฤตินิสัยที่สอดคล้องกับคุณลักษณะที่เหมาะสม และตามความต้องการ ซึ่งผู้ต้องขังสามารถนำไปประกอบอาชีพเลี้ยงตนเองและครอบครัวภายหลังพ้นโทษได้ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยจำลอง มะโนวัง และวนัชภรณ์ มะโนวัง (2566) พบว่า แนวทางในการประยุกต์กระบวนการเสริมสร้างทักษะวิชาชีพสำหรับผู้ต้องขังเรือนจำกลางเชียงใหม่ เรือนจำจะต้องพิจารณาจากศักยภาพและความสนใจของผู้ต้องขัง แล้วเลือกหลักสูตรการฝึกอบรมที่เหมาะสม ตามความต้องการของผู้ต้องขัง

2. ผลการวิเคราะห์การพัฒนาพฤตินิสัยผู้ต้องขังเรือนจำภาค 6 ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ประกอบด้วย 1) ด้านการศึกษาอยู่ในระดับมาก เรือนจำมีการจัดการศึกษาให้ผู้ต้องขังตั้งแต่ไม่รู้หนังสือจนสามารถศึกษาในชั้นอื่นๆ ทั้งสายสามัญศึกษาและสายอาชีวศึกษาตามความต้องการของผู้ต้องขัง และจัดให้มีกิจกรรมเพื่อกระตุ้นให้ผู้ต้องขังสนใจและศึกษา เพื่อการพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ คิวเรต สุก่ออ่อน และ ชาติรี มหันตรัตน์ (2566) ศึกษาแนวทางการพัฒนาพฤตินิสัยผู้ต้องขังด้านการศึกษาทัณฑสถานวัยหนุ่มพระนครศรีอยุธยา พบว่าการเปิดสอนในหลักสูตรที่ตรงตามความต้องการของผู้ต้องขัง และการอบรมให้ความรู้เรื่องความสำคัญของการศึกษาแก่ผู้ต้องขัง ควบคู่กับประชาสัมพันธ์ให้สังคมภายนอกได้รับรู้ว่าผู้ต้องขังได้รับการศึกษาในเรือนจำมากยิ่งขึ้น ขณะที่การศึกษาของ ชัชชัย นาลี และคณะ (2562) ศึกษาการจัดการศึกษาแก่ผู้ต้องขังภายในเรือนจำจังหวัดมหาสารคาม พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการศึกษาแก่ผู้ต้องขัง ประกอบด้วย ปัจจัยด้านครูผู้สอนและหลักสูตร ปัจจัยด้านผู้เรียน ปัจจัยด้านสถานที่และอุปกรณ์ ปัจจัยด้านกฎระเบียบและการสนับสนุนของเรือนจำ และปัจจัยด้านระยะเวลาในการเรียนตามลำดับ 2) ด้านการอบรมทางศาสนาและศีลธรรม อยู่ในระดับมาก โดยจัดให้มีการอบรมหลักคำสอนของศาสนาที่ผู้ต้องขังนับถือเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ มีการจัดกิจกรรมทุกวันสำคัญทางศาสนา เช่น

จัดอบรมจิตภาวนา นั่งสมาธิ ทำสาธารณะประโยชน์ และจัดให้มีการอบรมกลุ่มกลมเกลียวจิตใจ เพื่อให้ผู้ต้องขัง มีสติและระงับอารมณ์ ไม่กระทำผิดซ้ำ สอดคล้องกับการวิจัยของ สถิต แก้วปัญญา และคณะ (2562) ศึกษาแนวทางการพัฒนาพฤติกรรมของผู้ต้องขังคดียาเสพติดเรือนจำกลางอุดรธานี พบว่า การอบรม ทางศาสนาและศีลธรรม เพื่อปลูกฝังคุณธรรมจริยธรรม ตลอดจนการปรับเปลี่ยนทัศนคติของสังคม ต่อผู้พ้นโทษ ให้ยอมรับและเปิดโอกาสให้กลับคืนสู่สังคม รวมถึง มาตรการกำกับติดตามตรวจสอบ ประเมินผลงานการดำเนินงานพัฒนาพฤติกรรมผู้ต้องขังทุกระยะ เช่น การรายงานผลการพัฒนาจิตใจ ผู้ต้องขังประจำเดือน และ 3) ด้านการฝึกวิชาชีพ อยู่ในระดับมาก เรือนจำมีการฝึกทักษะการทำงาน ในสาขาอื่นๆ ที่ถนัดและสนใจ เช่น ช่างก่อสร้าง ช่างไม้ ช่างคอมพิวเตอร์ ช่างไฟฟ้าฯลฯ สามารถนำไป ประกอบอาชีพเลี้ยงตนเมื่อพ้นโทษ สอดคล้องกับการวิจัยของ สมบูรณ์ สิงห์มณี และคณะ (2564) ศึกษาการพัฒนาศักยภาพด้านการฝึกวิชาชีพผู้ต้องขังเรือนจำกลางเชียงราย พบว่า การฝึกอบรม วิชาชีพระยะสั้น เช่น หลักสูตรด้านการเกษตร ช่างแกะสลัก ช่างกระจก การชงกาแฟ เป็นการสร้าง โอกาสในการพัฒนาคุณภาพของผู้ต้องขัง ให้สามารถนำความรู้ที่ได้รับจากการฝึกอบรมไปประกอบ อาชีพเมื่อพ้นโทษ และ นัฐพงษ์ พินทา และ ธนวิทย์ บุตรอุดม (2567) ศึกษา ความต้องการพัฒนา ผู้ต้องขังหญิงก่อนปล่อยเรือนจำจังหวัดบึงกาฬ พบว่า เรือนจำควรจัดอบรมเพื่อพัฒนาทักษะ ทางอาชีพให้มีความหลากหลาย และเปิดโอกาสให้ผู้ต้องขังได้ทดลองปฏิบัติงานจริงเพื่อเพิ่ม ความเชี่ยวชาญในทักษะวิชาชีพนั้น ๆ ไปประกอบอาชีพเลี้ยงตนเองและครอบครัวภายหลังพ้นโทษ โดยที่ไม่หวนกลับมากระทำความผิดซ้ำอีก

3. ผลจากการวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ระหว่างสภาพปัจจัยแวดล้อมกับการพัฒนาพฤติกรรมผู้ต้องขัง เรือนจำเขต 6 มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในระหว่างช่วง 0.340 – 0.766 โดยมีด้านความคาดหวังที่ได้รับจากการพัฒนาพฤติกรรมผู้ต้องขัง กับด้านความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับการพัฒนาพฤติกรรมผู้ต้องขัง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่เท่ากับ 0.766 สอดคล้องกับการศึกษา ของ อนุชา ร่มพะยอม (2560) การพัฒนาพฤติกรรมผู้ต้องขังเรือนจำจังหวัดมหาสารคาม พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาพฤติกรรมผู้ต้องขัง ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจ ความต้องการ ความสำเร็จ และความต้องการการยอมรับนับถือ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.560 ด้านการฝึกวิชาชีพ กับด้านการศึกษา มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.670 และด้านการ อบรมทางศาสนาและศีลธรรม กับด้านการศึกษา มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่เท่ากับ 0.644 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ วราพร องคะลอย และคณะ (2566) ศึกษาการบูรณาการหลักพุทธธรรมเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้ต้องขังในเรือนจำ จังหวัดนนทบุรี พบว่า กิจกรรมส่งเสริมคุณภาพชีวิตผู้ต้องขังการปฏิบัติตามหลักไตรสิกขา กับการพัฒนาคุณภาพ ชีวิตของผู้ต้องขังในเรือนจำ ซึ่งประกอบด้วย ศิลปะ ดนตรี กีฬา อาชีพ มีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ

0.83 โดยที่อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้ต้องขังในเรือนจำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

4. การสร้างสมการพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาพฤตินิสัยผู้ต้องขังเรือนจำ เขต 6 โดยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้นตอน ทั้ง 3 ด้าน พบว่า ตัวแปรที่สามารถอธิบายความผันแปรที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาพฤตินิสัยผู้ต้องขัง เรือนจำเขต 6 มีจำนวน 3 ด้าน ได้ร้อยละ 62.8 ประกอบด้วย 1) ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาพฤตินิสัย (X_1) 2) ความต้องการมีส่วนร่วมในการพัฒนาพฤตินิสัย (X_2) และ 3) ความคาดหวังที่ได้รับจากการพัฒนาพฤตินิสัย (X_3) ร่วมกันทำนายการพัฒนาพฤตินิสัยผู้ต้องขัง เรือนจำเขต 6 ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สมภพ ชัยน และคณะ (2568) ศึกษาปัจจัยความต้องการของมนุษย์ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการพัฒนาพฤตินิสัยผู้ต้องขังเด็ดขาดคดีเกี่ยวกับยาเสพติดเรือนจำกลางนครพนม พบว่า ปัจจัยความต้องการของมนุษย์ด้านความต้องการความสำเร็จ ด้านความต้องการพื้นฐานทางร่างกาย ด้านความต้องการความมั่นคงและปลอดภัยและด้านความต้องการการยอมรับนับถือ มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการพัฒนาพฤตินิสัยผู้ต้องขัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยสามารถร่วมกันทำนายระดับประสิทธิภาพการพัฒนาพฤตินิสัยผู้ต้องขัง ได้ร้อยละ 54.90 และ การศึกษาของ อนุชา ร่มพะยอม (2560) พบว่า ความรู้ความเข้าใจ ความต้องการความสำเร็จ และ ความต้องการการยอมรับนับถือ เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาพฤตินิสัยของผู้ต้องขัง เรือนจำจังหวัดมหาสารคาม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.560 ซึ่งสามารถทำนายการพัฒนาพฤตินิสัยของผู้ต้องขังได้ร้อยละ 30.80

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1) ควรกำหนดนโยบายการพัฒนาพฤตินิสัยผู้ต้องขังในคดียาเสพติด ที่สอดคล้องกับรูปแบบการบำบัดและฟื้นฟูผู้ติดยาเสพติดโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน (Community Based Treatment and care; CBTx) ซึ่ง UNODC-WHO (2008) กำหนดหลักการรักษาผู้ติดยาแบบค่อยเป็นค่อยไปที่มีคุณภาพแก่ผู้ยากไร้ เป้าหมายเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เสพติดกลับมาดำเนินชีวิตเป็นปกติ

2) ควรเปิดโอกาสให้เรือนจำมีการพัฒนาโปรแกรมการพัฒนาพฤตินิสัยที่หลากหลาย และเหมาะสมกับความต้องการของผู้ต้องขังแต่ละราย การพัฒนาทักษะที่จำเป็นสำหรับการกลับคืนสู่สังคม และมีการติดตามผลอย่างต่อเนื่อง

3) ควรเปิดโอกาสให้เรือนจำ มีโครงการให้ความช่วยเหลือผู้ต้องขังเมื่อพ้นโทษแล้ว โดยการสนับสนุนด้านการเงิน การงาน และการกลับคืนสู่สังคม เพื่อลดโอกาสในการกลับไปกระทำความผิดซ้ำ

4) ควรมีการปรับปรุงสภาพแวดล้อมภายในเรือนจำให้เอื้อต่อการพัฒนาพฤตินิสัยของผู้ต้องขัง โดยการจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอและเหมาะสม และการสร้างบรรยากาศที่ปลอดภัยและเอื้อต่อการเรียนรู้

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อการพัฒนาพฤตินิสัยผู้ต้องขัง เช่น ปัจจัยด้านจิตวิทยา สังคม และวัฒนธรรม

2) ควรศึกษาแนวทางการพัฒนาโปรแกรมการพัฒนาพฤตินิสัยที่เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย จะช่วยให้ผู้ต้องขังมีโอกาสในการกลับตนเป็นคนดีและกลับคืนสู่สังคมได้อย่างมีคุณภาพ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อทั้งตัวผู้ต้องขัง สังคม และประเทศชาติ

เอกสารอ้างอิง

กรมราชทัณฑ์. (2566). แผนปฏิบัติการราชการระยะ 5 ปี (พ.ศ.2566-2570) ของกรมราชทัณฑ์. สืบค้นเมื่อ 12 ตุลาคม 2567, จาก <http://plan.correct.go.th/wp/?p=1757>.

กรมราชทัณฑ์. (2566). รายงานสถิติผู้ต้องราชทัณฑ์ทั่วประเทศ สรุปรวจ ณ วันที่ 1 พฤศจิกายน 2566. สืบค้นเมื่อ 12 ตุลาคม 2567, จาก http://www.correct.go.th/rt103pdf/report_table.Php?date=2023-11-01&area=6&report=.

กระทรวงยุติธรรม. (2566). การคืนคนดีสู่สังคมกรมราชทัณฑ์. สืบค้นเมื่อ 12 ตุลาคม 2567, จาก <https://www.moj.go.th/thainiyom/detail?id=8>.

จำลอง มะโนวัง และวันชกรณ์ มะโนวัง. (2566). กระบวนการเสริมสร้างทักษะวิชาชีพสำหรับผู้ต้องขังเรือนจำกลางเชียงใหม่ราย. *นพพหุศาสตร์*, 2(1), 16-31.

- ชัชชัย นาลี, ลัญญา เคนาภูมิ และ เสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร. (2562). การจัดการศึกษาแก่ผู้ต้องขังภายในเรือนจำจังหวัดมหาสารคาม. *การประชุมวิชาการระดับชาติด้านการบริหารกิจการสาธารณะยุคดิจิทัล ครั้งที่ 5*. (น.787-799). วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- นัฐพงษ์ พิณฑา และ ธนวิทย์ บุตรอุดม. (2567). ความต้องการการพัฒนาผู้ต้องขังหญิงก่อนปล่อยเรือนจำจังหวัดบึงกาฬ. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์*, 26(2), 341-354.
- พรรณวดี คำไชยวงศ์. (2564). การแปลงเปลี่ยนพฤติกรรมและความสำเร็จในการกลับคืนสู่สังคม: จากนักโทษสู่นักกีฬาอาชีพ. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร*, 9(2), 532-547.
- วราพร องคะลอย, เกียรติศักดิ์ สุขเหลือง และ บุญทัน ดอกโธสง. (2566). การบูรณาการหลักพุทธธรรมเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้ต้องขังในเรือนจำ จังหวัดนนทบุรี. *วารสารพุทธนวัตกรรมการจัดการ*, 6(2), 1-14.
- ทิวเรศ สุภู่ออน และ ธาตรี มหันตรัตน์. (2566). แนวทางการพัฒนาพฤตินิสัยผู้ต้องขังด้านการศึกษาทัณฑสถานวัยหนุ่มพระนครศรีอยุธยา. *วารสารบรรณการศึกษามนุษยสังคมศาสตร์*, 4(2), 191-203.
- สถิต แก้วปัญญา, ประจัญ กิ่งมิ่งแฮ และ ไพศาล แน่นอุดร. (2562). แนวทางการพัฒนาพฤตินิสัยของผู้ต้องขังคดียาเสพติดเรือนจำกลางอุดรธานี. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*, 7(1), 79-93.
- สมบูรณ์ สิงห์มณี, ณรงค์ เจนใจ และ พระสมบัติ กตปุญโญ, ดร. (2564). *การพัฒนาศักยภาพด้านการฝึกวิชาชีพผู้ต้องขังเรือนจำกลางเชียงราย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาสาขาวิชาการพัฒนาลังคม. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- สมภพ ขยัน, สามารถ อัยกร และ ชชาติชัย อุดมกิจมงคล. (2568). ปัจจัยความต้องการของมนุษย์ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการพัฒนาพฤตินิสัย ผู้ต้องขังเด็ดขาดคดีเกี่ยวกับยาเสพติดเรือนจำกลางนครพนม. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร*, 5(1), 346-361.

อนุชา ร่มพะยอม. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาพฤตินิสัยของผู้ต้องขังเรือนจำจังหวัดมหาสารคาม. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

Krejcie, R. V., & D. W. Morgan. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607–610.

การบริหารสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่ส่งผลต่อการ
ดำเนินงานตามมาตรฐานการจัดการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย
กลุ่มเจ้าพระยาป่าสัก

School Management according to Philosophy of Sufficiency Economy that
Affecting to operation according to standard of Non – Formal and Informal
Education Management Chao Praya Pa sak Group

¹พงษ์ศิริ กสิกรรม, ²ขรรชัย อ่อนมี, ³สิทธิพร เขาคูน และ ⁴สุทนต์ ศรีไสย์

¹Pongsiri Kasikam, ²Kanchai Onmee, ³Sittiporn Kao-un and ⁴Suthanu Srisai

¹นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา

²⁻⁴อาจารย์ประจำคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา

¹Master's degree student, Master of Education Program Chaopraya University

²⁻⁴Lecturer, Faculty of Humanities and Social Sciences Chaopraya University

³Corresponding Author. E-mail: Sittiporn_ko@yahoo.com

Received March 31, 2025; Revised April 21, 2025; Accepted April 23, 2025

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาการบริหารสถานศึกษาตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและ
การดำเนินงานตามมาตรฐานของ กศน.กลุ่มเจ้าพระยาป่าสัก 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารสถานศึกษาตามหลัก
ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับการดำเนินงานตามมาตรฐานของ กศน.กลุ่มเจ้าพระยาป่าสัก และ 3) สร้างสมการพยากรณ์
การบริหารสถานศึกษาตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่ส่งผลต่อการดำเนินงานตามมาตรฐานของ กศน.
กลุ่มเจ้าพระยาป่าสัก ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามซึ่งมีค่าความตรง (IOC) ระหว่าง 0.80 – 1.00
และค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงแบบแอลฟาของแบบสอบถามทั้งฉบับ เท่ากับ 0.982 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ครู กศน.กลุ่มเจ้าพระยา
ป่าสัก จำนวน 242 คน ใช้วิธีสุ่มแบบหลายขั้นตอน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปด้วยคอมพิวเตอร์ ผลการวิจัย
พบว่า 1) การบริหารสถานศึกษาและการดำเนินงานตามมาตรฐานของ กศน. โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) การบริหาร
สถานศึกษามีความสัมพันธ์กับการดำเนินงานตามมาตรฐาน กศน. กลุ่มเจ้าพระยาป่าสัก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่
.01 และ 3) การบริหารสถานศึกษาทำนายการดำเนินงานตามมาตรฐาน กศน. กลุ่มเจ้าพระยาป่าสัก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
ที่ 0.01

คำสำคัญ : หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง; มาตรฐานการจัดการศึกษา;
การจัดการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย

Abstract

The research objectives were to 1) study school management according to philosophy of sufficiency economy and operation to standard of Non-Formal Education Center, Chao Phraya Pa Sak Group, 2) study the relationship between school management and Non-Formal Education Center, Chao Phraya Pa Sak Group, and 3) predict the forecasting equation of school management according to philosophy of sufficiency economy affecting to operation according to standard operation of Non-Formal Education Center Chao Phraya Pa Sak. This research was Survey Research by using a questionnaire with an Index of item objective congruence (IOC) between 0.80–1.00 and an alpha reliability coefficient of 0.982. The sample consisted of 242 teachers. The multi-stage random sampling method was used. The data. Was analyzed through mean, SD, Pearson's correlation coefficient, and stepwise multiple regression analysis. The results of the research found that 1) the overall school management according to philosophy of sufficiency economy and the standard operation of the Non-Formal Education Center were at a high level, 2) the school management according to philosophy of sufficiency economy was related to Non-Formal Education Center, Chao Phraya Pa Sak Group, with a statistical significance level at .01 level and 3) the school management according to philosophy of sufficiency economy Jointly predicting the performance according to standard of Non-Formal Education Center, Chao Phraya Pa Sak Group, with statistical significance at .01 level.

Keyword: Philosophy of the sufficiency economy; Standards of Educational Management; Non-formal and informal education management

บทนำ

กระทรวงศึกษาธิการโดยสำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษาจึงได้จัดทำแผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560–2579 ซึ่งได้กำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการศึกษาภายใต้ 6 ยุทธศาสตร์หลักที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 และที่เกี่ยวข้องกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงนั้นได้กำหนดไว้ยุทธศาสตร์ที่ 5: การจัดการศึกษาเพื่อสร้างเสริมคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยมีเป้าหมายสำคัญ 1) ประชาชนคนไทยทุกกลุ่มและทุกช่วงวัย มีการนำหลักแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะบุคลากรทางด้านการศึกษา เช่น ครู นักเรียน นักศึกษา ต้องได้รับการอบรมพัฒนาในเรื่องคุณธรรม จริยธรรม มีความรับผิดชอบต่อการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและควบคู่กันในการดำรงชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น 2) การประยุกต์ใช้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสู่การปฏิบัติ โดยการออกแบบหลักสูตร การจัดแหล่งเรียนรู้ การจัดทำสื่อและวัสดุอุปกรณ์การเรียนรู้ ที่มุ่งเน้นการพัฒนาพฤติกรรมและการแสดงออกถึงคุณธรรม จริยธรรม และ 3) การวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรมด้านการสร้างเสริมคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (กระทรวงศึกษาธิการ, 2560)

การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย ได้จัดทำ“มาตรฐาน กศน. ตำบล ปี 2554” เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา กศน. ตำบล/แขวง ตามสภาพบริบทระดับพื้นที่ ซึ่งต่อมา ในปี พ.ศ. 2565 สำนักงาน กศน. ได้ปรับมาตรฐาน กศน. ตำบล/แขวง เพื่อให้สอดคล้องกับการพัฒนาตามแผน ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561 – 2580) ยุทธศาสตร์ที่ 3 ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพ ทรัพยากรมนุษย์ข้อที่ 2 การพัฒนาศักยภาพคนตลอดช่วงชีวิตที่มุ่งเน้นและนำประเทศไทยเข้าสู่สังคม ที่มีความมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน ผู้บริหารสถานศึกษาในฐานะผู้นำองค์กร จะต้องมีการพัฒนาองค์ ความรู้ในการบริหารสถานศึกษาอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง รวมถึงการแก้ไขปัญหาและอุปสรรค ขององค์กรได้อย่างสร้างสรรค์ กระตุ้นให้สมาชิกร่วมกันขับเคลื่อนองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล (Hoy and Miskel, 2013) เป็นไปในทิศทางเดียวกับหลักเกณฑ์คุณภาพของผู้บริหาร สถานศึกษาที่คุรุสภากำหนดไว้ ดังนั้น ผู้บริหารสถานศึกษาจึงเป็นตัวแปรสำคัญในด้านการ จัดการศึกษาให้มีคุณภาพ ต้องพัฒนาตนเองให้รอบรู้และเข้าใจนโยบายของรัฐบาลที่สนองต่อ ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ในการขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความ มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน เพื่อให้ประชาชน ทุกช่วงวัยมีโอกาสได้รับการศึกษาตลอดชีวิต ให้มีความรู้ ทักษะและประสบการณ์อย่างเพียงพอ ต่อการดำรงชีวิต เป็นพลเมืองดี รู้เท่าทันและปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อม สังคมที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม รวมทั้งการพัฒนาทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 เพื่อเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 สำนักงาน กศน.จึงมีการปรับปรุง มาตรฐานให้ครอบคลุมทั้งการบริหารจัดการสถานศึกษาให้มีคุณภาพ พัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ ที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน และสังคม การสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่าย และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกชั้นตอน ตลอดจนการนำข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะจากการติดตามประเมินผล มาทำการปรับปรุงพัฒนาสถานศึกษาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ครู กศน.ตำบล และผู้เกี่ยวข้อง มีแนวทางในการ พัฒนา กศน. ตำบล/แขวง ต่อไป (สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย, 2565)

จากความเป็นมาและสภาพปัญหาดังกล่าว การวิจัยเรื่อง “การบริหารสถานศึกษาตามหลัก ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่ส่งผลต่อการดำเนินงานตามมาตรฐานการจัดการศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย กลุ่มเจ้าพระยาป่าสัก” สามารถนำข้อมูลจากการวิจัยไปประยุกต์ใช้ ในการพัฒนาการบริหารการศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ให้สามารถเป็นแหล่ง เรียนรู้ตลอดชีวิตของชุมชน และให้เข้ากับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของสังคมได้อย่างเหมาะสมต่อไป

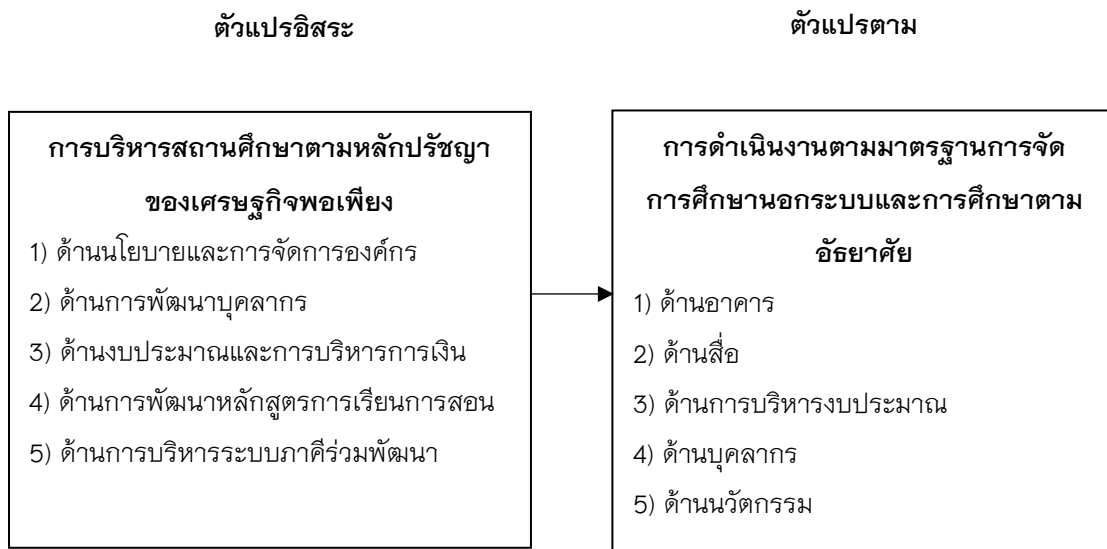
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการบริหารสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และการดำเนินงานตาม มาตรฐาน กศน. กลุ่มเจ้าพระยาป่าสัก
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจ พอเพียงกับการดำเนินงานตามมาตรฐาน กศน. กลุ่มเจ้าพระยาป่าสัก

3. เพื่อสร้างสมการพยากรณ์ของการบริหารสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่ส่งผลต่อการดำเนินงานตามมาตรฐาน กศน. กลุ่มเจ้าพระยาป่าสัก

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัยด้วยการประยุกต์ใช้แนวคิดการบริหารงานตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ตามแผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579 ในการขับเคลื่อนหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง กระทรวงศึกษาธิการ (2560) และ มาตรฐานการจัดการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยของสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย (2565) มาสร้างเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1) ประชากร ได้แก่ ครู กศน. กลุ่มเจ้าพระยาป่าสัก จากศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ จำนวน 61 แห่ง ในสังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัด 6 จังหวัด ได้แก่ ลพบุรี อ่างทอง ชัยนาท สิงห์บุรี พระนครศรีอยุธยา และสระบุรี จำนวน 613 คน (การศึกษาตามอัธยาศัยตำบลกลุ่มเจ้าพระยาป่าสัก, 2565)

2) กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของ Krejcie, R. V., & D. W. Morgan (1970) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 242 คน จากครู กศน. กลุ่มเจ้าพระยาป่าสัก 613 คน ใช้วิธีการเลือกสุ่มอย่างง่าย โดยใช้โปรแกรมการคำนวณด้วยคอมพิวเตอร์สุ่ม จนได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละศูนย์ประจำจังหวัด ครบตามจำนวน

3) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างและพัฒนาขึ้นมา จากแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีผลการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (IOC) ระหว่าง 0.80 - 1.00 และมีค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงแบบแอลฟา (Cronbach's alpha coefficient) ของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.982

4) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากครู กศน.กลุ่มเจ้าพระยาป่าสัก จำนวน 242 คน นำมาตรวจสอบความเรียบร้อยและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม แล้วนำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณแบบมีขั้นตอน

ผลการวิจัย

1. การบริหารสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของ กศน. กลุ่มเจ้าพระยาป่าสัก โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.36$) และเมื่อจำแนกเป็นรายด้าน มีดังนี้ 1) ด้านนโยบายและการจัดการองค์กร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.40$) 2) ด้านการพัฒนาบุคลากรอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.38$) 3) ด้านการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.37$) 4) ด้านงบประมาณและการบริหารการเงิน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.35$) และ 5) ด้านการบริหารระบบภาคีร่วมพัฒนา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.31$) สำหรับการดำเนินงานตามมาตรฐาน กศน.กลุ่มเจ้าพระยาป่าสัก โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.33$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้านมี ดังนี้ 1) ด้านการบริหารงบประมาณ ($\bar{X} = 4.37$) 2) ด้านบุคลากร ($\bar{X} = 4.35$) 3) ด้านอาคาร ($\bar{X} = 4.33$) 4) ด้านสื่อ ($\bar{X} = 4.33$) และ 5) ด้านนวัตกรรม ($\bar{X} = 4.27$) ตามลำดับ

2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่ส่งผลต่อการดำเนินงานตามมาตรฐาน กศน. กลุ่มเจ้าพระยาป่าสัก พบว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ,ทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยพบว่าตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์,อยู่ในระดับสูงสุด คือ ด้านการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอน ($X_4 = .762$) รองลงมา คือ ด้านการพัฒนาบุคลากร ($X_2 = .695$) ด้านงบประมาณและการบริหารการเงิน ($X_3 = .657$) ด้านนโยบายและการจัดการองค์กร ($X_1 = .621$) และด้านการบริหารระบบภาคีร่วมพัฒนา ($X_5 = .570$)

3. การสร้างสมการพยากรณ์ที่เกิดจากการบริหารสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่ส่งผลต่อการดำเนินงานตามมาตรฐาน กศน. กลุ่มเจ้าพระยาป่าสัก โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้นตอน มีตัวแปรที่สามารถสามารถอธิบายการผันแปรการดำเนินงานตามมาตรฐาน การจัดการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย กลุ่มเจ้าพระยาป่าสัก 4 ด้าน ได้ร้อยละ 77.10 ได้แก่ 1) ด้านงบประมาณและการบริหารการเงิน (X_3) 2) ด้านการบริหารระบบภาคีเครือข่าย (X^5) 3) ด้านการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอน (X^4) และ 4) ด้านนโยบายและการจัดการองค์กร

(X_1) ร่วมกันทำนายนายการดำเนินงานตามมาตรฐานการจัดการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย กลุ่มเจ้าพระยาป่าสัก ได้อย่างมีนัยสำคัญ,ทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่า R Square = .771 มีค่า Tolerance อยู่ระหว่าง .202 – .300 ค่า VIF อยู่ระหว่าง 3.329 – 4.957 และค่า Durbin-Watson 1.98 สามารถเขียนสมการในรูปคะแนนดิบได้ ดังนี้

$$\hat{Y} = .474 + .296 (X3) + .251 (X5) + .213 (X4) + .154 (X1)$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้

$$\hat{Z} = .312 (Z3) + .284 (Z5) + .233 (Z4) + .161 (Z1)$$

อภิปรายผลการวิจัย

1. การบริหารสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงอยู่ในระดับมาก ได้แก่

- 1) ด้านนโยบายและการจัดการองค์การ ที่มุ่งเน้นการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติตามภารกิจ บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ มีการจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปีและการติดตามประเมินผลตามตัวชี้วัดที่ชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ธงชัย ตีมูลพันธ์และ วรกาญจน์ สุขสดเขียว (2565) ด้านการบริหารจัดการสถานศึกษาควรมีการกำหนดวิสัยทัศน์และพันธกิจของสถานศึกษาที่สอดคล้องกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง
- 2) ด้านการพัฒนาบุคลากร นอกจากการส่งเสริมให้ครูได้รับการพัฒนาองค์ความรู้และทักษะ เพื่อความก้าวหน้าในด้านวิชาการและวิชาชีพแล้ว ยังมุ่งเน้นด้านคุณธรรม จริยธรรม เป็นแบบอย่างที่ดีให้แก่ผู้เรียนไปใช้ได้อย่างเหมาะสม และรู้เท่าทันกับเหตุการณ์ปัจจุบัน รวมถึงการส่งเสริมแหล่งเรียนรู้ วิถีชีวิต และอัตลักษณ์ชุมชนแก่ผู้เรียน สอดคล้องกับการศึกษาของ จรรยา ทีปาลา (2564) ด้านการบริหารงานบุคคล ควรมีการประชุมสัมมนาแลกเปลี่ยนส่งเสริมให้เป็นวิทยากร และเผยแพร่ผลงานของตนเอง เพื่อการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาของท้องถิ่นสืบไป
- 3) ด้านการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอน สถานศึกษาได้บูรณาเทคโนโลยีสารสนเทศ การสื่อสาร และนวัตกรรม มาพัฒนาแหล่งเรียนรู้ คลังความรู้ และสื่อการเรียนการสอน ที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน และรองรับผู้เรียนเรียนที่มีข้อจำกัดในระบบการศึกษาปกติ ได้อย่างมีประสิทธิภาพที่ไม่เหลื่อมล้ำกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ จรรยา ทีปาลา (2564) ด้านการบริหารหลักสูตร ควรมีการสร้างเครือข่ายร่วมกัน เพื่อบูรณาการความร่วมมือในการจัดทำแหล่งเรียนรู้ วัสดุอุปกรณ์ สื่อการเรียนการสอน ตลอดจนการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อนำไปใช้ร่วมกันในรูปแบบสื่อสังคมออนไลน์
- 4) ด้านงบประมาณและการบริหารการเงิน ต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไขให้สอดคล้องกับนโยบายการศึกษา ลดความยุ่งยากซับซ้อนในการเบิกจ่ายงบประมาณ จัดสรรงบประมาณให้เพียงพอและเบิกจ่ายตรงเวลา สอดคล้องกับการศึกษาของ โยชนิ สมโนนนท์ (2565) ศึกษาสภาพและปัญหาการบริหารงบประมาณปีงบประมาณ พ.ศ.2564 “กรณีศึกษา: สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย พบปัญหาความซ้ำซ้อนและขั้นตอนของการเบิกจ่ายงบประมาณ ที่ยังไม่สามารถ

เบิกจ่ายได้ตรงตามแผนปฏิบัติการ/แผนการใช้งบประมาณ และเป้าหมายที่กำหนด และ 5) ด้านการบริหารระบบภาคีร่วมพัฒนา สร้างกระบวนการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้อย่างเป็นระบบ มีการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในชุมชนที่ตอบสนองความต้องการของผู้เรียน มีการประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และประสบการณ์ระหว่างครู นักเรียน และชุมชน เพื่อพัฒนาการจัดการเรียนการสอนที่มีคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อุดมลักษณ์ คงคาเนรมิต และ วีระวัฒน์ อุทัยรัตน์ (2564) การบริหารระบบภาคีเครือข่าย กศน. ควรมีการพัฒนาการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่าย เพื่อประโยชน์ต่อปรับปรุงพัฒนาด้านการบ่งชี้ความรู้ และด้านการเข้าถึงความรู้จากโปรแกรมการศึกษา กิจกรรม และการฝึกอาชีพที่หลากหลาย ซึ่งมุ่งเน้นการพัฒนาผู้เรียนให้เกิดสมรรถนะสำคัญ ได้แก่ ความสามารถในการคิด ความสามารถในการใช้ทักษะชีวิต ความสามารถในการแก้ปัญหา และความสามารถในการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ ที่รู้เท่าทันและมีความรับผิดชอบ

ด้านการดำเนินงานตามมาตรฐาน กศน. อยู่ในระดับมาก ประกอบด้วย 1) ด้านการบริหารงบประมาณ มีการจัดสรรที่สอดคล้องและเหมาะสมกับนโยบายการศึกษา บทบาท ภารกิจ และบริบทของ กศน. ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ โยธิน สมโนนนท์ (2565) ศึกษาสภาพและปัญหาการบริหารงบประมาณปีงบประมาณ พ.ศ.2564 “กรณีศึกษา: สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย ควรปรับปรุง ระเบียบ ข้อบังคับการเบิกจ่ายงบประมาณที่สอดคล้องกับแนวนโยบายทางการศึกษา 2) ด้านบุคลากร มีการวางแผนสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ตลอดชีวิตทั้งด้านการบ่งชี้ความรู้ที่มีอยู่ในชุมชน และด้านการเข้าถึงความรู้ในการพัฒนาทักษะที่จำเป็น ในศตวรรษที่ 21 อย่างรอบด้าน เช่นเดียวกับการศึกษาของ อุดมลักษณ์ คงคาเนรมิต และ วีระวัฒน์ อุทัยรัตน์ (2564) การจัดการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย ควรส่งเสริมสนับสนุนให้บุคคลเป็นสมาชิกที่ดีในสังคมที่ตนอาศัยอยู่ มีระบบการประเมินคุณธรรมผู้เรียนที่มีความน่าเชื่อถือ การให้ประชาชนในชุมชนมีศูนย์กลางการศึกษาเรียนรู้ตลอดชีวิต 3) ด้านอาคาร มีการจัดสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการเรียนรู้ สร้างความตระหนักแก่ ครู บุคลากร และนักเรียน ในการใช้อุปกรณ์ไฟฟ้า น้ำประปา และวัสดุอุปกรณ์ด้วยความประหยัดและคุ้มค่า สอดคล้องกับการศึกษาของ โยธิน สมโนนนท์(2565) สำนักงาน กศน. ต้องยึดหลักการบริหารงบประมาณที่มุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์ คือ มีการควบคุมการใช้ทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพ ยึดหลักความประหยัด และคุ้มค่า 4) ด้านสื่อ มีการสำรวจข้อมูลชุมชนและความต้องการในการเข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งมีการจัดกิจกรรมที่หลากหลาย เพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กิจกรรมผ่านช่องทางต่าง ๆ ที่หลากหลาย และสม่ำเสมอ สอดคล้องกับการศึกษาของ อุดมลักษณ์ คงคาเนรมิต และ วีระวัฒน์ อุทัยรัตน์ (2564) กศน. ควรพัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศและความต้องการของผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 ตามกรอบทิศทางแผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560 – 2574

และ 5) ด้านนวัตกรรมที่เป็นประโยชน์ มีการวางแผนจัดกิจกรรมการศึกษาตามอัธยาศัยในรูปแบบต่าง ๆ ที่สอดคล้องและเหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ชุมชน สังคม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของธงชัย ตีมูลพันธ์ (2565) ควรมีการส่งเสริมบุคลากรในสถานศึกษาให้สามารถสร้างนวัตกรรม การจัดการเรียนรู้ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

2. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับการดำเนินงานตามมาตรฐาน กศน. กลุ่มเจ้าพระยาป่าสัก มีความสัมพันธ์,กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยพบว่าตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์,สหสัมพันธ์สูงสุด คือ การพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอน และการพัฒนาบุคลากร งบประมาณและการบริหารการเงิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุคลธรล มิ่งจันทร์ และคณะ (2567) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในการบริหารสถานศึกษา กับคุณภาพชีวิตครูด้วยวิธี พหุคูณ มีค่าเท่ากับ 0.900 ซึ่งสามารถอธิบายความผันแปรของหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในการบริหารสถานศึกษา กับคุณภาพชีวิตครู ได้ร้อยละ 90.00 ($R^2=0.911$) และผลการวิจัยของ ญัฐสุตา ตะเกาพงษ์ (2563) พบว่า การบริหารสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิผลของสถานศึกษา

3. การพยากรณ์การบริหารสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่ส่งผลต่อการดำเนินงานตามมาตรฐาน กศน. กลุ่มเจ้าพระยาป่าสัก พบว่ามี 4 ตัวแปร ที่ร่วมกันทำนายการดำเนินงานตามมาตรฐานได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่า R Square = .771 ค่า Tolerance อยู่ระหว่าง .202-.300 ค่า VIF อยู่ระหว่าง 3.329-4.957 และค่า Durbin-Watson 1.98 ซึ่งประกอบด้วย 1) งบประมาณและการบริหารการเงิน 2) การบริหารระบบภาคีเครือข่าย 3) การพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอน และ 4) นโยบายและการจัดการองค์การซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ ลัดดา มะปะทา (2566) พบว่ามี 4 ตัวแปรสำคัญ ได้แก่ การได้รับข้อมูลข่าวสาร การได้เรียนรู้ ความรู้ เรื่องและเจตคติ มีอิทธิพลต่อการน้อมนำเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตของประชาชนได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสามารถร่วมกันพยากรณ์ได้ร้อยละ 58.30 และการวิจัยของอุปรา ลิทธิพงษ์ และ จรัส อติวิทยากรณ์ (2565) การบริหารสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมีความสัมพันธ์ทางบวก กับคุณลักษณะอันพึงประสงค์ผู้เรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .350 และมีค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ เท่ากับ .592

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1) ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการติดตามประเมินผล และการนำข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ มาทำการปรับปรุงพัฒนา การบริหารสถานศึกษา และการจัดสรรงบประมาณ

ที่สอดคล้องกับระเบียบ ข้อบังคับการเบิกจ่ายงบประมาณ และความเพียงพอของงบประมาณ โดยคำนึงถึงหลักประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ประหยัด และความคุ้มค่า

2) ผู้บริหารควรมุ่งเน้นส่งเสริมให้ครูมีความประพฤติปฏิบัติที่ดี มีคุณธรรม จริยธรรม และการดำเนินชีวิตตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อเป็นแบบอย่างที่ดีให้แก่ผู้เรียนในการดำเนินชีวิตได้อย่างเหมาะสม และรู้เท่าทันกับเหตุการณ์ปัจจุบัน

3) ผู้บริหารควรเปิดโอกาสให้ภาคีเครือข่ายการเรียนรู้ตลอดชีวิต ได้มีส่วนร่วมในการนำองค์ความรู้ ทักษะ ฝีมือ และประสบการณ์ มาใช้ในการจัดทำคลังสื่อ และนวัตกรรมการจัดการเรียนการสอน เพื่อรองรับผู้เรียนเรียนทุกกลุ่ม ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ที่ไม่เหลื่อมล้ำกัน

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรศึกษาวิจัยสถานศึกษาต้นแบบความเป็นเลิศ (Best Practice) การบริหารสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่ส่งผลต่อการดำเนินงานตามมาตรฐานการจัดการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย เพื่อนำแนวทาง/รูปแบบและวิธีการมาทำการพัฒนาและประยุกต์ใช้ในการบริหารสถานศึกษาสู่องค์กรสมรรถนะสูง (High Performance Organization: HPO)

2) ควรศึกษาเชิงลึกการบริหารสถานศึกษาตามหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืน ในต่างประเทศ เพื่อนำมาเป็นกรณีศึกษา/เปรียบเทียบ/ปรับประยุกต์ใช้บริหารการศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัยของประเทศไทย ให้พัฒนาทัดเทียมในระดับสากล

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงศึกษาธิการ. (2560). *แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560–2579*. สำนักงานเลขาธิการสภา

การศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ. สืบค้นเมื่อ 10 เมษายน 2568, จาก

<https://www.lampang.go.th/public60/EducationPlan2.pdf>.

จรรยา ที่ปลา. (2564). แนวทางการบริหารสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

อำเภอบ้านไร่ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานีเขต 2. *วารสารวิจัย*

วิชาการ, 4(3), 45–59.

ณัฐสุตา ตะเกาพงษ์. (2563). ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารสถานศึกษาตามหลักปรัชญา

เศรษฐกิจพอเพียงกับประสิทธิผลของสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา

ประถมศึกษา จังหวัดปราจีนบุรี เขต 1. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวน*

สุนันทา, 12(2), 16–25.

ธงชัย ดีมูลพันธ์ และ วรกาญจน์ สุขสดเขียว. (2565). การบริหารสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของ

เศรษฐกิจพอเพียงของสถานศึกษา ในสหวิทยศึกษาวังสีทา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่

การศึกษาประถมศึกษาสระบุรี เขต 2. *วารสารปรัชญาปริทรรศน์*, 28(2), 236–249.

- โยธิน สมโนนนท์. (2565). สภาพและปัญหาการบริหารงบประมาณปีงบประมาณ พ.ศ.2564
กรณีศึกษา: สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย. *การประชุม
วิชาการระดับชาติครั้งที่ 19*. (น 1540–1551). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขต
กำแพงแสน.
- ลัดดา มะปะทา. (2566). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการน้อมนำเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในการ
ดำเนินชีวิตของประชาชนตำบลแคน อำเภอดงหลวง จังหวัดมหาสารคาม. *วิทยานิพนธ์
สาขารัฐประศาสนศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*.
- สุคลธรส มิ่งจันทร์, ในตะวัน กำหม่อม และ สุชีรา สายะรัตนชัย. (2567). ความสัมพันธ์ระหว่างหลัก
ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในการบริหารสถานศึกษากับคุณภาพชีวิตครูของบุคลากรทาง
การศึกษาโรงเรียนวัดดงกระบัตร์ (ชูปราษฎร์นุสรณ์) สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา
ประถมศึกษามุททาสคร. *วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา สาขามนุษยศาสตร์และ
สังคมศาสตร์*, 18(2), 348–363.
- สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย. (2565). *มาตรฐาน กศน.ตำบล ปี
2565 สังกัด สำนักงาน กศน. สำนักงาน กศน. สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ*. สืบค้น
เมื่อ 3 ตุลาคม 2567, จาก
[https://www.nfepbr.org/home1/index.php?option=com_content&view=article&id=2338:-
2565&catid=39:2013-11-07-12-24-22&Itemid=129](https://www.nfepbr.org/home1/index.php?option=com_content&view=article&id=2338:-2565&catid=39:2013-11-07-12-24-22&Itemid=129).
- อุดมลักษณ์ คงคาเนรมิต และ วีระวัฒน์ อุทัยรัตน์. (2564). แนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมของ
ภาคีเครือข่ายเพื่อส่งเสริมการสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตในการจัดการศึกษานอก
ระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย. *วารสารมหาจุฬานาครทรรศน์*, 8(3), 44–58.
- อุปสรวิ สิทธิพงษ์ และ จรัส อติวิทยากรณ์. (2565). ปัจจัยการบริหารสถานศึกษาตามหลักปรัชญา
ของเศรษฐกิจพอเพียงที่ส่งผลต่อคุณลักษณะอันพึงประสงค์ผู้เรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่
การศึกษาประถมศึกษามุททาสคร. เขต 3. *การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและ
นานาชาติครั้งที่ 13*. (น.2169–5184). มหาวิทยาลัยมหาดใหญ่.
- Hoy, W., & Miskel, C. (2013). *Educational Administration: Theory, Research, and Practice*. (9th
ed.). New York, NY: McGraw–Hill Higher Education.
- Krejcie, R. V., & D. W. Morgan. (1970). Determining Sample Size for Research Activities.
Educational and Psychological Measurement, 30(3), 607–610.

ความคิดเห็นของมัคคุเทศก์อิสระที่มีต่อความมั่นคงทางอาชีพหลังการเปิดประเทศจาก การแพร่ระบาดของโควิด 19

Independent tour guides' opinions on job security after the Opening of the Country from the COVID-19 Pandemic

¹แพรวา ตั้งประเสริฐ และ ²โชคชัย สุเวชวัฒนกุล

¹Praewa Tangprasert and ²Chokechai Suveatwatanakul

^{1,2}คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

^{1,2}The Graduate School of Tourism Management, National Institute of Development Administration

Corresponding Author. E-mail ¹Praewaika@gmail.com and ²chokechai.s@nida.ac.th

Received May 4, 2024; Revised March 18, 2025; Accepted April 2, 2025

บทคัดย่อ

งานวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของมัคคุเทศก์อิสระหลังการเปิดประเทศจากการแพร่ระบาดของโควิด 19 2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของมัคคุเทศก์อิสระที่มีต่อความมั่นคงทางอาชีพหลังการเปิดประเทศจากการแพร่ระบาดของโควิด 19 โดยกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยคือ มัคคุเทศก์อิสระต่างประเทศ (แถบบронซ์เงิน) จำนวน 214 คน โดยใช้การกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามแนวคิดของ Cohen เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยคือแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์นั้น ส่วนมากเป็นเพศชาย เกิดในยุค Generation X (เกิดระหว่างปีพ.ศ. 2508 – 2522) มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีสถานภาพสมรส มีค่าจ้างต่อวันระหว่าง 1,000 – 2,000 บาท มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป และบริหารรายได้โดยฝากเงินเข้าบัญชีธนาคาร นอกจากนี้ผลการศึกษาการวิเคราะห์ปัจจัยความคิดเห็นของมัคคุเทศก์อิสระที่มีต่อความมั่นคงทางอาชีพหลังการเปิดประเทศจากการแพร่ระบาดของโควิด 19 พบว่าโดยรวมมัคคุเทศก์อิสระมีความคิดเห็นต่อความมั่นคงทางอาชีพหลังการเปิดประเทศจากการแพร่ระบาดของโควิด 19 โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

คำสำคัญ: มัคคุเทศก์อิสระ; ความมั่นคงทางอาชีพ; การแพร่ระบาดของโควิด 19

Abstract

The objectives of this research are 1. To study the demographic factors of Independent Tour Guides after the Opening of the Country from the COVID-19 Pandemic. 2. To study the opinions of Independent Tour Guides on job security after the Opening of the Country from the COVID-19 Pandemic. The sample groups used in the research are 214 Independent Tour Guides who have professional licenses, using the calculation method according to the formula of Cohen. The tools used in this Research were questionnaires. The results of the study found that

demographic factors Most are male, born in Generation X (born between 1965 and 1979), and have a bachelor's degree in education. Have marital status and have a daily wage between 1,000 – 2,000 baht, have a monthly income of more than 50,000 baht and manage income by depositing money into a bank account. In addition, the results of the analysis of the opinions of independent tour guides on job security after the opening of the country from the COVID-19 Pandemic found that overall, independent tour guides' opinions on job security after the opening of the country from the COVID-19 Pandemic were generally at a moderate level.

Keywords: Independent Tour guides; Job security; Covid 19 pandemic

บทนำ

การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ถือเป็นเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรงต่อเศรษฐกิจโลก และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศไทยซึ่งการท่องเที่ยวถือเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ (กัลยา สว่างคง, 2563) การระบาดของโรคนี้มีลักษณะการแพร่เชื้อที่รวดเร็วและง่ายตายผ่านระบบทางเดินหายใจ ส่งผลให้หลายประเทศทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย ต้องบังคับใช้มาตรการควบคุมการเดินทางและปิดพรมแดนเพื่อป้องกันการแพร่ระบาด การดำเนินมาตรการดังกล่าวก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบอย่างกว้างขวางต่อภาคการท่องเที่ยว ตั้งแต่การลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยว รายได้จากนักท่องเที่ยว ไปจนถึงการสูญเสียโอกาสในการทำงานของบุคลากรที่เกี่ยวข้อง

หนึ่งในกลุ่มที่ได้รับผลกระทบอย่างชัดเจนจากวิกฤตครั้งนี้คือ มัคคุเทศก์อิสระ ซึ่งมีรายได้หลักจากการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ การปิดประเทศและการจำกัดการเดินทางทำให้ มัคคุเทศก์อิสระสูญเสียแหล่งรายได้หลักอย่างฉับพลัน ในขณะเดียวกัน ความเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นความปลอดภัยและการลดความเสี่ยงจากโรคติดต่อ อาจสร้างความไม่แน่นอนในด้านโอกาสการทำงานของมัคคุเทศก์อิสระในระยะยาว ซึ่งประเด็นนี้นำไปสู่ความกังวลว่า อาชีพมัคคุเทศก์ยังคงมีความมั่นคงและน่าสนใจหรือไม่ในอนาคต

การเปิดประเทศอีกครั้งหลังการระบาดใหญ่จึงเป็นช่วงเวลาที่สำคัญสำหรับการฟื้นฟูอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงการสร้าง ความมั่นคงทางอาชีพให้กับมัคคุเทศก์อิสระ งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับมัคคุเทศก์อิสระในช่วงหลังการเปิดประเทศ พร้อมทั้งสำรวจความคิดเห็นของมัคคุเทศก์อิสระต่อความมั่นคงทางอาชีพในบริบทดังกล่าว เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการกำหนดนโยบายและมาตรการสนับสนุนที่เหมาะสม โดยมุ่งหวังให้มัคคุเทศก์อิสระสามารถปรับตัวและสร้างความมั่นคงในอาชีพได้ในอนาคต อันจะส่งผลดีต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยได้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความคิดเห็นของภาคีผู้เกี่ยวข้องที่มีต่อความมั่นคงทางอาชีพหลังการเปิดประเทศจากการแพร่ระบาดของโควิด 19

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดเกี่ยวกับความมั่นคงทางอาชีพ

1.1 ความหมายของความมั่นคงทางอาชีพ

พจนานุกรมของ Webster (1957) ได้ให้คำนิยามของคำว่า “ความมั่นคง” (Security) คือ สภาวะแห่งความรู้สึกปลอดภัย ความเชื่อมั่น การมีอิสระ การมีเสถียรภาพ การได้รับหลักประกัน และการมีความมั่นคงในชีวิต”

วิกิรุม อัครวิกุล (2541) ได้กล่าวว่า ความมั่นคงในการทำงาน เป็นสภาพจิตใจ และ ความรู้สึกของบุคคลที่เกิดจากการรับรู้ หรือประเมินปัจจัยต่าง ๆ ในองค์การที่แสดงถึงการจ้างงานที่แน่นอน การให้ความคุ้มครองป้องกันการมีหลักประกันในการทำงาน และมีผลตอบแทนจากการทำงานทั้งในขณะที่บุคคลปฏิบัติงานอยู่ในองค์การและหลังจากที่บุคคลออกจากองค์การไปแล้ว

วรรณะ เวชพราหมณ์ (2551) ได้กล่าวว่า ความมั่นคงในการทำงาน หมายถึง การประกันความมั่นคงในด้านรายได้ ได้แก่ค่าจ้าง ค่าตอบแทนอื่น ๆ ด้านสวัสดิการ ด้านสภาพแวดล้อม ด้าน ระเบียบ/หลักเกณฑ์ ด้านความก้าวหน้าทางอาชีพ ด้านลักษณะงาน

ความมั่นคงทางอาชีพหมายถึงสภาวะที่บุคคลมีความรู้สึกปลอดภัยและมั่นใจในความต่อเนื่องของการจ้างงานและรายได้ ซึ่งรวมถึงการมีหลักประกันในด้านค่าตอบแทน สวัสดิการ สภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี โอกาสความก้าวหน้าในอาชีพ และความชัดเจนในระเบียบหรือหลักเกณฑ์ในการทำงาน

สรุปได้ว่า ความมั่นคงทางอาชีพหมายถึงสถานะหรือสภาวะที่บุคคลมีความรู้สึกปลอดภัยและมั่นใจในอาชีพการงาน โดยครอบคลุมถึงการรับประกันการจ้างงานที่แน่นอน การได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสม รวมถึงสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ นอกจากนี้ยังรวมถึงการมีเสถียรภาพในด้านรายได้ สภาพแวดล้อมการทำงานที่เหมาะสม ความชัดเจนในระเบียบหรือหลักเกณฑ์ในการทำงานโอกาสในความก้าวหน้าในอาชีพ และการมีหลักประกันทั้งในระหว่างการทำงานและหลังจากออกจากงาน ซึ่งทั้งหมดนี้ส่งผลต่อความรู้สึกมั่นคงและความไว้วางใจในอนาคตของบุคคลในสายอาชีพนั้น

1.2 ปัจจัยความมั่นคงทางอาชีพ

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สรุปงานศึกษาที่มีการกล่าวถึงความมั่นคงทางอาชีพได้ดังต่อไปนี้

ที่มา	องค์ประกอบของปัจจัยความมั่นคงทางอาชีพ			
	ความมั่นคงทางเศรษฐกิจ	ด้านความต่อเนื่องในการทำงาน	ด้านการมีสุขภาพที่ดี	ด้านการมีหลักประกันในการดำรงชีวิต
Webster (1957)	-	✓	-	✓
ปภาดา แป้นเขียว (2552)	✓	✓	✓	✓
วิกรม อัครวิกุล (2541)	✓	✓	-	-
วรรณะ เวชพราหมณ์ (2551)	✓	✓	-	-
ศิริรัตน์ แดงเครื่อง (2549)	✓	✓	✓	-
สายทิพย์ วงศ์สังข์ฮะ (2540)	✓	✓	-	-
ประสพพร ลีอิสสรพงษ์ (2544)	✓	✓	✓	-
Greenhalgh & Rosenblatt (1984)	✓	-	-	-
Frederic Herzberg, Mausner, & Snyderman (1959)	-	-	-	✓
Frederick Herzberg (1968)	-	-	-	✓
Davy, Kinicki, & Scheck (1997)	-	-	-	✓
Meltz (1989)	✓	-	-	✓
Probst (2002)	✓	-	-	✓
Hur & Ha (2019)	✓	✓	-	-
Shabannia Mansour, Hassan, Shabannia Mansour, & Hassan (2019)	✓	-	-	-
Ferrie, Shipley, Marmot, Stansfeld, & Smith (1998)	✓	-	✓	-
Witte (1999)	✓	-	-	-

จากตารางดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงทางอาชีพได้ 4 ด้าน ดังนี้

1) ความมั่นคงทางเศรษฐกิจ (Economic Security) ซึ่งรวมถึงปัจจัยเช่นรายได้และผลตอบแทนที่ได้รับจากการทำงาน รายได้และผลตอบแทนส่วนใหญ่เป็นตัวชี้วัดที่สำคัญในการวัดความสำเร็จในการทำงานของตนเอง และโอกาสในการเติบโตและเจริญก้าวหน้าในอาชีพซึ่งสามารถเป็นตัวชี้วัดที่สำคัญในการวัดความสำเร็จและความพึงพอใจในอาชีพของมัคคุเทศก์อิสระ

2) ความต่อเนื่องในการจ้างงาน (Job continuation) หมายถึง การมั่นใจในความต่อเนื่องและความมั่นคงของงานที่มัคคุเทศก์อิสระมีอยู่และเสถียรภาพในระยะยาวที่เป็นตัวชี้วัดที่สำคัญในการวัดความสำเร็จและความพึงพอใจในอาชีพของมัคคุเทศก์อิสระ

3) การมีสุขภาพที่ดี (Physical and psychological well-being) หมายถึง การที่มัคคุเทศก์อิสระมีความเป็นอยู่ที่ดีทั้งสุขภาพทางกายและจิตใจ

4) การมีหลักประกันในการดำเนินชีวิต (Having security in life) หมายถึง การมีความมั่นคงในเรื่องการเงินและความปลอดภัยในชีวิตประจำวัน การมีหลักประกันในการดำเนินชีวิตสามารถช่วยให้มัคคุเทศก์อิสระมีความสมดุลในเรื่องการเงินและทรัพยากรทางการเงิน เพื่อรองรับความต้องการพื้นฐานและเพิ่มความมั่นคงในการดำเนินชีวิต

2. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมัคคุเทศก์

ตามพระราชบัญญัติ ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551 “มัคคุเทศก์” หมายความว่า ผู้ให้บริการเป็นปกติธุระในการนำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ โดยให้บริการเกี่ยวกับคำแนะนำและความรู้ด้านต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว

มัคคุเทศก์ หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่นำผู้อื่นไปยังสถานที่ต่าง ๆ และให้คำอธิบาย แนะนำเกี่ยวกับสถานที่นั้น ๆ ทั้งนี้ เนื่องจากในการนำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ นั้น จำเป็นต้องมีผู้ที่มีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับเส้นทาง ตลอดจนมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ในท้องถิ่น หรือสถานที่นำเที่ยว นั้น ๆ เป็นอย่างดีสามารถอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย และให้ความรู้ ความเข้าใจ รวมทั้งความสนุกสนานเพลิดเพลิน แก่นักท่องเที่ยวได้ ซึ่งผู้ทำอาชีพนี้ต่อมาได้กลายเป็นอาชีพสำคัญอย่างหนึ่งในวงการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ประเภทมัคคุเทศก์แบ่งตามการรับงานของมัคคุเทศก์หรือมองในลักษณะของการสังกัดบริษัท ได้ 2 ประเภท คือ

1. มัคคุเทศก์อิสระ

2. มัคคุเทศก์สังกัดบริษัท

2.1 บทบาทและความสำคัญของมัคคุเทศก์

มัคคุเทศก์มีบทบาทและความสำคัญในธุรกิจท่องเที่ยวอย่างมากและยังถือว่าเป็นผู้ประกอบการอาชีพที่มีหน้าที่เป็นตัวแทนของประเทศในหลายๆด้าน ดังนี้

1. เป็นผู้เผยแพร่ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของประเทศ โดยอธิบายให้ความรู้เกี่ยวกับ ประวัติ ความเป็นมาและความสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ และเรื่องราวที่ถูกต้องของประเทศ

2. เป็นตัวแทนและเป็นแบบอย่างของวัฒนธรรมและประเพณีไทยอันดีงามให้แก่ นักท่องเที่ยวและผู้พบเห็นทั่วไป

3. นำนักท่องเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยว และไม่ละเลยสิ่งสำคัญต่าง ๆ ที่น่าดูชม โดยให้ได้รับความรู้ ความเป็นมิตร และความประทับใจ

4. เป็นผู้มีความสำคัญในการช่วยอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว การจัดการบริการในแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เสริมสร้างแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิมให้ได้รับความนิยมอยู่เสมอ โดยการนำเที่ยวชมด้วยความมีระเบียบ วินัย และเป็นตัวอย่างที่ดีในการอนุรักษ์ และรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว

5. เป็นผู้มีส่วนในการประสานงานกับภาครัฐบาลและภาคเอกชน ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยการเป็นมัคคุเทศก์ที่ดี มีจรรยาบรรณ มีส่วนแก้ไขปัญหา ขอบกพร่องในการให้บริการโดยประสานงานกับสมาคมการท่องเที่ยวและโรงแรมที่เกี่ยวข้อง

6. มีส่วนในการเพิ่มรายได้ให้แก่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวซื้อสินค้าและบริการ ทั้งนี้ต้องกระทำอย่างสุจริตใจ ไม่ฉ้อฉลนักท่องเที่ยว

7. เป็นผู้มีบทบาทในการพัฒนาสินค้าและบริการขององค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพราะเป็นผู้ที่รู้และเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยวมากที่สุดว่าสินค้าแบบใดที่มีมาตรฐานเหมาะกับนักท่องเที่ยวชาติใด

3. ยุคหลังการแพร่ระบาดของโควิด19 หรือ ยุคความปกติใหม่ (New normal)

ชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) เป็นแนวทางที่หลาย ๆ คนจะต้องปรับเปลี่ยนชุดพฤติกรรมในช่วงไวรัสตัวนี้ออกมาระบาดแล้วเปลี่ยนชีวิตเราไปอีกนาน ทำให้เราต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบวิถีชีวิตไปพร้อมกันทั่วโลก จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโรคโควิด-19 หรือโคโรนาไวรัสช่วงปลาย พ.ศ. 2562 เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและรุนแรงจนแพร่กระจายไปในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ผู้คนเจ็บป่วยและล้มตายจำนวนมาก จนกลายเป็นความสูญเสียอย่างใหญ่หลวงอีกครั้งหนึ่งของมนุษยชาติ มนุษย์จำเป็นต้องป้องกันตนเองเพื่อให้มีชีวิตรอดด้วยการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมดำรงชีวิตที่ผิดไปจากวิถีเดิม ๆ

โดยสร้างเสริมปรับพฤติกรรมการดำรงชีวิตแบบใหม่เพื่อให้ปลอดภัยจากการติดเชื้อควบคู่ไปกับความพยายามรักษา และฟื้นฟูศักยภาพทางเศรษฐกิจและธุรกิจ นำไปสู่การสรรค์สร้างสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ เทคโนโลยีใหม่ ๆ มีการปรับแนวคิด วิสัยทัศน์ วิธีการจัดการ ตลอดจนพฤติกรรมที่เคยทำมาเป็นกิจวัตร เกิดการเบี่ยงเบน ออกจากความคุ้นเคยอันเป็นปกติมาแต่เดิมในหลายมิติ ทั้งในด้านอาหาร การแต่งกาย การรักษา สุขอนามัย การศึกษาเล่าเรียน การสื่อสาร การทำธุรกิจ ฯลฯ ซึ่งสิ่งใหม่เหล่านี้ได้กลายเป็นความปกติใหม่ ๆ จนในที่สุด เมื่อเวลาผ่านไปจนทำให้เกิดความคุ้นชินก็จะกลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตปกติของผู้คนในสังคม (กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2563)

ชีวิตที่ถูกจำกัดให้อยู่ในพื้นที่ส่วนตัวอย่างสันโดษ ส่งผลให้ความสัมพันธ์เชิงสังคม ถูกบีบให้อยู่บนโลกออนไลน์จนแทบจะเต็มรูปแบบ ส่งผลให้เกิด กลุ่มคนที่ปรับตัวไปสู่ความปกติใหม่ (New Normal) ในแง่ของการเข้าไปอยู่ในโลกออนไลน์บนทุกมิติของการใช้ชีวิต แม้เราจะพบว่าการระบาดของโรคในครั้งนี้ จะส่งผลกระทบมากมาย แต่ถ้ามองในข้อดีแล้ว เรายังพบว่า หลายพฤติกรรมของ New Normal ก็ถูกปรับเปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้น สถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เช่น ทะเล ป่า ดอย ฯลฯ ถูกปิดชั่วคราว ปราศจากการรบกวนจากมนุษย์ ระบบนิเวศน์จึงมีโอกาสฟื้นฟูตัวเองได้มากกว่าปกติ หรือฝุ่น PM 2.5 ที่ลดลง 10-30% ทั่วโลก การช่วยเหลือเกื้อกูลกันของเพื่อนมนุษย์ในยามที่ยากลำบาก (จิตเวช เทพชาตรี, 2563; วิกรม อัครวิกุล, 2541)

4. การเปิดประเทศในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ได้กระทบกระเทือนทั่วโลก ส่งผลทำให้ประชากรและเศรษฐกิจของหลายประเทศต้องเผชิญกับความลำบากทางสุขภาพและเศรษฐกิจที่แย่งลง อย่างไรก็ตาม เมื่อสถานการณ์โรคเริ่มค่อยๆ ได้รับการแก้ไขที่ดีขึ้น ก็ได้มีแนวทางในการเปิดประเทศออกมาเพื่อเริ่มต้นความสามารถด้านเศรษฐกิจและชีวิตประจำวันของประชากร

การเปิดประเทศในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 เป็นกระบวนการที่ต้องมีการวางแผนและการดำเนินงานที่รอบคอบเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีและปลอดภัยสำหรับทุกคน จึงได้มีการประเมินความเสี่ยงทางสุขภาพในพื้นที่ เจ้าหน้าที่ทางการแพทย์และสาธารณสุขได้เตรียมความพร้อมในการตรวจสอบและติดตามผู้ป่วยโควิด-19 เพื่อรักษาความปลอดภัยสำหรับประชาชนทั้งหมด เพราะการติดตามและตรวจสอบแบบเฝ้าระวังที่เข้มงวดจะช่วยให้สามารถจัดการกับการระบาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การเปิดประเทศยังมีการกำหนดมาตรการควบคุมและป้องกันเพื่อลดการแพร่กระจายของโรค ประชาชนได้รับการแนะนำให้ใช้หน้ากากอนามัย รักษาระยะห่างทางสังคม และ

การทำควมสะอาดมือ เนื่องจากการป้องกันและควบคุมการแพร่ระบาดของโรคยังคงเป็นสิ่งสำคัญเพื่อปกป้องผู้คนที่สูงอายุหรือมีโรคประจำตัวที่เสี่ยงต่อการติดเชื้อ

การเปิดประเทศในสถานการณ์โควิด-19 เป็นกระบวนการที่ต้องใช้เวลาและความรอบคอบ เศรษฐกิจและกิจกรรมทางธุรกิจถูกเปิดเป็นขั้นตอนเพื่อให้การฟื้นตัวเกิดขึ้นอย่างเป็นระบบ การให้สิทธิ และการสนับสนุนในการฟื้นตัวเศรษฐกิจ รวมถึงผู้ประกอบการเล็ก ๆ และกลุ่มที่ถูกกระทบอย่างรุนแรงโดยการลดภาระภาษี จัดทำแผนการเพิ่มความสามารถในการทำธุรกิจ และการสร้างโอกาสใหม่สำหรับการจ้างงาน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้คือ ผู้ประกอบอาชีพมัคคุเทศก์ที่มีใบอนุญาตประกอบวิชาชีพ (บัตรรออนซ์เงิน) ที่ยังคงมีการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน และกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนั้นได้ทำการกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามแนวคิดของ Cohen J (1998) โดยใช้โปรแกรม G* Power จึงได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Total sample size) ที่ใช้ในการศึกษาทั้งสิ้นจำนวน 214 ชุด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) มาตรฐานค่า 5 ระดับ ที่ผ่านการตรวจความตรงเชิงเนื้อหา โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน และผ่านการทดสอบค่าความเที่ยงทั้งฉบับซึ่งมีค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนดคือเท่ากับ .876 โดยหลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลมาแล้ว ผู้วิจัยจะนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมคำนวณสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อช่วยในการประมวลผลข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของมัคคุเทศก์อิสระหลังการเปิดประเทศจากการแพร่ระบาดของโควิด-19

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1.เพศ		
ชาย	143	66.8
หญิง	71	33.2
รวม	214	100

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
2.ยุคสมัย (Generation) ที่เกิด		
Baby Boomer (เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2506 – 2507)	40	18.7
Generation X (เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2508 – 2522)	123	57.5
Generation Y (เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2523 – 2540)	49	22.9
Generation Z (เกิดหลัง พ.ศ. 2540 ขึ้นไป)	2	0.9
รวม	214	100
3.ระดับการศึกษา		
อนุปริญญา	27	12.6
ปริญญาตรี	149	69.6
ปริญญาโท	31	14.5
ปริญญาเอก	7	3.3
รวม	214	100
4.สถานภาพสมรส		
โสด	89	41.6
สมรส	104	48.6
หม้าย/หย่าร้าง	21	9.8
รวม	214	100
5.ค่าจ้างต่อวัน		
ต่ำกว่า 1,000 บาท	13	6.1
1,000 – 2,000 บาท	58	27.1
2,000 – 3,000 บาท	55	25.7
3,100 – 4,000 บาท	53	24.8
4,100 – 5,000 บาท	14	6.5
5,000 บาทขึ้นไป	21	9.8
รวม	214	100
6.รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	9	4.2
10,000 – 20,000 บาท	27	12.6
21,000 – 30,000 บาท	41	19.2
31,000 – 40,000 บาท	43	20.1

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
41,000 – 50,000 บาท	28	13.1
50,000 บาทขึ้นไป	66	30.8
รวม	214	100
7.การบริหารรายได้		
ฝากเงินเข้าบัญชีธนาคาร	157	73.4
ทำประกัน	37	17.3
นำเข้ากองทุนรวม	20	9.3
รวม	214	100

ผลการศึกษาจากตารางแสดงข้อมูลคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามสรุปได้ว่าผู้ตอบส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (66.8%) เกิดในยุค Generation X (57.5%) และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี (69.6%) โดยส่วนมากมีสถานภาพสมรส (48.6%) มีค่าจ้างต่อวันระหว่าง 1,000 – 2,000 บาท (27.1%) และรายได้ต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท (30.8%) สำหรับการบริหารรายได้ ส่วนใหญ่ฝากเงินเข้าบัญชีธนาคาร (73.4%)

2. การวิเคราะห์ปัจจัยความคิดเห็นของมัคคุเทศก์อิสระที่มีต่อความมั่นคงทางอาชีพหลังการเปิดประเทศจากการแพร่ระบาดของโควิด-19

ปัจจัยความมั่นคงทางอาชีพของมัคคุเทศก์อิสระ	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1.ด้านความมั่นคงทางเศรษฐกิจ	3.38	0.70	ปานกลาง
2.ด้านความต่อเนื่องในการจ้างงาน	3.32	0.58	ปานกลาง
3.ด้านการมีสุขภาวะที่ดี	3.83	0.52	มาก
4.ด้านการมีหลักประกันในการดำเนินชีวิต	3.39	0.67	ปานกลาง
โดยรวม	3.48	0.48	ปานกลาง

จากตารางค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยความคิดเห็นของมัคคุเทศก์อิสระที่มีต่อความมั่นคงทางอาชีพหลังการเปิดประเทศจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากมี 1 ด้านและอยู่ในระดับปานกลางมี 3 ด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการมีสุขภาวะที่ดี ($\bar{x} = 3.83$) ด้านการมีหลักประกันในการดำเนิน

ชีวิต ($\bar{x} = 3.39$) ด้านความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ($\bar{x} = 3.38$) และด้านความต่อเนื่องในการจ้างงาน ($\bar{x} = 3.32$)

จากการศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของมัลคูเทคท์อิสระหลังการเปิดประเทศจากการแพร่ระบาดของโควิด 19 สามารถสรุปได้ว่า มัลคูเทคท์อิสระส่วนใหญ่เป็นเพศชาย และเกิดในยุค Generation X (เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2508 – 2522) ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี และมีสถานภาพสมรสและส่วนใหญ่มีค่าจ้างต่อวันระหว่าง 1,000 – 2,000 บาทคิดและมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาทขึ้นไปและส่วนใหญ่บริหารรายได้โดยฝากเงินเข้าบัญชีธนาคาร และความคิดเห็นของมัลคูเทคท์อิสระที่มีต่อความมั่นคงทางอาชีพหลังการเปิดประเทศจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากมี 1 ด้านและอยู่ในระดับปานกลางมี 3 ด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการมีสุขภาวะที่ดีมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.83 ซึ่งเป็นความคิดเห็นที่อยู่ในระดับมาก ตามด้วยด้านการมีหลักประกันในการดำเนินชีวิตมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.39 ซึ่งเป็นความคิดเห็นที่อยู่ในระดับปานกลาง ด้านความมั่นคงทางเศรษฐกิจมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.39 ซึ่งเป็นความคิดเห็นที่อยู่ในระดับปานกลาง และด้านความต่อเนื่องในการจ้างงานมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.32 ซึ่งเป็นความคิดเห็นที่อยู่ในระดับปานกลาง

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาพบว่ามัลคูเทคท์อิสระส่วนใหญ่เกิดในยุค Generation X ซึ่งสะท้อนถึงประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในอาชีพ โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (69.6%) ซึ่งเป็นระดับที่ช่วยเพิ่มโอกาสในการประกอบอาชีพอย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม ความมั่นคงทางอาชีพโดยรวมยังอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) โดยเฉพาะด้านความต่อเนื่องของการจ้างงานที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด (3.32) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Probst (2002) ที่ระบุว่าความไม่มั่นคงในการทำงานส่งผลกระทบต่อขวัญกำลังใจและประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรอย่างมีนัยสำคัญ

ในด้านสุขภาวะ มัลคูเทคท์อิสระแสดงความคิดเห็นในระดับสูงสุด (3.83) ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการสนับสนุนด้านสุขภาพและสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดีตามข้อเสนอของ Ferrie et al. (1998) ที่ย้ำว่าความมั่นคงในด้านสุขภาพช่วยลดความวิตกกังวลและเสริมสร้างขวัญกำลังใจ การบริหารรายได้โดยการฝากเงินเข้าธนาคาร (73.4%) ยังสะท้อนถึงการปรับตัวของมัลคูเทคท์อิสระในการสร้างหลักประกันทางการเงิน (Greenhalgh & Rosenblatt, 1984)

ดังนั้น การพัฒนานโยบายที่เน้นความต่อเนื่องในการจ้างงานและการเพิ่มโอกาสในการทำงานที่มั่นคงจึงเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อสนับสนุนภาคธุรกิจอิสระในระยะยาว รวมถึงการเสริมสร้างระบบสวัสดิการเพื่อส่งเสริมสุขภาพและความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ซึ่งจะช่วยให้ประสิทธิภาพและความพึงพอใจในอาชีพของภาคธุรกิจอิสระได้ในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ควรมีการพัฒนาและส่งเสริมโครงการหรือมาตรการที่ช่วยให้ภาคธุรกิจอิสระมีโอกาสทำงานอย่างต่อเนื่อง เช่น การสร้างระบบการจ้างงานที่มีความมั่นคงมากขึ้นหรือการพัฒนามาตรการสนับสนุนที่ช่วยให้ภาคธุรกิจอิสระสามารถเข้าถึงงานได้อย่างยั่งยืนทั้งในภาครัฐและเอกชนและการจัดตั้งโครงการสวัสดิการสุขภาพและการสนับสนุนด้านการดูแลสุขภาพสำหรับภาคธุรกิจอิสระถือเป็นสิ่งสำคัญในการส่งเสริมสุขภาพและลดความวิตกกังวลจากปัญหาสุขภาพที่อาจเกิดขึ้น ซึ่งจะช่วยให้เสริมสร้างขวัญกำลังใจในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและความมั่นคงทางอาชีพของภาคธุรกิจอิสระในระยะยาว

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

- 1) งานวิจัยครั้งถัดไปควรทำการวิจัยวิธีเชิงคุณภาพเพื่อศึกษารายละเอียดในการดำเนินการในแต่ละตัวแปร
- 2) ควรทำการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับบุคลากรด้านอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อใช้ในการเปรียบเทียบ

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2563). *New Normal ชีวิตวิถีใหม่ และการปรับตัวในภาวะ COVID-19*. สืบค้นเมื่อ 30 มีนาคม 2567, จาก https://www.mhesi.go.th/index.php/content_page/item/1448-new-normal.html.
- กัลยา สว่างคง. (2563). *เสียงสะท้อนจาก 'ไกด์' ไทย ความท้าทายใหม่ยุคหลังโควิด-19*. สืบค้นเมื่อ 30 มีนาคม 2567, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/business/886749>.

- Ferrie, J. E., Shipley, M. J., Marmot, M. G., Stansfeld, S., & Smith, G. D. (1998). The health effects of major organisational change and job insecurity. *Social science & medicine*, *46*(2), 243–254.
- Greenhalgh, L., & Rosenblatt, Z. (1984). Job insecurity: Toward conceptual clarity. *Academy of Management review*, *9*(3), 438–448.
- Herzberg, F. (1968) One More Time: How Do You Motivate Employees. *Harvard Business Review*, *46*, 53–62.
- Herzberg, F., Mausner, B., & Snyderman, B. (1959). *The Motivation to Work*. New York: John Willey & Sons
- Hur, H., & Ha, H. (2019). The link between perceptions of fairness, job training opportunity and at-will employees' work attitudes: Lessons from US Georgia state government. *European Journal of Training and Development*, *43*(3/4), 375–397.
- Meltz, N. M. (1989). Job security in Canada. *Relations industrielles*, *44*(1), 149–161.
- Probst, T. M. (2002). Layoffs and tradeoffs: production, quality, and safety demands under the threat of job loss. *Journal of Occupational Health Psychology*, *7*(3), 211.
- Shabannia Mansour, M., Hassan, K. H., Shabannia Mansour, M., & Hassan, K. H. (2019). *Job security and temporary employment contracts: a theoretical analysis*. Job Security and Temporary Employment Contracts: Theories and Global Standards.
- Webster, N. (1957). *Webster's new twentieth century dictionary of the English language unabridged*. Cleveland: The World Publishing.
- Witte, H. D. (1999). Job insecurity and psychological well-being: Review of the literature and exploration of some unresolved issues. *European Journal of work and Organizational psychology*, *8*(2), 155–177.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อ Buy Now Pay Later
ที่ใช้บริการ Spay Later ของแอปพลิเคชัน Shopee ในการซื้อสินค้าทางออนไลน์
Factors Influencing the Intention to Use Buy Now Pay Later Services: A Case
Study of Spay Later on Shopee for Online Shopping

¹ภัณฑิรา พวงบุบผา และ ²ศุภฤกษ์ สุขสมาน

¹ Phanthira Phaungbubpha and ² Suparerk Sooksamarn

¹นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

²อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

¹Student, Faculty of Business Administration, Kasetsart University

²Professor, Department of Management, Faculty of Business Administration Kasetsart University

¹Corresponding Author. E-mail: phanthira.bubpha@gmail.com

Received April 21, 2025; Revised April 25, 2025; Accepted April 28, 2025

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติของการยอมรับเทคโนโลยีของบริการสินเชื่อ Buy Now Pay Later ที่ใช้บริการ Spay Later ของแอปพลิเคชัน Shopee ในการซื้อสินค้าทางออนไลน์ และ 2. ศึกษาทัศนคติของการยอมรับที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อ Buy Now Pay Later ที่ใช้บริการ Spay Later ของแอปพลิเคชัน Shopee ในการซื้อสินค้าทางออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ ได้จากการเก็บข้อมูลผู้ใช้บริการ Spay Later ของแอปพลิเคชัน Shopee ในการซื้อสินค้าทางออนไลน์ จำนวน 500 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถามความพึงพอใจใช้บริการ สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยนำเสนอแบบเชิงพรรณนาผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติของการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้ การรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจ โดยส่งผลในทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยทัศนคติการยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อ Spay Later ของแอปพลิเคชัน Shopee ในการซื้อสินค้าทางออนไลน์ โดยส่งผลในทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทัศนคติของการยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อ Buy Now Pay Later ส่งผลต่อกันในทางบวก โดยมีอำนาจการพยากรณ์ ร้อยละ 92.6 ($R^2_{adj} = 0.926$) และมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์เท่ากับ 6206.516

คำสำคัญ : การยอมรับเทคโนโลยี; ความตั้งใจใช้บริการ ; บริการสินเชื่อ

Abstract

This research aims to 1. Study the factors affecting attitude towards technology acceptance of Buy Now Pay Later credit service using Spay Later service of Shopee application for online shopping and 2. Study the attitude towards acceptance that affects the intention to use Buy Now Pay Later credit service using Spay Later

service of Shopee application for online shopping. The sample group used was collected from data of 500 Spay Later users of Shopee application for online shopping. The instrument used was a satisfaction questionnaire. The statistics used were frequency, percentage, mean, standard deviation and multiple regression analysis. The research result was presented in descriptive form. The results of the research found that the factors affecting attitude towards technology acceptance were perceived benefits, perceived ease of use, perceived risk, and trust, which had a positive effect and were statistically significant at the 0.05 level. The factor of technology acceptance attitude affected the intention to use Spay Later credit service of Shopee application for online shopping, which had a positive effect and was statistically significant at the 0.05 level. The attitude towards technology acceptance affected the intention to use Buy Now Pay Later credit service and had a positive effect. With a forecasting power of 92.6 percent ($R^2 \text{ adj} = 0.926$) and a standard error of forecasting of 6206.516.

Keywords: Technology acceptance; Service use intention; Loan services

บทนำ

จาก Digital 2022 July Global Stats hot Report หรือรายงานความเคลื่อนไหวด้านดิจิทัลของโลก จากพฤติกรรมกรรมการช้อปปิ้งออนไลน์ต่อไลฟ์สไตล์ของกลุ่มผู้บริโภคที่มีช่วงอายุ 16 – 64 ปี (Marketeer Team, 2565) และรายงานล่าสุดของ Wunderman Thompson เรื่อง Thailand's Future Shopper 2023: Divergence and Disruption of the Status Quo ยังเผยให้เห็นว่ากลุ่มผู้บริโภคชาวไทยมีพฤติกรรมในการซื้อของออนไลน์ที่หลากหลาย นักช้อปปิ้งรุ่นใหม่ให้ความสำคัญกับความหลากหลายและความพึงพอใจในทันที โดยผลสำรวจในปี 2566 พบว่า มีอัตราการใช้จ่ายออนไลน์ เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 300 ในทุกช่วงระดับของการใช้จ่าย ตั้งแต่ 1,000 – 35,000 บาท เมื่อเทียบกับปีก่อน และกลุ่มที่ช้อปปิ้งมากกว่า 30,000 บาท คือ กลุ่มมิลเลนเนียลที่อายุน้อยกว่า (25–34 ปี) และ Gen X (45–54 ปี) โดยมีการเติบโตที่เห็นได้ชัดเจนบนแพลตฟอร์มอย่าง Lazada, 7-Eleven Online และเว็บไซต์ของแบรนด์ต่าง ๆ (THE STANDARD WEALTH, 2566) การช้อปปิ้งออนไลน์ทาง TikTok ที่มีรูปแบบการ Live Shopping มาเป็นกลยุทธ์หลักในการสร้างยอดขาย หรือ Shopee ที่เน้นการเสนอราคาที่ดีที่สุด และความง่ายต่อการค้นหาผลิตภัณฑ์ พร้อมด้วยรูปแบบการชำระเงินที่มีความยืดหยุ่น อย่างบริการ "Buy Now Pay Later" (BNPL) หรือ การชื้อก่อนจ่ายทีหลัง ที่เป็นทางเลือกที่น่าสนใจในการชำระเงิน หากเทียบกับบัตรเครดิตแบบดั้งเดิม และเพิ่มโอกาสให้กับผู้ค้าปลีกบริการ BNPL จึงเป็นทางเลือกที่น่าสนใจ เนื่องจากการสมัครค่อนข้างง่าย สามารถทำผ่านช่องทางออนไลน์ได้ในขณะเดียวกัน การตรวจประวัติทางการเงินก็ไม่เข้มงวดเท่ากับการสมัครบัตรเครดิต (ชญานิศ สมสุข, 2566)

บริการ Buy Now Pay Later เป็นวิธีการกู้ยืมเงินในอีกรูปแบบหนึ่ง โดยเป็นการชื้อก่อนจ่ายทีหลัง เป็นการกู้ยืมเงินระยะสั้น เป็นบริการทางการเงิน ณ จุดขาย (Financial service at the point-of-sale) มีลักษณะเป็นสินเชื่อแบบไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกัน (Unsecured lending) ที่อนุญาตให้ผู้ซื้อชำระค่าสินค้าหรือบริการ ทั้งหมดหรือเพียงบางส่วนก่อนในขณะที่ชื้อเพื่อชำระค่าสินค้านี้ในรูปแบบหนึ่งซึ่งได้รับความนิยมน

ในต่างประเทศมานานกว่าทศวรรษ โดยหลังจากทำการซื้อสินค้า ผู้บริโภคจะสามารถผ่อนจ่ายเงินค่าสินค้าได้เป็นงวด ๆ หลังจากที่ได้รับอนุมัติแล้ว ทำให้บริการ Buy Now Pay Later ได้กลายเป็นนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคใหม่ ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าได้ทันทีโดยไม่ต้องจ่ายเงินเต็มจำนวนในขณะนั้น และสามารถผ่อนชำระได้ในระยะเวลาที่กำหนด ซึ่งมักไม่มีดอกเบี้ยหรือคิดอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำกว่าเมื่อเทียบกับบัตรเครดิต (KPMG Thailand, 2023) จึงเป็นหนึ่งในทางเลือกในการชำระหนี้ของผู้ประกอบการค้าปลีก ซึ่งอาจช่วยเพิ่มยอดขายให้กับร้านค้า ช่วยเป็นส่วนเสริมในการกระตุ้นให้ผู้ซื้อเกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น รวมถึงช่วยเพิ่มโอกาสให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าซ้ำให้ร้านค้าปลีกมีโอกาสในการเข้าถึงผู้บริโภคมากขึ้นโดยเฉพาะกลุ่มที่เป็นผู้มีรายได้น้อยที่ไม่มีรายได้อื่นที่สามารถเข้าถึงบริการบัตรเครดิต หรือบัตรเครดิตเงินสดได้ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2565)

จากการเติบโตของตลาด E-commerce กับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคเปลี่ยนไปให้ความสนใจต่อการซื้อสินค้าออนไลน์เพิ่มขึ้น และโดยเฉพาะในกลุ่มผู้ให้บริการที่ไม่ใช่ธนาคาร (Non-Bank) บริการ Spay later บนแพลตฟอร์มแอปพลิเคชัน Shopee เป็นผลิตภัณฑ์สินเชื่อแบบหมุนเวียน (Revolving Credit) ที่ให้บริการแก่ผู้ซื้อสินค้า บนแพลตฟอร์มช้อปปิ้งที่ได้รับเชิญ เพื่อใช้เป็นช่องทางชำระเงินในการซื้อสินค้าต่าง ๆ บนแพลตฟอร์มช้อปปิ้ง โดยไม่สามารถถอนเป็นเงินสดได้ และจะมีทั้งแบบซื้อก่อนจ่ายทีหลัง (Buy Now Pay Later) และแบบผ่อนชำระ โดยการสมัครใช้สินเชื่อ Spay Later ไม่ต้องใช้เอกสารใดๆ และไม่มีการขอหลักประกันใดๆ โดยแบ่งการให้บริการเป็น 2 ช่วงเวลา ได้แก่ ลูกค้าที่สมัครใช้บริการ Spay Later สำเร็จก่อนวันที่ 4 สิงหาคม 2566 จะได้รับบริการ Spay Later จากบริษัท ยูนิคอร์น (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์สินเชื่อภายใต้ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ และลูกค้าที่สมัครใช้บริการ Spay Later สำเร็จตั้งแต่วันที่ 4 สิงหาคม 2566 เป็นต้นไป จะได้รับบริการ Spay Later จากบริษัท ซิมันนี่ (แคปปิตอล) จำกัด ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์สินเชื่อส่วนบุคคลดิจิทัล ภายใต้การกำกับของธนาคารแห่งประเทศไทย ทั้งนี้ การตัดสินใจใช้บริการ BNPL ขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ ความโปร่งใสของเงื่อนไขการชำระเงิน ความสะดวกในการใช้งาน เป็นต้น

การทำความเข้าใจปัจจัยเหล่านี้จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาบริการที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2565) ถึงแม้การตลาดแบบอีคอมเมิร์ซจะเติบโตขึ้นอย่างก้าวกระโดดแต่ก็ไม่สามารถที่จะเติบโตขึ้นได้อย่างต่อเนื่อง เนื่องจากเศรษฐกิจของประเทศไทยมีการชะลอตัว ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำค่าครองชีพและหนี้ครัวเรือนที่ อยู่ในระดับสูง ประกอบกับต้นทุนทางการเงินที่สูงขึ้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2566)

ดังนั้นการศึกษานี้จึงมุ่งเน้นไปที่การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อ Buy Now Pay Later ของผู้ใช้บริการ Spay Later ของแอปพลิเคชัน Shopee ในการซื้อสินค้าทางออนไลน์

ที่เป็นแพลตฟอร์มที่กำลังได้รับความนิยมสูงสุด ณ ตอนนี้นำมาเป็นกรณีศึกษา เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ในการพัฒนากลยุทธ์สำหรับผู้ให้บริการ Non-Bank รวมถึงช่วยสนับสนุนให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพและมั่นใจมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

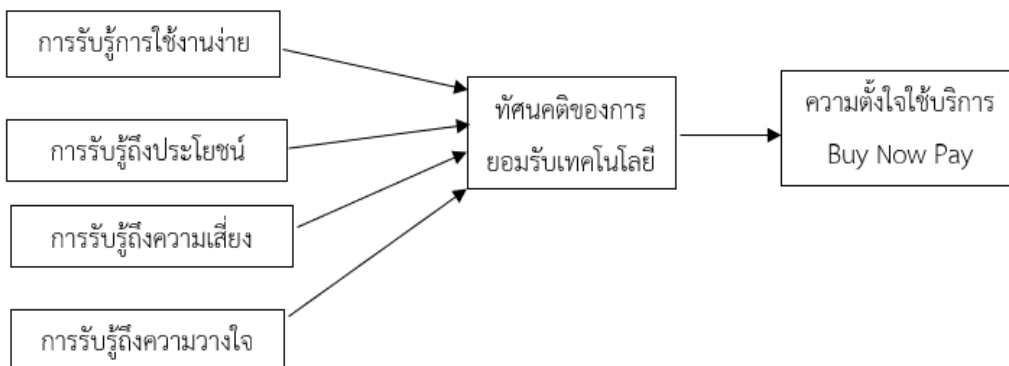
1. ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติของการยอมรับเทคโนโลยีของบริการสินค้าเชื่อ Buy Now Pay Later ที่ใช้บริการ Spay Later ของแอปพลิเคชัน Shopee ในการซื้อสินค้าทางออนไลน์
2. ศึกษาทัศนคติของการยอมรับที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการสินค้าเชื่อ Buy Now Pay Later ที่ใช้บริการ Spay Later ของแอปพลิเคชัน Shopee ในการซื้อสินค้าทางออนไลน์

สมมติฐานการวิจัย

- สมมติฐานที่ 1 การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อทัศนคติของการยอมรับเทคโนโลยี
- สมมติฐานที่ 2 การรับรู้ถึงประโยชน์ส่งผลต่อทัศนคติของการยอมรับเทคโนโลยี
- สมมติฐานที่ 3 การรับรู้ถึงความเสี่ยงส่งผลต่อทัศนคติของการยอมรับเทคโนโลยี
- สมมติฐานที่ 4 การรับรู้ถึงความมั่นใจส่งผลต่อทัศนคติของการยอมรับเทคโนโลยี
- สมมติฐานที่ 5 ทัศนคติของการยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการสินค้าเชื่อ Buy Now Pay Later ที่ใช้บริการ SpayLater ของแอปพลิเคชัน Shopee ในการซื้อสินค้าทางออนไลน์

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการสินค้าเชื่อ Buy Now Pay Later ที่ใช้บริการ SpayLater ของแอปพลิเคชัน Shopee ในการซื้อสินค้าทางออนไลน์ ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนแนวคิดและทฤษฎี รวมถึงค้นคว้าวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง สามารถกำหนดกรอบแนวคิดงานวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อ Buy Now Pay Later ที่ใช้บริการ Spay Later ของแอปพลิเคชัน Shopee ในการซื้อสินค้าทางออนไลน์ เป็นวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ศึกษาแบบเชิงสำรวจ (Survey Research) ผ่านการเก็บข้อมูลทางแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อความสะดวกและได้ข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น โดยมีวิธีการดำเนินการ ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่เคยหรือมีการชำระเงินโดยการใช้บริการ Spay later ของแอปพลิเคชัน Shopee แบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 500 คน โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ผ่านช่องทางออนไลน์ในการสำรวจ

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ใช้วิธีการประมวลผลหาค่าทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ทั้งนี้ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยเลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะข้อมูล และตอบวัตถุประสงค์ โดยใช้

สถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน

เป็นการศึกษาข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS) เพื่อทดสอบสมมติฐานงานวิจัย (Hypothesis Testing) ซึ่งสามารถแสดงถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม โดยการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression Analysis) แบบ Multiple Regression เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐาน และปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อ Buy Now Pay Later ที่ใช้บริการ Spay Later ของแอปพลิเคชัน Shopee ในการซื้อสินค้าทางออนไลน์

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อ Buy Now Pay Later ที่ใช้บริการ Spay Later ของแอปพลิเคชัน Shopee ในการซื้อสินค้าทางออนไลน์ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการวิจัยรูปแบบเชิงสำรวจ (Survey Research) ผ่านการเก็บข้อมูลทางแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการสินเชื่อ Buy Now Pay Later ที่ใช้บริการ Spay Later ของแอปพลิเคชัน Shopee

ในการซื้อสินค้าทางออนไลน์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล มีผลการศึกษาดังนี้

ผลการศึกษายอมรับการใช้บริการ

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการสินเชื่อ Buy Now Pay Later ที่ใช้บริการ Spay Later ของแอปพลิเคชัน Shopee ในการซื้อสินค้าทางออนไลน์ เกี่ยวกับการยอมรับการใช้บริการสินเชื่อ Buy Now Pay Later ในการชอปปิงออนไลน์ (Spay Later) ที่ประกอบด้วย การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้ การรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจ (Perceived Trust) และทัศนคติการยอมรับเทคโนโลยี จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 500 คน ผลปรากฏดังนี้

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการสินเชื่อ Buy Now Pay Later ที่ใช้บริการ Spay Later ของแอปพลิเคชัน Shopee ในการซื้อสินค้าทางออนไลน์ จำนวน 500 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 314 คน คิดเป็นร้อยละ 62.80 มีช่วงอายุระหว่าง 20 – 30 ปี จำนวน 339 คน คิดเป็นร้อยละ 67.80 มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 47.40 เป็นนักเรียน นักศึกษา จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 49.00 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เดือนต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลจากผู้ใช้บริการสินเชื่อ Buy Now Pay Later ที่ใช้บริการ Spay Later ของแอปพลิเคชัน Shopee ในการซื้อสินค้าทางออนไลน์ เกี่ยวกับการยอมรับการใช้บริการสินเชื่อ Buy Now Pay Later ในการชอปปิงออนไลน์ (Spay Later)

ความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลจากผู้ใช้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับ
การรับรู้ประโยชน์	3.51	1.19	มาก	1
การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	3.48	1.19	มาก	2
การรับรู้ถึงความเสี่ยง	3.40	1.20	ปานกลาง	4
ความไว้วางใจในระบบ	3.44	1.18	มาก	3
ทัศนคติของการยอมรับเทคโนโลยี	3.48	1.19	มาก	2
รวม	3.39	1.25	ปานกลาง	

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ใช้บริการสินเชื่อ Buy Now Pay Later ที่ใช้บริการ Spay Later ของแอปพลิเคชัน Shopee ในการซื้อสินค้าทางออนไลน์มีการรับรู้ประโยชน์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51$, S.D.=1.19) มีการรับรู้ความง่ายในการใช้งานในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.48$, S.D.=1.19) มีการรับรู้ถึงความเสี่ยงในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.40$, S.D.=1.20) มีความคิดเห็น

เกี่ยวกับการใช้บริการสินเชื่อ Spay Later ของแอปพลิเคชัน Shopee มีความไว้วางใจในระบบในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.44$, S.D.=1.18) มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการสินเชื่อ Spay Later ของแอปพลิเคชัน Shopee มีทัศนคติของการยอมรับเทคโนโลยีในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.48$, S.D.=1.19)

ผลการศึกษาสम्मัติฐานงานวิจัย

การทดสอบสมมติฐานที่ 1 - 4

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติของการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้ การรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจในระบบ รายงานผลด้วยรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ในการทดสอบสมมติฐานที่ 1 -4 ซึ่งสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตารางที่ 2

สมมติฐานที่ 1 การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อทัศนคติของการยอมรับเทคโนโลยี

สมมติฐานที่ 2 การรับรู้ถึงประโยชน์ส่งผลต่อทัศนคติของการยอมรับเทคโนโลยี

สมมติฐานที่ 3 การรับรู้ถึงความเสี่ยงส่งผลต่อทัศนคติของการยอมรับเทคโนโลยี

สมมติฐานที่ 4 การรับรู้ถึงความไว้วางใจส่งผลต่อทัศนคติของการยอมรับเทคโนโลยี

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณ ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติของการยอมรับเทคโนโลยี

ตัวแปร	B	S.E.	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	0.051	0.052		0.980	0.328
การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (X_1)	0.386	0.048	0.383	8.086	0.000
การรับรู้ถึงประโยชน์ (X_2)	0.254	0.048	0.252	5.287	0.000
การรับรู้ถึงความเสี่ยง (X_3)	0.080	0.031	0.080	2.622	0.009
การรับรู้ถึงความไว้วางใจในระบบ(X_4)	0.267	0.042	0.264	6.385	0.000

R = 0.953 R Square = 0.909 Adjusted R Square = 0.908 F = 1233.213 Sig = 0.000

* p < 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติของการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการสินเชื่อ Buy Now Pay Later ที่ใช้บริการ Spay Later ของแอปพลิเคชัน Shopee ในการซื้อสินค้าทางออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 4 ด้านได้แก่ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (X_1) (อิทธิพลเชิงบวก, B = 0.386, p-value = 0.000) การรับรู้ถึงความไว้วางใจในระบบ (X_4) (อิทธิพลเชิงบวก, B = 0.267, p-value = 0.000) การรับรู้ถึงประโยชน์ (X_2) (อิทธิพลเชิงบวก, B = 0.254, p-value = 0.000) และการรับรู้ถึงความเสี่ยง (X_3) (อิทธิพลเชิงบวก, B = 0.080, p-value = 0.009)

โดยปัจจัยระหว่างการเรียนรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงความวางใจ การรับรู้ถึงประโยชน์ และการรับรู้ถึงความเสี่ยง สามารถร่วมอธิบายทัศนคติของการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการสินเชื่อ Buy Now Pay Later ที่ใช้บริการ Spay Later ของแอปพลิเคชัน Shopee ในการซื้อสินค้าทางออนไลน์ ได้ร้อยละ 95.3 จึงสอดคล้องกับสมมติฐานที่ 1 – 4 โดยมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อทัศนคติของการยอมรับเทคโนโลยี และสามารถสร้างเป็นสมการทำนายได้ ดังนี้

สามารถสร้างสมการพยากรณ์ทัศนคติของการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการสินเชื่อ Buy Now Pay Later ที่ใช้บริการ Spay Later ของแอปพลิเคชัน Shopee ในการซื้อสินค้าทางออนไลน์ ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

$$Z(y) = 0.051 + 0.383(X_1)^* + 0.264(X_4)^* + 0.252(X_2)^* + 0.080(X_3)^*$$

สรุปได้ว่า การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงความวางใจ การรับรู้ถึงประโยชน์ และการรับรู้ถึงความเสี่ยง ส่งผลต่อกันในทางบวก โดยมีอำนาจการพยากรณ์ ร้อยละ 90.9 ($R^2_{adj} = 0.909$) และมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์เท่ากับ 1233.213

การทดสอบสมมติฐานที่ 5

สมมติฐานที่ 5 ทัศนคติของการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อ Buy Now Pay Later ของผู้ใช้บริการ Spay Later ของแอปพลิเคชัน Shopee

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการ

ตัวแปร	B	S.E.	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	0.114	0.045		2.517	0.012
ทัศนคติการยอมรับเทคโนโลยี (X_1)	0.966	0.012	0.962	78.781	0.000

R = 0.962 R Square = 0.926 Adjusted R Square = 0.926 F = 6206.516 Sig = 0.000

* p < 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยทัศนคติของการยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อ Buy Now Pay Later จากการใช้บริการ Spay Later ของแอปพลิเคชัน Shopee ในการซื้อสินค้าทางออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (อิทธิพลเชิงบวก, B = 0.966, p-value = 0.000) โดยปัจจัยระหว่างทัศนคติของการยอมรับเทคโนโลยี สามารถร่วมอธิบายความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อ Buy Now Pay Later จากการใช้บริการ Spay Later ของแอปพลิเคชัน Shopee ในการซื้อสินค้าทางออนไลน์ ได้ร้อยละ 96.2 จึงสอดคล้องกับสมมติฐานที่ 5 โดยมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการ และสามารถสร้างเป็นสมการทำนายได้ ดังนี้

$$Z(y) = .114 + 0.962(X_1)^*$$

สรุปได้ว่า ทศนคติของการยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อ Buy Now Pay Later จากการใช้บริการ Spay Later ของแอปพลิเคชัน Shopee ในการซื้อสินค้าทางออนไลน์ ส่งผลต่อกันในทางบวก โดยมีอำนาจการพยากรณ์ ร้อยละ 92.6 ($R^2_{adj} = 0.926$) และมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์เท่ากับ 6206.516

สรุปผลสมมติฐาน

ตารางที่ 4 แสดงผลการสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	สถิติ	Sig	ผลการทดสอบ
ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติของการยอมรับเทคโนโลยี			
การรับรู้ประโยชน์	MRA	0.000	สอดคล้องกับสมมติฐาน
การรับรู้ความง่ายในการใช้	MRA	0.000	สอดคล้องกับสมมติฐาน
การรับรู้ความเสี่ยง	MRA	0.009	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ความไว้วางใจในระบบ	MRA	0.000	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อ			
ทัศนคติการยอมรับเทคโนโลยี	MRA	0.000	สอดคล้องกับสมมติฐาน

อภิปรายผลการวิจัย

1. ทศนคติของการยอมรับเทคโนโลยี ของบริการสินเชื่อ Buy Now Pay Later ที่ใช้บริการ Spay Later ของแอปพลิเคชัน Shopee ในการซื้อสินค้าทางออนไลน์ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้ การรับรู้ความเสี่ยง และความไว้วางใจในระบบ ส่งผลต่อทัศนคติของการยอมรับเทคโนโลยี ในการใช้บริการ Spay Later ของแอปพลิเคชัน Shopee ในการซื้อสินค้าทางออนไลน์ อาจเนื่องมาจากผู้บริโภครู้สึกว่า การใช้บริการ Spay Later นั้นเป็นบริการที่ช่วยทำให้การทำธุรกรรมทางการเงินในการซื้อสินค้าง่ายขึ้น โดยเฉพาะในช่วงเวลาไม่มีเงินสด หรือ เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ไม่มีบัตรเครดิต หรือ เดบิต ทำให้มีกำลังในการซื้อมากขึ้น เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้หลาย ๆ กลุ่ม และมีวิธีการชำระเงินที่ง่าย และการชำระเงินสินค้าที่สามารถเลือกได้ว่า จะชำระเป็นรอบปิล หรือ ช้อก่อนจ่ายทีหลัง พร้อมด้วยความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการใช้บริการ ที่สามารถค้นหาได้ง่าย ถึงแม้ว่าจะกังวลในเรื่องของการถูกเข้าถึงข้อมูลจากบุคคลหรือองค์กรอื่น ที่อาจจะสามารถเข้าถึงข้อมูลส่วนตัวได้ และจะนำข้อมูลไปใช้ในทางที่ไม่ดี ก็ตามแต่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังมีความไว้วางใจในระบบการให้บริการของ Spay Later ของแอปพลิเคชัน Shopee ในการซื้อสินค้าทางออนไลน์ ว่าเป็นบริการที่มีความโปร่งใส ปลอดภัย น่าเชื่อถือ เพราะมีธนาคารแห่งประเทศไทยเป็นผู้กำกับดูแล ส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดการยอมรับในเทคโนโลยี และสอดคล้องกับงานวิจัยของวิภัทร เลิศฤทธิ์วงศ์ (2565) ที่ศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ทศนคติ และอิทธิพลทางสังคมทำนายความตั้งใจในการใช้งาน

แอปพลิเคชันโรงพยาบาลภาครัฐ พบว่า การรับรู้ประโยชน์และการรับรู้ความง่ายทำนายนายทัศนคติต่อการใช้งาน โดยมีอิทธิพลในเชิงบวก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลธิชา ชีรวงศธร (2565) ศึกษาการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการซื้อก่อนจ่ายทีหลังของ เจเนอเรชั่น แซด ในประเทศไทย พบว่า การรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน ความไว้วางใจในระบบ และการรับรู้ความเสี่ยงส่งผลอย่างมีนัยสำคัญตัวแปรคั่นกลางทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน นอกจากนี้ พลชัย บุญลีดา (2565) ได้ทำการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการซื้อก่อนจ่ายทีหลังของผู้ใช้ เจเนอเรชั่นวาย ในประเทศไทย ที่ระบุผลการวิจัย ไว้ว่า ปัจจัยด้านความไว้วางใจในระบบมีผลเชิงบวกต่อการตั้งใจใช้บริการ BNPL อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95% สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเชื่อว่าการชำระเงินผ่านการใช้บริการ Spay later มีความปลอดภัย น่าเชื่อถือ และมีการป้องกันข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ในระดับที่สูงและสูงที่สุด อาจส่งผลมาจากการที่ทาง Shopee ได้มีการกำหนดเงื่อนไขและนโยบายความเป็นส่วนตัวไว้อย่างชัดเจน ผู้ตอบแบบสอบถามจึงมีความไว้วางใจในระบบบริการ Spay later

2. ความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อ Buy Now Pay Later ที่ใช้บริการ Spay Later ของแอปพลิเคชัน Shopee ในการซื้อสินค้าทางออนไลน์ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ทัศนคติของการยอมรับเทคโนโลยีนั้นส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อ Buy Now Pay Later ที่ใช้บริการ Spay Later ของแอปพลิเคชัน Shopee ในการซื้อสินค้าทางออนไลน์ อาจเนื่องมาจากผู้บริโภค มีทัศนคติของการยอมรับเทคโนโลยีที่ดีต่อการใช้บริการ Spay Later ของแอปพลิเคชัน Shopee ในการซื้อสินค้าทางออนไลน์นั้น เพราะมองว่าเป็นบริการที่มีความน่าสนใจ และจะสนับสนุนที่ใช้บริการอย่างแน่นอน ส่งผลให้เกิดโอกาสและการวางแผนที่จะใช้บริการ Spay Later เมื่อต้องการชำระค่าสินค้าในการซื้อสินค้าทางออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Shopee พร้อมทั้งแนะนำการให้บริการให้ครบรอบข้างทั้งเพื่อนและครอบครัว จึงทำให้ผู้บริโภคมีความตั้งใจใช้บริการ Spay Later ของแอปพลิเคชัน Shopee ในการซื้อสินค้าทางออนไลน์เป็นอย่างมากจึงสอดคล้องกับแนวคิดของ Davis et al. (1989) ที่กล่าวว่า ความตั้งใจใช้เทคโนโลยีของบุคคลเป็นอิทธิพลจากทัศนคติของบุคคลหนึ่งที่มีต่อการใช้งานเทคโนโลยีนั้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของวิภากร เลิศภูริวงศ์ (2565) ที่ศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ทัศนคติ และอิทธิพลทางสังคมทำนายความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันโรงพยาบาลภาครัฐ พบว่า ตลอดจนทัศนคติต่อการใช้งานทำนายความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันโรงพยาบาลภาครัฐอย่างมีนัยสำคัญในเชิงบวกและสอดคล้องกับงานวิจัยของพัชราวดี เลิศปัญญาพล (2563) ศึกษาความตั้งใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันโทรเวชกรรม อันเนื่องมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ Covid-19 พบว่า ทัศนคติต่อการใช้งานมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

องค์กรสามารถนำไปต่อยอดให้นักพัฒนาแอปพลิเคชันสามารถนำไปประยุกต์ใช้ใน
ฐานะผู้ผลิตและ ผู้ให้บริการที่ควรออกแบบให้แอปพลิเคชันมีความง่ายต่อการเรียนรู้ดูเป็นมิตรต่อการ
ใช้งาน และไม่ยากจนเกินไปหากต้องพยายามเรียนรู้ด้วยตนเอง

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบในส่วนของปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง และปัจจัย
ในด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องต่อการตั้งใจใช้บริการในด้านอื่น ๆ เพิ่มเติม

2) ควรนำวิธีการวิจัยแบบผสมผสานเพื่อให้ข้อมูล ที่ถูกต้องและลงลึกจากผู้ที่มีความรู้
เกี่ยวกับเรื่องนั้น ๆ

เอกสารอ้างอิง

ชญาณิศ สมสุข. (2566). ธุรกิจบริการอาหารโตต่อเนื่อง จากการพัฒนาตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ และ
การ กระตุ้นการบริโภค. สืบค้นเมื่อ 5 มกราคม 2566, จาก

<https://www.scbeic.com/th/detail/product/9653>.

ชลธิชา อีรวงศธร. (2565). การศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการซื้อก่อน
จ่ายที่หลังของเจเนอเรชั่น แซดในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
การบริหารการตลาด มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2565). การพัฒนาตลาดการเงิน. สืบค้นเมื่อ 5 มกราคม 2566, จาก
<http://www.bot.or.th>.

พลชัย บุญศรีดา (2565). การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการซื้อก่อนจ่ายที่หลังของ
ผู้ใช้เจเนอเรชั่นวายในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจบัณฑิต
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พัชรราวดี เลิศปัญญาพล.(2563). ความตั้งใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันโทรเวชกรรม. วิทยานิพนธ์
ปริญญาโทมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการบริหารสารสนเทศเพื่อการจัดการ คณะพาณิชยศาสตร์และการ
บัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วิภัทร เลิศภูริวงศ์ และ วิภาณดา พรสกุลวานิช. (2565). ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ทศนคติ และ
อิทธิพลทางสังคมทำนายความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันโรงพยาบาลภาครัฐ.
วารสารวิชาการนิเทศศาสตร์และนวัตกรรม นิต้า,9(2),106-129.

- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2566). *ไม่เปลี่ยน ไม่ได้ธุรกิจการศึกษา ปรับตัวหลังวิกฤตโควิด-19*. สืบค้นเมื่อ 5 มกราคม 2566, จาก https://www.kasikornresearch.com/SiteCollectionDocuments/analysis/k-socialmedia/sme/Edu%20Business%20after%20Covid19/education_covid.pdf
- Davis et al. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- KPMG Thailand. (2023). *Thailand's Transparency Report 2023*. Retrieved January 20, 2025, from <https://kpmg.com/th/en/home/insights/2023/01/kpmg-in-thailand-transparency-report-2023.html>
- Marketeer Team. (2565). *เครื่องมือการสื่อสารตลาดแบบออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 5 มกราคม 2566, จาก <https://marketeeronline.co/archives/author/marketeerteam>
- THE STANDARD WEALTH. (2566). *สินเช่ช่วง 2M68 โดยรวมติดลบ; BBL แข็งแกร่งสุด*. สืบค้นเมื่อ 5 มกราคม 2566 , จาก <https://thestandard.co/wealth>

การยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้คุณภาพที่ส่งผลต่อทัศนคติการเลือกใช้ระบบ แพลตฟอร์มการลงทุนของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

Technology Acceptance and Perceived Quality toward Attitude of Using Investment Platforms in Bangkok Residents

¹ยลรดี พาณิชยวิเศษการ และ ²ธัญนันท์ บุญอยู่

¹Yoladee Panichwisetkan and ²Thanyanan Boonyoo

^{1, 2} บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์

^{1, 2} Graduate School, Southeast Asia University

¹ Corresponding Author E-mail: yoladeepan@gmail.com

Received April 1, 2025; Revised April 13, 2025; Accepted April 17, 2025

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) การยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อทัศนคติการเลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุนของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และ (2) การรับรู้คุณภาพที่ส่งผลต่อทัศนคติการเลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุนของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานครที่เลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุน จำนวน 385 ตัวอย่าง ตามแนวคิดของ Cochran (1977) โดยคัดเลือกวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ มีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัย ใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า (1) การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ความปลอดภัยส่งผลต่อทัศนคติการเลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.536–0.676 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ 0.698 และมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์อยู่ที่ร้อยละ 48.40 และ (2) การรับรู้คุณภาพด้านคุณภาพของระบบ คุณภาพของข้อมูล และคุณภาพการบริการส่งผลต่อทัศนคติการเลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.477–0.707 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ 0.674 และมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ร้อยละ 45.50

คำสำคัญ: การยอมรับเทคโนโลยี; การรับรู้คุณภาพ; ทัศนคติการเลือกใช้; ระบบแพลตฟอร์มการลงทุน

Abstract

This article aimed to study (1) technology acceptance toward an attitude of using investment platforms in Bangkok residents; and (2) perceived quality toward an attitude of using investment platforms in Bangkok residents. It was a quantitative research approach. The sample consisted of 385 Bangkok residents, using investment platforms, determined according to Cochran's (1977) method and selected through accidental sampling. A questionnaire was used as a research tool and multiple regression analysis. The findings of this

study showed that (1) technology acceptance in terms of perceived usefulness, perceived ease of use, and perceiving security significantly influenced attitude of using investment platforms in Bangkok residents, with correlation coefficients ranging from 0.536 to 0.676, a multiple correlation coefficient (R) of 0.698, and a predictive coefficient (R^2) with a cumulative predictive power of 48.80% ; and 2) perceived quality in terms of system quality, information quality, and service quality significantly influenced attitude of using investment platforms in Bangkok residents, with correlation coefficients ranging from 0.477 to 0.707, a multiple correlation coefficient (R) of 0.674, and a predictive coefficient (R^2) with a cumulative predictive power of 45.50%

Keywords: technology acceptance; perceived quality; attitude of using; investment platforms

บทนำ

ตลาดทุนดิจิทัลถือเป็นหนึ่งในเป้าหมายของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ที่ให้ความสำคัญในการดำเนินการทุกขั้นตอนด้วยการใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มความสะดวก รวดเร็ว โปร่งใส และเอื้อต่อการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ การพัฒนาระบบดิจิทัลให้ประชาชนเข้าถึงการลงทุนได้ง่ายขึ้น ช่วยเพิ่มการลงทุน การกระจายความเสี่ยง และขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืน รวมทั้งให้ความสำคัญกับการคุ้มครองและความมั่นคงปลอดภัยของระบบ (อเนก อยู่เย็น, 2567) โดยในปี 2566 ภาพรวมอุตสาหกรรมดิจิทัลเติบโตขึ้นคิดเป็นร้อยละ 3.88 หรือ 75,682 ล้านบาท โดยอุตสาหกรรมแพลตฟอร์มบริการดิจิทัลคิดเป็นร้อยละ 9.28 หรือ 26,115 ล้านบาท ซึ่งปัจจัยสำคัญมาจากการลงทุนในเทคโนโลยีขั้นสูง อีกทั้งพฤติกรรมผู้ใช้งานมีการปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัยที่ทุกภาคส่วนมีเครื่องมือและบริการดิจิทัลเพื่ออำนวยความสะดวก ผสมกับกระแสการใช้งานเครื่องมือและบริการต่าง ๆ ของบุคคลในสังคมที่กดดันให้บุคคลที่ไม่เคยใช้รู้สึกถึงความจำเป็นและเริ่มต้นใช้งาน เป็นผลให้บริการดิจิทัลขยายตัวทุกแพลตฟอร์ม (กรมพัฒนาธุรกิจ, 2567) โดยเฉพาะระบบแพลตฟอร์มการลงทุน ซึ่งในปี 2567 เป็นปีที่มีความก้าวหน้าอย่างมากในด้านการเติบโตและการยอมรับเทคโนโลยี เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า จากข้อมูลพบว่ามากกว่าครึ่งหนึ่งมีการใช้แพลตฟอร์มการลงทุนเป็นประจำ และมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง อาทิ ข้อมูลการเปิดระบบแพลตฟอร์มการลงทุนในปี 2568 ช่วงเดือนมกราคม มีจำนวนประชาชนที่เปิดบัญชีสุทธิ 3,956,340 คน และเมื่อเข้าสู่เดือนกุมภาพันธ์มีจำนวนประชาชนที่เปิดบัญชีสุทธิที่เพิ่มขึ้นถึง 3,976,207 คน ซึ่งมีจำนวนมากกว่าปี 2568 ช่วงเดือนมกราคม (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2568)

กรุงเทพมหานครถือเป็นเมืองหลวงของไทยและเป็นพื้นที่ที่มีสัดส่วนของผู้ลงทุนในรูปแบบของแพลตฟอร์มการลงทุนสูงสุด โดยในปี 2567 ไตรมาส 1 มีสัดส่วนของผู้ลงทุนในกรุงเทพมหานครสูงสุดกว่าพื้นที่จังหวัดอื่น ๆ ถึง 1,200,027 ราย ไตรมาส 2-4 มีสัดส่วนของผู้ลงทุนเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องเท่ากับ 1,220,047, 1,235,894 และ 1,272,100 ราย ตามลำดับ (สำนักงานคณะกรรมการ

กำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2568) ซึ่งจากสัดส่วนของผู้ลงทุนในรูปแบบของแพลตฟอร์มการลงทุนในกรุงเทพมหานครมีสัดส่วนสูงสุด จึงทำให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาถึงทัศนคติการเลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุนของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อให้ทราบว่าจะมีปัจจัยใดบ้างที่จะมีผลทำให้ประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานครเกิดทัศนคติการเลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุนในระดับที่สูงขึ้น และการจะทำให้ประชาชนเกิดทัศนคติการเลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุนนั้นจำเป็นต้องสร้างให้ประชาชนเกิดการยอมรับเทคโนโลยีที่รับรู้ได้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ถึงความปลอดภัยในการใช้งาน เพื่อให้ประชาชนเกิดทัศนคติการเลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุน นอกจากนี้ถ้าผู้ประกอบการสามารถสร้างแพลตฟอร์มการลงทุนที่มีคุณภาพอย่างเป็นระบบ มีการให้ข้อมูลข่าวสารที่ดี และมีการให้บริการอย่างเหมาะสมจะสามารถทำให้เกิดทัศนคติการเลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุนได้เช่นกัน และจากการศึกษาวิจัยของ สุซาร์ตน์ บุญอยู่ และสุมาลี รามัญ (2562) ได้กล่าวว่า การยอมรับเทคโนโลยีเป็นการยอมรับในกระบวนการพัฒนาของระบบเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว อีกทั้งยอมรับกับประโยชน์ ความง่าย และความปลอดภัยในการใช้งานของเทคโนโลยี โดยบริบทของการยอมรับเทคโนโลยีจะนำไปสู่การสร้างบรรทัดฐานของบุคคลที่สอดคล้องให้เกิดเป็นทัศนคติที่ดีที่จะทำให้เกิดการเลือกใช้ระบบเทคโนโลยีที่สามารถเข้าถึงได้โดยทั่วไป ไม่เกิดปัญหาหรืออุปสรรคในการใช้งาน (คริสต์มาส พวงมาลัย และธัญนันท์ บุญอยู่, 2566) เช่นเดียวกับการศึกษาของ Warsono, Yuwono & Putranti (2023) ได้ศึกษาถึงผลกระทบที่สำคัญที่ทำให้บุคคลเกิดทัศนคติการเลือกใช้งานที่เป็นเจตนาในการแสดงพฤติกรรม ซึ่งเจตนาในการแสดงพฤติกรรมนั้นจะเกิดจากประสบการณ์การใช้งานที่ต้องอาศัยปัจจัยที่เกิดจากการรับรู้ได้ถึงประโยชน์ในการใช้งานและการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน จึงจะสามารถสร้างให้เกิดเจตนาที่เป็นทัศนคติการเลือกใช้ของบุคคล (Cho & Seo, 2024) นอกจากนี้ Putra, Hartoyo & Simanjuntak (2017) ก็ได้กล่าวว่า การจะทำให้บุคคลเกิดทัศนคติการเลือกใช้ได้นั้นต้องอาศัยปัจจัยหลักเพียงหนึ่งเดียวที่ส่งผลต่อทัศนคติในการเลือกใช้ นั่นก็คือ การรับรู้คุณภาพที่เป็นความสามารถของระบบที่มีการออกแบบให้สามารถใช้งานได้เหมาะสมกับการใช้งานและมีการเพิ่มคุณค่าให้เกิดมาตรฐานที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้แก่บุคคลที่ใช้ระบบได้ (Ulah et al., 2023) เช่นเดียวกับ Lu (2019) ที่ได้ศึกษาการรับรู้คุณภาพที่เป็นแนวคิดส่วนบุคคลและกระบวนการที่เป็นลักษณะพลวัตที่ถือว่าคุณภาพจะเกิดขึ้นจากช่องว่างที่เกิดจากบริการที่คาดหวังและบริการที่ดำเนินการ และการสื่อสารข้อมูลต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจะสามารถสร้างให้บุคคลเกิดทัศนคติในการเลือกใช้ระบบบริการนั้น ๆ ที่เกิดขึ้นภายในแพลตฟอร์มของการทำธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องเช่นกัน (Zia, 2022)

จากประเด็นดังกล่าวการจะทำให้บุคคลเกิดทัศนคติการเลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุนได้นั้นจำเป็นต้องอาศัยหลาย ๆ ปัจจัยที่จะทำให้เกิดทัศนคติการเลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุน ดังนั้น

ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงการยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้คุณภาพที่ส่งผลต่อทัศนคติการเลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุนของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนานโยบายและมาตรฐานในการส่งเสริมการเลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพพร้อมกับสามารถตอบสนองต่อความต้องการและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการได้อย่างเหมาะสม อีกทั้งเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการข้อมูล ลดต้นทุนการดำเนินงาน และเสริมสร้างความโปร่งใสที่เป็นความเชื่อมั่นในระบบแพลตฟอร์มการลงทุนทางการเงิน นอกจากนี้ยังสามารถสร้างทัศนคติการเลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุนของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานครมาใช้ในชีวิตประจำวันซึ่งส่งผลต่อการเติบโตของเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตของประชาชนโดยรวมได้เช่นกัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

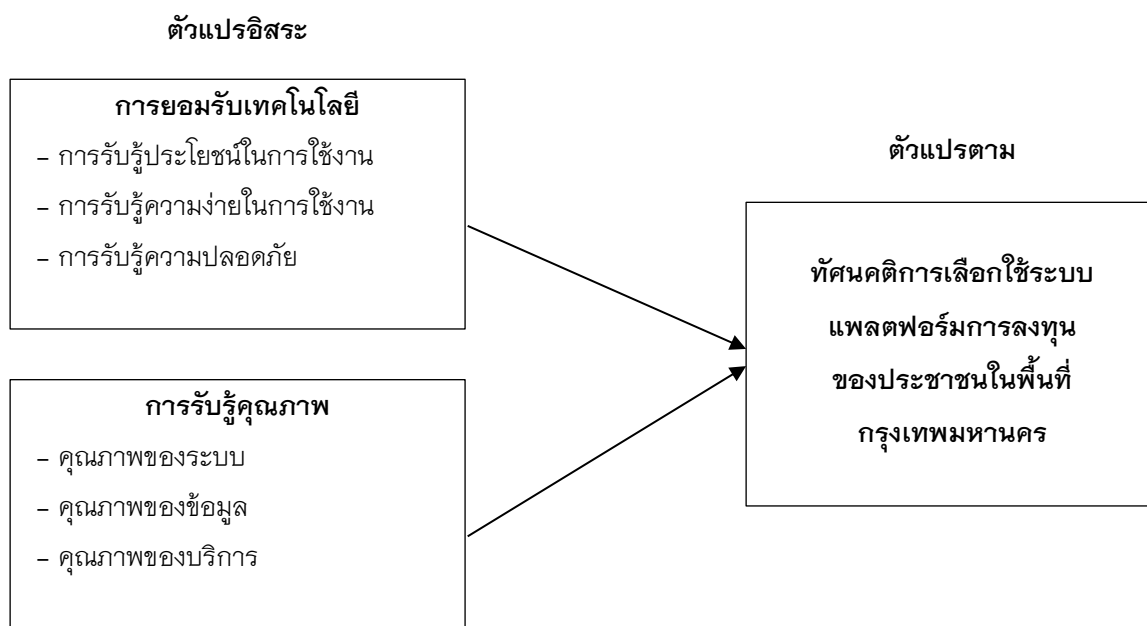
1. เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อทัศนคติการเลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุนของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาการรับรู้คุณภาพที่ส่งผลต่อทัศนคติการเลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุนของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานของการวิจัย

- สมมติฐานการวิจัยที่ 1 การยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อทัศนคติการเลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุนของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร
- สมมติฐานการวิจัยที่ 2 การรับรู้คุณภาพที่ส่งผลต่อทัศนคติการเลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุนของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้มีการกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามแนวคิดของ Lu (2019); Warsono, Yuwono & Putranti (2023); คริสต์มาส พวงมาลัย และ ธีรพันธ์ บุญอยู่ (2566) ประกอบด้วย ตัวแปรอิสระ คือ การยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้คุณภาพ ส่วนตัวแปรตาม คือ ทัศนคติการเลือกใช้ โดยมีรายละเอียดของตัวแปรดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากกรอบแนวคิดการวิจัยสามารถสรุปแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

1. การยอมรับเทคโนโลยี เป็นแนวคิดที่ส่งเสริมต่อปัจจัยภายในและภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการผสมผสานอารมณ์ต่าง ๆ ที่เข้าด้วยกัน เพื่อสร้างรูปแบบอารมณ์ที่มีความหมายและเพิ่มความสามารถในการจัดการกับแนวคิดและความรู้สึกที่ยอมรับประสบการณ์ที่ได้ใช้บริการและรับรู้ได้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ความง่ายในการใช้งาน และความปลอดภัยในการใช้งานที่สามารถสร้างประสิทธิภาพและก่อให้เกิดค่านิยมและเป้าหมายของแต่ละบุคคล (Malatji, Eck & Zuva, 2020) อีกทั้งยังเป็นปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติการเลือกใช้ โดยผู้ให้บริการส่วนใหญ่ได้มีการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร หรือระบบจัดการต่าง ๆ ภายในธุรกิจ กระบวนการที่ผู้ให้บริการได้เข้าถึงเทคโนโลยีด้วยความเข้าใจ เต็มใจ จึงทำให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีนั้นจะประกอบด้วย การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ความปลอดภัย โดยการยอมรับเทคโนโลยีที่ประสบความสำเร็จจะมีลักษณะเฉพาะที่ผู้ให้บริการรับรู้ได้ถึงประสบการณ์การใช้ที่เป็นประโยชน์ในการใช้งาน ความง่ายในการใช้งาน และความปลอดภัยในการใช้งาน ซึ่งการยอมรับเทคโนโลยีเหล่านี้จะสามารถนำไปสู่ทัศนคติการเลือกใช้ระบบในระดับที่สูงขึ้น (คริสต์มาส พวงมาลัย และธัญนันท์ บุญอยู่, 2566)

2. การรับรู้คุณภาพ เป็นระดับของประสิทธิภาพที่เกินความคาดหวังของผู้ใช้บริการ โดยจะเกี่ยวข้องกับคุณภาพของการบริการและคุณภาพของข้อมูลที่ได้มีการสร้างให้ผู้ให้บริการเกิดการรับรู้อย่างต่อเนื่อง เมื่อผู้ให้บริการเกิดการรับรู้ถึงคุณภาพที่เป็นปัจจัยสำคัญให้เกิดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยครอบคลุมถึงคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ซึ่งก่อให้เกิดความสำเร็จและ

ความคาดหวังของผู้ใช้บริการย่อมก่อให้เกิดทัศนคติการเลือกใช้ระบบในระดับที่สูงขึ้น (Lu, 2019) อีกทั้งการรับรู้คุณภาพของผู้ใช้บริการโดยรวมที่เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติในการเลือกใช้ระบบ จะสามารถจำแนกออกเป็น (1) คุณภาพของระบบ (2) คุณภาพข้อมูล และ (3) คุณภาพของบริการ โดยการรับรู้คุณภาพเหล่านี้จะเป็นคุณลักษณะของการรับรู้คุณภาพที่สามารถทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกถึงความพึงพอใจที่สามารถรับรู้และตอบสนองอันก่อให้เกิดความน่าเชื่อถือ ความปลอดภัย และความยืดหยุ่นที่มีต่อคุณภาพของการใช้บริการ (สุชาวัฒน์ บุญอยู่ และสุมาลี รามัญ, 2562)

3. ทัศนคติในการเลือกใช้ เป็นความเชื่อที่เกิดจากความความโน้มเอียงที่ทำให้เกิดการยอมรับข้อเท็จจริงและเป็นสิ่งที่สนับสนุนอันก่อให้เกิดความคิด ความรู้สึก อารมณ์ และการแสดงออกเชิงบวกที่กระตุ้นให้ผู้ใช้บริการแสดงออกมาในรูปของความเป็นส่วนรวมกันและแปรเปลี่ยนเป็นพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้ระบบของผู้ใช้บริการในระดับที่สูงขึ้น เมื่อผู้ใช้บริการเกิดทัศนคติในการเลือกใช้เชิงบวก (Putra, Hartoyo & Simanjuntak, 2017) นอกจากนี้ทัศนคติในการเลือกใช้ยังเป็นปัจจัยทางจิตวิทยาที่แสดงได้ถึงสภาพจิตใจของบุคคลอาจเป็นเชิงบวกหรือเชิงลบ โดยทัศนคติในการเลือกใช้ของแต่ละบุคคลที่มีต่อการให้บริการในระบบต่าง ๆ จะนำไปสู่ความชอบหรือไม่ชอบ การยอมรับหรือปฏิเสธ อีกทั้งยังเป็นปัจจัยที่ทำหน้าที่เป็นผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นตามแต่ละช่วงเวลา โดยประสบการณ์และการใช้ระบบจะกระตุ้นให้เกิดทัศนคติในการเลือกใช้อย่างต่อเนื่อง (Zia, 2022) เมื่อทัศนคติในการเลือกใช้ระบบอยู่ในรูปแบบของความชอบหรือไม่ชอบ การยอมรับหรือปฏิเสธจะเป็นผลกระทบ เมื่อผู้ใช้บริการใช้เทคโนโลยีและสามารถเพิ่มความต้องการหรือพฤติกรรมในการใช้ต่อไป (Islami, Asdar & Baumassepe, 2021)

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานครที่ได้มีการเลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุน โดยไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ซึ่งนำข้อมูลในช่วงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2567 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานครที่ได้มีการเลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุน จำนวน 385 ตัวอย่าง ตามแนวคิดของ Cochran (1977) ที่สามารถยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนได้ร้อยละ ± 5 และได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้เป็นแบบสอบถามที่มีการกำหนดแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับรายละเอียดข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามตัวแปรการยอมรับเทคโนโลยีที่ประกอบด้วย 3 มิติ คือ ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และด้านการรับรู้ความปลอดภัย ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามตัวแปรการรับรู้คุณภาพที่ประกอบด้วย

3 มิติ คือ ด้านคุณภาพของระบบ ด้านคุณภาพของข้อมูล และด้านคุณภาพของบริการ และส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามตัวแปรทัศนคติการเลือกใช้ระบบ ซึ่งข้อคำถามส่วนที่ 2-4 เป็นมาตราส่วนการประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามวิธีของ ลิเคิร์ท (Likert Scale) โดยผู้วิจัยได้มีการสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยการให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่านตรวจสอบคุณภาพความตรงเชิงเนื้อหาเป็นรายชื่อ เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับตัวแปร ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ได้ดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ที่ 0.67-1.00 ทุกข้อผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยจึงได้นำข้อคำถามที่ผ่านเกณฑ์มาสร้างเป็นข้อคำถามเพื่อทำการตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยการนำแบบสอบถามไปทดสอบ (Try-Out) กับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะเหมือนกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาที่ได้อยู่ที่ 0.805-0.880 ทุกข้อผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้จัดส่งแบบสอบถามผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น E-mail, Google Forms และการแจกแบบสอบถามด้วยตัวเอง โดยก่อนที่ผู้วิจัยจะทำการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างนั้น ผู้วิจัยจะทำการแจ้งให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เข้าใจถึงวัตถุประสงค์และอธิบายถึงข้อสงสัยและวิธีการตอบแบบสอบถามก่อนอย่างชัดเจน เมื่อเก็บข้อมูลได้แล้วผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบข้อมูลและทำการบันทึกข้อมูล ประมวลผลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ และเก็บข้อมูลเพิ่มเติมในส่วนที่ไม่สมบูรณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ครบถ้วนตามจำนวนที่กำหนด

การวิเคราะห์ข้อมูล การวิจัยนี้ได้มีการแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่หนึ่งเป็นการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา เพื่อหาค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนที่สองเป็นการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple regression analysis) ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ซึ่งการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระที่ทำหน้าที่พยากรณ์ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระจำนวนทั้ง 2 ตัวขึ้นไป กับตัวแปรตามว่ามีความสัมพันธ์กันเช่นใด เพื่อใช้ในการพยากรณ์ของตัวแปรตาม (Y) และหาค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน รวมทั้งหาค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple correlation)

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาถึงการยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้คุณภาพที่ส่งผลต่อทัศนคติการเลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุนของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณที่สำรวจและเก็บข้อมูลกับประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานครที่ได้มีการเลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุน ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 20-30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป ผู้วิจัยได้มีการนำข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลมาดำเนินการสรุปผลการวิจัยตามลำดับได้ดังนี้

1. ผลการวิจัยเพื่อวัดระดับของการยอมรับเทคโนโลยี การรับรู้คุณภาพ และทัศนคติการเลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุนของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการสรุปและแปลผลการวิจัยด้วยการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์เพื่อวัดระดับของตัวแปร

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
การยอมรับเทคโนโลยี	3.89	0.681	มาก
ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน	3.79	0.747	มาก
ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	3.90	0.735	มาก
ด้านการรับรู้ความปลอดภัย	3.97	0.743	มาก
การรับรู้คุณภาพ	4.03	0.536	มาก
ด้านคุณภาพของระบบ	4.04	0.557	มาก
ด้านคุณภาพของข้อมูล	4.01	0.603	มาก
ด้านคุณภาพของบริการ	4.03	0.610	มาก
ทัศนคติการเลือกใช้ระบบ	4.04	0.537	มาก

จากตารางที่ 1 แสดงได้ว่า (1) ประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานครที่ได้มีการเลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุนได้มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.89 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.681) โดยเมื่อได้พิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเช่นกัน เมื่อเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ด้านการรับรู้ความปลอดภัย ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.97, 3.90, 3.79 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.743, 0.735 และ 0.747) (2) ประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานครที่ได้มีการเลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุนได้มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.30 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.536) และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเช่นกัน เมื่อเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ด้านคุณภาพของระบบ ด้านคุณภาพของบริการ และด้านคุณภาพของข้อมูล (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.04, 4.03 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.557, 0.610 และ 0.603) และ (3) ประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานครที่ได้มีการเลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุนได้มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติการเลือกใช้ระบบโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.04 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.537)

2. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 ว่า การยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อทัศนคติการเลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุนของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อแสดงผลการวิเคราะห์และทดสอบสมมติการวิจัยด้วยการวิเคราะห์หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามด้วยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และทดสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ด้วยการหาค่า Tolerance และค่า VIF ได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ

ตัวแปร	US	PU	PE	PS	Tolerance	VIF
US	1	0.536**	0.633**	0.625**		
PU		1	0.676**	0.548**	0.524	1.908
PE			1	0.656**	0.426	2.346
PS				1	0.549	1.820

หมายเหตุ – (US หมายถึง ทัศนคติการเลือกใช้ระบบ; PU หมายถึง การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน; PE หมายถึง การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน; PS หมายถึง การรับรู้ความปลอดภัย)(** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01)

ตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่าการยอมรับเทคโนโลยีที่ประกอบด้วย การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ความปลอดภัยมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติการเลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุน ซึ่งค่าที่ได้ของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.536–0.676 และเมื่อพิจารณาตัวแปรพยากรณ์ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีตามค่าของ Tolerance มีค่าที่ 0.426–0.549 ที่เป็นไปตามเกณฑ์ที่ว่า ค่าที่ได้ต้องไม่เข้าใกล้ 0 ส่วนค่า VIF ของตัวแปรตามเกณฑ์ต้องมีค่าน้อยกว่า 10 ซึ่งค่าที่ได้เท่ากับ 1.820–2.346 โดยไม่พบปัญหาสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Multicollinearity) เมื่อค่าที่ได้ผ่านตามเกณฑ์ผู้วิจัยจึงดำเนินการทดสอบต่อไปดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์สถิติการถดถอยพหุคูณของตัวแปร

	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	1.466	0.136		10.771	0.000**
การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน (PU)	0.106	0.040	0.133	2.630	0.009**
การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (PE)	0.269	0.048	0.317	5.643	0.000**
การรับรู้ความปลอดภัย (PS)	0.291	0.042	0.344	6.962	0.000**

หมายเหตุ-R=0.698, R²=0.488, Adjusted R²=0.483, F=120.816, Sig=0.000

(** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01)

จากตารางที่ 3 พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อทัศนคติการเลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุน คือ ค่า R เท่ากับ 0.698 แสดงได้ว่า กลุ่มตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน โดยมีสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ (R²) ที่สามารถอธิบายความผันแปรของการยอมรับเทคโนโลยีได้ร้อยละ 48.80 ส่วนค่า F เท่ากับ 120.816 แสดงได้ว่า การถดถอยพหุคูณมีส่วนที่อธิบายการเปลี่ยนแปลงของทัศนคติการเลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุนได้มากกว่าในส่วนของที่อธิบายไม่ได้อยู่ที่ 120.816 แสดงได้ว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน (PU) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (PE) และการรับรู้ความปลอดภัย (PS) ส่งผลต่อทัศนคติการเลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุน ต่อมาผู้วิจัยได้ทำการพิจารณาถึงตัวแปรอิสระที่มีอำนาจการทำนายที่ดีที่สุด คือ ด้านการรับรู้ความปลอดภัย ($\beta=0.344$) รองลงมา คือ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ($\beta=0.317$) และด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน ($\beta=0.133$)

3. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 ว่า การรับรู้คุณภาพที่ส่งผลต่อทัศนคติการเลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุนของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อแสดงผลการวิเคราะห์และทดสอบสมมติการวิจัยด้วยการวิเคราะห์หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามด้วยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และทดสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ด้วยการหาค่า Tolerance และค่า VIF ได้ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ

ตัวแปร	US	SQ	DQ	QU	Tolerance	VIF
US	1	0.623**	0.477**	0.603**		
SQ		1	0.499**	0.707**	0.487	2.055
DQ			1	0.571**	0.656	1.524
QU				1	0.437	2.289

หมายเหตุ – (US หมายถึงทัศนคติการเลือกใช้ระบบ; SQ หมายถึงคุณภาพของระบบ; DQ หมายถึงคุณภาพของข้อมูล; QU หมายถึงคุณภาพของการบริการ) (** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01)

ตารางที่ 4 แสดงได้ว่า การรับรู้คุณภาพที่ประกอบด้วย คุณภาพของระบบ คุณภาพของข้อมูล และคุณภาพของการบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติการเลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุน ซึ่งค่าที่ได้ของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.477–0.707 และเมื่อพิจารณาตัวแปรพยากรณ์ปัจจัยการรับรู้คุณภาพตามค่าของ Tolerance มีค่าที่ 0.437–0.656 ที่เป็นไปตามเกณฑ์ที่ว่า ค่าที่ได้ต้องไม่เข้าใกล้ 0 ส่วนค่า VIF ของตัวแปรตามเกณฑ์ต้องมีค่าน้อยกว่า 10 ซึ่งค่าที่ได้เท่ากับ 1.524–2.289 โดยไม่พบปัญหาสัมพัทธ์ระหว่างตัวแปร (Multicollinearity) เมื่อค่าที่ได้ผ่านตามเกณฑ์ ผู้วิจัยจึงดำเนินการทดสอบต่อไปดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์สถิติการถดถอยพหุคูณของตัวแปร

	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	0.161	0.216		0.746	0.456
คุณภาพของระบบ(SQ)	0.488	0.072	0.365	6.740	0.000**
คุณภาพของข้อมูล(DQ)	0.135	0.043	0.146	3.127	0.000**
คุณภาพของการบริการ(QU)	0.318	0.070	0.261	4.563	0.000**

หมายเหตุ– $R=0.674$, $R^2=0.455$, Adjusted $R^2=0.450$, $F=105.939$, $Sig.=0.000$

(** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01)

จากตารางที่ 5 พบว่า การรับรู้คุณภาพที่ส่งผลต่อทัศนคติการเลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุน คือ ค่า R เท่ากับ 0.674 แสดงได้ว่า กลุ่มตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน แสดงได้ว่ากลุ่มตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน โดยมีสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ (R^2) ที่แสดงอธิบายความผันแปรของการรับรู้คุณภาพได้ร้อยละ 45.50 ส่วนค่า F เท่ากับ 105.939 แสดงได้ว่า การถดถอยพหุคูณมีส่วนที่อธิบายการเปลี่ยนแปลงของทัศนคติการเลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุนได้มากกว่าในส่วนที่อธิบายไม่ได้อยู่ที่ 105.939 แสดงได้ว่า ปัจจัยการรับรู้คุณภาพด้านคุณภาพของระบบ (SQ)

คุณภาพของข้อมูล (DQ) และคุณภาพของการบริการ (QU) ส่งผลต่อทัศนคติการเลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุน ต่อมาผู้วิจัยได้ทำการพิจารณาถึงตัวแปรอิสระที่มีอำนาจการทำนายที่ดีที่สุดคือ ด้านคุณภาพของระบบ ($\beta=0.365$) รองลงมา คือ ด้านคุณภาพของการบริการ ($\beta=0.261$) และด้านคุณภาพของข้อมูล ($\beta=0.146$)

อภิปรายผลการวิจัย

1. การยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อทัศนคติการเลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานการวิจัย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะปัจจุบันการยอมรับเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทต่อทัศนคติการเลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเป็นอย่างมาก จึงทำให้แพลตฟอร์มการลงทุนมีการส่งมอบข่าวสารที่รวดเร็วมากยิ่งขึ้นสามารถทำให้ประชาชนเกิดการยอมรับเทคโนโลยีในการเลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุนได้อีกทั้งระบบแพลตฟอร์มการลงทุนควรสร้างและพัฒนาให้เกิดการรับรู้ความปลอดภัยของประชาชนมากขึ้นเพื่อให้ตรงกับความต้องการของประชาชน และเพิ่มโอกาสในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารให้กับประชาชนที่เข้าใช้งานในแพลตฟอร์มการลงทุนอย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Lai (2017) พบว่า การพัฒนาเทคโนโลยีที่สามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้ใช้บริการให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีและยอมรับกับระบบการให้บริการใหม่ด้วยความเต็มใจที่จะใช้บริการระบบจะส่งผลทำให้เกิดทัศนคติการเลือกใช้ระบบเทคโนโลยีนั้น ๆ ในระดับที่สูงขึ้น (Warsono, Yuwono & Putranti, 2023) นอกจากนี้ภัททิยา ล้อมมอญ (2564) ก็พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อการเลือกใช้ระบบการให้บริการด้วยความเต็มใจและความเชื่อมั่นในระบบ (คริสต์มาส พวงมาลัย และธัญนันท์ บุญอยู่, 2566)

2. การยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อทัศนคติการเลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานการวิจัย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะระบบแพลตฟอร์มการลงทุนได้มีการสร้างและพัฒนาให้ประชาชนที่เลือกใช้ระบบเกิดการรับรู้คุณภาพในระบบคุณภาพของข้อมูล และคุณภาพของการบริการที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สามารถก่อให้เกิดทัศนคติที่ดีของประชาชนและสามารถเพิ่มอัตราการตัดสินใจเลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุนของประชาชนได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืนต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Hudaya, Djumarno & Djubaedah (2021) พบว่า การรับรู้คุณภาพของระบบจะเป็นระดับที่ระบบจะตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ถ้าลักษณะของการรับรู้คุณภาพมีระบบการเก็บข้อมูลที่ดี ได้มาตรฐาน และมีระบบการให้บริการที่ดีจะสามารถสร้างให้ผู้ใช้บริการเกิดทัศนคติที่ดีที่จะนำไปสู่การเลือกใช้บริการของระบบอย่างต่อเนื่องได้ (Zia, 2022) เช่นเดียวกับ Putra, Hartoyo & Simanjuntak (2017) ที่พบว่า การจะเกิดทัศนคติการเลือกใช้ได้นั้นต้องอาศัยปัจจัยหลักที่เป็นปัจจัยของการรับรู้ทางด้านคุณภาพให้สามารถใช้งานได้อย่างเหมาะสมกับการใช้งานและ

มีการเพิ่มคุณค่าให้เกิดมาตรฐานที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้แก่บุคคลที่ใช้ระบบได้นั้น (Uch et al., 2023) การเกิดขึ้นความสามารถในการสร้างให้บุคคลเกิดทัศนคติในการเลือกใช้ระบบบริการนั้น ๆ จะมีระดับที่เพิ่มขึ้นเช่นกัน (Zia, 2022)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1) การยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อทัศนคติการเลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุนของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มการลงทุนควรให้ความสำคัญกับการสร้างการรับรู้ความปลอดภัยในการใช้งานเป็นประเด็นแรกด้วยการสร้างให้มีระบบการป้องกันการเข้าถึงทุกครั้งให้เกิดความรู้สึกปลอดภัยของผู้ใช้ อีกทั้งควรมีการกำหนดรหัสผ่านทุกครั้งก่อนเข้าสู่ระบบ และมีระบบการแจ้งเตือนทุกครั้งเมื่อมีการใช้งาน เพื่อให้ประชาชนที่ใช้บริการเกิดการยอมรับเทคโนโลยีที่มีความปลอดภัยและนำไปสู่การสร้างทัศนคติที่ดีของประชาชนที่มีต่อระบบเทคโนโลยีในปัจจุบัน

2) การรับรู้คุณภาพส่งผลต่อทัศนคติการเลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุนของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มการลงทุนควรให้ความสำคัญกับการสร้างคุณภาพของระบบให้เกิดความพร้อมในการใช้งานทุกช่วงเวลา มีการประมวลผลที่ถูกต้องแม่นยำ และมีระบบขั้นตอนการเข้าใช้งานที่ชัดเจน เพื่อให้ประชาชนที่รับรู้ได้ถึงคุณภาพของระบบเทคโนโลยีที่จะส่งผลให้เกิดทัศนคติในการเลือกใช้งานในแพลตฟอร์มของประชาชนต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรทำการศึกษาวิจัยในประเด็นที่เกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีที่ได้จากการวิจัยนี้ไปทดสอบใช้กับประเด็นอื่น ๆ อาทิ ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบแพลตฟอร์มอื่น เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการศึกษาด้านวิชาการต่อไปในอนาคตที่เกี่ยวข้องกับการสร้างองค์ความรู้ที่ต้องการพัฒนาเพื่อให้เกิดการเข้าถึงแพลตฟอร์มที่สะดวก ง่าย รวดเร็ว และทันต่อการตัดสินใจลงทุน ซึ่งเกี่ยวข้องกับการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อทัศนคติการเลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุนของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยมีเรื่องของทัศนคติการเลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุนเป็นปัจจัยผลลัพธ์ที่ต้องการศึกษาต่อไป

2) การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาในภาพรวมของทัศนคติการเลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุนของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยมีอิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้คุณภาพที่มีต่อทัศนคติการเลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุนของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่มากขึ้นควรนำเครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพมาใช้ในการศึกษา เช่น การสังเกต การสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม ฯลฯ เนื่องจากการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่มิติดิจิทัลอาจต้องอาศัยระยะเวลาพอสมควร จึงจะเห็นผลลัพธ์ที่ชัดเจนมากขึ้น

3) การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงการรับรู้คุณภาพที่มุ่งศึกษาโดยภาพรวมและองค์ประกอบทั้ง 3 องค์ประกอบของการรับรู้คุณภาพ ซึ่งจากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับองค์ประกอบของการรับรู้คุณภาพมีผลต่อทัศนคติการเลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุนของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยมีองค์ประกอบของคุณภาพของระบบที่ส่งผลกระทบต่อสูงสุด จึงทำให้เป็นที่น่าสนใจในการวิจัยครั้งต่อไปควรจะลงลึกถึงการศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพของระบบให้มากขึ้น เพื่อให้ทราบถึงคุณภาพของระบบที่อาจจะส่งผลกระทบต่อทัศนคติการเลือกใช้ระบบแพลตฟอร์มการลงทุนของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานครในระดับที่สูงขึ้นได้เช่นกัน

เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจ. (2567). *ธุรกิจแพลตฟอร์มและซอฟต์แวร์ทางรอด SMEs ไทย*. สืบค้นเมื่อ 2 กุมภาพันธ์ 2568, จาก <https://www.dbd.go.th/data-storage/attachment/05ad24181bae6fdd4a2656d1.pdf>.

คริสต์มาส พวงมาลัย และธัญนันท์ บุญอยู่. (2566). ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบการให้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนในพื้นที่เขตบางแค กรุงเทพมหานคร. *วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง*, 6(3), 1-14.

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2568). *ข้อมูลการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านระบบ Internet 2568*. สืบค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2568, จาก <https://www.set.or.th/th/market/statistics/market-statistics/trading-statistics>.

ภัททิยา ลีอมอญ. (2564). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Skyscanner ของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. (2568). *สัดส่วนผู้ลงทุนในกรุงเทพมหานคร ปริมาณทล และจังหวัดอื่น*. สืบค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2568, จาก <https://market.sec.or.th/public/idisc/th/CapitalMarketReport/PP37>.

- สุชาร์ตน์ บุญอยู่ และสุมาลี รามัญญ์. (2562). ตัวแบบเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงินของผู้ใช้บริการธนาคารรัฐวิสาหกิจในจังหวัดราชบุรี. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 5(3), 299–314.
- อเนก อยู่ยี่น. (2567). อัปเดตการพัฒนา SEC Digital Services มุ่งสู่ตลาดทุนดิจิทัล. ค้นเมื่อ 2 กุมภาพันธ์ 2568, จาก <https://www.sec.or.th/TH/Template3/Articles/2567/251067.pdf>.
- Cho, K. A., & Seo, Y. H. (2024). Dual mediating effects of anxiety to use and acceptance attitude of artificial intelligence technology on the relationship between nursing students' perception of and intention to use them: A descriptive study. *BMC Nursing*, 212(23), 1–8.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques*. (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Hudaya, A., Djumarno, D., & Djubaedah, S. (2021). The influence of service quality and product quality on customer satisfaction that implications on repurchase interest. *Dinasti International Journal of Management Science*, 3(1), 150–160.
- Islami, M. M., Asdar, M., & Baumassepe, A. N. (2021). Analysis of perceived usefulness and ease of use to the actual system usage through attitude using online guidance application. *Hasanudoin Journal of Business Strategy*, 3(1), 52–64.
- Lai, P. (2017). The literature review of technology adoption models and theories for the novelty technology. *Journal of Information Systems and Technology Management*, 14(1), 21–38.
- Lu, B. (2019). A survey on attitude towards quality monitoring system of linguistic landscape. *International Journal of Comparative Literature & Translation Studies*, 7(3), 87–108.
- Malatji, W. R., Eck, R. V., & Zuva, T. (2020). Understanding the usage, modifications, limitations and criticisms of technology acceptance model (TAM). *Advances in Science, Technology and Engineering Systems Journal*, 5(6), 113–117.
- Putra, R., Hartoyo, H., & Simanjuntak, M. (2017). The impact of product quality, service quality, and customer loyalty program perception on retail customer attitude. *Independent Journal of Management & Production*, 8, 1116–1129.
- Ulah, A., Khan, K., Khan, A., & Ulah, K. (2023). Understanding quality of products from customers' attitude using advanced machine learning methods. *Computers*, 49(12), 1–15.

Warsono, H., Yuwono, T., & Putranti, I. R. (2023). Analyzing technology acceptance model for collaborative governance in public administration: Empirical evidence of digital governance and perceived ease of use. *International Journal of Data and Network Science*, 7(4), 41–48.

Zia, A. (2022). Discovering the linear relationship of service quality, satisfaction, attitude and loyalty for banks in Albaha, Saudi Arabia. *PSU Research Review*, 6(2), 90–104.

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมประณีตศิลป์เชิงพาณิชย์
ด้วยอัตลักษณ์ท้องถิ่นเพื่อยกระดับศักยภาพเศรษฐกิจชุมชนจังหวัดอุดรธานี
Designing and Developing Commercial Fine Art Handicraft Products with Local
Identity to Raise the Economic Potential of Udon Thani Province

¹สจี รุจิฉาย, ²ไวพจน์ ดวงจันทร์, ³กวิณภพ ศรีวัฒนานุศาสตร์, ⁴กชพร สว่าง, ⁵รัติพร มีชัย และ ⁶วิชาญ แสนปาง

¹Sajee Rujichai, ²Waipot Duongjun, ³Kawinpob Sriwattananusart, ⁴Kotchaporn Sawang

⁵Ratiporn Meechai and ⁶Wichan Sanpang

^{1,4-6}อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยสันตพล

²⁻³อาจารย์คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี วิทยาลัยสันตพล

^{1,4-6}Lecturer Faculty of Business Administration

²⁻³Lecturer Faculty of Science and Technology

²Corresponding Author. E-mail: waipot@stu.ac.th

Received February 28, 2025; Revised April 4, 2025; Accepted April 8, 2025

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อประเมินศักยภาพและวิพากษ์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมประณีตศิลป์เชิงพาณิชย์ จังหวัดอุดรธานี 2) เพื่อวิเคราะห์ด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมประณีตศิลป์เชิงพาณิชย์ จังหวัดอุดรธานี กลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมาย ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย และประเภทของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก ในพื้นที่รับผิดชอบของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 4 จังหวัดอุดรธานี จำนวน 4 กลุ่ม ผลการศึกษา พบว่า 1) อัตลักษณ์และเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดอุดรธานี พบว่า ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์ของชุมชนที่สืบทอดกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษ โดยเฉพาะแนวคิดการออกแบบที่มีความโดดเด่นทางด้านประวัติศาสตร์ 2) การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมประณีตศิลป์เชิงพาณิชย์จังหวัดอุดรธานี ซึ่งมีการนำอัตลักษณ์และเอกลักษณ์มาเป็นแนวคิดในการออกแบบที่สะท้อนความงามตามความเชื่อของกลุ่มชนในพื้นที่ภายใต้องค์ประกอบของการออกแบบผลิตภัณฑ์ คือ เส้น (Line) รูปร่าง (Shape) รูปทรง (Form) คุณค่า (Value) ที่ว่าง (Space) และสี (Color) ที่เป็นการรวมกันขององค์ประกอบในงานออกแบบทั้งด้านสร้างสรรค์และทางด้านศิลปะ 3) การประเมินและวิพากษ์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมประณีตศิลป์เชิงพาณิชย์จังหวัดอุดรธานี โดยจากประเมินความเหมาะสมต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมประณีตศิลป์เชิงพาณิชย์จังหวัดอุดรธานี พบว่า ด้านการส่งเสริมการขายและการสื่อสารกับลูกค้ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับสูงที่สุด ($\bar{X} = 4.54$) รองลงมาคือ ด้านการขาย การกระจายสินค้าและการส่งมอบ ($\bar{X} = 4.43$) ด้านผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ($\bar{X} = 4.35$) และด้านราคาและโครงสร้างต้นทุน ($\bar{X} = 4.20$)

คำสำคัญ: : การออกแบบ; ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม; อัตลักษณ์; วัฒนธรรมท้องถิ่น; ประณีตศิลป์เชิงพาณิชย์

Abstract

This research aimed to 1) To preserve, create, and study the identity of local wisdom and culture in Udon Thani Province. 2) To design and develop commercial fine art handicraft products. Udon Thani Province. Sample group are the entrepreneurs in the target industry group: fabric and apparel and types of use, decorations, souvenirs in the area of responsibility of the Industrial Promotion Center Region 4, Udon Thani Province, total of 4 entrepreneurs. The results of the study found that: 1) Identity and uniqueness of the local cultural wisdom products of Udon Thani Province were found to be unique products of the community that has been passed down since ancestors. Especially in terms of design concepts, such as roller patterns, spiral patterns, etc., there are methods of weaving, indigo dyeing. 2) Design and develop commercial fine art handicraft products. Udon Thani Province by bringing identity and uniqueness into the design thinking. Reflecting the beauty according to the beliefs of the ethnic groups in the area. Underneath the elements of product design are line, shape, form, weight, space, and color. It is a combination of elements in creative design and artistic. 3) Evaluating and criticizing commercial fine art handicraft products Udon Thani Province. Keywords: Design, Hand-woven Silk, Identity, Local Culture, Creative Arts, Patterns. There is an evaluation of suitability for commercial fine art handicraft products. Udon Thani Province in terms of products, It was found that: In aspect of sales promotion and communication with customers was appropriateness the most ($\bar{X} = 4.54$) follow by sales, product distribution and delivery, ($\bar{X} = 4.43$), product meet the customer need ($\bar{X} = 4.35$), and the price and cost structure ($\bar{X} = 4.20$).

Keywords: design; handicraft products; identity; local culture; commercial fine arts

บทนำ

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ประเทศไทยมุ่งมั่นสู่เป้าหมายของการเป็น “ประเทศไทยที่มีความมั่นคงยั่งยืน และเป็นประเทศพัฒนาแล้ว โดยยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เป็นแนวทางสำคัญ ทั้งนี้ ยุทธศาสตร์ได้วางรากฐานการพัฒนาในมิติต่าง ๆ โดยในมิติของการพัฒนาผู้ประกอบการยุคใหม่นั้น โดยการสร้างโอกาสในการเข้าถึงบริการทางการเงิน ตลาดและข้อมูลอย่างทั่วถึง รวมถึงการปรับปรุงบทบาทภาครัฐเพื่อสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนให้สามารถแข่งขันได้ในสภาพตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เพื่อมุ่งสู่ความยั่งยืนทางธุรกิจ การสนับสนุนให้ผู้ประกอบการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านการรักษาตลาดเดิม การเพิ่มยอดขาย และการขยายตลาดใหม่ ถือเป็นยุทธวิธีสำคัญในการเสริมสร้างความมั่นคงและยั่งยืนให้แก่ธุรกิจไทย ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580)

การฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID -19) มีผลกระทบต่อผู้ประกอบการทุกระดับในการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงตามความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป (Trend) ผู้ประกอบการจึงมีความจำเป็นต้องมีทักษะในการทำธุรกิจเพิ่มศักยภาพในการดำเนินธุรกิจให้เท่าทันเท่าเทียมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยมีกลยุทธ์ดำเนินธุรกิจอย่างเหมาะสม เด็บโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

ต่อไป ดังนั้น เพื่อยกระดับศักยภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ให้มีความสามารถในการแข่งขัน ด้านการใช้เครื่องมือและภาคทฤษฎีที่หลากหลายมาบูรณาการร่วมกัน เช่น Business Model Canvas : BMC และ SCAMPER (ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 4 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. 2566)

การยกระดับศักยภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนให้แข่งขันภายนอกได้ จะต้องเน้นอัตลักษณ์เชิงท้องถิ่น ซึ่งอัตลักษณ์ คือ กระบวนการนิยามความหมายของตัวตนและการปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสังคม แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์มีความซับซ้อนและสามารถศึกษาได้ใน 3 มิติหลัก ได้แก่ 1) อัตลักษณ์ในฐานะการสร้างตัวตนของบุคคล ซึ่งเน้นการพัฒนาตัวตนภายในของแต่ละบุคคล 2) อัตลักษณ์ในฐานะผลผลิตของสังคม ที่สะท้อนถึงอิทธิพลของวัฒนธรรมและโครงสร้างทางสังคม และ 3) อัตลักษณ์ในมุมมองทางภาษาและวรรณกรรม ซึ่งมุ่งศึกษาบทบาทของภาษาที่ใช้ในการแสดงออก และถ่ายทอดตัวตน ทั้งสามแนวทางนี้ช่วยขยายความเข้าใจเกี่ยวกับพัฒนาการและความหลากหลายของการศึกษาอัตลักษณ์ในมิติที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้น (ศิริพร รักดีผาสุก. 2565)

การยกระดับศักยภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ทางผู้วิจัยได้มุ่งเน้นการพัฒนาองค์ความรู้และทักษะบุคลากรในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป็นการยกระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการ ด้วยการนำความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม และเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ รวมทั้งการเชื่อมโยงเครือข่าย ศูนย์ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (DIPROM Thai-IDC) ระหว่างส่วนกลางและภูมิภาค การสร้างโอกาสทางการตลาด ผลักดันให้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ อันจะนำมาสู่ความสามารถในการแข่งขัน การผลิตให้สมดุลและยั่งยืน ดังนั้น ผู้ศึกษาเล็งเห็นว่า การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมประณีตศิลป์เชิงพาณิชย์ด้วยการถ่ายทอดความเป็น อัตลักษณ์ในรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการ ควรได้รับการผลักดัน พัฒนาและยกระดับให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อประเมินศักยภาพและวิพากษ์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมประณีตศิลป์เชิงพาณิชย์ จังหวัดอุดรธานี
- 2) เพื่อวิเคราะห์ด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมประณีตศิลป์เชิงพาณิชย์ จังหวัดอุดรธานี

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมาย ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย และประเภทของใช้ของตกแต่ง ของที่ระลึก ในพื้นที่รับผิดชอบของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 4 จังหวัดอุดรธานี

ผู้ศึกษาเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) คือ กลุ่มชุมชนและกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP ประเภทผ้า เครื่องแต่งกายและประเภทของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก จังหวัดอุดรธานี ทั้งหมด 4 ชุมชน ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย (Fogus Group) ที่จะลงพื้นที่ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย

1. สุภาร์ักษ์ หมี่-ซิด 421 หมู่ที่ 1 บ้านนาซ่า ตำบลนาซ่า อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี
2. วิสาหกิจชุมชนทอผ้าเทศบาลตำบลบ้านเชียง 108 หมู่ที่ 1 ตำบลบ้านเชียง อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี
3. กลุ่มอาชีพจักสานจากต้นค้ำบ้านโนนสะอาด 128 หมู่ที่ 9 ตำบลทุ่งฝน อำเภอทุ่งฝน จังหวัดอุดรธานี
4. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไทยพวนอำเภอบ้านผือ 43 หมู่ที่ 2 ตำบลบ้านผือ อำเภอบ้านผือ จังหวัดอุดรธานี

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบประเมินแบบศักยภาพผลิตภัณฑ์ สืบสาน พัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมประณีตศิลป์เชิงพาณิชย์ (Premium Product) ประเภทผ้า เครื่องแต่งกายและประเภทของใช้ของตกแต่ง ของที่ระลึก 2. แบบสำรวจข้อมูลสถานประกอบการด้านผลิตภัณฑ์ อัตลักษณ์ภูมิปัญญาวัฒนธรรมท้องถิ่น 3. แบบประเมินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามแนวทาง Business Model Canvas : BMC และ SCAMPER – Osborn's Idea Stimulation checklists และ 4. แบบประเมินผลิตภัณฑ์หัตถกรรมประณีตศิลป์เชิงพาณิชย์ จังหวัดอุดรธานี

การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งที่มาของข้อมูล ได้แก่

1) ข้อมูลปฐมภูมิ คือ ข้อมูลกลุ่มผู้ประกอบการสุภาร์ักษ์ หมี่-ซิด วิสาหกิจชุมชนทอผ้าเทศบาลตำบลบ้านเชียง กลุ่มอาชีพจักสานจากต้นค้ำบ้านโนนสะอาด และวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไทยพวนอำเภอบ้านผือ ทั้งหมด 4 ชุมชน จำนวน 40 คน

2) ข้อมูลทุติยภูมิ คือ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารรายงานของส่วนงานที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ท้องถิ่น ประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ประณีตศิลป์ ในรูปแบบต่างๆ

การศึกษาแบ่งออกเป็น 3 ระยะ ดังต่อไปนี้

ระยะที่ 1 การศึกษาและประเมินศักยภาพผลิตภัณฑ์หัตถกรรมประณีตศิลป์เชิงพาณิชย์ (Premium Product) ประเภทผ้า เครื่องแต่งกายและประเภทของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก จังหวัดอุดรธานี ภายใต้การกำกับดูแลของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 4 จังหวัดอุดรธานี

1. ประเมินศักยภาพการผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ โดยมีกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายที่สมัครเข้าร่วมโครงการผ่านระบบ จำนวน 10 กลุ่ม โดยพิจารณาคัดเลือกจากการแต่งตั้งคณะกรรมการประเมินคัดเลือกสถานประกอบการที่มีความพร้อมและมีศักยภาพ ตรงตามวัตถุประสงค์

2. รวบรวมข้อมูลสถานประกอบการ 4 กลุ่ม และทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป และอัตลักษณ์ภูมิปัญญาวัฒนธรรมท้องถิ่น ดังนี้ 1) ติดต่อประสานงานเพื่อสอบถามเบื้องต้น 2) จัดทำหนังสือขออนุญาตลงพื้นที่เก็บข้อมูล 3) เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการจดบันทึก เครื่องบันทึกภาพและเครื่องบันทึกเสียง และ 4) ถอดข้อความและตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูลหลังการสัมภาษณ์เพื่อตอบคำถามตามวัตถุประสงค์การศึกษา

3. ประเมินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามแนวทาง Business Model Canvas : BMC และ SCAMPER – Osborn's Idea Stimulation checklists จากกลุ่มตัวอย่าง 4 กลุ่มผู้ประกอบการ

ระยะที่ 2 ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมประณีตศิลป์เชิงพาณิชย์ จังหวัดอุดรธานี

ระยะที่ 3 ประเมินและวิพากษ์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมประณีตศิลป์เชิงพาณิชย์ จังหวัดอุดรธานี ประกอบด้วย

1) ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ประณีตศิลป์เชิงพาณิชย์ จำนวน 3 คน

2) ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านการตลาด จำนวน 1 คน

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ผู้ประกอบการ OTOP กลุ่ม Quadrant C ประเภทผลิตภัณฑ์หัตถกรรมประณีตศิลป์ เพื่อประเมินศักยภาพการผลิตภัณฑ์หัตถกรรมประณีตศิลป์เชิงพาณิชย์ (Premium Product) ซึ่งใช้เกณฑ์การประเมินศักยภาพการผลิตภัณฑ์ กิจกรรมสืบสาน พัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมประณีตศิลป์เชิงพาณิชย์ (Premium Product) โดยประเมินรายด้านดังนี้

ด้านที่ 1 ด้านคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์จะต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อย่างน้อยภายในประเทศ หรือระดับสากลอย่างใดอย่างหนึ่ง

ด้านที่ 2 ด้านศักยภาพการผลิต จะต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพในการผลิต สามารถผลิตซ้ำในปริมาณและคุณภาพคงเดิม และผลิตได้ตามคำสั่งซื้อทั้งคุณภาพและปริมาณใน จำนวนมาก

ด้านที่ 3 ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์จะต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่น มีเอกลักษณ์/อัตลักษณ์ท้องถิ่น สามารถพัฒนาให้มีความหลากหลาย สอดคล้องกับการใช้งานและเป็นที่ต้องการของตลาดได้

ด้านที่ 4 ด้านตลาดการจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ผู้ประกอบการจะต้องมีตลาดรองรับการจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพ สามารถต่อยอดด้านการตลาด เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่จะพัฒนา

ด้านที่ 5 ด้านความพร้อมและความเข้มแข็งของสถานประกอบการจะต้องเป็นสถานประกอบการที่มีความพร้อม สามารถให้ความร่วมมือในทุกกิจกรรมของโครงการได้ สถานประกอบการมีศักยภาพและความเข้มแข็ง

จากการประเมินศักยภาพผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมาย พบว่าจากผู้สมัครเข้าร่วมโครงการผ่านระบบ จำนวน 10 ราย มีคุณสมบัติผ่านเกณฑ์การประเมินจำนวน 4 ราย และไม่ผ่านเกณฑ์การประเมิน จำนวน 6 ราย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถานะปัจจุบันของสถานประกอบการ จำนวน 4 ราย พบว่า เป็นสถานประกอบการประเภทธุรกิจและผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้าย ผ้าฝ้ายมัดหมี่ เสื้อผ้าแปรรูปสุภาพสตรีและบุรุษ ของใช้และของตกแต่งบ้าน ผลิตภัณฑ์จักสานค้ำ และผ้าชะม้านี ย้อมสีธรรมชาติ อยู่ในเขตอำเภอเมือง อำเภอหนองหาน อำเภอบ้านฝืด และอำเภอทุ่งฝน โครงสร้างการจัดการประกอบด้วย ประธานกลุ่ม รองประธานกลุ่ม คณะกรรมการและเลขานุการ ปัญหาหลักในมุมมองของผู้ประกอบการ การออกแบบชุดสตรีให้ตอบโจทย์กับกลุ่มลูกค้า และการจัดวางลวดลายผ้ามัดหมี่ขาดความรู้ด้านการตลาดออนไลน์ ขาดกำลังการผลิตช่างทอ ช่างเย็บ และพนักงานการตลาด การออกแบบแพทเทิน และมาตรฐานการตัดเย็บ การออกแบบและพัฒนาในรูปแบบที่หลากหลาย การนำเสนอความเป็นวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านผลิตภัณฑ์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการขาย การตลาด และการจัดซื้อ พบว่า มูลค่ายอดขายปัจจุบัน จำนวน 225,000 – 500,000 บาทต่อปี มีแหล่งตลาดภายในประเทศทั้งหมด ด้านการผลิตจะดำเนินการผลิตเองโดยมีมูลค่าของเสียคิดเป็นร้อยละ 5 ของการผลิตสินค้าต่อปี การบริหารจัดการทางด้านการบัญชี และการเงิน มีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรที่จดทะเบียนอยู่ที่ 10,000 – 100,000 บาท และมีเงินลงทุนในเวลา 1 ปี ที่ผ่านมา (ข้อมูลเมื่อ ปี พ.ศ. 2566) ประมาณ 50,000 – 100,000 บาทต่อปี ด้านบุคลากรในสถานประกอบการมีจำนวนพนักงานในสำนักงาน 2-10 คน และมีจำนวนคนงาน 5-10 คน การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เข้าร่วมโครงการ ผลิตภัณฑ์เดิมที่ผู้ประกอบการผลิตอยู่ประกอบด้วยประเภทผลิตภัณฑ์ ของใช้ ผ้าและเครื่องแต่งกาย ได้แก่ เสื้อผ้าแปรรูปจากผ้ามัดหมี่ 3 ตะกอ ผ้าชะม้านี ย้อมสีธรรมชาติ และผลิตภัณฑ์จักสานค้ำ ซึ่งมีปริมาณการขายรวมของผลิตภัณฑ์เดิมโดยเฉลี่ยต่อเดือน 10 – 30 หน่วย มูลค่ายอดขายผลิตภัณฑ์เดิมเฉลี่ย 300,000 บาทต่อปี

ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค และข้อเสนอแนะ พบว่า ด้านจุดแข็งผู้ประกอบการสามารถออกแบบ ตัดเย็บ และสร้างแพทเทินได้เอง ช่างออกแบบตัดเย็บสามารถตัดเย็บได้ทั้งชุดสุภาพสตรี และสุภาพบุรุษ โดยเสื้อผ้าแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ผ้าย้อมครามธรรมชาติ และมีศักยภาพในการย้อมคราม ผ้าย้อมสีธรรมชาติ ฝ้ายเส้นมือย้อมสีธรรมชาติ มีปลูกฝ้ายเองในท้องถิ่น ในบางสถานประกอบการ เปิดเป็นศูนย์เรียนรู้ การย้อมครามในชุมชน พัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่ปกป้องความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์จักสานด้วยค้ำ ในชุมชนมีความโดดเด่นด้านการปลูกค้ำและมีการผลิตจำนวนมากในชุมชน

ด้านจุดอ่อน พบว่า การนำเทคนิคการทอพิเศษ การผสมผสานรูปแบบใยผ้า กำลังการผลิต การทำซ้ำในรูปแบบเดิมเพื่อเป็นมาตรฐานในการตัดเย็บ และการควบคุมสีธรรมชาติ ทำได้ยาก และยังมีช่องทางการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายยังมีไม่เพียงพอ

ด้านโอกาสทางการค้า พบว่า เป็นสินค้าที่จำหน่ายในแหล่งซื้อขายที่มีกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการ เป็นแหล่งมรดกโลกซึ่งมีนักท่องเที่ยวตลอดเวลา และเป็นแหล่งเรียนรู้ อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว พร้อมทั้งมีเครือข่ายในเขตพื้นที่ของชุมชน การยอมรับด้วยสีธรรมชาติ การจับคู่สีที่เป็นเอกลักษณ์ได้ดี

ด้านอุปสรรค พบว่า สภาพเศรษฐกิจ และการนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว การสื่อสารกับผู้บริโภคในตลาดและ การผลิตของกลุ่มจากหน่วยงานภาครัฐและผลจากโรคระบาดโควิด 19 มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ไม่จำเป็น การเข้าถึงข้อมูลผลิตภัณฑ์และกำลังซื้อของผู้บริโภคลดลง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถานะปัจจุบันของสถานประกอบการ มีข้อเสนอแนะในด้านการเพิ่มศักยภาพในการผลิต และการจับคู่สีและการออกแบบลวดลายผ้า และการนำทุนทางวัฒนธรรมในท้องถิ่นมาผสมผสานในการออกแบบและควรเลือกออกแบบผลิตภัณฑ์โดยกำหนดกลุ่มลูกค้าให้ชัดเจนในแต่ละผลิตภัณฑ์ การออกแบบให้ครบวงจรตั้งแต่เริ่มต้นการออกแบบลวดลาย การเลือกเส้นใยการให้สีและการทอก่อนที่จะได้ผ้าแล้วนำไปแปรรูปจะเป็นการควบคุมคุณภาพของการผลิตได้ดี การออกแบบจัดวางลวดลายให้มีความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น และการเลือกกลุ่มลูกค้าให้หลากหลายเพื่อกำหนดทิศทางและเป้าหมายในการวางแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ถูกต้อง

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของชุมชนทั้ง 4 ชุมชน พบว่า สุภารักษ์ หมี่-ซิด เป็นสถานประกอบการที่ผลิตผ้าทอที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนบ้านนาข่า คือ ผ้าฝ้ายมัดหมี่ ซึ่งผ้าทอที่สืบทอดกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษและยังคงความเป็นเอกลักษณ์นี้ไว้ อีกทั้งยังสร้างสรรค์ผลงานที่เป็นเอกลักษณ์ในการออกแบบและสร้างสรรค์ผลงาน ภูมิปัญญาผ้าลายลายเกิดแต่ดั้งเดิมของท้องถิ่น ซึ่งเป็นลวดลายเอกลักษณ์ของกลุ่มที่สร้างภาพลักษณ์การจดจำอัตลักษณ์นี้บนผลิตภัณฑ์

วิสาหกิจชุมชนทอผ้าเทศบาลตำบลบ้านเชียง มีผ้าทอຍອມครามโดยชาวไทพวนที่อพยพเข้ามาอยู่อาศัยในชุมชนบ้านเชียง ถือเป็นภูมิปัญญาที่ได้รับการสืบทอดมาจากบรรพบุรุษในการออกแบบลวดลายเลียนแบบธรรมชาติ อาทิเช่น ลายลูกกลิ้ง ลายกันหอย เป็นต้น และในหมู่บ้านบ้านเชียงยังอนุญาตให้เข้าชมวิธีการทอผ้า ย้อมคราม และปั่นด้าย อีกด้วย

กลุ่มอาชีพจักสานจากค้ำบ้านโนนสะอาด อำเภอทุ่งฝน เป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์การนำเอาวิถีชีวิตประเพณีและวัฒนธรรม มาเป็นแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์สร้างภาพลักษณ์และการจดจำผ่านงานจักสานใช้เทคนิคงานสานหลากหลายรูปแบบ ให้มีความทันสมัยเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าในปัจจุบัน

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไทพวนอำเภอบ้านฝาง สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าชะม้านีโป่งคล 9 สี สำหรับสุขภาพสตรี เช่น เสื้อคลุมสากลสำหรับสตรี กระเป๋า และของประดับตกแต่ง โดยนำเอกลักษณ์

ความเป็นชาวไทยพวนที่มีวัฒนธรรมที่โดดเด่นทั้งด้านภาษา การแต่งกายและประเพณีมาเป็นแนวคิดในการออกแบบ ซึ่งความเป็นมาของผ้าขาวม้าอู๋ไปจะทอเป็นตาหมากรุก สีดำ หรือ สีคราม ซึ่งไม่ได้มีสีสันท่อมมาได้พัฒนาให้มีสีสัน ปัจจุบันจึงได้นำสีจากธรรมชาติมาย้อมจะทำให้ผ้าที่ได้มีความนุ่ม และนำไปทอเป็นลวดลายต่างๆ ตามความนิยม มีการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ โดยสอดแทรกลวดลายที่เกี่ยวกับอุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาทแหล่งประวัติศาสตร์สำคัญของท้องถิ่น ทำให้กลุ่มฯ มีอัตลักษณ์ที่หาที่อื่นไม่ได้

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านรายละเอียดอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ พบว่า มีการใช้เส้นใย 1 ประเภท และวัสดุจักสาน 1 ประเภท คือ ผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ และจักสานต้นคล้า ใช้เทคนิคมัดหมี่ในการทอ ทอด้วยกี่ทอแบบโบราณและกี่ทอแบบกระตุก มีแนวคิดซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความเป็นท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์หลักประกอบด้วย ผ้าย้อมคราม และผ้าย้อมสีธรรมชาติ 9 ชนิด และมีผลิตภัณฑ์รอง ประกอบด้วย เสื้อผ้าแปรรูป กระเป๋าผ้า ผ้าพื้นย้อมสีธรรมชาติ เสื้อผ้าสตรีแปรรูปจากผ้าทอมือ

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านจุดเด่นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ วัฒนธรรมในท้องถิ่นพบว่า จุดเด่นแต่ละชุมชนมีลักษณะใกล้เคียงกัน ทั้ง 4 ชุมชน ซึ่งนำเอาแนวคิดงานบุญประเพณี 12 เดือน มาถ่ายทอดผ่านผลิตภัณฑ์ เช่น การรวมตัวของชุมชนในการทำพิธีกรรมทางพระพุทธศาสนา บุญหลวง บุญบั้งไฟ ประเพณี และวัฒนธรรมท้องถิ่นมาต่อยอดกับการทอผ้า มีการนำลวดลายโบราณและเจดีย์ มาใช้ในการออกแบบสิ่งทอและเสื้อผ้าแปรรูป สีสันทอผ้าย้อมสีธรรมชาติ คราม เปลือกไม้ ครั่ง ฟาง เข คำเสด ที่สื่อถึงความเป็นท้องถิ่น และออกแบบที่สะท้อนถึงความเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ไทพวนบ้านผือ และกลุ่มชาติพันธุ์ไทพวนบ้านเชียง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล การพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามแนวทาง Business Model Canvas : BMC
 สุภรณ์ หมี-ชิต เจ้าหน้าที่ผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้าย มีกลุ่มลูกค้าที่เป็นกลุ่มข้าราชการและพนักงานหน่วยงานของรัฐ กลุ่มคนวัยเกษียณ เจ้าของกิจการและบุคคลทั่วไป ด้านคุณค่า มีความชำนาญในการทอผ้าฝ้ายและการตัดเย็บ รวมถึงการออกแบบชุดตามความต้องการส่วนบุคคล (Customize) และความร่วมมือด้านการพัฒนาทักษะและความรู้ด้านการผลิต พัฒนาสินค้าและการตลาดร่วมกับหน่วยงานของภาครัฐในท้องถิ่นอยู่เสมอ ในอนาคตด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใหม่คือ กลุ่มวัยรุ่นและวัยกลาง คุณค่าใหม่ที่เพิ่มขึ้น คือการออกแบบสินค้าและการใช้ผ้าลายเอกลักษณ์ของแบรนด์มุ่งเน้นการส่งเสริมบุคลิกภาพผู้สวมใส่มีความทันสมัยมากขึ้น

วิสาหกิจชุมชนทอผ้าเทศบาลตำบลบ้านเชียง พบว่า ปัจจุบันกลุ่มลูกค้าคือ ข้าราชการ/ครู บุคคลทั่วไป ข้าราชการระดับผู้บริหารชั้นสูงในท้องถิ่น ด้านคุณค่า สีครามธรรมชาติ ลายมรดกโลกไหบ้านเชียง เป็นลวดลายวัตถุโบราณอันเป็นเอกลักษณ์ในอนาคตวางแผนจะกลุ่มลูกค้าเพิ่มเติม คือ กลุ่มคนวัยทำงาน นักท่องเที่ยว ด้านคุณค่าใหม่ที่เพิ่มขึ้น คือ การพัฒนาสินค้าต่อยอดจากอัตลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวชุมชน และด้านกรรมวิธีการผลิตและลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ถ่ายทอดความเป็นอารยธรรมประวัติศาสตร์ที่ล้ำค่าสู่สายตาผู้บริโภค

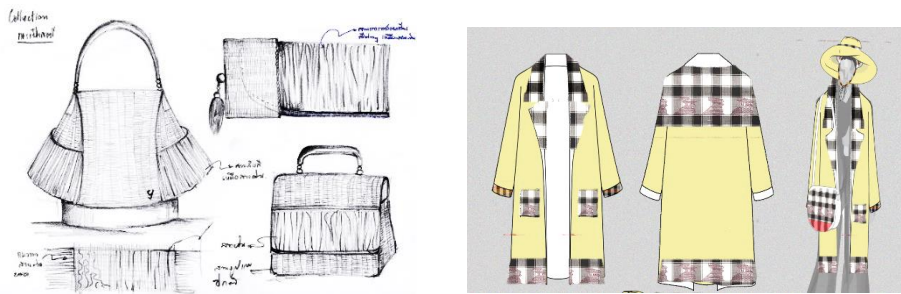


ภาพที่ 1 แบบร่างการพัฒนาผลิตภัณฑ์สุภาพสตรี หมี่-ฮิต และ วิสาหกิจชุมชนทอผ้าเทศบาลตำบลบ้านเชียง

ที่มา : ออกแบบโดย สจ๊ รุจิฉาย และ คณะ (2568)

กลุ่มอาชีพจักสานจากต้นค้ำบ้านโนนสะอาด ผลิตภัณฑ์ตะกร้า ในปัจจุบัน ด้านกลุ่มลูกค้า คือ นักท่องเที่ยวร้านค้าส่งจำหน่ายของฝาก ด้านคุณค่า เป็นผลิตภัณฑ์ Hand made ใช้วัตถุดิบท้องถิ่นมาต่อยอดสร้างอาชีพ รายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชน พื้นที่ของกลุ่มฯ เป็นศูนย์การเรียนรู้ จึงมีกิจกรรมและการเข้าร่วมกับหน่วยงานของรัฐและเอกชนอยู่เสมอ นับเป็นการได้ถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนแนวคิดไอเดียใหม่ๆ จากผู้เข้าร่วมกิจกรรม ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ต้องการขยายเพิ่มเติม คือ กลุ่มคนอนุรักษ์นิยมหรือกลุ่มผู้บริโภคสีเขียว (Green Customers) คุณค่าใหม่ที่เพิ่มขึ้น ดีไซน์และลดลายจักสานที่ถ่ายทอดบุคลิกภาพของแบรนด์ (Brand Personality) เน้นความเป็นคนสมัยใหม่ที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม สินค้าออกแบบให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและค่านิยมของผู้ใช้งาน มีความคงทนเสริมบุคลิกภาพผู้ใช้งานให้ดูไม่ล้าสมัยและเป็นคนรักสะอาดเห็นถึงการเป็นแบรนด์ที่ทันสมัยที่ปรับตัวตลอดเวลา

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไทยพวนอำเภอบ้านผือ ผลิตภัณฑ์ผ้าชะม้ายี่โป่มงคล 9 สี ในปัจจุบัน ด้านกลุ่มลูกค้า คือ ข้าราชการ/ครู พนักงานบริษัท และเจ้าของกิจการ ด้านคุณค่าเอกลักษณ์ของลายผ้า ถ่ายทอดประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ซึ่งหาจากที่อื่นไม่ได้ ผ้าชะม้ายี่โป่ 9 สี เกิดจากการออกแบบสีตามสีไม้มงคล 9 ชนิดที่มีในท้องถิ่น ความนิยมของไหมและผ้าจากธรรมชาติและการเข้าร่วมอบรมพัฒนาองค์ความรู้จากหน่วยงานของรัฐและเอกชนอยู่เสมอ ด้านกลุ่มลูกค้า ข้าราชการ พนักงานเอกชน บุคคลทั่วไป และลูกค้าชาวต่างชาติด้านคุณค่าใหม่ที่เพิ่มขึ้น การสร้างการรับรู้และถ่ายทอดเรื่องราวของลายผ้า แบรนด์ และเรื่องราวประวัติศาสตร์ท้องถิ่นอันมีเสน่ห์เป็นเอกลักษณ์ ด้วยผลิตภัณฑ์ของกลุ่มซึ่งนับว่าเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นให้สอดคล้องกับกระแส Soft Power และสามารถนำสินค้าออกสู่ตลาดระดับประเทศและตลาดในระดับสากลได้



ภาพที่ 2 แบบร่างการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กลุ่มอาชีพจักสานจากต้นค้ำบ้านโนนสะอาด และ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไทยพวนอำเภอบ้านฝาง
ที่มา : ออกแบบโดย สจ๊ รุจิฉาย และ คณะ (2568)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล การพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามแนวทาง SCAMPER – Osborn's Idea Stimulation checklists พบว่า สุภารักษ์ หมี่-ชิต วิสาหกิจชุมชนทอผ้าเทศบาลตำบลบ้านเชียง กลุ่มอาชีพ จักสานจากค้ำบ้านโนนสะอาด และวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไทยพวนอำเภอบ้านฝาง ผลการวิเคราะห์ แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตาม SCAMPER พบว่า

ด้านการทดแทน (S = Substitute) การปรับปรุงที่สามารถทำได้ คือชุดผ้าไทยที่มีอยู่จะเน้นความสมัยใหม่ นำมาเพิ่มการออกแบบให้เพิ่มความพรีเมียม สอดคล้องกับค่านิยมของผู้บริโภคในปัจจุบันมากขึ้น การต่อยอดอัตลักษณ์แหล่งชุมชน พัฒนาให้การย้อมสีที่ได้จากธรรมชาติมีสีสดใสมากขึ้นส่วนผลิตภัณฑ์ตะกร้าจักสานจากต้นค้ำเพิ่มสายเอกลักษณ์ท้องถิ่นเพื่อถ่ายทอดบุคลิกภาพของแบรนด์ (Brand Personality) เน้นความสมัยใหม่ที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมต่อยอดอัตลักษณ์แหล่งชุมชนแห่งการเกษตร วิถีชีวิต และประเพณีท้องถิ่น

ด้านการผสมผสาน (C = Combine) คือ การปรับปรุงที่สามารถทำได้ คือการใช้ผ้าฝ้ายทอมือ การทอแบบลายซัด แล้วสร้างลวดลายด้วยเทคนิคมัดหมี่การออกแบบลายที่เป็นเอกลักษณ์บนพื้นที่ชุมชนและย้อมสีอ็อกแกนิกจากชุมชนมาต่อยอดทำชุดผ้าไทย แบบพรีเมียม โดยการนำลวดลายของผ้าทอมาเป็นแนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงานร่วมด้วย การนำเจดสีคราม สีขาว ที่ได้จากการย้อมสีธรรมชาติมาออกแบบและต่อยอดอัตลักษณ์ผ่านบรรจุภัณฑ์ ใช้แนวคิดในการออกแบบด้วยการนำอัตลักษณ์ความเป็นแหล่งมรดกโลก และเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น สอดแทรกเรื่องราวประวัติศาสตร์ผ่านลายผ้าและสามารถสแกนฯ คิวอาร์โค้ดเพื่อรับชมเรื่องราวประวัติศาสตร์และที่มาของลวดลายผ้าได้ เป็นแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ทันสมัยตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าซึ่งซื้อไปใช้งานและเป็นของฝากตามโอกาสวันสำคัญต่าง ๆ

ด้านการปรับใช้ (A = Adapt) การปรับปรุงที่สามารถทำได้ เนื่องจากขาดกำลังการผลิตได้แก่ช่างทอ ช่างเย็บและพนักงานการตลาด จึงควรมีกู้มพันธมิตรในการผลิต เช่น การฝึกอบรมคนในพื้นที่เพื่อสร้างงานสร้างอาชีพ หรือกลุ่มแม่บ้านสตรีในชุมชนให้สามารถทอ ย้อมผ้า และตัดเย็บเบื้องต้นได้เข้ามาช่วยขับเคลื่อนการผลิตให้สอดคล้องกับระดับความต้องการของลูกค้าในตลาดได้เพียงพอควรมีการสร้างการรับรู้ให้มากขึ้น เช่น การเข้าไปประชาสัมพันธ์ผ่านการทำป้ายบอกทางหรือการสร้างการรับรู้

ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น เพจ Facebook ของกลุ่มควรเชื่อมโยงเข้ากับเพจแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลก บ้านเชียง และเพจแหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่น ด้านผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน กลุ่มมีกำลังการผลิตเพียงพอ

ด้านการปรับปรุง ขยาย และลด (M = Modify Magnify and Minify) การปรับปรุงที่สามารถทำได้ การตัดเย็บที่มีเอกลักษณ์และมาตรฐานโดยช่างประจำร้านสามารถยกระดับสินค้าให้มีมาตรฐานได้อย่างดี การเพิ่มรายการสินค้า (Product line) ที่เป็นสินค้าประเภทของใช้ เช่น กระเป๋า รองเท้า หรือเครื่องประดับ จะช่วยขยายกลุ่มลูกค้าใหม่มากขึ้นทั้งแบบ B2B (Business to Business) และแบบ B2C (Business to Customers) อีกทั้งยังช่วยเพิ่มสินค้าทางเลือก (Product choices) ให้กับกลุ่มลูกค้าได้อีกด้วย ซึ่งจะช่วยเพิ่มกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใหม่และเพิ่มโอกาสในการขายได้มากขึ้น การเพิ่มหลายคิวอาร์โค้ดบนสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่สามารถสแกนรับชมเรื่องราวประวัติศาสตร์และแหล่งที่มาของสินค้าได้

ด้านการประยุกต์ใช้ (P = Put to Other Uses) การปรับปรุงที่สามารถทำได้ การเพิ่มรายการผลิตภัณฑ์ (Product Line) เพื่อเสริมสร้างความโดดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ให้ภาพลักษณ์ของแบรนด์ชัดเจนยิ่งขึ้น จับคู่สินค้าที่สามารถจับคู่ขายพร้อมกัน (Matching) ได้ดี ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสในการขายและเพิ่มปริมาณการซื้อสินค้าได้ สำหรับการออกแบบลวดลายที่มีเอกลักษณ์ของร้านและความเชี่ยวชาญทำให้การออกแบบสินค้ามีความโดดเด่นง่ายต่อการจดจำแบรนด์ (Brand Awareness) และยากต่อการเลียนแบบ และควรมีการหาคู่ค้าที่เป็นธุรกิจ B2B (Business to Business) เพื่อเพิ่มยอดขายและส่วนแบ่งตลาด การสร้าง Affiliate เพื่อหานายหน้าในการขายผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มขึ้น เช่น TikTok, Shopee, Lazada, Lemon8, Pinterest เป็นต้น การเพิ่มการทำการตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) และสื่อสารการตลาดผ่านช่องทางตลาดอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งช่วยเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพและลดต้นทุนได้มากขึ้น

ด้านการตัดทิ้ง และการขจัดออก (E = Eliminate) การปรับปรุงที่สามารถทำได้ คือ การลดผลิตภัณฑ์ที่ล้าสมัยขาดความเป็นเอกลักษณ์และไม่ได้รับความนิยม ควรลดการผลิตและนำออกจากตลาด และให้แนะนำสินค้าใหม่เข้ามาทดแทนเป็น New Collection ลดการพึ่งพาและสร้างความยั่งยืนด้วยการพัฒนาทักษะที่สำคัญในการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มทั้งด้านบุคลากร ต้นทุนการผลิต และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ด้านการเรียงใหม่ (R = Rearrange/Reverse) คือ การรีไซเคิลของเศษผ้าหรือการรับซื้อชุดเก่าที่ลูกค้าเบื่อแล้วไม่ยอมใส่ออกงานซ้ำแล้ว กำหนดให้มีนโยบายการรับซื้อคืนสินค้าเหล่านั้นแล้วนำมาแปรรูปเป็นสินค้าใหม่เพื่อต่อยอดเพิ่มมูลค่าให้สินค้านั้นและสร้างภาพลักษณ์ให้แบรนด์ (Brand Image) สามารถนำมาแปรรูปเป็นกระเป๋า รองเท้า กระเป๋า กำไรช้อมือหรือต่างหูได้ เป็นการ Recycling เพื่อช่วยลดต้นทุนและเวลาในการผลิตผ้าลดภาวะโลกร้อนและลดขยะได้ อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มคุณค่าให้แบรนด์ (Brand Value) การเพิ่มระบบติดตามสินค้าแบบย้อนกลับด้วยคิวอาร์เพื่อสร้างการรับรู้การจดจำได้ และความเข้าใจและเห็นคุณค่าของแบรนด์มากขึ้น

ผลการวิเคราะห์ ด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมประณีตศิลป์เชิงพาณิชย์ จังหวัดอุดรธานี

การเก็บรวบรวมข้อมูลและสร้างแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ควบคู่ไปกับการวิเคราะห์ทางการตลาดที่สอดคล้องและเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่จะพัฒนาในลักษณะแบบร่างเพื่อการพัฒนาให้ตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายในเชิงพาณิชย์

จากการศึกษาอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของกลุ่มสุภารักษ์หมี่ขิด พบว่า แนวคิดการออกแบบโดยการนำเอกลักษณ์บนพื้นที่ชุมชนนำชาที่มีการทอผ้าฝ้ายมาอย่างยาวนาน ซึ่งเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นของจังหวัดอุดรธานี มาเป็นแนวคิดในการออกแบบ การนำอัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรม ภูมิปัญญา ผ้าลายสายฝน และลายเกล็ดเต่าตั้งเดิมของท้องถิ่น มาผสมผสานกับการออกแบบตัดเย็บให้มีความร่วมสมัย สอดคล้องกับค่านิยมของกลุ่มลูกค้าในตลาดโดยมีกลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบสินค้าพรีเมียม เช่น กลุ่มข้าราชการระดับสูง หรือเจ้าของกิจการ เป็นต้น

การศึกษอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของวิสาหกิจชุมชนทอผ้าเทศบาลตำบลบ้านเชียง พบว่า แนวความคิดการออกแบบการนำเอกลักษณ์ของผ้าฝ้ายย้อมคราม สร้างลวดลายด้วยเทคนิคมัดหมี่ประกอบมาเป็นแนวคิดในการออกแบบและนำอัตลักษณ์ความเป็นแหล่งมรดกโลกบ้านเชียงเป็นแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ด้วย สามารถสร้างการจดจำผ่านการนำอัตลักษณ์มาออกแบบที่มีคุณค่า มีความร่วมสมัยเหมาะสมกับกลุ่มวัยรุ่นชายและกลุ่มวัยทำงานในปัจจุบันส่งเสริมให้เป็นสินค้าพรีเมียมที่จำหน่ายในพื้นที่แหล่งมรดกโลกบ้านเชียง



ภาพที่ 3 แบบ 3 มิติ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ สุภารักษ์ หมี่-ขิด วิสาหกิจชุมชนทอผ้าเทศบาลตำบลบ้านเชียง

ที่มา : ออกแบบโดย สจ๊ รุจิฉาย และ คณະ (2568)

การศึกษอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของกลุ่มอาชีพจักสานจากต้นค้ำบ้านโนนสะอาด พบว่า แนวความคิดการออกแบบการนำเอาวิถีชีวิตประเพณีและวัฒนธรรม มาเป็นแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ สร้างภาพลักษณ์และการจดจำผ่านงานจักสาน ให้มีความร่วมสมัย ใช้เทคนิคการสานที่ประยุกต์สร้างสรรค์ผลงานให้ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มลูกค้าสินค้าพรีเมียมที่ชื่นชอบสินค้ารักษ์โลก (Green Customers) ชอบสินค้าทำมือ (Hand made) และเป็นกลุ่มอนุรักษ์นิยม รักสิ่งแวดล้อม

การศึกษอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไทยพวนอำเภอบ้านผือ พบว่า แนวความคิดการออกแบบการนำเอกลักษณ์ความเป็นชาวไทยพวนที่มีวัฒนธรรมที่โดดเด่นทั้ง ด้านภาษา การแต่งกาย วิถีชีวิตและประเพณีมาเป็นแนวคิดในการออกแบบการสร้างสรรค์ผลงานให้มีความทันสมัยซึ่งเดิมทีผ้าขาวม้าอู่ไ้

จะทอเป็นตาหมากรุก สีดำ หรือ สีคราม ซึ่งมีสีสันไม่สดใส ต่อมาได้พัฒนาให้มีสีสดใสด้วยการย้อมสีธรรมชาติจากพืชพรรณไม้มงคลในท้องถิ่น 9 ชนิด จะทำให้ผ้าที่ได้ออกมาจะมีความนุ่ม สีสวยสดใสมากขึ้น และนำไปทอเป็นลวดลายต่างๆ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือกลุ่มลูกค้าวัยกลางคนกลุ่มสินค้า พรีเมียม กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ และชาวไทยที่มีกำลังซื้อระดับบนชั้นกลางบนถึงระดับสูง (Middle class and Upper class)



ภาพที่ 4 แบบ 3 มิติ การพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่มอาชีพจากต้นคล้าบ้านโนนสะอาด และ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไทยพวนอำเภอบ้านฝ้อ
ที่มา : ออกแบบโดย สจ๊ รุจิฉาย และ คณະ (2568)

ด้านอัตลักษณ์วัฒนธรรมในท้องถิ่น การให้คำแนะนำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นการนำอัตลักษณ์ วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วัตถุประสงค์ ในท้องถิ่น มาผสมผสานกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ ผลิตภัณฑ์มีโดดเด่น และทันสมัย (Trend) โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปจำลองเพื่อให้ประกอบการใช้ประกอบการ ตัดสินใจและให้คำแนะนำ มุ่งเน้นวัตถุประสงค์ของท้องถิ่นหรือชุมชนให้มีความทันสมัยสอดคล้องกับ ความต้องการ ค่านิยมของลูกค้าในปัจจุบัน และให้คำแนะนำประสานงานองค์กรที่เพื่อหาข้อมูลแหล่งเงินทุนทั้งกับภาครัฐและ ภาคเอกชน เพื่อให้ผู้ประกอบการทราบถึงแหล่งเงินทุนจากที่ต่าง ๆ รวมไปถึงการจับคู่ธุรกิจเพื่อเพิ่ม ศักยภาพและโอกาสทางธุรกิจมากขึ้น

ผลการวิเคราะห์การประเมินผลิตภัณฑ์ต้นแบบและวิพากษ์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ประณีตศิลป์เชิงพาณิชย์

กิจกรรมสืบสานพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมประณีตศิลป์เชิงพาณิชย์ (Premium Product) ประเภทผ้า เครื่องแต่งกายและของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก พบว่า องค์ความรู้ที่ได้จากการปฏิบัติงาน และ แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาจะมุ่งเน้นการเชื่อมโยงธุรกิจเพื่อส่งเสริมการใช้ทรัพยากร วัตถุประสงค์ของท้องถิ่นมาผสมผสานกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม นำมาเป็นแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผลการวิเคราะห์ด้านผลลัพธ์ผลิตภัณฑ์ สุภารักษ์ หมี-ชิด พบว่า ผลิตภัณฑ์เสื้อคลุม และกระเป๋าสุภาพสตรี มีผลลัพธ์ด้านรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 25 คิดเป็นมูลค่า 90,000 บาท

ผลการวิเคราะห์ด้านผลลัพธ์ผลิตภัณฑ์ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าเทศบาลตำบลบ้านเชียง ผลิตภัณฑ์ชุดเสื้อผ้าแปรรูปสำหรับสุภาพบุรุษ ผ้าฝ้ายมัดหมี่ลายลูกกิ้งบ้านเชียง มาออกแบบให้มี

ความร่วมมือสมัยเหมาะสมกับวัยรุ่นชายเฒ่าปัจจุบัน กลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวที่แหล่งมรดกโลกบ้านเชียง ผลลัพธ์ด้านรายได้ คาดว่าจะมีมูลค่าผลิตภัณฑ์และรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 25 คิดเป็นมูลค่า 54,000 บาท

ผลการวิเคราะห์ด้านผลลัพธ์ผลิตภัณฑ์ กลุ่มอาชีพกสานจากต้นค้ำบ้านโนนสะอาด ผลิตภัณฑ์กระเป๋าทึบ และกระเป๋าใบเล็ก การนำอัตลักษณ์ เทคนิคงานสานที่หลากหลายรูปแบบ สำหรับกลุ่มลูกค้าสินค้าพรีเมียมที่เป็นกลุ่มอนุรักษ์นิยม และมีกำลังซื้อสินค้า ผลลัพธ์ด้านรายได้ คาดว่าจะมีมูลค่าผลิตภัณฑ์ และรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 25 คิดเป็นมูลค่า 75,000 บาท

ผลการวิเคราะห์ด้านผลลัพธ์ผลิตภัณฑ์ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไทยพวนอำเภอบ้านฝ้อ ผลิตภัณฑ์เสื้อคลุม และหมวกสุภาพสตรี การนำอัตลักษณ์ ความเป็นชาวไทยพวนที่มีวัฒนธรรมที่โดดเด่นทั้งด้านภาษา การแต่งกายและประเพณีมาเป็นแนวคิดในการออกแบบและนำผ้าซิ่นมาถักเป็นมงคล 9 สี มาออกแบบสำหรับกลุ่มลูกค้าสินค้าพรีเมียม ผลลัพธ์ด้านรายได้ คาดว่าจะมีมูลค่าผลิตภัณฑ์ และรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 25 คิดเป็นมูลค่า 45,000 บาท



ภาพที่ 6 ผลิตภัณฑ์ สุภารักษ์ หมี่-ชิต วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าเทศบาลตำบลบ้านเชียง กลุ่มอาชีพจักสานจากต้นค้ำบ้านโนนสะอาด และวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าเทศบาลตำบลบ้านเชียง

ที่มา : ออกแบบโดย สจ๊ รุจิฉาย และ คณะ (2568)

ผลการผลการวิพากษ์ผลิตภัณฑ์ ข้อเสนอแนะแนวทางการแก้ไข จากนั้นนำข้อมูลผลการวิพากษ์ไปปรับปรุงแก้ไขผลิตภัณฑ์ตามความเหมาะสม

ตารางที่ 1 ผลการผลการวิพากษ์ผลิตภัณฑ์

ผลการผลการวิพากษ์ผลิตภัณฑ์	\bar{X}	S.D.	ระดับความเหมาะสม
ด้านการส่งเสริมการขาย และการสื่อสารกับลูกค้า	4.54	0.71	1
ด้านการขาย การกระจายสินค้าและการส่งมอบ	4.63	0.61	2
ด้านผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า	4.35	0.44	3
ด้านราคา และโครงสร้างต้นทุน	4.20	0.40	4
รวม	4.43	0.54	

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่าการประเมินและวิพากษ์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมประณีตศิลป์เชิงพาณิชย์จังหวัดอุดรธานี โดยจากประเมินความเหมาะสมต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมประณีตศิลป์เชิงพาณิชย์จังหวัดอุดรธานี พบว่า ด้านการส่งเสริมการขายและการสื่อสารกับลูกค้ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับสูงที่สุด ($\bar{X} = 4.54$) รองลงมาคือ ด้านการขาย การกระจายสินค้าและการส่งมอบ ($\bar{X} = 4.43$) ด้านผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ($\bar{X} = 4.35$) และด้านราคาและโครงสร้างต้นทุน ($\bar{X} = 4.20$) ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

1. การประเมินศักยภาพและวิพากษ์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมประณีตศิลป์เชิงพาณิชย์จังหวัดอุดรธานี ด้านอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของชุมชนทั้ง 4 ชุมชน พบว่า สุภารักษ์หมี่-ขีด ผ้าทอที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนบ้านนาข่า สืบกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษ ที่มีการสืบสาน สร้างสรรค์และศึกษาอัตลักษณ์ภูมิปัญญาวัฒนธรรมท้องถิ่นการทอผ้าฝ้ายมาอย่างยาวนานและเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของจังหวัดอุดรธานี คือ ลวดลายเอกลักษณ์ของกลุ่ม วิสาหกิจชุมชนทอผ้าเทศบาลตำบลบ้านเชียง พบว่า มีผ้าทอຍมครามที่ทอโดยชาวไทพวนที่อพยพเข้ามา ซึ่งผ้าทอไทพวนถือได้ว่าเป็นหนึ่งในความภาคภูมิใจของชาวบ้านเชียง เป็นภูมิปัญญาที่ได้รับการสืบทอดมาจากบรรพบุรุษ การออกแบบลวดลายเลียนแบบธรรมชาติ

จากการสัมภาษณ์ กลุ่มอาชีพจักสานจากต้นคล้าบ้านโนนสะอาด พบว่า การนำเอาวิถีชีวิต ประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่น ร่วมกับการแลกเปลี่ยนเทคนิคและแนวคิดใหม่ๆ อยู่เสมอ จากศูนย์เรียนรู้ของกลุ่มซึ่งเปิดรับคนทุกกลุ่มให้เข้ามาทำกิจกรรมร่วมกันได้ ผลิตภัณฑ์ช่วยสร้างภาพลักษณ์และการจดจำด้วยความประณีตของงานจักสานและลวดลายพิเศษของกลุ่ม

จากการสัมภาษณ์ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไทพวนอำเภอบ้านผือ พบว่า ผ้าชะม้านีโป้มงคล 9 สี เอกลักษณ์ชาวไทพวนบ้านผือที่มีวัฒนธรรมที่โดดเด่นทั้งด้านภาษา การแต่งกายและประเพณีมีการพัฒนาผ้าชะม้านีโป้ 9 สี ให้มีสีสันสดใสด้วยการนำสีธรรมชาติจากพรรณไม้มงคล 9 ชนิด ในท้องถิ่นมาย้อมก่อนทอ และผสมผสานลวดลายอารยธรรมเรื่องราวจากอุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาทบวบกที่เป็นแหล่งมรดกโลกของอำเภอบ้านผืออีกด้วย

2. การวิเคราะห์การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมประณีตศิลป์เชิงพาณิชย์จังหวัดอุดรธานี

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมประณีตศิลป์เชิงพาณิชย์ จังหวัดอุดรธานีด้านการออกแบบภายใต้องค์ประกอบของการออกแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ คือ เส้น (Line) รูปร่าง (Shape) รูปทรง (Form) น้ำหนัก (Value) ที่ว่าง (Space) และสี (Color) โดยการนำอัตลักษณ์และเอกลักษณ์มาเป็นแนวคิดในการออกแบบ สะท้อนความงดงามตาม ความเชื่อของกลุ่มชนในพื้นที่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฐปณิต แก้วปาน และคณะ (2563) ที่กล่าวไว้ว่า หลักการและแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์

เป็นการรวมกันขององค์ประกอบในงานออกแบบสร้างสรรค์ทั้งทางด้านศิลปะ การวิเคราะห์พฤติกรรม ด้านการตลาด และผลกระทบโดยรวมตั้งแต่การคิด การผลิต จำหน่าย การใช้และเสื่อมสลาย

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมประณีตศิลป์เชิงพาณิชย์ จังหวัดอุดรธานี ด้านอัตลักษณ์มีการนำเอาภูมิปัญญาวัฒนธรรมท้องถิ่นมาบูรณาการกับการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อสะท้อนภูมิปัญญา ความเชื่อ และวิถีชีวิตของแต่ละท้องถิ่น สอดคล้องกับงานวิจัยของเมธาวิ จำเนียร (2564) ที่กล่าวว่า ต้นทุนด้านทรัพยากรธรรมชาติ และทุนทางวัฒนธรรม ที่ได้สั่งสมและสืบทอดกันมารุ่นสู่รุ่น ก่อให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สะท้อนภูมิปัญญา ความเชื่อ และวิถีชีวิตของแต่ละท้องถิ่น ซึ่งต่อมา ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ใช้ในชีวิตประจำวัน สามารถนำมาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อใช้เชิงพาณิชย์ได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการดำเนินงานไปใช้

- 1) ผู้ใช้งานสามารถนำการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมประณีตศิลป์เชิงพาณิชย์ จังหวัดอุดรธานี มาใช้ในการส่งเสริมและพัฒนาปรับใช้กับผลิตภัณฑ์ในพื้นที่อื่นๆ ได้
- 2) เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น ๆ เพื่อสร้างการรับรู้อัตลักษณ์ให้กับคนที่อยู่ทั้งในและนอกชุมชนท้องถิ่น รวมทั้งประชาชนทั่วไปที่มีความสนใจในอัตลักษณ์ของสินค้าที่มาจากแต่ชุมชนและท้องถิ่นต่างๆ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรศึกษาเพิ่มเติมในด้านการสื่อสารทางการตลาด การสร้างตัวตนธุรกิจชุมชน การพัฒนาผลิตภัณฑ์
- 2) ควรศึกษาแนวคิดผลิตภัณฑ์สีเขียวระดับโลก การออกแบบสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ

เอกสารอ้างอิง

ฐปนัท แก้วปาน, สราวุธ อิศรานุกวัฒน์ และจรียา แผลงนอก. (2563). *หลักการและแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์. 22(2), 161-182.*

เมธาวิ จำเนียร. (2564). *อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การสร้างและสื่อสารแบรนด์ กรณีศึกษา การแสดงรำไทพอกพิทิต. วารสารราชพฤกษ์. 19(2), 1-12.*

ยุทธศาสตร์ชาติ 2561 – 2580. 13 ตุลาคม 2561. *ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ 135 ตอนที่ 82 ก. หน้า 1-71.*

สจี รุจิฉาย และ คณະ. (2568). *การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมประณีตศิลป์เชิงพาณิชย์ด้วยอัตลักษณ์ท้องถิ่นเพื่อยกระดับศักยภาพเศรษฐกิจชุมชนจังหวัดอุดรธานี. ภายใต้โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 โดยศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 4 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม. ตีพิมพ์. รักดีผาสุข, (2565). *ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอัตลักษณ์และแนวทางการนำมาศึกษาภาษาไทย. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ :คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.**

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารยั่งยืนของคนวัยทำงานใน กรุงเทพมหานคร

Factors influencing the decision to purchase sustainable food among working adults in Bangkok

¹สุภานันท์ เพิกจินดา เสลโห้ และ ²ปราณี เขียมละอองภักดี

¹Suphanan Phoeckhinda Saloh and ²Pranee Eamlaorpakdee

¹หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

²คณะบริหารธุรกิจ กลุ่มวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

¹ Master of Business Administration Program, University of the Thai Chamber of Commerce

² Marketing Department, Business School, University of the Thai Chamber of Commerce

¹Corresponding Author. E-mail: suphanansaloh15@gmail.com

Received February 19, 2025; Revised March 19, 2025; Accepted April 9, 2025

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารยั่งยืนของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร 2) ศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน 3) ศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติและเจตนา และ 4) ศึกษาปัจจัยด้านแรงจูงใจภายในและภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารยั่งยืน การวิจัยเป็นเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างคือคนวัยทำงานที่ซื้ออาหารยั่งยืนในปีที่ผ่านมา จำนวน 385 คน ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ t-Test และ ANOVA ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ เช่น อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารยั่งยืน การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ทัศนคติ และเจตนา มีผลต่อการเลือกซื้อ โดยเฉพาะทัศนคติและเจตนาที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ข้อค้นพบนี้สามารถใช้เป็นแนวทางพัฒนานโยบายและกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการบริโภคอาหารยั่งยืน โดยเน้นสร้างทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ยั่งยืน รวมถึงการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน เพื่อส่งเสริมพฤติกรรมการบริโภคที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและนำไปสู่สังคมที่ยั่งยืน

คำสำคัญ: การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน; ทัศนคติและเจตนา; แรงจูงใจภายใน และแรงจูงใจภายนอก

Abstract

This study aims to: 1) investigate the demographic factors influencing sustainable food purchasing decisions among working-age consumers in Bangkok, 2) examine the influence of environmental responsibility and sustainability perceptions on sustainable food purchasing decisions, 3) analyze the impact of attitudes and

intentions on purchasing decisions, and 4) explore the internal and external motivations affecting sustainable food purchasing decisions. This research employs a quantitative approach using a questionnaire as the data collection tool. The sample consists of 385 working-age individuals who have purchased sustainable food in the past year, selected through convenience sampling. Data analysis includes descriptive statistics such as frequency distribution, percentage, mean, and inferential statistics, including t-test and ANOVA. The findings indicate that demographic factors such as age, marital status, occupation, and income significantly influence sustainable food purchasing decisions. Additionally, perceptions of environmental responsibility, attitudes, and intentions play a crucial role, with attitudes and intentions showing a positive correlation with purchasing decisions at a statistically significant level of 0.05. The results of this study can serve as a guideline for developing policies and strategies to promote sustainable food consumption. Emphasis should be placed on fostering positive attitudes toward sustainable products, along with support from both public and private sectors to encourage environmentally friendly consumption behaviors, ultimately leading to a more sustainable society.

Keywords: awareness of environmental responsibility and sustainability; attitudes and intentions; intrinsic and extrinsic motivations

บทนำ

ในปัจจุบัน โลกกำลังเผชิญกับวิกฤตการณ์ทั้งในด้านความมั่นคงทางอาหารและสิ่งแวดล้อมจากการผลิตและการบริโภคอาหารที่ไม่ยั่งยืน ซึ่งส่งผลให้เกิดภาวะโลกร้อนและการขาดแคลนอาหาร (FAO, 2024) อาหารยั่งยืน หมายถึง อาหารที่ผลิตและบริโภคโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม การผลิตอาหารยั่งยืนไม่ได้มุ่งเน้นเพียงแค่คุณภาพและความปลอดภัยของอาหารเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญกับการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความยั่งยืนในอนาคต อาหารยั่งยืนช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืนผ่านการเลือกใช้วัตถุดิบที่มีผลกระทบต่อธรรมชาติ ตัวอย่างของอาหารยั่งยืน ได้แก่ อาหารจากการทำการเกษตรที่ยั่งยืน อาหารจากพืช และการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งช่วยรักษาความสมดุลของระบบนิเวศและส่งเสริมวิถีชีวิตที่ยั่งยืนทั้งในด้านสุขภาพของผู้บริโภคและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ด้วยความไม่แน่นอนของสภาพภูมิอากาศ เช่น การขาดแคลนน้ำ ฝนตกไม่เป็นฤดูกาล และดินเสื่อมสภาพ ส่งผลต่อคุณภาพและปริมาณของอาหารที่ผลิตได้ และยังนำไปสู่การสูญเสียอาหาร (food loss) และปัญหาการขนส่ง (UNEP, 2023) ในขณะเดียวกัน การเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรโลก ทำให้ความมั่นคงด้านอาหารเผชิญกับความท้าทายที่ยิ่งใหญ่ขึ้น ราคาสินค้าอาหารที่สูงขึ้นส่งผลให้กลุ่มประชากรที่เปราะบางต้องเผชิญกับปัญหาความอดอยากมากยิ่งขึ้น (IPCC, 2022)

จากรายงานของคณะกรรมการองค์การสหประชาชาติด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (IPCC) และรายงานวิกฤตการณ์อาหารโลก พบว่า การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่เข้าสู่ภาวะฉุกเฉินได้ทำให้ปัญหาความมั่นคงทางอาหารทวีความรุนแรงขึ้น โดยในปี 2566 มีประชากรกว่า 705,000 คนทั่วโลกที่ประสบกับภาวะขาดแคลนอาหารสูงสุดในประวัติศาสตร์ นอกจากนี้ การสูญเสียอาหารทั่วโลกอยู่ที่ประมาณ 1.3 พันล้านตันต่อปี ซึ่งไม่เพียงแต่เป็นปัญหาด้านความมั่นคงทางอาหาร แต่ยังเป็นสาเหตุหลักของการปล่อยก๊าซเรือนกระจก จากภาคการผลิตอาหาร (FAO, 2024) จากปัญหาดังกล่าว ผู้บริโภคเริ่มตระหนักถึงความสำคัญของการบริโภคอาหารที่ยั่งยืนมากขึ้น (รมยพันธ์ จันทรพานิช, 2564) โดยมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้ออาหารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและส่งเสริมสุขภาพ แนวโน้มของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืนได้นำไปสู่การผลิตสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพและความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมอีกทั้งการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่ตายตัวในปัจจุบันยังช่วยเพิ่มความตระหนักรู้เกี่ยวกับผลกระทบจากการบริโภคอาหาร ทำให้เกิดพฤติกรรมลดการบริโภคที่ยั่งยืนมากขึ้น (อาณนัท อุทัยวัฒนานนท์ และ ถวิล นิลใบ, 2566)

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารที่ยั่งยืนสามารถอธิบายได้ผ่านแนวคิดและทฤษฎีทางพฤติกรรมผู้บริโภค ได้แก่ แนวคิดความยั่งยืน (Sustainability Concept) ซึ่งเน้นถึงความสมดุลระหว่างมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะในภาคเกษตรและอาหารที่ต้องมีการปรับตัวเพื่อลดผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อม (FAO, 2024) ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action – TRA) ของ Fishbein & Ajzen (1975) ซึ่งชี้ให้เห็นว่า พฤติกรรมของบุคคลได้รับอิทธิพลจากเจตนา (Intention) ที่เกิดจากทัศนคติ (Attitude) และบรรทัดฐานทางสังคม (Subjective Norms) ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior – TPB) ของ Ajzen (1991) ซึ่งต่อยอดจาก TRA โดยเพิ่มตัวแปรด้านการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารที่ยั่งยืน และทฤษฎีการกำหนดตนเอง (Self-Determination Theory – SDT) ของ Ryan & Deci (2000) ซึ่งอธิบายแรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) และแรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) ที่ส่งผลต่อการเลือกบริโภคอาหารที่ยั่งยืน การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารที่ยั่งยืนในกลุ่มคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร โดยมุ่งเน้นศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ทัศนคติและเจตนา รวมถึงแรงจูงใจภายในและภายนอกต่อการเลือกซื้ออาหารที่ยั่งยืน เพื่อให้เข้าใจถึงพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารที่ยั่งยืนได้อย่างลึกซึ้งยิ่งขึ้น

ผลการศึกษานี้จะเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารที่ยั่งยืนที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงการสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับผลกระทบจากการบริโภคอาหารต่อ

สิ่งแวดล้อมและสุขภาพ อีกทั้งยังสามารถใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงในการกำหนดนโยบายและแนวทางปฏิบัติที่ช่วยส่งเสริมพฤติกรรมผู้บริโภคที่ยั่งยืนในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

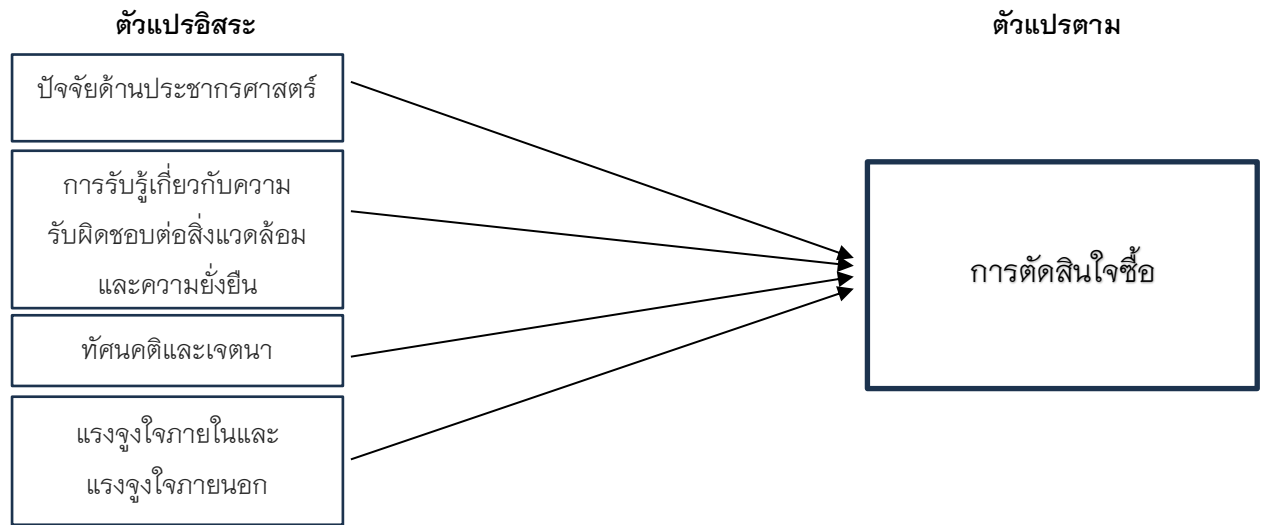
1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารยั่งยืนของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารยั่งยืนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติและเจตนาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารยั่งยืนของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านแรงจูงใจภายในและภายนอกต่อการเลือกซื้ออาหารยั่งยืนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารยั่งยืนของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารยั่งยืนแตกต่างกัน
2. การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมีผลบวกต่อการตัดสินใจซื้ออาหารยั่งยืน
3. ทัศนคติ และเจตนามีผลบวกต่อการตัดสินใจซื้ออาหารยั่งยืน
4. แรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอกมีผลบวกต่อการตัดสินใจซื้ออาหารยั่งยืน

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้แก่ ตัวแปรอิสระ คือ ข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย (1) เพศ (2) อายุ (3) สถานภาพ (4) ระดับการศึกษา (5) อาชีพ (6) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ปัจจัยที่ผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารยั่งยืนของคนทำงานในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย (1) การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและการรับรู้เกี่ยวกับความยั่งยืน ประยุกต์จากแนวคิดความยั่งยืน (2) ทัศนคติและเจตนา ประยุกต์จาก ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action – TRA) ของ Fishbein & Ajzen (1975) และทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior – TPB) ของ Ajzen (1991) (3) แรงจูงใจภายในและจูงใจภายนอก ประยุกต์จากทฤษฎี การกำหนดตนเอง (Self-Determination Theory – SDT) โดย Ryan & Deci (2000) ตัวแปรตาม การตัดสินใจซื้ออาหารยั่งยืน โดยประยุกต์จาก ทฤษฎีการตัดสินใจของผู้บริโภค (Consumer Decision-Making Theory) โดย Philip Kotler (2021)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

กำหนดคุณสมบัติและจำนวนของประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำงานในกรุงเทพมหานคร มีประสบการณ์เคยซื้ออาหารยั่งยืนในช่วงระยะเวลา 1 ปี ที่ผ่านมา โดยผู้วิจัยจะทำการสอบถามเพื่อคัดกรองคุณสมบัติ การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากผู้วิจัยไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอนของคนทำงานที่เคยซื้ออาหารยั่งยืน ดังนั้นผู้วิจัยจึงคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบขนาดประชากร ด้วยสูตรของ W.G. Cochran (1953) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 มีความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่าง 0.05 เมื่อนำตัวเลขไปแทนค่าในสูตร จะได้ $n = 384.16$ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างไว้ที่จำนวน 385 คน การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการคัดเลือกแบบสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มี 1 ชนิด ได้แก่ แบบสอบถาม ซึ่งเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Closed-ended Questions) และปลายเปิด (Open-ended Questions) โดยใช้ Likert scale ในการวัดระดับความคิดเห็น แบบสอบถามถูกสร้างขึ้นโดยอ้างอิงจากเอกสาร งานวิจัย และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และได้ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ ก่อนทำการเก็บข้อมูลแบบสอบถามได้ทำการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) กับกลุ่มตัวอย่างนำร่องจำนวน 30 คน

รวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง ระหว่างเดือนกันยายน ถึงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2567 นำข้อมูลเชิงปริมาณ มาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เช่น ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอ้างอิงในการวิเคราะห์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ในลักษณะของการส่งผลต่อกันระหว่างตัวแปรอิสระหลายตัว ได้แก่ การรับรู้

เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน ทักษะคิดและเจตนา แรงจูงใจภายในและภายนอก ซึ่งใช้มาตรวัดอันตรายภาคกับตัวแปรตามหนึ่งตัว คือ การตัดสินใจซื้ออาหารยั่งยืน และเพื่อทดสอบถึงความแตกต่างที่ตัวแปรอิสระดังกล่าวแต่ละตัวมีต่อตัวแปรตาม สถิติที่ใช้คือ การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลแล้วนำมาเขียนบรรยายเชิงพรรณนา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้ แบบสอบถาม แบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ (Rating Scale) เป็นเครื่องมือในการศึกษา โดยออกเป็น 6 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติและเจตนา ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจภายในและภายนอก ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้ออาหารยั่งยืน และส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม แบบคำถามเปิด โดยกำหนดเกณฑ์ในการให้คะแนนความเห็นด้วย 5 ระดับ

ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ใช้การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม (Validity) โดยการทดสอบความเที่ยงตรงจากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน โดยประเมินความครบถ้วนและความสอดคล้องของเนื้อหาของแบบสอบถามกับประเด็นที่ศึกษาค้นคว้า ข้อคำถามมีค่า IOC มากกว่า 0.5 ทุกข้อ จากนั้นทำการหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดลองในกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง 0.710-0.866 ซึ่งหมายความว่าเครื่องมือมีระดับความเชื่อมั่นสูง

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ การศึกษา และรายได้ ใช้สถิติค่าความถี่และร้อยละ และ ตัวแปรระดับความคิดเห็น เช่น ปัจจัยด้านต่าง ๆ ได้แก่ การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน ทักษะคิดและเจตนา แรงจูงใจภายในและภายนอก การตัดสินใจซื้อ ใช้สถิติค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เนื่องจากข้อมูลใช้มาตรวัดอันตรายภาคในการแบ่งระดับความคิดเห็น

สถิติเชิงอ้างอิง สำหรับการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน ทักษะคิดและเจตนา และแรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอก กับตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจซื้ออาหารยั่งยืน สถิติที่ใช้ (t test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (One way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่ม และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Linear) เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระต่อตัวแปรตามที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้ ประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 53.25 มีอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 33.77 ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 48.84 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 68.83 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 65.97 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-50,000 บาท จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 36.11

2. ข้อมูลระดับความคิดเห็น

ตารางที่ 1 แสดงระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน

หัวข้อ	\bar{X}	SD.	ระดับความคิดเห็น
1.ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	4.25	0.466	เห็นด้วยมากที่สุด
2.ความรู้สึกต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม	4.24	0.469	เห็นด้วยมากที่สุด
3.การรับรู้เกี่ยวกับความยั่งยืน	4.11	0.502	เห็นด้วยมาก
4.พฤติกรรมต่ออาหารยั่งยืน	4.09	0.500	เห็นด้วยมาก
5.พฤติกรรมการบริโภคอย่างยั่งยืน	4.08	0.503	เห็นด้วยมาก
รวม	4.15	0.404	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัญหาสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนในระดับสูง โดยค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.15 (SD = 0.404) ซึ่งอยู่ในระดับ เห็นด้วยมาก เมื่อพิจารณารายองค์ประกอบพบว่า หัวข้อที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ "ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม" ($\bar{X} = 4.25$, SD = 0.466) และ ความรู้สึกต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 4.24$, SD = 0.469) ซึ่งอยู่ในระดับ "เห็นด้วยมากที่สุด" แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความตระหนักและให้ความสำคัญกับปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างมาก ในขณะที่องค์ประกอบ การรับรู้เกี่ยวกับความยั่งยืน ($\bar{X} = 4.11$, SD = 0.502) พฤติกรรมต่ออาหารยั่งยืน ($\bar{X} = 4.09$, SD = 0.500) และ พฤติกรรมการบริโภคอย่างยั่งยืน ($\bar{X} = 4.08$, SD = 0.503) อยู่ในระดับ "เห็นด้วยมาก" สะท้อนให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเข้าใจและพฤติกรรมที่เอื้อต่อการบริโภคอย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตาม ค่าของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่อยู่ในช่วง 0.404 - 0.503 แสดงให้เห็นถึงระดับความแตกต่างของความคิดเห็นในแต่ละหัวข้อที่ยังมีอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 2 แสดงระดับความคิดเห็นด้านทัศนคติ และเจตนา

หัวข้อ	\bar{X}	SD.	ระดับความคิดเห็น
ทัศนคติเกี่ยวกับความพึงพอใจและคุณค่า	4.22	0.565	เห็นด้วยมากที่สุด
ทัศนคติเกี่ยวกับความเชื่อและการประเมินค่า	4.11	0.634	เห็นด้วยมาก
เจตนาในการตัดสินใจซื้ออาหารยั่งยืน	3.96	0.642	เห็นด้วยมาก
ความสามารถในการควบคุมการซื้ออาหารยั่งยืน	3.96	0.641	เห็นด้วยมาก
บรรทัดฐานเชิงบรรทัด (อิทธิพลทางสังคมต่อการซื้ออาหารยั่งยืน)	3.36	0.473	เห็นด้วยปานกลาง
รวม	3.92	0.445	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับ เห็นด้วยมาก ต่อทัศนคติ และเจตนาต่อการเลือกซื้ออาหารยั่งยืน โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.92 (SD = 0.445) เมื่อพิจารณา รายองค์ประกอบ พบว่า ทัศนคติเกี่ยวกับความพึงพอใจและคุณค่า มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.22 (SD = 0.565) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความพึงพอใจและคุณค่าของอาหารยั่งยืน มากที่สุด ในขณะที่ ทัศนคติเกี่ยวกับความเชื่อและการประเมินค่า มีค่าเฉลี่ย 4.11 (SD = 0.634) และ เจตนา กับ ความสามารถในการควบคุมการซื้ออาหารยั่งยืน มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 3.96 (SD = 0.642 และ 0.641 ตามลำดับ) ซึ่งยังคงอยู่ในระดับ เห็นด้วยมาก แสดงถึงแนวโน้มที่ผู้บริโภคมีความตั้งใจ ในการเลือกซื้ออาหารยั่งยืนหากสามารถควบคุมพฤติกรรมการซื้อของตนเองได้ อย่างไรก็ตาม บรรทัดฐานเชิงบรรทัด ซึ่งหมายถึงอิทธิพลทางสังคมต่อการเลือกซื้ออาหารยั่งยืน มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ที่ 3.36 (SD = 0.473) ซึ่งอยู่ในระดับ เห็นด้วยปานกลาง บ่งบอกว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาจไม่ได้รับ แรงกดดันจากสังคมมากนักในการเลือกซื้ออาหารยั่งยืน

ค่าของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่อยู่ในช่วง 0.445 – 0.642 แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นของผู้ตอบ แบบสอบถามมีความกระจายตัวปานกลางถึงมากในบางตัวแปร โดยเฉพาะในประเด็นของ ทัศนคติเกี่ยวกับ ความเชื่อและการประเมินค่า และ เจตนา ที่มีค่า SD สูงกว่า 0.6 ซึ่งอาจสะท้อนถึงความแตกต่างของ ความคิดเห็นในกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 3 แสดงระดับความคิดเห็นด้านแรงจูงใจภายในและภายนอก

หัวข้อ	\bar{X}	SD.	ระดับความคิดเห็น
การวัดแรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation)	3.99	0.556	เห็นด้วยมาก
การวัดแรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation)	3.37	0.624	เห็นด้วยปานกลาง
รวม	3.68	0.391	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับ "เห็นด้วยมาก" ต่อแรงจูงใจในการเลือกซื้ออาหารยั่งยืน โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.68 (SD = 0.391) เมื่อพิจารณารายองค์ประกอบ พบว่า แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 3.99 (SD = 0.556) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีแรงขับเคลื่อนจากภายใน เช่น ความพึงพอใจส่วนตัว หรือความเชื่อมั่นในคุณค่าของอาหารยั่งยืนมากกว่าปัจจัยภายนอก ในขณะที่ แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าที่ 3.37 (SD = 0.624) อยู่ในระดับ "เห็นด้วยปานกลาง" ซึ่งหมายความว่า ปัจจัยภายนอก เช่น แรงกดดันทางสังคม หรือสิ่งจูงใจภายนอก เช่น โพรโมชันหรือสิทธิพิเศษ อาจมีอิทธิพลน้อยกว่าความพึงพอใจภายในของผู้บริโภค ค่าของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่อยู่ในช่วง 0.391 – 0.624 แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามมีการกระจายตัวในระดับปานกลาง โดยเฉพาะในมิติของ "แรงจูงใจภายนอก" ที่มี SD สูงถึง 0.624 บ่งบอกถึงความแตกต่างของความคิดเห็นในกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการเลือกซื้ออาหารยั่งยืน

ตารางที่ 4 แสดงระดับความคิดเห็นด้านการตัดสินใจซื้ออาหารยั่งยืน

หัวข้อ	\bar{X}	SD.	ระดับความคิดเห็น
ข้อมูลด้านความยั่งยืนของอาหารส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารยั่งยืน	4.27	0.836	เห็นด้วยมากที่สุด
มีการตัดสินใจซื้ออาหารยั่งยืนบริโภคเป็นประจำมากขึ้นในอนาคต	4.13	0.841	เห็นด้วยมาก
รวม	4.20	0.745	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับ "เห็นด้วยมาก" ต่อการตัดสินใจซื้ออาหารยั่งยืน โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 4.20 (SD = 0.745) แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคมีแนวโน้มให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารยั่งยืน องค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ข้อมูลด้านความยั่งยืนของอาหารส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารยั่งยืน ($\bar{X} = 4.27$, SD = 0.836) แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับข้อมูลเกี่ยวกับความยั่งยืนของผลิตภัณฑ์อาหารมากที่สุดในการตัดสินใจซื้อ ส่วน "การตัดสินใจซื้ออาหารยั่งยืนบริโภคเป็นประจำมากขึ้นในอนาคต" มีค่าเฉลี่ย 4.13 (SD = 0.841) ซึ่งยังอยู่ในระดับ "เห็นด้วยมาก" สะท้อนถึงแนวโน้มที่ผู้บริโภคมีความตั้งใจจะบริโภคอาหารยั่งยืนมากขึ้นในอนาคต ค่าของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่อยู่ในช่วง 0.745 – 0.841 แสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามมีการกระจายตัวในระดับปานกลาง โดยเฉพาะในมิติของข้อมูลด้านความยั่งยืนของอาหาร ที่มี SD = 0.836 บ่งบอกถึงความแตกต่างของระดับการให้ความสำคัญกับข้อมูลเกี่ยวกับความยั่งยืนของอาหารในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ตารางที่ 5 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ

Model	Unstandardized Coefficients		Std. Coef.	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.209	.406		2.979	.003		
Awareness	.188	.138	.102	1.363	.174	.385	2.596
Attitudes	.553	.134	.330	4.115	.000	.336	2.979
Motivation	.011	.106	.006	.100	.920	.703	1.422
R	R2		Adjusted R Square		Sig.		
.419	.175		.169		.000		

a. Dependent Variable: Decision

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารยั่งยืนของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) พบว่าปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับความยั่งยืน ทัศนคติ และแรงจูงใจ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารยั่งยืนของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่าสมมติฐานที่ 2 ทัศนคติและเจตนาต่อการเลือกซื้ออาหารยั่งยืนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญ ($B = 0.553$, $\text{Sig.} < .05$)

สมมติฐานที่ 3 การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนไม่พบอิทธิพลที่มีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ ($B = 0.188$, $\text{Sig.} > .05$)

สมมติฐานที่ 4 แรงจูงใจภายในและภายนอก ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญ ($B = 0.011$, $\text{Sig.} > .05$)

สมการพยากรณ์การตัดสินใจซื้ออาหารยั่งยืนสามารถเขียนได้ดังนี้

$$Y = 1.209 + 0.188 (\text{Awareness}) + 0.553 (\text{Attitudes}) + 0.011 (\text{Motivation})$$

ค่า R^2 เท่ากับ 0.175 หมายความว่า ปัจจัยทั้งสามสามารถอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจซื้ออาหารยั่งยืนได้ ร้อยละ 17.5 โดยพบว่าทัศนคติมีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด เนื่องจากมีค่าสัมประสิทธิ์สูงสุดที่ 0.553 ซึ่งหมายความว่าหากทัศนคติเชิงบวกต่ออาหารยั่งยืนเพิ่มขึ้นก็มีแนวโน้มที่จะส่งผลให้การตัดสินใจซื้อเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ส่วนด้านการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและการรับรู้เกี่ยวกับความยั่งยืน มีค่าสัมประสิทธิ์อยู่ที่ 0.188 แสดงให้เห็นว่าการรับรู้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ แต่มีอิทธิพลน้อยกว่าทัศนคติ ในขณะที่ด้านแรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอก

มีค่าสัมประสิทธิ์ 0.011 ซึ่งต่ำที่สุดในบรรดาปัจจัยทั้งหมด แสดงให้เห็นว่าแม่แรงจูงใจจะมีบทบาทต่อการตัดสินใจซื้ออาหารยั่งยืน แต่ผลกระทบอาจไม่เด่นชัดเท่าปัจจัยอื่น ๆ

ตารางที่ 6 แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ค่าทดสอบ	Sig.	แปลผล
สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารยั่งยืนแตกต่างกัน			
สมมติฐานที่ 1.1 เพศแตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารยั่งยืนแตกต่างกัน	t-test=-.237	0.641	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.2 อายุแตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารยั่งยืนแตกต่างกัน	F-test=14.407	0.000	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.3 สถานภาพแตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารยั่งยืนแตกต่างกัน	F-test=2.955	0.032	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.4 ระดับการศึกษาแตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารยั่งยืนแตกต่างกัน	F-test=1.727	0.161	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.5 อาชีพแตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารยั่งยืนแตกต่างกัน	F-test=6.003	0.000	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารยั่งยืนแตกต่างกัน	F-test=8.276	0.000	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2 การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารยั่งยืน	t-test=1.363	0.174	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 3 ทศนคติ และเจตนาต่อการเลือกซื้ออาหารยั่งยืนส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารยั่งยืน	t-test=4.115	0.000	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 4 แรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอกต่อการเลือกซื้ออาหารยั่งยืนมีส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารยั่งยืน	t-test=.100	0.920	ปฏิเสธสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านเพศ และระดับศึกษาที่ต่างกัน มีการตัดสินใจซื้ออาหารยั่งยืนไม่ต่างกัน จึง ปฏิเสธสมมติฐาน ด้านอายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันมีการตัดสินใจซื้ออาหารยั่งยืนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญจึงยอมรับสมมติฐาน ด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อ

สิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน และแรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอก ไม่มีผลกระทบที่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการตัดสินใจซื้ออาหารยั่งยืน จึง ปฏิเสธสมมติฐาน ปัจจัยด้านทัศนคติและเจตนามีผลกระทบที่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการตัดสินใจซื้ออาหารยั่งยืน จึงยอมรับสมมติฐาน

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารยั่งยืนในคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร พบผลการวิจัยดังนี้

ด้านเพศ การศึกษาพบว่าเพศไม่ได้มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารยั่งยืน เนื่องจากทั้งเพศหญิงและชายมีความตระหนักรู้เกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมและสุขภาพที่สูงขึ้นจากการเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อและองค์กรต่าง ๆ ซึ่งทำให้การเข้าถึงข้อมูลเป็นไปอย่างเท่าเทียมกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของรมยพันธ์ จันทร์พานิช (2564) ที่พบว่าเพศไม่ได้มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สีเขียวในกรุงเทพฯ เนื่องจากทุกคนให้ความสำคัญกับปัญหาสิ่งแวดล้อมและมองว่าเป็นปัญหาที่ทุกคนควรตระหนักและรับผิดชอบร่วมกัน

ด้านอายุ การศึกษาพบว่าอายุมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารยั่งยืน โดยกลุ่มผู้บริโภครุ่นที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไปมีการตัดสินใจซื้ออาหารยั่งยืนมากกว่ากลุ่มอื่น ซึ่งสะท้อนถึงประสบการณ์และความตระหนักรู้ที่สูงขึ้นเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อสุขภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของสิริพัฒน์ ชินเศรษฐพงศ์ (2561) ที่พบว่าผู้บริโภครุ่นสูงอายุให้ความสำคัญกับการเลือกซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากกว่าผู้บริโภครุ่นอายุน้อย

ด้านสถานภาพ การศึกษาพบว่าผู้ที่มีสถานภาพสมรสมีแนวโน้มที่จะเลือกซื้ออาหารยั่งยืนมากกว่าผู้โสด ซึ่งอาจเกี่ยวข้องกับความต้องการต่อครอบครัวและอนาคต โดยการเลือกซื้ออาหารยั่งยืนถูกมองว่าเป็นการลงทุนในสุขภาพของครอบครัว สอดคล้องกับงานวิจัยของชนากานต์ อุณาพรหม และคณะ (2565) ที่พบว่าสถานภาพสมรสมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ด้านระดับการศึกษา การศึกษาพบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันไม่ได้ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารยั่งยืน เนื่องจากการเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับอาหารยั่งยืนสามารถทำได้ง่ายผ่านสื่อออนไลน์และสังคมออนไลน์ ทำให้ผู้บริโภครุ่นทุกระดับการศึกษามีความรู้และความตระหนักรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและสุขภาพอย่างเท่าเทียมกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของรมยพันธ์ จันทร์พานิช (2564) ที่พบว่า ระดับการศึกษาของผู้บริโภคที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวในกรุงเทพมหานคร

ด้านอาชีพ การศึกษาพบว่าอาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารยั่งยืน โดยผู้ที่มีอาชีพข้าราชการและรัฐวิสาหกิจมีการตัดสินใจซื้ออาหารยั่งยืนมากกว่าผู้ที่เป็นพนักงานบริษัท ซึ่งสะท้อน

ถึงการเข้าถึงข้อมูลและนโยบายการสนับสนุนสิ่งแวดล้อมในสถานที่ทำงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ รมยพันธ์ จันทร์พานิช (2564) ที่พบว่าข้าราชการได้รับการส่งเสริมความรู้และกิจกรรมจากภาครัฐที่ สนับสนุนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ด้านรายได้ การศึกษาพบว่ารายได้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารยังยี่น โดยกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ย 30,001 – 50,000 บาทมีแนวโน้มตัดสินใจซื้ออาหารยังยี่นมากกว่ากลุ่มอื่น เนื่องจากผู้มีรายได้สูงมักมีโอกาสเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับอาหารยังยี่นและการศึกษาเกี่ยวกับประโยชน์ ของการบริโภคอาหารยังยี่น ซึ่งอาจช่วยในการตัดสินใจซื้อ สอดคล้องกับงานวิจัยของรมยพันธ์ จันทร์ พานิช (2564) ที่พบว่าผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมมีราคาสูงกว่าผลิตภัณฑ์ทั่วไป ทำให้กลุ่มที่มีรายได้ สูงมีแนวโน้มเลือกซื้ออย่างมากกว่า

ด้านปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและความยังยี่น การศึกษาพบว่า การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและความยังยี่นไม่ส่งผลต่อการ ตัดสินใจซื้ออาหารยังยี่นอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากการตระหนักรู้ไม่ได้แปลว่าการกระทำจริง โดยผู้บริโภคอาจเข้าใจถึงความสำคัญของการเลือกซื้ออาหารยังยี่น แต่เมื่อถึงการตัดสินใจซื้อจริง ๆ อาจถูกปัจจัยอื่นๆ เช่น ราคา ความสะดวกในการเข้าถึง หรือการตลาดที่ไม่เหมาะสมเข้ามามีผล สอดคล้องกับงานวิจัยของอานนท์ อุทัยวัฒนานนท์ และถวิล นิลใบ (2566) ที่พบว่า การตระหนักถึง สิ่งแวดล้อมไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเกษตรอินทรีย์ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ด้านทัศนคติ และเจตนา การศึกษาพบว่าทัศนคติและเจตนาต่อการเลือกซื้ออาหารยังยี่นมี ผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญ โดยกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในเชิงบวกว่าการซื้ออาหารยังยี่นดี ต่อสิ่งแวดล้อม ช่วยป้องกันโรค และส่งเสริมสุขภาพ ผู้บริโภครู้สึกดีและสบายใจที่ได้บริโภคอาหาร ยังยี่น ซึ่งเชื่อว่าการเลือกซื้อเป็นการสร้างประโยชน์แก่สิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับงานวิจัยของพุกษา ลี้มสวรรค์ (2563) ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติบวกต่อการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ด้านแรงจูงใจภายในและภายนอก การศึกษาพบว่าแรงจูงใจภายในและภายนอกไม่ส่งผล ต่อการตัดสินใจซื้ออาหารยังยี่นอย่างมีนัยสำคัญ โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีแรงจูงใจภายนอก ในระดับปานกลาง เช่น การประเมินความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตามข้อคิดของผู้อื่น และการได้รับการ สนับสนุนจากครอบครัวหรือเพื่อน นอกจากนี้ การเลือกซื้ออาหารยังยี่นเพราะมีส่วนลด โปรโมชั่น หรือการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ ก็อยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับงานวิจัยของ พุกษา ลี้มสวรรค์ (2563) ที่พบว่าแรงกดดันทางสังคมของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับปานกลาง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1) การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารยั่งยืนของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครได้ให้ข้อค้นพบที่มีความสำคัญในการส่งเสริมการบริโภคที่ยั่งยืนในอนาคต ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ทัศนคติและเจตนา แรงจูงใจภายในและภายนอก มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารยั่งยืนในระดับที่แตกต่างกัน ดังนั้น ข้อเสนอแนะจากการศึกษานี้สามารถแบ่งออกเป็น 4 ส่วนหลัก ดังนี้

ภาครัฐ ควรเป็นผู้นำในการส่งเสริมการบริโภคอาหารยั่งยืนผ่านการประชาสัมพันธ์และการใช้สื่อออนไลน์ในการสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของการบริโภคอาหารที่ยั่งยืน การจัดกิจกรรมรณรงค์ในชุมชน โรงเรียน และองค์กรต่าง ๆ รวมถึงการสนับสนุนผู้ผลิตอาหารที่ยั่งยืน เช่น การลดภาษีสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืนและการสร้างตลาดที่เข้าถึงได้ง่าย ทั้งนี้ ควรมีการออกมาตรการส่งเสริมให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงอาหารยั่งยืนได้สะดวกขึ้น เช่น การสนับสนุนตลาดสินค้าออร์แกนิกและการรับรองฉลากสินค้าเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อได้ง่ายขึ้น

ผู้ผลิตและผู้ค้าปลีก ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และใช้กลยุทธ์การตลาดที่เน้นการสร้างความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารยั่งยืน รวมทั้งสนับสนุนช่องทางการค้าออนไลน์เพื่อเพิ่มการเข้าถึงผลิตภัณฑ์เหล่านี้ นอกจากนี้ ควรมีการให้ข้อมูลที่ชัดเจนเกี่ยวกับคุณประโยชน์ของอาหารยั่งยืนผ่านฉลากสินค้า และเน้นการสื่อสารที่ส่งเสริมให้ผู้บริโภคเห็นถึงความสำคัญของการเลือกซื้อสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

องค์กรภาคเอกชน ควรพัฒนาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืน เช่น อาหารออร์แกนิก และจัดกิจกรรมส่งเสริมการบริโภคที่ยั่งยืน เพื่อสร้างความตระหนักรู้และการศึกษาในสังคม โดยร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรในการจัดโครงการส่งเสริมการบริโภคอาหารยั่งยืน นอกจากนี้ องค์กรภาคเอกชนยังควรนำแนวปฏิบัติที่ดีเกี่ยวกับการบริโภคยั่งยืนไปใช้ภายในองค์กร เช่น การจัดหาอาหารที่ยั่งยืนให้กับพนักงาน รวมถึงการปรับนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อสนับสนุนการใช้ทรัพยากรที่ยั่งยืน

ผู้บริโภค ควรเพิ่มความรู้เกี่ยวกับอาหารยั่งยืน และเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น อาหารเกษตรอินทรีย์ โดยให้ความสำคัญกับการเลือกซื้อจากแหล่งท้องถิ่นเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ ผู้บริโภคควรตรวจสอบฉลากสินค้าก่อนการตัดสินใจซื้อ และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคโดยลดการบริโภคอาหารที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น อาหารที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสูง หรืออาหารที่ใช้ทรัพยากรน้ำมากในการผลิต โดย

ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจภายในเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้ออาหารยั่งยืน ดังนั้นควรส่งเสริมให้เกิดแรงจูงใจผ่านการให้ความรู้และสร้างค่านิยมที่ดีเกี่ยวกับการบริโภคอย่างมีความรับผิดชอบต่อ

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรมีการขยายการศึกษาในพื้นที่ต่าง ๆ ควรมีการศึกษาพฤติกรรมและการซื้ออาหารยั่งยืนในพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางสังคมและเศรษฐกิจ เช่น ชุมชนต่างจังหวัดหรือเขตเมืองรอง เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลในแต่ละบริบท

2) ควรมีการศึกษาปัจจัยทางจิตวิทยาและอารมณ์ การศึกษาทัศนคติและอารมณ์ของผู้บริโภคในกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารยั่งยืน จะช่วยเสริมความเข้าใจในมุมมองทางจิตวิทยาและพฤติกรรมศาสตร์

3) ควรศึกษาแนวทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ เช่น การใช้ดาราหรือผู้มีอิทธิพลในการส่งเสริมอาหารยั่งยืน รวมถึงผลกระทบของโฆษณาและโปรโมชั่น

4) ควรศึกษาความคุ้มค่าของอาหารยั่งยืนและเปรียบเทียบราคากับอาหารทั่วไปเพื่อเข้าใจการตัดสินใจของผู้บริโภค โดยศึกษาในแง่ของนโยบายและการกำกับ

เอกสารอ้างอิง

ชนากานต์ อุณาพรหม, วลีรัตน์ แสงไชย, ศุภกานต์ ไสภาพร และ ธนดล อามาตพล. (2565).

พฤติกรรมการณ์ซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค ในตำบลโพรงน้ำ อำเภอนองหาน จังหวัดอุดรธานี. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 13(1), 178-193.

พฤกษา ลิ้มสุวรรณต์. (2563). *ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโดยใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของนักศึกษาและบุคลากรในมหาวิทยาลัยสีเขียวจังหวัดนครปฐม*. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.

รมนันท์ จันทร์พานิช. (2564). *การตระหนักรู้และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์สีเขียวของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

สิริพัฒน์ญ ชินเศรษฐพงศ์ (2561). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์ และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อานนท์ อุทัยวัฒนานนท์ และถวิล นิลใบ. (2566). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. *วารสารรามคำแหง*, 6(2), 82-94.

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Cochran, W.G. (1953). *Sampling Techniques*. New York: John Wiley & Sons. Inc.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison–Wesley.
- Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2024). *The State of Food and Agriculture 2024*. retrieved March 25, 2025, from <https://openknowledge.fao.org/items/65139780-d06c-4b7c-a2cd-3ed4256ea1c/full>
- Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC). (2022). *Climate Change 2022: Impacts, Adaptation, and Vulnerability*. IPCC Sixth Assessment Report.
- Kotler, P., & Keller, K. (2021). *Marketing Management*. Pearson Publishing.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self–determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well–being. *American Psychologist*, 55(1), 68–78.
- United Nations Environment Programme. (2023). *In 2023, the world saw new highs of greenhouse gas emissions, temperature records tumbling and climate impacts arriving stronger and faster*. Annual report .

โครงสร้างความสัมพันธ์ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างมูลค่าเพิ่ม ความพึงพอใจ ในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปของผู้ประกอบการไทย มุ่งสู่ความสำเร็จในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

The Structural Relationships between Product Development, Value Creation, and Customer Satisfaction Influencing the Purchase Decision of Processed Durian Products by Thai Entrepreneurs Toward Business Success in Bangkok and Metropolitan Area

¹อุดม สมบูรณ์ผล, ²พิชญรดา เรืองภักดี, ³จิรศักดิ์ ชิยะจันทน์

⁴กฤตติกาญจน์ ชีรโชคสวัสดิ์และ ⁵สุภามาศ สนิทประชากร

¹Udom Somboonpol, ²Pitchayrada Ruengphakdee, ³Chirasak Chiyachantana

⁴Kitsikan Thirachoksawat and ⁵Supamas Sanitprachakorn

¹⁻⁵สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

¹⁻⁵Business Administration, Graduate School, Western University

¹Corresponding Author. E-mail: udom.so@western.ac.th

Received March 14, 2025; Revised April 22, 2025; Accepted April 24, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างมูลค่าเพิ่ม และความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปของผู้ประกอบการไทยมุ่งสู่ความสำเร็จในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ได้แก่ ผู้ประกอบการ นักวิชาการด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และผู้บริหารผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูป จำนวน 415 คน ใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกและแบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยพบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มและความพึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปอย่างมีนัยสำคัญ ผลการวิเคราะห์สถิติ Pearson Correlation แสดงให้เห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับการสร้างมูลค่าเพิ่มและความพึงพอใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูง โมเดลเชิงโครงสร้างที่ใช้มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผลการทดสอบสมมติฐานมีรายละเอียดดังนี้ ได้แก่ 1) การพัฒนาผลิตภัณฑ์มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างมีนัยสำคัญทางบวก 2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์มีผลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปอย่างมีนัยสำคัญทางบวก 3) การสร้างมูลค่าเพิ่มมีผลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปอย่างมีนัยสำคัญทางบวก และความพึงพอใจของผู้บริโภคมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปอย่างมีนัยสำคัญทางบวก การศึกษาแสดงให้เห็นว่า

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างมูลค่าเพิ่ม และความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กันอย่างซับซ้อนและมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูป

คำสำคัญ: การพัฒนาผลิตภัณฑ์; การสร้างมูลค่าเพิ่ม; ความพึงพอใจ

Abstract

This research aims to explore the structure of relationships between product development, value creation, and customer satisfaction influencing the purchase decision of processed durian products among Thai entrepreneurs in Bangkok and its vicinity. Utilizing both qualitative and quantitative research methods. The sample consisted of 415 participants, including entrepreneurs, product development scholars, and consumers of processed durian products. A purposive sampling technique was used for sample selection. Data were collected through in-depth interviews and questionnaires. The data analysis involved content analysis for qualitative data and structural equation modeling (SEM) for quantitative data. The study found that product development significantly impacts value creation and customer satisfaction, which in turn influences the decision to purchase processed durian products. Pearson Correlation statistical analysis revealed a high positive correlation between marketing mix components, value creation, and customer satisfaction. The structural model used was consistent with empirical data. The hypothesis testing results are as follows: 1) Product development has a significant positive effect on value creation. 2) Product development significantly positively affects customer satisfaction and the decision to purchase processed durian products. 3) Value creation significantly positively affects customer satisfaction and the decision to purchase processed durian products. 4) Customer satisfaction significantly positively impacts the decision to purchase processed durian products. The study demonstrates that product development, value creation, and customer satisfaction are complexly interrelated and significantly impact the decision to purchase processed durian products.

Keywords: Product Development; Value Creation; Customer Satisfaction

บทนำ

ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศผู้ผลิตผลไม้รายสำคัญของโลก โดยมีการผลิตเพื่อการบริโภคภายในประเทศและส่งออกสู่ตลาดต่างประเทศในสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 30 สะท้อนถึงขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดผลไม้ระดับโลก ผลไม้ไทยได้รับความนิยมอย่างสูงในหมู่ผู้บริโภคต่างชาติจากคุณภาพที่ดี ความสด รสชาติที่อร่อย และลักษณะเฉพาะตัว รัฐบาลไทยตระหนักถึงความสำคัญของการเพิ่มศักยภาพผลไม้ไทยในมิติด้านเศรษฐกิจ การตลาด และการค้า จึงได้สนับสนุนการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อต่อยอดความสามารถของอุตสาหกรรมผลไม้ (Chomchalow, Somsri, and Na Songkhla, 2008) อย่างไรก็ตาม ผลไม้ไทยส่วนใหญ่มีข้อจำกัดด้านฤดูกาลผลิต ทำให้เกิดการแปรรูปเพื่อยืดอายุการบริโภคและกระจายสินค้าออกสู่ตลาดได้ตลอดทั้งปี ผลไม้ที่นิยมแปรรูป ได้แก่ ทุเรียน กัลฉ่าย และขนุน เป็นต้น

ในบรรดาประเทศคู่ค้า ประเทศจีนถือเป็นตลาดสำคัญของผลไม้ไทยมาอย่างยาวนาน โดยไทยส่งออกผลไม้ไปจีนประมาณหนึ่งในสามของผลไม้มากกว่า 5,000 ล้านบาท ความนิยมของผู้บริโภคชาวจีนที่มีต่อผลไม้ไทย โดยเฉพาะผลไม้แปรรูปที่มีรสชาติและคุณภาพโดดเด่น ส่งผลให้ตลาดผลไม้แปรรูปของไทยในจีนเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นโอกาสสำคัญต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไทยในอนาคตทั้งในเชิงมูลค่าและปริมาณการส่งออก

กระแสความนิยมผลิตภัณฑ์ทุเรียนของกลุ่มผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะในประเทศจีนซึ่งชื่นชอบในรสชาติและเอกลักษณ์ของผลไม้ชนิดนี้ ได้ขยายไปยังผลิตภัณฑ์แปรรูปจากทุเรียน เช่น ทุเรียนทอด ทุเรียนกวน ทุเรียนเชื่อม ทุเรียนแช่แข็ง และไอศกรีมทุเรียน เป็นต้น โดยผลิตภัณฑ์แปรรูปนี้ไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มมูลค่าผลผลิตทางการเกษตร แต่ยังส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์และนำไปสู่การสร้างงานใหม่ โดยเฉพาะในชนบท ซึ่งเป็นแหล่งปลูกทุเรียนที่สำคัญ ยิ่งไปกว่านั้น การแปรรูปทุเรียนยังสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจ BCG (Bio-Circular-Green Economy) ซึ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ลดของเสีย ส่งเสริมการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และสนับสนุนความยั่งยืนในระดับชุมชน ดังนั้น อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปในประเทศไทยมีความสอดคล้องกับรูปแบบเศรษฐกิจ BCG โดยส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน ลดปริมาณขยะและปกป้องสิ่งแวดล้อมได้เช่นกัน (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, 2565) ซึ่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปมีบทบาทสำคัญในการเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตทางการเกษตร โดยเฉพาะการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้หลากหลาย เพื่อสร้างความแปลกใหม่และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงกลุ่มที่ต้องการทดลองสินค้าใหม่ ๆ ปรากฏการณ์นี้ส่งผลให้เกิดนวัตกรรมการแปรรูปที่ไม่เพียงช่วยยืดอายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ แต่ยังสร้างความพึงพอใจในกระบวนการตัดสินใจซื้ออีกด้วย

อย่างไรก็ตาม ในสถานการณ์ปัจจุบันอุตสาหกรรมทุเรียนแปรรูปต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงในตลาดสินค้าอุปโภคและบริโภค ซึ่งเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิตผู้บริโภค โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีลักษณะสังคมเมือง ผู้บริโภคมีระดับการศึกษา รายได้ และการเข้าถึงเทคโนโลยีที่สูงขึ้น ส่งผลให้สามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้อย่างรวดเร็ว และหลากหลาย พฤติกรรมการบริโภคจึงมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทั้งในด้านความต้องการด้านคุณภาพ ความสะดวกในการบริโภค และความแปลกใหม่ของสินค้า ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับตัว พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการที่เปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค และรักษาความสามารถในการแข่งขันในตลาดได้อย่างยั่งยืน ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา โครงสร้างความสัมพันธ์ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างมูลค่าเพิ่ม ความพึงพอใจ ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปของผู้ประกอบการไทยมุ่งสู่

ความสำเร็จในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจ โดยผลิตภัณฑ์ทุเรียนเป็นสินค้าเกษตรที่สำคัญของประเทศไทย และอุตสาหกรรมแปรรูปทุเรียนก็มีส่วนสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ การเข้าใจการเลือกซื้อทุเรียนแปรรูปของผู้บริโภคในประเทศไทยสามารถช่วยให้อุตสาหกรรม หรือฝั่งของผู้ผลิตสามารถตอบสนองความต้องการได้ดีขึ้นและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน การศึกษาในครั้งนี้สามารถวิเคราะห์แนวโน้มของตลาดและคาดการณ์ความต้องการในอนาคตได้ด้วยเช่นกัน อันเนื่องจากข้อมูลนี้สามารถช่วยให้อุตสาหกรรมวางแผนสำหรับการเติบโตในอนาคต และการเลือกซื้อทุเรียนแปรรูปของผู้บริโภคในประเทศไทยต่อไปในอนาคต

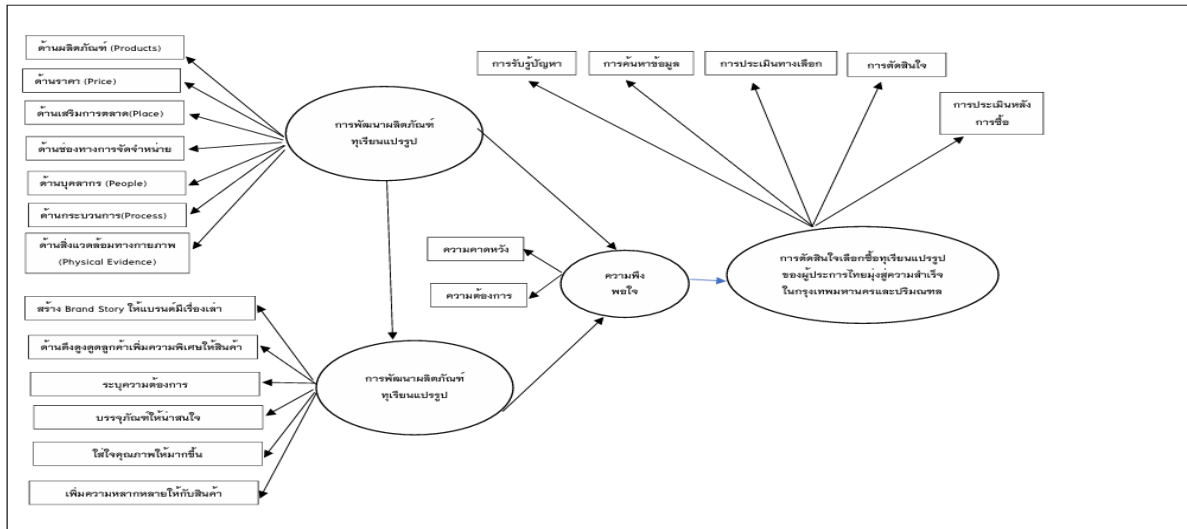
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างมูลค่าเพิ่ม และความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปของผู้ประกอบการไทยมุ่งสู่ความสำเร็จในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาโครงสร้างความสัมพันธ์การพัฒนารูปผลิตภัณฑ์ การสร้างมูลค่าเพิ่ม และความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปของผู้ประกอบการไทยมุ่งสู่ความสำเร็จในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล
3. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปของผู้ประกอบการไทยมุ่งสู่ความสำเร็จในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

สมมติฐานของการวิจัย

- สมมติฐานที่ 1** ปัจจัยด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปของผู้ประกอบการไทยมุ่งสู่ความสำเร็จในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล
- สมมติฐานที่ 2** ปัจจัยด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปของผู้ประกอบการไทยมุ่งสู่ความสำเร็จในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล
- สมมติฐานที่ 3** ปัจจัยด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปของผู้ประกอบการไทยมุ่งสู่ความสำเร็จในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล
- สมมติฐานที่ 4** ความพึงพอใจในฐานะตัวแปรต้นกลางมีการเชื่อมโยงการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการสร้างมูลค่าเพิ่ม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปของผู้ประกอบการไทยมุ่งสู่ความสำเร็จในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพนำและตามด้วยเชิงปริมาณโดยแบบสำรวจความคิดเห็น (Survey Research) พื้นที่วิจัย คือ พื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลหลักประกอบด้วย ผู้ประกอบการ หรือผู้จัดการร้าน จำนวน 5 คน ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูป จำนวน 5 คน นักวิชาการด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูป จำนวน 5 คน รวมเป็น 15 คน ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากร ผู้วิจัยใช้การคำนวณขนาดตัวอย่างจากสูตรของ Cochran (1977) ในระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ 5 ได้ขนาดตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง และทำการเก็บแบบสอบถามเพื่อเสียหรือเพื่อไม่ตอบกลับอีกร้อยละ 5 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ใช้ในงานวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง และใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อให้ได้เนื้อหาใช้วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลที่ครอบคลุมตรงตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย เพื่อค้นหาข้อสรุปของการวิจัยในครั้งนี้ ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงในการแจกแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ และแบบสอบถาม เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ มีรายละเอียด ดังนี้

1. แบบสัมภาษณ์เชิงลึก สำหรับใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ แบ่งออกเป็น 5 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ส่วนที่ 2 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัจจัยในการพัฒนา

ผลิตภัณฑ์ การสร้างมูลค่าเพิ่ม ความพึงพอใจ ในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปของ ผู้ประกอบการไทยมุ่งสู่ความสำเร็จในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (วัตถุประสงค์ 1) ส่วนที่ 3 แบบสัมภาษณ์ เกี่ยวกับโครงสร้างความสัมพันธ์ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างมูลค่าเพิ่ม ความพึงพอใจในการตัดสินใจ เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปของผู้ประกอบการไทยมุ่งสู่ความสำเร็จในกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑล (วัตถุประสงค์ 2) ส่วนที่ 4 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อทุเรียนแปรรูปของ ผู้ประกอบการไทยมุ่งสู่ความสำเร็จในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (วัตถุประสงค์ 3) และส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ โดยคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เป็นคำถามปลายเปิด (Open-end Question)

2. แบบสอบถาม สำหรับใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ แบ่งออกเป็น 5 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 แบบสอบถาม เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูป ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นด้าน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกซื้อทุเรียนแปรรูปส่วนที่ 3 แบบสอบถาม เกี่ยวกับความคิดเห็นด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกซื้อทุเรียน แปรรูป ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นด้านการตัดสินใจเลือกซื้อทุเรียนแปรรูป และ ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ โดยลักษณะคำถามของส่วนที่ 2 - 4 เป็นแบบสอบถามแบบประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ มีรายละเอียด ดังนี้

1. ผู้ให้ข้อมูลหลัก ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 53.33 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.33 มีอาชีพ เป็นนักวิชาการทางด้านการตลาด คิดเป็นร้อยละ 33.33 ผลิตภัณฑ์ ทุเรียนแปรรูปที่ทำขึ้นชอบ เป็นทุเรียนทอดกรอบ คิดเป็นร้อยละ 40 ตามลำดับ

2. ปัจจัยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างมูลค่าเพิ่ม ความพึงพอใจ ในการตัดสินใจ เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปของผู้ประกอบการไทยมุ่งสู่ความสำเร็จในกรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑลผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ประกอบการหรือผู้จัดการร้าน เน้นการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ จากวัตถุดิบชั้นดี โดยเฉพาะทุเรียนหมอนทองสด การควบคุมรสชาติ ความสดใหม่ ปริมาณ รวมถึง การออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม ทนทาน และสามารถดึงดูดลูกค้าผ่านการแชร์บนสื่อสังคม ออนไลน์ ซึ่งเป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้างภาพลักษณ์และมูลค่าแบรนด์ ในขณะที่กลุ่มผู้บริโภค ให้ความสำคัญกับการบริโภคที่สะดวกสบาย รสชาติที่บริโภคง่าย กลิ่นไม่รบกวน และบรรจุภัณฑ์ที่ไม่เสียหาย ระหว่างการขนส่ง พร้อมทั้งมีความคาดหวังต่อความหลากหลายของเมนูและการจัดตกแต่งผลิตภัณฑ์ ให้นำรับประทาน เหมาะสมกับการเป็นของฝาก โดยให้ความสำคัญกับประสบการณ์การบริโภคและ การมีส่วนร่วมทางสังคมผ่านโซเชียลมีเดีย ส่วนกลุ่มนักวิชาการมีมุมมองในระดับมหภาค โดยเน้นการยืดอายุ การเก็บรักษา ความสะดวกในการพกพา และการแปรรูปทุเรียนในรูปแบบที่หลากหลาย ทั้งนี้ยังให้

ความสำคัญกับบทบาทของผลิตภัณฑ์แปรรูปในการช่วยเหลือเกษตรกร และการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าเกษตรไทยในตลาดทั้งในและต่างประเทศ

3. โครงสร้างความสัมพันธ์ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างมูลค่าเพิ่ม ความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปของผู้ประกอบการไทยมุ่งสู่ความสำเร็จในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับคุณภาพของวัตถุดิบ โดยเน้นการใช้ทุเรียนหอมทองสด เพื่อสร้างรสชาติที่โดดเด่นและคงความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม โดดเด่น สะดุดตา เพื่อเสริมภาพลักษณ์ของสินค้า และดึงดูดการซื้อทั้งเพื่อบริโภคเองและเป็นของฝาก โดยเฉพาะในยุคที่สื่อโซเชียลมีบทบาทสูง ในขณะที่กลุ่มผู้บริโภคมีความพึงพอใจในระดับหนึ่ง แต่ต้องการความหลากหลายของเมนูมากขึ้น และให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์ที่แข็งแรง ไม่เสียหาย ตลอดจนรูปลักษณ์และรสชาติที่ช่วยให้สามารถบริโภคได้ง่าย แม้ในกลุ่มที่ไม่ชอบกลิ่นทุเรียน อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับความสวยงามของผลิตภัณฑ์ในการโพสต์ภาพลงโซเชียล ซึ่งสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล สำหรับกลุ่มนักวิชาการ เน้นย้ำความสำคัญของการยืดอายุผลิตภัณฑ์และความสะดวกในการพกพา โดยเฉพาะในประเด็นกลิ่นที่อาจเป็นอุปสรรคต่อการซื้อเป็นของฝาก นักวิชาการยังเสนอให้มีการแปรรูปในรูปแบบที่หลากหลาย เพื่อรองรับผลผลิตของเกษตรกรไทย ทั้งในลักษณะทุเรียนอ่อนและนิ่ม

4. การตัดสินใจเลือกซื้อทุเรียนแปรรูปของผู้ประกอบการไทย มุ่งสู่ความสำเร็จในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย ทันสมัย และตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค โดยเน้นการใช้สื่อโซเชียลมีเดียในการประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมให้ลูกค้าได้ทดลองชิม และการสร้างแฮชแท็กเพื่อเพิ่มการเข้าถึงสินค้า ในขณะที่กลุ่มผู้บริโภคเน้นการกระตุ้นการรับรู้ผ่านกิจกรรม เช่น งานเทศกาล การสาธิต และการกระจายสินค้าทั่วถึงในหลายพื้นที่ พร้อมทั้งเรียกร้องให้ภาครัฐสนับสนุนการเพิ่มมูลค่าและการขยายตลาดทุเรียนแปรรูปไปยังต่างประเทศ โดยเห็นว่าทุเรียนแปรรูปควรถูกนำเสนอในรูปแบบที่หลากหลายมากกว่าที่มีอยู่ในปัจจุบัน ส่วนกลุ่มนักวิชาการเน้นความสำคัญของรสชาติ คุณภาพ และคุณค่าทางโภชนาการของผลิตภัณฑ์ โดยเสนอให้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารทุเรียน พร้อมทั้งใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงในการประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมการบริโภคทุเรียนของไทย

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ มีรายละเอียด ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม และสถิติเชิงพรรณนา พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 65.5 มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.32 มีรายได้ต่อเดือน 15,001 -20,000 บาท ซึ่งมีจำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 61.29 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่ชื่นชอบผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปมากที่สุด ได้แก่ ทุเรียนทอดกรอบ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15

2. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นที่มีต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูป โดยมี 7 ส่วน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อทุเรียนแปรรูปของผู้ประกอบการไทยมุ่งสู่ความสำเร็จในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 4.44 โดยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากัน คือ 4.50 อยู่ในอันดับมากที่สุด และอันดับที่ 2 ซึ่งน้อยที่สุด คือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.40 อยู่ในระดับมากที่สุด

3. ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูป พบว่า การสร้าง Brand Story เพื่อเพิ่มมูลค่าและความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปเป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.39 (SD = 0.79) การนำเสนอจุดเด่นและความพิเศษของผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดความสนใจจากลูกค้า โดยผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.40 (SD = 0.77) การสำรวจและระบุความต้องการของลูกค้า เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการได้รับค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในทุกด้านที่ 4.44 (SD = 0.73) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและสามารถรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ช่วยสร้างความโดดเด่นและความสนใจ โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.39 (SD = 0.72) ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการใส่ใจคุณภาพในทุกขั้นตอนการผลิตทุเรียนแปรรูป โดยค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.40 (SD = 0.71) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกันได้รับค่าเฉลี่ยที่ 4.16 (SD = 0.74)

4. ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคาดหวังที่สูงเกี่ยวกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปในหลายด้าน โดยค่าเฉลี่ยรวมของความคาดหวังอยู่ที่ 4.24 (SD = 0.73) ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด

5. ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกซื้อทุเรียนแปรรูป พบว่า ผู้บริโภคมีความรับรู้ต่อความต้องการและปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูป โดยค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.08 (SD = 0.831) ซึ่งอยู่ในระดับมาก

6. ผลการวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์ โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างมูลค่าเพิ่ม ความพึงพอใจ
กับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปของผู้ประกอบการไทย

ตัวแปร	1	2	3	4
1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์	1			
2. การสร้างมูลค่าเพิ่มทุเรียนแปรรูป	.846***	1		
3. ความพึงพอใจ	.835***	.777***	1	
4. การตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปของผู้ประกอบการไทย	.681***	.650***	.728***	1
\bar{X}	4.27	4.18	4.09	3.87
S.D.	0.725	0.752	0.752	0.960

Bartlett's test of sphericity Chi-Square = 4507.243, p = 0.000, KMO = 0.923

หมายเหตุ ** p < 0.01

จากตารางที่ 1 การวิเคราะห์หาค่าสถิติ Pearson Correlation พบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับมากต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มทุเรียนแปรรูป ความพึงพอใจ และมีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างมากกับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปของผู้ประกอบการไทยมุ่งสู่ความสำเร็จในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

7. ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัด มีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัด

ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ				
	สัมประสิทธิ์	SE	t	คะแนน องค์ประกอบ	R ²
การพัฒนาผลิตภัณฑ์	0.91	0.04	46.66**	0.51	.768
การสร้างมูลค่าเพิ่มทุเรียนแปรรูป	0.89	0.05	16.53**	0.68	.856
ความพึงพอใจ	0.83	0.03	50.29**	0.58	.898
การตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูป ของผู้ประกอบการไทยมุ่งสู่ความสำเร็จใน กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล	0.82	0.05	51.20**	0.61	.890

Chi-Square = 47.46, df = 35, p = 0.12152, RMSEA = 0.023, GFI = 0.99, AGFI = 0.95

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดได้ค่า Chi-Square = 47.46, df = 35, p = 0.12152, RMSEA = 0.023, GFI = 0.99, AGFI = 0.95 ให้เห็นว่าตัวแปรได้ของโมเดลการวัดองค์ตัวแปร การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างมูลค่าเพิ่มทุเรียนแปรรูป ความพึงพอใจ ในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปของผู้ประกอบการไทยมุ่งสู่ความสำเร็จในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เมื่อพิจารณาองค์ประกอบย่อยของทุกองค์ประกอบ มีค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าตั้งแต่ 0.76-0.95 ค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงของตัวแปรได้ทุกตัวซึ่งวัดได้จากค่า R2 มีค่าตั้งแต่ 0.76-0.90

8. ผลการวิเคราะห์ตัวแปรองค์ประกอบเชิงยืนยันสำหรับตัวแปรตัวแปรการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างมูลค่าเพิ่มทุเรียนแปรรูป ความพึงพอใจ ในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปของผู้ประกอบการไทยมุ่งสู่ความสำเร็จในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนทั้ง 4 ดัชนีที่ผ่านเกณฑ์การยอมรับ คือค่าดัชนี /df = 1.356, GFI = 0.99, AGFI = 0.95, และ RMSEA = 0.023 ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า โมเดลแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างมีความเหมาะสม กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

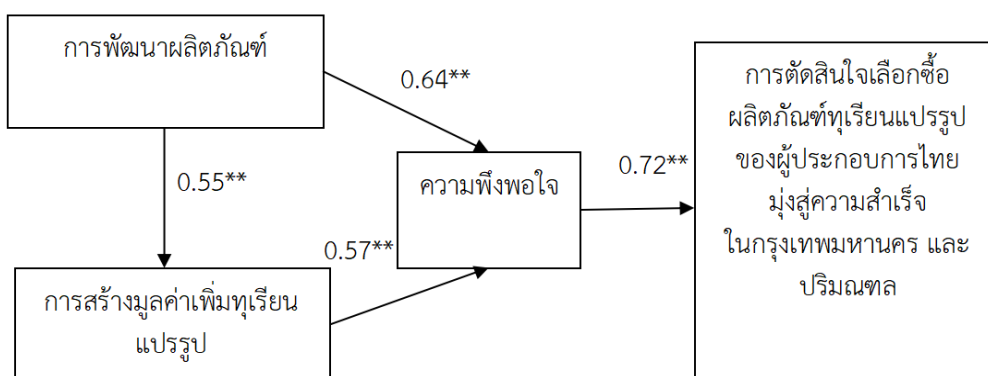
9. ผลการวิเคราะห์ความเที่ยงของตัวแปรแฝง และค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ จากการประเมินโมเดลมาตรวัดได้หลักฐานที่ชัดเจนว่า การนิยามปฏิบัติการตัวแปรแฝงทั้งหมดถูกต้องและเชื่อถือได้

ผลการวิเคราะห์ดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยสามารถนำเสนอผลการวิจัย เพื่อตอบสนองมติฐานการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3 ค่าสถิติวิเคราะห์อิทธิพลภายในโมเดลโครงสร้างความสัมพันธ์ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างมูลค่าเพิ่ม ความพึงพอใจ ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปของผู้บริโภคมุ่งสู่ความสำเร็จในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

ตัวแปรผล	R ²	อิทธิพล	ตัวแปรเหตุ		
			ส่วนประสมทาง การตลาด (7Ps)	การสร้าง มูลค่าเพิ่ม	ความพึงพอใจ
การสร้างมูลค่าเพิ่ม	0.28	ทางตรง	0.55**		
ความพึงพอใจ	0.46	ทางตรง	0.64**	0.57**	
การตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปของผู้ประกอบการไทยมุ่งสู่ความสำเร็จในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล	0.53	ทางตรง			0.72**

หมายเหตุ ** p < 0.01



Chi-Square = 150.99, df = 113, p-value = 1.1214, CFI = 0.993, GFI = 0.964, AGFI = 0.955, RMSEA = 0.020 SRMR= 0.009

ภาพที่ 2 โมเดลโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างมูลค่าเพิ่ม และความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปของผู้ประกอบการไทยมุ่งสู่ความสำเร็จในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปของผู้ประกอบการไทยมุ่งสู่ความสำเร็จในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า สมมติฐานที่ 1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปของผู้ประกอบการไทยมุ่งสู่ความสำเร็จในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ทางตรงเชิงบวก

สมมติฐานที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปของผู้ประกอบการไทยมุ่งสู่ความสำเร็จในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปของผู้ประกอบการไทยมุ่งสู่ความสำเร็จในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลทางตรงเชิงบวก

สมมติฐานที่ 3 การสร้างมูลค่าเพิ่มมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปของผู้ประกอบการไทยมุ่งสู่ความสำเร็จในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มส่งผลต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปของผู้ประกอบการไทยมุ่งสู่ความสำเร็จในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลเป็นทางตรงเชิงบวก

สมมติฐานที่ 4 ความพึงพอใจในฐานะตัวแปรคั่นกลางมีการเชื่อมโยงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการสร้างมูลค่าเพิ่มมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปของผู้ประกอบการไทยมุ่งสู่ความสำเร็จในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ผลการทดสอบสมมติฐาน

พบว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ปรับเปลี่ยนรูปของผู้ประกอบการไทยมุ่งสู่ความสำเร็จในกรุงเทพมหานคร และปริมาณพลเป็นทางตรงเชิงบวก

ดังนั้น การวิจัยสรุปว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างมูลค่าเพิ่ม และความพึงพอใจ มีความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนและส่งผลกระทบต่อไปมาในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ปรับเปลี่ยนรูปของผู้ประกอบการไทยในกรุงเทพมหานครและปริมาณพล ความเข้าใจในปัจจุบันเหล่านี้ช่วยให้ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายสามารถพัฒนากลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพ เพื่อเพิ่มยอดขายและความพึงพอใจของลูกค้าในตลาดที่ปรับเปลี่ยนรูปได้อย่างยั่งยืน

อภิปรายผลการวิจัย

1. ปัจจัยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างมูลค่าเพิ่ม และความพึงพอใจ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ในมิติของวัตถุดิบคุณภาพสูง วัสดุ ความหลากหลาย และความสดใหม่ โดยเน้นการใช้ทุเรียนหอมทองสดเป็นหลัก ซึ่งสะท้อนถึงความเชื่อมโยงระหว่างคุณภาพวัตถุดิบกับความพึงพอใจของผู้บริโภค รวมถึงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงาม แข็งแรง และยืดอายุการเก็บรักษา ซึ่งสะท้อนถึงแนวโน้มการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ให้ความสำคัญกับฟังก์ชันและรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ (Priporas et al. 2020) และสอดคล้องกับแนวคิดของ Pine and Gilmore (2019) ที่ชี้ให้เห็นว่า การสร้างประสบการณ์เชิงบวก (positive consumption experience) ผ่านองค์ประกอบของสินค้าและการนำเสนอสามารถเพิ่มคุณค่าทางอารมณ์แก่ผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ การวิจัยเชิงปริมาณชี้ว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด และบุคลากรเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.50) และสะท้อนถึงความสำคัญของกลยุทธ์ 7Ps ที่ใช้ในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่ปรับเปลี่ยนรูปอย่างครอบคลุม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kotler et al. (2021) ที่ระบุว่าผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองทั้งคุณค่าใช้งานและคุณค่าเชิงสัญลักษณ์สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

2. ความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างมูลค่าเพิ่ม และความพึงพอใจ ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) ชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงบวกในทุกมิติ โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยตัวแปรด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลโดยตรงและเชิงบวกต่อการสร้างมูลค่าเพิ่ม ($\beta = 0.55$) และความพึงพอใจ ($\beta = 0.64$) ในขณะที่ความพึงพอใจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อในระดับสูงสุด ($\beta = 0.72$) แสดงให้เห็นว่า ความพึงพอใจทำหน้าที่เป็นตัวแปรต้นกลางที่มีบทบาทสำคัญในกระบวนการตัดสินใจซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Oliver (2015) กล่าวถึงทฤษฎี Expectancy-Disconfirmation Theory ว่าความคาดหวังและการรับรู้ผลการดำเนินการร่วมกันส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจผ่านความสมหวังซึ่งต้นกลางอยู่ หากสมหวังก็จะพึงพอใจ หากไม่สมหวังก็ไม่พึงพอใจ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kim and Kim (2022)

ที่ระบุว่า ความพึงพอใจเป็นผลลัพธ์จากความคาดหวังและการรับรู้คุณค่าที่ได้รับ (perceived value) ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อความภักดีและการตัดสินใจซื้อซ้ำ การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดโดยอิงจากโครงสร้างความสัมพันธ์ดังกล่าวจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการเชิงลึกของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลการวิจัยยังพบว่า ในด้านการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อการรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่เรียนแปรรูป ทั้งในด้านรูปลักษณ์ ความสะดวกในการบริโภค และการเป็นของฝากที่มีเอกลักษณ์ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโดยตรง ข้อมูลเชิงคุณภาพยังสะท้อนถึงบทบาทของการนำเสนอผ่านช่องทางดิจิทัล เช่น Social Media การสาธิตผลิตภัณฑ์ และการสร้างแฮชแท็กช่วยกระตุ้นการรับรู้และการจดจำแบรนด์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Chaffey and Ellis-Chadwick (2022) ที่เน้นถึงความสำคัญของ digital engagement ในกระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภคยุคใหม่ นอกจากนี้ ยังพบว่าผู้บริโภคคาดหวังให้รัฐมีบทบาทในการส่งเสริมธุรกิจการแปรรูปทุเรียนไทยทั้งในเชิงนโยบายและการตลาดระหว่างประเทศ เพื่อผลักดันให้ทุเรียนแปรรูปไทยสามารถแข่งขันได้ในระดับสากล (Chantarot et al. 2023) ดังนั้น การบูรณาการแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับการขับเคลื่อนนวัตกรรมทางการตลาดและนโยบายเชิงรุกของรัฐจะเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยยกระดับความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยในตลาดทุเรียนแปรรูปได้อย่างยั่งยืน

3. การทดสอบสมมติฐานการวิจัย ประเด็นการอภิปราย มีดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูป ส่งผลต่อความพึงพอใจ การตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปของผู้ประกอบการไทยมุ่งสู่ความสำเร็จในกรุงเทพมหานคร และปริมาตรผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูป มีผลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูป ผู้บริโภคมักให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความเหมาะสมของราคา ความสะดวกในการเข้าถึง และการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ ซึ่งทั้งหมดนี้มีบทบาทสำคัญในการสร้างความพึงพอใจและกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค การศึกษาของ มานิสาคำวิไล และ ฉันทนา ปาปัดดา (2564) ยืนยันว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เช่นเดียวกับการวิจัยของ ชุตติมา และคณะ ที่พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผลไม้แปรรูป ความพึงพอใจที่เกิดจากการได้รับผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการและคุ้มค่ากับราคาที่จ่ายไปจะช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นในแบรนด์และกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อซ้ำ

สมมติฐานที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูป ที่ส่งผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่ม ผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปของผู้ประกอบการไทยมุ่งสู่ความสำเร็จในกรุงเทพมหานคร และปริมาตรผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูป มีผลทางตรงเชิงบวกต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับ

ผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูป ซึ่งเป็นผลจากการที่ผู้ประกอบการมองว่าผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ทั้งในเรื่องคุณภาพ รสชาติ การบรรจุภัณฑ์ และการบริการที่ดีขึ้นจะทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นมีคุณค่ามากขึ้น วิไลลักษณ์ และคณะ พบว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ การเพิ่มคุณภาพและความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์จะช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นและการรับรู้ในคุณค่าของผลิตภัณฑ์จากผู้บริโภค ซึ่งทำให้พวกเขาเห็นว่าผลิตภัณฑ์นั้นคุ้มค่ามากขึ้น การศึกษาของ พัชรินทร์ บุญนุ่น และคณะ (2565) ยังยืนยันว่าการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยในปัจจุบันที่ชี้ให้เห็นว่าการใช้ส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7Ps สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปได้

สมมติฐานที่ 3 การสร้างมูลค่าเพิ่มส่งผลต่อความพึงพอใจ การตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปของผู้ประกอบการไทยมุ่งสู่ความสำเร็จในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มมีผลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจเลือกซื้อ ผู้บริโภคที่รู้สึกว่าผลิตภัณฑ์มีคุณค่าเพิ่มขึ้นไม่ว่าจะในด้านคุณภาพ ความสะดวกในการใช้ หรือความน่าสนใจในบรรจุภัณฑ์ จะมีความพึงพอใจมากขึ้นและมีแนวโน้มที่จะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นั้น ซึ่งการวิจัยของ วรธรณะ รัตนะไชยวงศ์ และคณะ (2565) พบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกะหล่ำปลีและ การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคสามารถสร้างความพึงพอใจและกระตุ้นการตัดสินใจซื้อได้ เช่นเดียวกับการวิจัยของ พัชรพร ไตรวงศ์, สุวรรณสา ยายรวมญาติ และเออวดี เปรมชัยเสีเยอร์ (2567) ที่ยืนยันว่าการปรับปรุงคุณลักษณะผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทุเรียนทอดกรอบ การเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์สามารถทำได้หลายวิธี เช่น การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต การใช้วัตถุดิบคุณภาพสูง และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดึงดูดความสนใจ ซึ่งทั้งหมดนี้ช่วยสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค

สมมติฐานที่ 4 ความพึงพอใจของผู้บริโภค ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปของผู้ประกอบการไทยมุ่งสู่ความสำเร็จในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคมีผลทางตรงเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผู้บริโภคที่มีความพึงพอใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์และการบริการจะมีแนวโน้มที่จะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นั้นอีกครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ชลิดา ศรีสุนทร, ดารณี ดวงพรหม และอรธณพ ต.ศรีวงษ์ (2564) ที่พบว่าความพึงพอใจและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเกลือสินเธาว์มีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจซื้อ นอกจากนี้ การวิจัยของอริญชย์ ณ ระนอง (2566) ยังยืนยันว่าความพึงพอใจและพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นตัวแปรสำคัญที่เชื่อมโยงระหว่างส่วนประสมทางการตลาดและการรับรู้ตราสินค้าสู่การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ การที่ผู้บริโภคมีความพึงพอใจจะทำให้พวกเขามีความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์และแบรนด์ ซึ่งส่งผลให้เกิดความภักดีต่อแบรนด์และการซื้อซ้ำในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1) ควรมีการวิจัยและพัฒนาเพื่อต่อยอดผลิตภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปให้มีความแตกต่างและมีคุณค่าเพิ่มขึ้น เช่น การใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพสูง การเพิ่มประโยชน์ทางโภชนาการ หรือการเพิ่มคุณสมบัติพิเศษที่เป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์พัฒนากระบวนการผลิตให้มีมาตรฐานและทันสมัย เพื่อลดต้นทุนการผลิตและเพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์

2) ควรมีการสำรวจความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการ และส่งเสริมการบริการลูกค้าให้มีความเป็นมิตรและมีประสิทธิภาพ เช่น การให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การรับประกันคุณภาพ และการให้บริการหลังการขายที่ดี

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรขยายการสำรวจกลุ่มเป้าหมายไปยังภูมิภาคอื่น ๆ นอกเหนือจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและสามารถนำไปปรับใช้ในการตลาดทั่วประเทศศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคในต่างจังหวัดที่อาจมีความแตกต่างกันตามบริบททางสังคมและวัฒนธรรมเกิดขึ้นได้

2) การวิจัยเชิงทดลอง โดยทำการวิจัยเชิงทดลองเพื่อทดสอบประสิทธิภาพของกลยุทธ์การตลาดใหม่ ๆ เช่น การทดสอบการตอบสนองของผู้บริโภคต่อการเปลี่ยนแปลงราคาหรือบรรจุภัณฑ์ และศึกษาผลกระทบของการส่งเสริมการขายรูปแบบต่าง ๆ ต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

เอกสารอ้างอิง

ชลิดา ศรีสุนทร, ดารณี ดวงพรหม และ อรรณพ ต.ศรีวงษ์. (2564). แนวทางการพัฒนาช่องทางการ

จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากเกลือสินเธาว์ ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟสบุ๊กของกลุ่ม

วิสาหกิจชุมชนอำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*

มหาวิทยาลัยเอเซียอาคเนย์, 5(2), 363–375.

พัชรพร ไตรวงศ์, สุวรรณฯ สายรวมญาติ และ เหวอวดี เปรมษ์เสีเยร. (2567). การปรับปรุง

คุณลักษณะที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทุเรียนทอดกรอบ. *Applied Economics, Management*

and Social Sciences, 1(1), 70–83.

พัชรินทร์ บุญนุ่น, ทัชชญา สังข์กุล, สาทิณี วัฒนกิจ, ปิยาภรณ์ อรุณกิจจำนง และ นันทชัย ชูศิลป์.

(2565). ทิศทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารเมืองหาดใหญ่เพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของอาหาร

ภายหลังวิกฤตโควิด19. *วารสารปัญญาภิวัตน์*, 14(3), 26–40.

- มานิสสา คำวิไล และ นันทนา ปาปัตถา. (2564). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำผักและผลไม้อร์แกนิกของผู้บริโภคกรุงเทพมหานคร. *วารสารศิลปศาสตร์ (วังนางเลิ้ง) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร*, 1(1), 126–145.
- วรรณระ รัตน์ไชยวงศ์, นพมาศ ใจเปี้ย, กรรณิการ์ ยศบุญสุข และ ธัญญา ลักษณ์จันทร์. (2565). การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกะหล่ำมะพร้าว. *วารสารบัญชีปริทัศน์มหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย*, 6(2).23–35.
- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2565). ‘ทุเรียนดูดซับกลิ่น’ อัปไซเคิลจากไม้ไผ่ปิ้งและเศษผ้าเหลือทิ้งจากชุมชน. สืบค้นเมื่อ 10 กุมภาพันธ์ 2566, จาก https://www.nstda.or.th/home/news_post/bcg-delight-activated-carbon-durian/
- อริญชย์ ณ ระนอง. (2566). ความพึงพอใจและพฤติกรรมผู้บริโภคในฐานะตัวแปรคั่นกลางที่เชื่อมโยงระหว่างส่วนประสมทางการตลาดและการรับรู้ตราสินค้าสู่การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปขนมปังชีสเชดดี้ไส้สับปะรด สินค้า OTOP ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์. *วารสารร่วมฤกษ์ มหาวิทยาลัยเกริก*, 41(1),129–153.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital Marketing* (8th ed.). Pearson Education.
- Chantararat, S., Jaimovich, D., & Nittayo, T. (2023). Government support, agri-food innovation, and market access: Evidence from Thailand. *Asian Economic Policy Review*, 18(1),1–24.
- Chomchalow, N. Somsri, S. & Na Songkhla, P. (2008). Marketing and Export of Major Tropical Fruits from Thailand. *AU J.T.*, 11(3),133–143.
- Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques*. (3rd ed.). John Wiley & Sons, New York.
- Kim, J., & Kim, M. J. (2022). Effects of perceived value and satisfaction on purchase intention of local food products. *Journal of Consumer Behavior*, 21(3), 487–500.
- Kotler, P., Keller, K. L., Ancarani, F., & Costabile, M. (2021). *Marketing Management*. (16th Global Edition). Pearson.
- Oliver, R. L. (2015). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. (2nd ed.). Routledge.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2019). *The Experience Economy* (Updated ed.). Harvard Business Review Press.
- Priporas, C. V., Stylos, N., & Fotiadis, A. K. (2020). Generation Z consumers’ expectations of interactions in smart retailing: A future agenda. *Computers in Human Behavior*,77, 374–381.

**แนวทางการบริหารจัดการสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง
กรณีศึกษาโรงเรียนในเครือข่ายที่ 45 สำนักงานเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร
School Management Based on the Philosophy of Sufficiency Economy
Case Study in 45th Network Schools, Nong Chok District Office, Bangkok**

อุทิศ ไกรยะแจ่ม

Authit Kaiyachaem

สาขาวิชาบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

Educational Administration Department, Western University

Corresponding Author E-mail: banana090263b@gmail.com

Received March 12, 2025; Revised April 3, 2025; Accepted April 8, 2025

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการบริหารจัดการสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และ 2) ศึกษาแนวทางการบริหารจัดการสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของโรงเรียนในเครือข่ายที่ 45 สำนักงานเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยแบบผสมผสาน กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริหาร และครู จำนวน 113 คน ใช้วิธีคัดเลือกแบบการสุ่มแบบแบ่งชั้น ใช้เครื่องมือวิจัย คือ แบบสอบถามความคิดเห็น และแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา การหาคุณภาพเครื่องมือวิจัย ได้แก่ การคำนวณค่า IOC หรือ การใช้สถิติเฉพาะทาง ผลการวิจัยพบว่า 1.ความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยรวมอยู่ในระดับมาก 2. แนวทางการบริหารจัดการสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ได้แก่ การจัดสรรทรัพยากรในสถานศึกษา การประเมินความต้องการและทรัพยากรที่มีอยู่การพัฒนาบุคลากร การปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตร และการสร้างความร่วมมือกับชุมชนและผู้ปกครอง

คำสำคัญ: หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง; แนวทางการบริหารสถานศึกษา; หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

Abstract

This article aims to 1) study the school management on the philosophy of sufficiency economy and 2) study guidelines of school management on the philosophy of sufficiency economy of case study in the 45th network school, Nong Chok District Office, Bangkok. The research was designed in a mixed-method research. The samples consisted of 113 administrators and teachers which were selected by stratified random sampling. The research instruments were an opinion questionnaire and semi-structured interviews. The data were analyzed by using frequency, percentage, mean, standard deviation, and content analysis. The quality of the research instruments is IOC calculation or specific statistics. The research results showed that 1. The opinions on the school management on the philosophy of sufficiency economy are at a high level overall. 2. The school

management approach according to the philosophy of sufficiency economy includes resource allocation in the school, assessment of needs and existing resources, personnel development, curriculum improvement and development, and building cooperation with the community and parents.

Keywords: Philosophy of Sufficiency Economy; Guidelines for Educational Institution Administration; Sufficiency Economy Philosophy

บทนำ

แผนการศึกษาแห่งชาติ (พ.ศ. 2560 – 2579) ได้กำหนดวิสัยทัศน์ไว้ดังนี้ การศึกษาของไทย มุ่งเน้นให้ประชาชนทุกคนได้รับการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างมีคุณภาพ ดำรงชีวิตอย่างมีความสุข สอดคล้องกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และสามารถปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงของโลกศตวรรษที่ 21 วัตถุประสงค์สำคัญของการจัดการศึกษา ได้แก่ 1. พัฒนาระบบและกระบวนการศึกษา ให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพสูงสุด 2. พัฒนาคนไทยให้เป็นพลเมืองดี มีทักษะและสมรรถนะสอดคล้องกับรัฐธรรมนูญ พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ และยุทธศาสตร์ชาติ 3. สร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ ที่เต็มไปด้วย คุณธรรม จริยธรรม และความสามัคคี 4. มุ่งสู่การพัฒนาประเทศไทยอย่างยั่งยืนตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง แนวทางนี้จะช่วยให้ประเทศไทยก้าวไปข้างหน้าอย่างมั่นคง พร้อมรับมือกับความเปลี่ยนแปลงของโลก ในอนาคต (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2560)

ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เป็นแนวคิดใหม่ที่อยู่ในหลวงรัชกาลที่ 9 ทรงมีพระราชดำรัส ชี้แนะแก่พสกนิกรชาวไทย เพื่อนำไปใช้ในการแก้ไข ปรับปรุงและพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศและของโลก ดังพระราชดำรัสต่อไปนี้ เศรษฐกิจพอเพียง คือ Sufficiency Economy คำว่า Sufficiency Economy นี้ไม่มีในตำราเศรษฐกิจจะมีได้อย่างไร เพราะว่าเป็นทฤษฎีใหม่ Sufficiency Economy นั้น ไม่มีในตำราเพราะหมายความว่าเรามีความคิดใหม่และโดยที่ท่านผู้เชี่ยวชาญสนใจ ก็หมายความว่าเราก็สามารถที่จะปรับปรุง หรือไปใช้หลักการเพื่อที่จะให้เศรษฐกิจของประเทศและของโลกพัฒนาดีขึ้น” พระราชดำรัสเนื่องในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา 4 ธันวาคม 2542 พระองค์ได้พระราชทาน ความหมายของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไว้ว่า การชี้แนะแนวทางการดำรงชีวิตตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงการดำรงชีวิตของประชาชนตั้งแต่ระดับครอบครัว ชุมชน จนถึงระดับประเทศ ควรยึดแนวทางสายกลาง โดยเฉพาะในด้านเศรษฐกิจ เพื่อให้สามารถปรับตัวและก้าวทันโลกยุคโลกาภิวัตน์ ความพอเพียง หมายถึง ความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการมีภูมิคุ้มกันที่ดี เพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอก การดำเนินชีวิตและพัฒนาประเทศต้องอาศัยความรู้ รอบคอบ และระมัดระวังในการนำวิชาการมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในขณะเดียวกัน ควรเสริมสร้าง พื้นฐานจิตใจของคนในชาติ โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่รัฐ นักวิชาการ และนักธุรกิจ ให้มีคุณธรรม ซื่อสัตย์ รอบรู้ และดำเนินชีวิตด้วย ความอดทน ความเพียร สติ ปัญญา และความรอบคอบ เพื่อให้สามารถปรับตัว

ได้อย่างสมดุล ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของโลกทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม (จิรายุ อิศรางกูร ณ อยุธยา, 2560)

กระทรวงศึกษาธิการได้มีนโยบายขับเคลื่อนปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสู่สถานศึกษา ในทุกระดับชั้น เพื่อให้ผู้บริหาร ครู บุคลากรทางการศึกษาและนักเรียน มีความรู้ความเข้าใจในเศรษฐกิจพอเพียง สามารถนำมาประพฤติปฏิบัติ และบูรณาการด้านการเรียนการสอนตลอดจนการนำมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน ทำให้ตระหนักในความสำคัญภายในตนเอง และผู้อื่นอย่างยั่งยืนทาง คณะกรรมการขับเคลื่อนปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงภาคการศึกษา ได้กำหนดนโยบายให้ หน่วยงานสถานศึกษาต่าง ๆ มีการขยายผลการขับเคลื่อนปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสู่ สถานศึกษาอย่างต่อเนื่อง โดยให้ดำเนินการตามหลักเกณฑ์และแนวทางที่กระทรวงศึกษาธิการ กำหนด ซึ่งกระทรวงศึกษาธิการ มีนโยบายขยายผลสถานศึกษาแบบอย่าง การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ และการบริหารจัดการตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง(สถานศึกษาพอเพียง) โดยเริ่มพัฒนาขยายผล ในปี 2554 เป็นต้นมา

การดำเนินงานขับเคลื่อนปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสู่สถานศึกษาเป็นหน้าที่ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ทุกภาคส่วนทั้งผู้บริหารสถานศึกษา ครู และบุคลากรทางการศึกษา ที่จะต้องดำเนินการขับเคลื่อน โดยเฉพาะระดับโรงเรียน ซึ่งเป็นหน่วยงานระดับปฏิบัติการที่สำคัญที่สุด เพราะผลการจัดการ การศึกษาขึ้นอยู่กับ การปฏิบัติงานของโรงเรียน ภารกิจหลักของโรงเรียน คือการจัดการเรียนการสอน เพื่อให้ นักเรียนบรรลุจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้ในหลักสูตรมีคุณภาพที่พึงประสงค์ทางด้านผลสัมฤทธิ์ ทาง การเรียน การที่จะพัฒนาคุณภาพการศึกษาเพื่อมุ่งสู่คุณภาพ และมาตรฐานการศึกษาที่พึงประสงค์ต้อง อาศัยกระบวนการสำคัญประกอบด้วย กระบวนการบริหาร กระบวนการเรียนการสอน และกระบวนการนิเทศ การศึกษา ซึ่งทั้ง 3 กระบวนการมีความสำคัญ หักเหลี่ยมกัน ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาในการขับเคลื่อน ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสู่สถานศึกษา ซึ่งเริ่มมาตั้งแต่ ปี 2550 เป็นต้นมา โรงเรียนซึ่งเป็นหน่วยงาน ระดับปฏิบัติยังคงประสบปัญหาในการบริหารสถานศึกษาในด้านต่าง ๆ แม้จะมีการประชุมชี้แจง แนวปฏิบัติ การให้ความรู้ด้านปรัชญาของ เศรษฐกิจพอเพียง และการนิเทศการศึกษาการดำเนินงาน ของโรงเรียนแล้วก็ตาม การบูรณาการการเรียนการสอนตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงถือเป็นภารกิจหนึ่ง ของผู้บริหาร คณะครู และนักเรียนที่ต้องทำความเข้าใจและดำเนินการอย่างจริงจัง เพื่อพัฒนาส่งเสริมใน การจัดการเรียนการสอนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุผล (พินิจ เครือเหล่า, 2561)

สภาพปัญหาการขับเคลื่อนหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในโรงเรียนเครือข่ายที่ 45 เขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร พบว่า 1) ด้านการบริหารจัดการ ผู้บริหารและครูขาดความเข้าใจที่ชัดเจน การกำหนดวิสัยทัศน์และแผนงานยังไม่สอดคล้อง 2) ด้านหลักสูตรและการเรียนการสอน ไม่มี หลักสูตรที่กำหนดชัดเจน 3) ด้านกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน ยังขาดกิจกรรมแนะแนวที่ส่งเสริมการนำ

หลักปรัชญานี้มาใช้ 4) ด้านบุคลากร แม้ตระหนักถึงแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงแต่ยังไม่สามารถปฏิบัติได้จริง แนวทางแก้ไขควรเน้นการอบรมบุคลากร ปรับแผนยุทธศาสตร์ พัฒนาหลักสูตร และส่งเสริมกิจกรรมที่นำไปใช้ได้จริง (รายงานผลประจำปีของโรงเรียนเครือข่ายที่ 45, 2566)

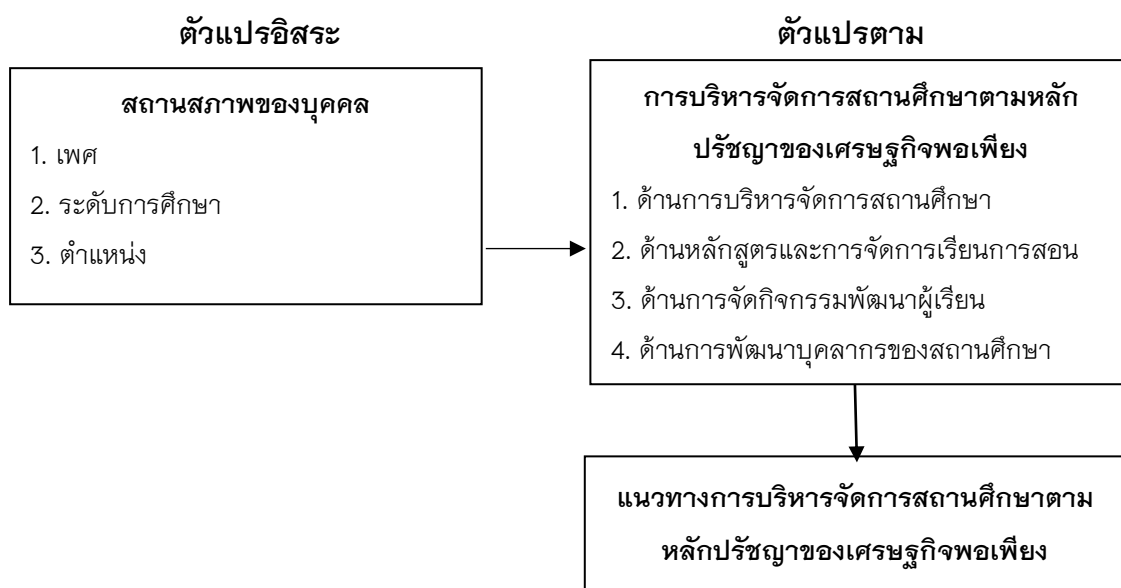
จากรายงานการศึกษาของโรงเรียนเครือข่ายที่ 45 สำนักงานเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร พบว่า การบริหารจัดการสถานศึกษายังขาดความสอดคล้องกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน การจัดทำหลักสูตรและการสอนตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงยังไม่ชัดเจน ด้านการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนยังไม่มีหลากหลายและกิจกรรมยังไม่สอดคล้องตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเท่าที่ควร และด้านพัฒนาบุคลากรของสถานศึกษายังไม่มีความตระหนักในเรื่องของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่แน่ชัด ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงสภาพการบริหารจัดการศึกษาที่ยังไม่สอดคล้องกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงแต่ข้อมูลที่ได้รับจากรายงานดังกล่าว ยังไม่ลุ่มลึก ไม่มีความชัดเจนที่เพียงพอผู้วิจัยจึงต้องการดำเนินการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการบริหารจัดการศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และศึกษาแนวทางสนับสนุนช่วยเหลือในการบริหารจัดการศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อเสนอเป็นแนวทางสำหรับผู้บริหารสถานศึกษาต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการบริหารจัดการศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของโรงเรียนในเครือข่ายที่ 45 สำนักงานเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาแนวทางการบริหารจัดการศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของโรงเรียนในเครือข่ายที่ 45 สำนักงานเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง กรณีศึกษาโรงเรียนในเครือข่ายที่ 45 สำนักงานเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร โดยทำการทบทวนแนวคิดทฤษฎี ซึ่งผู้วิจัยจึงนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง กรณีศึกษาโรงเรียนในเครือข่ายที่ 45 สำนักงานเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร การวิจัยนี้ใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ซึ่งผสมผสานระหว่างวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) และเชิงคุณภาพ (Qualitative) เพื่อศึกษาการบริหารจัดการสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในโรงเรียนเครือข่ายที่ 45 สำนักงานเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสอบถามความคิดเห็นแบบสอบถามนี้ใช้สำหรับเก็บข้อมูลจากครูและบุคลากรทางการศึกษาเกี่ยวกับการบริหารจัดการสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในโรงเรียนเครือข่ายที่ 45 สำนักงานเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร แบบสอบถามประกอบด้วย 2 ตอน

ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลส่วนบุคคล เช่น เพศ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง

ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับการบริหารจัดการสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยใช้มาตราส่วนลิเคิร์ต (Likert Scale) มี 5 ระดับในการประเมินความเห็น

2. แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) แบบสัมภาษณ์นี้ใช้สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับแนวทางการบริหารจัดการสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง จำนวน 5 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลเชิงปริมาณ

1. เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามความคิดเห็นของครูและบุคลากรทางการศึกษาเกี่ยวกับการบริหารจัดการสถานศึกษาตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง จำนวน 113 คน
2. ขออนุญาตจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น เพื่อส่งแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างทางไปรษณีย์
3. แบบสอบถามมีซองตอบกลับที่มีแสตมป์เพื่อความสะดวกในการส่งคืน

ข้อมูลเชิงคุณภาพ

สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับการบริหารสถานศึกษาตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเหล่านี้ช่วยให้ได้ข้อมูลเชิงลึกทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพในการศึกษาการบริหารจัดการสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในโรงเรียนเครือข่ายที่ 45 สำนักงานเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร

สถิติที่ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล

- 1) วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ คือ ความถี่ และร้อยละ นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง
- 2) การวิเคราะห์ระดับสภาพการบริหารจัดการสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง กรณีศึกษาโรงเรียนในเครือข่ายที่ 45 สำนักงานเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร สถิติที่ใช้ คือ มัชฌิมเลขคณิต (M) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) โดยนำค่ามัชฌิมเลขคณิตที่ได้มาเทียบเคียงกับเกณฑ์ตามแนวคิดของเบสท์
- 3) วิเคราะห์แนวทางการบริหารจัดการสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ของโรงเรียนในเครือข่ายที่ 45 สำนักงานเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย

1. สภาพการบริหารจัดการสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของโรงเรียนในเครือข่ายที่ 45 สำนักงานเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร ได้นำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูล เป็น 2 ตอน ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาการบริหารจัดการสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ของโรงเรียนในเครือข่ายที่ 45 สำนักงานเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร 2. เพื่อศึกษาแนวทางการบริหารจัดการสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ของโรงเรียนในเครือข่ายที่ 45 สำนักงานเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร ได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

1) เพื่อศึกษาการบริหารจัดการสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของโรงเรียนในเครือข่ายที่ 45 สำนักงานเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการบริหารจัดการสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง กรณีศึกษาโรงเรียนในเครือข่ายที่ 45 สำนักงานเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร ภาพรวม

การบริหารจัดการสถานศึกษาตามหลักปรัชญา ของเศรษฐกิจพอเพียง	n = 113		ระดับ	ลำดับ
	\bar{X}	S.D.	ความคิดเห็น	
1. ด้านการบริหารจัดการสถานศึกษา	4.51	0.55	มากที่สุด	1
2. ด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน	4.48	0.57	มาก	4
3. ด้านการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน	4.50	0.55	มาก	2
4. ด้านการพัฒนาบุคลากรของสถานศึกษา	4.48	0.55	มาก	3
ภาพรวม	4.49	0.55	มาก	-

จากตารางที่ 1 ระดับความคิดเห็นของบุคลากรทางการศึกษาที่มีต่อการบริหารจัดการสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง จำนวน 113 คน พบว่า ผู้ปฏิบัติหน้าที่ด้านการสอนในโรงเรียนในเครือข่ายที่ 45 สำนักงานเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการบริหารจัดการสถานศึกษา อยู่ในระดับมากที่สุด โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.51 รองลงมา ด้านการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.50 ด้านการพัฒนาบุคลากรของสถานศึกษา อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.48 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.55 และด้านหลักสูตร และการจัดการเรียนการสอน อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.48 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.57 ตามลำดับ

2) เพื่อศึกษาแนวทางการบริหารจัดการสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ของโรงเรียนในเครือข่ายที่ 45 สำนักงานเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร โดยใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ใช้ในการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา ดังนี้ 1. จัดหมวดหมู่ข้อมูลที่มีความคล้ายคลึงกัน 2. วิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกเชื่อมโยงแนวทางการบริหารที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจพอเพียง และ 3. นำข้อมูลมาสรุปผลแนวทางการบริหารจัดการและการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงในโรงเรียน

2. แนวทางการบริหารจัดการสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของโรงเรียนในเครือข่ายที่ 45 สำนักงานเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร ด้านการบริหารจัดการสถานศึกษา

ด้านการพัฒนาหลักสูตร ด้านการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน และด้านการพัฒนาบุคลากรในสถานศึกษา ล้วนเป็นปัจจัยที่สำคัญในการสร้างสรรค์การศึกษาที่มีคุณภาพ และส่งผลต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของสถานศึกษา โดยสามารถจัดการและพัฒนาในแต่ละด้านได้ ดังนี้

1) ด้านการบริหารจัดการสถานศึกษา การบริหารจัดการสถานศึกษาควรเริ่มต้นจากการประเมินทรัพยากรที่มีอยู่ เช่น อาคารสถานที่ เทคโนโลยี และบุคลากร เพื่อตรวจสอบความพร้อมและความเพียงพอในการดำเนินการต่าง ๆ จากนั้นควรมีการวางแผนการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การใช้เทคโนโลยีในกระบวนการเรียนการสอน การประหยัดพลังงาน และการจัดการทรัพยากรอย่างคุ้มค่า การมีส่วนร่วมของผู้บริหาร ครู ผู้ปกครอง และชุมชนในการตัดสินใจช่วยเสริมสร้างความโปร่งใสและความรับผิดชอบร่วมกัน นอกจากนี้ยังต้องมีการประเมินผลการใช้ทรัพยากรอย่างสม่ำเสมอ เพื่อปรับปรุงให้เหมาะสมกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไป

2) ด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน หลักสูตรการเรียนการสอนควรเน้นการพัฒนาทักษะที่สำคัญสำหรับนักเรียนในยุคปัจจุบัน เช่น การใช้เทคโนโลยีและการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และตรวจสอบสอดคล้องกับความต้องการของสังคมและตลาดงาน การเรียนการสอนควรมุ่งเน้นการพัฒนาทักษะชีวิต การทำงานเป็นทีม และการคิดวิเคราะห์ นอกจากนี้ ควรส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยการใช้เทคโนโลยีและสื่อการเรียนการสอนที่ทันสมัย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเรียนรู้และตอบสนองต่อความต้องการของนักเรียนในแต่ละระดับ

3) ด้านการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน การจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนควรส่งเสริมการเรียนรู้ในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น กิจกรรมการพัฒนาทักษะทางสังคม การสอนรู้จักการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เช่น การใช้วัสดุรีไซเคิล การประหยัดพลังงาน รวมถึงการฝึกฝนทักษะในการทำงานร่วมกับผู้อื่น การจัดกิจกรรมต้องมีส่วนร่วมจากทุกฝ่าย ทั้งครู ผู้ปกครอง และชุมชน เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์และสนับสนุนการพัฒนาอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ยังต้องมีการประเมินผลและติดตามความก้าวหน้าของนักเรียนอย่างสม่ำเสมอ

4) ด้านการพัฒนาบุคลากรของสถานศึกษา การพัฒนาบุคลากรในสถานศึกษาควรเน้นการเตรียมความพร้อมให้ครูและบุคลากรสามารถปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและการศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการฝึกอบรมที่ทันสมัย เช่น การใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ หรือการเสริมทักษะการสื่อสาร การพัฒนาทักษะการสอนแบบมีส่วนร่วมและมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้การส่งเสริมให้บุคลากรได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจและวางแผนพัฒนาผู้เรียนจะช่วยสร้างบรรยากาศที่เป็นมิตรและเปิดเผยในสถานศึกษา โดยต้องมีการติดตามและประเมินผลการพัฒนาบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้บุคลากรมีความสามารถในการดำเนินการที่ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในอนาคต

การพัฒนาทั้ง 4 ด้านนี้สามารถสร้างความยั่งยืนในกระบวนการศึกษาภายในสถานศึกษา และช่วยยกระดับคุณภาพการศึกษาให้มีประสิทธิภาพสูงสุด โดยไม่เพียงแต่เน้นที่การสอนและการเรียนรู้เท่านั้น แต่ยังสร้างสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการพัฒนาอย่างครบวงจรให้กับนักเรียนและบุคลากรในสถานศึกษา

อภิปรายผลการวิจัย

1. สภาพการบริหารจัดการสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของโรงเรียนในเครือข่ายที่ 45 สำนักงานเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร พบว่า ระดับความคิดเห็นของบุคลากรทางการศึกษาที่มีต่อการบริหารจัดการสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงจำนวน 113 คน พบว่า ปฏิบัติหน้าที่ด้านการสอนในโรงเรียนในเครือข่ายที่ 45 สำนักงานเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน จากค่าเฉลี่ย พบว่า ด้านการบริหารจัดการสถานศึกษาอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา ด้านการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน อยู่ในระดับมาก ด้านการพัฒนาบุคลากรของสถานศึกษา อยู่ในระดับมาก และด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะการประยุกต์ใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียงในบริบทการศึกษา หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงส่งเสริมการพึ่งพาตนเองและการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับการส่งเสริมคุณภาพการศึกษาให้ดีขึ้นในระยะยาว ทำให้บุคลากรทางการศึกษามีแนวทางในการปฏิบัติงานที่ชัดเจนและมีประสิทธิภาพในการจัดการสถานศึกษา การมีส่วนร่วมในการพัฒนาผู้เรียน การจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนและการพัฒนาบุคลากรของสถานศึกษาตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง เน้นการพัฒนาทักษะและคุณธรรมของนักเรียนและครู ซึ่งอาจทำให้บุคลากรเห็นความสำคัญและผลกระทบที่ดีจากการใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียงในสภาพแวดล้อมการเรียนการสอนการสนับสนุนจากผู้บริหาร การที่ผู้บริหารและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีการสนับสนุนและส่งเสริมการใช้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงอาจทำให้การบริหารจัดการเป็นไปอย่างราบรื่นและมีความเข้าใจร่วมกันในหมู่บุคลากร ความเข้าใจและความยอมรับของบุคลากรทางการศึกษา บุคลากรทางการศึกษาที่มีความเข้าใจและเห็นถึงความสำคัญของการประยุกต์ใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียงในงานการศึกษา อาจมีทัศนคติที่ดีและเปิดใจรับการพัฒนาในการปฏิบัติงานมากขึ้น การมีประสิทธิภาพในด้านการจัดการ หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมุ่งเน้นที่การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและการจัดการที่มีประสิทธิภาพ

ซึ่งอาจส่งผลให้การบริหารจัดการสถานศึกษามีความราบรื่นและเป็นระบบ ทำให้บุคลากรทางการศึกษารู้สึกพึงพอใจกับผลลัพธ์ที่สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิชญาดา สิงห์เลิศ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง การบริหารสถานศึกษาตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของโรงเรียนในสหวิทยาเขตระยอง 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 18 ผลการวิจัยพบว่า การบริหาร

สถานศึกษาตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของโรงเรียนในสหวิทยาเขตระยอง 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 18 โดยรวมและละรายด้านอยู่ในระดับมาก และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ พินิจ เครือเหลา (2561) เรื่อง การบริหารสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โรงเรียนพิทยาลงกรณ์พิทยาคม ผลการวิจัยพบว่า การบริหารสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โรงเรียนพิทยาลงกรณ์ พิทยาคมโดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของธงชัย ตีมูลพันธ์ (2565) การบริหารสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของสถานศึกษาในสหวิทยาเขตวังสีทา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสระบุรีเขต 2 ผลการวิจัยพบว่า การบริหารสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ของสถานศึกษาในสหวิทยาเขตวังสีทา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสระบุรีเขต 2 ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งโรงเรียนในเครือข่ายที่ 45 สำนักงานเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร ได้น้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาขับเคลื่อนในสถานศึกษามีการดำเนินงานอย่างเป็นระบบและมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเป็นกำลังในการขับเคลื่อนการพัฒนาสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไปสู่ความยั่งยืน มีการจัดระบบการเรียนรู้ โดยการจัดการเรียนการสอนที่บูรณาการในหลักการศึกษาในทุกกลุ่มสาระการเรียนรู้ และทุกระดับชั้น เพื่อเป็นการบ่มเพาะอุปนิสัยพอเพียงผ่านในกิจกรรมการเรียนรู้ที่หลากหลาย และสภาพแวดล้อมบริบทของโรงเรียนในเครือข่ายที่ 45 สำนักงานเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร มีความเหมาะสมในการดำเนินงานสถานศึกษาพอเพียง เนื่องจากพื้นที่สภาพแวดล้อมความเป็นอยู่รายล้อมไปด้วยทุ่งนา และแม่น้ำ ซึ่งคนในชุมชนทำอาชีพเกษตรกรรมเป็นส่วนใหญ่ จึงทำให้การบริหารจัดการสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ของโรงเรียนในเครือข่ายที่ 45 สำนักงานเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

2. แนวทางการบริหารจัดการสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของโรงเรียนในเครือข่ายที่ 45 สำนักงานเขตหนองจอก กรุงเทพมหานครพบว่า แนวทางการพัฒนาสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของโรงเรียนในเครือข่ายที่ 45 สำนักงานเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร 1) การจัดสรรทรัพยากรในสถานศึกษา คือ เริ่มต้นด้วยการประเมินทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อดูว่าพอเพียงและเหมาะสมหรือไม่ จากนั้นจัดสรรทรัพยากรให้คุ้มค่าและไม่ฟุ่มเฟือย เช่น ใช้เทคโนโลยีในการเรียนการสอน ประหยัดพลังงาน และมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายในกระบวนการตัดสินใจ ควรมีการประเมินผลการใช้ทรัพยากรอย่างสม่ำเสมอเพื่อปรับปรุงตามความจำเป็น และสื่อสารข้อมูลอย่างเปิดเผยเพื่อสร้างความไว้วางใจและความโปร่งใส 2) การนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการวางแผนและการตัดสินใจ คือ การประเมินความต้องการและทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อการวางแผนที่มีประสิทธิภาพ การวางแผนยั่งยืนและไม่เกินกำลังช่วย

ประหยัดทรัพยากรและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายในกระบวนการตัดสินใจช่วยให้เกิดความโปร่งใสและความรับผิดชอบร่วมกัน การประเมินผลและปรับปรุงการดำเนินงานเป็นประจำช่วยให้การตัดสินใจมีความยืดหยุ่น การสื่อสารที่ชัดเจนและเปิดเผยสร้างความไว้วางใจและความโปร่งใส 3) การพัฒนาบุคลากร คือ เน้นการปรับตัวและเตรียมความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต ประกอบด้วยการประเมินความต้องการและทักษะที่จำเป็นจัดการฝึกอบรมที่ยั่งยืน เช่น เทคโนโลยีใหม่ๆ และทักษะการสื่อสาร ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตเปิดโอกาสให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและวางแผนพัฒนา สร้างบรรยากาศที่เปิดเผยและสนับสนุนการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ติดตามความก้าวหน้าและประเมินผลอย่างสม่ำเสมอ

4) การปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตร คือ ตรวจสอบความสอดคล้องกับความต้องการของนักเรียนและสังคม สார்วจความคิดเห็นจากครู นักเรียน และผู้ปกครอง สอนให้รู้จักการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เช่น ใช้วัสดุรีไซเคิลและประหยัดพลังงาน เน้นพัฒนาทักษะชีวิต ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต เพิ่มประสิทธิภาพการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยี และสร้างบรรยากาศที่เปิดเผยและสนับสนุนการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และ 5) การสร้างความร่วมมือกับชุมชนและผู้ปกครอง คือ เปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ เช่น งานสัมมนา การประชุมผู้ปกครอง และกิจกรรมสาธารณะ เชิญวิทยากรหรือผู้เชี่ยวชาญจากชุมชนมาจัดกิจกรรม ประสานงานกับองค์กรชุมชน หน่วยงานท้องถิ่น หรือผู้ปกครองจัดกิจกรรมร่วมกับชุมชน เช่น นิทรรศการ การสัมมนา และโครงการเพื่อสังคม เผยแพร่และสื่อสารข้อมูลอย่างเปิดเผยผ่านช่องทางต่าง ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พินิจ เจริญผล (2561) การบริหารสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โรงเรียนพิทยาลงกรณ์พิทยาคม ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการพัฒนาการบริหารสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โรงเรียน พิทยาลงกรณ์พิทยาคม มีข้อเสนอแนะดังนี้ 1) การสร้างความรู้ความเข้าใจให้บุคลากรในการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน 2) สถานศึกษามีการส่งเสริมการดำเนินงานนิเทศ ติดตาม ประเมินผล ในการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน 3) ผู้บริหารส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการจัดกิจกรรมแนะแนวและระบบดูแลช่วยเหลือผู้เรียน และ 4) สถานศึกษากำหนดแนวทางที่ชัดเจนในการประเมินกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิไลวัลย์ พรหมมา(2562)การพัฒนาแนวทางการจัดการเรียนรู้ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 21 ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาแนวทางการจัดการเรียนรู้ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในสถานศึกษา เขต 21 ประกอบด้วย 4 ด้านหลัก ได้แก่ 1. ด้านหน่วยการเรียนรู้ตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มี 8 ตัวชี้วัด 2. ด้านการบูรณาการหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มี 8 ตัวชี้วัด 3. ด้านการวัดและประเมินผลการจัดการเรียนรู้ ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มี 6 ตัวชี้วัด 4. ด้านสื่อและ

แหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มี 5 ตัวชี้วัดผลการประเมินแนวทางการจัดการเรียนรู้ทั้งหมดพบว่า มีความเหมาะสมในระดับมาก และมีความเป็นไปได้ในระดับมาก

อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ มัลลิกา สีดาเดช (2563) ได้ศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพการบริหารสถานศึกษาพอเพียงในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 22 ผลการวิจัยพบว่าแนวทางยกระดับประสิทธิภาพการบริหารสถานศึกษาพอเพียง ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านการบริหารจัดการสถานศึกษา ผู้บริหารสถานศึกษานำเสนอเศรษฐกิจพอเพียงมากำหนดเป็นวิสัยทัศน์ของสถานศึกษา มีกระบวนการทำงานเพื่อพัฒนาคุณภาพและบริหารจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด 2) ด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน จัดทำหลักสูตรบูรณาการกับทุกกลุ่มสาระการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยเน้นการจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Active Learning) เพื่อกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง เกิดทักษะในการใช้ชีวิต รู้จักแก้ปัญหา 3) ด้านการพัฒนาบุคลากร ส่งเสริมให้บุคลากรในสถานศึกษาพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง พัฒนาความรู้ ความสามารถ ทักษะจนสามารถพัฒนาศักยภาพของตนได้อย่างเต็มที่

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1) ด้านการบริหารจัดการ สถานศึกษาควรพัฒนาระบบการบริหารจัดการให้เข้มแข็งและสามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงได้ พร้อมทั้งเสริมสร้างความสามารถในการปรับตัวให้กับบุคลากรและนักเรียน เพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงในสังคม

2) ด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน ควรเตรียมหลักสูตรให้พร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต และพัฒนาหลักสูตรเพื่อเสริมสร้างภูมิคุ้มกันให้กับนักเรียนในการเผชิญกับสถานการณ์ต่าง ๆ

3) ด้านการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน สถานศึกษาควรวางแผนและประเมินผลกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนอย่างมีเหตุผลและชัดเจน รวมถึงการปรับปรุงกิจกรรมให้เหมาะสมกับบริบทและความต้องการของนักเรียน

4) ด้านการพัฒนาบุคลากร ควรเสริมสร้างความสามารถในการปรับตัวให้กับบุคลากร และพัฒนาระบบการพัฒนาบุคลากรที่ช่วยเสริมสร้างภูมิคุ้มกันในการเผชิญกับปัญหาหรือวิกฤตต่าง ๆ

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรมีการศึกษาการพัฒนาแนวทางการจัดการเรียนรู้ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในเขตพื้นที่การศึกษาอื่น ๆ เพื่อให้ทราบถึงสภาพการจัดการเรียนรู้ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

2) ควรศึกษาโปรแกรมการจัดการเรียนรู้ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในระดับสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาและหน่วยงานอื่น ๆ ที่จัดการศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

3) ควรมีการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

เอกสารอ้างอิง

จิราญ อิศรางกูร ณ อยุธยา. (2560). *ตามรอยพ่อ ชีวิตพอเพียง...สู่การพัฒนาที่ยั่งยืน*. (พิมพ์ครั้งที่

9). กรุงเทพฯ: ศูนย์การพิมพ์เพชรรุ่ง.

ธงชัย ดีมูลพันธ์. (2565). *การบริหารสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของสถานศึกษา ในสหวิทยศึกษาวังสีทา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสระบุรี เขต 2*. หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาการบริหารการศึกษา ปริญญา มหาบัณฑิต ภาควิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

พิชญาดา สิงห์เลิศ. (2560). *การบริหารสถานศึกษาตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของโรงเรียนในสหวิทยาเขตระยอง 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ศึกษามัธยมศึกษา เขต 18*. การศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.

พินิจ เครือเหล่า. (2561). *การบริหารสถานศึกษาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โรงเรียนพิทยาลงกรณ์พิทยาคม ภาควิชาการบริหารการศึกษา*. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีการศึกษา 2561. *วารสารการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร*. 10(1), 268 – 282.

มัลลิกา สีดาดะ. (2563). *ประสิทธิผลการบริหารสถานศึกษาพอเพียงในสังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 22*. *วารสารการบริหารการศึกษาและภาวะผู้นำ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร*, 9(33), 187 – 198.

รายงานผลประจำปีของโรงเรียนในเครือข่ายที่ 45. (2566). *รายงานโครงการ/กิจกรรม การดำเนินงานสถานศึกษาพอเพียง ปีการศึกษา 2566*. ของโรงเรียนในเครือข่ายที่ 45 สำนักงานเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร.

วิไลวัลย์ พรหมมา. (2562). *การพัฒนาแนวทางการจัดการเรียนรู้ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 21*. หลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต. สาขาวิชาการบริหารและพัฒนการศึกษา. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2560). *แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560 – 2579*.

กรุงเทพมหานคร: พริกหวานกราฟฟิค จำกัด.

การบริหารหนี้ที่ยั่งยืนด้วยแนวคิด ESG

Debt management with sustainable using ESG concept

วรินทร์ทิพย์ กำลังแพทย์

Warinthip Kumlangphaet

สาขาวิชาวัตกรรมการบริหารการเงินและการบริหารหนี้

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

Program in Financial and Debt Administration Innovation

Faculty of Business Administration, Bangkokthonburi University

Corresponding Author. E-mail: naris.joy59@gmail.com

Received March 27, 2025; Revised April 10, 2025; Accepted April 11, 2025

บทคัดย่อ

ในปีที่ผ่านมาประเทศไทยพบกับสถานการณ์ต่าง ๆ ทั้งภาวะโรคระบาด ผลกระทบจากสงคราม ภาวะเงินเฟ้อ รวมถึงการปรับขึ้นของอัตราดอกเบี้ยนโยบายอย่างรวดเร็วของธนาคารกลางหลายพื้นที่ทั่วโลก ซึ่งไทยจำเป็นต้องปรับเพิ่มอัตราดอกเบี้ยนโยบายในปี 2566 ส่งผลให้ค่าครองชีพสูงจากเงินเฟ้อและต้นทุนที่เพิ่มขึ้นจากการปรับอัตราดอกเบี้ยนโยบาย ทำให้เศรษฐกิจชะลอตัวลง ซึ่งจากผลการสำรวจสถานการณ์หนี้ครัวเรือนไทย ปี 2567 พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 99.7 มีภาระหนี้สิน และอีก ร้อยละ 0.3 ไม่มีภาระหนี้สิน โดยหนี้สินส่วนใหญ่คือ หนี้บัตรเครดิต รองลงมาคือ หนี้ซื้อยานพาหนะ หนี้ส่วนบุคคลเพื่อการอุปโภคบริโภค หนี้ที่อยู่อาศัย หนี้เพื่อการประกอบธุรกิจและหนี้การศึกษา ซึ่งหน่วยงานที่มีการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการบริหารจัดการหนี้สินในประเทศไทย มีเป็นจำนวนมากที่พร้อมให้คำปรึกษา ไม่ว่าจะเป็น ธนาคาร บริษัทสินเชื่อขนาดกลาง ขนาดย่อม ไปจนถึงบริษัทบริหารสินทรัพย์ต่าง ๆ ที่ร่วมอยู่ในกระบวนการการบริหารหนี้สินของภาคประชาชน การบริหารหนี้ของประชาชนให้ยั่งยืน จึงต้องมีหลักคิดร่วมกันทั้งสถาบันการเงินและลูกหนี้ ซึ่งการบริหารหนี้ที่ยั่งยืนด้วยแนวคิด ESG มี 3 องค์ประกอบ เป็นองค์ประกอบหลักในการบริหารหนี้ กล่าวคือ สถาบันการเงิน (ธนาคาร โฟแนนซ์ ไมโครไฟแนนซ์) ให้บริการอย่างเป็นธรรม ตั้งแต่กระบวนการปล่อยสินเชื่อ จนถึงกระบวนการประណหนี้ ในส่วนของลูกหนี้เอง ต้องมีวินัยในการใช้จ่าย มีการวางแผนการเงินอย่างเป็นระบบ สุดท้ายคือ แนวคิด ESG ที่กล่าวถึงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (Environment, Social, Governance : ESG) ซึ่งทั้งสถาบันที่ให้บริการทางการเงินและลูกหนี้ เพื่อร่วมกันแก้ปัญหาหนี้สินได้อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การบริหารหนี้; ความยั่งยืน; สิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล

Abstract

Over the past year, Thailand has faced various situations, including the epidemic, the impact of war, inflation, and the rapid adjustment of policy interest rates by central banks around the world. Which Thailand itself has to increase the policy interest rate in 2023, resulting in a high cost of living due to inflation and

increased costs from adjusting the policy interest rate, causing the economy to slow down. According to the survey on the status of Thai household debt in 2024, it was found that the Household debt have 99.7% of people, and another 0.3% do not have debts. The most common debt is credit card debt, followed by vehicle debt, personal debt for consumption, housing debt, business debt and education debt. There are many companies in Thailand that are engaged in debt management business and are ready to provide advice, including banks, medium-sized and small-sized credit companies. Whether it is banks, SMEs or asset management companies that are involved in the process of managing public debt, sustainable public debt management must have a common mindset from both financial institutions and debtors. Debt management with sustainable development approach and ESG concept has 3 main components as main components in debt management, namely financial institutions (banks, finance, microfinance) providing fair services from the lending process to the debt negotiation process. For the debtors themselves, they must be disciplined in spending and have a systematic financial plan. Finally, the ESG concept, which refers to the environment, society, and governance (Environment, Social, Governance: ESG), requires both financial service institutions and debtors to use the ESG concept in order to jointly solve debt problems sustainably.

Keywords: Debt management; sustainable; Environmental, Social, and Governance

บทนำ

ประเทศไทยพบกับสถานการณ์ภาวะโรคระบาดของไวรัสโคโรนา-19 ที่แพร่กระจายไปทั่วโลก และทำให้มีผู้เสียชีวิตแล้วนับล้านคน ตั้งแต่ปี 2562 ส่งผลกระทบให้เศรษฐกิจภายในประเทศหยุดชะงัก นานมาถึงปัจจุบัน นอกจากผลกระทบจากโรคระบาดแล้ว ประเทศไทยยังได้รับผลกระทบจากสงครามรัสเซียกับ ยูเครน ทำให้สินค้ามีราคาแพงขึ้น ภาวะเงินเฟ้อทั่วโลก รวมถึงการปรับขึ้นของอัตราดอกเบี้ยนโยบายของธนาคารกลางหลายพื้นที่ทั่วโลก ซึ่งไทยจำเป็นต้องต้องปรับเพิ่มอัตราดอกเบี้ยนโยบายในปี 2566 เช่นกันจึงส่งผลให้ค่าครองชีพสูงจากเงินเฟ้อและต้นทุนที่เพิ่มขึ้นจากการปรับอัตราดอกเบี้ยนโยบาย ที่สำคัญ คือ การปรับเพิ่ม หรือลดดอกเบี้ยนโยบาย ย่อมส่งผลต่อดอกเบี้ยของธนาคารที่เราใช้บริการอยู่ และส่งผลต่อเงินในกระเป๋าของเรา รวมไปถึงส่งผลกระทบต่อราคาของสินทรัพย์การลงทุนต่าง ๆ ด้วย โดยธนาคารจะคิดดอกเบี้ยขึ้นตามการปรับขึ้นดอกเบี้ยนโยบาย ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคที่กู้เงินธนาคารมาใช้ หรือลงทุนต้องผ่อนสูงขึ้น มีรายจ่ายด้านดอกเบี้ยเพิ่มขึ้น เช่น ต้องจ่ายค่าผ่อนบ้าน ผ่อนรถ ผ่อนคอนโด สูงขึ้น และทำให้มีเงินเหลือจ่ายใช้สอยน้อยลง เมื่อมีการใช้จ่ายน้อยลง ส่งผลให้เศรษฐกิจชะงัก การจะสร้างแรงจูงใจให้มีการฝากธนาคารมากขึ้น โดยโฆษณาว่าได้ดอกเบี้ยสูงอาจทำได้ยาก

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย เปิดเผยผลสำรวจสถานการณ์หนี้ครัวเรือนไทย ปี 2567 จากกลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศ 1,300 คน พบว่า ครัวเรือนไทยมีภาระหนี้สิน

เฉลี่ย 606,378 บาท/ครัวเรือน โดยคิดเป็นสัดส่วนหนึ่งในระบบ ร้อยละ 69.9 และ หนี้นอกระบบ ร้อยละ 30.1 เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 8.4 และเพิ่มสูงสุดตั้งแต่มีการสำรวจในรอบ 16 ปี และสูงสุดเป็นอันดับ 7 ของโลก คิดเป็นร้อยละ 90.4-90.8 ของจีดีพีประเทศ (ฝ่ายนโยบายยุทธศาสตร์ หอการค้าไทย,2567) และหากย้อนดูในปี 2566 สถานการณ์ข้อมูลหนี้สินภาคครัวเรือนจากฐานข้อมูล เครดิตบูโร ณ สิ้นไตรมาส 3/2566 (30 ก.ย. 2566) พบว่า ไตรมาส 3 ปีนี้ มียอดสินเชื่อคงค้างอยู่ที่ 13.55 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน ร้อยละ 3.8 โดยในจำนวนนี้ มีสินเชื่อบ้าน สินเชื่อรถ และสินเชื่อส่วนบุคคล เป็นจำนวนมากที่สุด 3 อันดับแรก ดังนี้ สินเชื่อบ้าน มียอดคงค้าง 4.9 ล้านล้านบาท คิดเป็น 3.5 ล้านบัญชี สินเชื่อรถ มียอดคงค้าง 2.6 ล้านล้านบาท คิดเป็น 6.5 ล้านบัญชี และสินเชื่อส่วนบุคคล มียอดคงค้าง 2.6 ล้านล้านบาท คิดเป็น 31.7 ล้านบัญชี เมื่อแยกจำนวนหนี้ ภาคครัวเรือน และหนี้เสียที่เกิดขึ้นแบ่งตามกลุ่มช่วงวัย หรือ เจเนอเรชัน แล้วพบว่า คนเจน Y (อายุ 25-43 ปี) มีหนี้ครัวเรือนมากที่สุด ขณะเดียวกัน ก็มีหนี้เสียมากที่สุดเช่นกัน เมื่อเทียบกับคนวัยอื่น ๆ

ฝ่ายนโยบายยุทธศาสตร์ หอการค้าไทย (2567) พบว่าในปี 2567 สถานภาพหนี้ครัวเรือนไทย ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 99.7 มีภาระหนี้สิน และอีกร้อยละ 0.3 ไม่มีภาระหนี้สิน โดยหนี้สินส่วนใหญ่ คือ หนี้บัตรเครดิต รองลงมาคือ หนี้ซื้อขายพาหนะ หนี้ส่วนบุคคลเพื่อการอุปโภคบริโภค หนี้ที่อยู่อาศัย หนี้เพื่อการประกอบธุรกิจ และหนี้การศึกษา ขณะเดียวกัน เมื่อเปรียบเทียบรายได้และค่าใช้จ่ายของครัวเรือน ในปัจจุบันพบว่าประชาชนส่วนใหญ่ร้อยละ 46.3 มีรายได้น้อยกว่ารายจ่าย โดยเฉพาะกลุ่มที่มีรายได้ มากกว่า 1-1.5 แสนบาท/เดือน สำหรับหนี้ส่วนบุคคลหรือหนี้บัตรเครดิตนั้น ส่วนใหญ่มีการกู้ไปเพื่อ ใช้จ่ายซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค ซื้อสินค้าคงทนบ้าน รถ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และการประกอบธุรกิจ เป็นต้น โดยในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา ประชาชนราว ร้อยละ 71.1 เคยผิมนัดชำระหนี้ และอีกร้อยละ 28.4 ยังไม่เคย ผิมนัดชำระ ซึ่งปัจจัยที่ทำให้ผิมนัดชำระหนี้มากที่สุดคือ เศรษฐกิจไม่ดี รองลงมาคือรายได้ลดลง สภาพคล่องธุรกิจลดลง ราคาพืชผลเกษตรตกต่ำ ค่าครองชีพเพิ่มสูงขึ้น เป็นต้น

สาเหตุที่ทำให้หนี้ครัวเรือนต่อจีดีพีปีนี้ มีอัตราเพิ่มสูงขึ้นอาจจะไม่ใช่ปัญหาที่บั่นทอนเศรษฐกิจ เพราะจากผลการสำรวจชี้ให้เห็นว่าส่วนใหญ่ กู้เพื่อนำไปลงทุน ประกอบอาชีพ ซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค ซื้อสินทรัพย์คงทน อาทิ บ้าน และรถ ซึ่งเป็นหนี้ที่ทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ดีขึ้น แต่ก็ยอมรับว่าหนี้ครัวเรือน ที่สูงขึ้นส่งผลกระทบต่อจิตวิทยา ด้านความเชื่อมั่นของนักลงทุนจากต่างชาติ ทั้งนี้ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ประเมินว่า เศรษฐกิจไทยในปี 68 มีโอกาสขยายตัวได้ ร้อยละ 3.5-4 ซึ่งการขยายตัวดังกล่าว ส่วนหนึ่งมาจากโมเมนตัมในช่วงปลายปี 67 จากแรงขับเคลื่อนโครงการดิจิทัลวอลเล็ตที่รัฐบาล จะจ่ายเงินให้กับประชาชน (ฝ่ายนโยบายยุทธศาสตร์ หอการค้าไทย,2567)

นอกจากนี้ สมาคมธนาคารไทย (2568) กล่าวว่า ttb analytics ประเมินว่า ประเด็นหนี้ ครัวเรือนไทยในระยะต่อไปยังมีความเปราะบางสูงจาก 3 ปัจจัยหลัก ได้แก่

ปัจจัยแรก: เศรษฐกิจและระดับรายได้ที่เพิ่มขึ้นแม้ภาพรวมเศรษฐกิจไทยปี 2567 จะมีทิศทางดีขึ้นจากปีก่อน โดยได้รับแรงสนับสนุนจากการส่งออกที่กลับมาขยายตัว แต่ด้วยรายได้จากการส่งออกกว่าร้อยละ 90 กระจุกตัวอยู่ในธุรกิจขนาดใหญ่ ทั้งยังมีการกระจุกตัวในมิติของจำนวนแรงงานที่ค่อนข้างสูง ขณะเดียวกันภาคการท่องเที่ยวซึ่งส่วนใหญ่ขับเคลื่อนจากธุรกิจขนาดเล็กกลับมีแนวโน้มฟื้นตัวได้ช้ากว่า ทำให้ฐานะทางการเงินของผู้ประกอบการขนาดเล็กส่วนใหญ่ยังมีความเปราะบางซึ่งอาจกระทบต่อแรงงานที่มีมากถึง ร้อยละ 71 ของแรงงานทั่วประเทศ ส่งผลให้ครัวเรือนบางส่วนอาจต้องกู้ยืมเพิ่มเติมเพื่อทดแทนสภาพคล่องที่หายไป

ปัจจัยที่สอง: ต้นทุนทางการเงินสูงกว่าในอดีตโดยในช่วงวิกฤตโควิด-19 เป็นจังหวะที่นโยบายทางการเงินผ่อนคลายและอัตราดอกเบี้ยนโยบายลดลงต่ำสุดเป็นประวัติการณ์ ส่งผลให้การประเมินฐานะทางการเงินและความสามารถในการชำระหนี้ของลูกหนี้ต่ำกว่าความเป็นจริง ซึ่งเมื่อต้นทุนการกู้ยืมปรับตัวสูงขึ้นต่อเนื่องสู่ระดับสูงสุดนับตั้งแต่ปี 2566 โดยเฉพาะสินเชื่อรายย่อยที่มีความอ่อนไหวต่อการปรับขึ้นของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ จึงส่งผลกระทบต่อความสามารถในการชำระหนี้ ทำให้ลูกหนี้มีแนวโน้มผิดนัดชำระหนี้ในอัตราเร่งชัดเจนขึ้นนอกจากนั้นภาระหนี้ที่ถูกพักหรือเลื่อนออกไปก่อนหน้าจากผลของมาตรการช่วยเหลือลูกหนี้รายย่อยในช่วงที่เกิดวิกฤตจะถูกนำมาคิดทบทวน และมีส่วนทำให้ระดับหนี้ครัวเรือนในภาพรวมมีแนวโน้มปรับลดลงช้ากว่าปกติ

ปัจจัยที่สาม: พฤติกรรมการก่อหนี้โดยขาดวินัยทางการเงินที่ดีแม้การเพิ่มขึ้นของระดับหนี้ครัวเรือนจะสามารถกระตุ้นการบริโภคได้ในระยะสั้น แต่หนี้ที่สูงเกินระดับ ร้อยละ 80 ต่อ GDP ไม่เพียงส่งผลกระทบต่อการบริโภคแล้ว แต่จะส่งผลกระทบต่อการเติบโตของเศรษฐกิจในระยะยาว

ทั้งนี้ หนี้ครัวเรือนต่อ GDP ของไทยเกินร้อยละ 80 ต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2558 และเกือบ 1 ใน 3 เป็นการก่อหนี้เพื่อการอุปโภคบริโภคอย่างสินเชื่อส่วนบุคคลและสินเชื่อบัตรเครดิต หรือเรียกได้ว่าเป็นหนี้ที่ไม่สร้างรายได้ (Non-Productive Loan) ซึ่งค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับประเทศใกล้เคียงอย่างมาเลเซียและจีนที่ ร้อยละ 14 และร้อยละ 13 ตามลำดับ โดยเฉพาะในระยะหลัง การขยายตัวของสินเชื่อที่ไม่สร้างรายได้ รวมถึงความต้องการหนี้นอกระบบเพิ่มสูงขึ้นอย่างมีนัย สะท้อนการสร้างหนี้อย่างผิดวัตถุประสงค์ และพฤติกรรมการก่อหนี้โดยขาดวินัยทางการเงินที่ดี ซึ่งหนี้ประเภทดังกล่าวจะต้องเผชิญกับอัตราดอกเบี้ยที่สูงกว่ามาก และเสี่ยงก่อให้เกิดเป็นกับดักหนี้ไม่สิ้นสุด ทำให้การลดลงของหนี้ครัวเรือนเป็นเรื่องค่อนข้างยาก (สมาคมธนาคารไทย, 2568)

โดยสรุป ปรากฏการณ์ที่เศรษฐกิจฐานรากยังฟื้นตัวไม่ทั่วถึงและแข็งแกร่ง ความสามารถในการชำระหนี้ของลูกหนี้ก็อาจจะยังไม่กลับมาเป็นปกติ และคาดว่าภาระหนี้ที่สูงจะยังคงเป็นปัจจัยฉุดรั้งเศรษฐกิจต่อไป ฉะนั้นแล้ว การดำเนินการแก้ปัญหาหนี้ครัวเรือนอย่างยั่งยืนและเป็นระบบมีความจำเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะการยกระดับมาตรฐานกระบวนการให้สินเชื่อและการปฏิบัติกับลูกหนี้อย่างเป็นธรรม

(Responsible Lending) ครอบคลุมตลอดวงจรหนี้ของลูกหนี้ ควบคู่ไปกับมาตรการสนับสนุนให้มีการคิดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ตามความเสี่ยง (Risk-Based Pricing) เพื่อกระตุ้นการปรับวินัยทางการเงินของครัวเรือนให้ดีขึ้น เพิ่มช่องทางการเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้อย่างเหมาะสม ซึ่งเป็นแนวทางสำคัญที่จะช่วยบรรเทาปัญหาหนี้สินของครัวเรือนไทยได้ในระยะยาว

จากที่กล่าวมาข้างต้น การแก้ปัญหาหนี้สินจึงเป็นทางออกเดียวที่ประชาชนต้องตระหนักถึงและนำไปปฏิบัติ แต่ด้วยสถานการณ์บีบบังคับต่าง ๆ จึงอาจทำให้ประชาชนไม่มีการวางแผนอย่างเป็นระบบในการแก้ปัญหาหนี้สิน หากมีการวางแผนแล้วนั้นการลดภาระหนี้สินสามารถทำได้ง่ายขึ้น หากมีการวางแผนการเงินอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการประเมินสถานการณ์ทางการเงิน สร้างงบประมาณจัดลำดับความสำคัญในการชำระหนี้ หรือการปรับพฤติกรรมการใช้จ่าย รวมไปถึงการวางแผนการเงินระยะยาว การเตรียมเงินไว้ในยามฉุกเฉิน การนำเคล็ดลับเหล่านี้ไปใช้จะสามารถปลดหนี้ได้อย่างมั่นใจและสร้างความมั่นคงทางการเงินในอนาคตได้อีกด้วย(ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2567) ซึ่งบริษัทที่มีการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการบริหารจัดการหนี้สินในประเทศไทย มีเป็นจำนวนมากที่พร้อมให้คำปรึกษาไม่ว่าจะเป็นธนาคาร บริษัทสินเชื่อขนาดกลางขนาดย่อม ไปจนถึงบริษัทบริหารสินทรัพย์ ธุรกิจเหล่านี้ล้วนต้องให้ความสำคัญกับประเด็นการประเมินความยั่งยืนและผลกระทบทางจริยธรรมของการลงทุนในบริษัทหรือธุรกิจ แนวคิดนี้ได้รับความสนใจอย่างมากในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา เนื่องจากนักลงทุนและผู้บริโภคต่างให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ESG เป็นแนวคิดการดำเนินธุรกิจที่มุ่งเน้นความยั่งยืนโดยไม่หวังผลกำไรเพียงอย่างเดียว แต่คำนึงถึง 3 ปัจจัยหลัก คือ ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล ซึ่งปัจจุบัน ESG ได้รับความนิยมนักลงทุนทั่วโลก เนื่องจากเป็นแนวคิดที่นักลงทุนใช้ประกอบการพิจารณาการลงทุน โดยจะให้ความสำคัญกับการทำธุรกิจ ซึ่งบทความนี้จะนำเสนอในประเด็นเกี่ยวกับ ESG แนวคิดการดำเนินธุรกิจที่มุ่งเน้นความยั่งยืน (Sustainability) การบริหารหนี้อย่างยั่งยืนด้วยแนวคิด ESG และกรณีตัวอย่าง

ESG แนวคิดการดำเนินธุรกิจที่มุ่งเน้นความยั่งยืน (Sustainability)

แนวคิด ESG เริ่มต้นในช่วงทศวรรษ 1970-1980 เมื่อโลกเริ่มตระหนักถึงผลกระทบจากการพัฒนาอุตสาหกรรมต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม เหตุการณ์สำคัญหลายครั้ง เช่น ภัยพิบัติในบาโฮพาล (Bhopal Disaster) ในปี 1984 ที่เกิดการรั่วไหลของสารเคมีพิษจนเกิดความเสียหายต่อชีวิตและสุขภาพของผู้คนนับพัน และ เหตุการณ์น้ำมันรั่วจากเรือ Exxon Valdez ในปี 1989 ซึ่งเกิดอุบัติเหตุชนกับโขดหินนอกชายฝั่งอลาสกา ทำให้น้ำมันดิบปริมาณมหาศาลรั่วไหลลงทะเล และสร้างความเสียหายต่อระบบนิเวศทางทะเล เหตุการณ์เหล่านี้เป็นเพียงแค่อะไหล่ส่วนหนึ่งที่ส่งผลให้เกิดความต้องการของสังคมในวงกว้างที่ธุรกิจจะต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น โดยไม่เพียงคำนึงถึงกำไร แต่ยังคงพิจารณาถึงผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมด้วย

ในปี 2004 ธนาคารโลกและสถาบันการเงินชั้นนำได้เผยแพร่รายงานชื่อ Who Cares Wins ซึ่งชูแนวคิด ESG ขึ้นเป็นประเด็นสำคัญในระดับโลก โดยระบุว่าแนวทางการประเมินความเสี่ยงและโอกาสทางการเงินควรพิจารณาจากเกณฑ์ ESG ด้วย บริษัทที่มีคะแนน ESG สูงจะมีศักยภาพในการจัดการกับความท้าทายต่าง ๆ ได้ดีกว่า และยังสามารถสร้างผลตอบแทนที่มั่นคงในระยะยาว (บริษัท ออปติไวส์ จำกัด, 2567)

“E” Environment หรือ สิ่งแวดล้อม ความหมายของ E จากแนวคิด ESG ย่อมาจากคำว่า Environment หรือ การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งในปัจจุบันนี้ปัญหาทางสิ่งแวดล้อมหลาย ๆ อย่าง ต่างก็เป็นผลมาจากการดำเนินธุรกิจด้วยกันทั้งสิ้น ไม่ว่าจะใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติมากน้อย เพียงใดก็ตาม จึงนำมาสู่การบริหารจัดการการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้คุ้มค่า และส่งผลเสียต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ดังนั้น จึงนำมาสู่การประเมินจากตัวชี้วัดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ การปล่อยก๊าซเรือนกระจก พลังงาน น้ำ ขยะ มลพิษทางอากาศ ความหลากหลายทางชีวภาพ น้ำแร่ และการปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อม

“S” Social หรือ สังคม โดยความหมายของ S ของ ESG ก็มาจากคำว่า Social หรือก็คือการจัดการด้านสังคม ซึ่งถือว่ามีความสัมพันธ์กันทั้งภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งธุรกิจที่ดีจะต้องมีความสัมพันธ์อันดีต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างราบรื่น และได้รับความไว้วางใจต่อนักลงทุน รวมถึงลูกค้าที่เลือกใช้สินค้าหรือบริการ โดยเกณฑ์ที่ใช้ประเมินก็มีความหลากหลายเช่นกัน อาทิ การบริหารจัดการพนักงาน การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ วัฒนธรรมองค์กร อาชีวอนามัยและความปลอดภัย สิทธิมนุษยชน การมีส่วนร่วมของชุมชน การพัฒนาชุมชนโดยรอบและการตั้งถิ่นฐานใหม่ของชนพื้นเมือง

“G” Governance หรือ ธรรมาภิบาล G จากแนวคิด ESG ย่อมาจาก Governance หมายถึง การจัดการด้านธรรมาภิบาล หรือบรรษัทภิบาล โดยจะมุ่งเน้นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้เห็นถึงการให้ความสำคัญและการต่อต้านการทุจริตในทุกรูปแบบ โดยต้องมีการตรวจสอบการดำเนินงาน เพื่อผลประโยชน์ที่เป็นธรรมต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งหลัก ๆ แล้วคือการเปิดเผยนโยบายและข้อมูลอย่างตรงไปตรงมา อาทิ ธรรมาภิบาลความยั่งยืน จริยธรรมทางธุรกิจ การพัฒนาสู่ดิจิทัล การบริหารจัดการซัพพลายเออร์ การดูแลลูกค้าและผลิตภัณฑ์ การเท่าเทียมทางเศรษฐกิจ การบริหารความเสี่ยง การบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ ความเป็นส่วนตัวของข้อมูล และความปลอดภัยทางไซเบอร์ การจัดการด้านภาษี โครงสร้างผู้บริหาร ความปลอดภัยของข้อมูลทางไซเบอร์ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะทำให้เห็นถึงความโปร่งใสของธุรกิจ ที่บางองค์กรอาจจะใช้วิธีการเปิดเผยข้อมูลคาร์บอนฟุตพริ้นท์ (Carbon Footprint) เป็นต้น (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2567)

ดังนั้นเมื่อพูดถึงความยั่งยืนและ ESG ไม่ใช่แค่การรักษ์โลก แต่ยังคงครอบคลุมหลายมิติ ESG ยังเป็นหลักการบริหารความยั่งยืนที่ครอบคลุมหลากหลาย และหนึ่งในนั้นคือปัญหาความเหลื่อมล้ำ

ทางสังคม ที่กระทบต่อการพัฒนาระบบเศรษฐกิจที่ยั่งยืน ความเหลื่อมล้ำในสังคมทำให้เกิดการแก่งแย่งเอาเปรียบกันในสังคม ไม่ได้เกิดจากการแข่งขันกันด้วยความสามารถ แต่เกิดจากการมีกฎกติกาที่ไม่เป็นธรรม มีการทุจริตคอร์รัปชัน ใช้อำนาจในการเอาเปรียบ ซึ่งความเหลื่อมล้ำนี้เป็นอุปสรรคในการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพราะผู้ที่ชนะการแข่งขันก็จะมาด้วยวิธีการที่ไม่โปร่งใส ได้คนที่ไม่มีศักยภาพที่แท้จริง มีข้อมูลชุดหนึ่งที่สะท้อนความเป็นมาในสังคม คือ ข้อมูลหนี้ครัวเรือนกับสภาวะความเหลื่อมล้ำที่มีอยู่ในสังคมไทย ซึ่งชี้ไปในทิศทางที่ว่า ประชากรไทยในสัดส่วนที่มากขึ้นเรื่อย ๆ กลุ่มผู้มีรายได้ต่ำและปานกลาง กำลังถูกแรงกดดันจากสภาวะทางเศรษฐกิจในหลายด้านจนรองรับไม่ไหวและถูกกดดันให้กลายเป็นกลุ่มคนจน ซึ่งถูกทอดทิ้งไว้ข้างหลังกระบวนการพัฒนา (สันติ ชัยศรีสวัสดิ์สุข, 2567)

การบริหารหนี้ที่ยั่งยืนด้วยแนวคิด ESG

การบริหารหนี้ด้วยแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน (ESG) มุ่งไปที่การจัดการด้านสังคม เป็นประเด็นเกี่ยวกับธุรกิจที่ดีจะต้องมีความสัมพันธ์อันดีต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างราบรื่น และได้รับความไว้วางใจต่อนักลงทุน รวมถึงลูกค้าที่เลือกใช้สินค้าหรือบริการ และการจัดการด้านธรรมาภิบาล หรือบรรษัทภิบาล โดยจะมุ่งเน้นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้เห็นถึงการให้ความสำคัญและการต่อต้านการทุจริตในทุกรูปแบบ โดยต้องมีการตรวจสอบการดำเนินงาน เพื่อผลประโยชน์ที่เป็นธรรมต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งหลัก ๆ แล้วคือการเปิดเผยนโยบายและข้อมูลอย่างตรงไปตรงมา อาทิ ธรรมาภิบาลความยั่งยืน จริยธรรมทางธุรกิจ การพัฒนาสู่ดิจิทัล การบริหารจัดการซัพพลายเออร์ การดูแลลูกค้าและผลิตภัณฑ์ การเท่าเทียมทางเศรษฐกิจ การบริหารความเสี่ยง การบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ เช่นการบริหารจัดการหนี้ของบริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) หรือ BAM (Bangkok Commercial Asset Management PCL: BAM) ที่ประกอบธุรกิจด้านการบริหารจัดการสินทรัพย์ด้วยคุณภาพ โดยมีส่วนช่วยเหลือลูกหนี้และแก้ไขปัญหาสถาบันการเงิน สิ่งที่ยึดมั่นเพื่อให้ประสบความสำเร็จมาจากนโยบายแห่งความดี 5 ประการ ได้แก่ ดีต่อประเทศชาติ ดีต่อสังคม ดีต่อลูกค้า ดีต่อผู้ถือหุ้น และดีต่อพนักงาน นอกจากนี้ยังยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนรวมทั้งการต่อต้านทุจริตและประพฤติมิชอบ เพื่อนำ BAM ไปสู่ความเชื่อมั่น ไว้วางใจ และพร้อมในการดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน (ESG) อย่างต่อเนื่องต่อไปในอนาคต

กรณีตัวอย่างการประนอมหนี้ของ BAM

กรณีที่ 1 ลูกค้าจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นเจ้าของไร่อ้อย เกิดหนี้เสียถูกขายทอดตลาดจำนวน 10 ไร่ โดยไม่ยอมย้ายออก และ BAM ได้ทราบสาเหตุที่ไม่ยอมย้ายเพราะไม่มีที่ไป จึงเสนอแนวทางให้ BAM งดฟ้องขับไล่ เนื่องจากหากฟ้อง ทางBAM ก็จะมีค่าใช้จ่ายและต้องเสียเวลากว่าที่จะจบ

กระบวนการทางศาล จึงได้เสนอแนวทางโดยตัดขายให้ลูกค้าไป 1 ไร่ และให้ผ่อนเดือนละ 300-400 บาท ตามกำลัง สู้สุดท้ายลูกค้ารับข้อเสนอนี้โดยไม่ต้องเดือดร้อนเพราะยังมีที่อยู่ ขณะที่ทางBAM ไม่ต้องเสียเงินและเสียเวลา แล้วยังได้ลูกค้ารายนั้นมาช่วยดูแลไร่อ้อยอีก 9 ไร่ด้วย เรียกว่า ได้ประโยชน์ร่วมกันทั้งคู่

กรณีที่ 2 ลูกค้าจังหวัดสงขลา ไม่ได้ฟ้องขับไล่ เพราะดูจากสภาพบ้านแล้วเป็นบ้านที่ดี และมีการดูแลเอาใจใส่ และลูกค้าอยู่บ้านนี้มานาน โดยเมื่อวิเคราะห์สาเหตุที่ลูกค้าไม่จ่ายหนี้ เพราะรอเงินจากการขายที่ดินอื่น เมื่อขายได้แล้วจะรีบมาจ่ายBAM จึงเชิญเข้ามาประนอมหนี้ เช่นสัญญาให้สามารถทยอยจ่ายได้ก่อน โดยการเจรจาเป็นไปด้วยดี สามารถทยอยจ่ายได้โดยไม่ต้องจ่ายทั้งก้อน

กรณีที่ 3 ลูกค้าจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยBAM ได้คอนโดฯ มาจากการถูกธนาคารยึดขายทอดตลาด แล้วถูกขายมายังBAM โดยลูกค้าได้ทราบราคาโดยได้ถูกขายมาที่ BAM แต่ไม่รู้ว่าต้องทำอะไร BAMจึงได้แนะนำโดยให้ผ่อนตามกำลังเดือนละ 2,000-3,000 บาท คิดดอกเบี้ยที่ MLR-3% เนื่องจาก BAMมีแนวคิดว่าจะดูแลลูกค้าหรือลูกค้าเสมือนเป็นลูกค้าชั้นดี โดยเมื่อได้เข้ามาปรึกษากับBAM ลูกค้ารายนี้จึงเห็นหนทางที่จะได้คอนโดฯกลับคืนมาอย่างเป็นรูปธรรม และมีกำลังใจในการดำเนินชีวิตต่อไป (ทองอุไร ลิ้มปิติ, 2567)

นอกจากนี้ยังมีประเด็นของการหยิบหลักการ ESG มาใช้ เป็นแก่นในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนในอนาคต เช่น บริษัท Microfinance ที่ต้องปล่อยสินเชื่อให้กลุ่มผู้มีรายได้น้อย เพื่อนำไปทำธุรกิจการค้าซึ่งเดิมมีต้นแบบมาจาก การรวมตัวกันของผู้มีรายได้น้อยมารวมกลุ่มกันมาเพื่อขอสินเชื่อ สมาชิกกลุ่มต้องประชุมกับพนักงานธนาคารทุกสัปดาห์เพื่อจ่ายคืนเงินกู้เป็นยอดตายตัว และสมาชิกต้องช่วยกันตรวจสอบการใช้เงินกู้ของสมาชิกแต่ละคน ซึ่งสิ่งนี้เราเรียกว่า การค้าประกันโดยใช้หลักทรัพย์ทางสังคม (Social collateral) ผลลัพธ์คืออัตราการชำระเงินกู้ตรงตามเวลาของสมาชิกสูงถึง 98 % (สำนักข่าวอีไฟแนนซ์ไทย,2567)

ในด้านของการเงิน มีแนวคิดกลยุทธ์การเงินสีเขียว (Green Finance) หรือ การเงินเพื่อความยั่งยืน เป็นตัวช่วยสำคัญที่นำมาสู่ความยั่งยืนในทุกองค์กร ผ่านกลไก ESG (Environmental (สิ่งแวดล้อม), Social (สังคม), Governance (ธรรมาภิบาล) โดยกลยุทธ์การเงินสีเขียวนี้มุ่งเน้นที่ Governance ซึ่งเป็นการดำเนินธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับการทำธุรกรรมทางการเงินอย่างตรงไปตรงมา โปร่งใส ตรวจสอบได้ ในมิติทางการเงินทุน สิ่งสำคัญคือ แหล่งที่มาของเงินทุน ต้นทุนของเงินทุน และการบริหารจัดการเงินดังกล่าวให้อยู่ในเส้นทางของธุรกิจ ไม่ใช่เงินผิดประเภท ในมุมมองเงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัย (Post-Finance)สถาบันที่ให้บริการทางการเงินต้องพิจารณาภายใต้วินัยทางการเงินที่เหมาะสมกับลูกค้า ทั้งยังร่วมมือกันหาแนวทางปฏิบัติให้ลูกค้าสามารถทำธุรกรรมการเงินได้อย่างสะดวก ปลอดภัย ถูกต้องตามระเบียบข้อกำหนดทางการเงิน สร้างฐานข้อมูลที่เป็นระบบ เข้าถึงได้ และมีมาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลของสถาบันการเงิน เพื่อให้ทุกกิจกรรมมีความโปร่งใส และตรวจสอบได้(จรัญ เกสร,2567)

ข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษา

จากการศึกษาข้างต้น ผู้ศึกษาได้สังเคราะห์แนวคิดและกระบวนการ จนได้แผนภาพการบริหารหนี้ด้วยอย่างยั่งยืนกับแนวคิด ESG ซึ่งทั้ง 3 องค์ประกอบนี้ เป็นองค์ประกอบหลักในการบริหารหนี้ ซึ่งทั้งสถาบันที่ให้บริการทางการเงินและลูกหนี้ ต้องใช้แนวคิด ESG ทั้งคู่ เพื่อร่วมกันแก้ปัญหาหนี้สินได้อย่างยั่งยืน ซึ่งเรียกแนวทางการบริหารหนี้ด้วยอย่างยั่งยืนนี้ว่า “DEC Sustainable Debt Management (DSDM)” มีดังนี้

1) ลูกหนี้ (Debtor) ในส่วนของลูกหนี้เอง ต้องดำเนินธุรกิจโปร่งใส มีวินัยในการใช้จ่าย มีการวางแผนการเงินอย่างเป็นระบบ ธุรกรรมทางการเงินตรงไปตรงมา ตรวจสอบได้ และมีการผ่อนชำระอย่างต่อเนื่อง

2) สถาบันการเงิน (Creditor) สถาบันการเงิน (ธนาคาร โฟแนนซ์ ไมโครไฟแนนซ์) ให้บริการอย่างเป็นธรรม ตั้งแต่กระบวนการปล่อยสินเชื่อ จนถึงกระบวนการประណหนี้ สถาบันการเงินต้องสนับสนุนลูกค้าทุกกลุ่มให้สามารถเปลี่ยนผ่านธุรกิจสู่ความยั่งยืนด้วยองค์ความรู้ และโซลูชันทางการเงินที่ยั่งยืน

3) แนวคิด แนวคิด ESG ที่กล่าวถึงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล คือ การดำเนินธุรกิจที่รับผิดชอบต่อสังคมสิ่งแวดล้อมและธรรมาภิบาล มากขึ้น ESG เป็นแนวคิดการดำเนินธุรกิจที่มุ่งเน้นความยั่งยืน

สรุป

การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันให้ความสำคัญกับประเด็น ESG ไม่เพียงเป็นการตัดสินใจที่ช่วยสร้างผลตอบแทนในเชิงการเงิน แต่ยังช่วยส่งเสริมให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเชิงบวกต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การดำเนินธุรกิจแบบนี้จึงกลายเป็นแนวทางใหม่ที่ทั่วโลกกำลังมุ่งเน้น โดยเชื่อว่าความยั่งยืนจะเป็นกุญแจสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจเติบโตอย่างแข็งแกร่งในอนาคต

แม้แต่ในธุรกิจที่เกี่ยวกับสถาบันการเงิน การให้บริการทางการเงิน การบริหารสินทรัพย์ล้วนให้ความสำคัญกับการบริการทางการเงินโดยคำนึงถึงและเชื่อมโยงกับมิติด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) ควบคู่ไปกับมิติด้านเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะเป็นตั้งแต่ต้นทาง คือการให้สินเชื่อตามแนวทาง “การให้สินเชื่ออย่างรับผิดชอบต่อสังคม” (Responsible Lending) โดยมุ่งเน้นการสนับสนุนธุรกิจหรือธุรกรรมที่สร้างผลลัพธ์เชิงบวก สร้างคุณค่าและประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนในระยะยาว อาทิ การลงทุนเพื่อส่งเสริมการจ้างงาน การสร้างรายได้ และพัฒนาการทางเศรษฐกิจและสังคม การพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัล รวมไปถึงการสนับสนุนธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อมุ่งสู่สังคมและเศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ ซึ่งการให้สินเชื่อตลอดจนการบริหารจัดการหนี้สินอย่างรับผิดชอบต่อสังคมและพิจารณามิติด้าน ESG ยังช่วยป้องกันความเสี่ยงขององค์กรทั้งในด้าน

การเงิน การปฏิบัติงาน ซื่อสัตย์ และการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ ตลอดจนส่งเสริมให้ภาคธุรกิจและสังคมพัฒนาและเติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป

การนำแนวคิด ESG มาประยุกต์ใช้ในองค์กร ไม่เพียงแต่ช่วยสร้างความยั่งยืน แต่ยังเป็นการสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว องค์กรที่สามารถปรับตัวและดำเนินธุรกิจ อย่างรับผิดชอบจะได้รับความเชื่อมั่นจากผู้บริโภคและนักลงทุน ซึ่งส่งผลดีต่อการเติบโตในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

- จรัญ เกสร.(2567). *มองการเงินเพื่อความยั่งยืนผ่านกลไก ESG*. สืบค้นเมื่อ 22 มกราคม 2568, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/blogs/environment/1124466>.
- ทองอุไร ลิ้มปิติ. (2567). *เปิดเส้นทาง 25 ปี BAM พลิกฟื้นสินทรัพย์ก้าวสู่องค์กรดิจิทัล*. สืบค้นเมื่อ 15 มกราคม 2568, จาก <https://moneyandbanking.co.th/2024/129274/>.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย.(2567). *การบริหารหนี้สิน*. สืบค้นเมื่อ 11 ธันวาคม 2567, จาก <https://www.bot.or.th/th/satang-story/managing-debt/debt-mgt.html>
- บริษัท ออปติไวส์ จำกัด. (2567). *อีเอสจี คืออะไร? สำคัญอย่างไรในธุรกิจยุคปัจจุบัน*. สืบค้นเมื่อ 11 ธันวาคม 2567, จาก <https://www.optiwise.io/th/blog/92/esg>.
- ฝ่ายนโยบายยุทธศาสตร์ หอการค้าไทย.(2567). *ผลสำรวจภาวะหนี้ครัวเรือนไทย 2567*. สืบค้นเมื่อ 11 ธันวาคม 2567, จาก <https://www.thaichamber.org/news/view/87/3142>.
- สมาคมธนาคารไทย. (2568). *หนี้ครัวเรือนไทยจ่อเร่งตัวแตะ 91.4% ต่อ GDP ภายในสิ้นปี 2567 หนี้บัตรเครดิต ลีสซิ่ง และสินเชื่อส่วนบุคคล โตเร็วสุดในรอบทศวรรษ*. สืบค้นเมื่อ 20 มกราคม 2568, จาก <https://www.tba.or.th/>.
- สันติ ชัยศรสวัสดิ์สุข.(2567). *ภาระหนี้สินครัวเรือนและความเหลื่อมล้ำกับการพัฒนาที่ยั่งยืน*. สืบค้นเมื่อ 20 มกราคม 2568, จาก <https://thaipublica.org/2023/12/nida-sustainable-move63/>.
- สำนักข่าวอีไฟแนนซ์ไทย. (2567). *ถอดสมการปัญหา“หนี้ครัวเรือนไทย” แก้อย่างไรให้ยั่งยืนตามหลักการ ESG*. สืบค้นเมื่อ 11 มกราคม 2568, จาก <https://www.efinancethai.com/sustainability/sustainability-main>.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2567). *การพัฒนาอย่างยั่งยืนตามแนวคิด ESG*. สืบค้นเมื่อ 20 มกราคม 2568, จาก https://en.sme.go.th/upload/mod_download/download-20231227095401.pdf.