



LAWASRIJOURNAL

วารสารละศรี

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
Thepsatri Rajabhat University



ปีที่ 9 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2568)
Online ISSN: 2730-3748

วัตถุประสงค์

เพื่อเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ผลงานวิจัยและบทความวิชาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ของคณาจารย์ นักวิชาการ และนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา ทั้งภายในและภายนอกสถาบัน โดยมีขอบเขตเนื้อหาในสาขาการบัญชี สาขาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ สาขาการตลาด สาขาพฤติกรรมองค์กรและการจัดการทรัพยากรมนุษย์

เจ้าของ

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

กำหนดออกเผยแพร่

ปีละ 2 ฉบับ: ฉบับที่ 1 (มกราคม –มิถุนายน); ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม –ธันวาคม)

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรพจน์ จุลสวัสดิ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรุณี เจริญทรัพย์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์นันทรัฐ บำรุงเกียรติ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สราวุฒิ แนนเนียร

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

นายพนพล มีคุณ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

กองบรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ เรือโท ดร.ทวีศักดิ์ รูปสิงห์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

รองศาสตราจารย์ ดร.สิทธิ อีธรรม

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.บุญทวรรณ วิงวอน

มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

รองศาสตราจารย์ ดร.รัฐจวน ประวัติเมือง

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

รองศาสตราจารย์ ดร.อรสา เตติวัฒน์

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

รองศาสตราจารย์ ดร.วันทนา เนาว์วัน

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

รองศาสตราจารย์ ดร.พิชามพ พันธุ์แพ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

รองศาสตราจารย์ ดร.ประเสริฐ เรือนนระการ

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

รองศาสตราจารย์ ดร.กาสัก เต๊ะขันหมาก

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

รองศาสตราจารย์ ดร.พรชนก ทองลาด

มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

รองศาสตราจารย์ ดร.เพชร บุดสีทา

มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

เลขานุการ

นางพินรัตน์ โพธิ์เจริญ

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

นางสาวลดาวัลย์ อางชน

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

นางสาวนภาพร คนโทเงิน

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

ติดต่อสอบถามรายละเอียดได้ที่

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

321 ถ.นารายณ์มหาราช ต.ทะเลชุบศร อ.เมืองลพบุรี จ.ลพบุรี

โทรศัพท์/โทรสาร 0 3677 6581

E-mail: lawasri63@gmail.com

คณะกรรมการกลั่นกรองบทความ (Peer Review Committee)

ผู้ทรงคุณวุฒิจากภายนอก

รองศาสตราจารย์ ดร.สืบชาติ อันทะไชย	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
รองศาสตราจารย์ ดร.ดวงสมร รุ่งสวรรค์โพธิ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
รองศาสตราจารย์ ดร.วันทนา เนาว์วัน	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
รองศาสตราจารย์ ดร.สุดาพร กุณพลบุตร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
รองศาสตราจารย์ เรือโท ดร.ทวีศักดิ์ รูปสิงห์	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
รองศาสตราจารย์ ดร.พิมม์ญภัทร สุพรรณพงศ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นภดล แสงแข	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นภาพร อุ่นปรีชาวนิชย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลวิณี วุฒิก	มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จันจิราภรณ์ ปานยิณี	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษรา บรรจงการ	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประสิทธิ์พร เก่งทอง	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รพีพรรณ พงษ์อินทร์วงศ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

ผู้ทรงคุณวุฒิจากภายใน

รองศาสตราจารย์ ดร.ศศิธร วชิรปัญญาพงศ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุกัญญา พยุงสิน	มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

บทบรรณาธิการ

วารสารละศรีเป็นวารสารวิชาการที่จัดทำโดยสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏ เทพสตรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัยและบทความที่ครอบคลุมทางด้านสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ของคณาจารย์ นักวิชาการและนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาทั้งภายในและภายนอกสถาบัน และเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนข่าวสาร สารสำคัญ ประสบการณ์ด้านการวิจัย ให้แก่นักวิจัย นักวิชาการ และบุคคลทั่วไปที่สนใจโดยมีขอบเขตเนื้อหา โดยมีขอบเขตเนื้อหาในสาขาการบัญชี สาขาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ สาขาการตลาด สาขาพฤติกรรมองค์กรและการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยบทความวิจัยและบทความวิชาการ

สำหรับฉบับนี้มีบทความที่มีเนื้อหาสาระอันเป็นประโยชน์ ทุกบทความได้ผ่านการพิจารณา กลั่นกรองอย่างรอบคอบและรอบด้านเพื่อให้เกิดความถูกต้องและลุ่มลึกจากผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญในศาสตร์สาขาวิชานั้น ๆ ทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย

การจัดทำวารสารฉบับนี้ สำเร็จได้ด้วยความร่วมมืออย่างดียิ่ง ทั้งจากผู้นิพนธ์ที่ได้เขียนบทความ ผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้ความอนุเคราะห์ในการพิจารณาบทความ กองบรรณาธิการ คณะทำงาน ตลอดจนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรพจน์ จุลสวัสดิ์
บรรณาธิการวารสารละศรี

สารบัญ

กองบรรณาธิการ	(1)
คณะกรรมการกลั่นกรองบทความ (Peer review Committee)	(3)
บทบรรณาธิการ	(4)
สารบัญ	(5)
บทความวิจัย	
ปัจจัยการทำงานเป็นทีมที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ องค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดฉะเชิงเทรา <i>พัทธนันท์ ธาระสาร, ประสาน นันทะเสน</i>	1
ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ความไว้วางใจ คุณภาพการให้บริการ ที่ส่งผล ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 <i>สิทธิพร ศิริสิทธิ์, ลัสดา ยาวิละ, รัตนา สิทธิอ่วม</i>	14
โมเดลการจัดการองค์การยุคใหม่สำหรับภาคอุตสาหกรรมการผลิตในพื้นที่จังหวัด ภาคตะวันออก <i>เบญจพนธ์ มีเงิน</i>	29
ความสามารถด้านผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาสกลนคร เขต 1 <i>อดิสร ทองดี, สรรชัย ชูชีพ, ภูวดล จุลสุคนธ์</i>	47
การพัฒนาการตลาดออนไลน์ของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบนฐานทรัพยากรกล้วยไข่ จังหวัดกำแพงเพชร <i>รัชวีวรรณ บุญอนันท์, พัตราภรณ์ อารีเอื้อ, เยาวนาถ บางศรี</i>	64
ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา มัธยมศึกษาสระบุรี <i>อิทธินันท์ พันธุ์แก้ว, เฉลิมชัย หาญกล้า, ภัสยกร เลาสวัสดิ์กุล</i>	76
ภาคผนวก	88
ขั้นตอนการดำเนินงานวารสาร	89
คำแนะนำสำหรับผู้เขียนที่สนใจ	90
การจัดรูปแบบหน้ากระดาษวารสารละศรี	92
รูปแบบการอ้างอิงแทรกในเนื้อหาและการเขียนอ้างอิง	97

ปัจจัยการทำงานเป็นทีมที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่
องค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดฉะเชิงเทรา
Teamwork-related Factors Influencing the Work Performance
of Sub-district Administrative Organization Officers
in Chachoengsao Province

พัทธนันท์ ธนะสาร^{1*}, ประสาน นันทะเสน²
Pattanan Thanasarn^{1*}, Prasarn Nuntasen²

Received: September 22, 2025 Revised: November 14, 2025 Accepted: November 27, 2025

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้านี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับปัจจัยการทำงานเป็นทีมของเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดฉะเชิงเทรา 2) ศึกษาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดฉะเชิงเทรา และ 3) ศึกษาปัจจัยการทำงานเป็นทีมที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดฉะเชิงเทรา การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในองค์การบริหารส่วนตำบลทั้ง 93 แห่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) รวมทั้งสิ้นจำนวน 354 คน แบบสอบถามมีความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha Coefficient) เท่ากับ 0.93 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบปกติ (Enter Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการทำงานเป็นทีมโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.48) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการไว้วางใจซึ่งกันและกันมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.35$, S.D. = 0.46) รองลงมาคือด้านการมอบหมายงานตามบทบาทหน้าที่ ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.50) ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.51) โดยด้านการให้บริการประชาชนมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยการทำงานเป็นทีม ได้แก่ ด้านการมอบหมายงานตามบทบาทหน้าที่ ด้านการสื่อสารกันอย่างเปิดเผย ด้านการไว้วางใจซึ่งกันและกัน และด้านการยอมรับนับถือ มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่า $R^2 = 0.607$ หรือสามารถอธิบายความแปรปรวนของประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานได้ร้อยละ 60.7 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย คือหน่วยงานควรส่งเสริมให้เจ้าหน้าที่ทุกระดับมีการสื่อสารกันอย่างเปิดเผยและสร้างความไว้วางใจซึ่งกันและกัน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานร่วมกัน นอกจากนี้ ควรจัดอบรมหรือกิจกรรมทีมสัมพันธ์ (Team Building) อย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างความร่วมมือและทัศนคติที่ดีต่อทีม อีกทั้งควรกำหนดระบบการมอบหมายงานที่ชัดเจนตามบทบาทหน้าที่ เพื่อให้การดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบลมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: การทำงานเป็นทีม, ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน, เจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล, จังหวัดฉะเชิงเทรา

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

² อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

* Corresponding Author: pattanunpp22@gmail.com

Abstract

The objectives of this study were: (1) to examine the level of teamwork factors among staff of Sub-district Administrative Organizations (SAOs) in Chachoengsao Province; (2) to investigate the level of work performance of SAO staff in Chachoengsao Province; and (3) to analyze the teamwork factors affecting the work performance of SAO staff in Chachoengsao Province. This study employed a quantitative research design using a questionnaire as the research instrument. Data were collected from 354 staff members working in 93 Sub-district Administrative Organizations across Chachoengsao Province, selected through stratified random sampling. The reliability of the questionnaire, measured by Cronbach's Alpha Coefficient, was 0.93. Statistical methods used for data analysis included frequency, percentage, mean, standard deviation, and enter multiple regression analysis.

The findings revealed that the overall level of teamwork factors was at the highest level ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.48). In particular, mutual trust showed the highest mean score ($\bar{X} = 4.35$, S.D. = 0.46), followed by role-based task assignment ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.50). The overall level of work performance was high ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.51), with public service delivery obtaining the highest mean. The hypothesis testing indicated that teamwork factors—namely role-based task assignment, open communication, mutual trust, and mutual respect—had a statistically significant influence on work performance at the .05 level of significance, with an R^2 value of 0.607, explaining 60.7% of the variance in work performance. The study recommends that organizations promote open communication and mutual trust among staff at all levels to enhance teamwork efficiency. Continuous team-building activities and training programs should be organized to foster cooperation and positive team attitudes. Furthermore, a clear system of task assignment based on roles and responsibilities should be implemented to improve the operational efficiency of Sub-district Administrative Organizations.

Keywords: teamwork, work performance, sub-district administrative organization, Chachoengsao Province

บทนำ

ในยุคปัจจุบันที่สังคมโลกก้าวเข้าสู่ "สังคมฐานความรู้" (Knowledge-Based Society) การขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความสำเร็จและสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันได้นั้น หัวใจสำคัญคือการบริหารจัดการทรัพยากรความรู้ให้มีประสิทธิภาพ องค์กรใดที่มีองค์ความรู้ที่ดีที่สุดและสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้อย่างเกิดประสิทธิผลสูงสุด ย่อมเป็นองค์กรที่ประสบความสำเร็จ (Stewart, 1979, p. 42) ประสิทธิภาพการทำงานจึงเป็นแก่นสำคัญที่สะท้อนถึงขีดความสามารถของบุคลากรทุกระดับในการปฏิบัติงานให้ได้ปริมาณ คุณภาพ และอัตราผลผลิตตามที่องค์กรกำหนดไว้ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายและดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการจัดบริการสาธารณะและขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ มีบทบาทที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ซึ่งถือเป็นหน่วยงานที่มีขนาดเล็กที่สุดและใกล้ชิดกับ

ประชาชนในพื้นที่มากที่สุด จากข้อมูลของสำนักงานงบประมาณของรัฐสภา พบว่าตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 เป็นต้นมา อปท. มีแนวโน้มได้รับการจัดสรรงบประมาณเพิ่มขึ้น ควบคู่ไปกับการถ่ายโอนภารกิจและความรับผิดชอบจากส่วนภูมิภาค ทำให้ อปท. ต้องเป็นพื้นที่ที่สำคัญในการขับเคลื่อนนโยบายและการพัฒนาประเทศตามกรอบการบริหารราชการแผ่นดินให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด (อติติ เฟงพิโรจ, 2565, หน้า 2) ด้วยเหตุนี้ การที่ข้าราชการส่วนท้องถิ่นจะปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการพัฒนาแบบบูรณาการและต่อเนื่อง

ในฐานะที่ อบต. เป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบหนึ่งที่สำคัญต่อท้องถิ่น บุคลากรจึงเป็นปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนภารกิจให้สำเร็จลุล่วง การปรับเปลี่ยนกระบวนการและวิธีการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด กลายเป็นกลยุทธ์สำคัญที่องค์กรต้องตระหนักถึง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสภาวะการณ์ปัจจุบันที่ระบบราชการกำลังอยู่ระหว่างการปฏิรูป เพื่อปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น อาทิ การปรับบทบาทและลดภารกิจที่ไม่จำเป็นของส่วนกลางให้กับส่วนท้องถิ่นและภาคเอกชน รวมถึงการลดความซ้ำซ้อนของหน่วยงาน เพื่อให้เกิดความรวดเร็ว ประหยัดงบประมาณ และมุ่งเน้นการทำงานเพื่อประโยชน์สุขของประชาชนเป็นหลักภายใต้หลักธรรมาภิบาล (สุภาวิตา ชมภูประทีป, 2567, หน้า 67) ประสิทธิภาพในการดำเนินงานของอปท. จึงขึ้นอยู่กับปฏิบัติงานของพนักงาน หากบุคลากรขาดความกระตือรือร้นและทุ่มเท ย่อมส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพโดยรวม ดังนั้น อปท. จำเป็นต้องหาวิธีการและมาตรการในการสรรหา รักษา และส่งเสริมให้บุคลากรทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ

ปัจจุบัน "การทำงานเป็นทีม" (Teamwork) ได้รับการประยุกต์ใช้ในทุกองค์กร ไม่ว่าบุคลากรจะอยู่ในตำแหน่งใด ก็ต้องมีขีดความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่น แม้แต่ละองค์กรจะมีวัฒนธรรมการทำงานที่แตกต่างกัน แต่การประสานงานและความร่วมมือเพื่อบรรลุเป้าหมายองค์กรยังคงเป็นสิ่งจำเป็นยิ่ง (อิงคริต จันทรวงศ์, 2566, หน้า 1) ทีมที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้องค์กรเติบโตได้ภายใต้สภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันสูง อย่างไรก็ตาม ไม่ใช่ทุกองค์กรที่จะประสบความสำเร็จจากการนำรูปแบบทีมมาใช้ อาจเนื่องมาจากความแตกต่างด้านค่านิยมและวัฒนธรรมพื้นฐาน

สำหรับการปฏิบัติงานของทุกส่วนราชการในองค์การบริหารส่วนตำบล เพื่อให้บรรลุตามแผนที่วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดนั้น จำเป็นต้องมีการวางแผนอย่างมีหลักการ การตัดสินใจที่มีคุณภาพ และที่สำคัญคือการทำงานเป็นทีม ผู้ปฏิบัติงานในทุกส่วนงานต้องอาศัยประสบการณ์ ความรู้ ความสามารถ และความร่วมมือร่วมใจกันอย่างดี เพื่อให้งานเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ร่วมกัน เพราะกิจการใด ๆ ย่อมยากที่จะประสบความสำเร็จได้ด้วยตนเองเพียงคนเดียว หากมีทีมงานที่ดี ย่อมส่งผลให้ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานเป็นที่น่าพึงพอใจของประชาชนได้ดี ทว่า จากการสำรวจพบว่า อบต. ส่วนใหญ่ยังไม่มีการทำงานเป็นทีมเท่าที่ควร เห็นได้จากการขาดการกำหนดภารกิจและเป้าหมายของทีมงานที่ชัดเจน การขาดการประสานงานระหว่างหัวหน้าหน่วยงานและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน การขาดความร่วมมือร่วมใจในการทำงาน และการสื่อสารภายในและระหว่างส่วนราชการ โดยมีสาเหตุหลักมาจากกระบวนการบริหารองค์กรที่มีทีมงานหมุนเวียนอยู่เสมอ ประกอบกับปัญหากระบวนการอุปถัมภ์ในหน่วยงานราชการ ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานร่วมกันของบุคลากร ทำให้ประสิทธิภาพในการจัดทำกิจกรรมต่าง ๆ ลดลง และไม่บรรลุเป้าหมายตามที่คาดหวัง หากไม่มีการวางแผนเพื่อแก้ไขปัญหานี้ อาจนำไปสู่ผลเสียหลายต่อองค์กรและส่งผลกระทบต่อประชาชนในท้องถิ่น (อิทธิศักดิ์ วรจิ, 2563, หน้า 158)

ตามหลัก "การกระจายอำนาจทางการปกครอง" (Decentralization) รัฐหรือส่วนกลางได้มอบอำนาจหน้าที่ในการจัดทำบริการสาธารณะบางอย่างให้แก่ท้องถิ่น โดยมีเพียงการกำกับดูแล ไม่ได้เข้าบังคับบัญชาโดยตรง (นภาพร จิระนนท์ประวดี, 2563, หน้า 3) สำหรับประเทศไทย องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแบ่งเป็น 2 ประเภทหลัก

คือ รูปแบบทั่วไป (องค์การบริหารส่วนจังหวัด เทศบาล และองค์การบริหารส่วนตำบล) และรูปแบบพิเศษ (กรุงเทพมหานคร และเมืองพัทยา) จากอำนาจหน้าที่ของ อบต. ตามพระราชบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2537 (และที่แก้ไขเพิ่มเติม) ประกอบกับบทบาทของ อบต. ในจังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งทำหน้าที่เชื่อมประสาน และบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น ๆ เพื่อพัฒนาจังหวัด ทำให้มีภารกิจและโครงการในแผนพัฒนา จังหวัดจำนวนมาก บุคลากรในหน่วยงานจึงเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนภารกิจเหล่านี้ให้สำเร็จลุล่วง ด้วยเหตุนี้ บุคลากรของ อบต. ในจังหวัดฉะเชิงเทราจึงจำเป็นต้องมีคุณภาพ สามารถปฏิบัติงานตามอำนาจหน้าที่ได้อย่างสูงสุด หากบุคลากรสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีคุณภาพ ย่อมทำให้โครงสร้างองค์กรมีความเข้มแข็ง และสามารถบริหารจัดการเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน ซึ่งเป็นหน้าที่สำคัญของการบริหารราชการส่วนท้องถิ่น

ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการทำงานขององค์กร เนื่องจากการเป็น การสร้าง และเพิ่มศักยภาพในตัวบุคคลให้เกิดประโยชน์สูงสุด และสามารถปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมายที่องค์กรกำหนด การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรจึงช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน โดยต้องกำหนดเป้าหมายทั้งในระดับ องค์กรและระดับบุคคล ซึ่งในระดับองค์กรมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนากระบวนการและผลการปฏิบัติงานให้ได้สูงสุด เพื่อความก้าวหน้าในอาชีพ การเรียนรู้งาน ลดความเสี่ยงในการปฏิบัติงาน และสร้างความเข้าใจในจุดมุ่งหมายของ องค์กร

การที่บุคลากรในองค์กรจะปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น ขึ้นอยู่กับ ความร่วมมือ ความเสียสละ และความทุ่มเทในการทำงานอย่างจริงจังเพื่อองค์กร หนึ่งในสาเหตุสำคัญของความร่วมมือนี้คือ ความพึงพอใจใน การทำงาน และ ความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของสมาชิกในองค์กร เพราะสิ่งเหล่านี้จะเป็นแรงผลักดันให้บุคลากรมี ความตั้งใจ กระตือรือร้น และทุ่มเทในการปฏิบัติงานด้วยความสมัครใจ ทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายและเกิด ประสิทธิภาพสูงสุด ความพึงพอใจในการทำงานจึงมีความสำคัญต่อผู้ปฏิบัติงานทุกคน ผู้บริหารทุกระดับจึงควรให้ ความสำคัญ นำมาเป็นองค์ประกอบในการวิเคราะห์งาน และกำหนดแนวทางในการบริหารจัดการทรัพยากร มนุษย์เพื่อสร้างความพึงพอใจ อันจะนำไปสู่ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานและบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยซึ่งเป็นบุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบล ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการ ทำงานเป็นทีมภายในองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลใน จังหวัดฉะเชิงเทรา จึงมุ่งทำการศึกษา เพื่อนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการทำงานของเจ้าหน้าที่ องค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดฉะเชิงเทราให้มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานมากยิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยการทำงานเป็นทีมของเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดฉะเชิงเทรา
2. เพื่อศึกษาระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัด ฉะเชิงเทรา
3. เพื่อศึกษาปัจจัยการทำงานเป็นทีมที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่องค์การ บริหารส่วนตำบลในจังหวัดฉะเชิงเทรา

การทบทวนวรรณกรรม

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรในการวิจัย สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ: ปัจจัยการทำงานเป็นทีม สิทธิศักดิ์ เพ็ชรยิ้ม (2563), ชนะเอก เขียวบางยาง (2566) และอริกุล กุลนรัตน์ (2566) อธิบายว่า การทำงานเป็นทีมที่มีประสิทธิภาพต้องประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 6 ด้าน ดังนี้

ด้านการกำหนดภารกิจและเป้าหมายของทีมงาน คือ การกำหนดเป้าหมายร่วมกันอย่างชัดเจน เพื่อให้สมาชิกทุกคนเข้าใจทิศทางและมุ่งมั่นไปสู่เป้าหมายเดียวกัน (สิทธิศักดิ์ เพ็ชรยิ้ม, 2563)

ด้านการมอบหมายงานตามบทบาทหน้าที่ คือ การแบ่งหน้าที่รับผิดชอบตามความสามารถ เพื่อให้เกิดความชัดเจนและลดความซ้ำซ้อนในการทำงาน (ชนะเอก เขียวบางยาง, 2566)

ด้านการสื่อสารกันอย่างเปิดเผย หมายถึง การแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็นระหว่างสมาชิกในทีมอย่างโปร่งใสและสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มความเข้าใจและความร่วมมือ (อิทธิกุล กุลนรัตน์, 2566)

ด้านการตัดสินใจร่วมกัน คือ การเปิดโอกาสให้สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและตัดสินใจ เพื่อสร้างความเป็นเจ้าของร่วมของผลลัพธ์ (ชนะเอก เขียวบางยาง, 2566)

ด้านการไว้วางใจซึ่งกันและกัน หมายถึง ความเชื่อมั่นในความสามารถ ความซื่อสัตย์ และความตั้งใจของสมาชิก ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของความร่วมมือ (สิทธิศักดิ์ เพ็ชรยิ้ม, 2563)

ด้านการยอมรับนับถือ คือ การเคารพความคิดเห็นและคุณค่าของผู้อื่น ส่งผลให้ทีมเกิดความสามัคคีและลดความขัดแย้งในการทำงาน (อิทธิกุล กุลนรัตน์, 2566)

2. ตัวแปรตาม: ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน นฤมล ไทรตระกูล (2564) และสุภาวิตา ชมภูประทีป และยุทธนาท บุญยะชัย (2566) กล่าวว่าประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานเป็นผลลัพธ์ที่สะท้อนถึงคุณภาพของบุคลากรและองค์กร โดยสามารถจำแนกได้เป็น 5 ด้าน ดังนี้

ด้านปริมาณ คือ ปริมาณงานที่บุคลากรสามารถผลิตได้ตามเป้าหมายที่กำหนดภายในเวลาที่เหมาะสม

ด้านคุณภาพงาน หมายถึง ความถูกต้อง ความละเอียดรอบคอบ และมาตรฐานของผลงานที่ผลิตได้

ด้านเวลาในการทำงาน คือ ความสามารถในการบริหารเวลาและดำเนินงานให้แล้วเสร็จตามกำหนดเวลา

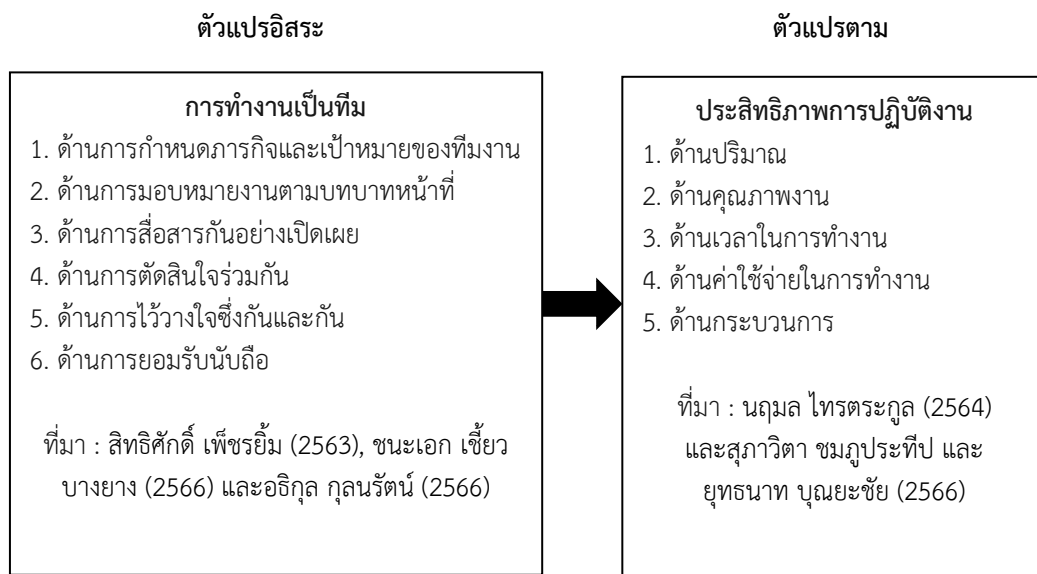
ด้านค่าใช้จ่ายในการทำงาน หมายถึง การใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดและคุ้มค่า โดยไม่ลดคุณภาพของผลงาน

ด้านกระบวนการ คือ การดำเนินงานตามขั้นตอนที่ถูกต้อง มีระบบ และสามารถตรวจสอบได้

การทบทวนวรรณกรรมข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยการทำงานเป็นทีมทั้ง 6 ด้านมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานทั้ง 5 ด้าน โดยเฉพาะด้านการสื่อสาร การไว้วางใจ และการมอบหมายงานที่เหมาะสม ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยยกระดับคุณภาพการทำงานของเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดฉะเชิงเทรา

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยการทำงานเป็นทีมที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรอิสระที่ใช้ในการศึกษาจากการประยุกต์แนวคิดการทำงานเป็นทีมของ สิทธิศักดิ์ เพ็ชรยิ้ม (2563), ชนะเอก เขียวบางยาง (2566) และอิทธิกุล กุลนรัตน์ (2566) ทั้งหมด 6 ตัวแปร ได้แก่ (1) ด้านการกำหนดภารกิจและเป้าหมายของทีมงาน (2) ด้านการมอบหมายงานตามบทบาทหน้าที่ (3) ด้านการสื่อสารกันอย่างเปิดเผย (4) ด้านการตัดสินใจร่วมกัน (5) ด้านการไว้วางใจซึ่งกันและกัน และ (6) ด้านการยอมรับนับถือ และตัวแปรตามคือประสิทธิภาพการปฏิบัติงานจากแนวคิดของ นฤมล ไทรตระกูล (2564) และสุภาวิตา ชมภูประทีปและยุทธนาท บุญยะชัย (2566) มีทั้งหมด 5 ตัวแปร ได้แก่ (1) ด้านปริมาณ (2) ด้านคุณภาพงาน (3) ด้านเวลาในการทำงาน (4) ด้านค่าใช้จ่ายในการทำงาน และ (5) ด้านกระบวนการ



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในองค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดฉะเชิงเทรา ทั้งหมด 75 แห่ง จำนวน 3,062 คน ประกอบด้วย ข้าราชการ จำนวน 1,069 คน ลูกจ้างประจำ จำนวน 125 คน และพนักงานจ้าง จำนวน 1,868 คน (รายงานข้อมูลจำนวนบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดฉะเชิงเทรา, 2567)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในองค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดฉะเชิงเทรา การกำหนดขนาดของกลุ่มจากสูตรของทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973, pp.727-728) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนได้ร้อยละ 5 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 354 คน วิธีการสุ่มตัวอย่างใช้แบบ การสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งชั้นตามประเภทของตำแหน่งบุคลากร ได้แก่ ข้าราชการ ลูกจ้างประจำ และพนักงานจ้าง จากนั้นใช้การสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ภายในแต่ละชั้น เพื่อให้ได้สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของประชากรในแต่ละประเภทอย่างเหมาะสมและครอบคลุมพื้นที่ทุกองค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดฉะเชิงเทรา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยยึดหลักการตามแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สังกัดหน่วยงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอายุการปฏิบัติงาน ลักษณะคำตอบแบบสำรวจรายการ (Check List) มีข้อคำถามทั้งหมดจำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการทำงานเป็นทีม 6 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านการกำหนดภารกิจและเป้าหมายของทีมงาน 2. ด้านการมอบหมายงานตามบทบาทหน้าที่ 3. ด้านการสื่อสารกันอย่างเปิดเผย 4. ด้านการตัดสินใจ

ร่วมกัน 5. ด้านการไว้วางใจซึ่งกันและกัน และ 6. ด้านการยอมรับ นับถือ โดยให้เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว มีข้อคำถามทั้งหมดจำนวน 18 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน 5 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านปริมาณ 2. ด้านคุณภาพงาน 3. ด้านเวลาในการทำงาน 4. ด้านค่าใช้จ่ายในการทำงานแล 5. ด้านกระบวนการ มีข้อคำถามทั้งหมดจำนวน 25 ข้อ

ส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 ใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับ (Likert, 1967, pp. 90-95) เพื่อประเมินความคิดเห็นของผู้ตอบ โดยมีค่าคะแนนตั้งแต่ระดับมากที่สุดถึงน้อยที่สุด เพื่อสะท้อนระดับความคิดเห็นต่อประเด็นที่ศึกษาอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง.

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้ว จะใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมาพิจารณาความถี่ ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผลคำนวณ โดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของ อันตรภาคชั้น ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2556, หน้า 121)

$$\begin{aligned}\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.80\end{aligned}$$

ดังนั้น จากหลักเกณฑ์ดังกล่าว สามารถแปลความหมายของระดับคะแนนได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง การทำงานเป็นทีมและประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ อยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง การทำงานเป็นทีมและประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ อยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง การทำงานเป็นทีมและประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่อยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง การทำงานเป็นทีมและประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่อยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง การทำงานเป็นทีมและประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่อยู่ในระดับน้อยที่สุด

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีขั้นตอนดังนี้

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการอย่างเป็นขั้นตอน โดยเริ่มจากการศึกษาหลักการ ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมากำหนดกรอบในการสร้างแบบสอบถาม จากนั้นจัดทำแบบสอบถามฉบับร่างและนำเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความเหมาะสม ก่อนส่งให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่านประเมินความตรงเชิงเนื้อหา (IOC) ผลการประเมินพบว่าค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง **0.66-1.00** ซึ่งอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดไว้ (≥ 0.60) แล้วนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่าง 30 คน และวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีของครอนบาค พบว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Alpha) เท่ากับ **0.886** ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดไว้ (≥ 0.70) แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นและสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ.

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยเริ่มจากการขอหนังสือรับรองจากบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนนครินทร์ เพื่อขอความอนุเคราะห์ผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดฉะเชิงเทราให้เจ้าหน้าที่ตอบแบบสอบถาม จากนั้นได้เผยแพร่แบบสอบถามทาง Google Form โดยแนบ QR Code ไปพร้อมกับเอกสารที่จัดส่งทางไปรษณีย์ถึงองค์การบริหารส่วนตำบลจำนวน 74 แห่ง ภายหลังจากได้รับแบบสอบถามตอบกลับ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของข้อมูล แล้วคัดเลือกแบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวน 354 ชุด เพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติในขั้นตอนต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลตามวิธีการทางสถิติโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าสถิติ ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
2. วิเคราะห์ระดับการทำงานเป็นทีม ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำข้อมูลที่รวบรวมมาวิเคราะห์หาค่าสถิติ ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
3. วิเคราะห์ระดับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำข้อมูลที่รวบรวมมาวิเคราะห์หาค่าสถิติ ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
4. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการทำงานเป็นทีมและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยนำข้อมูลที่รวบรวมมาวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple regression analysis) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (Coefficient of determination : R^2) กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยการทำงานเป็นทีม

การวิเคราะห์ปัจจัยการทำงานเป็นทีม ประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ ด้านการกำหนดภารกิจและเป้าหมายของทีมงาน ด้านการมอบหมายงานตามบทบาทหน้าที่ ด้านการสื่อสารกันอย่างเปิดเผย ด้านการตัดสินใจร่วมกัน ด้านการไว้วางใจซึ่งกันและกัน และด้านการยอมรับนับถือ ดังนี้

ตาราง 1 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการทำงานเป็นทีม โดยรวม

ปัจจัยการทำงานเป็นทีม	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
1. ด้านการกำหนดภารกิจและเป้าหมายของทีมงาน	4.38	0.610	มากที่สุด	1
2. ด้านการมอบหมายงานตามบทบาทหน้าที่	4.30	0.633	มากที่สุด	3
3. ด้านการสื่อสารกันอย่างเปิดเผย	4.35	0.662	มากที่สุด	2
4. ด้านการตัดสินใจร่วมกัน	4.23	0.627	มากที่สุด	5
5. ด้านการไว้วางใจซึ่งกันและกัน	4.25	0.664	มากที่สุด	4
6. ด้านการยอมรับนับถือ	4.20	0.616	มาก	6
เฉลี่ย	4.29	0.527	มากที่สุด	

จากตาราง 1 ปัจจัยการทำงานเป็นทีม โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.29$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการกำหนดภารกิจและเป้าหมายของทีมงาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x} = 4.38$) รองลงมา คือ ด้านการสื่อสารกันอย่างเปิดเผย ($\bar{x} = 4.35$) ด้านการมอบหมายงานตามบทบาทหน้าที่ ($\bar{x} = 4.30$) ด้านการไว้วางใจซึ่งกันและกัน ($\bar{x} = 4.25$) ด้านการตัดสินใจร่วมกัน ($\bar{x} = 4.23$) และอยู่ในระดับมาก 1 ด้าน ได้แก่ ด้านการยอมรับนับถือ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{x} = 4.20$) ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

การวิเคราะห์ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านปริมาณ ด้านคุณภาพงาน ด้านเวลาในการทำงาน ด้านค่าใช้จ่ายในการทำงาน และด้านกระบวนการ ดังนี้

ตาราง 2 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน โดยรวม

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
1. ด้านปริมาณ	3.81	0.423	มาก	5
2. ด้านคุณภาพงาน	4.39	0.643	มากที่สุด	1
3. ด้านเวลาในการทำงาน	4.30	0.659	มากที่สุด	3
4. ด้านค่าใช้จ่ายในการทำงาน	4.35	0.661	มากที่สุด	2
5. ด้านกระบวนการ	4.14	0.500	มาก	4
เฉลี่ย	4.20	0.439	มาก	

จากตาราง 2 แสดงว่า ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.20$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 3 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณภาพงาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x} = 4.39$) รองลงมา คือ ด้านค่าใช้จ่ายในการทำงาน ($\bar{x} = 4.35$) ด้านเวลาในการทำงาน ($\bar{x} = 4.30$) และอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน ได้แก่ ด้านกระบวนการ ($\bar{x} = 4.14$) และด้านปริมาณ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{x} = 4.18$) ตามลำดับ

3. ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน : ปัจจัยการทำงานเป็นทีมด้านการกำหนดภารกิจและเป้าหมายของทีมงาน ด้านการมอบหมายงานตามบทบาทหน้าที่ ด้านการสื่อสารกันอย่างเปิดเผย ด้านการตัดสินใจร่วมกัน ด้านการไว้วางใจซึ่งกันและกัน และด้านการยอมรับนับถือ มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ตาราง 3 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยการทำงานเป็นทีมที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดฉะเชิงเทรา

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	P-Value
	b	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่ (Constant)	1.416	0.125		11.326	.000**
ด้านการกำหนดภารกิจและเป้าหมายของทีมงาน	0.054	0.039	0.075	1.375	0.170
ด้านการมอบหมายงานตามบทบาทหน้าที่	0.130	0.045	0.187	2.873	0.004**
ด้านการสื่อสารกันอย่างเปิดเผย	0.151	0.036	0.228	4.192	0.000**
ด้านการตัดสินใจร่วมกัน	0.019	0.041	0.027	0.466	0.641
ด้านการไว้วางใจซึ่งกันและกัน	0.100	0.037	0.151	2.696	0.007**
ด้านการยอมรับนับถือ	0.197	0.036	0.277	5.546	0.000**

$R = .779$ $R^2 = .607$ adj. $R^2 = .600$ S.E. est = .278 $F = 89.342$

(* $P < .05$), (** $P < .01$)

จากตาราง 3 จากการศึกษาปัจจัยการทำงานเป็นทีมที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า ความสัมพันธ์โดยรวม ปัจจัยการทำงานเป็นทีมมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ อบต. โดยสามารถอธิบายความผันแปรของประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานได้ถึง 60.7% ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือด้านการยอมรับนับถือ มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานมากที่สุด ($\beta = 0.277$) ปัจจัยสำคัญอื่นๆ รองลงมาคือด้านการสื่อสารกันอย่างเปิดเผย ($\beta = 0.228$) ด้านการมอบหมายงานตามบทบาทหน้าที่ ($\beta = 0.187$) และด้านการไว้วางใจซึ่งกันและกัน ($\beta = 0.151$) สรุปสมการทำนายประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ อบต. สามารถทำนายได้จากสมการต่อไปนี้

$$\text{Unstandardized } Y = 1.416 + 0.197(X_6) + 0.151(X_3) + 0.130(X_2) + 0.100(X_5)$$

เมื่อ Y = ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดฉะเชิงเทรา

X_2 = ด้านการมอบหมายงานตามบทบาทหน้าที่

X_3 = ด้านการสื่อสารกันอย่างเปิดเผย

X_5 = ด้านการไว้วางใจซึ่งกันและกัน

X_6 = ด้านการยอมรับนับถือ

อภิปรายผล

ผลการศึกษาปัจจัยการทำงานเป็นทีมที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ในจังหวัดฉะเชิงเทรา เผยให้เห็นประเด็นสำคัญที่น่าสนใจดังนี้

1. ปัจจัยการทำงานเป็นทีมอยู่ในระดับ มากที่สุด สะท้อนการรวมพลังที่เข้มแข็ง เจ้าหน้าที่ อบต. ในจังหวัดฉะเชิงเทราให้ความสำคัญกับการทำงานเป็นทีมในระดับสูงสุด โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมในการกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบที่ชัดเจน การมอบหมายงานตามความเชี่ยวชาญ การสื่อสารที่เปิดเผย การตัดสินใจร่วมกัน การสร้างความไว้วางใจ รวมถึงการที่ทีมและผู้บังคับบัญชาให้การยอมรับในศักยภาพของสมาชิก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธนารีย์ อุทัยโส (2565) และวิลาสินี ภิญโญ และคณะ (2565) ที่ต่างพบว่าการทำงานเป็นทีมโดยรวมมีความสำคัญในระดับสูงถึงมากที่สุด ในบริบทขององค์กรภาคเอกชนและโรงแรม แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมการทำงานร่วมกันที่แข็งแกร่งใน อบต. จังหวัดฉะเชิงเทรา

2. ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก สะท้อนถึงผลลัพธ์การทำงานที่เป็นรูปธรรมและมีคุณภาพ โดยเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดฉะเชิงเทรามีความสามารถในการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นผลมาจากการบูรณาการการทำงานร่วมกับหน่วยงานอื่น การยึดมั่นในมาตรฐานทางกฎหมาย และการปรับปรุงกระบวนการทำงานให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง ทั้งนี้ จากผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านคุณภาพงาน แสดงให้เห็นว่าเจ้าหน้าที่สามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง รอบคอบ และตรงตามมาตรฐานที่หน่วยงานกำหนด ทำให้ผลงานที่ออกมามีคุณภาพ และสร้างความเชื่อมั่นแก่ประชาชนผู้รับบริการ 2) ด้านค่าใช้จ่ายในการทำงาน สะท้อนถึงการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ การจัดสรรงบประมาณอย่างรอบคอบและคุ้มค่า ส่งผลให้หน่วยงานสามารถบรรลุภารกิจโดยไม่สิ้นเปลืองงบประมาณ และ 3) ด้านกระบวนการทำงาน บ่งชี้ถึงการจัดระบบงานที่เป็นขั้นตอน มีการประสานงาน และตรวจสอบที่ชัดเจน รวมทั้งเปิดโอกาสให้เจ้าหน้าที่ได้มีส่วนร่วมในการปรับปรุงวิธีการทำงานเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผลดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤมล ไทรตระกูล (2564) และ อิงครัต จันทรวงศ์ (2566) ที่พบว่าเจ้าหน้าที่องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นและข้าราชการกรมศุลกากรมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานในระดับสูงเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะในด้านคุณภาพงานและการบริหารทรัพยากรที่คุ้มค่า สะท้อนว่าองค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดฉะเชิงเทรามีการจัดการงานอย่างมีระบบ สามารถส่งมอบบริการและบรรลุภารกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อประชาชนในพื้นที่

3. ปัจจัยการทำงานเป็นทีมที่ส่งเสริมประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน: ทุนแห่งความสำเร็จขององค์การ ผลการวิเคราะห์ยืนยันว่า ปัจจัยการทำงานเป็นทีม ได้แก่ การมอบหมายงานตามบทบาทหน้าที่ การสื่อสารกันอย่างเปิดเผย การไว้วางใจซึ่งกันและกัน และการยอมรับนับถือ เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดฉะเชิงเทราอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อบุคลากรได้รับการมอบหมายงานที่ชัดเจน มีช่องทางการสื่อสารที่เปิดกว้าง เชื่อมั่นในศักยภาพของกันและกัน และยอมรับในความรู้ความสามารถของเพื่อนร่วมงาน ย่อมนำไปสู่การทำงานที่มีมาตรฐาน บรรลุเป้าหมายตามเวลาที่กำหนด ใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และสามารถดำเนินงานภายใต้กระบวนการตัดสินใจที่โปร่งใสและมีประสิทธิภาพ ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานของ อิงครัต จันทรวงศ์ (2566) และ ชนะเอก เขียวบางยาง และสุภาสิณีย์ ปริณูณานิพนธ์ (2566) ที่ชี้ว่าการทำงานเป็นทีมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน โดยเฉพาะด้านการสื่อสาร การไว้วางใจ และการยอมรับซึ่งกันและกัน ซึ่งช่วยสร้างบรรยากาศการทำงานที่ร่วมมือและเอื้อต่อความสำเร็จขององค์กร การศึกษาครั้งนี้จึงสะท้อนให้เห็นว่า การสร้างวัฒนธรรมการทำงานเป็นทีมที่เข้มแข็งและเน้นความร่วมมือ ความไว้วางใจ และความเคารพซึ่งกันและกัน เป็นทุนสำคัญในการยกระดับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อให้สามารถดำเนินภารกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นได้อย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. เน้นย้ำความชัดเจนของภารกิจและเป้าหมาย แม้เจ้าหน้าที่จะให้ความสำคัญกับด้านนี้มากที่สุด แต่การส่งเสริมอย่างต่อเนื่องเป็นสิ่งจำเป็น หน่วยงานควรกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายการปฏิบัติงานของทีมให้ชัดเจนและเป็นรูปธรรม เพื่อให้ทุกคนมีทิศทางเดียวกัน
2. มุ่งยกระดับคุณภาพงานและสวัสดิการที่เหมาะสม: ประสิทธิภาพด้านคุณภาพงานเป็นสิ่งที่เจ้าหน้าที่ให้ความสำคัญสูงสุด ดังนั้นผู้บริหารและผู้เกี่ยวข้องควรสนับสนุนให้เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยเน้นผลลัพธ์ที่ถูกต้องและได้มาตรฐานตามกฎระเบียบ
3. จัดสรรงานให้เหมาะสมกับจำนวนที่กำหนดไว้ในแผนงาน พร้อมพิจารณาค่าตอบแทนและสวัสดิการที่สมเหตุสมผลเพื่อสร้างขวัญกำลังใจ

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ขยายขอบเขตปัจจัยศึกษา ควรพิจารณาศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่เพิ่มเติม เช่น ความเครียดในการทำงาน หรือแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เพื่อให้ได้ภาพรวมที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น
2. เจาะลึกสภาพปัญหาและความต้องการด้านการทำงานเป็นทีม การศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับสภาพปัญหาและความต้องการที่แท้จริงเกี่ยวกับการทำงานเป็นทีม จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการวางแผนและพัฒนาการบริหารทรัพยากรบุคคลในอนาคตได้อย่างตรงจุด
3. มุ่งเน้นการวิจัยเชิงคุณภาพ การศึกษาเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) หรือการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) จะช่วยให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความคิดเห็นและประสบการณ์ของเจ้าหน้าที่ อด. ในจังหวัดฉะเชิงเทราเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ข้อมูลเชิงลึกเหล่านี้จะสามารถนำไปเป็นข้อเสนอแนะที่ทรงคุณค่าแก่ผู้บริหาร ในการบริหารทรัพยากรบุคคล พัฒนาความสัมพันธ์ทั้งภายในและระหว่างองค์กร เพื่อนำไปสู่ประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติงานที่ยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- ชนะเอก เขียวบางยาง และสุภาสินีย์ ปริญญานิพนธ์. (2566). ปัจจัยการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้บริหารในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสารนวัตกรรมการจัดการศึกษาและการวิจัย*, 5(4), 832-848.
- ธนารีย์ อุทัยโส. (2565). การทำงานเป็นทีมที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานในบริษัทผู้ให้บริการด้านการเงินเอกชน. การค้นคว้าอิสระ สาขาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- นฤมล ไทรตะระกุล. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอนิคมน้ำพอง จังหวัดระยอง. วิทยานิพนธ์หลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). *งานวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- วิลาสินี ภิญโญ, ยุทธชัย ฮาร์บิน, เจนจิรา สืบโสตร, ชลธิชา จินนำหน้า, ญาณิศา แสนแก้ว, นลินพรพรณ มณีโชติ, และศุภกร สิงห์ชนะ (2565, ธันวาคม). การทำงานเป็นทีม (Team work) และการปรับตัวที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานในรูปแบบ New normal โรงแรมแห่งหนึ่งในจังหวัดภูเก็ต. *การประชุมวิชาการระดับชาติภาคีเครือข่ายการบริหารทรัพยากรมนุษย์ กลุ่มภาคใต้ ครั้งที่ 2*, 194 -211.

- สิทธิศักดิ์ เพ็ชรยิ้ม. (2563). *การทำงานเป็นทีมที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 22*. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- สุภาวิตา ขมภูประทีป และยุทธนาท บุญยะชัย. (2566, มีนาคม). *แรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี*. *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 6(2), 66-76.
- อหิติ เฟ่งพิโรจ. (2565). *ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานส่วนตำบล จังหวัดนราธิวาส*. สารนิพนธ์ สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- อธิกุล กุลนรัตน์. (2566). *ความสัมพันธ์ระหว่างการทำงานเป็นทีมกับประสิทธิผลการบริหารทั่วไปของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา นครพนม*. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- อิงครัต จันทรวงศ์. (2566). *ปัจจัยการทำงานเป็นทีมที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของข้าราชการกรมศุลกากร จังหวัดสงขลา*. สารนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- อิทธิศักดิ์ วรกิจ. (2563, ธันวาคม). *ความสัมพันธ์และรูปแบบของระบบอุปถัมภ์ในการเมืองท้องถิ่น : กรณีศึกษาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดอ่างทอง*. *วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา*, 10(1), 151-157.
- นภาพร จิระนนท์ประวดี. (2560). *การปกครองท้องถิ่น-ประชาธิปไตยใกล้มือประชาชน*. สืบค้น 13 พฤศจิกายน 2567, จาก http://118.174.12.141/documentdocuments/documents/Individual_Study_162.pdf
- Likert, R. (1967). *The Method of Constructing and Attitude Scale, in Attitude Theory And Measurement*. New York: Wiley & Son.
- Stewart, T.D. (1979). *Essentials of Forensic Anthropology*. Charles C Thomas, Springfield, IL.
- Taro Yamane. (1973). *Statistics: an introductory analysis*. New York: Harper & Row.

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ความไว้วางใจ และคุณภาพการให้บริการ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภค

ในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1

Online Marketing Mix Factor, Trust, and Service Quality Affecting Online Purchase Decision of Consumers in Lower Northern Region 1 of Thailand

สิทธิพร ศิริสิทธิ์^{1*}, ลัสดา ยาวิละ², รัตนา สิทธิอ่วม³

Sittiporn Sirisit^{1*}, Lasda Yawila², Rattana Sittioum³

Received: November 5, 2025 Revised: November 27, 2025 Accepted: December 16, 2025

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภค 2) ความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภค และ 3) คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภค กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือผู้บริโภคที่เคยซื้อสินค้าทางออนไลน์ที่อาศัยอยู่ในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ ผลการศึกษาพบว่า 1) ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสามารถร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ได้ร้อยละ 67.80 2) ความไว้วางใจ ด้านการสื่อสาร ด้านความใสใจและการให้ ด้านการให้ข้อมูลที่ดี ด้านการให้ความสะดวกสบาย และด้านการแก้ไขสถานการณ์ขัดแย้ง ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสามารถร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ได้ร้อยละ 70.80 และ 3) คุณภาพการให้บริการ ด้านความพร้อมใช้งานของระบบ ด้านความสามารถในการจัดหาสิ่งทดแทน และด้านการติดต่อ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสามารถร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ได้ร้อยละ 80.30 ผลการศึกษานี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางสำหรับธุรกิจในการปรับปรุง พัฒนาสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์, ความไว้วางใจ, คุณภาพการให้บริการ, ภาคเหนือตอนล่าง 1

¹ นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

^{2,3} อาจารย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

* Corresponding Author: Adisan.aa2@gmail.com

Abstract

The purposes of this study were to study 1) the online marketing mix affecting online purchase decision of consumers, 2) the trust affecting online purchase decision of consumers, and 3) the service quality affecting online purchase decision of consumers. The samples of the study were 400 customers who had ever bought the online products and lived in lower northern region 1 of Thailand. A questionnaire was applied as a research instrument. Data analysis employed percentage, mean, standard deviation, and Multiple Regression Analysis. The result reveals that the online marketing mix consisting of product, price, place, and privacy affected online purchase decision of consumers in lower northern region 1 of Thailand with statistically significant level of 0.05 which can together predict the decision to purchase online got 67.80%. Also, as for the trust consisting of communication, caring and giving, commitment, comfort, and conflict resolution affected online purchase decision of consumers in lower northern region 1 of Thailand with statistically significant level of 0.05 which can together predict the decision to purchase online got 70.80%. Moreover, the service quality consisting of system availability, ability to substitute, and contact affected online purchase decision of consumers in lower northern region 1 of Thailand with statistically significant level of 0.05 which can together predict the decision to purchase online got 80.30%. The results of this study can be used as a guideline for businesses to improve and develop products and services in accordance with consumer needs.

Keywords: Online Marketing Mix, Trust, Service Quality, Lower Northern Region 1

บทนำ

ธุรกิจการค้าออนไลน์ในปัจจุบันมีการเจริญเติบโตอย่างมาก ซึ่งมีผลมาจากความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสื่อออนไลน์ได้สะดวก รวดเร็ว และง่ายขึ้น โดยปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยมีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีการใช้งานผ่านทางอินเทอร์เน็ตในเรื่องการซื้อขายสินค้า หรือการทำธุรกรรมซื้อขายอิเล็กทรอนิกส์มีจำนวนเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมากถึง 9 ชั่วโมงต่อวัน มีการใช้แอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด รองลงมาเป็นแอปพลิเคชันแชท การดูหนัง เล่นเกมส์ และช้อปปิ้งออนไลน์ ซึ่งกลุ่มธุรกิจที่เติบโตมากที่สุดใน 5 อันดับแรก ได้แก่ ธุรกิจอาหาร ธุรกิจท่องเที่ยว ธุรกิจเสื้อผ้า ธุรกิจอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน และธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ ซึ่งมีการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต การโอนเงินผ่าน E-Wallet ตามลำดับ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2567) ปัจจุบันการขายสินค้าผ่านทางออนไลน์เป็นช่องทางการขายที่สำคัญในการเข้าถึงผู้บริโภค อีกทั้งยังมีการเข้ามาของผู้ให้บริการจากต่างประเทศ ทำให้เกิดการแข่งขันในด้านการบริการต่อการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด รวมถึงวิธีการชำระเงินผ่านทางออนไลน์ได้มีการพัฒนาไปอย่างมาก ทั้งในด้านความสะดวก รวดเร็ว และความน่าเชื่อถือ อีกทั้งการบริการจัดส่งสินค้า และการชำระเงินปลายทาง จึงเป็นหนึ่งในเหตุผลที่ทำให้ผู้บริโภคในทุกระดับสามารถเข้าถึงการซื้อขายสินค้าออนไลน์ได้อย่างรวดเร็ว (ณัฐพล ม่วงท่า, 2567)

ทั้งนี้ ข้อมูลสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2567) พบว่า การขายผ่าน E-Commerce ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล เติบโตมากที่สุดใน 5 อันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 56 รองลงมาเป็นภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคอีสานและ

ภาคใต้ ตามลำดับ แม้ว่า ภาคเหนือจะมีการเติบโตของ E-Commerce ไม่สูงเท่าพื้นที่เมืองใหญ่ แต่กลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 ซึ่งประกอบด้วยจังหวัดพิษณุโลก เพชรบูรณ์ อุตรดิตถ์ สุโขทัย และตาก เป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพในการขยายตลาด E-Commerce ด้วยจำนวนประชากรที่มากและการขยายตัวของอินเทอร์เน็ตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีแนวโน้มที่จะพัฒนาทางด้านการตลาดต่อไปได้ แม้จะยังคงเผชิญปัญหาความเหลื่อมล้ำด้านโครงสร้างพื้นฐานอินเทอร์เน็ตในบางพื้นที่ที่ยังไม่ครอบคลุม ทำให้ผู้ประกอบการเข้าถึงระบบออนไลน์ได้ไม่เต็มที่ นอกจากนี้ผู้ประกอบการรายย่อยยังมีทักษะดิจิทัลจำกัด ส่งผลให้ไม่สามารถใช้กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งต้นทุนด้านโลจิสติกส์ยังสูงกว่าพื้นที่เมืองใหญ่ และต้องแข่งขันกับผู้ขายจากต่างประเทศที่มีความพร้อมมากกว่า ปัญหาดังกล่าวทำให้ศักยภาพของพื้นที่ยังไม่ถูกพัฒนาได้อย่างเต็มรูปแบบ อย่างไรก็ตาม กลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 ยังคงเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและการค้าชายแดน ด้วยลักษณะพื้นที่ที่เป็นจุดตัดของระเบียงเศรษฐกิจเหนือ-ใต้ (NSEC) และตะวันออก-ตะวันตก (EWEC) รวมถึงการเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศที่มีศักยภาพในด้านการค้า การลงทุน และโลจิสติกส์ ตลอดจนการสนับสนุนจากภาครัฐในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการด้านการตลาดดิจิทัล เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างต่อเนื่อง (สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1, 2567) ปัจจัยเหล่านี้ล้วนสะท้อนให้เห็นว่าพื้นที่ดังกล่าวยังคงมีแนวโน้มเติบโตในด้านเศรษฐกิจดิจิทัลและการซื้อสินค้าออนไลน์ในอนาคตได้เป็นอย่างดี

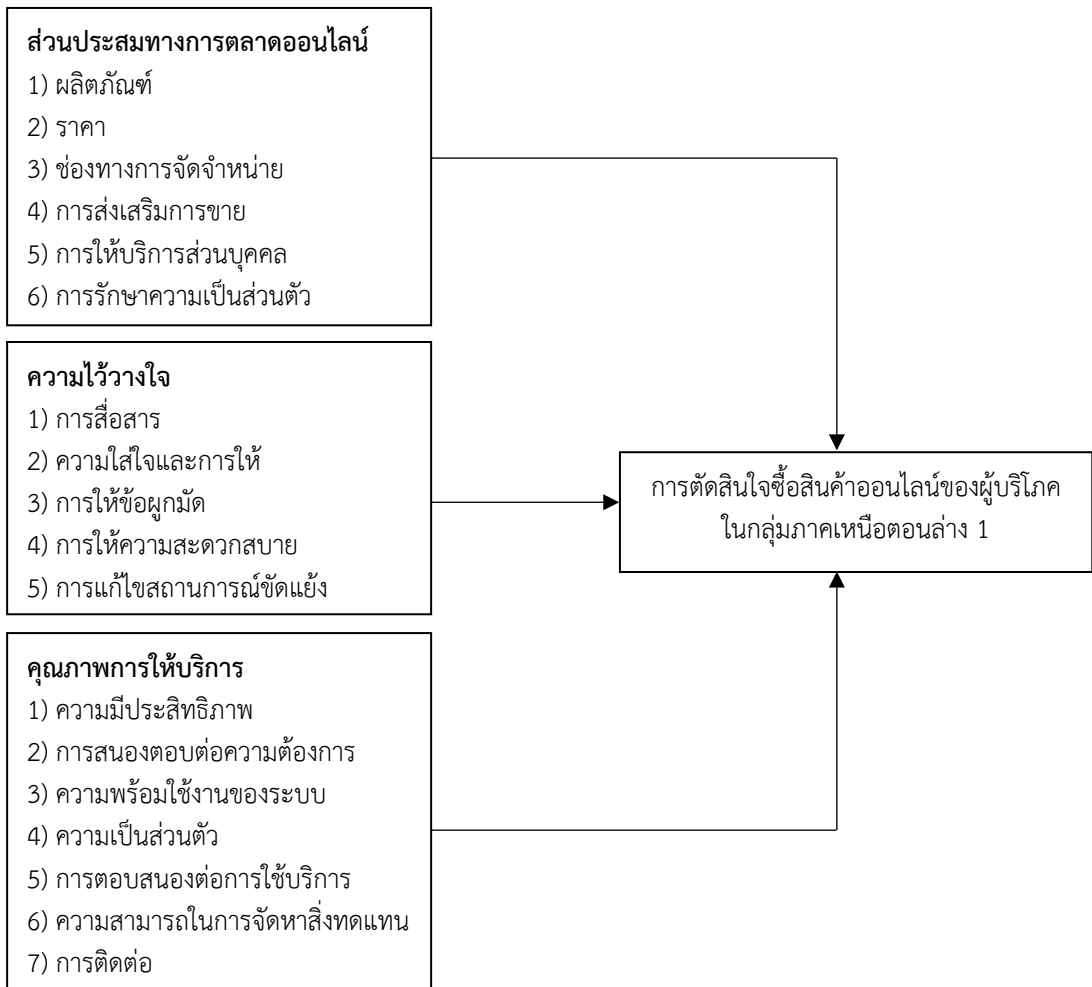
จากมูลค่าการตลาดของธุรกิจที่มีการขายผ่าน E-Commerce มีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธมลวรรณ สมพงศ์ (2564) ที่กล่าวว่า การซื้อสินค้าออนไลน์มีแนวโน้มสูงมากกว่าการซื้อสินค้าออฟไลน์ และจากงานวิจัยของ วิศรดา ผู้สกุลสิงห์ (2563) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ส่งผลต่อพฤติกรรมกรซื้อ ทำให้ผู้ประกอบการสามารถขยายตลาดไปยังพื้นที่อื่นๆ ได้ นอกจากส่วนประสมทางการตลาดผู้บริโภคยังให้ความสำคัญกับปัจจัยหลายประการก่อนตัดสินใจซื้อ โดยเฉพาะความไว้วางใจ และคุณภาพการให้บริการ ซึ่งถือเป็นพื้นฐานสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวระหว่างผู้บริโภคและผู้ขายควบคู่ไปกับการพัฒนาคุณภาพการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันและเพิ่มโอกาสในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรางศิริ นิลสอน (2564) ที่ว่า คุณภาพการบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจ ความรวดเร็วในการตอบสนองต่อลูกค้า และการเอาใจใส่ผู้ใช้บริการเป็นรายบุคคล มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภค จากเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีความประสงค์จะศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ความไว้วางใจ และคุณภาพการให้บริการ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 เนื่องจากยังไม่มีงานวิจัยในพื้นที่ดังกล่าว และเป็นภูมิภาคที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการศึกษาวิจัยครั้งนี้สามารถนำข้อมูลและผลการศึกษาที่ได้ไปประยุกต์ใช้เพื่อประโยชน์ต่อภาคธุรกิจ ทั้งในด้านการวางแผนกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสินค้าออนไลน์ ตลอดจนการปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจออนไลน์ของผู้ประกอบการในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 รวมถึงผู้ประกอบการรายอื่นที่มีความสนใจเพื่อนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจและยกระดับศักยภาพทางธุรกิจต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ ของผู้บริโภคในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1
2. เพื่อศึกษาความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1
3. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ 1) แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ โดยประยุกต์จากแนวคิดของ Kotler & Armstrong (2014) 2) ความไว้วางใจ โดยประยุกต์จากแนวคิดของ Pomponi, Fratocchi, & Tafuri (2015) และ 3) คุณภาพการให้บริการ โดยประยุกต์จากแนวคิดของ Parasuraman, Zeithaml, & Malhotra (2005) ดังแสดงในภาพ 1



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1
2. ความไว้วางใจส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1
3. คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ความไว้วางใจ และคุณภาพการให้บริการ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 มีรายละเอียดวิธีการดำเนินการวิจัยในขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 ประกอบด้วย จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดเพชรบูรณ์ จังหวัดอุตรดิตถ์ จังหวัดสุโขทัย และจังหวัดตาก ที่เคยซื้อสินค้าทางออนไลน์ มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Cochran (1977) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 คน เพื่อป้องกันการคลาดเคลื่อนในการเก็บตัวอย่างจากแบบสอบถามที่อาจไม่ถูกต้อง ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 4 ดังนั้น ผู้วิจัยจะต้องเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด คือ 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบผสม คือ โควตา และตามความสะดวก โดยแบ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 5 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดเพชรบูรณ์ จังหวัดอุตรดิตถ์ จังหวัดสุโขทัย และจังหวัดตาก โดยเฉลี่ยจังหวัดละ 80 คน เพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวนเท่ากัน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่องานวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close - ended Response Question) ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ในช่วงค่า 0.67 ถึง 1.00 ทุกข้อ และทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยทดลองเก็บข้อมูลกับกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน การพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ครุมมีค่ามากกว่า 0.80 ซึ่งเป็นการบ่งชี้ว่ามีความน่าเชื่อถือมาก จากการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ 0.991 คำถามในแบบสอบถามแบ่งเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ คำถามเคยซื้อสินค้าออนไลน์หรือไม่ และคำถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะเป็นข้อคำถามที่ตอบได้เพียงคำตอบเดียว (Multiple Choices) จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภค ลักษณะเป็นข้อคำถามที่ตอบได้เพียงคำตอบเดียว (Multiple Choices) จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย การให้บริการส่วนบุคคล และการรักษาความเป็นส่วนตัว โดยข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 18 ข้อ

ส่วนที่ 4 ความไว้วางใจ ได้แก่ การสื่อสาร ความใส่ใจและการให้ การให้ข้อมูล การให้ความสะดวกสบาย และการแก้ไขสถานการณ์ขัดแย้ง โดยข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 14 ข้อ

ส่วนที่ 5 คุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ความมีประสิทธิภาพ การสนองต่อความต้องการ ความพร้อมใช้งานของระบบ ความเป็นส่วนตัว การตอบสนองต่อการใช้บริการ ความสามารถในการจัดหาสิ่งทดแทน และการติดต่อ โดยข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 21 ข้อ

ส่วนที่ 6 เป็นคำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ โดยข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 5 ข้อ

เกณฑ์การแปลระดับความคิดเห็น โดยใช้เกณฑ์การแปลความหมายคือ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง น้อย ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง ปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง มาก และค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง มากที่สุด (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2567)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่เคยซื้อสินค้าทางออนไลน์ ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป อาศัยอยู่ในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 ทั้ง 5 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดเพชรบูรณ์ จังหวัดอุตรดิตถ์ จังหวัดสุโขทัย และจังหวัดตาก ระหว่างเดือนเมษายน - มิถุนายน พ.ศ. 2568 จำนวน 400 คน ซึ่งมีวิธีการคัดเลือกผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนี้

1) ผู้เคยซื้อสินค้าทางออนไลน์ คือ ผู้ที่ระบุว่ามีการใช้บริการซื้อสินค้าออนไลน์อย่างน้อย 1 ครั้ง ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา

2) ผู้ไม่เคยซื้อสินค้าทางออนไลน์ คือ ผู้ที่ระบุว่าไม่เคยซื้อสินค้าออนไลน์เลย

ผู้วิจัยได้ทำการลงพื้นที่ด้วยตนเอง พร้อมกับแจกแบบสอบถามออนไลน์ (Google form) ผ่าน QR Code เพื่อเพิ่มความสะดวกให้ผู้ตอบสามารถเข้าถึงแบบสอบถามได้ง่ายและรวดเร็ว ทำให้การรวบรวมข้อมูลมีประสิทธิภาพมากขึ้น

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) สำหรับบรรยายเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป พฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภค ระดับความคิดเห็นต่อบริการส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ความไว้วางใจ คุณภาพการให้บริการ และการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 โดยใช้สถิติ แจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เป็นการวิเคราะห์หาค่าของตัวแปรอิสระที่ส่งผลไปยังตัวแปรตาม คือ ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ความไว้วางใจ คุณภาพการให้บริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 ทดสอบโดยใช้สถิติวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธีการเลือกตัวแปรนำเข้าทั้งหมด (Enter Method) เพื่อค้นหาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ผลการวิจัย สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 45.75 อายุระหว่าง 15-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.50 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 48.25 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 30.50 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.00

2. ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภค

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสินค้าทางออนไลน์ผ่าน Shopee คิดเป็นร้อยละ 60.50 โดยซื้อสินค้าทางออนไลน์จำนวน 5 ครั้งขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 82.75 เนื่องจากสามารถเลือกสินค้า เปรียบเทียบคุณสมบัติ ราคา และอื่น ๆ ได้ คิดเป็นร้อยละ 31.75 ส่วนใหญ่ซื้อสินค้าทางออนไลน์ประเภทสินค้าอุปโภคบริโภค คิดเป็นร้อยละ 22.75 โดยชำระเงินผ่านการเก็บเงินปลายทาง คิดเป็นร้อยละ 65.75 และเลือกบริการขนส่งแล้วแต่ผู้ขายกำหนด คิดเป็นร้อยละ 60.00

3. ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์

ระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.30$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 4.43$) รองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.42$) ราคา ($\bar{X} = 4.39$) การส่งเสริมการขาย ($\bar{X} = 4.38$) การรักษาความเป็นส่วนตัว ($\bar{X} = 4.32$) ส่วนการให้บริการส่วนบุคคล อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$) ตามลำดับ

4. ข้อมูลความไว้วางใจ

ระดับความคิดเห็นของความไว้วางใจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.29$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การให้ความสะดวกสบาย ($\bar{X} = 4.32$) รองลงมาคือ การสื่อสาร ($\bar{X} = 4.31$) ความใส่ใจและการให้ ($\bar{X} = 4.30$) การแก้ไขสถานการณ์ขัดแย้ง ($\bar{X} = 4.28$) และการให้ข้อมูล ($\bar{X} = 4.22$) ตามลำดับ

5. ข้อมูลคุณภาพการให้บริการ

ระดับความคิดเห็นของคุณภาพการให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.31$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความมีประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 4.35$) รองลงมาคือ ความพร้อมใช้งานของระบบ ($\bar{X} = 4.34$) การสนองตอบต่อความต้องการ ($\bar{X} = 4.32$) ความเป็นส่วนตัว ($\bar{X} = 4.31$) การตอบสนองต่อการใช้บริการ ($\bar{X} = 4.30$) การติดต่อ ($\bar{X} = 4.28$) และความสามารถในการจัดหาสิ่งทดแทน ($\bar{X} = 4.27$) ตามลำดับ

6. ข้อมูลการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภค

ระดับความคิดเห็นของการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภค โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.29$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ หากมีโอกาสจะซื้อสินค้าทางออนไลน์ ($\bar{X} = 4.34$) รองลงมาคือ เลือกซื้อสินค้าออนไลน์ได้อย่างอิสระ ($\bar{X} = 4.32$) มีความพึงพอใจในการเลือกซื้อสินค้าทางออนไลน์ ($\bar{X} = 4.30$) มีความตั้งใจที่จะแนะนำให้คนรู้จักซื้อสินค้าทางออนไลน์ ($\bar{X} = 4.27$) และมีความตั้งใจที่จะซื้อสินค้าทางออนไลน์ ($\bar{X} = 4.24$) ตามลำดับ

7. ข้อมูลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 พบว่า ผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการขาย และการรักษาความเป็นส่วนตัว ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยทั้ง 4 ด้านนี้สามารถร่วมกันทำนายการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 ได้ร้อยละ 67.80 โดยมีรายละเอียดดังตาราง 1

ตาราง 1 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุของส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1

ส่วนประสมทางการตลาด ออนไลน์	Unstandardized Coefficients		Standardize Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	β		
ค่าคงที่ (Constant)	0.097	0.167		0.581	0.562
ผลิตภัณฑ์ (X ₁)	0.240	0.047	0.224	5.107	0.000*
ราคา (X ₂)	0.127	0.055	0.119	2.297	0.022*
ช่องทางการจัดจำหน่าย (X ₃)	0.057	0.053	0.053	1.077	0.282
การส่งเสริมการขาย (X ₄)	0.187	0.058	0.183	3.239	0.001*
การให้บริการส่วนบุคคล (X ₅)	0.028	0.022	0.038	1.308	0.192
การรักษาความเป็นส่วนตัว (X ₆)	0.372	0.051	0.362	7.319	0.000*
R = 0.826 Adjusted R Square = 0.678 Std. Error of the Estimate = 0.38004 R Square = 0.682					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 เมื่อพิจารณาขนาดของอิทธิพลจากค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยปรับมาตรฐาน (β) ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (X₁) เท่ากับ 0.224 ($\beta = 0.224$) ราคา (X₂) เท่ากับ 0.119 ($\beta = 0.119$) การส่งเสริมการขาย (X₄) เท่ากับ 0.183 ($\beta = 0.183$) และการรักษาความเป็นส่วนตัว (X₆) เท่ากับ 0.362 ($\beta = 0.362$) โดยสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์จากค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยจากค่าจริง ได้ดังนี้

$$Y = 0.097 + 0.240 (X_1) + 0.127 (X_2) + 0.187 (X_4) + 0.372 (X_6)$$

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านราคา ตามลำดับ

สมมติฐานข้อที่ 2 ความไว้วางใจ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 พบว่า การสื่อสาร ความใส่ใจและการให้ การให้ข้อมูลมัด การให้ความสะดวกสบาย และการแก้ไขสถานการณ์ขัดแย้ง ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยทั้ง 5 ด้านนี้สามารถร่วมกันทำนายการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 ได้ร้อยละ 70.80 โดยมีรายละเอียดดังตาราง 2

ตาราง 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุของความไว้วางใจต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1

ความไว้วางใจ	Unstandardized Coefficients		Standardize Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	β		
ค่าคงที่ (Constant)	0.452	0.126		3.577	0.000
การสื่อสาร (X ₁)	0.274	0.055	0.271	5.002	0.000*
ความใส่ใจและการให้ (X ₂)	0.173	0.057	0.175	3.050	0.002*
การให้ข้อมูล (X ₃)	0.130	0.045	0.149	2.910	0.004*
การให้ความสะดวกสบาย (X ₄)	0.208	0.062	0.206	3.365	0.001*
การแก้ไขสถานการณ์ขัดแย้ง (X ₅)	0.108	0.051	0.117	2.133	0.034*
R = 0.844 Adjusted R Square = 0.708 Std. Error of the Estimate = 0.36138					
R Square = 0.712					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 เมื่อพิจารณาขนาดของอิทธิพลจากค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยปรับมาตรฐาน (β) ความไว้วางใจ ได้แก่ การสื่อสาร (X₁) เท่ากับ 0.271 ($\beta = 0.271$) ความใส่ใจและการให้ (X₂) เท่ากับ 0.175 ($\beta = 0.175$) การให้ข้อมูล (X₃) เท่ากับ 0.149 ($\beta = 0.149$) การให้ความสะดวกสบาย (X₄) เท่ากับ 0.206 ($\beta = 0.206$) และการแก้ไขสถานการณ์ขัดแย้ง (X₅) เท่ากับ 0.117 ($\beta = 0.117$) โดยสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ จากค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยจากค่าจริง ได้ดังนี้

$$Y = 0.452 + 0.274 (X_1) + 0.173 (X_2) + 0.130 (X_3) + 0.208 (X_4) + 0.108 (X_5)$$

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า ความไว้วางใจ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยด้านการสื่อสาร ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการให้ความสะดวกสบาย ด้านความใส่ใจและการให้ ด้านการให้ข้อมูล และด้านการแก้ไขสถานการณ์ขัดแย้ง ตามลำดับ

สมมติฐานข้อที่ 3 คุณภาพการให้บริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 พบว่า ความพร้อมใช้งานของระบบ ความสามารถในการจัดหาสิ่งทดแทน และการติดต่อ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยทั้ง 3 ด้านนี้สามารถร่วมกันทำนายการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 ได้ร้อยละ 80.30 โดยมีรายละเอียดดังตาราง 3

ตาราง 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุของคุณภาพการให้บริการต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1

ความไว้วางใจ	Unstandardized Coefficients		Standardize Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	β		
ค่าคงที่ (Constant)	0.258	0.108		2.395	0.017
ความมีประสิทธิภาพ (X ₁)	0.012	0.050	0.012	.234	0.815
การสนองต่อความต้องการ (X ₂)	0.052	0.048	0.051	1.085	0.278
ความพร้อมใช้งานของระบบ (X ₃)	0.160	0.050	0.151	3.165	0.002*
ความเป็นส่วนตัว (X ₄)	0.051	0.045	0.053	1.153	0.250
การตอบสนองต่อการใช้บริการ (X ₅)	0.073	0.047	0.075	1.553	0.121
ความสามารถในการจัดหาสิ่งทดแทน (X ₆)	0.233	0.048	0.244	4.812	0.000*
การติดต่อ (X ₇)	0.360	0.047	0.381	7.649	0.000*
R = 0.898 Adjusted R Square = 0.803 Std. Error of the Estimate = 0.29738					
R Square = 0.806					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 3 เมื่อพิจารณาขนาดของอิทธิพลจากค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยปรับมาตรฐาน (β) คุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ความพร้อมใช้งานของระบบ (X₃) เท่ากับ 0.151 ($\beta = 0.151$) ความสามารถในการจัดหาสิ่งทดแทน (X₆) เท่ากับ 0.244 ($\beta = 0.244$) และการติดต่อ (X₇) เท่ากับ 0.381 ($\beta = 0.381$) โดยสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์จากค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยจากค่าจริง ได้ดังนี้

$$Y = 0.258 + 0.160 (X_3) + 0.233 (X_6) + 0.360 (X_7)$$

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยด้านการติดต่อ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความสามารถในการจัดหาสิ่งทดแทน และด้านความพร้อมใช้งานของระบบ ตามลำดับ

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ความไว้วางใจ และคุณภาพการให้บริการ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 15-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท โดยส่วนใหญ่ซื้อสินค้าทางออนไลน์ประเภทสินค้าอุปโภคบริโภคผ่าน Shopee เป็นจำนวน 5 ครั้งขึ้นไป เนื่องจากสามารถเลือกสินค้า เปรียบเทียบคุณสมบัติ ราคา และอื่น ๆ ได้ การวิเคราะห์ความคิดเห็นส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ความไว้วางใจ และคุณภาพการให้บริการ พบว่า คุณภาพการให้บริการ มีระดับความคิดเห็นในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในด้านความพร้อมใช้งานของระบบ รองลงมาคือ ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ มีระดับความคิดเห็นในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และความไว้วางใจ มีระดับความคิดเห็นในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในด้านการให้ความสะดวกสบาย ตามลำดับ ทั้งนี้ ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการขาย และการรักษาความเป็นส่วนตัว ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์

ส่วนความไว้วางใจ ด้านการสื่อสาร ความใส่ใจและการให้ การให้ข้อมูลมัด การให้ความสะดวกสบาย และการแก้ไขสถานการณ์ขัดแย้ง ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ สำหรับคุณภาพการให้บริการ ด้านความพร้อมใช้งานของระบบ ความสามารถในการจัดหาสิ่งทดแทน และการติดต่อ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยคุณภาพการให้บริการด้านการติดต่อ เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุด

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาวิจัย พบประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานได้ดังนี้

1. ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 จากการศึกษาพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการขาย และการรักษาความเป็นส่วนตัว ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริโภคในปัจจุบันให้ความสำคัญกับความสะดวก ความคุ้มค่า และความปลอดภัยในการทำธุรกรรมออนไลน์ ดังนั้น เมื่อสินค้าออนไลน์มีข้อมูลที่ชัดเจน ราคาเหมาะสม โปรโมชั่นดึงดูด และมีมาตรการรักษาความเป็นส่วนตัวที่เชื่อถือได้ ย่อมทำให้ผู้บริโภครู้สึกมั่นใจและพร้อมตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler & Armstrong (2014) ที่กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้า กระตุ้นการตัดสินใจซื้อ และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในสภาพแวดล้อมดิจิทัล และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทรมน ศรีวิภาต (2566) เรื่องอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ที่กล่าวไว้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าผ่านแอปพลิเคชัน Shopee ของลูกค้าในจังหวัดนนทบุรี ได้แก่ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นกรินทร์ ศักดิ์สูง (2565) เรื่องส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากข้อบ่งชี้ที่ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ด้านราคา ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากข้อบ่งชี้ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิชาภา เทพนรงค์ (2564) เรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ ที่ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ด้านราคา และด้านส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรุณทัย ปัญญา (2562) เรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้า ที่กล่าวว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการตลาด และการรักษาความเป็นส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ความไว้วางใจ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 จากการศึกษาพบว่า ความไว้วางใจ ประกอบด้วย การสื่อสาร ความใส่ใจและการให้ การให้ข้อมูลมัด การให้ความสะดวกสบาย และการแก้ไขสถานการณ์ขัดแย้ง ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการซื้อขายผ่านออนไลน์เป็นการทำธุรกรรมที่ผู้ซื้อไม่สามารถเห็นสินค้าจริงก่อนซื้อ การสื่อสารที่ชัดเจน ความใส่ใจ การรับผิดชอบต่อปัญหา และความสะดวกในการให้บริการ ทำให้ผู้บริโภครู้สึกปลอดภัยและเชื่อมั่นในร้านค้า เมื่อผู้ขายแสดงความน่าเชื่อถือ ผู้บริโภคจึงตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้นและเลือกกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต สอดคล้องกับแนวคิดของ Pomponi, Fratocchi, & Tafuri (2015) ที่กล่าวว่า ความไว้วางใจ เป็นพื้นฐานความเชื่อมั่นว่าผู้ขายมีความน่าเชื่อถือ เชื่อสัตย์ และสามารถปฏิบัติตามสัญญาที่ให้ไว้ได้จริง โดยไม่เกิดความเสียหายหรือความเสียหายต่อผู้ซื้อ จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่

ทำให้ผู้บริโภครับรู้ความปลอดภัยและยอมตัดสินใจซื้อสินค้า และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พูนศักดิ์ เขียวสด และ สุรสิทธิ์ อุดมธนะวงศ์ (2566) เรื่องความสัมพันธ์การรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจกับการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือเครื่องใช้ ที่กล่าวไว้ว่า ความไว้วางใจ ด้านการสื่อสาร ด้านความใส่ใจและการให้ ด้านการให้ข้อมูลที่ดี ด้านการให้ความสะดวกสบาย และด้านการแก้ไขสถานการณ์ขัดแย้ง มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือเครื่องใช้จากญี่ปุ่น ในทิศทางเดียวกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปวีณา วิจิตรจันทร์ และจิรติ พูนเอียด (2567) เรื่องอิทธิพลของความไว้วางใจและการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ที่ว่า ปัจจัยของความไว้วางใจ ด้านการติดต่อสื่อสาร ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าในช่องทางเพชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนิดา หลากสุขถม (2564) เรื่องแรงจูงใจ ความไว้วางใจและธุรกิจผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ที่กล่าวว่า ปัจจัยความไว้วางใจ ด้านการสื่อสาร ด้านการใส่ใจและการให้ และด้านการให้ความสะดวกสบาย มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่าน Facebook Live

3. คุณภาพการให้บริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 จากการศึกษาพบว่า คุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย ความพร้อมใช้งานของระบบ ความสามารถในการจัดหาสิ่งทดแทน และการติดต่อ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริโภคมีระดับความเข้าใจเทคโนโลยีในระดับที่หลากหลาย การที่ร้านค้าสามารถให้บริการที่ไม่ซับซ้อน ตอบสนองต่อการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับสินค้าและบริการได้จริง และมีช่องทางการติดต่อที่ชัดเจน เป็นการเพิ่มความรู้สึกลดภัย และความมั่นใจให้กับผู้ซื้อ ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่สูงขึ้น นอกจากนี้ คุณภาพของบริการยังส่งผลต่อภาพลักษณ์ของร้านค้า ความตั้งใจซื้อซ้ำ และการบอกต่อในทางบวก ซึ่งเป็นผลต่อเนื่องที่มีคุณค่าเชิงกลยุทธ์ต่อธุรกิจออนไลน์ สอดคล้องกับแนวคิดของ Parasuraman, Zeithaml, & Malhotra (2005) ที่กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นความสามารถของผู้ให้บริการในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างถูกต้อง รวดเร็ว และมีมาตรฐานที่สม่ำเสมอ การให้บริการที่มีคุณภาพย่อมก่อให้เกิดความพึงพอใจและส่งเสริมให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในการใช้บริการต่อไป และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัทธราภรณ์ ดั่งวิเศษ (2562) เรื่องคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ ที่กล่าวไว้ว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการของเว็บไซต์ ด้านความสามารถในการหาสิ่งทดแทนเมื่อเกิดความผิดพลาดในการจัดส่งสินค้า ด้านการติดต่อ และด้านความสามารถของระบบ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของลูกค้าเทสโก้ โลตัส ในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริภักตร์ ศิริโท (2565) เรื่องการรับรู้คุณภาพการบริการและความตั้งใจจะซื้อสินค้าผ่านการถ่ายทอดสด ที่ว่า คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความตั้งใจจะซื้อในเชิงบวกคือ ประสิทธิภาพด้านเทคนิคของระบบ คุณภาพการจัดส่งและคืนสินค้า นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรางศิริ นิลสอน (2564) เรื่องการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน ที่กล่าวว่า คุณภาพการบริการ ในเรื่องการได้รับการยืนยันการสั่งซื้อสินค้าและระยะเวลาการรับสินค้าที่แน่นอนจากแอปพลิเคชัน การได้รับสินค้าตามเวลาที่ได้แจ้งไว้ การได้รับสินค้าตรงตามที่สั่งซื้อ แอปพลิเคชันที่ใช้ใช้งานมีความน่าเชื่อถือ และเมื่อเกิดปัญหาทางแอปพลิเคชันสามารถแก้ไขปัญหาและให้คำปรึกษาอย่างถูกต้อง

ข้อจำกัดของการวิจัย

ในการเก็บข้อมูล งานวิจัยฉบับนี้เก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการสุ่มแบบตามความสะดวก อาจทำให้กลุ่มตัวอย่างไม่ครอบคลุมหรือเป็นตัวแทนของประชากรจริง เนื่องจากผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากความพร้อมหรือความสะดวกในการเข้าถึง ทำให้ผลการศึกษาอาจไม่สามารถสรุปอ้างอิงไปยังประชากรทั้งหมดได้อย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการขาย และการรักษาความเป็นส่วนตัว ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการให้ข้อมูลสินค้าอย่างชัดเจน ถูกต้อง โดยเฉพาะภาพสินค้า มุมมองหลากหลาย ขนาด สี รวมถึงการกำหนดราคามีความเหมาะสม และการสื่อสารมีความสม่ำเสมอ ชัดเจน ทันเหตุการณ์ผ่านโซเชียลมีเดีย นอกจากนี้ควรมีนโยบายความเป็นส่วนตัวที่ชัดเจน สามารถเข้าถึงได้ง่าย มีระบบความปลอดภัยในการชำระเงิน และการจัดเก็บข้อมูล เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการซื้อสินค้าออนไลน์

2. ความไว้วางใจ ด้านการสื่อสาร ความใส่ใจและการให้ การให้ข้อมูลผิด การให้ความสะดวกสบาย และการแก้ไขสถานการณ์ขัดแย้ง ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 ดังนั้น ผู้ประกอบการควรพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บริโภค โดยเน้นความถูกต้องของข้อมูล ความรวดเร็วในการตอบกลับ ขั้นตอนการสั่งซื้อที่ไม่ซับซ้อน ระบบชำระเงินที่หลากหลาย การจัดส่งที่รวดเร็ว และสามารถแก้ปัญหาได้อย่างทันท่วงที เพื่อทำให้ผู้บริโภคเกิดความไว้วางใจในระยะยาว อันจะนำไปสู่พฤติกรรมการซื้อซ้ำและการแนะนำบอกต่อ

3. คุณภาพการให้บริการ ด้านความพร้อมใช้งานของระบบ ความสามารถในการจัดหาสิ่งทดแทน และการติดต่อ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 ดังนั้น ผู้ประกอบการควรพัฒนาเว็บไซต์หรือแอปให้มีความเสถียรและปลอดภัย รวมถึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาช่องทางการติดต่อที่หลากหลาย เข้าถึงง่าย และตอบสนองได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำ ไม่ว่าจะเป็นช่องทางแชนนอนไลน์ การให้ข้อมูลสินค้าที่ครบถ้วนบนแพลตฟอร์ม หรือระบบติดตามคำสั่งซื้อแบบเรียลไทม์ ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นและความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค

4. พฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคมีแนวโน้มซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์อย่างต่อเนื่อง ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การพัฒนาแบบแผนการนำเสนอสินค้า การรองรับรูปแบบการชำระเงิน การเลือกช่องทางขนส่ง ไปจนถึงการพัฒนาแพลตฟอร์มระบบการขายออนไลน์ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในตลาดออนไลน์อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยในครั้งนี้มุ่งเน้นผู้บริโภคในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 ซึ่งแม้จะให้ข้อมูลที่มีคุณค่า แต่ยังคงมีข้อจำกัดในด้านความหลากหลายของบริบททางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ดังนั้น งานวิจัยในครั้งต่อไปควรขยายพื้นที่ศึกษาไปยังภูมิภาคอื่น เช่น ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หรือภาคใต้ เพื่อนำไปสู่การเปรียบเทียบความแตกต่างด้านการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในแต่ละภูมิภาค และเพิ่มการอธิบายผลการวิจัยได้มากขึ้น

2. ควรศึกษาลักษณะเฉพาะของพฤติกรรมผู้บริโภค โดยมุ่งเน้นการศึกษาในกลุ่มสินค้าเฉพาะ เช่น สินค้าแฟชั่น สินค้าเทคโนโลยี หรือสินค้าสุขภาพและความงาม เนื่องจากพฤติกรรมการซื้อสินค้าในแต่ละหมวดหมู่อาจมีแรงจูงใจ ปัจจัยการตัดสินใจ และระดับความไว้วางใจที่แตกต่างกัน เพื่อเป็นแนวทางให้ธุรกิจนำข้อมูลมาปรับปรุงและพัฒนาสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

3. ควรศึกษาระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพเพิ่มเติม โดยเก็บข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) หรือสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ เจตคติ หรือความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ความไว้วางใจ คุณภาพการให้บริการ จากประสบการณ์จริงของผู้บริโภค ซึ่งจะช่วยสนับสนุนการวิเคราะห์เชิงปริมาณและสร้างข้อเสนอเชิงนโยบายได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ณัฐพล ม่วงท่า. (2567). 52 *Digital Stat & Insights 2024 Thailand*. สืบค้น พฤษภาคม 9, 2568, จาก <https://everydaymarketing.co/trend-insight/thailand-digital-stat-insights-2024-from-we-are-social-report/>
- นิชาภา เทพนรงค์. (2564). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ธมลวรรณ สมพงศ์. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นครินทร์ ศักดิ์สูง. (2565). ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากข้อป้ของ ผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ปรางศิริ นิลสอน. (2564). การตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ปวีณา วิจิตรจันทร์ และจิรติ พูนเอียด. (2567, มกราคม-มิถุนายน). อิทธิพลของความไว้วางใจและการตลาดผ่าน สื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการซื้อเสื้อผ้าบนช่องทาง Facebook. *วารสารราชภัฏสุราษฎร์ธานี*, 11(1), 219-249.
- พัชรภรณ์ ดั่งวิเศษ. (2562). คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของลูกค้าเทสโก้ โลตัส ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสยาม.
- พูนภาค เขียวสด และสุรสิทธิ์ อุดมธนะวงศ์. (2566, เมษายน-มิถุนายน). ความสัมพันธ์การรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจกับการตัดสินใจซื้อสินค้าพรีอเดอร์ประเภทสินค้าของเล่นลิขสิทธิ์จากญี่ปุ่น ในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 37(2), 1-15.
- ภัทรมน ศรีวิภาต. (2566, เมษายน-มิถุนายน). อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าผ่านแอปพลิเคชัน Shopee ของลูกค้าในจังหวัดนนทบุรี. *วารสารสุทธิ ปริทัศน์*, 37(2), 102-115.
- วรศรา สู้สกุลสิงห์. (2563, มกราคม-มีนาคม). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก. *วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 12(1), 99-118.
- สิริภักตร์ ศิริโท. (2565, กรกฎาคม-ธันวาคม). การรับรู้คุณภาพการบริการและความตั้งใจจะซื้อสินค้าผ่านการ ถ่ายทอดสดโดยผู้บริโภคจีน. *วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร*, 19(2), 100-130.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2567). สถิติสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุนิดา หลากสุขถม. (2564). แรงจูงใจ ความไว้วางใจและธุรกิจผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ เสื้อผ้าผ่าน Facebook Live ของผู้บริโภคออนไลน์ Gen Y ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2567). *มูลค่า E-Commerce พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในประเทศไทย*. สืบค้น พฤษภาคม 5, 2568, จาก <https://www.etda.or.th/Useful-Resource/publications/e-Commerce-Survey-in-Thailand-2023.aspx>

- สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1. (2567). การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1. สืบค้น พฤษภาคม 5, 2568, จาก <http://www.osmnorth-s1.moi.go.th/general-osm>
- อรุณทัย ปัญญา. (2562). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้า ผ่านสังคมออนไลน์ (เฟซบุ๊ก) ของนักศึกษาปริญญาตรี ในมหาวิทยาลัย เขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques* (3rd ed.). New Jersey: John Wiley & Sons.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing* (15th ed.). New York: Pearson.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). E-S-Qual: A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality. *Journal of Service Research*, 7(3), 213-233.
- Pomponi, F., Fratocchi, L., & Tafuri, S. R. (2015). Trust Development and Horizontal Collaboration in Logistics: A Theory Based Evolutionary Framework. *Supply Chain Management*, 20(1), 253-263.

โมเดลการจัดการองค์การยุคใหม่สำหรับภาคอุตสาหกรรมการผลิต ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออก

A New Era Organizational Management Model for the Manufacturing Sector in Thailand's Eastern Provinces

เบญจพันธ์ มีเงิน^{1*}

Benjabhon Mee-ngoen^{1*}

Received: November 5, 2025 Revised: November 28, 2025 Accepted: December 17, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการจัดการองค์การยุคใหม่ขององค์กรภาคอุตสาหกรรมการผลิตในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ: (1) ศึกษาคุณลักษณะทั่วไปขององค์กรภาคอุตสาหกรรมการผลิตและระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการองค์การยุคใหม่, (2) พัฒนาโมเดลการจัดการองค์การยุคใหม่สำหรับภาคอุตสาหกรรมการผลิต, และ (3) ตรวจสอบความเหมาะสมในทางปฏิบัติของโมเดลดังกล่าว การวิจัยใช้รูปแบบ วิจัยแบบผสม (Mixed Methods Research) โดยเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 โรงงาน และข้อมูลเชิงคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน

ผลการวิจัยพบว่า องค์กรส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดกลาง ดำเนินกิจการระหว่าง 5-10 ปี มีรายได้ต่อปีต่ำกว่า 100 ล้านบาท และตั้งอยู่ในจังหวัดชลบุรี ในส่วนของระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการองค์การยุคใหม่อยู่ใน ระดับมาก โดยปัจจัยที่สำคัญที่สุด ได้แก่ วัฒนธรรมองค์กร รองลงมาคือภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ วัฒนธรรมดิจิทัล ความยั่งยืนและธรรมาภิบาล และทุนมนุษย์และทักษะ สำหรับโมเดลการจัดการองค์การยุคใหม่ พบว่าความสำเร็จในการจัดการองค์การขึ้นอยู่กับภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ วัฒนธรรมดิจิทัล วัฒนธรรมองค์กร ทุนมนุษย์และทักษะ และความยั่งยืนและธรรมาภิบาล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($p < .01$) โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์และเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานทางสถิติ (χ^2/df , CFI, TLI, RMSEA) สามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนากระบวนการจัดการที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพและความยั่งยืนได้จริง

คำสำคัญ: การจัดการองค์การยุคใหม่, ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์, วัฒนธรรมดิจิทัล, วัฒนธรรมองค์กร, ทุนมนุษย์ และทักษะ

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. และอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต และปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยี วิทยาลัยอินเตอร์เทคโนโลยี

* Corresponding Author: dr.benjabhon@gmail.com

Abstract

This study focuses on the management of modern organizations in the manufacturing sector in the Eastern provinces of Thailand. The research objectives were to: (1) examine the general characteristics of manufacturing organizations and the significance of factors influencing the success of modern organizational management, (2) develop a modern organizational management model for the manufacturing sector, and (3) assess the practical applicability of the developed model. A mixed-methods research design was employed, collecting quantitative data from 500 manufacturing organizations and qualitative data from three experts. Data were analyzed using descriptive and inferential statistics.

The results indicate that most organizations are medium-sized, have been operating for 5–10 years, have annual revenues of less than 100 million baht, and are located in Chonburi province. The level of importance of factors influencing organizational success was found to be high, with the most significant factor being innovation culture, followed by strategic leadership, digital culture, sustainability and governance, and human capital and skills. The modern organizational management model revealed that organizational success significantly depends on strategic leadership, digital culture, innovation culture, human capital and skills, and sustainability and governance ($p < .01$). The model demonstrated good fit with empirical data and met standard statistical criteria (χ^2/df , CFI, TLI, RMSEA), indicating its practical applicability for enhancing management processes aimed at efficiency and sustainability.

Keywords: Modern organizational management, Strategic leadership, Digital culture, Innovation culture, Human capital and skills

บทนำ

ในยุคเศรษฐกิจรูปแบบใหม่ (New Economy) ระบบเศรษฐกิจถูกขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ โดยคำนึงถึงความยั่งยืนทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อนำไปสู่การยกระดับการพัฒนาประเทศจากฐานการผลิตที่พึ่งพิงแรงงานราคาถูก สู่การสร้างสรรค์นวัตกรรมที่มีมูลค่าเพิ่มสูง อาศัยจุดแข็งของประเทศ เช่น ต้นทุนทางสังคม วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ และภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นพลังสำคัญในการปฏิรูปเศรษฐกิจ โดยมีกรอบพัฒนาเศรษฐกิจ 5 สาขาหลัก ได้แก่ เศรษฐกิจดิจิทัล เศรษฐกิจฐานชีวภาพ เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม เศรษฐกิจเพื่อสังคม และเศรษฐกิจสูงวัย (Boston Consulting Group, 2021)

อย่างไรก็ดี ภาคอุตสาหกรรมมีบทบาทสำคัญยิ่งต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ อุตสาหกรรมเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่อาศัยทุนและแรงงาน เพื่อผลิตสินค้าและบริการให้ตอบสนองความต้องการของสังคม แบ่งได้เป็นทั้งอุตสาหกรรมสินค้าทุน เช่น เคมีภัณฑ์ เครื่องจักร และอุตสาหกรรมสินค้าบริโภค เช่น อาหารสำเร็จรูปและเครื่องนุ่งห่ม (พิวัฒน์, 2021) ปัจจุบันองค์การอุตสาหกรรมการผลิตมีจำนวนมากและกระจายตัวในพื้นที่ต่าง ๆ โดยสิ้นปี 2567 มีโรงงานที่ได้รับอนุญาตรวมทั้งสิ้น 73,710 โรงงาน เงินลงทุนรวมมากกว่า 9.5 ล้านล้านบาท และมีการจ้างงานมากกว่า 4 ล้านคน โดยกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเป็นพื้นที่ที่มีโรงงานหนาแน่น

มากที่สุด จำนวน 28,358 โรงงาน รองลงมาคือพื้นที่จังหวัดในภาคตะวันออก จำนวน 12,623 โรงงาน เงินลงทุนมากกว่า 4 ล้านบาทและมีการจ้างงานมากกว่า 9 แสนคน (กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2568) ตัวเลขดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของภาคอุตสาหกรรมต่อการพัฒนาประเทศทั้งเศรษฐกิจและการจ้างงาน นอกจากนี้ พื้นที่ภาคตะวันออกยังเป็นฐานการผลิตสำคัญเชิงยุทธศาสตร์ของประเทศ โดยเฉพาะจังหวัดชลบุรี ระยอง และฉะเชิงเทรา ซึ่งเป็นพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC) ที่รัฐให้ความสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมเป้าหมาย อาทิ อุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ ปีโตรเคมีขั้นสูง และการผลิตชิ้นส่วนอุตสาหกรรมระดับโลก พื้นที่ดังกล่าวมีส่วนการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมสูงสุดของประเทศ และเป็นแหล่งที่ดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศในระดับสูงอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ภาคตะวันออกมีบทบาทสำคัญในการยกระดับศักยภาพการแข่งขันของประเทศในระยะยาว ทั้งด้านเทคโนโลยี การจ้างงานทักษะสูง และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเชิงอุตสาหกรรมขั้นก้าวหน้า

อย่างไรก็ตาม โลกธุรกิจในปัจจุบันกำลังเผชิญกับปัจจัยท้าทายหลากหลายประการ ทั้งผลสืบเนื่องจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจโลก ปัญหาภาวะโลกร้อน และความตึงเครียดทางภูมิรัฐศาสตร์ เช่น ความขัดแย้งรัสเซีย-ยูเครนและสถานการณ์ในตะวันออกกลาง ซึ่งส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทาน การค้า และความมั่นคงทางพลังงานในระดับโลก (International Monetary Fund, 2023; World Economic Forum, 2022) ปัจจัยเหล่านี้ได้กดดันให้ภาคอุตสาหกรรมการผลิตต้องเผชิญความท้าทายด้านการปรับตัวและการเสริมสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันอย่างต่อเนื่อง

ในมิติด้านการบริหารจัดการ องค์กรสมัยใหม่จำเป็นต้องยกระดับวิธีการบริหารให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของสภาพแวดล้อม โดยให้ความสำคัญกับภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ วัฒนธรรมดิจิทัล นวัตกรรม ทักษะและทักษะแห่งอนาคต ความคล่องตัวขององค์กร การจัดการความรู้ การสร้างความร่วมมือเชิงนิเวศธุรกิจ ตลอดจนการขับเคลื่อนแนวคิดด้านความยั่งยืนและธรรมาภิบาล (Deloitte, 2021; Northouse, 2022; OECD, 2020) เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน และสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

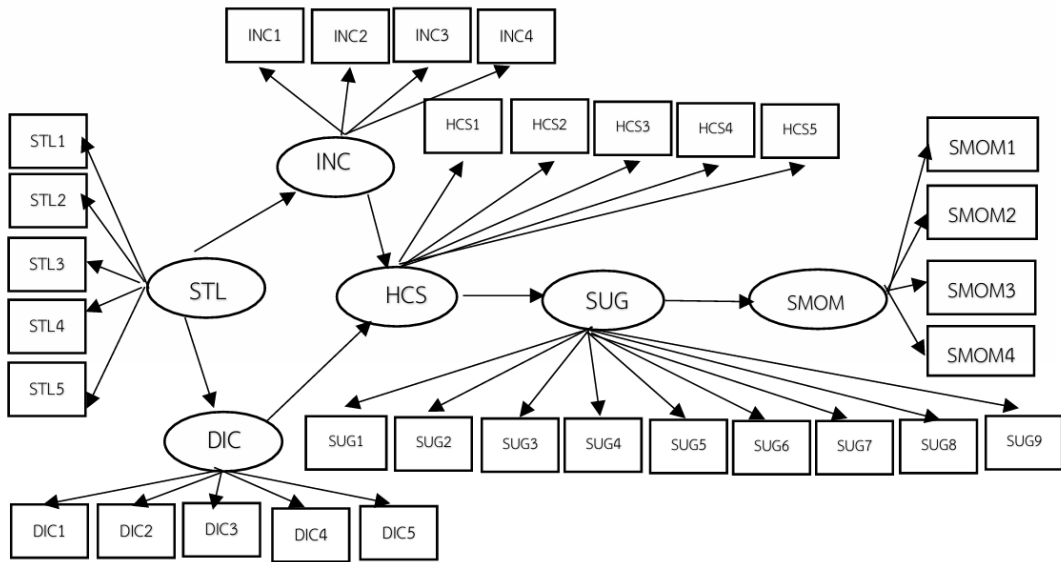
ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงตระหนักถึงความจำเป็นเร่งด่วนในการปรับตัวขององค์กรภาคอุตสาหกรรมการผลิตในยุคเศรษฐกิจใหม่ และเห็นความสำคัญในการพัฒนาโมเดลการจัดการองค์การยุคใหม่ที่เหมาะสม เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันและความยั่งยืนของธุรกิจอุตสาหกรรมไทยในระยะยาว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะทั่วไปขององค์กรภาคอุตสาหกรรมการผลิตในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออก และระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการจัดการองค์การยุคใหม่
2. เพื่อพัฒนาโมเดลการจัดการองค์การยุคใหม่สำหรับภาคอุตสาหกรรมการผลิตในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออก
3. เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมในทางปฏิบัติของโมเดลการจัดการองค์การยุคใหม่สำหรับภาคอุตสาหกรรมการผลิตในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออก

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดแสดงโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ดังนี้



ภาพ 1 กรอบแนวคิดแสดงโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของตัวแปร

จากกรอบแนวคิดแสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของตัวแปร (ภาพที่ 1) แสดงให้เห็นถึงตัวแปรแฝงภายนอก จำนวน 1 ตัวแปรคือ ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ (STL) ได้แก่ วิสัยทัศน์เชิงกลยุทธ์ (STL1) ความคิดเชิงวิพากษ์ (STL2) การสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ (STL3) การจัดโครงสร้างและระบบสนับสนุนกลยุทธ์ (STL4) และ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (STL5) มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ โดยส่งอิทธิพลทางตรง ทางอ้อม และอิทธิพลร่วมต่อตัวแปรแฝงภายใน จำนวน 5 ตัวแปร คือ 1) วัฒนธรรมดิจิทัล (DIC) ได้แก่ ทักษะคนที่สนับสนุนเทคโนโลยี (DIC1) ความสามารถด้านดิจิทัล (DIC2) ระบบการสื่อสารและการทำงานร่วมกันแบบดิจิทัล (DIC3) การสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง (DIC4) การวัดและประเมินผลด้านดิจิทัล (DIC5) 2) วัฒนธรรมนวัตกรรม (INC) ได้แก่ ภาวะผู้นำด้านนวัตกรรม (INC1) การสนับสนุนทรัพยากร (INC2) กระบวนการสร้างสรรค์ และแรงจูงใจ/รางวัล (INC3) สร้างความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (INC4) 3) ทุนมนุษย์และทักษะ (HCS) ได้แก่ ความรู้ (HCS1) ทักษะ (HCS2) ประสบการณ์ (HCS3) สุขภาพ (HCS4) และคุณลักษณะส่วนบุคคล (HCS5) 4) ความยั่งยืนและธรรมาภิบาล (SUG) ได้แก่ การจัดการทรัพยากรและพลังงาน (SUG1) การลงทุนในเทคโนโลยีสะอาด (SUG2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (SUG3) การรายงานผลด้านความยั่งยืน (SUG4) กฎระเบียบและมาตรฐานอุตสาหกรรม (ISO) (SUG5) การตรวจสอบภายในและภายนอก (SUG6) การจัดการความเสี่ยง (SUG7) การปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานและสิ่งแวดล้อม (SUG8) และการพัฒนานโยบายตามเกณฑ์ ESG (SUG9) และ 5) ความสำเร็จในการจัดการองค์การยุคใหม่ (SMOM) ได้แก่ การบริหารเชิงกลยุทธ์ (SMOM1) การบริหารกระบวนการผลิต (SMOM2) การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (SMOM3) และการบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (SMOM4)

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัย

ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ (Strategic Leadership) ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ เป็น ความสามารถของผู้นำในการกำหนดวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ รวมถึงการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบแข่งขันในระยะยาว โดยมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนผ่านด้านโครงสร้าง กระบวนการ และวัฒนธรรมของ

องค์การให้สอดคล้องกับบริบททางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว มีคุณลักษณะ ได้แก่ การมุ่งวิสัยทัศน์ระยะยาว การปรับตัวอย่างยืดหยุ่น การสร้างแรงบันดาลใจแก่ผู้ตาม และการจัดการความซับซ้อน ผู้นำลักษณะนี้ต้องสร้างสมดุลระหว่างประสิทธิภาพปัจจุบันกับการลงทุนเพื่ออนาคต ควบคู่กับการบริหารความเสี่ยงและการเรียนรู้เชิงกลยุทธ์เพื่อรับมือความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ประกอบด้วย วิสัยทัศน์เชิงกลยุทธ์ ความคิดเชิงวิพากษ์ การสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ การจัดโครงสร้างและระบบสนับสนุนกลยุทธ์ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล การวิเคราะห์แนวโน้มภายนอก และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือเชิงกลยุทธ์ (Boal & Hooijberg, 2023; Ireland & Hitt, 2022; Zhang & Li, 2024)

วัฒนธรรมดิจิทัล (Digital Culture) เป็นระบบค่านิยม ความเชื่อ ทัศนคติ และพฤติกรรมภายในองค์กรที่สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการดำเนินงานและการตัดสินใจอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพลดความต้านทานต่อการเปลี่ยนแปลง และส่งเสริมการสร้าง Smart Factory มีคุณลักษณะสำคัญ ได้แก่ การมีความปลอดภัยทางจิตใจ การมีการสนับสนุนจากผู้นำ การมีการเรียนรู้และการแบ่งปันองค์ความรู้ การมีแรงจูงใจและระบบรางวัล และเทคโนโลยี และการมีโครงสร้างดิจิทัล ส่วนองค์ประกอบหลักประกอบด้วย ทัศนคติที่สนับสนุนเทคโนโลยี ความสามารถด้านดิจิทัล ระบบการสื่อสารและการทำงานร่วมกันแบบดิจิทัล การสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง และการวัดและประเมินผลด้านดิจิทัล (Almeida & Santos, 2023)

วัฒนธรรมนวัตกรรม (Innovation Culture) เป็นรูปแบบความคิด ค่านิยม และแนวปฏิบัติภายในองค์กรที่ส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ การทดลอง และพัฒนานวัตกรรมทั้งด้านผลิตภัณฑ์และกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง โดยมีคุณลักษณะสำคัญคือ การเปิดรับความคิดใหม่ การเรียนรู้จากความล้มเหลว การสนับสนุนความร่วมมือและความคิดสร้างสรรค์ ความยืดหยุ่นในการปรับตัว และการให้รางวัลแก่ความสำเร็จด้านนวัตกรรม ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 4 ด้าน ได้แก่ ภาวะผู้นำด้านนวัตกรรม การสนับสนุนทรัพยากร กระบวนการสร้างสรรค์ และแรงจูงใจ/รางวัล วัฒนธรรมลักษณะนี้ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรและสร้างความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (Distanont & Khongmalai, 2023)

ทุนมนุษย์และทักษะ (Human Capital and Skills) เป็น ความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะส่วนบุคคลที่สะสมผ่านการศึกษาและประสบการณ์ ทุนมนุษย์เป็นทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ แต่ก่อให้เกิดมูลค่า ผ่านทักษะความรู้ ประสบการณ์ การศึกษา และสุขภาพ ซึ่งช่วยเพิ่มผลิตภาพ นวัตกรรม และการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ มีคุณลักษณะบุคลากรที่มีทักษะดิจิทัลและวิศวกรรมขั้นสูง ไม่สามารถถูกแข่งขันเลียนแบบได้ ประกอบด้วย ความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ สุขภาพ และคุณลักษณะส่วนบุคคล Wang, & Chen, 2024; OECD. (n.d.); Investopedia, 2025; Chao, 2025)

ความยั่งยืนและธรรมาภิบาล (Sustainability and Governance) เป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร โดยความยั่งยืน หมายถึงความสามารถขององค์กรในการผลิตสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่องโดยไม่สร้างผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ ทั้งในปัจจุบันและอนาคต มีคุณลักษณะสำคัญด้านเศรษฐกิจ (การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและเพิ่มมูลค่า) สิ่งแวดล้อม (การจัดการของเสีย ลดมลพิษ และใช้พลังงานหมุนเวียน) และสังคม (การดูแลแรงงานและมีส่วนร่วมของชุมชน) ประกอบด้วย การจัดการทรัพยากรและพลังงาน การลงทุนในเทคโนโลยีสะอาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการรายงานผลด้านความยั่งยืน ขณะที่ธรรมาภิบาลหมายถึงระบบการบริหารจัดการองค์กรที่โปร่งใส ยุติธรรม มีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย และสอดคล้องกับกฎหมายและมาตรฐานอุตสาหกรรม มีคุณลักษณะสำคัญคือ ความโปร่งใส ความรับผิดชอบต่อสังคม การมีส่วนร่วม และความยุติธรรม ประกอบด้วย กฎระเบียบและมาตรฐาน

อุตสาหกรรม (ISO) การตรวจสอบภายในและภายนอก การจัดการความเสี่ยงและการปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน และสิ่งแวดล้อม และการพัฒนานโยบายตามเกณฑ์ ESG (Seega, 2024; Ferraro, 2023; Wackernagel, 2025)

ความสำเร็จในการจัดการองค์การยุคใหม่ (Success in Modern Organizational Management) เป็นความสามารถขององค์การในการปรับตัวและพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อแข่งขันได้อย่างยั่งยืน โดยอาศัยการใช้เทคโนโลยี นวัตกรรม และการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ มีคุณลักษณะสำคัญ ได้แก่ ความยืดหยุ่นและการปรับตัว (agility) การมุ่งเน้นลูกค้า (Customer-centric) การพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง (Human resource development) และความสามารถในการสร้างนวัตกรรม (Innovation) ประกอบด้วย องค์ประกอบเชิงกลยุทธ์สำคัญ ได้แก่ การบริหารเชิงกลยุทธ์ การบริหารกระบวนการผลิต การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ การบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการวัดผลและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการประสานองค์ประกอบและคุณลักษณะเหล่านี้ช่วยให้องค์กรสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดและเทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน (Tidd, Bessant, & Pavitt, 2001; Ekvall, 2002; Certo, 2000; ธิติวุฒิมั่นมี, 2565)

วิธีดำเนินการวิจัย

1. **รูปแบบการวิจัย** การวิจัยนี้ ผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสม (Mixed Methods Research) เป็นการผสมผสานวิธีการวิจัยระหว่างวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และ การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) แบบแทรก หรือแบบฝัง (Embedded Design) (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2544; Creswel & Plano, 2018)

2. **การดำเนินการวิจัย** การวิจัยนี้ มีกรอบการดำเนินการวิจัย ดังนี้

ระยะที่ 1 การวิจัยเชิงปริมาณ แบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 การศึกษาวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 1 ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 การศึกษาคุณลักษณะทั่วไปขององค์การภาคอุตสาหกรรมการผลิตในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออก และ ส่วนที่ 2 การศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดการองค์การยุคใหม่

ตอนที่ 2 การศึกษาวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 2 เพื่อศึกษาโมเดลการจัดการองค์การยุคใหม่สำหรับภาคอุตสาหกรรมการผลิตในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออก ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 การทดสอบโมเดลการวัดองค์ประกอบ ส่วนที่ 2 การทดสอบโมเดลสมการโครงสร้าง และส่วนที่ 3 การยกย่องโมเดลการจัดการองค์การยุคใหม่สำหรับภาคอุตสาหกรรมการผลิตในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออก

ระยะที่ 2 การวิจัยเชิงคุณภาพ การศึกษาตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 3 เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมในทางปฏิบัติของโมเดลการจัดการองค์การยุคใหม่สำหรับภาคอุตสาหกรรมการผลิตในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกที่สร้างขึ้น

3. **การเก็บรวบรวมข้อมูล**

3.1 **ประชากร** การวิจัยนี้ ผู้วิจัยศึกษากลุ่มประชากรเป้าหมายเป็นองค์การภาคอุตสาหกรรมการผลิต ที่จดทะเบียนแจ้งประกอบกิจการในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดจันทบุรี จำนวน 351 โรงงาน จังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 2, 095 โรงงาน จังหวัดชลบุรี จำนวน 5,220 โรงงาน จังหวัดตราด จำนวน 220 โรงงาน จังหวัดปราจีนบุรี จำนวน 1,018 โรงงาน จังหวัดระยอง จำนวน 3,268 โรงงาน และจังหวัดสระแก้ว จำนวน 451 โรงงาน รวมทั้งสิ้น จำนวน 12,623 โรงงาน จากข้อมูล ณ สิ้นปี 2567 (กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2568)

3.2 กลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างประเภทแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) และใช้วิธีหลายวิธี ได้แก่ แบบโควตา (Quota sampling) และแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) โดยกำหนดสัดส่วนร้อยละ 4.50 ของจำนวนโรงงานทั้งหมด 12,623 โรงงาน ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 568 โรงงาน เพื่อใช้สำหรับเก็บข้อมูล ส่วนขนาดตัวอย่าง (Sample Size) การวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้ใช้ตัวแปรแฝง จำนวน 6 ตัวแปร และตัวแปรสังเกตได้จำนวน 32 ตัวแปร ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 องค์การ (โรงงาน) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ตามเกณฑ์ (ตัวแปรแฝงไม่เกิน 7 ตัว ขนาดตัวอย่างระหว่าง 300- 500) ของ Hair, Black, Babin และ Anderson (2019)

3.2.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ กำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ทรงคุณวุฒิด้านการบริหารธุรกิจทั้งภาครัฐและเอกชน จำนวน 3 คน ได้แก่ ผู้ประกอบการ 1 คน ผู้บริหาร 1 คน และนักวิชาการ 1 คน

3.3 หน่วยวิเคราะห์ (Unit of Analysis) สำหรับการศึกษาเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้หน่วยวิเคราะห์ระดับองค์การ โดยผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้ประกอบการ หรือผู้บริหารระดับสูง ขององค์การภาคอุตสาหกรรมการผลิตแต่ละแห่ง 1 คน ตอบแบบสอบถามได้เพียง 1 ฉบับ

3.4 การสร้างเครื่องมือ แบบสอบถามเชิงปริมาณ เป็นข้อคำถามเชิงบวกให้สอดคล้องกับนิยามเชิงปฏิบัติการและตัวแปรที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม แบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปขององค์การ 4 ข้อ ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดการองค์การยุคใหม่ 32 ข้อ และ ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ 1 ข้อ รวม 37 ข้อ ส่วนแบบสัมภาษณ์เชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้างครอบคลุมประเด็นเดียวกันกับแบบสอบถามเชิงปริมาณ ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 โมเดลความสำเร็จในการจัดการองค์การยุคใหม่ ส่วนที่ 2 คำถามสัมภาษณ์ 6 ข้อ และ ส่วนที่ 3 แบบประเมินความเหมาะสมของโมเดลที่สร้างขึ้น 5 ข้อ โดยใช้เกณฑ์การประเมินของ Rovinelli และ Hambleton (1977) ผู้วิจัยใช้หน่วยวิเคราะห์ ระดับองค์การ

3.5 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

3.5.1 การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) การวิจัยเชิงปริมาณ การประเมินค่า IOC ของตัวชี้วัด/นิยามเชิงปฏิบัติการ จำนวน 32 ข้อ พบว่า ค่า IOC ทุกข้อ อยู่ระหว่าง .67 – 1.00 สูงกว่าค่ามาตรฐาน .50 (Lynn, 1986; Polit & Beck, 2012) แสดงว่าแบบสอบถามมีความตรงเชิงเนื้อหาที่เหมาะสม และแบบคำถามสัมภาษณ์เชิงลึกของการวิจัยเชิงคุณภาพ จำนวน 6 ข้อ ค่า IOC อยู่ระหว่าง .67–1.00 ผ่านการตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน

3.5.2 การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผลการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง 30 องค์การ พบค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α) เท่ากับ .849 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ .70 (Cronbach, 1951; Nunnally & Bernstein, 1994; Hair, Black, Babin, & Anderson, 2019). แสดงว่าเครื่องมือวิจัยมีความเชื่อมั่นในระดับสูง

3.6 การวัดและเครื่องมือวัด เครื่องมือวัด ใช้แบบสอบถามเชิงบวกและแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง ส่วนมาตรวัด ใช้มาตรนามบัญญัติ (Nominal Scale) และมาตราอันตรภาค (Interval Scale) แบบลิเคิร์ต 5 ระดับ (1–5) (Sekaran, 2003) นอกจากนี้ เกณฑ์การแปลความหมาย ใช้ค่าเฉลี่ย 5 ระดับ (Range = 0.80) โดยแบ่งเป็น: 1) 4.21 – 5.00 = มากที่สุด 2) 3.41 – 4.20 = มาก 3) 2.61 – 3.40 = ปานกลาง 4) 1.81 – 2.60 = น้อย และ 5) 1.00 – 1.80 = น้อยที่สุด (Best, 1977; Likert, 1932)

3.7 การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิจัยนี้ได้รับการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ เลขที่ใบรับรองจริยธรรม HE-005-2568 ลงวันที่ 17 มีนาคม 2568 จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ วิทยาลัย

อินเตอร์เน็ตล่าปาง แล้ว จึงดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ โดยส่งแบบสอบถามโดยตรงให้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 568 โรงงาน ได้รับตอบกลับ 528 ฉบับ ใช้เวลา 30 วัน ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพแบบสัมภาษณ์เชิงลึก โดยคำถามสัมภาษณ์กำหนดตามประเด็นปัญหาและปัจจัยเกี่ยวกับแบบสอบถาม เก็บข้อมูลจากผู้ทรงคุณวุฒิ หรือผู้ให้ข้อมูล ประกอบด้วย ผู้ประกอบการ 1 คน ผู้บริหาร 1 คน และนักวิชาการ 1 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 3 คน ใช้เวลา 10 วัน

3.8 การประมวลผลข้อมูล จากแบบสอบถามแบบออนไลน์ (กระดาษ) ที่ได้รับตอบกลับ จำนวน 528 โรงงาน ผู้วิจัยคัดเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ที่สุด จำนวน 500 ฉบับ เท่ากับขนาดตัวอย่างที่กำหนดไว้เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามที่ผ่านการคัดเลือกแล้ว จำนวน 500 ฉบับ ไปลงรหัส จัดทำแฟ้มข้อมูล และเตรียมการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS (AMOS)

3.9 สถิติและเทคนิควิธีการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย การวิจัยนี้ ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ เทคนิควิธีวิเคราะห์ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน (อ้างอิง) ได้แก่ เทคนิควิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2021) เพื่อตรวจสอบโมเดลการวัดองค์ประกอบ และใช้เทคนิควิธีการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) เพื่อทดสอบโมเดลที่สร้างขึ้น (Kline, 2016; Byrne, 2016)

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 1

1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณลักษณะทั่วไป ขององค์การภาคอุตสาหกรรมการผลิตในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออก จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 500 โรงงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นองค์การธุรกิจขนาดกลาง (53.60%) มีระยะเวลาประกอบธุรกิจ 5 ปี – 10 ปี (45.80%) มีรายได้ต่อปีต่ำกว่า 100 ล้านบาท (50.20%) และตั้งอยู่ในพื้นที่จังหวัดชลบุรี (44.00%)

1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญของตัวแปร จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในความสำเร็จในการจัดการองค์การยุคใหม่ (SMOM) โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นองค์การภาคอุตสาหกรรมการผลิตในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออก จำนวน 500 โรงงาน พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ วัฒนธรรมดิจิทัล วัฒนธรรมนวัตกรรม ทักษะและความยั่งยืนและธรรมาภิบาล และความสำเร็จในการจัดการองค์การยุคใหม่ อยู่ในระดับมาก ($M = 3.662$, $SD = 0.843$) เมื่อพิจารณารายตัวแปร พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดคือปัจจัยด้านวัฒนธรรมนวัตกรรม (INC) ประกอบด้วย การแสดงภาวะผู้นำด้านนวัตกรรม การสนับสนุนทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ การส่งเสริมสนับสนุนการสร้างสรรค และแรงจูงใจ/รางวัล สร้างความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ($M = 3.719$, $SD = 0.825$) รองลงมาคือ ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ (STL) ประกอบด้วย วิสัยทัศน์เชิงกลยุทธ์ ความคิดเชิงวิพากษ์ การส่งเสริมสนับสนุนการสร้างสรรคและแรงจูงใจ/รางวัล การสร้างความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ($M = 3.675$, $SD = 0.856$) วัฒนธรรมดิจิทัล (DIC) ประกอบด้วย ทักษะที่สนับสนุนเทคโนโลยี ความสามารถด้านดิจิทัล ระบบการสื่อสารและการทำงานร่วมกันแบบดิจิทัล การสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง และการวัดและประเมินผลด้านดิจิทัล ($M = 3.673$, $SD = 0.822$) ความยั่งยืนและธรรมาภิบาล (SUG) ประกอบด้วย การจัดการทรัพยากรและพลังงาน การลงทุนในเทคโนโลยีสะอาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การรายงานผลด้านความยั่งยืน กฎระเบียบและมาตรฐานอุตสาหกรรม (ISO) การตรวจสอบภายในและภายนอก การจัดการความเสี่ยง การปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานและสิ่งแวดล้อม และการพัฒนานโยบายตาม

เกณฑ์ ESG ($M = 3.641$, $SD = 0.849$) และ ทุณมนุษย์และทักษะ (HCS) ประกอบด้วย ความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ สุขภาพ ความสามารถในการสร้างนวัตกรรม ($M = 3.602$, $SD = 0.862$) ตามลำดับ

2. ผลการศึกษาวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 2 ผู้วิจัย ทำการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อ 1 ข้อ 2 และ ข้อ 3 โดยใช้เทคนิควิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) โปรแกรม SPSS (AMOS) ดังนี้

2.1 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อ 1 จากผลการกำหนดโมเดลการวัด พบว่า โมเดลการวัด องค์ประกอบ ทั้ง 6 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ โมเดลการวัดภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ (STL) โมเดลการวัดวัฒนธรรม ดิจิทัล (DIC) โมเดลการวัดวัฒนธรรมนวัตกรรม (INC) โมเดลการวัดทุนมนุษย์และทักษะ (HCS) โมเดลการวัด ความยั่งยืนและธรรมาภิบาล (SUG) และโมเดลการวัดความสำเร็จในการจัดการองค์การยุคใหม่ (SMMO) ส่วน ผลการวิเคราะห์เมทริกซ์สหสัมพันธ์ พบว่า เมทริกซ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ของโมเดลการวัด ทั้ง 6 โมเดล การวัดไม่เป็นเมทริกซ์เอกลักษณะ พิจารณาได้จากค่า $KMO = 0.948 > .70$, Approx. Chi-square = 6979.787, $df = 496$, Sig. = .000 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ในแต่ละโมเดลอยู่ในระดับปานกลาง ($0.257^{**} - 0.571^{**}$) ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity แสดงว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับที่เหมาะสม สามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) ได้

2.2 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อ 2 จากผลการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง และความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของโมเดลการวัดทั้ง 6 โมเดล โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิง ยืนยัน (CFA) (Hair et al., 2019) โปรแกรม SPSS (AMOS) พบว่า โมเดลการวัดทั้ง 6 มีความตรงเชิงโครงสร้าง และมีความเหมาะสมกับข้อมูล ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน แสดงว่าโมเดลการวัดทุกโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับ ข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ในระดับดีมากถึงดีเยี่ยม สามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ SEM (Kline, 2016; Byrne, 2016) ต่อไปได้ พิจารณาจากค่าดัชนีความสอดคล้องรวม (Fit Indices) ดังนี้

2.2.1 โมเดลการวัดภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ (STL) ผลการวิเคราะห์พบว่า โมเดลการวัดนี้ มีความ สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับดีเยี่ยม โดยมีค่า $\chi^2 = 1.678$, $df = 1$, $p = 0.736 > .05$, $\chi^2/df = 0.114 < 2$, RMSEA = .00 < .08, CFI = 1.00 > .95, TLI = 1.00 > .95 รวมทั้งมีค่า AVE = 0.544 และ CR = 0.856 ผ่านเกณฑ์มาตรฐานระดับดีเยี่ยม

2.2.2 โมเดลการวัดวัฒนธรรมดิจิทัล (DIC) ผลการวิเคราะห์พบว่า โมเดลการวัดนี้ มีความ สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับดีเยี่ยม โดยมีค่า $\chi^2 = 5.807$, $df = 4$, $p = 0.214 > .05$, $\chi^2/df = 1.452 < 2$, RMSEA = .030 < .08, CFI = .997 > .95, TLI = .993 > .95 รวมทั้งมีค่า AVE = 0.546 และ CR = 0.857 ผ่านเกณฑ์มาตรฐานระดับดีมาก

2.2.3 โมเดลการวัดวัฒนธรรมนวัตกรรม (INC) ผลการวิเคราะห์พบว่า โมเดลการวัดนี้ โดยมีค่า $\chi^2 = 1.329$, $df = 1$, $p = 0.249 > .05$, $\chi^2/df = 1.329 < 2$, RMSEA = .026 < .08, CFI = .999 > .95, TLI = .997 > .95 รวมทั้งมีค่า AVE = 0.580 และ CR = 0.847 ผ่านเกณฑ์มาตรฐานระดับดีมาก

2.2.4 โมเดลการวัดทุนมนุษย์และทักษะ (HCS) ผลการวิเคราะห์พบว่า โมเดลมีความสอดคล้อง กับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับดีเยี่ยม โดยมีค่า $\chi^2 = 1.335$, $df = 3$, $p = 0.721 > .05$, $\chi^2/df = 0.445 < 2$, RMSEA = .00 < .08, CFI = 1.00 > .95, TLI = 1.00 > .95 รวมทั้งมีค่า AVE = 0.572 และ CR = 0.998 ผ่าน เกณฑ์มาตรฐานระดับดีเยี่ยม

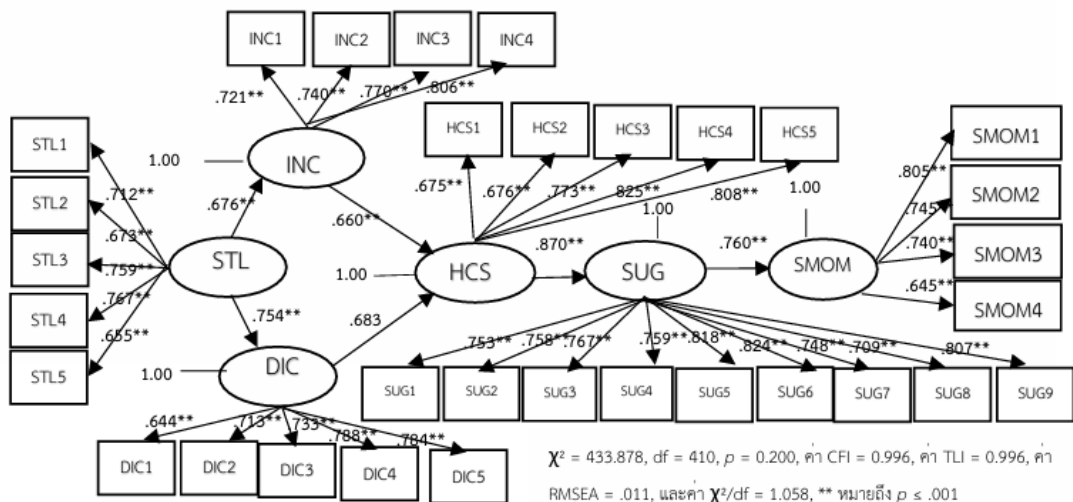
2.2.5 โมเดลการวัดความยั่งยืนและธรรมาภิบาล (SUG) ผลการวิเคราะห์พบว่า โมเดลมีความ สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับดีมาก โดยมีค่า $\chi^2 = 23.054$, $df = 19$, $p = 0.235 > .05$, $\chi^2/df =$

1.213 < 2, RMSEA = .021 < .08, CFI = .998 > .95, TLI = .996 > .95 รวมทั้งมีค่า AVE = 0.50 และ CR = .843 ผ่านเกณฑ์มาตรฐานระดับดีมาก และ

2.2.6 โมเดลการวัดความสำเร็จในการจัดการองค์การยุคใหม่ (SMOM) ผลการวิเคราะห์ พบว่า มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในระดับดีเยี่ยม โดยพิจารณาได้จาก ค่า $\chi^2 = 1.670$, $df = 2$, $p = 0.434 > .05$ กล่าวคือ ค่า χ^2 แตกต่างจาก 0 อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ อีกทั้งค่าดัชนี RMSEA = .000 < .08 และค่าดัชนีวัด CFI = 1.00 > .95, ค่าดัชนี TLI = 1.00 > .95 และค่า $\chi^2/df = 0.835 < 2$ รวมทั้งมีค่า AVE = 0.552 และ CR = 0.998 ผ่านเกณฑ์มาตรฐานระดับดีเยี่ยม

เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ CFA ของตัวแปรแฝงทั้งหมดพบว่า ค่า Factor Loading ของตัวแปรสังเกตแต่ละตัวแปรมีค่าระหว่าง 0.689** ถึง 0.798** ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐาน 0.50 (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2021). และ ค่า t-value > 1.96 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ค่า SMC/R² มีค่าอยู่ระหว่าง 0.475 ถึง 0.637 แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรแฝงได้มากกว่าร้อยละ 50 ส่วน ค่า AVE ของตัวแปรแฝงทั้งหมดอยู่ระหว่าง 0.500 ถึง 0.564 สูงกว่าเกณฑ์มาตรฐาน (≥ 0.50) และ ค่า CR อยู่ระหว่าง 0.907 ถึง 0.999 แสดงถึงความน่าเชื่อถือของตัวแปรแฝงสูงมาก

3. ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อ 3 ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างความสำเร็จในการจัดการองค์การยุคใหม่ (SMOM) โดยเทคนิควิธีการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) (Kline, 2016; Byrne, 2016) โปรแกรม SPSS (AMOS) (ภาพ 2) ดังนี้



ภาพ 2 โมเดลสมการโครงสร้างความสำเร็จในการจัดการองค์การยุคใหม่

3.1 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ 32 ตัวแปร ในโมเดลสมการโครงสร้างความสำเร็จในการจัดการองค์การยุคใหม่ (SMOM) (ภาพที่ 2) กลุ่มตัวอย่าง 500 โรงงาน พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมด 78 คู่ ทุกคู่มีค่ามากกว่าศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร มีค่าความสัมพันธ์ทางบวก มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมีค่าตั้งแต่ 0.257** ถึง 0.571** ไม่เกิน .70 จึงไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity problem ส่วนค่าสถิติทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity พบว่า มีค่า Approx. Chi-

square = 6979.787 ค่า df = 496 และค่า Sig. = .000 < .05 ซึ่งแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีความสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ค่าดัชนี Kaiser-Meyer-Olkin หรือ KMO = 0.948 > .70 ซึ่งค่าความสัมพันธ์มีค่ามากกว่า 0 แต่ไม่เกิน 1 แสดงว่า เมทริกซ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้ในการวิจัยไม่เป็นเมทริกซ์เอกลักษณ์และความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปรมีมากพอที่จะนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบ เพื่อตรวจสอบความตรงของโมเดลสมการโครงสร้างหรือวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุได้

3.2 ผลการวิเคราะห์ความตรงและความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จากผลการวิเคราะห์ความตรงและความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของโมเดลสมการโครงสร้างความสำเร็จในการจัดการองค์การยุคใหม่ (SMOM) (ภาพที่ 2) โดยวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้จำนวน 32 ตัวแปร จากกลุ่มตัวอย่าง 500 โรงงาน พบว่า โมเดลสมการโครงสร้างความสำเร็จในการจัดการองค์การยุคใหม่ มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับดีมาก พิจารณาได้จาก ค่า $\chi^2 = 433.878$, df = 410, p = 0.200 > .05, ค่า CFI = 0.996 > .95, ค่า TLI = 0.996 > .95, ค่า RMSEA = .011 < .08, และค่า $\chi^2/df = 1.058 < 2$ ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแปรสังเกตได้ในแต่ละตัวแปรแฝง พบว่าค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Standardized Factor Loadings) ของตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดมีค่าเป็นบวก อยู่ระหว่าง 0.644 ถึง 0.825 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ที่ .50 และแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2022) แสดงว่าตัวชี้วัดแต่ละตัวสามารถสะท้อนตัวแปรแฝงได้อย่างเหมาะสม ค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) ของตัวแปรแฝงทั้งหมดมีค่าอยู่ระหว่าง 0.508 ถึง 0.596 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ .50 (Fornell & Larcker, 1981) แสดงถึงความเที่ยงตรงเชิงบรรจุ (Convergent Validity) ที่เหมาะสม ส่วนค่าความเชื่อมั่นของโครงสร้าง (Construct Reliability: CR) อยู่ระหว่าง 0.825 ถึง 0.930 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ที่ .70 (Bagozzi & Yi, 1988). สะท้อนถึงความเชื่อมั่นภายในของตัวชี้วัดที่อยู่ในระดับสูง ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดมีคุณภาพเชิงจิตมิติที่เหมาะสม (มีความเที่ยงตรง ความเชื่อมั่น และความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในระดับที่เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานทางจิตวิทยาการวัด) สามารถใช้ในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของตัวแปร จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลรวมของตัวแปรในโมเดลสมการโครงสร้างความสำเร็จในการจัดการองค์การยุคใหม่ (SMOM) (ภาพที่ 2) เทคนิควิธีการวิเคราะห์ (SEM) ด้วยโปรแกรม SPSS (AMOS) พบว่า

3.3.1 อิทธิพลทางตรง

3.3.1.1 ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ (STL) ส่งอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อวัฒนธรรมดิจิทัล (DIC) และวัฒนธรรมนวัตกรรม (INC) มีค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐาน $\beta = 0.754$ และ 0.676 ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (p < .01)

3.3.1.2 วัฒนธรรมดิจิทัล (DIC) และวัฒนธรรมนวัตกรรม (INC) ส่งอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อทุนมนุษย์และทักษะ (HCS) มีค่ามีค่า $\beta = 0.683$ และ 0.660 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (p < .01)

3.3.1.3 ทุนมนุษย์และทักษะ (HCS) ส่งอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความยั่งยืนและธรรมาภิบาล (SUG) มีค่า $\beta = 0.870$ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (p < .01) และ

3.3.1.4 ความยั่งยืนและธรรมาภิบาล (SUG) ส่งอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการจัดการองค์การยุคใหม่ (SMOM) มีค่า $\beta = 0.645$ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (p < .01)

3.3.2 อิทธิพลทางอ้อม

3.3.2.1 ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ (STL) ส่งอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อทุนมนุษย์และทักษะ (HCS) ผ่านวัฒนธรรมดิจิทัล (DIC) มีค่า $\beta = 0.515$ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($p < .01$)

3.3.2.2 ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ (STL) ส่งอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อทุนมนุษย์และทักษะ (HCS) ผ่านวัฒนธรรมนวัตกรรม (INC) มีค่า $\beta = 0.446$ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($p < .01$)

3.3.2.3 วัฒนธรรมดิจิทัล (DIC) ส่งอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความยั่งยืนและธรรมาภิบาล (SUG) ผ่านทุนมนุษย์และทักษะ (HCS) มีค่า $\beta = 0.594$ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($p < .01$)

3.3.2.4 วัฒนธรรมนวัตกรรม (INC) ส่งอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความยั่งยืนและธรรมาภิบาล (SUG) ผ่านทุนมนุษย์และทักษะ (HCS) มีค่า $\beta = 0.574$ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($p < .01$)

3.3.2.5 ทุนมนุษย์และทักษะ (HCS) ส่งอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความสำเร็จในการจัดการองค์การยุคใหม่ (SMOM) ผ่านความยั่งยืนและธรรมาภิบาล (SUG) มีค่า $\beta = 0.561$ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($p < .01$)

3.3.2.6 ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ (STL) ส่งอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความสำเร็จในการจัดการองค์การยุคใหม่ (SMOM) ผ่านวัฒนธรรมดิจิทัล (DIC) ทุนมนุษย์และทักษะ (HCS) และความยั่งยืนและธรรมาภิบาล (SUG) มีค่า $\beta = 0.289$ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($p < .01$) และ

3.3.2.7 ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ (STL) ส่งอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความสำเร็จในการจัดการองค์การยุคใหม่ (SMOM) ผ่านและวัฒนธรรมนวัตกรรม (INC) ทุนมนุษย์และทักษะ (HCS) และความยั่งยืนและธรรมาภิบาล (SUG) มีค่า $\beta = 0.250$ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($p < .01$)

3.3.3 อิทธิพลรวม

3.3.3.1 ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ (STL) ส่งอิทธิพลรวมเชิงบวกต่อวัฒนธรรมดิจิทัล (DIC) และวัฒนธรรมนวัตกรรม (INC) มีค่า $\beta = 0.754$ และ 0.676 ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($p < .01$)

3.3.3.2 ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ (STL) ส่งอิทธิพลรวมเชิงบวกต่อทุนมนุษย์และทักษะ (HCS) มีค่า $\beta = 0.961$ ($0.515 + 0.446$) ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($p < .01$)

3.3.3.3 ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ (STL) ส่งอิทธิพลรวมเชิงบวกต่อความสำเร็จในการจัดการองค์การยุคใหม่ (SMOM) มีค่า $\beta = 0.539$ ($0.289 + 0.250$) ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($p < .01$)

3.3.3.4 วัฒนธรรมดิจิทัล (DIC) และวัฒนธรรมนวัตกรรม (INC) ส่งอิทธิพลรวมเชิงบวกต่อทุนมนุษย์และทักษะ (HCS) มีค่า $\beta = 0.683$ และ 0.660 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($p < .01$)

3.3.3.5 ทุนมนุษย์และทักษะ (HCS) ส่งอิทธิพลรวมเชิงบวกต่อความยั่งยืนและธรรมาภิบาล มีค่า $\beta = 0.870$ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($p < .01$)

3.3.3.6 วัฒนธรรมดิจิทัล (DIC) และวัฒนธรรมนวัตกรรม (INC) ส่งอิทธิพลรวมเชิงบวกต่อความยั่งยืนและธรรมาภิบาล (SUG) มีค่า $\beta = 0.594$ และ 0.574 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($p < .01$)

3.3.3.7 ทุนมนุษย์และทักษะ (HCS) ส่งอิทธิพลรวมเชิงบวกต่อความสำเร็จในการจัดการองค์การยุคใหม่ (SMOM) มีค่า $\beta = 0.561$ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($p < .01$)

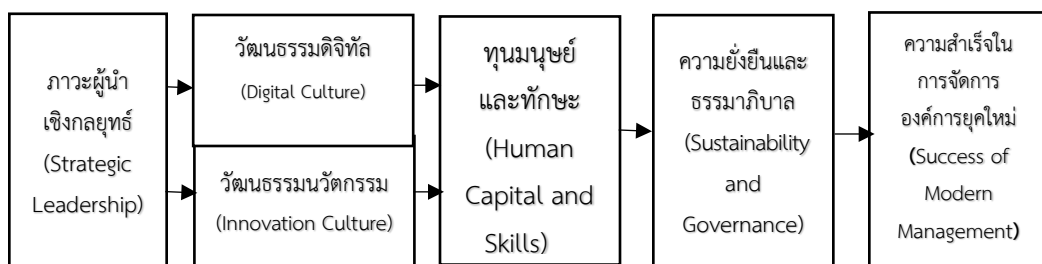
3.3.3.8 ความยั่งยืนและธรรมาภิบาล (SUG) ส่งอิทธิพลรวมเชิงบวกต่อความสำเร็จในการจัดการองค์การยุคใหม่ (SMOM) มีค่า $\beta = 0.645$ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($p < .01$)

สรุปได้ว่า โมเดลการจัดการองค์การยุคใหม่ขึ้นอยู่กับกระบวนการขององค์ประกอบหลัก ทั้ง 6 ได้แก่ ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ วัฒนธรรมดิจิทัล และวัฒนธรรมนวัตกรรม มนุษย์และทักษะ และความยั่งยืนและธรรมาภิบาล และความสำเร็จในการจัดการองค์การยุคใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($p < .01$) มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ โดยค่าดัชนีความสอดคล้อง (χ^2/df , CFI, TLI, RMSEA) อยู่ในเกณฑ์มาตรฐานทางสถิติ กล่าวคือ เมื่อผู้นำองค์การแสดงบทบาทภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ ในการสร้างวัฒนธรรมดิจิทัล วัฒนธรรมนวัตกรรม มนุษย์และทักษะ และความยั่งยืนและธรรมาภิบาล ให้เกิดขึ้นแก่องค์การสูงขึ้นแล้ว จะส่งผลทำให้องค์การมีความสำเร็จในการจัดการองค์การยุคใหม่สูงขึ้นตาม เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตทั้งหมดมีค่าตั้งแต่ 0.644–0.825 สูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่กำหนดไว้ที่ .50 แสดงให้เห็นถึงความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างและคุณภาพขององค์ประกอบแต่ละด้านอย่างชัดเจน

3.4 การยกร่างโมเดล

จากผลการยกร่างโมเดลการจัดการองค์การยุคใหม่สำหรับภาคอุตสาหกรรมการผลิตในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออก โดยคณะผู้วิจัยนำเอาผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อ 1 ข้อ 2 และข้อ 3 มายกร่างโมเดลดังกล่าว (Kotter, 2012; Daft, 2021; Hammer & Champy, 2009; Teece, Peteraf, & Leih, 2016) (ภาพที่ 3) ดังนี้

จากโมเดลการจัดการองค์การยุคใหม่สำหรับภาคอุตสาหกรรมการผลิตในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออก (ภาพที่ 3) แสดงให้เห็นถึงการบูรณาการประสานเชื่อมโยงกิจกรรมทุกกระบวนการขององค์ประกอบหลักและองค์ประกอบย่อยในโมเดล ดังนี้ องค์ประกอบที่ 1 ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ ได้แก่ วิสัยทัศน์เชิงกลยุทธ์ ความคิดเชิงวิพากษ์ การสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ การจัดโครงสร้างและระบบสนับสนุนกลยุทธ์ และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล องค์ประกอบที่ 2 วัฒนธรรมดิจิทัล ได้แก่ ทักษะที่สนับสนุนเทคโนโลยี ความสามารถด้านดิจิทัล ระบบการสื่อสารและการทำงานร่วมกันแบบดิจิทัล การสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง และการวัดและประเมินผลด้านดิจิทัล องค์ประกอบที่ 3 วัฒนธรรมนวัตกรรม ได้แก่ ภาวะผู้นำด้านนวัตกรรม การสนับสนุนทรัพยากร กระบวนการสร้างสรรค์ และแรงจูงใจ/รางวัล สร้างความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว องค์ประกอบที่ 4 มนุษย์และทักษะ ได้แก่ ความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ สุขภาพ และคุณลักษณะส่วนบุคคล องค์ประกอบที่ 5 ความยั่งยืนและธรรมาภิบาล ได้แก่ การจัดการทรัพยากรและพลังงาน การลงทุนในเทคโนโลยีสะอาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การรายงานผลด้านความยั่งยืน กฎระเบียบและมาตรฐานอุตสาหกรรม (ISO) การตรวจสอบภายในและภายนอก การจัดการความเสี่ยง การปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานและสิ่งแวดล้อม และการพัฒนานโยบายตามเกณฑ์ ESG และองค์ประกอบที่ 6 ความสำเร็จในการจัดการองค์การยุคใหม่ ได้แก่ การการบริหารเชิงกลยุทธ์ การบริหารกระบวนการผลิต การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



ภาพ 3 โมเดลการจัดการองค์การยุคใหม่สำหรับภาคอุตสาหกรรมการผลิตในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออก

3. วัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 3

ผลการตรวจสอบความเหมาะสมในทางปฏิบัติของโมเดลการจัดการองค์การยุคใหม่สำหรับภาคอุตสาหกรรมการผลิตในจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงใต้ โดยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ แบบการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้ทรงคุณวุฒิด้านการบริหารธุรกิจ จำนวน 3 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 3 พบว่า ผู้ทรงคุณวุฒิ ทั้ง 3 คน มีความเห็นสอดคล้องกันว่า “โมเดลการจัดการองค์การยุคใหม่สำหรับภาคอุตสาหกรรมการผลิตในจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงใต้มีความเหมาะสมในทางปฏิบัติ กล่าวคือ มีความถูกต้อง มีความเหมาะสมในทางปฏิบัติ มีความง่ายในการปรับใช้ และมีประโยชน์ต่อการภาคอุตสาหกรรมการผลิต” คิดเป็นร้อยละ 100

อภิปรายผล

ผลการศึกษาครั้งนี้ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ความสำเร็จในการจัดการองค์การยุคใหม่ขึ้นอยู่กับกระบวนการของปัจจัยหลัก 5 ด้าน ได้แก่ ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ วัฒนธรรมดิจิทัล วัฒนธรรมนวัตกรรม ทักษะและทัศนคติ และความยั่งยืนและธรรมาภิบาล โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($p < .01$) และมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ตามเกณฑ์มาตรฐานทางสถิติ (χ^2/df , CFI, TLI, RMSEA) อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ ผู้วิจัยนำข้อค้นพบนี้สร้างโมเดลการจัดการองค์การยุคใหม่สำหรับภาคอุตสาหกรรมการผลิตในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงใต้ ประกอบด้วย องค์ประกอบที่ 1 ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ องค์ประกอบที่ 2 วัฒนธรรมดิจิทัล องค์ประกอบที่ 3 วัฒนธรรมนวัตกรรม องค์ประกอบที่ 4 ทักษะและทัศนคติ องค์ประกอบที่ 5 ความยั่งยืนและธรรมาภิบาล และองค์ประกอบที่ 6 ความสำเร็จในการจัดการองค์การยุคใหม่ นอกจากนี้ คำนวณหาค่าขององค์ประกอบมาตรฐาน (Standardized Factor Loadings) ของตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดมีค่าเป็นบวก อยู่ระหว่าง 0.644 ถึง 0.825 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ที่ .50 และแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อย่างไรก็ดี ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับแนวคิดและผลงานวิจัยของ Asif, Yang และ Hashim (2024) จากงานวิจัยเรื่อง The Role of Digital Transformation, Corporate Culture, and Leadership in Enhancing Corporate Sustainable Performance in the Manufacturing Sector of China ผลการศึกษา พบว่าการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล (digital transformation) ร่วมกับภาวะผู้นำและวัฒนธรรมองค์การ ส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความยั่งยืนขององค์การการผลิตในประเทศจีน โดยเฉพาะเส้นทางการวิเคราะห์เชิงสาเหตุที่มีค่าสถิติสูง ($p < .01$) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดและผลงานวิจัยของ Aman-Ullah, Mehmood Amin และ Abbas (2022) จากงานวิจัยเรื่อง Human capital and organizational performance: A moderation study through innovative leadership. (Journal of Innovation & Knowledge) ผลการศึกษา พบว่า ความสำคัญของภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์และวัฒนธรรมดิจิทัล ในการสร้างความสำเร็จขององค์การ ในด้านทุนมนุษย์และทักษะ ผลลัพธ์นี้สะท้อนให้เห็นว่า การพัฒนาทักษะบุคลากรไม่อาจแยกออกจากการสร้างผู้นำเชิงกลยุทธ์และเชิงนวัตกรรม และแนวคิดและผลงานวิจัยของ Tran (2025) จากงานวิจัยเรื่อง Human capital and organizational performance: A moderation study through innovative leadership. (Journal of Innovation & Knowledge) ผลการศึกษา พบว่า ภาวะผู้นำ อัตลักษณ์องค์การ การจัดการความรู้ และนวัตกรรม ล้วนเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญของผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน ข้อค้นพบนี้ยืนยันว่าความยั่งยืนและธรรมาภิบาลไม่ใช่ปัจจัยปลายทางที่เกิดขึ้นโดยบังเอิญ แต่เกิดจากการจัดการเชิงระบบที่เชื่อมโยงกับผู้นำ นวัตกรรม และวัฒนธรรมองค์การ อย่างมีนัยสำคัญ ($p < .01$)

อย่างไรก็ตาม โมเดลการจัดการองค์การยุคใหม่สำหรับภาคอุตสาหกรรมการผลิตในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกนี้ มีความเหมาะสมในทางปฏิบัติ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนากระบวนการที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพและความยั่งยืนได้จริง เพื่อพัฒนาและยกระดับศักยภาพขององค์การภาคอุตสาหกรรมการผลิตทั้งในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออก และพื้นที่อื่น ๆ ทั่วประเทศไทย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ข้อเสนอเชิงทฤษฎี (Theoretical Implications)

ผลการวิจัยครั้งนี้มีข้อเสนอแนะเชิงทฤษฎีที่สำคัญต่อการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการจัดการองค์การยุคใหม่ โดยประการแรก การศึกษานี้ได้ยืนยันเชิงประจักษ์ว่าความสำเร็จในการจัดการองค์การยุคใหม่ขึ้นอยู่กับกระบวนการของปัจจัยหลัก 5 ด้าน ได้แก่ ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ วัฒนธรรมดิจิทัล วัฒนธรรมนวัตกรรม ทักษะ และความยั่งยืนและธรรมาภิบาล ซึ่งมีอิทธิพลเชิงสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับแนวคิดเชิงทฤษฎีที่มองว่าองค์การสมัยใหม่ต้องพึ่งพาปัจจัยหลายด้านที่ส่งเสริมกันและกัน มิใช่อาศัยปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งโดยลำพัง ประการที่สอง โมเดลที่พัฒนาขึ้นมีค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืน (χ^2/df , CFI, TLI, RMSEA) อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ จึงถือเป็นการขยายกรอบแนวคิดด้านการจัดการองค์การยุคใหม่ให้มีความชัดเจนและเป็นแบบจำลองเชิงโครงสร้างที่มีความถูกต้องตามเกณฑ์ทางสถิติ สามารถใช้เป็นต้นแบบสำหรับการวิจัยในบริบทอื่นต่อไป ประการที่สาม ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตทั้งหมดมีค่าระหว่าง 0.644 ถึง 0.825 สูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่กำหนดไว้ที่ .50 แสดงให้เห็นถึงความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างและคุณภาพขององค์ประกอบแต่ละด้านอย่างชัดเจน สรุปได้ว่า งานวิจัยนี้ช่วยเพิ่มพูนองค์ความรู้ด้านการจัดการองค์การยุคใหม่ โดยนำเสนอโมเดลบูรณาการที่เหมาะสมกับองค์การภาคอุตสาหกรรมการผลิตในยุคการเปลี่ยนผ่านทางเทคโนโลยีและสังคม

1.2 ข้อเสนอเชิงปฏิบัติ (Practical Implications)

ผลการวิจัยมีข้อเสนอเชิงปฏิบัติที่สำคัญสำหรับผู้บริหาร ผู้กำหนดนโยบาย และผู้ปฏิบัติงานในองค์การภาคอุตสาหกรรมการผลิต ดังนี้ ประการแรก ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ เนื่องจากเป็นองค์ประกอบที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อความสำเร็จของการจัดการองค์การยุคใหม่ ประการที่สอง องค์การควรสร้างและส่งเสริมวัฒนธรรมดิจิทัล รวมถึงสนับสนุนวัฒนธรรมนวัตกรรม เพื่อเพิ่มความคล่องตัวความสามารถในการแข่งขัน และความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี ประการที่สาม องค์การควรลงทุนในการพัฒนาทุนมนุษย์ โดยเฉพาะทักษะใหม่ (upskilling) และการปรับทักษะ (reskilling) เพราะมีผลต่อความสำเร็จในการปรับตัวสู่การจัดการยุคใหม่อย่างมีนัยสำคัญ ประการที่สี่ ควรบูรณาการความยั่งยืนและธรรมาภิบาลเข้าไว้ในกระบวนการทำงาน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความรับผิดชอบต่อสังคม รวมทั้งช่วยเสริมสร้างความยืดหยุ่นขององค์การ ประการสุดท้าย โมเดลการจัดการองค์การยุคใหม่ที่พัฒนาขึ้นสามารถนำไปใช้เป็นกรอบแนวทางสำหรับองค์การภาคอุตสาหกรรมการผลิตในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกในการประเมินความพร้อมและปรับปรุงองค์การให้เหมาะสมกับบริบทยุคใหม่ อีกทั้งหน่วยงานภาครัฐหรือสมาคมอุตสาหกรรมยังสามารถนำโมเดลนี้ไปใช้กำหนดนโยบายหรือจัดทำโครงการพัฒนาองค์การให้สอดคล้องกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

เพื่อให้โมเดลการจัดการองค์การยุคใหม่สำหรับภาคอุตสาหกรรมการผลิตในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออก มีประสิทธิภาพและเหมาะสมยิ่งขึ้น การวิจัยในอนาคตควรพิจารณาศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม

อาทิ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ แนวโน้มอุตสาหกรรม และการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการองค์การยุคใหม่ การวิเคราะห์เชิงลึกในประเด็นดังกล่าวจะช่วยให้สามารถปรับปรุงและพัฒนาโมเดลให้สอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ ควรมีการนำโมเดลนี้ ไปประยุกต์ใช้จริงในลักษณะโครงการนำร่อง โดยให้องค์กรภาคอุตสาหกรรมเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 6 เดือน เพื่อประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลของโมเดลอย่างเป็นรูปธรรม และใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงเพื่อเพิ่มความเหมาะสมและการประยุกต์ใช้ได้จริงในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

- กรมโรงงานอุตสาหกรรม. (2568). สถิติสะสมจำนวนโรงงานที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการ ตาม พ.ร.บ.โรงงาน พ.ศ. 2535 และ พ.ร.บ.โรงงาน (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2562 จำแนกตามจังหวัด รายละเอียด ณ สิ้นปี 2567. สืบค้นจาก <https://www.diw.go.th/webdiw/static-fac/>
- จิตวุฒิ หมั่นมี. (2565). *การจัดการองค์การยุคใหม่ในภาคอุตสาหกรรมไทย*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พิวัฒน์, น. (2021). *บทบาทของภาคอุตสาหกรรมในการพัฒนาเศรษฐกิจประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ ABC.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2544). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์*. เพ็ญฟ้าพรินต์.
- Almeida, F., & Santos, M. (2023). *Digital culture in contemporary organizations: Practices and challenges*. London, UK: Palgrave Macmillan.
- Aman-Ullah, A., Mehmood, W., Amin, S., & Abbas, Y. A. (2022). Human capital and organizational performance: A moderation study through innovative leadership. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(4), 100261.
- Best, J. W. (1977). *Research in education* (3rd ed.). Prentice-Hall.
- Boal, K. B., & Hooijberg, R. (2023). *Strategic leadership: Concepts and practice*. New York, NY: Routledge.
- Boston Consulting Group. (2021). *Thailand's new economy: Driving sustainable growth through innovation*. Boston Consulting Group.
- Byrne, B. M. (2016). *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications, and programming* (3rd ed.). Routledge.
- Certo, S. C. (2000). *Modern management practices in manufacturing organizations*. Boston, MA: McGraw-Hill.
- Chao, Y. (2025). *Human capital development strategies in the 21st century*. Retrieved September 16, 2025, from <https://www.examplechao.com>
- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2018). *Designing and conducting mixed methods research* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297–334.

- Deloitte. (2021). *2021 global human capital trends: The social enterprise in a world disrupted*. Deloitte Insights. From <https://www2.deloitte.com/>
- Daft, R. L. (2021). *Organization theory and design* (13th ed.). Cengage Learning.
- Distanont, A. , & Khongmalai, O. (2023) . *Fostering innovation culture in contemporary organizations*. Bangkok, Thailand: Chulalongkorn University Press.
- Ekvall, G. (2002). The climate for creativity and innovation in organizations. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 11(1), 105–123.
- Ferraro, F. (2023). Responsible investment and sustainable corporate governance in manufacturing. *IESE Business School*. From <https://www.iese.edu/faculty-research>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *PLS-SEM: An illustrated guide to using SmartPLS*. Sage.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2022). *Multivariate data analysis* (9th ed.). Cengage Learning.
- Hammer, M., & Champy, J. (2009). *Reengineering the corporation: A manifesto for business revolution*. HarperBusiness.
- International Monetary Fund. (2023) . *World economic outlook: Navigating global divergences*. IMF. From <https://www.imf.org/>
- Investopedia. (2025) . *Human capital definition*. Retrieved September 16, 2025, from <https://www.investopedia.com>
- Ireland, R. D., & Hitt, M. A. (2022) . *Strategic leadership in dynamic environments*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Kline, R. B. (2016). *Principles and practice of structural equation modeling* (4th ed.). Guilford Press.
- Kotter, J. P. (2012). *Leading change*. Harvard Business School Press.
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, 22(140), 1–55.
- Northouse, P. G. (2022). *Leadership: Theory and practice* (9th ed.). Sage Publications.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). McGraw-Hill.
- OECD. (2020). *OECD skills outlook 2020: Thriving in a digital world*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/20743194>
- OECD. (n.d.). *Human capital and skills*. Retrieved September 16, 2025, from <https://www.oecd.org>
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2(2), 49–60.
- Seega, N. (2024). *Sustainable finance leadership and corporate governance practices*. Cambridge Institute for Sustainability Leadership. From <https://www.cisl.cam.ac.uk>

- Teece, D. J., Peteraf, M. A., & Leih, S. (2016). Dynamic capabilities and organizational agility: Risk, uncertainty, and strategy in the innovation economy. *California Management Review*, 58(4), 13–35.
- Tidd, J., Bessant, J., & Pavitt, K. (2001). *Managing innovation: Integrating technological, market and organizational change* (2nd ed.). Chichester, UK: John Wiley & Sons.
- Tran, A. V. (2025). Integrating leadership, identity, and knowledge systems for sustainable performance in the era of digital transformation. *Discover Sustainability*. From <https://doi.org/10.1007/s43621-025-01842-1>
- Wackernagel, M. (2025). *Global footprint and sustainability management for industry*. Global Footprint Network. From <https://www.footprintnetwork.org>
- Wang, L., Li, H., & Chen, J. (2024). *Developing workforce skills for the digital economy*. Singapore: Springer.
- Wikipedia. (2025). *Human capital*. Retrieved September 16, 2025, from https://en.wikipedia.org/wiki/Human_capital
- World Economic Forum. (2022). *Global risks report 2022*. WEF. From <https://www.weforum.org>
- Zhang, Y., & Li, X. (2024). *Digital transformation and strategic leadership: Adapting to uncertainty*. Singapore: Spring.

ความสามารถด้านผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาลพบุรี เขต 1

The Digital Leadership Capabilities of Administrators and Teachers Under the Lopburi Primary Educational Service Area Office 1

อดิสร ทองดี^{1*}, สรรชัย ชูชีพ², ภูวดล จุลสุคนธ์³

Adison Thongdee^{1*}, Sunchai Chucheeep², Phuwadol Chulasukhont³

Received: November 18, 2025 Revised: December 11, 2025 Accepted: December 17, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความสามารถด้านผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาลพบุรี เขต 1 และ 2) เพื่อเปรียบเทียบระดับความสามารถด้านผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาลพบุรี เขต 1 จำแนกตามตำแหน่ง อายุ ประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน และขนาดของสถานศึกษา กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริหารสถานศึกษาและครู จำนวน 317 คน ปีการศึกษา 2567 ได้มาโดยทำการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิตามขนาดของสถานศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาร์วีย์ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การทดสอบเอฟ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีแอลเอสดีของฟิชเชอร์

ผลการวิจัยพบว่า

1. ระดับความสามารถด้านผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาลพบุรี เขต 1 ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

2. ผลการเปรียบเทียบระดับความสามารถด้านผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาลพบุรี เขต 1 จำแนกตาม อายุ ประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน ไม่แตกต่างกัน แต่จำแนกตาม ตำแหน่ง ขนาดของสถานศึกษาในภาพรวม พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ความสามารถด้านผู้นำดิจิทัล, ผู้บริหาร, ครู, เขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาลพบุรี เขต 1

¹ นักศึกษาหลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

² อาจารย์ประจำคณะครุศาสตร์ สาขาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

³ อาจารย์ประจำคณะศึกษาศาสตร์ สาขาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยนครสวรรค์

* Corresponding Author: adison2404@gmail.com

Abstract

This research article aimed to study the level of digital leadership capabilities of administrators and teachers under the Lopburi Primary Educational Service Area Office 1, and to compare their digital leadership capabilities, divided by position, age, work experience, and school sizes. The sample group consisted of 317 administrators and teachers in the 2024 academic year. The participants were selected through stratified random sampling based on school size. The research instrument was a questionnaire, and the data were analyzed using percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test, one-way ANOVA, and Fisher's Least Significant Difference (LSD) method.

Results of the study

1. The overall level of digital leadership capabilities among administrators and teachers under the Lopburi Primary Educational Service Area Office 1 was at a high level.
2. When classified by age and years of work experience, the digital leadership capabilities did not differ significantly. However, when classified by position and school size, the results revealed statistically significant differences at the .05 level.

Keywords: digital leadership capabilities, administrators, teachers, Lopburi Primary Educational Service Area Office 1

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมเทคโนโลยีอย่างรวดเร็วตลอดเวลาและต่อเนื่องในศตวรรษที่ 21 ทำให้เกิดความซับซ้อนและปัญหาต่างๆ จึงจำเป็นต้องอาศัยผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ มีความรู้ ความสามารถ และมีคุณธรรมในการดำเนินการ ซึ่งจะช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จตามความมุ่งหมายที่คาดหวัง ในการบริหารสถานศึกษานั้น ผู้บริหารสถานศึกษาเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญและมีภารกิจหลายด้านจะต้องบริหารทรัพยากรและทำงานร่วมกับคนที่เกี่ยวข้องทั้งสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกโรงเรียน ดังนั้นผู้บริหารจะต้องมีทักษะทางการบริหาร มีความรู้ในหลายๆ ด้าน เช่น ด้านเศรษฐกิจ เทคโนโลยี สังคมวิทยา จิตวิทยา การเมือง การปกครอง และภูมิศาสตร์ ฯลฯ มาเป็นส่วนประกอบในการบริหารงาน ซึ่งกระบวนการบริหารงานของผู้บริหารต่างไปจากงานของผู้ปฏิบัติ ผู้บริหารไม่ได้ลงมือปฏิบัติโดยตรงแต่ส่วนใหญ่คืองานบริหารที่อาจเกี่ยวข้องกับงานอื่นๆ ทางอ้อม ผู้บริหารจะต้องใช้ทักษะการบริหาร กระบวนการและมีเทคนิคการบริหาร หากผู้บริหารไม่มีทักษะทางการบริหารก็จะบริหารงานไม่ได้ในศตวรรษที่ 21 หน่วยงานต่างๆ เผชิญกับปัญหาท้าทายใหม่ๆ บทบาทของผู้นำเพิ่มความซับซ้อนและมีความสำคัญยิ่งขึ้น ผู้นำในอนาคตจำเป็นต้องมีทักษะและสมรรถนะใหม่ๆ เพิ่มขึ้นเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม (value creation) ให้แก่ตนเองสูงสุดจะได้มีศักยภาพพร้อมที่จะแข่งขันในโลกยุคไร้พรมแดน (ทองทิพภา วิริยะพันธุ์, 2550, หน้า 25)

นอกจากนี้ สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 นับเป็นปัจจัยสำคัญที่เร่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างด้านการศึกษาอย่างฉับพลันและรุนแรง โดยทำให้สถานศึกษาจำนวนมากจำเป็นต้องปรับรูปแบบการเรียนการสอนจากรูปแบบปกติสู่การเรียนรู้ทางไกลผ่านระบบดิจิทัล ทั้งในรูปแบบออนไลน์และแบบผสมผสาน ส่งผลให้ผู้บริหาร ครู และผู้เรียนต้องพัฒนาทักษะดิจิทัลอย่างเร่งด่วนเพื่อรองรับ

บทบาทและวิธีการทำงานรูปแบบใหม่ ภายใต้ข้อจำกัดด้านเวลา ทรัพยากร และความไม่พร้อมของผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่าย ในช่วงเวลาดังกล่าว หน่วยงานด้านการศึกษาด้าน เช่น สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (DEPA) และสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ได้ผลักดันการใช้เทคโนโลยีเพื่อการเรียนรู้ผ่านโครงการสำคัญ อาทิ ระบบ DLIT แพลตฟอร์ม Thai MOOC และการบูรณาการทักษะ Coding ซึ่งเป็นทักษะดิจิทัลพื้นฐานของผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 โดยเฉพาะในระดับประถมศึกษา สะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นเร่งด่วนที่สถานศึกษาต้องปรับตัวตามนโยบายการศึกษาเชิงดิจิทัลของประเทศ สถานการณ์ดังกล่าวชี้ให้เห็นอย่างชัดเจนว่า ทักษะด้านดิจิทัลและความสามารถด้านผู้นำทางดิจิทัลเป็นสมรรถนะที่ขาดไม่ได้ของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคปัจจุบันและอนาคต เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาคุณภาพการเรียนรู้ให้ทันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและตอบสนองต่อบริบทการศึกษาดิจิทัลที่ทวีความสำคัญยิ่งขึ้น

จากที่กล่าวมาการจัดการศึกษาของผู้บริหารสถานศึกษาจะประสบผลสำเร็จได้นั้น ต้องอาศัยความรู้ความสามารถ ความเข้าใจในหลักการบริหารหรือการจัดการ ตลอดจนมีทักษะในการบริหารหรือการจัดการ ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของนักวิชาการหลายๆท่านที่ได้กล่าวไว้ว่า ทักษะการบริหารในศตวรรษที่ 21 ที่ผู้บริหารจำเป็นต้องมีเพื่อให้การดำเนินการบริหารประสบผลสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อพัฒนาการศึกษาต่อไป ยุคปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทั้งด้านการเมือง สังคม วิทยาศาสตร์เทคโนโลยี สื่อสารและการคมนาคม ทำให้การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่ทันสมัยเป็นสิ่งที่จะต้องปฏิบัติอย่างเร่งรีบ โดยมุ่งให้ประชากรของประเทศมีลักษณะที่พึงประสงค์ อยู่ร่วมกันในสังคมอย่างมีความสุข มุ่งเน้นให้มีการพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยีหรือทักษะการใช้ดิจิทัลให้กับบุคลากร ตามแนวทางการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของข้าราชการและบุคลากรภาครัฐ เพื่อการปรับเปลี่ยนเป็นรัฐบาลดิจิทัล เพื่อให้บุคลากรของภาครัฐและประชาชนร่วมมือกันเสริมสร้างชุมชน สังคม และประเทศชาติให้เจริญก้าวหน้าทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก กระบวนการทางการศึกษาเป็นกระบวนการสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ดังนั้นผู้บริหารสถานศึกษาควรตระหนักและให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการสถานศึกษาของตนการจะพัฒนาบุคลากรให้มีคุณภาพได้นั้นจำเป็นต้องใช้การศึกษาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาคนให้มีความรู้และมีความดีควบคู่กัน ซึ่งจะทำให้ประเทศพัฒนาได้อย่างมั่นคง สถานศึกษาจึงมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาทุนปัญญาของประเทศ ส่งเสริมผู้เรียนให้มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในสังคมและเศรษฐกิจฐานความรู้ได้ หากการพัฒนาผู้สอนรวมทั้งผู้เรียนและ บุคลากรทางการศึกษาเป็นไปอย่างต่อเนื่องสร้างความตระหนักถึงความสำคัญในการปฏิรูปการศึกษา การปรับเปลี่ยนวิธีการจัดการเรียนรู้ให้ตอบสนองกับสังคม เศรษฐกิจ และรูปแบบการเรียนรู้ที่กำลังจะเปลี่ยนแปลงไป (ไพฑูรย์ สินลารัตน์ และคณะ, 2554, หน้า 72)

เพื่อสนองแผนยุทธศาสตร์กระทรวงศึกษาธิการ (พ.ศ. 2563 - 2565) ยุทธศาสตร์ที่ 3 การผลิตกำลังคนด้านอาชีวศึกษา และด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีที่มีปริมาณเพียงพอ โดยมีคุณภาพ มีสมรรถนะ มีทักษะในการปฏิบัติงานตามมาตรฐานวิชาชีพ ผู้มีความสามารถพิเศษด้านพหุปัญญาสามารถต่อยอดการประกอบอาชีพประชาชนในพื้นที่ชุมชน ได้รับการศึกษาเพื่อฝึกอาชีพตามความถนัดและความสนใจ รวมทั้งมีผลงานวิจัยและนวัตกรรมที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงในเชิงพาณิชย์ และการสร้างมูลค่าเพิ่มทางสังคม ยุทธศาสตร์ที่ 5 ผู้เรียน สถานศึกษาและหน่วยงานทางการศึกษาทุกระดับทุกประเภทการศึกษาเข้าถึง ทรัพยากรพื้นฐานระบบดิจิทัลแพลตฟอร์มรองรับการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อเพิ่มองค์ความรู้และทักษะ ต่อยอดการประกอบอาชีพ / การปฏิบัติงาน รวมทั้งมีศูนย์กลางในการจัดเก็บรวบรวมสื่อการเรียนการสอน แบบดิจิทัลที่ทันสมัย และระบบฐานข้อมูลกลางทางการศึกษาของประเทศที่ถูกต้องเป็นปัจจุบัน และสามารถ เชื่อมโยงกับฐานข้อมูลการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์กับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องได้ ยุทธศาสตร์ที่ 6 การพัฒนาระบบบริหารจัดการและส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา ว่าด้วยระบบบริหารจัดการของกระทรวงศึกษาธิการมีความคล่องตัวในการ

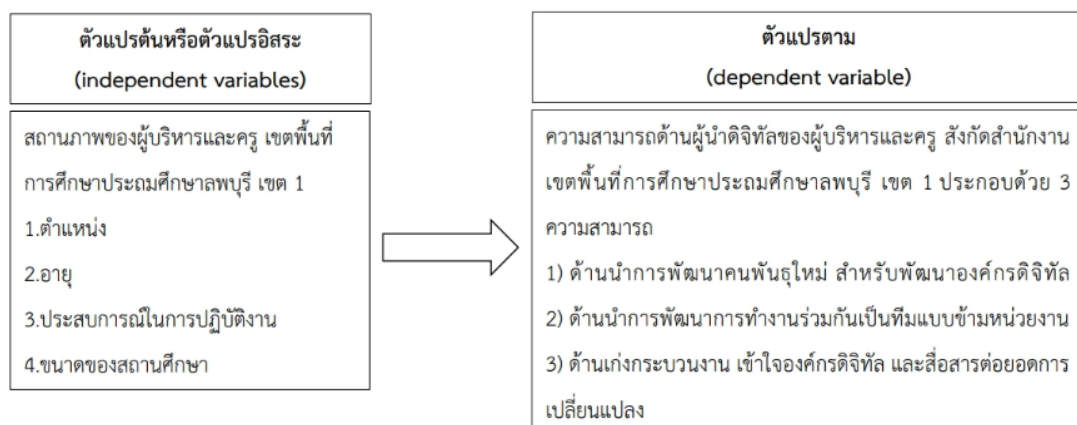
บริหารงานการศึกษามากยิ่งขึ้น มีเอกภาพ และเป็นที่ยอมรับของผู้รับบริการ โครงสร้างของกระทรวงได้รับการปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพ โดยการกระจายอำนาจลงไปสู่ส่วนภูมิภาค สถานศึกษาทุกระดับมีมาตรฐานขั้นต่ำตามมาตรฐานการศึกษาของชาติ มีธรรมาภิบาลในการบริหาร และมีกลไกการส่งเสริมพลังทางสังคมให้ทุกภาคส่วนเข้ามาดำเนินการร่วมและ/หรือสนับสนุนทรัพยากรในพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา รวมทั้งมีกลไกการนำความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ และภูมิปัญญาของผู้สูงอายุมาถ่ายทอดสู่ผู้เรียนในพื้นที่ชุมชน เพื่อนำไปใช้สำหรับการประกอบอาชีพได้ (กระทรวงศึกษาธิการ, 2563, หน้า 42 - 43) สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 1 วางกรอบแนวคิดในการพัฒนาเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี เขต 1 “เขตก้าวหน้า สร้างคุณภาพการศึกษาอย่างยั่งยืน” ได้ดำเนินการคือ พลิกโฉมสู่การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ บนฐานของเทคโนโลยีดิจิทัลที่ทันสมัย พลิกโฉมสู่การพัฒนาคุณภาพการศึกษาอย่างยั่งยืน และพลิกโฉมสู่การติดตามการเข้ารับการศึกษาของประชากรวัยเรียนเป็นรายคน

จากความเป็นมาและความสำคัญดังกล่าวจะเห็นได้ว่าทักษะด้านดิจิทัลของผู้บริหารและครูสำหรับระบบการศึกษา ในศตวรรษที่ 21 มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการบริหารจัดการสถานศึกษา และการจัดการเรียนการสอน ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจการศึกษาความสามารถด้านผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 1 เพื่อนำผลการวิจัยไปเผยแพร่ให้กับสถานศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาความสามารถด้านดิจิทัลต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความสามารถด้านผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 1
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความสามารถด้านผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 1 จำแนกตามตำแหน่ง อายุ ประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน และขนาดของสถานศึกษา

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของข้าราชการ
และบุคลากรภาครัฐของคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (2562, หน้า 4 - 21)

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษา และครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาลพบุรี เขต 1 จำแนกเป็นผู้บริหารสถานศึกษาจำนวน 149 คน ครูจำนวน 1,362 คน รวมทั้งสิ้น 1,511 คน (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาลพบุรี เขต 1, 2567)

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษา และครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาลพบุรี เขต 1 ปีการศึกษา 2567 ผู้วิจัยใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ยอมให้มีความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ในการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 317 คน เนื่องจากผู้บริหารสถานศึกษามีจำนวนน้อยกว่าครูและเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างมีความเป็นตัวแทนประชากรที่ดีและมีสัดส่วนใกล้เคียงกันให้มากที่สุด ผู้วิจัยจึงได้กำหนดสัดส่วนกลุ่มตัวอย่าง 40 : 60 โดยเป็นผู้บริหารสถานศึกษาร้อยละ 40 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ได้จำนวน 127 คน และครูร้อยละ 60 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดได้จำนวน 190 คน และทำการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (stratified random sampling) ตามขนาดของสถานศึกษา

ตาราง 1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหารสถานศึกษาและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาลพบุรี เขต 1 จำแนกตามขนาดของสถานศึกษา

ขนาดสถานศึกษา	จำนวนประชากร (N)			กลุ่มตัวอย่าง (n)		
	ผู้บริหาร	ครู	รวม	ผู้บริหาร	ครู	รวม
ขนาดเล็ก	87	559	646	74	78	152
ขนาดกลาง	52	611	663	44	85	129
ขนาดใหญ่	10	192	202	9	27	36
รวม	149	1,362	1,511	127	190	317

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลค้างนี้เป็นแบบสอบถาม (questionnaire) ประเภทคำถามปลายปิด (close form) ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งให้สอดคล้องกับคำจำกัดความในการวิจัย ดังนี้

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบ่งเป็น 2 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 แบบสอบถามตรวจสอบรายการ (check list) เพื่อสอบถามเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ตำแหน่ง อายุ ประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน และขนาดของสถานศึกษา

ตอนที่ 2 แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) เพื่อสอบถามเกี่ยวกับระดับความสามารถด้านผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาลพบุรี เขต 1 จำนวน 3 ด้าน คือ 1) ด้านนำการพัฒนาคนพันธุ์ใหม่ สำหรับพัฒนาองค์กรดิจิทัล 2) ด้านนำการพัฒนาการทำงานร่วมกันเป็นทีมแบบข้ามหน่วยงาน 3) ด้านเก่งกระบวนการงาน เข้าใจองค์กรดิจิทัล และสื่อสารต่อยอดการเปลี่ยนแปลง ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น โดยมีการศึกษาวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความสามารถด้านผู้นำดิจิทัล

และกำหนดโครงสร้างตามกรอบแนวคิดการวิจัย ซึ่งกระบวนการพัฒนาเครื่องมือเริ่มจากการวิเคราะห์นิยาม ประยุกต์และพัฒนาข้อคำถามขึ้นจากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความสามารถด้านผู้นำดิจิทัล ของสำนักงาน คณะกรรมการข้าราชการพลเรือน เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทและลักษณะเฉพาะของกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ โดยแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีเกณฑ์ให้น้ำหนักคะแนนตามแนวทางการสร้างเครื่องมือ วัดของลิเคิร์ต (Likert) โดยแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

2. เครื่องมือวิจัยได้นำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง (validity) ครอบคลุมความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (index of item-objective congruence: IOC) ระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหา ซึ่งข้อคำถามมีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.80-1.00

3. แบบสอบถามที่ผ่านการหาความเที่ยงตรงมาปรับปรุงแก้ไข แล้วนำไปทดลองใช้กับผู้บริหารและครูใน สถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาปทุมธานี ที่ไม่ใช่อำเภอเมือง ในการค้นคว้าอิสระครั้งนี้ จำนวน 30 คน แล้วนำมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (reliability) ตามวิธีการของของครอนบาค (Cronbach) โดย ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.911

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตามลำดับขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยทำบันทึกเสนอคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี เพื่อออกหนังสือขอความ อนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลไปยังสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 1

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจัดส่งหนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูล พร้อมแบบสอบถามที่ใส่ รหัสกำกับแล้วไปถึงผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 317 คน จำแนกเป็นผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 127 คน และครูจำนวน 190 คน โดยใช้ฟอร์มเก็บข้อมูลออนไลน์ (google forms)

3. ผู้วิจัยติดตามการเก็บข้อมูลโดยใช้ฟอร์มเก็บข้อมูลออนไลน์ (google forms) โดยตรวจสอบความ สมบูรณ์ ความถูกต้องของแบบสอบถามเพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์ต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามทั้งหมดมาตรวจสอบหาความสมบูรณ์ความถูกต้องในการตอบแบบสอบถามและ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งมีขั้นตอนการวิเคราะห์ ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการแจกแจงความถี่ (frequency) และการหาค่า ร้อยละ (percentage) แล้วนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปตารางประกอบความเรียง

2. วิเคราะห์ระดับความสามารถด้านผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 1 โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปตารางประกอบความเรียง โดยแปลความหมาย การให้คะแนนจากค่าเฉลี่ย (mean) รายข้อ รายด้านและความหมายในภาพรวม

3. เปรียบเทียบความแตกต่างระดับความสามารถด้านผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารและครู สังกัดสำนักงาน เขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 1 จำแนกตามตำแหน่ง และอายุ โดยใช้สถิติทดสอบที (t-test) และ เมื่อจำแนกตาม ประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน และขนาดของสถานศึกษาโดยใช้สถิติทดสอบเอฟ (F-test) เพื่อ วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA) ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะ ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีแอลเอสดี (L.S.D.) ของฟิชเชอร์ (Fisher)

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย ตำแหน่ง อายุ ประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน และขนาดของสถานศึกษา ดังแสดงในตาราง 2

ตาราง 2 แสดงการวิเคราะห์ ความถี่ ร้อยละ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	จำนวน (n = 317 คน)	ร้อยละ
1. ตำแหน่ง		
1.1 ผู้บริหาร	127	40.06
1.2 ครู	190	59.94
2. อายุ		
2.1 ต่ำกว่า 30 ปี	66	20.82
2.2 30 - 39 ปี	106	33.44
2.3 40 - 49 ปี	99	31.23
2.4 50 ปีขึ้นไป	46	14.51
3. ประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน		
3.1 น้อยกว่า 5 ปี	98	30.91
3.2 5-10 ปี	91	28.70
3.3 มากกว่า 10 ปีขึ้นไป	128	40.39
4. ขนาดของสถานศึกษา		
4.1 ขนาดเล็ก	152	47.95
4.2 ขนาดกลาง	129	40.70
4.3 ขนาดใหญ่	36	11.35

จากตาราง 2 แสดงข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นครู คิดเป็นร้อยละ 59.94 มีอายุ 30 - 39 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.44 มีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานมากกว่า 10 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 40.39 และปฏิบัติงานในสถานศึกษาขนาดเล็ก คิดเป็นร้อยละ 47.95

ตอนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นความสามารถด้านผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาลพบุรี เขต 1

ตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลความหมาย และวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นต่อระดับความสามารถด้านผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาลพบุรี เขต 1 ในภาพรวม

ด้านที่	ความสามารถด้านผู้นำดิจิทัล	(n = 317 คน)		แปลผล	อันดับที่
		$\bar{X}$	S.D.		
1	ด้านนำการพัฒนาคนพันธุ์ใหม่ สำหรับพัฒนาองค์กรดิจิทัล	4.37	0.27	มาก	1
2	ด้านนำการพัฒนาการทำงานร่วมกันเป็นทีมแบบข้ามหน่วยงาน	4.23	0.36	มาก	3
3	ด้านเก่งกระบวนงาน เข้าใจองค์กรดิจิทัล และสื่อสารต่อยอดการเปลี่ยนแปลง	4.31	0.32	มาก	2
รวม		4.31	0.27	มาก	

จากตาราง 3 พบว่า ระดับความสามารถด้านผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาลพบุรี เขต 1 ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.27) เมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านนำการพัฒนาคนพันธุ์ใหม่ สำหรับพัฒนาองค์กรดิจิทัล อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.27) รองลงมาได้แก่ ด้านเก่งกระบวนงาน เข้าใจองค์กรดิจิทัล และสื่อสารต่อยอดการเปลี่ยนแปลง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.32) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่ ด้านนำการพัฒนาการทำงานร่วมกันเป็นทีมแบบข้ามหน่วยงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.36)

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นความสามารถด้านผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาลพบุรี เขต 1 จำแนกตามสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง

ตาราง 4 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่อความสามารถด้านผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาลพบุรี เขต 1 จำแนกตาม ตำแหน่ง

ด้านที่	ความสามารถด้านผู้นำดิจิทัล	ตำแหน่ง				t	p
		ผู้บริหาร (n=125)		ครู (n=125)			
		$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1	ด้านนำการพัฒนาคนพันธุ์ใหม่ สำหรับพัฒนาองค์กรดิจิทัล	4.43	0.25	4.33	0.27	3.147	.002*
2	ด้านนำการพัฒนาการทำงาน ร่วมกันเป็นทีมแบบข้ามหน่วยงาน	4.37	0.31	4.14	0.37	5.659	.000*

ด้านที่	ความสามารถด้านผู้นำดิจิทัล	ตำแหน่ง				t	p
		ผู้บริหาร (n=125)		ครู (n=125)			
		$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
3	ด้านเก่งกระบวนการ เข้าใจองค์กรดิจิทัล และสื่อสารต่อยอดการเปลี่ยนแปลง	4.38	0.31	4.26	0.31	3.312	.001*
	รวม	4.39	0.26	4.25	0.27	4.666	.000*

*p ≤ .05

จากตาราง 4 พบว่า ระดับความสามารถด้านผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 1 จำแนกตามตำแหน่ง ในภาพรวม พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่างกันทุกรายด้าน

ตาราง 5 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่อความสามารถด้านผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 1 จำแนกตาม อายุ

ด้าน	ความสามารถด้านผู้นำดิจิทัล	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1	ด้านนำการพัฒนาคนพันธุ์ใหม่ สำหรับพัฒนาองค์กรดิจิทัล	ระหว่างกลุ่ม	0.362	3	0.121	1.719	.163
		ภายในกลุ่ม	21.996	313	0.070		
		รวม	22.358	316			
2	ด้านนำการพัฒนาการทำงานร่วมกันเป็นทีมแบบข้ามหน่วยงาน	ระหว่างกลุ่ม	0.681	3	0.227	1.756	.156
		ภายในกลุ่ม	40.497	313	0.129		
		รวม	41.179	316			
3	ด้านเก่งกระบวนงาน เข้าใจองค์กรดิจิทัล และสื่อสารต่อยอดการเปลี่ยนแปลง	ระหว่างกลุ่ม	0.105	3	0.035	0.350	.789
		ภายในกลุ่ม	31.165	313	0.100		
		รวม	31.269	316			
	รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.225	3	0.075	1.010	.388
		ภายในกลุ่ม	23.207	313	0.074		
		รวม	23.431	316			

จากตาราง 5 พบว่า ระดับความสามารถด้านผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 1 จำแนกตามอายุ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่าทุกรายด้านไม่แตกต่างกัน

ตาราง 6 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่อความสามารถด้านผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 1 จำแนกตาม ประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน

ด้าน	ความสามารถด้านผู้นำดิจิทัล	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1	ด้านนำการพัฒนาคนพันธุ์ใหม่ สำหรับพัฒนาองค์กรดิจิทัล	ระหว่างกลุ่ม	0.169	2	0.084	1.194	.304
		ภายในกลุ่ม	22.189	314	0.071		
		รวม	22.358	316			
2	ด้านนำการพัฒนาการทำงาน ร่วมกันเป็นทีมแบบข้าม หน่วยงาน	ระหว่างกลุ่ม	0.254	2	0.127	0.973	.379
		ภายในกลุ่ม	40.925	314	0.130		
		รวม	41.179	316			
3	ด้านเก่งกระบวนการงาน เข้าใจ องค์กรดิจิทัล และสื่อสารต่อ ยอดการเปลี่ยนแปลง	ระหว่างกลุ่ม	0.421	2	0.211	2.144	.119
		ภายในกลุ่ม	30.848	314	0.098		
		รวม	31.269	316			
รวม		ระหว่างกลุ่ม	0.124	2	0.062	0.835	.435
		ภายในกลุ่ม	23.307	314	0.074		
		รวม	23.431	316			

จากตาราง 6 พบว่า ระดับความสามารถด้านผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 1 จำแนกตามประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า ทุกรายด้านไม่แตกต่างกัน

ตาราง 7 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่อความสามารถด้านผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 1 จำแนกตาม ขนาดของสถานศึกษา

ด้าน	ความสามารถด้านผู้นำดิจิทัล	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1	ด้านนำการพัฒนาคนพันธุ์ใหม่ สำหรับพัฒนาองค์กรดิจิทัล	ระหว่างกลุ่ม	0.022	2	0.011	0.154	.858
		ภายในกลุ่ม	22.336	314	0.071		
		รวม	22.358	316			
2	ด้านนำการพัฒนาการทำงาน ร่วมกันเป็นทีมแบบข้าม หน่วยงาน	ระหว่างกลุ่ม	1.176	2	0.588	4.615	.011*
		ภายในกลุ่ม	40.003	314	0.127		
		รวม	41.179	316			
3	ด้านเก่งกระบวนการงาน เข้าใจ องค์กรดิจิทัล และสื่อสารต่อ ยอดการเปลี่ยนแปลง	ระหว่างกลุ่ม	0.918	2	0.459	4.764	.009*
		ภายในกลุ่ม	30.352	314	0.097		
		รวม	31.269	316			
รวม		ระหว่างกลุ่ม	0.478	2	0.239	3.271	.039*
		ภายในกลุ่ม	22.953	314	0.073		
		รวม	23.431	316			

*p ≤ .05

จากตาราง 7 พบว่า ระดับความสามารถด้านผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 1 จำแนกตามขนาดของสถานศึกษา ในภาพรวม พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านนำการพัฒนาการทำงานร่วมกันเป็นทีมแบบข้ามหน่วยงาน และด้านเก่งกระบวนงาน เข้าใจองค์กรดิจิทัล และสื่อสารต่อยอดการเปลี่ยนแปลง มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ความสามารถด้านผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 1 ผู้วิจัยได้อภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ตั้งไว้ ดังนี้

1. ระดับความสามารถด้านผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 1 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ มีการเตรียมความพร้อมและการยอมรับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในสถานศึกษา ทั้งในระดับผู้บริหารและครู ซึ่งนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในเชิงบวก และการพัฒนาผู้นำดิจิทัลในสถานศึกษามีความสำคัญในการเตรียมพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล การฝึกอบรมทักษะการใช้เทคโนโลยีไม่เพียงแต่ช่วยเสริมทักษะการใช้เครื่องมือดิจิทัล แต่ยังเกี่ยวกับการพัฒนาวิสัยทัศน์ในด้านวิสัยทัศน์ดิจิทัล และการวางกลยุทธ์ ซึ่งช่วยให้สถานศึกษาปรับตัวและเติบโตได้อย่างมีประสิทธิภาพ การฝึกอบรมครอบคลุมทั้งการใช้เครื่องมือดิจิทัล การสร้างวิสัยทัศน์ และการสื่อสารการเปลี่ยนแปลง เพื่อให้ผู้บริหารและครูสามารถใช้เทคโนโลยีในการบริหารและพัฒนาสถานศึกษาได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สัญญา พันพิลา (2562, หน้า 89) ที่ศึกษาเรื่องความสามารถด้านดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 1 ผลวิจัยพบว่า ด้านผู้นำดิจิทัล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พชรินทร์ สวัสดิ์ (2567, บทคัดย่อ) ที่ศึกษาเรื่องความสามารถทางดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาตามความคิดเห็นของครู สังกัดกรุงเทพมหานคร ผลวิจัยพบว่า ด้านผู้นำดิจิทัล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

1.1 ระดับความสามารถด้านผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 1 ด้านนำการพัฒนาคนพันธุ์ใหม่ สำหรับพัฒนาองค์กรดิจิทัล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ การพัฒนาทักษะดิจิทัลและการสร้างวัฒนธรรมองค์กรดิจิทัลเป็นปัจจัยสำคัญในการช่วยสถานศึกษาปรับตัวในยุคที่เทคโนโลยีกำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ผู้บริหารมีการส่งเสริมและพัฒนาทักษะดิจิทัลให้กับบุคลากรทำให้ช่วยส่งเสริมการเรียนรู้และการยอมรับเทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการสร้างวัฒนธรรมดิจิทัลทำให้บุคลากรใช้เทคโนโลยีได้เหมาะสม และปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงในวงการศึกษา มีการพัฒนาผู้นำดิจิทัลในทุกระดับช่วยสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ที่ขับเคลื่อนการพัฒนาสถานศึกษาในทิศทางที่ยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เนตรชนก แก้วกรม (2565, หน้า 56) ที่ศึกษาเรื่องภาวะผู้นำดิจิทัลและแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาพิษณุโลก เขต 3 ผลวิจัยพบว่า ผู้บริหารให้ความสำคัญกับการทำงานของครู จึงมีการส่งเสริมให้ครูพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลของตนเองมาก จัดอบรมเพื่อพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถทางด้านเทคโนโลยี เปิดโอกาสให้ครูได้แสดงศักยภาพเพื่อพัฒนาการสอนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลมากขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐธิดา ทิศภาค (2565, หน้า 106) ที่ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรีเขต 1 ผลวิจัยพบว่า ด้านการพัฒนาทักษะให้กับบุคลากรในองค์กร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

1.2 ระดับความสามารถด้านผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาลพบุรี เขต 1 ด้านนำการพัฒนาการทำงานร่วมกันเป็นทีมแบบข้ามหน่วยงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ การทำงานร่วมกันและทำงานแบบข้ามหน่วยงานเป็นปัจจัยสำคัญในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลพัฒนาสถานศึกษา ผู้บริหารมีการส่งเสริมการทำงานร่วมกันทำให้ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรและเชื่อมโยงข้อมูลจากหลายแหล่ง มีการบูรณาการเครื่องมือดิจิทัลและระบบการบริหารจัดการทำให้การทำงานมีทิศทางที่ชัดเจน มีการสร้างเครือข่ายทั้งภายในและภายนอกสถานศึกษาช่วยให้การพัฒนาเทคโนโลยีเป็นไปได้อย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ และมีการทำงานร่วมกันที่ช่วยแลกเปลี่ยนความรู้และแนวคิดใหม่ๆ ซึ่งช่วยเพิ่มศักยภาพในการเรียนรู้และพัฒนาสถานศึกษาในยุคดิจิทัลอย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลัทธวรรณ วงษ์ไพย (2566, หน้า 75) ที่ศึกษาเรื่องภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษามัธยมศึกษาภาพสนธิ์ ผลวิจัยพบว่า ด้านการทำงานร่วมกันผู้บริหารสถานศึกษามีความสามารถในการ ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ มีการสร้างแรงบันดาลใจในการทำงานร่วมกับผู้อื่น มีการสนับสนุนให้เกิดสภาพแวดล้อมที่ ร่วมกันทำงาน มีการสร้างทีม การพัฒนาทีม และสร้างสัมพันธ์ภาพกับเพื่อนร่วมงาน รวมถึงมีการสร้างวัฒนธรรม การทำงานร่วมกัน มีการสร้างเครือข่ายในการทำงานและสามารถร่วมกันตัดสินใจแก้ไขปัญหาในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพโดยอาศัยการทำงานร่วมกันเป็นหลัก และมีการส่งเสริมแนวคิดการทำงาน ร่วมกันเพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้ไปสู่เป้าหมายและมีผลลัพธ์ที่ชัดเจนและสามารถปฏิบัติงานร่วมกัน อย่างมีอาชีพ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พจน์ เจริญสันติเยะ (2567, บทคัดย่อ) ที่ศึกษาเรื่องระดับภาวะผู้นำดิจิทัลของ ผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครราชสีมา เขต 1 ผลวิจัยพบว่า ด้านการ ทำงานร่วมกัน อยู่ในระดับมาก

1.3 ระดับความสามารถด้านผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาลพบุรี เขต 1 ด้านเก่งกระบวนการงาน เข้าใจองค์กรดิจิทัล และสื่อสารต่อยอดการเปลี่ยนแปลง โดย ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ผู้บริหารเข้าใจองค์กรดิจิทัลและสามารถสื่อสารการเปลี่ยนแปลงได้ดี สามารถใช้ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ในการตัดสินใจและปรับกลยุทธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ใช้ Big Data ช่วย เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการสถานศึกษาและทำให้การดำเนินงานไปในทิศทางที่ชัดเจนและตอบสนอง ความต้องการได้ทันที มีการสื่อสารวิสัยทัศน์และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลให้ชัดเจน ช่วยให้บุคลากรในสถานศึกษา พร้อมทั้งจะปรับตัวและทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ มีการสื่อสารที่ดีช่วยให้การนำเทคโนโลยีมาใช้ในองค์กร เป็นไปอย่างราบรื่นและประสบผลสำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วชิระ บุญสาร (2564, หน้า 61) ที่ศึกษา เรื่องแนวทางการพัฒนาความเป็นองค์กรดิจิทัลของสถานศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา ขอนแก่น เขต 5 พบว่า ด้านกระบวนการจัดการ สถานศึกษามีโครงสร้างการบริหารงานและกลยุทธ์ด้านเทคโนโลยี ดิจิทัลอย่างชัดเจน มีนโยบายที่ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในสถานศึกษาอย่างเป็นรูปธรรม และ ด้วยการ ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการดำเนินงานทำให้กระบวนการทำงานมีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ รวมไปถึงมีการ ใช้ฐานข้อมูลกลางในการจัดเก็บข้อมูลและสารสนเทศ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุจาภรณ์ ลักษณะดี (2565, หน้า 78 - 80) ที่ศึกษาเรื่องระดับภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาในสหวิทยาเขตบ้านบึง 1 สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาลพบุรี เขต 1 พบว่า ด้านการบริหารงานโดยใช้ข้อมูลสารสนเทศ ผู้บริหารสถานศึกษา มีพฤติกรรมในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นกิจวัตรประจำวัน และนำข้อมูลสารสนเทศมา ประกอบการจัดสนใจในการบริหารจัดการสถานศึกษาอย่างเหมาะสม และด้านการมีวิสัยทัศน์ดิจิทัล ผู้บริหาร สถานศึกษา มีพฤติกรรมในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและสถานการณ์ปัจจุบัน กำหนดพันธกิจด้านดิจิทัล มีการ กำกับควบคุมวิสัยทัศน์ไปสู่การปฏิบัติวิสัยทัศน์ดิจิทัล การสร้างวิสัยทัศน์ดิจิทัล และการลงมือปฏิบัติตามกลยุทธ์ และแผนงานเพื่อการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ดิจิทัล และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลัทธวรรณ วงษ์ไพย (2566, หน้า

76) ที่ศึกษาเรื่องภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาภาคพื้นทวีป ผลวิจัยพบว่า ด้านด้านวิสัยทัศน์ ผู้บริหารสถานศึกษามีการมองการไกลในการสร้างกลยุทธ์และเป้าหมายระยะยาว โดยการนำ เทคโนโลยีดิจิทัลใหม่ ๆ มาใช้ มีการสร้างแรงจูงใจในการใช้เทคโนโลยี มีการสร้างแรงบันดาลใจเป็นเข็มทิศในการชี้นำในการทำงาน รวมถึงมีการตัดสินใจเพื่อการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล มีความเข้าใจในเป้าหมายที่กำหนดไว้อย่างชัดเจนและสามารถถ่ายทอดวิสัยทัศน์รวมกับการแลกเปลี่ยนวิสัยทัศน์กับบุคลากรอื่น ๆ และด้านการสื่อสาร พบว่า ผู้บริหารสถานศึกษามีความสามารถในการสื่อสารที่มีวิธีการที่หลากหลายมีการเข้าใจถึง วิสัยทัศน์และกลยุทธ์และรูปแบบการสื่อสาร มีการปรับปรุงข้อมูลให้มีความทันสมัยอยู่เสมอและนอกจากนี้ยังมีความสามารถในการเจรจาพันธมิตรภายในและภายนอกมีวิสัยทัศน์ในการจูงใจผู้อื่นในการทำงานรวมถึงมีการสร้างเครือข่าย ในด้านการสื่อสาร

2. ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความสามารถด้านผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาลพบุรี เขต 1 จำแนกตามตำแหน่ง อายุ ประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน และขนาดของสถานศึกษา

2.1 ระดับความคิดเห็นต่อความสามารถด้านผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาลพบุรี เขต 1 จำแนกตามตำแหน่ง ในภาพรวมพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานของงานวิจัย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ผู้บริหารมีบทบาทสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์การใช้เทคโนโลยีในการพัฒนาสถานศึกษา โดยผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์สามารถส่งเสริมการใช้เครื่องมือดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยให้สถานศึกษาปรับตัวได้ในยุคดิจิทัล ขณะที่ครูเน้นการสอนและพัฒนา นักเรียน การพัฒนาทักษะดิจิทัลในด้านการจัดการสถานศึกษาจึงอาจมีข้อจำกัด การสร้างผู้นำดิจิทัลที่สามารถใช้เทคโนโลยีในการพัฒนาการศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลง การนำกลยุทธ์ดิจิทัลมาช่วยให้การเรียนการสอนทันสมัยและมีประสิทธิภาพ ตลอดจนสนับสนุนการพัฒนาสถานศึกษาในยุคดิจิทัลอย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กันตชาติ กุดนอก (2565, หน้า 175) ศึกษาเรื่องภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 2 ผลวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหาร สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 2 ตามความคิดเห็นของผู้บริหารโรงเรียนและครูผู้สอนจำแนกตามสถานภาพการดำรงตำแหน่ง โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรวัดน์ เหตุเกษ (2567, บทคัดย่อ) ที่ศึกษาเรื่องภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเลย เขต 2 ผลวิจัยพบว่า ความคิดเห็นของข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเลย เขต 2 ที่มีตำแหน่งหน้าที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาวะผู้นำดิจิทัลของ ผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเลย เขต 2 โดยภาพรวมแตกต่างกันโดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2.2 ระดับความคิดเห็นต่อความสามารถด้านผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาลพบุรี เขต 1 จำแนกตามอายุ ในภาพรวมพบว่าไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ผู้บริหารและครูในทุกช่วงอายุสามารถเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกเหตุผลที่การจำแนกตามอายุในภาพรวมพบว่าไม่ต่างกันอาจเป็นไปได้อยู่ที่ปัจจุบันการเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัลทำได้ง่ายขึ้น ทำให้ความแตกต่างทางอายุในเรื่องความสามารถด้านดิจิทัลลดลง ทักษะดิจิทัลสามารถเรียนรู้ได้ไม่เกี่ยวกับอายุหรือประสบการณ์การทำงาน แต่ขึ้นอยู่กับการศึกษาและการสนับสนุนจากองค์กร หากโรงเรียนมีนโยบาย มีเป้าหมายและแนวทางการส่งเสริมที่ชัดเจน ครูและบุคลากรได้รับการฝึกอบรมที่เหมาะสม ทุกคนสามารถพัฒนาทักษะดิจิทัลได้ การปรับตัวต่อเทคโนโลยีดิจิทัลจึงไม่ได้ขึ้นอยู่กับอายุ แต่ขึ้นอยู่กับการศึกษาและการใช้เครื่องมือ

ดิจิทัลที่เหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ไอริน วัฒนพานิช (2567, บทคัดย่อ) ที่ศึกษาเรื่องภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 ผลวิจัยพบว่า ข้าราชการครูที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริหารสถานศึกษามีการกำหนดเป้าหมาย ทิศทางการขับเคลื่อนการบริหารงานด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลที่ชัดเจน ครูทุกคนมีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็น กำหนดแนวทางการดำเนินงานในการบริหารสถานศึกษา ได้รับทราบและสร้างความเข้าใจนโยบายอย่างไว้วางใจและยอมรับในการปรับนโยบายของผู้บริหารสถานศึกษาสู่การนำไปบูรณาการในการจัดการเรียนการสอนและการปฏิบัติงานในสถานศึกษา ส่งผลให้ข้าราชการครูที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤษฎาพร ชาพิตร (2566, บทคัดย่อ) ที่ศึกษาเรื่องภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาในโรงเรียนเอกชนเขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร ผลวิจัยพบว่า ครูที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาไม่แตกต่างกัน

2.3 ระดับความคิดเห็นต่อความสามารถด้านผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาลพบุรี เขต 1 จำแนกตามประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน ในภาพรวมพบว่าไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ การพัฒนาผู้นำดิจิทัลและทักษะการใช้เทคโนโลยีไม่จำเป็นต้องมีประสบการณ์การทำงานที่ยาวนาน แต่ขึ้นอยู่กับการศึกษาที่เหมาะสมและการเข้าถึงเครื่องมือดิจิทัล ผู้บริหารและครูทุกคนสามารถเรียนรู้และพัฒนาทักษะดิจิทัลได้หากมีการสนับสนุนที่ดีจากองค์กร การฝึกอบรมที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้ผู้ที่มีประสบการณ์น้อยพัฒนาทักษะได้เร็วและมีประสิทธิภาพ ดังนั้น การพัฒนาผู้นำดิจิทัลจึงไม่จำกัดเฉพาะคนที่มีประสบการณ์มาก แต่สามารถเกิดขึ้นได้กับทุกคนที่พร้อมเรียนรู้และใช้งานเทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จินตนา สวยขุนทด (2567, หน้า 117) ที่ศึกษาเรื่องภาวะผู้นำยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา นครราชสีมา ผลวิจัยพบว่า ผู้นำยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา นครราชสีมา จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน โดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุจาภรณ์ ลักษณะดี (2565, หน้า 81) ที่ศึกษาเรื่องระดับภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาในสหวิทยาเขตบ้านบึง 1 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาลพบุรี เขต 1 พบว่า การเปรียบเทียบศึกษาระดับภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาในสหวิทยาเขตบ้านบึง 1 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาลพบุรี เขต 1 จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกัน พบว่า โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

2.4 ระดับความคิดเห็นต่อความสามารถด้านผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาลพบุรี เขต 1 จำแนกตามขนาดของสถานศึกษา ในภาพรวมพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสถานศึกษาขนาดใหญ่มีทรัพยากรทั้งด้านบุคลากร การเงิน และเทคโนโลยีที่ช่วยในการพัฒนาองค์กรดิจิทัลได้ดีกว่าขนาดเล็กและขนาดกลาง โดยมีโครงสร้างการบริหารที่พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง ขณะที่สถานศึกษาขนาดเล็กอาจพบปัญหาด้านทรัพยากรและการพัฒนาส่งเสริมที่จำกัด การสนับสนุนให้สถานศึกษาขนาดเล็กสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีที่เหมาะสมจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อให้ทุกสถานศึกษามีการพัฒนาไปในทิศทางเดียวกันและสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วราภรณ์ พวงสำเภา (2556, บทคัดย่อ) ที่ศึกษาเรื่องภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา โรงเรียนในกลุ่มกรุงเทพตะวันออก สังกัดกรุงเทพมหานคร พบว่า ครูที่อยู่ในสถานศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาโรงเรียนในกลุ่มกรุงเทพตะวันออก สังกัด กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภารัตน์ น่วมไม้พุ่ม (2567, หน้า 40) ที่ศึกษาเรื่องภาวะผู้นำเชิงดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงาน

เขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเพชรบุรี เขต 2 ผลวิจัยพบว่า ความคิดเห็นของผู้บริหารสถานศึกษาและครู จำแนกตามขนาดโรงเรียนในภาพรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิรากร เชื้อเจริญ (2565, หน้า 62) ที่ศึกษาเรื่องภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา มัธยมศึกษาเลย หนองบัวลำภู ผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา มัธยมศึกษาเลย หนองบัวลำภู จำแนกตามขนาดของสถานศึกษา พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรวัฒน์ เหตุเกษ (2567, บทคัดย่อ) ที่ศึกษาเรื่องภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเลย เขต 2 ผลวิจัยพบว่า ความคิดเห็นของข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเลย เขต 2 จำแนกตาม ขนาดสถานศึกษา พบว่า ข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา ในโรงเรียนที่มีขนาดสถานศึกษาต่างกัน มีความเห็นต่อภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเลย เขต 2 แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ความสามารถด้านผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาลพบุรี เขต 1 ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ด้านนำการพัฒนาคนพันธุ์ใหม่ สำหรับพัฒนาองค์กรดิจิทัล พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาผลักดันให้บุคลากรทุกคนสถานศึกษาพร้อมปรับเปลี่ยนสู่การทำงานในยุคดิจิทัลอยู่เป็นประจำ ดังนั้น ควรมีการส่งเสริมการอบรมหรือกิจกรรมที่ช่วยให้ครูและบุคลากรคุ้นเคยกับการทำงานในยุคดิจิทัลมากขึ้น และมีเป้าหมายที่ชัดเจนในการปรับตัวไปพร้อมกันทั้งโรงเรียน

1.2 ด้านนำการพัฒนาการทำงานร่วมกันเป็นทีมแบบข้ามหน่วยงาน พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาตรวจสอบ ระบุจำนวนและทักษะของบุคลากรในโรงเรียน ที่มีอยู่ในปัจจุบันเพื่อเปรียบเทียบกับความต้องการในแต่ละโครงการเป็นประจำ ดังนั้น ผู้บริหารควรสร้างระบบฐานข้อมูลที่สามารถเก็บข้อมูลทั้งจำนวนและทักษะของบุคลากรในโรงเรียนได้อย่างละเอียดและเป็นปัจจุบัน เพื่อให้สามารถเปรียบเทียบกับความต้องการในแต่ละโครงการได้อย่างแม่นยำ รวมถึงการสร้างแผนพัฒนาทักษะที่ตรงกับความต้องการในแต่ละโครงการ เพื่อให้การทำงานร่วมกันทั้งภายในและภายนอกสถานศึกษา มีประสิทธิภาพมากขึ้น

1.3 ด้านด้านเก่งกระบวนงาน เข้าใจองค์กรดิจิทัล และสื่อสารต่อยอดการเปลี่ยนแปลง พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาสนับสนุนให้มีการเข้าถึงข้อมูลที่จำเป็นเพื่อการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานภายในโรงเรียนและหน่วยงานอื่น ๆ อย่างสม่ำเสมอ ดังนั้น ควรมีช่องทางหรือระบบที่ทุกคนสามารถเข้าถึงข้อมูลร่วมกันได้ง่ายขึ้น เพื่อช่วยให้การทำงานร่วมกันภายในหรือกับหน่วยงานอื่นราบรื่นขึ้น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาความสามารถด้านผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาลพบุรี ทั้ง 2 เขต และมีการเปรียบเทียบกัน เนื่องจากการศึกษาความสามารถด้านผู้นำดิจิทัล สามารถบ่งบอกถึงทักษะที่มีสำหรับการเปลี่ยนแปลงในสมัยใหม่ได้ ประกอบกับการศึกษาความสามารถด้านผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารและครู กับ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาลพบุรี ทั้ง 2 เขต และเปรียบเทียบกันจะทำให้ค้นสังกัดทราบข้อมูลในภาพรวมของทั้งจังหวัด และสามารถดูความแตกต่างกันของ

ความสามารถด้านผู้นำดิจิทัลทั้ง 2 เขต ได้ รวมถึงสามารถใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนแนวทางในการพัฒนาทักษะดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาในจังหวัดลพบุรี ได้อีกด้วย

2.2 ควรมีการศึกษาแนวทางการดำเนินงานของผู้นำดิจิทัลที่ส่งผลกระทบต่อการจัดการเรียนการสอนของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาลพบุรี เขต 1 เนื่องจาก ผลการวิจัยในปัจจุบันได้แสดงให้เห็นถึงความสามารถของผู้บริหารและครู ในด้านการพัฒนาองค์กรดิจิทัล การทำงานร่วมกันข้ามหน่วยงาน และการใช้เทคโนโลยีเพื่อการเปลี่ยนแปลงทางการศึกษา ดังนั้นการศึกษาผลกระทบจากการใช้ทักษะความสามารถของผู้นำดิจิทัลในการเรียนการสอนจะช่วยเสริมสร้างความเข้าใจว่า การมีผู้นำที่สามารถนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาการเรียนการสอนนั้น มีผลกระทบต่อการเรียนรู้และผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของนักเรียนได้อย่างไร

2.3 ควรมีการศึกษาแนวทางการร่วมมือระหว่างโรงเรียนและหน่วยงานภายนอกในการพัฒนาองค์กรดิจิทัลในสถานศึกษา เนื่องจากการศึกษาถึงความสามารถในการทำงานร่วมกันเป็นทีมข้ามหน่วยงาน ผลวิจัยสามารถต่อยอดในการศึกษาแนวทางการเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างโรงเรียนกับหน่วยงานภายนอก เช่น หน่วยงานรัฐบาล ภาคเอกชน หรือองค์กรต่างๆ เพื่อพัฒนาความสามารถในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการบริหารจัดการและปรับปรุงกระบวนการเรียนการสอน

2.4 ควรมีการศึกษาเรื่องการแนวทางในการส่งเสริมการใช้ AI ในการพัฒนาทักษะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาและครูในโรงเรียน เนื่องจากผลการวิจัยได้แสดงให้เห็นถึงความสามารถของผู้บริหารและครู และเพื่อให้สอดคล้องกับการส่งเสริมการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย ดังนั้นการศึกษาเรื่องแนวทางในการส่งเสริมการใช้ AI ในการพัฒนาทักษะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาและครูในโรงเรียน จะสามารถช่วยขับเคลื่อนการพัฒนาทักษะผู้นำดิจิทัลในการศึกษาด้วยการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อส่งเสริมประสิทธิภาพในการบริหารสถานศึกษาและการเรียนการสอน จากการใช้ AI ในการพัฒนาทักษะผู้นำดิจิทัลในโรงเรียนได้อีกด้วย

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2563). *แผนยุทธศาสตร์กระทรวงศึกษาธิการ พ.ศ. 2563–2565*. กรุงเทพฯ: กระทรวงศึกษาธิการ.
- กฤษฎาพร ชาพิตร. (2566). *ภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาในโรงเรียนเอกชนเขตบางพลัดกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสวนสุนันทา.
- กันตชาติ กุดนอก. (2565). *ภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2*. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- จิรวัดน์ เหตุเกษ. (2567). *ภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเลย เขต 2*. สารนิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง.
- จินตนา สวายนท. (2567). *ภาวะผู้นำยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานครราชสีมา*. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนครราชสีมา.
- ณัฐธิดา ทิศาภาค. (2565). *แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 1*. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา วิทยาลัยครูสุริยเทพ, มหาวิทยาลัยรังสิต.

- ทองทิพภา วิริยะพันธุ์. (2550). *โลกยุคไร้พรมแดนกับองค์กรแห่งอนาคต*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เนตรชนก แก้วกรม. (2565). *การศึกษาภาวะผู้นำดิจิทัลและแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาพิษณุโลก เขต 3*. สารนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- พจน์ เจริญสันเทียะ. (2567). ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครราชสีมา เขต 1. *วารสารมณีเชษฐาราม วัฒนภูมิ*, 7(6), 40–61.
- พัชรินทร์ สวัสดิ์. (2567). ความสามารถทางดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาตามความคิดเห็นของครู สังกัดกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการนอร์ทเทิร์น*, 11(2), 78–91.
- ไพฑูรย์ สีนาร์ตน์ และคณะ. (2554). *กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาของประเทศไทย : จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ* (พิมพ์ครั้งที่3). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิชระ บุญสาร. (2564). *แนวทางการพัฒนาความเป็นองค์กรดิจิทัลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5*. นนทบุรี: สุโขทัยธรรมธิดา.
- วรารณ พวงสำเภา. (2556). ภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา โรงเรียนในกลุ่มกรุงเทพตะวันออก สังกัดกรุงเทพมหานคร. *วารสารสหวิทยาการและการจัดการร่วมสมัย*, 2(1), 11-12.
- วิรากร เชื้อเจริญ. (2565). ภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเลย หนองบัวลำภู. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- รุจาภรณ์ ลักษณะดี. (2565). *ระดับภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาในสหวิทยาเขตบ้านบึง 1 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาระยอง*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยเกริก.
- ลัทธวรรณ วงษ์โพย. (2566). ภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาภาพลันท์. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สัญญา พันพิลา. (2562). *ความสามารถด้านดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาระยอง*. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิดา.
- สุดารัตน์ น่วมไม้พุ่ม. (2567). ภาวะผู้นำเชิงดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาระยอง เขต 2. *วารสารวิชาการนอร์ทเทิร์น*, 3(3), 33–41.
- สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาลพบุรี เขต 1. (2567). *รายงานผลการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการศึกษา ปีงบประมาณ 2567*. ลพบุรี: สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาลพบุรี เขต 1.
- สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน. (2562). *ทักษะด้านดิจิทัลของข้าราชการและบุคลากรภาครัฐ เพื่อการปรับเปลี่ยนเป็นรัฐบาลดิจิทัล*. สืบค้น กันยายน 21, 2566, จาก <https://www.ocsc.go.th/wp-content/uploads/2024/01/PDF>
- ไอริน วัฒนพานิช. (2567). ภาวะผู้นำดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2. *วารสารส่งเสริมและพัฒนาวิชาการสมัยใหม่*, 3(2), 842-873.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd ed). New York: Harper and Row.

การพัฒนาการตลาดออนไลน์ของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร บนฐานทรัพยากรกล้วยไข่ จังหวัดกำแพงเพชร Development of Online Marketing for Agricultural Tourism Based on Banana Resources Kamphaeng Phet Province

รัชนีวรรณ บุญอนนท์^{1*}, พัตราภรณ์ อารีเอื้อ², เยาวนาถ บางศรี³
Ratchaneewan Boonanont^{1*}, Pattaraporn Aree-ue², Yaovanart Bangsri³

Received: November 18, 2025 Revised: December 8, 2025 Accepted: December 17, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อพัฒนาการตลาดออนไลน์ของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบนฐานทรัพยากรกล้วยไข่ จังหวัดกำแพงเพชร และ 2) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการตลาดออนไลน์ของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบนฐานทรัพยากรกล้วยไข่ จังหวัดกำแพงเพชร ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสานวิธีเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสนทนากลุ่มกับผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดออนไลน์ จำนวน 9 คน คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง และนักท่องเที่ยว จำนวน 222 คน สุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา ส่วนข้อมูลเชิงปริมาณวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในรูปค่าความถี่ และค่าร้อยละ ผลการวิจัยพบว่า 1) การพัฒนาการตลาดออนไลน์ของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบนฐานกล้วยไข่มี 8 ขั้นตอน ได้แก่ (1) กำหนดกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน (2) กำหนดจุดขายและสร้างเอกลักษณ์ (3) การทำคอนเทนต์การตลาดที่หลากหลาย เช่น คลิปวิดีโอสั้น การเล่าเรื่อง บทความ อินโฟกราฟิก และการรีวิว (4) ใช้สื่อออนไลน์หลากหลายช่องทาง ได้แก่ Facebook, Instagram, TikTok, YouTube และ Google My Business (5) สร้าง Community online (6) จัดกิจกรรมเปิดตัว (7) บูรณาการการตลาดออนไลน์กับออฟไลน์ และ (8) การวัดผลและปรับปรุงกลยุทธ์อย่างสม่ำเสมอ 2) การศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการตลาดออนไลน์ของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบนฐานทรัพยากรกล้วยไข่ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประทับใจต่อสื่อการตลาดออนไลน์ฯ (49.50%) เนื้อหาในคลิปชัดเจน (47.70%) เนื้อหาในคลิปน่าสนใจมาก (55.40%) คุณภาพของภาพและเสียงของคลิปอยู่ในระดับดีมาก (50.90%) ความยาวของคลิปเหมาะสม (55.40%) เนื้อหาที่นักท่องเที่ยวประทับใจมากที่สุดในคลิปวิดีโอ 3 อันดับแรกมีดังนี้ (1) วิถีชีวิตของเกษตรกร (2) การทำอาหารจากกล้วยไข่ และ (3) กระบวนการปลูกกล้วยไข่

คำสำคัญ: การตลาดออนไลน์, สื่อการตลาดออนไลน์, การท่องเที่ยวเชิงเกษตร, กล้วยไข่, กำแพงเพชร

¹ อาจารย์สาขาวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

² อาจารย์สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

³ อาจารย์สาขาวิชาการท่องเที่ยวและธุรกิจบริการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

* Corresponding Author: ratchaneewanmadee@gmail.com

Abstract

This research aimed to: 1) develop online marketing of banana-based agricultural tourism in Kamphaeng Phet Province and 2) study tourists' opinions on online marketing of banana-based agricultural tourism in Kamphaeng Phet Province. A mixed-method research methodology was employed. Data were collected through focus group discussions with 9 online marketing experts, purposively selected informants, and 222 tourists were randomly selected. Qualitative data were analyzed by content analysis, while quantitative data were analyzed by descriptive statistics in terms of frequency and percentage. The results of the research found that 1) there are 8 steps in developing online marketing of banana-based agricultural tourism: (1) clearly define the target group, (2) define the selling point and create a unique identity, and (3) create a variety of marketing content such as short video clips. Storytelling, articles, infographics, and reviews (4) using various online media channels including Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, and Google My Business (5) creating an online community (6) organizing a launch event (7) integrating online and offline marketing, and (8) measuring and constantly improving strategies. 2) A study of tourists' opinions on online marketing of agricultural tourism based on banana resources found that most tourists were impressed with the online marketing media (49.50%), the content in the clip was clear (47.70%), the content in the clip was very interesting (55.40%), the quality of the image and sound of the clip was very good (50.90%), and the length of the clip was appropriate (55.40%). The content that tourists were most impressed with in the top 3 video clips were as follows: (1) farmers' lifestyle, (2) making savory food from bananas, and (3) the process of growing bananas.

Keywords: Online marketing, Online marketing media, Agricultural tourism, Banana, Kamphaeng Phet

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนและการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคที่การท่องเที่ยวแบบดั้งเดิมได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ต้องการประสบการณ์ที่แท้จริงและมีส่วนร่วม (กิตติทัช เขียวฉอน และคณะ, 2566) จังหวัดกำแพงเพชรเป็นหนึ่งในจังหวัดที่มีศักยภาพด้านการเกษตรที่โดดเด่น โดยเฉพาะการปลูกกล้วยไข่ซึ่งเป็นผลไม้เศรษฐกิจที่มีชื่อเสียงและมีคุณภาพสูง กล้วยไข่กำแพงเพชรมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากพื้นที่อื่น ทั้งในด้านรสชาติที่หวานหอม เนื้อละเอียด และคุณค่าทางโภชนาการที่สูง ซึ่งได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ อีกทั้งยังมีประวัติศาสตร์และภูมิปัญญาท้องถิ่นในการปลูกและแปรรูปที่สั่งสมมายาวนาน ทำให้มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นฐานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่สร้างมูลค่าเพิ่มได้ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ วิภาดา เถาธรรมพิทักษ์ และคณะ (2566) ที่พบว่าฐานทรัพยากรทางการเกษตรของชุมชนเป็นทรัพยากรที่มีความโดดเด่นและสามารถพัฒนาเป็นเส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างสร้างสรรค์ได้

อย่างไรก็ตาม แม้จะมีศักยภาพทางการท่องเที่ยวที่ดี แต่การท่องเที่ยวเชิงเกษตรบนฐานทรัพยากรกล้วยไข่ในจังหวัดกำแพงเพชรยังคงเผชิญกับปัญหาสำคัญในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย การสร้างการรับรู้ และการสื่อสาร

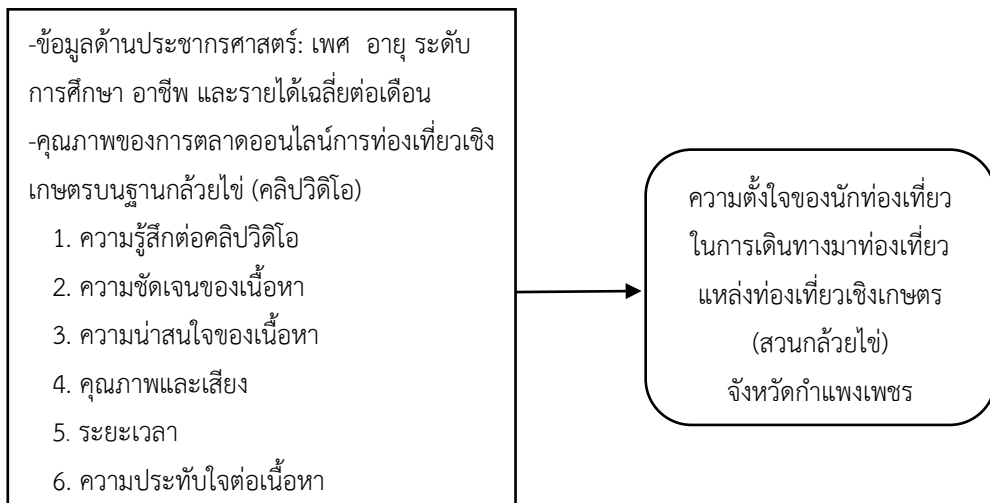
ข้อมูลไปยังนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในยุคดิจิทัลที่พฤติกรรมการค้นหาข้อมูลและการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปสู่การใช้สื่อออนไลน์เป็นหลัก (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2565) กล่าวโดยละเอียด คือ 1) ปัญหาการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ในยุคดิจิทัลปัจจุบัน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้สื่อออนไลน์ในการค้นหาข้อมูลและวางแผนการเดินทาง (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2564) การขาดสื่อการตลาดออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพทำให้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรบนฐานกล้วยไข่ไม่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ๆ โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ที่มีกำลังซื้อและความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่พบว่าช่องทางการตลาดที่แนะนำมากที่สุดคือ ดึงตอก รองลงมาคือ เฟสบุ๊กและยูทูบ 2) การขาดการสร้างตราสินค้าและเอกลักษณ์ การขาดสื่อการตลาดออนไลน์ที่สร้างสรรค์และน่าสนใจ ทำให้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรกล้วยไข่ขาดเอกลักษณ์และความโดดเด่นที่ชัดเจน ส่งผลให้ไม่สามารถแข่งขันกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่มีการใช้สื่อออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2565) 3) การสื่อสารข้อมูลที่ไม่เพียงพอ นักท่องเที่ยวขาดข้อมูลที่ครบถ้วนเกี่ยวกับกิจกรรม เส้นทาง ราคา และประสบการณ์ที่จะได้รับ ทำให้เกิดความไม่แน่ใจในการตัดสินใจเดินทาง ซึ่ง ครรชิต มาระโกชน และทักษิณา สมบูรณ์ (2566) ได้ชี้ให้เห็นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีประสิทธิภาพ 4) ผลกระทบต่อเศรษฐกิจชุมชน การขาดการตลาดออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพส่งผลโดยตรงต่อจำนวนนักท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลต่อรายได้ของเกษตรกรและชุมชนท้องถิ่น ทำให้โอกาสในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและการกระจายรายได้ไม่เป็นไปตามศักยภาพที่มี (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2565) ขณะที่การวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจในการส่งเสริมรายได้ให้กับชุมชน (กิตติทัช เขียวฉอน และคณะ, 2566) 5) การพัฒนาที่ยั่งยืน หากไม่มีการพัฒนาสื่อการตลาดออนไลน์ที่เหมาะสม อาจทำให้การลงทุนในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรไม่คุ้มค่า และไม่สามารถพัฒนาอย่างต่อเนื่องได้ ซึ่งขัดแย้งกับเป้าหมายการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อส่งเสริมความยั่งยืน (กิตติทัช เขียวฉอน และคณะ, 2566) 6) ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ในยุคที่เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวัน การขาดการปรับตัวและการใช้ประโยชน์จากสื่อออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพ จะทำให้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรตกยุคและไม่สามารถแข่งขันได้ในตลาด (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2564) และ 7) โอกาสในการสร้างมูลค่าเพิ่ม การพัฒนาสื่อการตลาดออนไลน์ที่ดีจะเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์กล้วยไข่ ตั้งแต่การเล่าเรื่องของเกษตรกร การแสดงกระบวนการผลิต ไปจนถึงการสร้างความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชน (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2565)

จากการลงพื้นที่สัมภาษณ์เกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไข่ในจังหวัดกำแพงเพชรของนักวิจัย พบว่า เกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไข่ส่วนใหญ่ทำการตลาดและประชาสัมพันธ์สวนผ่านเฟสบุ๊กมากที่สุด รองลงมาคือ ดึงตอก แต่ก็ยังไม่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปเที่ยวสวนกล้วยไข่ได้ สาเหตุมาจากการที่เกษตรกรขาดความรู้ในการทำตลาดออนไลน์ ไม่สามารถคิดเนื้อหาที่น่าสนใจและขาดการสร้างเรื่องเล่าประกอบในการนำเสนอที่น่าสนใจ ดังนั้น การพัฒนาสื่อการตลาดออนไลน์ของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบนฐานทรัพยากร กล้วยไข่ จังหวัดกำแพงเพชร จึงเป็นประเด็นที่มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อให้เกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไข่สามารถใช้ประโยชน์จากศักยภาพที่มีอยู่ได้อย่างเต็มที่ และสร้างการพัฒนาที่ยั่งยืนให้กับชุมชนท้องถิ่น จังหวัดและประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาการตลาดออนไลน์ของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบนฐานทรัพยากรกล้วยไข่ จังหวัดกำแพงเพชร
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการตลาดออนไลน์ของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบนฐานทรัพยากรกล้วยไข่ จังหวัดกำแพงเพชร

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การพัฒนาการตลาดออนไลน์ของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบนฐานทรัพยากรกล้วยไข่ จังหวัดกำแพงเพชร มีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้ ผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดออนไลน์ด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ และด้านสื่อประชาสัมพันธ์หรือนิเทศศาสตร์ จำนวน 9 คน กำหนดขนาดผู้ให้ข้อมูลตามวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (ชุดิมา จันทรณณ, 2564) คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดคุณสมบัติของผู้เชี่ยวชาญ ดังนี้ เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดหรือด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ หรือด้านสื่อประชาสัมพันธ์ หรือด้านนิเทศศาสตร์ ที่ปฏิบัติงานเป็นนักวิชาการหรือพนักงานบริษัทเอกชน อย่างน้อย 1 ปี และเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการจัดสนทนากลุ่ม (Focus group) วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

2. วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการตลาดออนไลน์ของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบนฐานทรัพยากรกล้วยไข่ จังหวัดกำแพงเพชร ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวจำนวน 222 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้จำนวนขั้นต่ำสุดของตาราง ทาโร ยามาเน (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ค่าความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 (อัศวิน แสงพิกุล, 2556, หน้า 156) คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม โดยค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามตามวิธีของครอนบัก (Cronbach) ได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.753 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในรูปของค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percent)

ผลการวิจัย

1. ผลการพัฒนาการตลาดออนไลน์ของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบนฐานทรัพยากรกล้วยไข่ จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า ผู้เชี่ยวชาญได้เสนอแนวทางในการทำการตลาดออนไลน์การท่องเที่ยวเชิงเกษตร 8 ขั้นตอน ดังนี้

1.1 กำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) ในการทำการตลาดอย่างชัดเจน ก่อนการทำการตลาดออนไลน์นั้น กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสื่อสารถึงเป็นใคร เช่น นักเรียน/นักศึกษา หน่วยงานราชการ กลุ่มครอบครัวที่หากิจกรรมสนุก ๆ ร่วมกัน ผู้สูงอายุที่สนใจทำการเกษตร หรือกลุ่มคนที่สนใจด้านการเกษตร เป็นต้น เพื่อที่จะได้จัดทำข้อความหรือคอนเทนต์สื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

1.2 กำหนดจุดขาย (Key selling point) ที่ชัดเจน ในการทำการตลาดออนไลน์ของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบนฐานทรัพยากรกล้วยไข่นั้น เกษตรกรต้องมีการกำหนดจุดขายที่ชัดเจน หรือ สร้างอัตลักษณ์ สร้างตัวตนที่ชัดเจน เพื่อใช้ในการสร้างคอนเทนต์และสร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยว

1.3 การทำคอนเทนต์การตลาด (Content Marketing) ที่หลากหลาย เช่น การทำคลิปวิดีโอสั้น การเล่าเรื่อง (storytelling) จัดทำบทความเล่าเรื่อง การทำอินโฟกราฟิก และการรีวิว เป็นต้น ซึ่งในการทำคอนเทนต์การตลาดในแต่ละวิธีนั้น อาจจะทำในรูปแบบ ดังนี้

1.3.1 การทำคลิปวิดีโอสั้น เกี่ยวกับวิธีทำอาหารจากกล้วยไข่ การพาชมสวนกล้วยไข่ การปลูกกล้วยไข่ และวิถีชีวิตเกษตรกร

1.3.2 การเล่าเรื่อง (storytelling) เพื่อกระตุ้นความสนใจและความผูกพันกับแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เช่น เล่าเรื่องเสน่ห์ของสวนกล้วยไข่ วิถีชีวิตชาวสวนกล้วยไข่ และวิถีเกษตรอินทรีย์ เป็นต้น

1.3.3 การจัดทำบทความเล่าเรื่อง เกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ วิธีการเลือกกล้วยไข่ และกล้วยไข่ GI เป็นต้น

1.3.4 การทำอินโฟกราฟิก เช่น วงจรชีวิตกล้วยไข่ และเส้นทางท่องเที่ยวสวนกล้วยไข่ 1 วัน เป็นต้น

1.3.5 การรีวิว จากนักท่องเที่ยว หรือ Influencer ท้องถิ่น

1.4 ใช้สื่อหรือเครื่องมือในการทำการตลาดออนไลน์ของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่หลากหลายช่องทาง ดังนี้

แพลตฟอร์ม	กลยุทธ์
Facebook	ใช้สำหรับโพสต์กิจกรรม อัปเดตข่าวสาร แชร์รีวิว
Instagram	ใช้สำหรับโชว์ภาพสวย ๆ บรรยากาศธรรมชาติ
TikTok	ใช้สำหรับโพสต์คลิปสั้นสนุก ๆ สอนการปลูกกล้วย ทำอาหารคาวและอาหารหวาน จากกล้วยไข่
YouTube	ใช้ในการทำ Storytelling หรือ การรีวิวเส้นทางท่องเที่ยว
Google My Business	ใช้ในการสร้างแผนที่ ปักหมุด

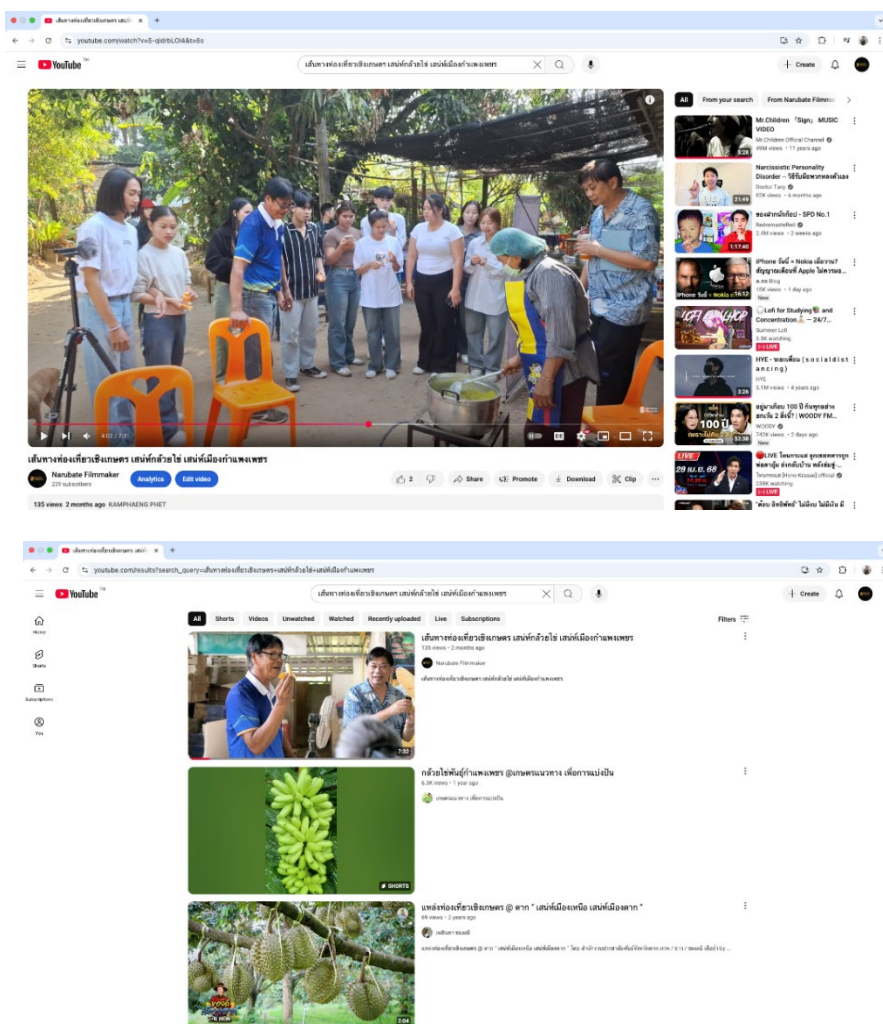
1.5 สร้าง Community online หรือ กลุ่มรีวิว/พูดคุย และกระตุ้นให้มีการแชร์ ซึ่งเป็นกลุ่มที่สร้างขึ้นเพื่อให้ผู้ที่เข้ามาใช้บริการสามารถโพสต์ หรือบอกข้อความรีวิว แชร์รูป และประสบการณ์ได้ ซึ่งวิธีการนี้จะเป็นการให้นักท่องเที่ยวทำการตลาดให้กับเกษตรกรด้วย

1.6 จัดกิจกรรมเปิดตัว ในลักษณะ Grand opening เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์และการตลาดที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวสนใจท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นการสร้างกระแสและความสนใจผ่านการจัดงานเปิดตัวอย่างเป็นทางการ โดยมีการเชิญผู้มีชื่อเสียงในจังหวัด กำแพงเพชร และสื่อมวลชนมาทำข่าว และมาร่วมเปิดตัว

1.7 บุคลากรการตลาดแบบออนไลน์กับออฟไลน์ โดยการออกบูธในงานเทศกาลงานสราฟไทยกล้วยไข่ หรือ งานเทศกาลประจำจังหวัดกำแพงเพชร ร่วมกับการทำการตลาดผ่านทั้ง Facebook , line และ TikTok เป็นต้น

1.8 การวัดผลและการปรับปรุงกลยุทธ์ ในการทำการตลาดออนไลน์นั้น จะต้องทำการวัดผลผลการทำการตลาดออนไลน์อย่างสม่ำเสมอ เพื่อปรับกลยุทธ์ในการทำการตลาดให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยสื่อใดที่ทำแล้วไม่ได้ผลให้ยกเลิกการทำ และหันไปสนใจสื่อที่ทำแล้วประสบความสำเร็จแทน

จากการจัดสนทนากลุ่มการยกระดับการตลาดออนไลน์ของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบนฐานทรัพยากรกล้วยไข่ จังหวัดกำแพงเพชร คณะนักวิจัยได้จัดทำสื่อการตลาดออนไลน์ในรูปแบบคลิปวิดีโอเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบนฐานทรัพยากรกล้วยไข่ จำนวน 1 คลิป โดยเผยแพร่ผ่าน YouTube ซึ่งสามารถเข้าชมได้จากลิงก์ www.YouTube.com เส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตร เส้นทางกล้วยไข่ เส้นทางเมืองกำแพงเพชร



ภาพ 1 แสดงลิงก์การเข้าชมคลิปวิดีโอเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบนฐานทรัพยากรกล้วยไข่

2. ผลการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการตลาดออนไลน์ของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบนฐานทรัพยากรกล้วยไข่ จังหวัดกำแพงเพชร โดยการให้นักท่องเที่ยวชมคลิปวิดีโอเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบนฐานทรัพยากรกล้วยไข่ และตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 76.60 มีอายุ 18-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 64.00 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 82.40 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 43.20 มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.00 ส่วนความคิดเห็นต่อการตลาดออนไลน์ฯ (คลิปวิดีโอ) พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประทับใจต่อการตลาดออนไลน์ฯ คิดเป็นร้อยละ 49.50 เนื้อหาในคลิปชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 47.70 เนื้อหาในคลิปน่าสนใจมาก คิดเป็นร้อยละ 55.40 คุณภาพของภาพและเสียงของคลิปอยู่ในระดับดีมาก คิดเป็นร้อยละ 50.90 ความยาวของคลิปเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 55.40 เนื้อหาที่นักท่องเที่ยวประทับใจมากที่สุดในคลิปวิดีโอ 3 อันดับแรก มีดังนี้ (1) วิถีชีวิตของเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 49.50 (2) การทำอาหารจากกล้วยไข่ คิดเป็นร้อยละ 46.80 (3) กระบวนการปลูกกล้วยไข่ คิดเป็นร้อยละ 43.70 และนักท่องเที่ยวจะแนะนำเพื่อนหรือคนรู้จักให้ชมวิดีโออย่างแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 53.60 (ตัวเลขแสดงในตาราง 1-7)

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละ ความรู้สึกของนักท่องเที่ยวต่อคลิปวิดีโอ โดยภาพรวม

ประเด็นคำถาม	จำนวน	ร้อยละ
ประทับใจ	110	49.50
ประทับใจมาก	102	45.90
เฉยๆ	10	4.50
รวม	222	100.00

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อความชัดเจนของเนื้อหาในคลิปวิดีโอ

ประเด็นคำถาม	จำนวน	ร้อยละ
ชัดเจน	106	47.70
ชัดเจนมาก	103	46.40
ปานกลาง	13	5.90
รวม	222	100.00

ตาราง 3 จำนวนและร้อยละ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อความน่าสนใจของเนื้อหาในคลิปวิดีโอ

ประเด็นคำถาม	จำนวน	ร้อยละ
เนื้อหาที่น่าสนใจมาก	123	55.40
เนื้อหาที่น่าสนใจ	81	36.50
เนื้อหาที่น่าสนใจปานกลาง	18	8.10
รวม	222	100.00

ตาราง 4 จำนวนและร้อยละ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพของภาพและเสียงของคลิปวิดีโอ

ประเด็นคำถาม	จำนวน	ร้อยละ
คุณภาพของภาพและเสียงดีมาก	113	50.90
คุณภาพของภาพและเสียงดี	91	41.00
คุณภาพของภาพและเสียงปานกลาง	18	8.10
รวม	222	100.00

ตาราง 5 จำนวนและร้อยละ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อระยะเวลาของคลิปวิดีโอ

ประเด็นคำถาม	จำนวน	ร้อยละ
ระยะเวลาเหมาะสม	123	55.40
ระยะเวลาเหมาะสมมาก	80	36.00
ระยะเวลาเหมาะสมปานกลาง	17	7.70
ระยะเวลายาวเกินไป	2	0.90
รวม	222	100.00

ตาราง 6 จำนวน ร้อยละ และอันดับของเนื้อหาที่นักท่องเที่ยวประทับใจมากที่สุดในคลิปวิดีโอ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ประเด็นคำถาม		ความคิดเห็น		รวม	อันดับ
		เลือก	ไม่เลือก		
วิธีชีวิตของเกษตรกร	จำนวน	110 (49.50)	112 (50.50)	222 (100.00)	1
การทำอาหารคาวจากกล้วยไข่	จำนวน	104 (46.80)	118 (53.20)	222 (100.00)	2
กระบวนการปลูกกล้วยไข่	จำนวน	97 (43.70)	125 (56.30)	222 (100.00)	3
การทำอาหารหวานจากกล้วยไข่	จำนวน	96 (43.30)	126 (56.80)	222 (100.00)	4
การทำเครื่องดื่มจากกล้วยไข่	จำนวน	73 (32.90)	149 (67.10)	222 (100.00)	5
ภูมิทัศน์ของสวนกล้วยไข่	จำนวน	73 (32.90)	149 (67.10)	222 (100.00)	6
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	จำนวน	62 (27.90)	160 (72.10)	222 (100.00)	7

ตาราง 7 จำนวนและร้อยละความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการแนะนำคลิปวิดีโอให้เพื่อนหรือคนรู้จักชม

ประเด็นคำถาม	จำนวน	ร้อยละ
แนะนำอย่างแน่นอน	119	53.60
น่าจะแนะนำ	96	43.20
ไม่แน่ใจ	7	3.20
รวม	222	100.00

หลังจากชมคลิปวิดีโอ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวสวนกล้วยไข่ อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 54.10 รองลงมาคือ ต้องการปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 27.00 และต้องการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.00 กิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการทำในสวนกล้วยไข่ 3 อันดับแรก มีดังนี้ (1) เรียนรู้การแปรรูปผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 45.50 (2) ลิ้มรสกล้วยไข่และผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 41.00 (3) การทำอาหารจากกล้วยไข่ คิดเป็นร้อยละ 34.20 ช่วงเวลาที่ต้องการเดินทางไปเที่ยวสวนกล้วยไข่ คือ วันหยุดสุดสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 38.70 รองลงมา คือ ขึ้นอยู่กับความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 33.80 และ วันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 13.50 ตามลำดับ ระยะเวลาที่ต้องการท่องเที่ยวในสวนกล้วยไข่ คือ 1 คืน 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 45.50 รองลงมาคือ ไป-กลับวันเดียว คิดเป็นร้อยละ 38.70 และ 2 คืน 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 12.60 ตามลำดับ

อภิปรายผล

1. จากผลการศึกษาการพัฒนาการตลาดออนไลน์ของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบนฐานทรัพยากรกล้วยไข่จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดออนไลน์ได้เสนอขั้นตอนในการทำการตลาดออนไลน์ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร 8 ขั้นตอน ได้แก่ 1) กำหนดกลุ่มเป้าหมาย 2) กำหนดจุดขาย 3) การทำคอนเทนต์การตลาดที่หลากหลาย 4) สื่อหรือเครื่องมือในการทำการตลาดออนไลน์ที่หลากหลาย 5) สร้าง Community online 6) จัดกิจกรรมเปิดตัว 7) บูรณาการการตลาดแบบออนไลน์กับออฟไลน์ และ 8) การวัดผลและการปรับปรุงกลยุทธ์อย่างสม่ำเสมอ คณะนักวิจัยได้จัดทำคลิปวิดีโอเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบนฐานทรัพยากรกล้วยไข่ โดยเผยแพร่ผ่าน YouTube ซึ่งในปัจจุบันการใช้การตลาดออนไลน์เป็นกลยุทธ์ที่มีความสำคัญอย่างยิ่งเนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป คนส่วนใหญ่ใช้สื่อออนไลน์ในการค้นหาข้อมูลและตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว การใช้กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ที่เหมาะสมจึงช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ จิรภูมิ หลอมประโคน และ รุ่งรวี จิตภักดี (2563) ทำการวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการตลาดดิจิทัลสำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดจันทบุรี" ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยเฉพาะ Facebook และ Instagram ในการค้นหาข้อมูลและตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ Liu Jianping และ Wang Hui (2022) ทำการวิจัยเกี่ยวกับการนำโซเชียลมีเดียบนมือถือมาใช้ในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของประเทศจีน โดยมุ่งเน้นผลกระทบต่อประสิทธิภาพของฟาร์มและการพัฒนาชนบท ผลการวิจัยพบว่า การใช้แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียอย่าง WeChat และ Douyin (TikTok) อย่างมีประสิทธิภาพสามารถเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกรได้ถึง 35% และฟาร์มที่มีการสร้างเนื้อหาที่มีความถี่สูงและมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ติดตามอย่างสม่ำเสมอมีจำนวนผู้เข้าชมเพิ่มขึ้น 42% และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนกฤต วงศ์มหาเศรษฐี และอัญญา พรหมสุวรรณ (2567) ที่พบว่า แพลตฟอร์มที่มีประสิทธิภาพสูงสุดสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชัน Y คือ Instagram และ Facebook ขณะที่เจนเนอเรชัน Z ให้ความสำคัญกับ TikTok และ Instagram มากที่สุด และปัจจัยด้านเนื้อหาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ คลิปวิดีโอสั้นที่แสดงให้เห็นประสบการณ์จริงและกิจกรรมที่น่าสนใจ อนึ่งนอกจากนี้จากการที่ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด

ออนไลน์ได้เสนอแนวคิดในการทำคอนเทนต์การตลาดโดยใช้การเล่าเรื่อง (Storytelling) และการใช้ Influencer ท้องถิ่น เพื่อกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับการศึกษาของ วรัญญา ตีโลกะวิชัย และ พัทธนี เขยจรรยา (2565) ทำการวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารการตลาดดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในยุควิถีชีวิตใหม่ และเสนอแนวทางการพัฒนาการสื่อสารการตลาดดิจิทัลที่เหมาะสมสำหรับวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัย พบว่า รูปแบบการสื่อสารการตลาดดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพประกอบด้วย 1) การสร้างเรื่องราว (Storytelling) ผ่านมุมมองของคนในพื้นที่ 2) การใช้สื่อวิดีโอสั้นที่แสดงให้เห็นประสบการณ์จริง 3) การสร้างความร่วมมือกับอินฟลูเอนเซอร์ท้องถิ่น และ 4) การพัฒนาประสบการณ์ดิจิทัลที่เชื่อมโยงกับกิจกรรมท่องเที่ยวจริง ชัดแย้งกับการศึกษาของ พิชามญช์ เลิศวัฒนพรชัย และ สมหมาย เสถียรธรรมวิทย์ (2566) ทำการวิจัยเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีความเป็นจริงเสมือนในการตลาดออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยพบว่า การใช้เทคโนโลยี VR สามารถเพิ่มการรับรู้และความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างมีนัยสำคัญ โดย 73% ของผู้ทดลองแสดงความตั้งใจที่จะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวหลังจากได้ชมประสบการณ์เสมือนจริง และมีการจองกิจกรรมท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 42% ในช่วง 3 เดือนหลังการทดลอง

2. จากผลการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการตลาดออนไลน์ของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบนฐานทรัพยากรกล้วยไข่ จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประทับใจต่อการตลาดออนไลน์โดยพบว่า เนื้อหาชัดเจน เนื้อหาน่าสนใจมาก คุณภาพภาพและเสียงดีมาก ความยาวคลิปเหมาะสม สอดคล้องกับแนวทางการตลาดสื่อสารที่ต่อเนื่องของนักวิชาการไทยในยุค Digital Age สิทธิคุณ สิหาพันธ์ และคณะ (2567) ได้เสนอให้ผู้ประกอบการเกษตรท่องเที่ยวใช้ 6 กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาด ซึ่งรวมถึง (1) การเพิ่มประสิทธิภาพแอปพลิเคชันโซเชียลมีเดีย (2) การสร้างการสัมผัสส่วนบุคคล (3) การโพสต์เนื้อหาในเวลาที่เหมาะสม (4) การใช้ “Push-to-Store” Strategy (5) การรักษาเอกลักษณ์แบรนด์ และ (6) การแสดงกิจกรรมเกษตรท่องเที่ยวอย่างบูรณาการ อนึ่งนอกจากนี้ผลการวิจัยเนื้อหา พบว่า เนื้อหาที่นักท่องเที่ยวประทับใจมากที่สุดในคลิปวิดีโอ 3 อันดับแรก คือ วิถีชีวิตของเกษตรกร การทำอาหารจากกล้วยไข่ และกระบวนการปลูกกล้วยไข่ ความชอบในเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตจริงและกระบวนการเกษตรสะท้อนถึงแนวโน้มของการท่องเที่ยวที่มีการเปลี่ยนแปลง สอดคล้องกับการศึกษาของ พรรณวดี กิตติอุดมรัตน์ (2566) ทำการศึกษาความคิดเห็นต่อสภาพการสื่อสารทางการตลาดของการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านบางเทาในด้านการตลาดออนไลน์และสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ควรมีการเขียนเรื่องราว ข่าวสาร กิจกรรมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ สอดคล้องกับการศึกษาของ ปรีดา สามงามยาและคณะ (2565) พบว่า คุณภาพของสื่อเทคโนโลยีอัจฉริยะโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรมด้วยสื่อเทคโนโลยีอัจฉริยะ ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ระดับมาก สอดคล้องกับการศึกษาของ จารุพร มีทรัพย์ทอง และคณะ (2568) ทำการประเมินผลการเผยแพร่สื่อดิจิทัลบนเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว พบว่า คอนเทนต์เนื้อหาที่มีความเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการให้นักท่องเที่ยวร่วมประเพณีงานไหลผีตาโขน ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ในการดึงดูดความสนใจ ด้วยภาพประกอบสถานการณ์จริงและการมีรูปแบบตัวอักษรประกอบการพูดที่เห็นชัดเจน ทำให้เข้าใจได้ง่าย เสียงพูดมีความดังชัดเจน พร้อมทั้งมีเสียงเพลงประกอบที่สร้างอารมณ์สนุกสนาน ตื่นเต้นได้อย่างเหมาะสม และสอดคล้องกับการศึกษาของ วีระนันท์ คำนิ่วจุติ และอัญญา กลิ่นเทียน (2562) ประเมินความพึงพอใจเพื่อพัฒนารูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์และการตลาดออนไลน์สำหรับ OTOP จังหวัดนครนายก พบว่า การตลาดออนไลน์ที่เป็นเว็บไซต์แบบอีคอมเมิร์ซควรมีการนำเสนอเนื้อหาที่สะท้อนความเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดนครนายกทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต ความงามทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. จัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมการตลาดดิจิทัลสำหรับเกษตรกร จัดหลักสูตรอบรมระยะสั้นที่ครอบคลุมการใช้งาน Facebook, Instagram, TikTok, YouTube การถ่ายภาพและวิดีโอ การเขียนเรื่องราว (Storytelling) และการวิเคราะห์ผลการตลาดออนไลน์ โดยจัดอบรมในรูปแบบ Workshop เชิงปฏิบัติ เพื่อให้เกษตรกรสามารถนำไปใช้จริงได้ทันที

2. เกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไข่ ควรสร้างเนื้อหาการตลาดที่หลากหลายและสม่ำเสมอ ทำคลิปวิดีโอสั้นแสดงกระบวนการปลูกกล้วยไข่ สร้าง Content เกี่ยวกับวิถีชีวิตเกษตรกร ถ่ายภาพบรรยากาศสวนในช่วงเวลาต่าง ๆ และแบ่งปันสูตรอาหารจากกล้วยไข่ รวมทั้งจัดกิจกรรมพิเศษและประสบการณ์ที่ไม่ซ้ำใคร จัดกิจกรรม Workshop การทำอาหารจากกล้วยไข่ โปรแกรม Farm Stay การเก็บเกี่ยวกล้วยไข่ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการจริง ดำเนินการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรบนฐานกล้วยไข่จริง เพื่อศึกษาการตัดสินใจเดินทาง ความคาดหวัง ประสบการณ์ที่ได้รับ และความพึงพอใจ รวมถึงศึกษาช่องทางการตลาดออนไลน์ใดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากที่สุด

2. การศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรออนไลน์ต่อชุมชนท้องถิ่น ดำเนินการวิจัยเชิงประเมินผล (Evaluation Research) เพื่อศึกษาผลกระทบในระยะยาวของการพัฒนาการตลาดออนไลน์ต่อรายได้ของเกษตรกรและชุมชน และความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสม (Mixed Methods)

เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2565). รายงานสถานการณ์การท่องเที่ยวไทย ปี 2565. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กิตติทัช เขียวฉอน, กัลยา ยิ้มศรีแพร, ทัฬหพร มาศนาเรียง และ บังอร สดชื่น. (2566). แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่สนใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อส่งเสริมความยั่งยืน. วารสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตร, 15(2), 45-62.
- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2565). แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร พ.ศ. 2565-2569. กรุงเทพฯ: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- ครรชิต มาระโกชน์ และ ทักษิณา สมบูรณ์. (2566). เส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่อำเภอพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา. วารสารวิจัยการพัฒนาท้องถิ่น, 8(3), 78-95.
- จารุพร มีทรัพย์ทองและคณะ. (2568). การพัฒนาสื่อดิจิทัลบนเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวบ้านนาเวียงใหญ่ ตำบลศรีสองรัก อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย. วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์, 27(2), 214-225.
- จิรภูมิ หลอมประโคน, และรุ่งรวี จิตภักดี. (2563). แนวทางการพัฒนาการตลาดดิจิทัลสำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดจันทบุรี. วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น, 4(2), 127-146.
- ชุตินา จันทรมณี. (2564). การเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักและวิธีการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ. ศูนย์ประสานงานชุดนักวิชาการจังหวัดอุบลราชธานี.

- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2564). *รายงานพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล*. กรุงเทพฯ: ธนาคารแห่งประเทศไทย.
- ธนกฤต สังข์เฉย, และวรรณ ศิลปอาษา. (2564). ปัจจัยความสำเร็จของการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคกลางของประเทศไทย. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 15(1), 300-316.
- ปรีดา สามงามยา, สุพัตรา ศรีสุวรรณ และสุภาภรณ์ เลิศศิริ. (2565). การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรมด้วยสื่อเทคโนโลยีอัจฉริยะของตลาดน้ำบางขามอำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี. *วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี*, 19(2), 20-34.
- พรรณวดี กิตติอุดมรัตน์. (2566) การพัฒนาการสื่อสารทางการตลาดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านบางเทา. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร*, 43(2), 14-27.
- พิชามญช์ เลิศวัฒนพรชัย, และสมหมาย เสถียรธรรมวิทย์. (2566). การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีความเป็นจริงเสมือนในการตลาดออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครปฐม. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม*, 10(2), 175-191.
- วรัญญา ตีโลกะวิชัย, และพัชนี เขยจรรยา. (2565). การสื่อสารการตลาดดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในยุควิถีชีวิตใหม่: กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการ*, 9(1), 119-140.
- วิภาดา เกษธรรมพิทักษ์, สิบปวิชญ์ วงศ์สุวรรณ และ ทิพวรรณ จันทมณีโชติ. (2566). การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรเชื่อมโยงอย่างสร้างสรรค์โดยฐานทรัพยากรท้องถิ่นของชุมชนท่าสะบ้า อำเภอวังวิเศษ จังหวัดตรัง. *วารสารการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืน*, 12(1), 23-40.
- วีระนันท์ คำนิงจุฒและอัญญา กลิ่นเทียน. (2562). การพัฒนารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์และการตลาดออนไลน์สำหรับสินค้า OTOP ในประเทศไทย กรณีศึกษาสินค้า OTOP จังหวัดนครนายก. *วารสารวิชาการนวัตกรรมการสื่อสารสังคม*, 7(2), 32-45.
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2564). *ผลกระทบของเทคโนโลยีดิจิทัลต่อการท่องเที่ยวไทย*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.
- สิทธิคุณ สิหาพันธ์, วิสาลี สีสำพัฒนา, วิจิตร ธงมา & วิจิตร ธงมา (2567). การยกระดับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในประเทศไทยผ่านกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล: ความท้าทายและโอกาสในยุคปกติใหม่. *วารสารการจัดการธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลลพบุรี*, 12(2), 239-256.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2565). *รายงานสถานการณ์เศรษฐกิจการเกษตรไทย ปี 2565*. กรุงเทพฯ: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. (2565). *แนวโน้มการท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- อัศวิน แสงพิกุล. (2556). *ระเบียบวิธีวิจัยด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- Liu, J., & Wang, H. (2022). Mobile social media adoption in China's agritourism: Effects on farm performance and rural development. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(4), 789-812.
- Rodriguez-Alcalá, M. (2021). Digital platforms and consumer engagement in Latin American agritourism: Evidence from sustainable coffee farms. *Tourism Management Perspectives*, 38, 100812.

ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสระบุรี

The Creative Leadership of School Administrators under
the Saraburi Secondary Educational Service Area Office

อิทธินันท์ พันธุ์แก้ว^{1*}, เฉลิมชัย หาญกล้า², ภัศรกร เลาสวัสดิกุล³
Itthinan Phankaew^{1*}, Chalermchai Hankla², Phatsayakorn Laosawasdikul³

Received: November 18, 2025 Revised: December 1, 2025 Accepted: December 16, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสระบุรี 2) เพื่อเปรียบเทียบภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสระบุรี จำแนกตามสถานภาพ และขนาดของสถานศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาและครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสระบุรี จำนวน 301 คน โดยการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.92 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าสูงสุด ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบที (t-test)

ผลการวิจัยพบว่า

1. ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสระบุรี ภาพรวม ($\bar{x} = 4.54$, S.D. = 0.36) และรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุด
2. ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสระบุรี จำแนกตามสถานภาพภาพรวมและ รายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และขนาดของโรงเรียน ภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ผู้บริหารสถานศึกษา, แนวทางการพัฒนา, ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์

¹ นักศึกษาหลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

^{2, 3} อาจารย์ประจำคณะครุศาสตร์ สาขาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

* Corresponding Author: Itthinan@ssps4.go.th

Abstract

This research aims 1) To study the creative leadership of school administrators under the Secondary Educational Service Area Office, Saraburi. 2) To compare the creative leadership of school administrators under the Secondary Educational Service Area Office, Saraburi, classified according to the status and size of the school, the sample group studied. Including 301 school administrators and teachers under the Saraburi Secondary Education Area Office. By stratified random sampling, the data collection tools were rating scale questionnaires with a reliability of 0.92. The statistics used for data analysis were percentage, mean, maximum, and standard deviation and (t-test).

Results of the study

1. The overall creative leadership of school administrators under the Saraburi Secondary Educational Service Area Office was at the highest level ($\bar{x} = 4.54$, S.D. = 0.36).

2. Results of the comparison of the level of opinions on creative leadership of school administrators under the Office of the Secondary Education Area, Saraburi Classification by overall status and by individual aspects statistically significant differences at the .05 level. School size showed statistically significant differences at the .05 level.

Keywords: administrators, development guidelines, creative leadership

บทนำ

ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์หมายถึงการแสดงออกทางการบริหารของผู้นำที่สามารถตอบสนองความต้องการของบุคลากร โดยเน้นการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และกระตุ้นให้เกิดนวัตกรรมในองค์กร นเรศ บุญช่วย (2553) นิยามว่า ผู้นำเชิงสร้างสรรค์เป็นผู้ที่มีความสามารถในการเรียนรู้ตลอดเวลา มีทัศนคติเชิงบวกต่อชีวิตและโลก เชื่อมั่นในคุณค่าและศักยภาพของตนเองและผู้อื่น พร้อมเผชิญและก้าวข้ามอุปสรรคต่างๆ ด้วยความคิดริเริ่มที่ยืดหยุ่นทั้งในด้านความคิดและการกระทำ อีกทั้งยังเป็นผู้ที่มีสมดุลในชีวิต รู้จักพัฒนาตนเองให้ดีขึ้นในทุกมิติ ไม่ว่าจะเป็น ด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และจิตวิญญาณ (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2550) ให้ความหมายว่าผู้นำเชิงสร้างสรรค์เป็นกุญแจสำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จในภาวะผู้นำ คุณลักษณะเด่นคือความกล้าที่จะนำความเปลี่ยนแปลงและเผชิญความท้าทาย ด้วยวิธีการใหม่ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ สำหรับ (Dubrin, 1998 อ้างโดย รังสรรค์ ประเสริฐศรี, 2544) กล่าวว่า ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์คือ ความสามารถในการสร้างแรงบันดาลใจและจูงใจให้ผู้ร่วมงานปฏิบัติหน้าที่จนบรรลุเป้าหมาย โดยนำกระบวนการใหม่ๆ มาใช้ในองค์กร ส่งเสริมให้บุคลากรกล้าคิดนอกกรอบ กล้าตัดสินใจ และสร้างแนวทางใหม่ๆ ในการบริหารจัดการ รวมถึงปรับตัวต่อสถานการณ์ต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพและยืดหยุ่นมากขึ้น ดังนั้น ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์จึงกลายเป็นสิ่งสำคัญในการเสริมสร้างประสิทธิภาพของงาน โดยเฉพาะในแวดวงการศึกษา งานวิจัยหลายฉบับชี้ให้เห็นว่าภาวะดังกล่าวส่งผลสำคัญต่อการพัฒนาองค์กร ทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ ไปจนถึงระดับโลก ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือเอกชน ผู้นำนับเป็นหัวใจหลักที่รวมพลังของบุคลากรทั้งหมด โดยเฉพาะในช่วงวิกฤติของระบบราชการ การมีผู้บริหารที่เข้มแข็ง กล้าหาญ อดทน และตั้งใจแก้ไขปัญหาย่อมเสริมสร้างความมั่นใจให้แก่บุคลากร นำองค์กรไปทิศทางที่ดีขึ้น และเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานอย่างยั่งยืน (กิตติกาญจน์ ปฏิพันธ์, 2556)

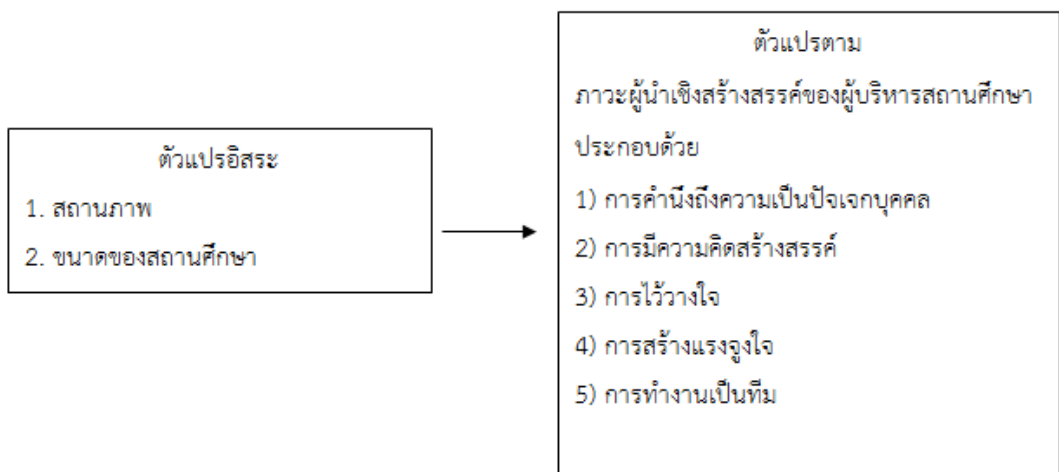
ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์คือความสามารถในการปรับเปลี่ยนองค์กรให้มีคุณภาพ โดยมีพื้นฐานมาจากความเชื่อที่ว่า ภายในระดับการศึกษาหนึ่ง อาจมีผู้นำได้หลายคนที่แสดงบทบาทการเป็นผู้นำในลักษณะต่างๆ ดังนั้น ภาวะผู้นำจึงไม่ได้จำกัดเฉพาะบทบาทของผู้บริหารสถานศึกษาเพียงอย่างเดียว หน้าที่สำคัญของผู้บริหารสถานศึกษาคือการสร้างโอกาสในการเรียนรู้ให้แก่ครู บุคลากร และผู้เกี่ยวข้องในองค์กร เพื่อเปิดทางให้พวกเขาได้พัฒนาความสามารถของตนเอง ก้าวสู่การเป็นผู้นำที่มีความสร้างสรรค์ตามแนวคิดของ Vu และ Nwachukwu (2020) ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ เช่น การให้ความสำคัญกับความเป็นปัจเจกบุคคล ความคิดสร้างสรรค์ ความไว้วางใจ การสร้างแรงจูงใจ และการทำงานร่วมกันเป็นทีม ผู้บริหารจึงไม่เพียงเน้นที่การส่งเสริมนักเรียนเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพในการเรียนรู้ของครูและบุคลากรในสถานศึกษาอีกด้วย

จากสภาพปัญหาและความสำคัญดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสระบุรี เพื่อทำให้ทราบข้อมูลของสภาพปัจจุบัน ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของโรงเรียนในเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสระบุรี เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์กับการบริหารโรงเรียนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสระบุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสระบุรี จำแนกตามสถานภาพ และขนาดของสถานศึกษา

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาและครูในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสระบุรี จำแนกเป็นผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 61 คน ครู จำนวน 1,149 คน รวมทั้งสิ้น 1,210 คน

2. กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยมีจำนวนทั้งสิ้น 301 คน ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาและครูในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสระบุรี โดยทำการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของยามานะ (Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling)

ตาราง 1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหารสถานศึกษาและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสระบุรี จำแนกตามขนาดของสถานศึกษา

รายการ	ประชากร (N)		กลุ่มตัวอย่าง (n)	
	ผู้บริหารสถานศึกษา	ครู	ผู้บริหารสถานศึกษา	ครู
สถานศึกษาขนาดเล็ก	1	13	1	12
สถานศึกษาขนาดกลาง	18	205	15	129
สถานศึกษาขนาดใหญ่	11	172	4	39
สถานศึกษาขนาดใหญ่พิเศษ	31	759	11	90
รวม	61	1,149	31	270
รวม	1,210		301	

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสระบุรีซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารสถานศึกษาและครู มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) โดยสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพ และขนาดของโรงเรียน

ตอนที่ 2 แนวคิดภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ 5 ด้าน ตามแนวคิดของ วูและนวาซูกู (Vu and Nwachukwu, 2020) ได้แก่ 1) การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล 2) การมีความคิดสร้างสรรค์ 3) การไว้วางใจ 4) การสร้างแรงจูงใจ 5) การทำงานเป็นทีม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) คือ ระดับการมีภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

2. เครื่องมือวิจัยได้นำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง (validity) ครอบคลุมความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (index of item-objective congruence: IOC) ระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหา ซึ่งข้อคำถามมีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.60-1.00

3. แบบสอบถามที่ผ่านการหาความเที่ยงตรงมาปรับปรุงแก้ไข แล้วนำไปทดลองใช้กับผู้บริหารและครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสระบุรี ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง ในการค้นคว้าอิสระครั้งนี้ จำนวน 30 คน แล้วนำมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (reliability) ตามวิธีการของของครอนบาค (Cronbach) โดยได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.92

4. นำแบบสอบถามที่ได้ทำการปรับปรุงแก้ไข เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อขอความเห็นและจัดพิมพ์แบบสอบถามเป็นฉบับสมบูรณ์ เพื่อใช้ในการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตามลำดับขั้นตอนดังนี้

1. ขอความร่วมมือจากคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี เพื่อทำหนังสือถึงผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสระบุรี เพื่อขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้อำนวยการสถานศึกษาในสังกัด

2. นำหนังสือที่ผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสระบุรี เห็นชอบ และแนบหนังสือที่มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรีขออนุญาตไปยังโรงเรียนโดยตรง ส่งไปยังโรงเรียนในสังกัดที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง และประสานกับผู้อำนวยการสถานศึกษาโรงเรียนกลุ่มตัวอย่าง ในการตอบแบบสอบถามผ่านระบบออนไลน์ (Google form) จำนวนทั้งสิ้น 301 คน

3. เมื่อได้รับแบบสอบถามครบแล้ว จึงตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม แล้วนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยขอนำเสนอผลการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ตอน ตามความมุ่งหมายและสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยการหาค่าความถี่ (frequency) และค่าร้อยละ (percentage)

ตอนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสระบุรี วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตอนที่ 3 เปรียบเทียบภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสระบุรี โดยใช้การทดสอบที (t-test)

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วยสถานภาพ และขนาดของสถานศึกษา ดังแสดงในตาราง 2

ตาราง 2 แสดงการวิเคราะห์ ความถี่ ร้อยละ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	จำนวน (n = 301 คน)	ร้อยละ
1. สถานภาพ		
1.1 ผู้บริหารสถานศึกษา	31	10.30
1.2 ครู	270	89.70

ตาราง 2 แสดงการวิเคราะห์ ความถี่ ร้อยละ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

รายการ	จำนวน (n = 301 คน)	ร้อยละ
2. ขนาดของสถานศึกษา		
2.1 โรงเรียนขนาดเล็ก	13	4.30
2.2 โรงเรียนขนาดกลาง	142	47.20
2.3 โรงเรียนขนาดใหญ่	46	15.30
2.4 โรงเรียนขนาดใหญ่พิเศษ	100	33.20

จากตาราง 2 แสดงข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นครู จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 89.70 และมีขนาดสถานศึกษาขนาดกลาง จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 47.20

ตอนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสระบุรี

การวิจัยภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสระบุรี ใน 5 ด้าน คือ 1) ด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล 2) ด้านการมีความคิดสร้างสรรค์ 3) ด้านการไว้วางใจ 4) ด้านการสร้างแรงจูงใจ 5) ด้านการทำงานเป็นทีม ได้ผลการวิจัยในแต่ละด้านและสรุปภาพรวม ดังแสดงในตาราง 3

ตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลความหมาย และวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นต่อภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสระบุรี ในภาพรวม

ด้านที่	ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์	(n = 301)		แปลผล	อันดับที่
		$\bar{x}$	S.D.		
1	ด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล	4.55	0.36	มากที่สุด	1
2	ด้านการมีความคิดสร้างสรรค์	4.53	0.37	มากที่สุด	5
3	ด้านการไว้วางใจ	4.55	0.39	มากที่สุด	1
4	ด้านการสร้างแรงจูงใจ	4.54	0.41	มากที่สุด	3
5	ด้านการทำงานเป็นทีม	4.54	0.42	มากที่สุด	3
รวม		4.54	0.36	มากที่สุด	

จากตาราง 3 พบว่าภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสระบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.54$, S.D. = 0.36) เมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล ($\bar{x} = 4.55$, S.D. = 0.36) และด้านการไว้วางใจ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.55$, S.D. = 0.39) รองลงมาได้แก่ ด้านการสร้างแรงจูงใจ ($\bar{x} = 4.54$, S.D. = 0.41) และด้านการทำงานเป็นทีม ($\bar{x} = 4.54$, S.D. = 0.42) อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ด้านการมีความคิดสร้างสรรค์ ($\bar{x} = 4.53$, S.D. = 0.37) อยู่ในระดับมากที่สุด

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสระบุรี จำแนกตามสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง

การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสระบุรี จำแนกตามสถานภาพ เป็นการศึกษาเพื่อทดสอบสมมติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้ คือ ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสระบุรี มีความแตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามสถานภาพ และขนาดของสถานศึกษา ได้ผลการศึกษาดังต่อไปนี้

3.1 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสระบุรี จำแนกตามสถานภาพ ซึ่งแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 2 กลุ่ม คือ ผู้บริหารสถานศึกษา และครู ใช้การทดสอบที (t-test) ได้ผลการศึกษาแสดงในตาราง 4

ตาราง 4 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่อภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสระบุรี จำแนกตามสถานภาพ

		สถานภาพ					
ด้านที่	ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์	ผู้บริหาร		ครู		t	p
		สถานศึกษา (n=31)		(n=270)			
		$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1	ด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล	4.86	0.27	4.51	0.35	5.393	.000*
2	ด้านการมีความคิดสร้างสรรค์	4.78	0.29	4.50	0.37	4.114	.000*
3	ด้านการไว้วางใจ	4.80	0.38	4.52	0.39	3.831	.000*
4	ด้านการสร้างแรงจูงใจ	4.84	0.32	4.51	0.41	4.344	.000*
5	ด้านการทำงานเป็นทีม	4.83	0.41	4.51	0.40	4.220	.000*
	รวม	4.82	0.32	4.51	0.36	4.661	.000*

*p ≤ .05

จากตาราง 4 พบว่า ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสระบุรี จำแนกตามสถานภาพ ในภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.2 การเปรียบเทียบภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสระบุรี จำแนกตามขนาดของสถานศึกษา ซึ่งแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 2 กลุ่ม คือ ขนาดเล็กและขนาดกลาง ขนาดใหญ่และขนาดใหญพิเศษ ใช้การทดสอบที (t-test) ได้ผลการศึกษาแสดงในตาราง 5

ตาราง 5 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่อภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสระบุรี จำแนกตามขนาดของสถานศึกษา

ด้านที่	ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์	ขนาดสถานศึกษา				t	p
		เล็กและกลาง (n=158)		ใหญ่และใหญ่พิเศษ (n=143)			
		$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1	ด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล	4.47	0.41	4.63	0.27	3.806	.000*
2	ด้านการมีความคิดสร้างสรรค์	4.45	0.40	4.62	0.31	3.922	.000*
3	ด้านการไว้วางใจ	4.46	0.46	4.64	0.27	4.263	.000*
4	ด้านการสร้างแรงจูงใจ	4.46	0.45	4.63	0.35	3.620	.000*
5	ด้านการทำงานเป็นทีม	4.45	0.47	4.64	0.32	4.118	.000*
	รวม	4.46	0.42	4.63	0.27	4.255	.000*

*p ≤ .05

จากตาราง 5 พบว่า ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสระบุรี จำแนกตามขนาดของสถานศึกษา ในภาพรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างน้อยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสระบุรี ผู้วิจัยได้อภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ตั้งไว้ ดังนี้

1. ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสระบุรี

1.1 ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสระบุรี ด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสระบุรี ตระหนักเห็นถึงความสำคัญของความเป็นปัจเจกบุคคล โดยปฏิบัติต่อผู้ร่วมงานโดยคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคลเพื่อความเสมอภาคและเท่าเทียมกัน ส่งเสริม สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีเพื่อในการทำงานตามความถนัด ความสนใจและความสามารถของครู ให้การยอมรับของผู้ใต้บังคับบัญชา ส่งเสริม สนับสนุนให้ผู้ใต้บังคับบัญชาได้รับการพัฒนาตนเองเพื่อสร้างประสิทธิภาพในการทำงาน ให้เกียรติ เคารพ การตัดสินใจของผู้ใต้บังคับบัญชา มอบหมายงานให้ครูและบุคลากรรับผิดชอบอย่างเป็นธรรมโดยคำนึงถึงความรู้ความสามารถและความเหมาะสมของแต่ละบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับ (พีรศักดิ์ ไกลไธสง และสุวัฒน์ จุลสุวรรณ, 2567, หน้า 136) ศึกษาการพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบุรีรัมย์ ผลวิจัยพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล เพราะผู้บริหารสร้าง แหล่งเรียนรู้และสนับสนุนเทคโนโลยีเพื่อการเรียนรู้สำหรับครู และนักเรียนในการพัฒนากระบวนการเรียนการสอนตามความถนัดและความสนใจด้วยวิธีการที่หลากหลาย ปฏิบัติต่อผู้ร่วมงานโดยคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคลด้วยความเสมอภาค เท่าเทียมกัน และให้เป็นกันเอง จริงใจ และมีความยุติธรรม

1.2 ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา สระบุรี ด้านการมีความคิดสร้างสรรค์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา สระบุรี กระตุ้นผู้ใต้บังคับบัญชาให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการทำงานให้ประสบความสำเร็จ แก้ปัญหา เป็นเหตุ เป็นผลอย่างเป็นระบบ สร้างสภาพแวดล้อมและมีมาตรฐานที่ปลอดภัยสำหรับทุกคนในโรงเรียน มีความคิดริเริ่ม ในการปรับนโยบายและกลยุทธ์มาใช้ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ และบริบทของสถานศึกษา บูรณาการวิธีการทำงานที่หลากหลายโดยอาศัยการเชื่อมโยงจากความรู้และประสบการณ์เดิมอย่างสร้างสรรค์ ตลอดจนผู้บริหารสถานศึกษามีความคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่และคิดนอกกรอบในการทำงานให้ประสบความสำเร็จ มีกระบวนการตัดสินใจในการบริหารเพื่อให้ผ่านพ้นวิกฤตต่างๆ ได้ ซึ่งสอดคล้องกับ (สุภาดา เสาเสนา, 2566, หน้า 104) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษากับบรรยากาศองค์การในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตาก เขต 2 พบว่า ด้านความคิดสร้างสรรค์อยู่ในระดับมากที่สุด เพราะผู้บริหารตัดสินใจอย่างรอบคอบ คิดอย่างมีระบบ มีเหตุและผล มีไหวพริบดี เป็นที่ยอมรับของครู กระตุ้น ส่งเสริมบรรยากาศให้ครูเกิดความคิดสร้างสรรค์ เกิดการค้นคว้า การประดิษฐ์คิดค้น การทดลอง และกล้าคิด กล้าทำในสิ่งใหม่ ๆ และบูรณาการวิธีการทำงานที่หลากหลายโดยอาศัย การเชื่อมโยงจากความรู้ และประสบการณ์เดิมสร้างสรรค์ความรู้

1.3 ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา สระบุรี ด้านการไว้วางใจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา สระบุรี ปฏิบัติงานด้วยความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ สร้างความไว้วางใจซึ่งกันและกันภายในองค์กร ส่งเสริมความก้าวหน้าของบุคลากรในสถานศึกษา มอบหมายงานได้เหมาะสมตามความสามารถของบุคลากร ยอมรับฟังคำชี้แนะด้วยความเต็มใจ สร้างความมั่นใจให้กับบุคลากรในสถานศึกษา ในการนำข้อมูลไปใช้ในการปฏิบัติงาน สร้างความเชื่อถือไว้วางใจให้กับบุคลากรด้วยการบริหารโดยยึดหลักคุณธรรม เคารพในการตัดสินใจ มีการให้เกียรติ เข้าใจ ข้อผิดพลาดของบุคลากร ซึ่งสอดคล้องกับ (ละมุล รอดขวัญ และคณะ, 2565, หน้า 157) ศึกษาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารตามทัศนะของครูโรงเรียนราชประชานุเคราะห์ ภาคใต้ สังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษ กลุ่ม 7 ผลวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารตามทัศนะของครู ด้านการไว้วางใจ อยู่ในระดับมาก เพราะผู้บริหารปรับตนเองให้ทันต่อสภาพการเปลี่ยนแปลงทางการศึกษาในยุคปัจจุบัน มีการเสริมสร้างความรู้ ความสามารถ มีมุมมองกว้างไกล เป็นแบบอย่างที่ดี มีคุณธรรมจริยธรรม ส่งเสริมเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการบริหารงานเพื่อพัฒนาการศึกษา

1.4 ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา สระบุรี ด้านการสร้างแรงจูงใจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา สระบุรี สร้างขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานให้กับบุคลากรอยู่เสมอ มีความภูมิใจในอาชีพและทำงานด้วยความรักโดยไม่ต้องมีใครบังคับ ประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความศรัทธาให้กับบุคลากร เป็นที่ยอมรับของนักเรียน ครู ผู้ปกครอง และชุมชน มุ่งมั่นพัฒนาตนเองและพัฒนางานอยู่เสมอ พยายามทักท้วงและกำลังใจในการทำงานอย่างเต็มศักยภาพ อีกทั้งยังสามารถโน้มน้าวให้บุคลากรปฏิบัติหน้าที่ให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด ซึ่งสอดคล้องกับ (เสาวนีย์ เกียรติพรศักดิ์, 2566, หน้า 79) ศึกษาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพะเยา เขต 1 ผลวิจัยพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านแรงจูงใจ เพราะผู้บริหารสถานศึกษามีการโน้มน้าวใจให้ครูและบุคลากรปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ และผู้บริหารมีการสร้างความเชื่อมั่นต่อ การปฏิบัติงาน ประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี ส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ อยู่เสมอ

1.5 ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา สาระบุรี ด้านการทำงานเป็นทีม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสาระบุรี ส่งเสริม สนับสนุนให้ผู้ใต้บังคับบัญชามีส่วนร่วม ในการกำหนด บทบาทและเป้าหมายของการปฏิบัติงานร่วมกัน ส่งเสริม สนับสนุนให้ทีมงานมีโอกาสแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อพัฒนา งานให้มีประสิทธิภาพ ให้ความไว้วางใจและมีความเชื่อมั่นผู้ใต้บังคับบัญชาในการปฏิบัติงานให้บรรลุตามเป้าหมาย มีทักษะการสร้างแรงจูงใจให้ผู้ใต้บังคับบัญชาให้เห็นความสำคัญของการทำงานเป็นทีมในภาวะวิกฤตต่าง ๆ ซึ่ง สอดคล้องกับ (ปิยวรรณ รามศิริ และคณะ, 2561, หน้า 21) ศึกษาการพัฒนาารูปแบบภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของ ผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผลวิจัยพบว่า ด้านการทำงานเป็นทีม อยู่ในระดับมากที่สุด เพราะผู้บริหารสถานศึกษาส่งเสริมให้บุคลากรทุกคนได้เข้ามามีส่วนร่วมหรือร่วมมือกันทำงานอย่างสม่ำเสมอ ให้นโยบายในการทำงานโดยเน้นการมีส่วนร่วม

2. ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสาระบุรี จำแนกตามสถานภาพ และขนาดของสถานศึกษา

2.1 ระดับความคิดเห็นต่อภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสาระบุรี จำแนกตามสถานภาพ ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานของการวิจัย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสาระบุรี มองตนเองผ่านกรอบภารกิจและเป้าหมายขององค์กรจึงประเมินตนในเชิงบวก ขณะที่ครูมองภาวะผู้นำผ่านประสบการณ์ที่ได้รับ สอดคล้องกับ (สุพรรณ พรหมภา และคณะ, 2567, หน้า 371) ศึกษาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานวิชาการในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 2 พบว่า สถานภาพการดำรงตำแหน่ง ในภาพรวมและรายด้านมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

2.2 ระดับความคิดเห็นต่อภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสาระบุรี จำแนกตามขนาดของสถานศึกษา ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานของการวิจัย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะในการดำเนินการของสถานศึกษาที่มีขนาดต่างกันย่อมมีโครงสร้างการบริหาร ความพร้อมในด้านงบประมาณ บุคลากรฝ่ายสนับสนุนแตกต่างกัน ซึ่ง สอดคล้องกับ (รอชียะห์ ลาเต๊ะ, 2561, หน้า 139) ศึกษาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาในโรงเรียนเอกชนสอนศาสนาอิสลาม จังหวัดปัตตานี พบว่า สถานศึกษาที่มีขนาดต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาที่ความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสาระบุรี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษา รับฟังเรื่องราว ความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะของผู้ร่วมงานด้วยความสนใจและตั้งใจจริง และผู้บริหารสถานศึกษา ให้ความช่วยเหลือจริงใจและมีความยุติธรรม ดังนั้น ผู้บริหารสถานศึกษาควรเปิดโอกาสและให้การยอมรับผู้ใต้บังคับบัญชา สนับสนุนให้ทำงานตามความถนัด ความสนใจ และความสามารถของครู โดยคำนึงถึงความเสมอภาคและเท่าเทียมกัน

1.2 ด้านการมีความคิดสร้างสรรค์ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษามีทักษะการตัดสินใจที่รอบคอบซึ่งผ่านกระบวนการคิดเป็นเหตุเป็นผลอย่างเป็นระบบ ดังนั้น ผู้บริหารสถานศึกษาควรคิดแก้ปัญหา เป็นเหตุเป็นผลอย่างเป็นระบบ กระตุ้นให้ผู้ใต้บังคับบัญชาเกิดความคิดสร้างสรรค์ในการทำงานให้ประสบความสำเร็จ

1.3 ด้านการไว้วางใจ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาแสดงความรับผิดชอบเมื่อผิดหรือพลาดในหน้าที่ ดังนั้น ผู้บริหารสถานศึกษาควรปฏิบัติงานด้วยความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ สร้างความไว้วางใจซึ่งกันและกันภายในองค์กร และตระหนักว่าการรับผิดชอบต่อผลการตัดสินใจเป็นพื้นฐานของความเป็นผู้นำ

1.4 ด้านการสร้างแรงจูงใจ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาทำงานด้วยความเต็มใจ โดยไม่หวังสิ่งตอบแทนหรือการ ยกย่องจากผู้อื่น ดังนั้น ผู้บริหารสถานศึกษาควรให้มีความภาคภูมิใจในอาชีพและทำงานด้วยความรักโดยไม่ต้องมีใครบังคับ ประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความศรัทธาให้กับบุคลากร เป็นที่ยอมรับของนักเรียน ครู ผู้ปกครอง และชุมชน

1.5 ด้านการทำงานเป็นทีม พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาให้ความไว้วางใจและมีความเชื่อมั่นผู้ใต้บังคับบัญชาในการปฏิบัติงานให้บรรลุตามเป้าหมาย และมีทักษะการสร้างแรงจูงใจให้ผู้ใต้บังคับบัญชาให้เห็นความสำคัญของการทำงานเป็นทีม ในภาวะวิกฤตต่าง ๆ ดังนั้น ผู้บริหารสถานศึกษาควรส่งเสริม สนับสนุนให้ผู้ใต้บังคับบัญชามีส่วนร่วม ในการกำหนดบทบาทและเป้าหมายของการปฏิบัติงานร่วมกัน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ผู้วิจัยควรมีการศึกษาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ในบริบทของการเปลี่ยนผ่านการเรียนรู้ เช่น การใช้ AI ในการบริหารสถานศึกษาของผู้บริหารสถานศึกษา

2.2 ผู้วิจัยควรเปรียบเทียบภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษากับผลลัพธ์การจัดการศึกษา

เอกสารอ้างอิง

- กิตติกาญจน์ ปฏิพันธ์. (2556). *ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์: สิ่งที่คุณควรรู้สำหรับทุกคนในอนาคต*. ขอนแก่น: โรงพิมพ์คลังนานาวิทยา.
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2550). *ยอดคน กฎแห่งชัยชนะ 20 ดอก*. กรุงเทพฯ: ชัคเชสมิเดีย.
- นเรศ บุญช่วย. (2553). *แผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ ที่เหมาะสมสำหรับผู้บริหารสถานศึกษา*. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- ปิยวรรณ รามศิริ และคณะ. (2561). การพัฒนารูปแบบภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น. *วารสารบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 15(28), 12-25.
- พีรศักดิ์ ไลโซสง และสุวัฒน์ จุลสุวรรณ. (2567). การพัฒนาโปรแกรมเสริมสร้างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาบุรีรัมย์. *วารสารการบริหารการศึกษาและภาวะผู้นำ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร*, 12(47), 129-137.
- รอซียะห์ ลาเต๊ะ. (2561). *ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาในโรงเรียนเอกชนสอนศาสนาอิสลามจังหวัดปัตตานี*. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและการจัดการการศึกษาอิสลาม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

รังสรรค์ ประเสริฐศรี. (2544). *ภาวะผู้นำ*. กรุงเทพฯ: ธนัชการพิมพ์.

_____. (2551). *ภาวะผู้นำ* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: อีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

ละมุล รอดขวัญ และคณะ. (2565). ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารตามทัศนะของครูโรงเรียนราชประชานุเคราะห์ภาคใต้ สังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษ กลุ่ม 7. *วารสารนวัตกรรมการจัดการศึกษาและการวิจัย*, 4(2), 157-158.

สุพรรณ พรหมภา และคณะ. (2567). ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานวิชาการในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 2. *วารสารสมาคมพัฒนาวิชาชีพการบริหารการศึกษาแห่งประเทศไทย (สพบท.)*, 6(4), 371-386.

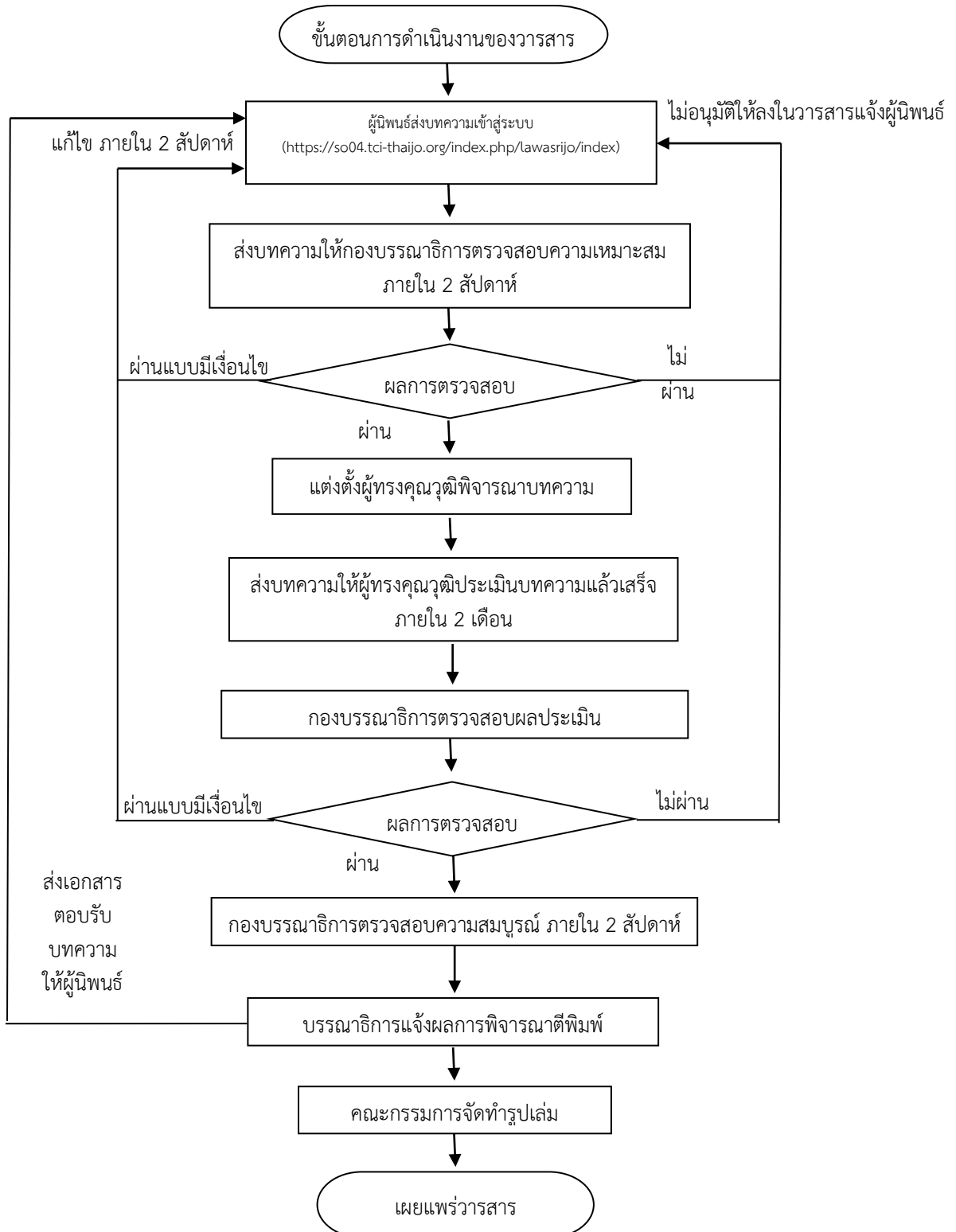
สุภาดา เสาเสนา. (2566). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษากับบรรยากาศองค์การในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตาก เขต 2. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยนครสวรรค์.

เสาวนีย์ เกียรติพรศักดิ์ดา (2566). ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพะเยา เขต 1. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยพะเยา.

Vu, H. M. & Nwachukwu, C. (2020). Creative leadership and creativity. *An overview Proceedings of the 36th International Business Information Management Association (IBIMA)*. From https://www.researchgate.net/profile/Vu-Hieu-3/publication/346644414_Creative_Leadership_and_Creativity_An_Overview/links/5fcb0bcc299bf188d4f586f2/Creative-Leadership-and-Creativity-An-Overview.pdf

ภาคผนวก

ขั้นตอนการดำเนินงานวารสารละศรี มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี



คำแนะนำสำหรับผู้เขียนที่สนใจ

วารสารละศรี เป็นวารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ผลงานวิจัยและบทความวิชาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ของคณาจารย์ นักวิชาการและนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา ทั้งภายในและภายนอกสถาบัน โดยมีขอบเขตเนื้อหาในสาขาการบัญชี สาขาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ สาขาการตลาด สาขาพฤติกรรมองค์กรและการจัดการทรัพยากรมนุษย์

1. เกี่ยวกับผลงานที่จะรับ

- 1.1 เป็นบทความในกลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ บริหารธุรกิจ การจัดการ การท่องเที่ยวและบริการ
- 1.2 บทความที่ส่งมาต้องไม่เคยเผยแพร่ หรือกำลังเสนอตีพิมพ์ในวารสาร รายงาน หรือสิ่งตีพิมพ์อื่นใดมาก่อน
- 1.3 ต้นฉบับต้องมีบทคัดย่อทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
- 1.4 เนื้อหาบทความ หรือข้อคิดเห็นที่พิมพ์ในวารสารเป็นความคิดเห็นของผู้เขียนเท่านั้น กองบรรณาธิการไม่จำเป็นต้องเห็นด้วย
- 1.5 ต้นฉบับต้องได้รับการกลั่นกรองจากกองบรรณาธิการ และผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน ก่อนการตีพิมพ์

2. ประเภทของบทความที่ลงตีพิมพ์ในวารสาร

วารสารละศรี วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ตีพิมพ์บทความประเภทต่าง ๆ ดังนี้

- 2.1 บทความวิจัย (Research Article)
- 2.2 บทความวิชาการ (Article)
- 2.3 บทความปริทัศน์ (Review Article)

3. การจัดเตรียมต้นฉบับ

3.1 บทความทุกเรื่องต้องมีชื่อเรื่อง ชื่อผู้เขียนทุกคน บทคัดย่อ คำสำคัญ ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ในบทความวิชาการ บทความปริทัศน์ และบทวิจารณ์หนังสือ ประกอบด้วย บทนำ (Introduction) เนื้อหา (Substance) และบทสรุป หรือบทส่งท้าย (Conclusion) สำหรับบทความวิจัย ประกอบด้วย บทนำ (Introduction) วัตถุประสงค์การวิจัย (Objectives) ระเบียบวิธีการวิจัย (Research Methodologies) ผลการวิจัย (Bibliography) ข้อเสนอแนะ (Suggestion) และเอกสารอ้างอิง (Reference)

3.2 ต้นฉบับที่จัดส่ง บทความต้องพิมพ์เป็นตัวพิมพ์ดีด โดยใช้ชุดแบบอักษร (Font) ชนิดไทยสารบรรณ (TH Sarabun PSK) ทั้งหมด จัดกันหลังตรง และมีระยะห่างระหว่างบรรทัดหนึ่งช่อง (Double Spacing) ตลอด เอกสาร พิมพ์หน้าเดียวลงบนกระดาษพิมพ์สันขนาดบีห้า (B5) พิมพ์ให้ห่างจากขอบกระดาษด้านบน 1 นิ้ว ด้านซ้าย, ด้านขวา, และด้านล่าง 0.75 นิ้ว พร้อมใส่หมายเลขกำกับทางมุมขวาบนทุกหน้า บทความไม่ควรยาวเกิน 10 หน้ากระดาษพิมพ์สัน โดยนับรวมภาพประกอบและตาราง

3.3 การจัดต้นฉบับ

3.3.1 ชื่อเรื่อง ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จัดแนวข้อความกึ่งกลาง โดยใช้ตัวอักษรขนาด 18 Point ตัวหนา

3.3.2 ชื่อผู้เขียน ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จัดแนวข้อความชิดขวา โดยใช้ตัวอักษรขนาด 14 point ตัวธรรมดา หากมีผู้เขียนหลายคน ใส่เครื่องหมายจุลภาค (,)

3.3.3 รายละเอียดบทความ

1) หัวข้อ จัดแนวข้อความชิดซ้าย โดยใช้ตัวอักษรขนาด 14 point ตัวหนา

2) เนื้อหา จัดแนวข้อความกระจายแบบไทย โดยใช้ตัวอักษรขนาด 14 point ตัวธรรมดา

3.3.4 บทคัดย่อทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (บทสรุป สำหรับบทความปริทัศน์) มีความยาวไม่เกิน 300 คำ ผู้เขียนควรกำหนดคำสำคัญ (Keyword) ของเรื่องไม่เกิน 5 คำ

3.3.5 เอกสารอ้างอิง ใช้ในการอ้างอิงตามแนวเอพีเอ (APA – American Psychological Association) เอกสารที่นำมาอ้างอิงควรได้มาจากแหล่งที่มีการตีพิมพ์ชัดเจน อาจเป็นวารสาร หนังสือหรือแหล่งข้อมูลอินเทอร์เน็ตก็ได้ ทั้งนี้ผู้เขียนเป็นผู้รับผิดชอบถูกต้องของเอกสารอ้างอิงทั้งหมดในการตีพิมพ์บทความที่มีการอ้างอิงไม่ถูกต้องจะไม่ได้รับการส่งต่อเพื่อพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิจนกว่าการอ้างอิงเอกสารจะได้รับการแก้ไขให้ถูกต้อง (รูปแบบการอ้างอิงดูจากการอ้างอิงเอกสารท้ายเล่ม)

3.3.6 ถ้ามีภาพประกอบ กราฟ หรือตาราง ที่ใส่ประกอบไว้ในเนื้อเรื่อง ต้องมีชื่อ คำอธิบายที่มาของภาพ และเลขกำกับภาพ ตัวอักษรที่ใช้ต้องเป็นตัวอักษรชนิดเดียวกับที่ใช้ในบทความ ขนาดตัวอักษร 14 point

3.3.7 ความยาวทั้งหมดของบทความรวมทั้ง ภาพ ตารางและเอกสารอ้างอิง ไม่ควรเกิน 20 หน้า

3.3.8 ประวัติผู้เขียน ประกอบด้วย ชื่อผู้เขียน ที่อยู่ผู้เขียน ประวัติการศึกษาผู้เขียน ตำแหน่งงาน หน่วยงานที่สังกัด และที่อยู่จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

3.3.9 ผู้เขียนต้องส่งต้นฉบับที่เป็นเอกสารจำนวน 1 ชุด และส่งผ่านระบบออนไลน์ ในรูปแบบ Word และ PDF มายังไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ lawasri63@gmail.com

4. จัดส่งมายัง

4.1 สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี เลขที่ 321 ถนนนารายณ์มหาราช ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี 15000 โทรศัพท์/โทรสาร 0-3677-6581

4.2 ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ lawasri63@gmail.com

การจัดรูปแบบหน้ากระดาษวารสารลະສະຣີ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

ระยะขอบ บน 1”

***ตั้งค่าน้ำกระดาษ ขนาด B5
(7.17”×10.12”)***

ภายนอก 0.75”

ภายใน 0.75”

ล่าง 0.75”

ชื่อบทความภาษาไทย
ชื่อบทความภาษาอังกฤษ
(ใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK ตัวหนา ขนาดอักษร 18)

ชื่อผู้นิพนธ์ภาษาไทย*
ชื่อผู้นิพนธ์ภาษาอังกฤษ
(ใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK ตัวหนา ขนาดอักษร 14)

บทคัดย่อ
(ใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK ตัวหนา ขนาดอักษร 14)

เนื้อหาของบทความ ใช้ รูปแบบอักษร TH SarabunPSK ขนาดอักษร 14 ความยาวของบทคัดย่อ ภาษาไทย ไม่เกิน 300 คำ โดยให้เขียนเป็นร้อยแก้ว เน้นเฉพาะเนื้อหาที่สำคัญ ให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ วิธีการ ผลและวิจารณ์ หรือข้อเสนอแนะอย่างย่อ (ใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาดอักษร 14)

คำสำคัญ: (ใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK ตัวหนา ขนาดอักษร 14) ควรเลือกคำสำคัญที่เกี่ยวข้องกับบทความ ไม่เกิน 5 คำ เป็นภาษาไทย ซึ่งตรงกับคำสำคัญในภาษาอังกฤษ เช่น รูปแบบบทความ, ขนาดตัวอักษร, รูปแบบตัวอักษร (ใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาดอักษร 14)

* ยศ/ตำแหน่งทางวิชาการ, สาขาวิชา หน่วยงานต้นสังกัด (ใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK ตัวธรรมดา ขนาดอักษร 12)

ABSTRACT

(ใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK ตัวหนา ขนาดอักษร 14)

ความยาวของบทคัดย่อภาษาอังกฤษ ไม่เกิน 300 คำ และต้องตรงกับบทคัดย่อภาษาไทย (ใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาดอักษร 14)

Keywords: (ใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK ตัวหนา ขนาดอักษร 14) ควรเลือกคำสำคัญที่เกี่ยวข้องกับบทความ ไม่เกิน 5 คำ เป็นภาษาอังกฤษ ต้องตรงกับคำสำคัญในภาษาไทย (ใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาดอักษร 14)

บทนำ

อธิบายถึงความเป็นมาของเรื่องที่วิจัย ความสำคัญของปัญหาที่ทำการศึกษาวิจัย ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย กระชับ และชัดเจน การใช้คำย่อ ต้องมีคำสมบูรณ์ไว้ในครั้งแรกก่อน เนื้อหาของตัวเรื่องควรมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ ความยาวไม่เกิน 1 หน้ากระดาษ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (ควรระบุเป็นข้อๆ)

วิธีดำเนินการวิจัย

อธิบายขั้นตอนการวิจัยด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย โดยกล่าวถึงแหล่งข้อมูล ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัย

อธิบายถึงสิ่งที่ได้จากการศึกษาหรือวิจัย ผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล และการแสดงผลการทดสอบสมมติฐาน และการวิจารณ์ผลการวิจัย ซึ่งการรายงานผลการวิจัยและการวิจารณ์นั้น ควรยึดวัตถุประสงค์ และสมมติฐานของการวิจัยเป็นหลัก เพื่อชี้ให้เห็นว่าผลการวิจัยได้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างไรบ้างและสอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้หรือไม่อย่างไร โดยเสนอหลักฐานข้อมูลอย่างเป็นระเบียบและเข้าใจง่าย

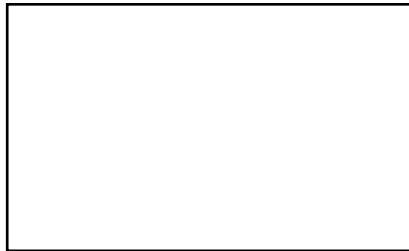
(กรณีมีตาราง)

ตาราง 1 เนื้อหาที่เป็นตารางและคำอธิบายสามารถใช้เป็นรูปแบบ 1 คอลัมน์ ได้ตามความเหมาะสม

(n=30)

หัวข้อ	ขีดเส้น 2 เส้น
	ขีดเส้น 1 เส้น
รวม	ขีดเส้น 1 เส้น
	ขีดเส้น 2 เส้น

(กรณีมีภาพ)



ภาพ 1 ชื่อภาพ
(ที่มา: ✓)

อภิปรายผล

ควรอธิบายถึงผลที่ได้รับจากการศึกษาหรือวิจัย ว่าเป็นไปตามสมมติฐานหรือไม่ ควรอ้างถึงทฤษฎีหรือผลการศึกษาของผู้อื่นที่เกี่ยวข้องประกอบ

ข้อเสนอแนะ

อธิบายถึงการนำผลที่ได้จากการวิจัยไปใช้ประโยชน์ หรือข้อเสนอแนะปัญหาที่พบในการวิจัย

เอกสารอ้างอิง

(ดูรูปแบบการอ้างอิงแทรกในเนื้อหาและการเขียนเอกสารอ้างอิง)

***หากต้องการรายละเอียดเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
321 ถนนราชมรรคา ต.ทะเลชุบศร อ.เมืองลพบุรี จ.ลพบุรี 15000
โทรศัพท์/โทรสาร 0-3677-6581
Email: lawasri63@gmail.com

รูปแบบการอ้างอิงแทรกในเนื้อหาและการเขียนเอกสารอ้างอิง

การอ้างอิงแทรกในเนื้อหา (Citations in text)

1. ใช้รูปแบบการอ้างอิงแทรกในเนื้อหาแบบ APA Style (The Publication Manual of the American Psychological Association)

2. การลงรายการอ้างอิงแทรกในเนื้อหา เป็นการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อความไว้ในเครื่องหมายวงเล็บ () แทรกในเนื้อหา ในรูปแบบดังนี้ (เครื่องหมาย √ แสดงถึงการเคาะ 1 ครั้ง เวลาลงรายการอ้างอิงแทรกในเนื้อหา และรายการเอกสารอ้างอิงไม่ต้องใส่ลงไป)

- ผู้แต่งที่เป็นคนไทย ใส่ ชื่อ-ชื่อสกุล โดยไม่ต้องใส่คำนำหน้านาม ยศ หรือ ตำแหน่งทางวิชาการ
- ผู้แต่งชาวต่างประเทศ ใส่เฉพาะนามสกุลและตามด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,)

(ชื่อ-นามสกุลผู้แต่ง,ปีที่พิมพ์,หน้าที่ใช้อ้างอิง)

3. ถ้ามีการกล่าวถึงชื่อผู้แต่งไว้แล้ว ให้ใส่วงเล็บต่อจากชื่อผู้แต่ง โดยในวงเล็บไม่ต้องระบุชื่อผู้เขียนซ้ำอีก สำหรับชื่อชาวต่างประเทศให้ใส่นามสกุลของผู้แต่ง โดยสามารถอ้างอิงได้ 2 วิธี คือ ถ้าระบุนามสกุลในเนื้อหาความให้ระบุปีที่พิมพ์ในวงเล็บ

ลมูลวิรัตนกร(2540,หน้า105)
Watson(1992,พ.89)

4. เอกสารภาษาต่างประเทศที่นำมาอ้างอิงมากกว่า 1 หน้า ใช้ตัวอักษรย่อ pp.

(Jensen,1991,พ.8)
(Jensen,1991,พ.8-15)

5. ถ้ามีผู้แต่ง 2 คน และไม่เกิน 5 คน ให้ลงชื่อผู้แต่งทั้งหมดตามลำดับรายการที่ปรากฏ คนคนที่ 1-5 ด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) และคนรองสุดท้ายกับคนสุดท้าย คั่นด้วยคำว่า “และ” สำหรับภาษาไทย ส่วนภาษาอังกฤษใช้ “&”

(นวลจันทร์วิรัตนกร,ชุตินาถวิรัตนกร,และมารศรีศิริวัชร,2539,หน้า75)
(William,Kates,&Devies,1995,พ.61)

6. ถ้ามีผู้แต่ง เกิน 5 คนหรือตั้งแต่ 6 คนขึ้นไป ให้ใส่เฉพาะผู้แต่งคนแรก และตามด้วยคำว่า “และคนอื่น ๆ” สำหรับภาษาไทย ส่วนภาษาอังกฤษใช้คำว่า “et al.”

(อุบลบุญชู,และคนอื่น ๆ,2539,หน้า 37)
(Heggs,etVal.,1999,พ. 4-7)

7. สิ่งพิมพ์ที่ไม่ปรากฏชื่อผู้แต่ง ใช้ชื่อเรื่องแทนชื่อผู้แต่ง

(การพัฒนาสุขนิสัย, 2548, หน้า 77)
(Organization Management, 2011, pp.53-54)

8. ข้อความที่นำมาอ้างอิง พบแหล่งที่ใช้อ้างอิงมากกว่า 1 แหล่ง สามารถเขียนไว้ในวงเล็บเดียวกันได้ โดยใช้เครื่องหมาย อัฒภาค (;) คั่นแต่ละงานและเรียงตามลำดับของชื่อผู้แต่ง

(นวลจันทร์ รัตนกร, 2539, หน้า 37; มารศรี ศิริรักษ์, 2552, หน้า 75; เยาวภา โตทรัพย์
, 2554, หน้า 2)
(Heggs, 1999, p.7; Kates, & Davies, 2004, pp.23-26)

9. การอ้างอิงเอกสารจากอินเทอร์เน็ต กรณีที่นำเนื้อหาจากอินเทอร์เน็ต

(ชื่อผู้แต่ง, ปีพิมพ์, ย่อหน้า...)
(สุดแดนวิสุทธิลักษณ์, 2548, ย่อหน้า 3)
(Gorman, 2000, para.3)

การเขียนเอกสารอ้างอิง

1. เครื่องหมาย " √ " แสดงถึงการเว้นระยะ 1 เคาะ เวลาลงรายการรายการเอกสารอ้างอิงไม่ต้องใส่ลงไป
2. หากรายการใดไม่มี ไม่ต้องลงรายละเอียดในบรรณานุกรม ให้ลงรายการถัดมา
3. การลงรายการผู้แต่ง ผู้แต่งอาจเป็นได้ทั้งบุคคลหรือสถาบัน
 - ถ้าเป็นบุคคลประเภทสามัญชน >> ตัดคำนำหน้านาม นาย, นาง, นางสาว ดร. นายแพทย์ พล.อ. ผศ. รศ.
 - ถ้าผู้แต่งเป็นชาวต่างประเทศ >> เขียนชื่อสกุลขึ้นก่อน ค้นด้วยเครื่องหมายจุลภาค ตามด้วย ชื่อต้น (First name) และ ชื่อกลาง (ถ้ามี)
 - ถ้าผู้แต่งมีบรรดาศักดิ์ หรือนันดรศักดิ์หรือสมณศักดิ์ >> กลับเอาบรรดาศักดิ์ไว้หลังชื่อกับนามสกุล ค้นด้วยเครื่องหมายจุลภาค (.)
 - ถ้าผู้แต่งเป็นสถาบัน >> ให้บันทึกชื่อสถาบันนั้น ๆ โดยเรียงลำดับจากหน่วยงานใหญ่ไปหาหน่วยงานย่อย ค้นด้วยชื่อหน่วยงานด้วยเครื่องหมายมหัพภาค (.)
4. ผู้แต่งที่มีฐานะเป็นบรรณาธิการ ให้ลงชื่อผู้แต่ง แล้วตามด้วยเครื่องหมายมหัพภาค (.) และวงเล็บอักษรย่อ บก. (ย่อมาจาก บรรณาธิการ) สำหรับหนังสือภาษาไทย หรือ Ed. หรือ Eds. (ย่อมาจาก editor(s)) สำหรับหนังสือภาษาต่างประเทศ

ประวิทย์/สุวนิชย์.ว(บก.).
 เอี่ยมพร/สกุลแก้ว, วและวสุนธรา/ทับทิมแท้.ว(บก.).
 Ford,วGeorgeVS.ว(Ed.).
 Jordan,วRobertsVJ,ว&วPeter,วTaylor,วA.ว(Eds.).
5. การลงรายการซื้อหนังสือ
 - ชื่อหนังสือให้พิมพ์ด้วยตัวหนาและไม่ขีดเส้นใต้
 - ชื่อหนังสือที่เป็นภาษาต่างประเทศ ให้ขึ้นต้นอักษรตัวแรกของทุกคำด้วยตัวพิมพ์ใหญ่ และกรณีมีชื่อเรื่องรอง ให้พิมพ์ตามหลังเครื่องหมายมหัพภาค (:) เช่น

New Jersey: A Guide to Its Past and Present.

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภูมิปัญญาไทยกับการพัฒนาชนบท: กรณีศึกษาจังหวัดพิษณุโลก
6. การลงรายการครั้งที่พิมพ์ ให้ลงรายการตั้งแต่การพิมพ์ครั้งที่ 2 เป็นต้นไป แล้วใส่ไว้ในเครื่องหมายวงเล็บ (...)

(พิมพ์ครั้งที่ 2). (พิมพ์ครั้งที่ 3). (พิมพ์ครั้งที่ 4).
 (2nd ed). (3rd ed). (4th ed).
7. หนังสือไม่ปรากฏ สถานที่พิมพ์ สำนักพิมพ์ และปีที่พิมพ์

ไม่ปรากฏปีที่พิมพ์ (ม.ป.ป.) = (n.d.)
 ไม่ปรากฏสถานที่พิมพ์ สำนักพิมพ์ (ม.ป.ท.) = (n.p.)

ชื่อผู้แต่ง.ว(ปีที่พิมพ์).ชื่อหนังสือว(ครั้งที่พิมพ์).ว(ม.ป.ท.).:วสำนักพิมพ์.
 ชื่อผู้แต่ง.ว(ปีที่พิมพ์).ชื่อหนังสือว(ครั้งที่พิมพ์).วสถานที่พิมพ์:ว(ม.ป.ท.).
 ชื่อผู้แต่ง.ว(ม.ป.ป.).ชื่อหนังสือว(ครั้งที่พิมพ์).วสถานที่พิมพ์:วสำนักพิมพ์.
 ชื่อผู้แต่ง.ว(ม.ป.ป.).ชื่อหนังสือว(ครั้งที่พิมพ์).ว(ม.ป.ท.).

8. หากไม่สามารถพิมพ์จบได้ภายใน 1 บรรทัด ให้ขึ้นบรรทัดใหม่โดยย่อหน้าเข้ามา 7 ตัวอักษร (7 เคาะ)

หัตยา กองจันทิก. (ม.ป.ป.). ฉลากโภชนาการคืออะไร. สืบค้น มกราคม 27, 2543, จาก
http://www.tda.moph.go.th/tda/html/product

9. เรียงตามลำดับอักษร ก-ฮ A-Z และแยกภาษาไทยกับภาษาต่างประเทศออกจากกัน

10. กรณีที่ผู้แต่งมีชื่อ-สกุลซ้ำกัน ให้เรียงตามปีน้อยไปมาก และในบรรทัดต่อไปให้พิมพ์ชื่กลาง 7 ครั้ง แล้วตามด้วย _____. และใส่รายละเอียดชื่อเรื่อง และอื่น ๆ ตามปกติ

รูปแบบการเขียนเอกสารอ้างอิง

1. หนังสือ

ชื่อผู้แต่ง.(ปีที่พิมพ์).ชื่อหนังสือ(ครั้งที่พิมพ์).สถานที่พิมพ์:สำนักพิมพ์.

หมายเหตุ:

ชื่อหนังสือ (พิมพ์ครั้งที่) กรณีมีพิมพ์ครั้งที่ในวงเล็บต่อท้าย ไม่ต้องใส่เครื่องหมายมหัพภาค (.)

ชื่อหนังสือ. ต้องใส่เครื่องหมายมหัพภาค (.) กรณีไม่มี (พิมพ์ครั้งที่) ต่อท้าย

บันทึกถึงดวงดาว (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ดอกหญ้า.

บันทึกถึงดวงดาว. กรุงเทพฯ: ดอกหญ้า.

สำเนา ขจรศิลป์, บุญเรียง ขจรศิลป์, สมประสงค์ น่วมบุญลือ, สุริยา เสถียรกิจอำไพ, และบุญสม อีรวณิชกุล.

(2541). การพัฒนารูปแบบค่ายอาสาพัฒนาของนักศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัด

ทบวงมหาวิทยาลัย.

Jones, M. (2002). *Social Psychology of Prejudice*. New Jersey: Prentice Hall.

2. วารสาร

ผู้เขียนบทความ.(ปีที่พิมพ์,เดือน).ชื่อบทความ.ชื่อวารสาร,ปีที่หรือเล่มที่(ฉบับที่), หน้าที่ตีพิมพ์บทความ.

วิกุล แพทย์พาณิชย์. (2545, มีนาคม). ธุรกิจแฟรนไชส์. เนชั่นสุดสัปดาห์, 4(8), 8-11.

Bowen, J. (2005, April). FRBR coming soon to your library?. *Library Resources & Technical Services*, 49(3), 175-188.

3. บทความในหนังสือพิมพ์

ชื่อผู้แต่ง.(ปีที่พิมพ์,เดือน,วันที่).ชื่อบทความ.ชื่อหนังสือพิมพ์,ปีที่หรือเล่มที่(ฉบับที่), หน้าที่ตีพิมพ์บทความ.

นิธิ เอียวศรีวงศ์. (2544, มีนาคม 23). พม่ากับยาเสพติด. มติชน, 20(121), หน้า 6.

ปัญหาขยะในเมืองเชียงใหม่. (2546, 15 สิงหาคม). ไทยนิวส์, 12(23), หน้า 8.

Schwartz, J. (1993, September 30). Obesity affects economic, social status. *The Washington Post*, 30(134), p. A1.

4. วิทยานิพนธ์

ชื่อผู้แต่ง.√(ปีที่พิมพ์).√ชื่อวิทยานิพนธ์.√ระดับวิทยานิพนธ์√มหาวิทยาลัยหรือสถาบัน.

หมายเหตุ: ระดับวิทยานิพนธ์ปริญญาโท ใช้คำว่า วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต หรือ Master's thesis ปริญญาเอกใช้คำว่า วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต หรือ Doctoral Dissertation สำหรับวิทยานิพนธ์ภาษาต่างประเทศ หลังระดับวิทยานิพนธ์ให้ใส่เครื่องหมายจุลภาค (,) แล้วจึงตามด้วยชื่อมหาวิทยาลัย

กิ่งแก้ว จันโถมศึก. (2547). ผลการเรียนรู้เชิงพุทธิพิสัยของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาโดยใช้สื่อประสมประกอบการดำเนินเรื่องผ่านคอมพิวเตอร์ช่วยสอน. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
McKenna, J. C. (1999). Sustainable Ethnic Tourism in Northern Thailand. Master's Thesis, University of Alberta

5. รายงานการวิจัย

ชื่อผู้แต่ง.√ (ปีที่พิมพ์). √ชื่อหนังสือ√ (ครั้งที่พิมพ์). √สถานที่พิมพ์: √สำนักพิมพ์.

สุขุม พรหมเมืองคุณ. (2546). รายงานการวิจัย เรื่อง ความต้องการพัฒนาความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของผู้นำท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น. เลย: มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.

6. การสัมภาษณ์

6.1 บทสัมภาษณ์โดยตรง

ผู้ให้สัมภาษณ์.√ (ปี,√เดือน√วันที่ที่สัมภาษณ์).√ตำแหน่งหรือที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้.√สัมภาษณ์.

มา มั่งมูล. (2557, กรกฎาคม 11). ผู้ใหญ่บ้าน. สัมภาษณ์.

6.2 บทสัมภาษณ์ที่นำมาตีพิมพ์

ผู้ให้สัมภาษณ์.√ (ปี,√เดือน√วันที่ที่สัมภาษณ์).√ตำแหน่ง√(ถ้ามี).√สัมภาษณ์.√ชื่อวารสาร,√ปี(ฉบับที่),√หน้า.

ทฤษฎี ขาวสวนเจริญ. (2557, กรกฎาคม 7). อธิติกรรมปศุสัตว์. สัมภาษณ์. ไทยรัฐ, 50(1254), หน้า 5.

7. สารสนเทศจากเว็บไซต์

ชื่อผู้แต่งหรือชื่อหน่วยงาน.√(ปีที่พิมพ์).√ชื่อเรื่อง.√สืบค้น√เดือน√วัน,ปี,√จาก URL.

หัตยา กองจันทิก. (2552). ฉลากโภชนาการคืออะไร. สืบค้น มกราคม 27, 2553, จาก

Chiang Mai University. (n.d.). Academic Support and Services Units. Retrieved September 1, 1999, from <http://www.erin.gor.au>



ประกาศมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
Thepsatri Rajabhat University

วารสารลະສຣີ LAWASRI JOURNAL

ปีที่ 9 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2568)
Online ISSN: 2730-3748

