



NEUARJ

NEU ACADEMIC AND RESEARCH JOURNAL



วารสารวิชาการและวิจัย
มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ปีที่ 12 ฉบับที่ 3

กรกฎาคม - กันยายน 2565

ISSN 2697-3731 (Online)

Thai-Journal Citation Index Centre Tier #2

วารสารวิชาการและวิจัยมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

เจ้าของ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

คณะที่ปรึกษา

1. ดร.ฉันทวิทย์ สุขาทานนท์ นายกสภามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. ศ.ดร.บุญทัน ดอกไธสง มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
3. ศ.ดร.ไชยวัฒน์ คำชู จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
4. รศ.ดร.ดำรงค์ วัฒนา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
5. รศ.ดร.สุเทพ บุตรดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

บรรณาธิการ

- | | | | |
|------------------------------|-------------------|--------------------------------|-------------------------------|
| 1. ผศ.ดร.กนกกร บุญมี | บรรณาธิการ | 5. ดร.นิรนาท เสนาจันทร์ | ผู้ช่วยบรรณาธิการ |
| 2. ผศ.ดร.ฐิตารีย์ ศิริมงคล | ผู้ช่วยบรรณาธิการ | 6. ดร.พงษ์ศักดิ์ ตรีพนิจ | ผู้ช่วยบรรณาธิการ |
| 3. ดร.สัมฤทธิ์ ศิริคะเนรัตน์ | ผู้ช่วยบรรณาธิการ | 7. นางสาวสุรีย์ลักษณ์ รักษาเคน | เลขานุการกองบรรณาธิการ |
| 4. ดร.รัชดา ภักดิ์ยิ่ง | ผู้ช่วยบรรณาธิการ | 8. นางสาววิไลวรรณ พานสมัน | ผู้ช่วยเลขานุการกองบรรณาธิการ |

กองบรรณาธิการ

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิจากหน่วยงานภายนอก ผู้ทรงคุณวุฒิจากมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

- | | | |
|----------------------------------|--------------------------------|------------------------------|
| 1. รศ.ดร.พุททกาล รัชธร | จาก จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย | 1. ผศ.ดร.ประยุทธ ชูสอน |
| 2. รศ.ดร.อิสระ สุวรรณบด | จาก มหาวิทยาลัยบูรพา | 2. รศ.ดร.สันติ วิจักขณาลัญจ์ |
| 3. รศ.ดร.สัญญา เคนาภูมิ | จาก มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม | 3. ดร.พงษ์เมธี ไชยศรีหา |
| 4. รศ.ดร.อนุวัติ คุณแก้ว | จาก มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ | 4. ดร.อาคม อึ้งพวง |
| 5. รศ.ดร.ณัฐวงศ์ พูนพล | จาก มหาวิทยาลัยมหาสารคาม | |
| 6. รศ.ดร.กตัญญู แก้วหานาม | จาก มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ | |
| 7. รศ.ดร.สมศักดิ์ ศรีสันติสุข | จาก มหาวิทยาลัยขอนแก่น | |
| 8. รศ.ดร.ศิวัช ศรีโคตวงกุล | จาก มหาวิทยาลัยขอนแก่น | |
| 9. รศ.ดร.ธัชเฉลิม สุทธิพงษ์ประชา | จาก มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ | |
| 10. รศ.ดร.สุทนต์ ศรีไสย์ | จาก จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย | |
| 11. ผศ.ดร.สุธินี อัดถากร | จาก มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม | |
| 12. ผศ.ดร.กฤษฎา ณ หนองคาย | จาก มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี | |

กองการจัดการ

- | | |
|------------------------------|---------------------|
| 1. ดร.ศิริพัฒน์ ศรีจันทร์ | ประธานกรรมการ |
| 2. ผศ.ดร.วัลย์จรรยา วีระกุล | กรรมการ |
| 3. ดร.ชูพงษ์ พันธุ์แดง | กรรมการ |
| 4. ดร.นงนุช ไชยผาสุข | กรรมการ |
| 5. อาจารย์ณัฏฐวรรณ ดาพุมมา | กรรมการ |
| 6. อาจารย์ปิ่นชีกา ลับเหลียม | กรรมการและเลขานุการ |

กองจัดการพัฒนาวารสารอิเล็กทรอนิกส์

- | | |
|--------------------------------|---------------------|
| 1. ดร.พรสวรรค์ ชัยมีแรง | ประธานกรรมการ |
| 2. อาจารย์สมมาศ สมใจนึก | กรรมการ |
| 3. นายธีรพงศ์ น้อยคุณ | กรรมการ |
| 4. อาจารย์หทัยวรรณ ธิญญพานิชย์ | กรรมการและเลขานุการ |

ฝ่ายการเงิน

1. ดร.ปิยธิดา ศรีพล
2. นางสาวสิริรัตน์ ฐิระวัชรานนท์

กองพิสูจน์อักษร

- | | |
|--------------------------------|---------------------|
| 1. อาจารย์อรวรรณ ปรีวัตร | ประธานกรรมการ |
| 2. ดร.ลักขณา อินทร์บึง | กรรมการ |
| 3. อาจารย์ธวัช ทะเพชร | กรรมการ |
| 4. อาจารย์ประกายรัตน์ ใจเที่ยง | กรรมการ |
| 5. อาจารย์ชนพัฒน์ ช่วยครุฑ | กรรมการ |
| 6. อาจารย์พรปาณิน ไชยโสตา | กรรมการ |
| 7. อาจารย์ยุพรัตน์ ภูมิการีย์ | กรรมการ |
| 8. ดร.ธินิดา บัณฑวรรณ | กรรมการ |
| 9. อาจารย์สุปวีณา หลักทรัพย์ | กรรมการ |
| 10. อาจารย์ดุริยากร ศรีชมชื่น | กรรมการ |
| 11. นางยุวภา เกตุแก้ว | กรรมการ |
| 12. ดร.วรรณวรางค์ ศุทธชัย | กรรมการ |
| 13. นางสาวสุกฤตา วงศ์ภาค้า | กรรมการและเลขานุการ |

กำหนดเผยแพร่ ออกปีละ 4 ฉบับ เริ่ม ฉบับที่ 1 ปีที่ 12 พ.ศ. 2565 เป็นต้นไป(ฉบับที่ 1 ประจำเดือน มกราคม – มีนาคม ฉบับที่ 2 ประจำเดือน เมษายน - มิถุนายน ฉบับที่ 3 ประจำเดือน กรกฎาคม - กันยายน และฉบับที่ 4 ประจำเดือน ตุลาคม - ธันวาคม)

บรรณาธิการแถลง

วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปีที่ 12 ฉบับที่ 3 กรกฎาคม – กันยายน 2565 นี้ ซึ่ง ศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย TCI จัดคุณภาพให้เป็นวารสารกลุ่มที่ 2 กองบรรณาธิการมีความมุ่งมั่นคัดสรรผลงานทางวิชาการที่เปี่ยมไปด้วยคุณภาพในด้านสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ เพื่อเป็นการเผยแพร่องค์ความรู้ให้แก่ผู้อ่าน ทั้งในรูปแบบของบทความวิจัยและบทความทางวิชาการในด้านรัฐประศาสนศาสตร์ บริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ มนุษยศาสตร์ นิเทศศาสตร์ นิติศาสตร์ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ ศึกษาศาสตร์ และที่เกี่ยวข้องกับด้านสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์

สำหรับวารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ฉบับนี้ นำเสนอผลงานที่ผ่านการประเมินคุณภาพอย่างเป็นระบบจากผู้ทรงคุณวุฒิทางวิชาการที่เชี่ยวชาญในแต่ละสาขา รวม 18 เรื่อง เป็นบทความวิจัย จำนวน 17 เรื่อง และบทความวิชาการ จำนวน 1 เรื่อง การนำเสนอบทความจากผลงานวิจัยและบทความวิชาการที่มีคุณภาพ เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้ทางวิชาการที่เป็นประโยชน์แก่สาธารณะนั้น ทุกบทความที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสาร จึงต้องผ่านกระบวนการทั้งในส่วนของการกลั่นกรองบทความของวารสารและผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่าง ๆ จำนวน 3 ท่าน ที่ทางกองบรรณาธิการได้กำหนดเป็นกรอบที่จะรับบทความเพื่อพิจารณาลงตีพิมพ์ โดยกองบรรณาธิการหวังเป็นอย่างยิ่งว่าบทความที่นำเสนอในวารสารนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านทั้งในแง่ของการนำไปประยุกต์ใช้เพื่อการพัฒนาองค์กรหรือท้องถิ่น หรือการวิจัยต่อยอด ดังนั้น จึงขอเชิญชวนนักวิชาการ นักวิจัยจากทุกสถาบัน ทั้งภายในและต่างประเทศเสนอผลงานทางวิชาการของท่าน ทั้งที่เป็นบทความวิจัยหรือบทความวิชาการในด้านสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ เพื่อเผยแพร่เป็นคุณค่าแก่สังคมต่อไป

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกอร บุญมี
บรรณาธิการ

สารบัญ

บทความ

สภาพความต้องการจำเป็นและแนวทางพัฒนาทักษะความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับครู.....	1
ในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 1	
Conditions, Needs and Guidelines of Digital Intelligence Skills	
Development for Teachers in Schools under Nakhon Phanom	
Primary Educational Service Area Office 1	
รุ่งฤดี ศิริ ชาญวิทย์ หาญรินทร์ และวัชรีย์ แซงบุญเรือง	
Rungruedee Siri Chanwit Hanrin and Watcharee Saengboonruang	
มาตรฐานความรับผิดชอบของบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชน.....	17
Liability Standards of Private Parcel Delivery Companies	
ภูวกฤษ รุ่งทิวากรกิจ	
Phuwakij Rungtiwakornkij	
ปัจจัยที่ส่งผลต่อความฉลาดรู้ทางการเงินของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย:.....	27
การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างพหุระดับ	
Factors Affecting Financial Literacy of Grade 10-12 Students:	
Multilevel Structural Equation Model Analysis	
ประกายแก้ว ไกรสงคราม และ สุรศักดิ์ แก้วเอียน	
Prakaikaew Kraisongkram and Surasak Kao-ian	
สภาพ ความต้องการจำเป็นและแนวทางพัฒนาการบริหารงานวิชาการสู่ความปกติใหม่.....	41
ในสถานศึกษาเอกชน สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น	
States, Needs and Guidelines for Academic Work Administration Development	
into the New Normal in the Private Education Institutes under the Jurisdiction	
of Khon Kaen Province Vocational Education	
อุดม ลิ้มไพบูลย์ และ วิเชียร รุ้ยน้อย	
Udom Limpai boon and Wichian Rooyuenyong	

สารบัญ (ต่อ)

สภาวะอากาศร้อนกับการฝึกซ้อมและการแข่งขันกรีฑา.....	55
Hot Weather with Athletics Training and Competition.	
กฤษณะ หารงชัย กาญจนา ปักกระโท พิเชษฐ์ นารี และ วายุ กาญจนสร	
Kritsana Hanthongchai Kanjana Pakkarato Pichet Nareen and	
Wayu Kanjanasorn	
กลยุทธ์การตลาดแบบส่งอาหารถึงที่และความสำเร็จทางการตลาด.....	70
ของผู้ประกอบการอาหาร ในพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์	
Food Delivery Marketing Strategy and Marketing Success of Food Entrepreneurs	
in Kalasin Province	
วัสสาน์ วิเศษโกสิน และ อำภาศรี พอค้า	
Wassa Wiseskosin and Ampasri Phokha	
การพัฒนาทักษะปฏิบัติและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่องการตัดต่อและตกแต่งภาพกราฟิก.....	89
โดยใช้กระบวนการ GPAS 5 Steps ร่วมกับสื่อมัลติมีเดีย ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตร	
วิชาชีพชั้นปีที่ 2 แผนกคอมพิวเตอร์ธุรกิจ	
The development of Practical Skills and Academic Achievement on Editing	
Graphics Using the 5-Steps GPAS Process with Multimedia of the Second year	
Vocational Certificate Students	
เลไล ภาพันท์ และ แสงเดือน คงนาวัง	
Lalai Papun and Sangdun Kongnavang	
การประยุกต์ใช้สุนทรียศาสตร์เพื่อเพิ่มยอดขาย: กรณีศึกษาร้านธงชัยโฮมเฟอร์นิเจอร์.....	102
Applying Appreciative Inquiry for Increasing Sale: A Case Study of	
Thongchai Home Furniture	
ชุติกาญจน์ อติเวทิน	
Chutikan Atiwetin	

สารบัญ (ต่อ)

การตลาดเชิงประสบการณ์และส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อ.....	117
การกลับมาใช้บริการซ้ำของสถานบันเทิงในเขตภาคเหนือ	
The Experiential Marketing and Service Marketing Mix Affecting the Repurchase of Entertainment Venues in the Northern Region	
ภาศิริ เขตปิยรัตน์ อีราวัฒน์ ชมระกา และชัชชัย สุจริต	
Pasiri Khetpiyarat Irawat Chomraka and Chatchai Sucharit	
ผลกระทบของความผันผวนกระแสเงินสดและความผันผวนกำไรสุทธิ.....	135
ต่อมูลค่ากิจการบริษัทจดทะเบียนตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	
The Impact of Cash Flow Volatilities and Earning Volatilities on Firm Value of Listed Companies in the Shock Exchange of Thailand	
พิมพ์ผกา ใจมุข	
Phimpaka Jaimuk	
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนตราสินค้า กรณีศึกษา ผู้บริโภคสินค้าแกดเจ็ต.....	153
Factors Affecting Brand Advocacy: A Case Study of Gadgets Consumers	
อรณิข กำเกลี้ยง และ อานนท์ คำวรรณ	
Oranich Kumgliang and Anon Khamwon	
ผลกระทบของจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อคุณภาพ... 170	
รายงานทางการเงินของนักบัญชีในสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	
The Impact of Ethics of Accounting Professional and Efficiency Performance Affecting Financial Reporting Quality of Accountant in Accounting Office in the Northeastern Thailand	
ผกามาศ บุตรสาลี	
Pakamat Butsalee	

สารบัญ (ต่อ)

ความต้องการจำเป็นในการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาเอกชน.....	185
สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น	

The Needs for Developing Creative Leadership of Private School Administration
under Vocational Education Khon Kaen

ศรัญญา แยมข่มมัง และ วิเชียร รุ้ยยืนยง

Saranya Yamkamang and Wichian Rooyuenyong

การประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานขององค์กรจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย.....	197
ภายนอก กรณีศึกษาสถาบันการเงินของรัฐ	

Assessing the Integrity and Transparency of the Organization's Operations of
External Stakeholders Case Study of Public Financial Institutions

ธีระพงศ์ มลิวัลย์

Teerapong Maliwan

การจัดการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือ เพื่อเปรียบเทียบทักษะการเรียนรู้.....	211
และประเมินความพึงพอใจ ของนักเรียนระดับประถมศึกษา ในพื้นที่จังหวัดศรีสะเกษ	

Learning Management by Cooperative Learning for Comparing Learning Skills and
Satisfaction Assessment of Elementary School Students in Sisaket Province

دنۇفل سىبسۇرمان

Danupon Suebsurman

การศึกษาศักยภาพการให้บริการสปาล้านนา แบบไทยสับปายะเพื่อส่งเสริม.....	227
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงราย	

The Potential Study of Lanna Spa Services in Thai Sapaya Style to Promote
Healthy Tourism in Chiang Rai Province

นกระศ อุทธะยา และ สุรัชนี ยลธะศาสตร์

Nakharet Utchaya and Suratchanee Yolthasart

สารบัญ (ต่อ)

ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับสมรรถนะการทำงานของบุคลากร..... 241

ด้านคลินิกของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา

Relationship between Human Resources Management and Works

Competencies of Clinical Staff in the Porphat Hospital

at Nakornratchasima Province

ศศิพรรณ ลายจันทิก และ สุวรรณ เตชะธีระปรีดา

Sasiphan Laichanthuek and Suwanna Tachateerapreda

การศึกษาทักษะการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน โดยใช้การจัดการ..... 257

เรียนรู้แบบ S-STEM (Social Studies - STEM) ในรายวิชา ส 22107 สังคมศึกษา

ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนบ้านสาวิทยาสรรค์ จังหวัดกาฬสินธุ์

The Study of Creative Problem-solving Skills and Learning Achievement

Using Social Studies-STEM in Social Studies Courses (S 22107)

of Grade 8 Students at Bansawittayasarp School, Kalasin Province

กรรณิการ์ เกศคำขวา ลัดดา ศิลาโนย และ อังคณา ตุงคะสมิต

Kannikar Ketkamkhwa Ladda Silanoi and Angkana Tungkasamit

คำแนะนำในการเตรียมบทความ..... 275

สภาพความต้องการจำเป็นและแนวทางพัฒนาทักษะความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับ
ครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 1
Conditions, Needs and Guidelines of Digital Intelligence Skills
Development for Teachers in Schools under Nakhon Phanom
Primary Educational Service Area Office 1

รุ่งฤดี ศิริ¹, ชาญวิทย์ หาญรินทร์² และวัชรีย์ แซงบุญเรือง³

Rungruedee Siri¹, Chanwit Hanrin² and Watcharee Saengboonruang³

¹นักศึกษาหลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาการศึกษา

คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม

^{2,3}ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำหลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาการศึกษา

คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม

อีเมล: nanrung2008@gmail.com

วันที่รับบทความ(Received) วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)
14 ธันวาคม 2564 22 มกราคม 2565 22 มกราคม 2565

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของทักษะความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับครู (2) ประเมินความต้องการจำเป็นของทักษะความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับครู (3) พัฒนาแนวทางพัฒนาทักษะความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับครูในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 1 โดยมีกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ครู จำนวน 288 คน กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้เกณฑ์ และได้มาโดยการสุ่มแบบแบ่งชั้น เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มีจำนวน 4 ฉบับ คือ (1) แบบสอบถามสภาพปัจจุบันของทักษะความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับครู (2) แบบสอบถามสภาพที่พึงประสงค์ของทักษะความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับครู (3) แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างของแนวทางพัฒนาทักษะความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับครู และ (4) แบบประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของแนวทางพัฒนาทักษะความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับครู สถิติที่ใช้ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าดัชนีการจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นแบบปรับปรุง (PNI_{Modified}) ผลการวิจัยพบว่า (1) สภาพปัจจุบันโดยรวมอยู่ในระดับมาก สภาพที่พึงประสงค์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (2) ความต้องการจำเป็นของทักษะที่มีค่าสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ทักษะในการรับมือกับการคุกคามบนโลกออนไลน์ ทักษะในการใช้เทคโนโลยีอย่างมีจริยธรรม ทักษะในการรักษาความปลอดภัยของตนเองบนโลกออนไลน์ และ (3) แนวทางพัฒนาทักษะความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับครู โดยรวมพบว่า มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด และมีความเป็นไปได้อยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: สภาพทักษะความฉลาดทางดิจิทัล, ความต้องการจำเป็น,
การพัฒนาทักษะความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับครู

ABSTRACT

The purposes of this research were (1) to study current and desirable conditions for digital intelligence skills for teachers, (2) to assess needs for digital intelligence skills for teachers, and (3) to develop guidelines of digital Intelligence skills development for teachers under Nakhon Phanom Primary Educational Service Area Office 1. The samples were 288 teachers by the criterion, and they were selected by Stratified Random Sampling. There were 4 instruments used in this research: (1) Questionnaire in current conditions for digital intelligence skills for teachers; (2) Questionnaire in desirable conditions for digital intelligence skills for teachers; (3) A structured-interview form regarding guidelines of digital intelligence skills development for teachers; and (4) A suitability and possibility assessment form of guidelines of digital intelligence skills development for teachers. The statistics used were percentage, mean, standard deviation, and priority needs index (PNI_{Modified}). The results were as follows: (1) The overall current conditions was at a high level, and the overall desirable conditions was at the highest level. (2) The needs of digital intelligence skills for teachers, with first Top 3 are Cyber-bullying Management; Digital Empathy; Cybersecurity Management. (3) The guidelines of digital intelligence skills for teachers, in overall, gained the suitability at the highest level and the possibility at a high level.

Keywords: Conditions, Needs, Digital Intelligence Skills Development for Teachers

บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีดิจิทัลได้กลายเป็นความจำเป็นต่อชีวิตของคนเราอย่างขาดไม่ได้ ทั้งการสื่อสารการทำงาน ไปจนถึงการใช้ชีวิตส่วนตัว ซึ่งประเทศไทยได้มีการดำเนินโครงการดิจิทัลไทยแลนด์ (Digital Thailand) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของสังคม นวัตกรรม ข้อมูล ทุนมนุษย์ และทรัพยากรอื่น ๆ สร้างโอกาสทางสังคมอย่างเท่าเทียม ด้วยการสร้างโอกาสให้คนไทยสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ต ข้อมูลข่าวสาร รวมทั้งบริการต่าง ๆ ผ่านสื่อดิจิทัลได้อย่างเต็มที่ เป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนให้เท่าเทียมกัน สนับสนุนบุคลากรให้พร้อมสำหรับโลกดิจิทัล ด้วยการเพิ่มความรู้ ทักษะที่เหมาะสมต่อการดำเนินชีวิตและการประกอบอาชีพในยุคดิจิทัล ให้บุคลากรมีความเข้าใจเกี่ยวกับโลกดิจิทัลอย่างถ่องแท้ (สำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี, 2559, น.12-13)

ความก้าวหน้าอย่างก้าวกระโดดในด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี ที่นิยมเรียกรวม ๆ ว่า เทคโนโลยี ดิจิทัลนั้น ทำให้การจัดการศึกษาของไทยต้องเปลี่ยนแปลงปฏิรูปอย่างขนานใหญ่ เพื่อพัฒนาพลเมืองที่มี ความรู้ ทักษะทำงานกับเทคโนโลยีดิจิทัล ฉลาด รับผิดชอบ คิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ ประยุกต์ใช้เป็น มีความสามารถในการทำงาน แก้ไขปัญหา และแข่งขันทางเศรษฐกิจได้มากขึ้น ประเทศที่ไม่สามารถปฏิรูป การจัดการศึกษาของตนให้ก้าวตามทันเทคโนโลยีสมัยใหม่ได้ จะถูกทอดทิ้งให้ล้าหลังตกต่ำลง ประชากรจะ ตกงานและยากจนเพิ่มขึ้น (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2562)

คนไทยเข้าถึงและใช้อินเทอร์เน็ตเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันมากขึ้นเรื่อย ๆ ใช้เวลากับ อินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อวันละ 6 ชั่วโมง 24 นาที หรือคิดเป็น 1 ใน 4 ของเวลาแต่ละวัน การใช้อินเทอร์เน็ต ในปัจจุบันนับเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต แต่ผู้คนส่วนใหญ่ยังขาดทักษะและความรู้ที่จำเป็นต่อการใช้ประโยชน์จาก โอกาสดังกล่าว ไม่รู้ถึงวิธีลดผลกระทบจากความเสี่ยงในโลกออนไลน์ ขาดความเข้าใจเรื่องสิทธิและ ความรับผิดชอบในโลกยุคดิจิทัล (ธนวัฒน์ เจริญญา, 2563)

ทักษะความฉลาดทางดิจิทัล ถือเป็นความสามารถที่ควรนำมาใช้ในการพัฒนาคุณภาพของเยาวชน ไทยและพลเมืองผู้ใช้งานสื่อดิจิทัล สื่อสังคมออนไลน์ให้เข้าใจบรรทัดฐานของการปฏิบัติตัวให้เหมาะสม มีความรับผิดชอบในการใช้เทคโนโลยี โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารในยุคดิจิทัล ซึ่งเป็นการสื่อสาร ที่ไร้พรมแดน สมาชิกของโลกออนไลน์ทุกคนที่ใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตบนโลก ดังนั้นพลเมืองดิจิทัลจึงต้องมึ ความรับผิดชอบ มีจริยธรรม เห็นอกเห็นใจและเคารพผู้อื่น มีส่วนร่วมและมุ่งเน้นความเป็นธรรมในสังคม (สรานนท์ อินทนนท์, 2563) ทั้งนี้ ทักษะความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับครูมีส่วนช่วยสร้างสรรค์ประโยชน์ใน การใช้งานดิจิทัลสามารถเผชิญกับความเสี่ยงและภัยอันตรายได้มากขึ้น จึงถือเป็นทักษะที่สำคัญยิ่งที่พลเมือง ดิจิทัล โดยเฉพาะครูจำเป็นต้องพัฒนา เพื่อให้รู้เท่าทัน เป็นเกราะป้องกันภัยความเสี่ยงให้กับตนเองและ นักเรียนได้ (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2562)

ปัจจุบันทักษะความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับครูในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 1 ยังไม่ปรากฏกระบวนการอบรมและพัฒนาครูอย่างเป็นรูปธรรม อีกทั้งสถานศึกษาขาดแคลน บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้าน ICT ครูมีจุดอ่อนในด้านทักษะ ความรู้ ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี จึงทำให้สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 1 มุ่งเน้นการพัฒนาทักษะที่จำเป็นใน ศตวรรษที่ 21 ของครูให้เป็นครูยุคใหม่ มีประสิทธิภาพในการจัดการเรียนการสอนตามหลักสูตรฐานสมรรถนะ มีทักษะในการปฏิบัติหน้าที่ได้ดี มีความรู้ ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล มีการพัฒนาตนเองทาง วิชาชีพอย่างต่อเนื่อง สอดรับกับทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 1, 2564)

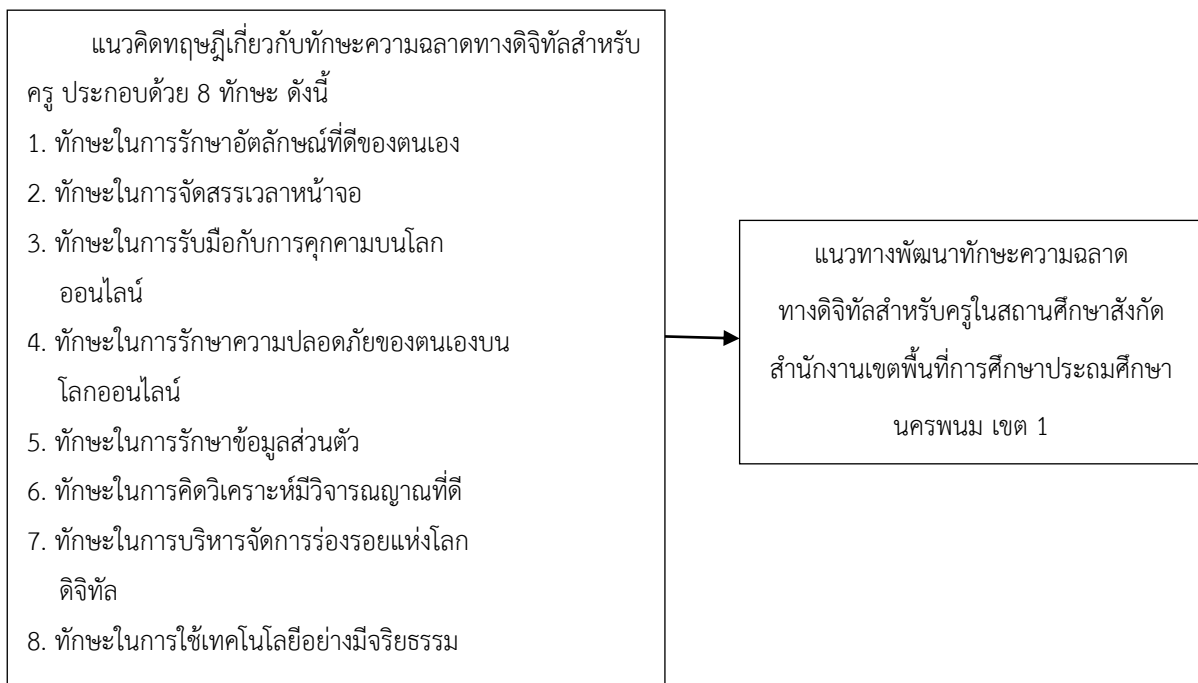
จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาในเรื่อง สภาพ ความต้องการจำเป็นและแนวทางพัฒนาทักษะความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับครูในสังกัดสำนักงานเขต พื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 1 เพื่อจะได้นำผลของงานวิจัยนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง และพัฒนาทักษะความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับครูให้มีคุณภาพต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของทักษะความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 1
2. เพื่อประเมินความต้องการจำเป็นของทักษะความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 1
3. เพื่อพัฒนาแนวทางพัฒนาทักษะความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 1

กรอบแนวคิดของการวิจัย

จากการศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทักษะความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับครู ผู้วิจัยได้ยึดแนวคิดหลักจากสรานนท์ อินทนนท์ (2563) ได้กรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 1 จำนวน 2,726 คน ปีการศึกษา 2564 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ครู จำนวน 288 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้เกณฑ์ (บุญชม ศรีสะอาด, 2560) และสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) (บุญชม ศรีสะอาด, 2560)

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

1. แบบสอบถามเพื่อการวิจัยเรื่อง ทักษะความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 1 เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ประกอบด้วย ตอนที่ 1 ข้อมูลขนาดสถานศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของทักษะความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนมเขต 1 ซึ่งผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง มีค่าระหว่าง 0.80 – 1.00 ค่าอำนาจจำแนกรายชื่อของแบบสอบถามสภาพปัจจุบัน มีค่าระหว่าง 0.75 – 0.93 ค่าอำนาจจำแนกรายชื่อของแบบสอบถามสภาพที่พึงประสงค์ มีค่าระหว่าง 0.41 – 0.96 ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับของแบบสอบถามสภาพปัจจุบัน มีค่าเท่ากับ 0.99 และค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับของแบบสอบถามสภาพที่พึงประสงค์ มีค่าเท่ากับ 0.98

2. แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างของแนวทางพัฒนาทักษะความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 1 เป็นคำถามแบบปลายเปิด ประกอบด้วย ตอนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์ ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาทักษะความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 1 ตามแนวคิดทักษะความฉลาดทางดิจิทัล 8 ทักษะ ได้แก่ ทักษะในการรักษาอัตลักษณ์ที่ดีของตนเอง ทักษะในการจัดสรรเวลาหน้าจอ ทักษะในการรับมือกับการคุกคามบนโลกออนไลน์ ทักษะในการรักษาความปลอดภัยของตนเองบนโลกออนไลน์ ทักษะในการรักษาข้อมูลส่วนตัว ทักษะในการคิดวิเคราะห์มีวิจารณญาณที่ดี ทักษะในการบริหารจัดการร่องรอยแห่งโลกดิจิทัล และทักษะในการใช้เทคโนโลยีอย่างมีจริยธรรม ซึ่งผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง มีค่าระหว่าง 0.60 – 1.00

3. แบบประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของแนวทางพัฒนาทักษะความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 1 เป็นแบบตรวจสอบรายการและแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ประกอบด้วย ตอนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ทรงคุณวุฒิ ตอนที่ 2 แนวทางพัฒนาทักษะความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนมเขต 1 จำนวน 8 ทักษะ ซึ่งผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องมีค่าเท่ากับ 1.00

วิธีรวบรวมข้อมูล

ระยะที่ 1 การศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ และประเมินความต้องการจำเป็นของทักษะความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 1 มีวิธีรวบรวมข้อมูลโดยขอหนังสือจากงานบัณฑิตศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม จากนั้นนำหนังสือขอความอนุเคราะห์พร้อมด้วย

แบบสอบถาม (Google Forms) จำนวน 288 ฉบับ ส่งถึงสถานศึกษาจำนวน 63 แห่ง เก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบกลับของแบบสอบถาม และตรวจสอบความสมบูรณ์ ครบถ้วนของข้อมูล

ระยะที่ 2 การพัฒนาแนวทางพัฒนาทักษะความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 1 มีวิธีรวบรวมข้อมูลโดยขอหนังสือขออนุญาตในการสัมภาษณ์ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศ จากนั้นประสานงานทางโทรศัพท์ นัดหมายวัน เวลาในการสัมภาษณ์ แล้วนำหนังสือขออนุญาตพร้อมด้วยแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เข้าสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 3 ท่าน รวม 3 ฉบับ เก็บรวบรวมแบบสัมภาษณ์กลับคืนมาจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการเก็บด้วยตนเอง ซึ่งเมื่อดำเนินการสัมภาษณ์ และสังเคราะห์ แนวทางพัฒนาทักษะความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 1 ผู้วิจัยได้ขอหนังสือขอความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ จากนั้นนำหนังสือขอความอนุเคราะห์พร้อมด้วยแบบประเมินแนวทางพัฒนา ส่งถึงผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน รวม 5 ฉบับ เก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบกลับของแบบประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ และตรวจสอบความสมบูรณ์ ครบถ้วนของข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล หาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Validity) ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Congruence : IC) หาค่าอำนาจจำแนกรายข้อของเครื่องมือที่เป็นแบบสอบถาม โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) ระหว่างคะแนนของแบบสอบถามแต่ละข้อกับคะแนนรวม (Item – total Correlation) และหาค่าความเชื่อมั่น ของแบบสอบถามทั้งฉบับโดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และค่าดัชนีการจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นแบบปรับปรุง โดยใช้สูตร Modified Priority Needs Index (PNI_{Modified})

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของทักษะความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ โดยรวมและจำแนกเป็นรายทักษะ

ทักษะความฉลาดทางดิจิทัล	สภาพปัจจุบัน			สภาพที่พึงประสงค์		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ทักษะในการรักษาอัตลักษณ์ที่ดีของตนเอง	4.41	0.31	มาก	4.61	0.31	มากที่สุด
2. ทักษะในการจัดสรรเวลาหน้าจอ	4.37	0.26	มาก	4.57	0.26	มากที่สุด
3. ทักษะในการรับมือกับการคุกคามบนโลกออนไลน์	4.25	0.38	มาก	4.59	0.27	มากที่สุด
4. ทักษะในการรักษาความปลอดภัยของตนเองบนโลกออนไลน์	4.32	0.37	มาก	4.64	0.29	มากที่สุด
5. ทักษะในการรักษาข้อมูลส่วนตัว	4.48	0.31	มาก	4.75	0.27	มากที่สุด
6. ทักษะในการคิดวิเคราะห์วิจารณ์อย่างดี	4.48	0.31	มาก	4.80	0.20	มากที่สุด
7. ทักษะในการบริหารจัดการร่องรอยแห่งโลกดิจิทัล	4.50	0.31	มาก	4.80	0.20	มากที่สุด
8. ทักษะในการใช้เทคโนโลยีอย่างมีจริยธรรม	4.47	0.30	มาก	4.81	0.21	มากที่สุด
รวม	4.41	0.15	มาก	4.69	0.14	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า สภาพปัจจุบัน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.41$) เมื่อพิจารณาเป็นรายทักษะ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกทักษะ ($\bar{X} = 4.25 - 4.50$) ทักษะที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ทักษะในการบริหารจัดการร่องรอยแห่งโลกดิจิทัล ($\bar{X} = 4.50$) และทักษะที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ทักษะในการรับมือกับการคุกคามบนโลกออนไลน์ ($\bar{X} = 4.25$) ส่วนสภาพที่พึงประสงค์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.69$) เมื่อพิจารณาเป็นรายทักษะ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกทักษะ ($\bar{X} = 4.57 - 4.81$) ทักษะที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ทักษะในการใช้เทคโนโลยีอย่างมีจริยธรรม ($\bar{X} = 4.81$) และทักษะที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ทักษะในการจัดสรรเวลาหน้าจอ ($\bar{X} = 4.57$)

2. ผลการประเมินความต้องการจำเป็นของทักษะความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 1

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ ค่าดัชนีการจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นแบบปรับปรุง (PNI_{Modified}) และลำดับความต้องการจำเป็นของทักษะความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 1 โดยรวมและจำแนกเป็นรายทักษะ

ทักษะความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับครู	D	I	PNI _{Modified}	ลำดับความต้องการจำเป็น
1. ทักษะในการรักษาอัตลักษณ์ที่ดีของตนเอง	4.41	4.61	0.045	7
2. ทักษะในการจัดสรรเวลาหน้าจอ	4.37	4.57	0.045	7
3. ทักษะในการรับมือกับการคุกคามบนโลกออนไลน์	4.25	4.59	0.080	1
4. ทักษะในการรักษาความปลอดภัยของตนเองบนโลกออนไลน์	4.32	4.64	0.074	3
5. ทักษะในการรักษาข้อมูลส่วนตัว	4.48	4.75	0.060	6
6. ทักษะในการคิดวิเคราะห์วิจารณ์อย่างมีวิจารณญาณที่ดี	4.48	4.80	0.071	4
7. ทักษะในการบริหารจัดการร่องรอยแห่งโลกดิจิทัล	4.50	4.80	0.066	5
8. ทักษะในการใช้เทคโนโลยีอย่างมีจริยธรรม	4.47	4.81	0.076	2
รวม	4.41	4.69	0.063	-

จากตารางที่ 2 พบว่า ค่าดัชนีการจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นแบบปรับปรุง (PNI_{Modified}) โดยรวม มีค่าเท่ากับ 0.063 เมื่อพิจารณาลำดับความต้องการจำเป็นรายทักษะ พบว่า ทักษะที่มีค่าสูงกว่าค่าโดยรวมนั้นมี 5 ทักษะ ได้แก่ ทักษะที่ 3 ทักษะในการรับมือกับการคุกคามบนโลกออนไลน์ มีค่าเท่ากับ 0.080 ทักษะที่ 8 ทักษะในการใช้เทคโนโลยีอย่างมีจริยธรรม มีค่าเท่ากับ 0.076 ทักษะที่ 4 ทักษะในการรักษาความปลอดภัยของตนเองบนโลกออนไลน์ มีค่าเท่ากับ 0.074 ทักษะที่ 6 ทักษะในการคิดวิเคราะห์วิจารณ์อย่างมีวิจารณญาณที่ดี มีค่าเท่ากับ 0.071 และทักษะที่ 7 ทักษะในการบริหารจัดการร่องรอยแห่งโลกดิจิทัล มีค่าเท่ากับ 0.066 ตามลำดับ

3. ผลการพัฒนาแนวทางพัฒนาทักษะความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 1

แนวทางพัฒนาทักษะความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 1

1. ทักษะในการรักษาอัตลักษณ์ที่ดีของตนเอง ครูควรศึกษาข้อมูล เรียนรู้จากสื่อที่หลากหลาย เพื่อประเมินความน่าเชื่อถือ ความเป็นไปได้ ก่อนเผยแพร่ข้อมูลออกสู่สาธารณชน ควรศึกษาหาข้อมูลต่าง ๆ จากหน่วยงานหรือองค์กรที่น่าเชื่อถือทั้งของรัฐและเอกชน อีกทั้งแสดงออกต่อผู้อื่นบนโลกออนไลน์ ด้วยความเป็นกัลยาณมิตรใช้ถ้อยคำที่ดี มีเหตุผลและจริงใจ

2. ทักษะในการจัดสรรเวลาหน้าจอ ครูควรเป็นต้นแบบที่ดีแก่นักเรียน ผู้ปกครอง เพื่อนร่วมงาน ในการใช้งานอินเทอร์เน็ตให้เหมาะสมกับเพศ ช่วงวัย อาชีพ และสภาพแวดล้อม แนะนำการใช้งานอินเทอร์เน็ตอย่างเหมาะสมให้นักเรียน โดยเลือกศึกษาข้อมูลจากเว็บไซต์ทางการศึกษาหรือหน่วยงานทางการศึกษา อีกทั้งเลือกใช้โปรแกรมที่ตนเองถนัดเพื่อให้การทำงานสะดวกและใช้เวลาบนหน้าจอหรืออุปกรณ์ดิจิทัลเท่าที่จำเป็น

3. ทักษะในการรับมือกับการคุกคามบนโลกออนไลน์ ครูควรศึกษาขั้นตอนการรับมือกับการถูกคุกคามบนโลกออนไลน์อย่างถูกวิธี มีสติ วุฒิภาวะในการควบคุมอารมณ์ ของตนเองก่อนการโต้ตอบบนโลกออนไลน์ อีกทั้งถ่ายทอดข่าวสารเกี่ยวกับภัยคุกคามและวิธีการรับมือให้กับบุคคลอื่นได้ตระหนัก เพื่อป้องกันภัยบนโลกออนไลน์ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

4. ทักษะในการรักษาความปลอดภัยของตนเองในโลกออนไลน์ ครูควรพัฒนาตนเองให้เท่าทันกับสถานการณ์หรือเหตุการณ์ในปัจจุบันเพื่อรักษาความปลอดภัยของตนเองบนโลกออนไลน์ ศึกษาวิธีการแก้ไขรหัสผ่านหรือการยืนยันตัวตนในบัญชีออนไลน์ เมื่อเกิดความผิดปกติขึ้นรีบดำเนินการแก้ไขโดยทันที อีกทั้งให้ความรู้ สร้างความตระหนักกับบุคคลอื่นเกี่ยวกับการตั้งและใช้รหัสผ่านบัญชีที่รัดกุม ปลอดภัย

5. ทักษะในการรักษาข้อมูลส่วนตัว ครูควรคำนึงถึงความปลอดภัยของตนเอง ครอบครัว ชุมชนและองค์กร เมื่อต้องกรอกข้อมูลส่วนตัวลงบนเว็บไซต์ มีสติในการใช้งานอินเทอร์เน็ต โดยไม่กรอกข้อมูลที่อยู่ เลขบัตรประจำตัวประชาชน เลขบัญชีธนาคารหรือจุดเช็คอินโดยพลการ อีกทั้งสร้างความตระหนักเกี่ยวกับการรักษาข้อมูลส่วนตัวให้บุคคลรอบข้างได้ทราบ เพื่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตอย่างปลอดภัย

6. ทักษะในการคิดวิเคราะห์มีวิจารณญาณที่ดี ครูควรศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล จากบทความวิชาการ งานวิจัย รวมถึงเอกสารของหน่วยงานหรือองค์กรที่น่าเชื่อถือ เชื่อในข้อมูล ข่าวสารที่มีแหล่งที่มาอย่างชัดเจน มีข้อสนับสนุน พิสูจน์ได้ น่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับของสังคม อีกทั้งวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ อย่างมีสติใช้เหตุผลประกอบการพิจารณา โดยไม่ยึดกับความชอบหรือความพอใจของตนเอง

7. ทักษะในการบริหารจัดการร่องรอยแห่งโลกดิจิทัล ครูควรระมัดระวัง ไม่ยืนยันหรือไม่ยินยอมให้เว็บไซต์ต่าง ๆ เข้าถึงบัญชีส่วนตัวทุกกรณี ตรวจสอบประวัติการใช้งานในบัญชีย้อนหลัง หากพบการเผยแพร่ข้อมูลที่ไม่เหมาะสมหรือส่งผลกระทบต่อผู้อื่น ให้จัดการนำข้อมูลเหล่านั้นออกจากบัญชี อีกทั้งสร้างความตระหนักเกี่ยวกับร่องรอยดิจิทัลให้ผู้อื่นได้ทราบ ชี้แนะถึงการนำเข้าข้อมูล โดยให้คำนึงถึงผลที่จะเกิดขึ้นเสมอ

8. ทักษะในการใช้เทคโนโลยีอย่างมีจริยธรรม ครูควรเข้าใจ เห็นใจ ให้กำลังใจผู้อื่นบนโลกออนไลน์ ด้วยถ้อยคำที่สุภาพ จริงใจ ให้เกียรติ เข้าใจสิทธิ เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น เคารพทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น อีกทั้งพิจารณาความถูกต้อง ละเอียด ชัดเจน น่าเชื่อถือของข้อมูล ก่อนการนำข้อมูลไปใช้

ผลการประเมินแนวทางการพัฒนาทักษะความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 1

ตารางที่ 3 ค่าการตรวจสอบประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของแนวทางพัฒนา โดยรวม และจำแนกเป็นรายทักษะ

แนวทางพัฒนาทักษะความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับครู	ความเหมาะสม			ความเป็นไปได้		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ทักษะในการรักษาอัตลักษณ์ที่ดีของตนเอง	4.72	0.23	มากที่สุด	4.40	0.40	มาก
2. ทักษะในการจัดสรรเวลาหน้าจอ	4.68	0.23	มากที่สุด	4.52	0.36	มากที่สุด
3. ทักษะในการรับมือกับการคุกคามบนโลกออนไลน์	4.76	0.26	มากที่สุด	4.44	0.71	มาก
4. ทักษะในการรักษาความปลอดภัยของตนเองบนโลกออนไลน์	4.56	0.46	มากที่สุด	4.32	0.67	มาก
5. ทักษะในการรักษาข้อมูลส่วนตัว	4.76	0.33	มากที่สุด	4.60	0.40	มากที่สุด
6. ทักษะในการคิดวิเคราะห์มีวิจารณญาณที่ดี	4.64	0.36	มากที่สุด	4.40	0.51	มาก
7. ทักษะในการบริหารจัดการร่องรอยแห่งโลกดิจิทัล	4.64	0.43	มากที่สุด	4.40	0.57	มาก
8. ทักษะในการใช้เทคโนโลยีอย่างมีจริยธรรม	4.72	0.39	มากที่สุด	4.48	0.48	มาก
รวม	4.69	0.30	มากที่สุด	4.45	0.46	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ความเหมาะสมของแนวทางพัฒนา โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.69$) เมื่อพิจารณาเป็นรายทักษะ อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน ทักษะที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ทักษะในการรับมือกับการคุกคามบนโลกออนไลน์และทักษะในการรักษาข้อมูลส่วนตัว ($\bar{X} = 4.76$) และทักษะที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ทักษะในการรักษาความปลอดภัยของตนเองบนโลกออนไลน์ ($\bar{X} = 4.56$) ส่วนความเป็นไปได้ของแนวทางพัฒนา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.45$) เมื่อพิจารณาเป็นรายทักษะ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 2 ด้าน คือ ทักษะในการรักษาข้อมูลส่วนตัว ($\bar{X} = 4.76$) และทักษะในการจัดสรรเวลาหน้าจอ ($\bar{X} = 4.68$) อยู่ในระดับมาก 3 ด้าน ทักษะที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ทักษะในการรักษาข้อมูลส่วนตัว ($\bar{X} = 4.60$) และทักษะที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ทักษะในการรักษาความปลอดภัยของตนเองบนโลกออนไลน์ ($\bar{X} = 4.32$)

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง สภาพ ความต้องการจำเป็นและแนวทางพัฒนาทักษะความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 1 ผู้วิจัยพบว่า มีประเด็นน่าสนใจที่นำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. การศึกษาสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของทักษะความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 1

การศึกษาสภาพปัจจุบัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะครูให้ความสำคัญตระหนักและมีความรู้เกี่ยวกับทักษะดิจิทัล ตามแผนพัฒนาการศึกษาที่หน่วยงานต้นสังกัดได้นำเอาแนวทางมาพัฒนาครูให้เป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้ ได้รับการพัฒนาศักยภาพตามสมรรถนะวิชาชีพ รวมถึงสมรรถนะในศตวรรษที่ 21 (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 1, 2564) อีกทั้งเทคโนโลยีดิจิทัลมีความเกี่ยวข้องกับการใช้ชีวิตในปัจจุบันเป็นอย่างมาก เพื่อให้สามารถใช้ชีวิตอยู่ในยุคที่เต็มไปด้วยข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยี จึงต้องเข้าใจ ตระหนักถึงความฉลาดทางดิจิทัลอยู่เสมอ (สรานนท์ อินทนนท์, 2563) สอดคล้องกับงานวิจัยของธัญลักษณ์ จำจด (2561) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านทักษะความเข้าใจและใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Literacy) ของครู กศน.ตำบล สังกัด สำนักงาน กศน.จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า ระดับสมรรถนะปัจจุบันของครู กศน.ตำบล อยู่ในระดับมาก

การศึกษาสภาพที่พึงประสงค์ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะการพัฒนาศักยภาพครูในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 1 ให้ความสำคัญในการจัดการเรียนการสอน สอดรับกับทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 1, 2564) อีกทั้งครูมีการใช้งานอุปกรณ์และเทคโนโลยีอยู่เสมอทั้งในชีวิตประจำวันและการทำงานโดยพัฒนาตนเองให้มีความฉลาดทางดิจิทัลให้สามารถ “เข้าใจ” ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี มีการเรียนรู้ด้วยตนเองทุกที่ ทุกเวลา เพื่อให้สามารถ “เลือกใช้” และ “สร้าง” สื่อและเทคโนโลยีดิจิทัลได้เหมาะสมกับองค์ความรู้ที่ต้องการจะถ่ายทอด (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2562)

สอดคล้องกับงานวิจัยของณกันยา ไวกำ(2563) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การเสริมสร้างความเป็นพลเมืองดิจิทัลของครูผู้สอนในโรงเรียนสังกัดองค์การบริหารส่วนจังหวัดขอนแก่น โดยใช้การนิเทศแบบร่วมพัฒนา ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการดำเนินการวิจัยแบบมีส่วนร่วม ส่งเสริมให้ขั้นตอนร่วมกับการนิเทศแบบร่วมพัฒนา ปฏิบัติการจำนวน 2 วงรอบนั้น มีความประสงค์พัฒนาความเป็นพลเมืองดิจิทัลในภาพรวม ในระดับมากที่สุด

2. การประเมินความต้องการจำเป็นของทักษะความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนครพม เขต 1 พบว่า ทักษะที่มีค่าสูงสุด คือ ทักษะในการรับมือกับการคุกคามบนโลกออนไลน์ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะบุคลากรยังขาดความรู้ ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง มีระบบการพัฒนาครูไม่สอดคล้องกับสภาพปัญหาและการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี อีกทั้งขาดแคลนบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในด้าน ICT (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนครพม เขต 1, 2564) อีกทั้งเกิดการสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ที่มีคุณภาพและเหมาะสม โดยเฉพาะต่อเด็กและเยาวชน ครูจึงจำเป็นต้องพัฒนาตนเองให้มีความฉลาดทางดิจิทัล สามารถเข้าใจ เลือกใช้ และสร้างสรรค์การเรียนรู้ให้เหมาะสมกับพฤติกรรม การเรียนรู้ของผู้เรียนทุกช่วงวัย อีกทั้ง เป็นโค้ชคอยชี้แนะการเป็นพลเมืองดีทั้งในโลกจริงและโลกเสมือน (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2562) สอดคล้องกับงานวิจัยของวีรวิทย์ เลิศรัตน์ธำรงกุล(2564) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การกลั่นแกล้งกันในพื้นที่ไซเบอร์ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น: ความชุก วิธีการจัดการปัญหา และพฤติกรรมเสี่ยง ผลการวิจัยพบว่า มาตรการจัดการปัญหาการกลั่นแกล้งในพื้นที่ไซเบอร์ ส่วนใหญ่จะแก้ปัญหาโดยปรึกษาเพื่อนสนิทก่อน ครูจะต้องมีบทบาทไม่เพิกเฉยต่อการกลั่นแกล้งกันและควรแก้ไขปัญหาค่ต้นตอ

3. แนวทางพัฒนาทักษะความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนครพม เขต 1

3.1 ทักษะในการรักษาอัตลักษณ์ที่ดีของตนเอง ครูควรแสดงความคิดเห็น ความรู้สึก ความเห็นใจและทัศนคติเชิงบวกต่อผู้อื่นเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ตนเอง ศึกษาข้อมูล เรียนรู้จากสื่อที่หลากหลายเพื่อประเมินความน่าเชื่อถือ และความเป็นไปได้ก่อนเผยแพร่ข้อมูลออกสู่สาธารณชน เข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ โดยอ้างอิงจากหน่วยงานหรือองค์กรที่น่าเชื่อถือทั้งของรัฐและเอกชน สอดคล้องกับงานวิจัยของนิตยา นาคอินทร์ (2563) ได้ทำการวิจัยเรื่อง 8 ทักษะ “ความฉลาดทางดิจิทัล” ของนักศึกษาวิชาชีพครูสู่การเป็นพลเมือง 4.0 ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาวิชาชีพครูต้องสามารถสร้างอัตลักษณ์ที่ดีของตนเองทั้งในโลกออนไลน์และโลกความจริงในแง่บวก ทั้งความคิด ความรู้สึก และการกระทำโดยมีวิจารณญาณในการรับส่งข่าวสารและแสดงความคิดเห็น เข้าใจและเห็นใจผู้ร่วมใช้งานในสังคมออนไลน์ และรู้จักรับผิดชอบต่อการกระทำไม่ทำผิดกฎหมาย จริยธรรมในโลกออนไลน์

3.2 ทักษะในการจัดสรรเวลาหน้าจอ ครูควรบริหารจัดการเวลาในการใช้งานอินเทอร์เน็ต อุปกรณ์ดิจิทัลในชีวิตประจำวันอย่างสมดุล เหมาะสม เป็นต้นแบบที่ดีแก่นักเรียน ผู้ปกครอง เพื่อนร่วมงานใน

การใช้งานอินเทอร์เน็ตให้เหมาะสมกับเพศ ช่วงวัย อาชีพ และสภาพแวดล้อม แนะนำการใช้งานอินเทอร์เน็ตอย่างเหมาะสมให้นักเรียน สอดคล้องกับงานวิจัยของราณี จินสุทธิ์ (2564) ได้ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาครูวิถีใหม่ฉลาดรู้เท่าทันดิจิทัล ผลการวิจัยพบว่า ควรรู้จักการสร้างสมดุลระหว่างการใช้เวลาหน้าจอ และรู้จักจัดกิจกรรมที่ต้องทำในชีวิตประจำวันโดยไม่กระทบต่อสุขภาพตนเองและความสัมพันธ์กับคนรอบข้าง กำหนดระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์

3.3 ทักษะในการรับมือกับการคุกคามบนโลกออนไลน์ ครูควรมีความรู้ เข้าใจ ถึงปัญหาสาเหตุ วิธีการรับมือ เมื่อถูกคุกคามบนโลกออนไลน์ศึกษาขั้นตอนการรับมือกับการถูกคุกคามบนโลกออนไลน์อย่างถูกวิธี มีสติ วุฒิภาวะในการควบคุมอารมณ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของอดิพร เกิดเรือง (2563) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การส่งเสริมความฉลาดทางดิจิทัลของสังคมไทย ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการรับมือกับการคุกคามบนโลกออนไลน์ ได้แก่ มีความสามารถในการรับมือกับปัญหาการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ได้อย่างชาญฉลาด เช่น การส่งเสริมให้เด็กและเยาวชนตระหนักถึงการป้องกันภัยที่อยู่ในโลกดิจิทัล

3.4 ทักษะในการรักษาความปลอดภัยของตนเองบนโลกออนไลน์ ครูควรสร้างระบบความปลอดภัยที่รัดกุมปกป้องความเสียหายที่จะเกิดขึ้นกับข้อมูลหรืออุปกรณ์ดิจิทัล พัฒนาตนเองให้เท่าทันกับสถานการณ์หรือเหตุการณ์ในปัจจุบันศึกษาวิธีการแก้ไขข้อผิดพลาดหรือการยืนยันตัวตนในบัญชีออนไลน์ สอดคล้องกับงานวิจัยของนิตยา นาคินทร์ (2563) ได้ทำการวิจัยเรื่อง 8 ทักษะ “ความฉลาดทางดิจิทัล” ของนักศึกษาวิชาชีพรู้การเป็นพลเมือง 4.0 ผลการวิจัยพบว่า สามารถ ป้องกันข้อมูลด้วยการสร้างระบบความปลอดภัยและป้องกันการโจรกรรมข้อมูล ในการรักษาความปลอดภัย ของตนเองในโลกออนไลน์ การรักษา และปกป้องอุปกรณ์ดิจิทัล ข้อมูลที่จัดเก็บและข้อมูลส่วนตัว ไม่ให้เสีย หายหรือถูกโจรกรรมจากผู้ไม่หวังดีในโลกไซเบอร์

3.5 ทักษะในการรักษาข้อมูลส่วนตัว ครูควรใส่ใจกับการตั้งค่าความเป็นส่วนตัว นำเข้าข้อมูลเฉพาะข้อมูลพื้นฐานเท่านั้นสร้างความตระหนักเกี่ยวกับการรักษาข้อมูลส่วนตัวให้บุคคลรอบข้างได้ทราบ เพื่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตอย่างปลอดภัย สอดคล้องกับงานวิจัยของราณี จินสุทธิ์ (2564) ได้ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาครูวิถีใหม่ฉลาดรู้เท่าทันดิจิทัล ผลการวิจัยพบว่า ไม่ควรเปิดเผยข้อมูลของตนเองบนโลกออนไลน์มากเกินไป เช่น ชื่อ สกุล สถานที่ติดต่อ สถานที่ทำงาน หมายเลขโทรศัพท์ ไม่ส่งรูปภาพ รายละเอียดบัตรเครดิตหรือบัญชีธนาคารหรือข้อมูลอื่น ๆ ไม่บอกรหัสผ่านให้แก่ใคร ไม่ตั้งรหัสผ่านของบัญชีใช้งานที่ง่ายเกินไป

3.6 ทักษะในการคิดวิเคราะห์มีวิจารณญาณที่ดี ครูควรรู้จักการวิเคราะห์ สังเคราะห์ ประเมินค่าข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ บนโลกออนไลน์อยู่เสมอศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล จากบทความวิชาการงานวิจัย รวมถึงเอกสารของหน่วยงานหรือองค์กรที่น่าเชื่อถือสอดคล้องกับงานวิจัยของอดิพร เกิดเรือง (2563) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การส่งเสริมความฉลาดทางดิจิทัลของสังคมไทย ผลการวิจัยพบว่า ควรมีความสามารถในการคิด วิเคราะห์ แยกแยะข้อมูลบนโลกดิจิทัล ตั้งแต่ว่าเป็นข้อมูลจริง หรือปลอม มาจากแหล่งที่มีความน่าเชื่อถือไหม เป็นประโยชน์หรือเป็นอันตราย

3.7 ทักษะในการบริหารจัดการร่องรอยแห่งโลกดิจิทัล ครูควรเข้าใจ ยอมรับผลที่เกิดขึ้น การกระทำของตนเอง อย่างมีสำนึกรับผิดชอบอยู่เสมอไม่ยืนยันหรือไม่ยินยอมให้เว็บไซต์ต่าง ๆ เข้าถึงบัญชี ส่วนตัวทุกกรณี ตรวจสอบประวัติการใช้งานในบัญชีย้อนหลัง สอดคล้องกับงานวิจัยของราณี จินสุทธิ์ (2564) ได้ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาครูวิถีใหม่ฉลาดรู้เท่าทันดิจิทัล ผลการวิจัยพบว่า การไม่เผยแพร่เนื้อหา เกี่ยวกับการใช้ถ้อยคำรุนแรงลงบนพื้นที่สาธารณะ ตระหนักอยู่เสมอว่าทุกการกระทำจะปรากฏร่องรอยในโลก ออนไลน์ทั้งสิ้น

3.8 ทักษะในการใช้เทคโนโลยีอย่างมีจริยธรรม ครูควรใช้อินเทอร์เน็ตอย่างรับผิดชอบ ตระหนักถึงผลกระทบทางสังคม การเมือง เศรษฐกิจ วัฒนธรรม เข้าใจ เห็นใจ ให้กำลังใจผู้อื่นบนโลกออนไลน์ ด้วยถ้อยคำที่สุภาพ จริงใจ ให้เกียรติ ควรเข้าใจสิทธิ เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น สอดคล้องกับงานวิจัย ของนิตยา นาคอินทร์(2563) ได้ทำการวิจัยเรื่อง 8 ทักษะ “ความฉลาดทางดิจิทัล” ของนักศึกษาวิชาชีพครู สู่การเป็นพลเมือง 4.0 ผลการวิจัยพบว่า ต้องรู้จักเห็นอกเห็นใจ และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่นบนโลก ออนไลน์ แม้จะเป็นการสื่อสารที่ไม่ได้เห็นหน้ากัน ต้องมีปฏิสัมพันธ์อันดี ต่อคนรอบข้างทั้งในโลกออนไลน์และ ในชีวิตจริงสื่อสารกับผู้อื่นด้วยเจตนาดี ไม่ใช้วาจาที่สร้างความเกลียดชังทางออนไลน์

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

ผลจากการวิจัยสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของทักษะความฉลาดทางดิจิทัล สำหรับครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 1 พบว่า สภาพ ปัจจุบันของทักษะในการรับมือกับการคุกคามบนโลกออนไลน์ อยู่ในระดับต่ำสุดและมีความต้องการจำเป็น สูงสุด ดังนั้นครูจึงควรพัฒนาตนเองด้วยการศึกษาข้อมูล ข่าวสาร บทความ หรือเรียนรู้จากการฝึกอบรมให้มี ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการรับมือการคุกคามในทุกรูปแบบที่อาจเกิดขึ้นบนโลกออนไลน์ รวมถึงวิธีการใน การจัดการกับความเสี่ยงที่เกิดจากการคุกคาม ช่มชู้ หรือล่วงละเมิด เพื่อให้สามารถตัดสินใจจัดการพฤติกรรม ความเสี่ยงต่าง ๆ บนโลกออนไลน์ได้อย่างชาญฉลาด

ผลจากการวิจัยความต้องการจำเป็นในการพัฒนาทักษะความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับครูใน สถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครพนม เขต 1 พบว่า ทักษะที่มีความต้องการ จำเป็นลำดับแรก คือ ทักษะในการรับมือกับการคุกคามบนโลกออนไลน์ ดังนั้น ครูจึงควรมีความเข้าใจ ตระหนักถึงภัยคุกคามทุกรูปแบบ รวมถึงวิธีการรับมือ ป้องกันและแก้ไขปัญหาได้อย่างทันท่วงที พร้อมทั้ง ถ่ายทอดให้กับบุคคลรอบข้างได้ทราบและปฏิบัติได้อย่างถูกต้องเหมาะสม

ควรนำแนวทางซึ่งเป็นผลจากการวิจัยไปใช้ในชีวิตประจำวัน ใช้ในการปฏิบัติงานของครู ตลอดจนถ่ายทอดทักษะดังกล่าวให้กับนักเรียน ผู้ปกครองหรือบุคคลรอบข้าง เพื่อให้ผู้ที่ปฏิบัติตามแนวทาง พัฒนาทักษะความฉลาดทางดิจิทัล มีความเข้าใจในทักษะความฉลาดทางดิจิทัลที่มากขึ้นส่งผลให้สามารถใช้ เทคโนโลยีและอุปกรณ์ดิจิทัลได้อย่างเท่าทัน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรวิจัยทักษะความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น และควรวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อทักษะความฉลาดทางดิจิทัลสำหรับครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตอนต้น เขต 1

เอกสารอ้างอิง

- ณกันยา ไวกำ. (2563). “ครูบ้านนอก.คอม,” การเสริมสร้างความเป็นพลเมืองดิจิทัลของครูผู้สอนในโรงเรียนสังกัดองค์การบริหารส่วนจังหวัดขอนแก่นโดยใช้การนิเทศแบบร่วมพัฒนา. สืบค้นเมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2564, จาก https://www.kroobannok.com/board_view.php?b_id=176353
- ชนวัฒน์ เจริญษา. (2563). ความฉลาดทางดิจิทัลกับทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรมในศตวรรษที่ 21. วารสารวิจัยและนวัตกรรม สถาบันการอาชีวศึกษากรุงเทพมหานคร, 3(2), 21-29.
- ธัญลักษณ์ จำจด. (2561). การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านทักษะความเข้าใจและใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Literacy) ของครู กศน.ตำบล สังกัด สำนักงาน กศน.จังหวัดชลบุรี. (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต บริหารรัฐกิจและกิจการสาธารณะ) ปทุมธานี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- นิตยา นาคอินทร์. (2563). 8 ทักษะ ความฉลาดทางดิจิทัล ของนักศึกษาวิชาชีพครูสู่การเป็นพลเมือง 4.0. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, 14(1), 9-10.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: บริษัทสุวีริยาสาส์น.
- ราณี จินสุทธิ์. (2564). แนวทางการพัฒนาครูวิถีใหม่ฉลาดรู้เท่าทันดิจิทัล. ครูสภาวิทยาจารย์. 2(2), 27-30.
- วีรวิทย์ เลิศรัตน์ธำรงกุล. (2564). การกลั่นแกล้งกันในพื้นที่ไซเบอร์ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น: ความชุก วิธีการจัดการปัญหา และพฤติกรรมเสี่ยง. วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 11(1), 275-289.
- สรานนท์ อินทนนท์. (2563). ความฉลาดทางดิจิทัล DQ Digital Intelligence (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: บริษัทเวิร์ค ออน คลาวด์ จำกัด.
- สำนักโฆษก. สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี. (2559). ผลักดันประเทศไทยสู่การเป็นดิจิทัลไทยแลนด์. วารสารไทยคู่ฟ้า, 8(3), 12-14.
- สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตอนต้น เขต 1. (2564). แผนพัฒนาการศึกษาขั้นพื้นฐาน 2563- 2565 สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตอนต้น เขต 1. นครพนม: สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตอนต้น เขต 1.
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2562). ครูไทยยุคใหม่ สนใจดิจิทัล (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: บริษัทพริกหวาน กราฟิก จำกัด.

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2562). แนวปฏิบัติของการสร้างและส่งเสริมการรู้ดิจิทัลสำหรับครู
พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : บริษัทพรักหวาน กราฟิก จำกัด
อติพร เกิดเรือง. (2563). การส่งเสริมความฉลาดทางดิจิทัลของสังคมไทย. วารสารมนุษยศาสตร์
สังคมศาสตร์ปริทัศน์, 8(2), 10-11.

มาตรฐานความรับผิดชอบของบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชน Liability Standards of Private Parcel Delivery Companies

ภูวฤทธิ์ รุ่งทิวากรกิจ

Phuwakij Rungtiwakornkij

บริษัท เดอะบิกพีเทรดดิง จำกัด

อีเมล: phuwakij77@hotmail.com

วันที่รับบทความ (Received)

22 ตุลาคม 2564

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised)

25 พฤษภาคม 2565

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

24 มิถุนายน 2565

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาและวิจัย (1) แนวคิด ทฤษฎี หลักการเกี่ยวกับมาตรฐานความรับผิดชอบของบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชน (2) วิเคราะห์เกี่ยวกับมาตรฐานความรับผิดชอบของบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชนของประเทศไทยเปรียบเทียบกับต่างประเทศ (3) จัดทำรูปแบบมาตรฐานความรับผิดชอบของบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชน ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลสภาพปัญหาเกี่ยวกับมาตรฐานความรับผิดชอบของบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชนดังกล่าว เพื่อนำไปสู่ประเด็นสำคัญที่ควรจะต้องมีการพิจารณาปรับปรุงเกี่ยวกับมาตรฐานความรับผิดชอบของบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชน

ผลการศึกษาพบว่า ประเด็นแนวคิด ทฤษฎี หลักการเกี่ยวกับมาตรฐานความรับผิดชอบของบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชนได้กำหนดหลักเกณฑ์ให้ต้องรับผิดชอบใช้ค่าสินไหมทดแทน ซึ่งผลการวิเคราะห์ปัญหาเกี่ยวกับมาตรฐานความรับผิดชอบของบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชนของประเทศไทยเปรียบเทียบกับต่างประเทศพบว่า ประเทศไทยมีข้อแตกต่างจากสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี โดยบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชนได้กำหนดหลักเกณฑ์ให้ต้องรับผิดชอบใช้ค่าสินไหมทดแทน แต่ก็เป็นลักษณะที่จำกัดความรับผิดไว้ รวมถึงปัญหาระยะเวลาในการรับผิดชอบของบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชน แม้จะมีการกำหนดระยะเวลาในการรับผิดชอบไว้ แต่รับผิดชอบเพียงเท่าที่ตรวจพบความสูญหายหรือเสียหายก่อนการนำจ่ายหรือต้องหักทวงขณะที่นำจ่ายเท่านั้น ซึ่งเป็นข้อกำหนดที่ไม่ให้ระยะเวลาแก่ผู้รับในการตรวจสอบความเสียหาย จึงส่งผลให้ผู้บริโภคไม่ได้รับการชดเชยค่าเสียหายได้อย่างแท้จริงจากบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชน ดังนั้น เพื่อให้ความรับผิดชอบของบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชนมีความเหมาะสมเป็นธรรม และเป็นมาตรฐานเดียวกัน จึงเห็นควรเสนอให้มีการปรับปรุงมาตรฐานความรับผิดชอบของบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชน โดยกำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับความรับผิดชอบของบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชนเป็นมาตรฐานกลาง เพื่อให้บริษัทจัดส่งพัสดุเอกชนยึดถือเป็นแนวทางปฏิบัติให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน

คำสำคัญ: มาตรฐาน, ความรับผิดชอบ, บริษัทจัดส่งพัสดุเอกชน

ABSTRACT

The objectives of this research were to (1) investigate the concepts, theories, and principles concerning the liability standards of private parcel delivery companies, (2) analyze the liability standards of the aforementioned companies in Thailand compared to those in foreign countries, and (3) establish a model for the liability standards of private parcel delivery companies. This research collected the data on the conditions of the problems regarding the liability standards of the private parcel delivery companies to bring about an important issue to be considered for improvements in the liability standards of the aforementioned companies.

The results found that the issues of the concepts, theories, and principles concerning the liability standards of private parcel delivery companies had set the rules to be liable for compensation. The analysis on the problems of the aforementioned companies in Thailand compared to those in foreign countries showed that there were some differences between Thailand and Germany that the private parcel delivery companies had set the rules to be liable for compensation, but they were on the condition of the limitation of liability as well as the problems of the liability duration of the private parcel delivery companies. Therefore, in order to ensure that the liability of private parcel delivery companies would be appropriate, fair and standardized, it would be advisable to propose the improvement of the liability standards of the aforementioned companies by stipulating the rules regarding their liability as a central standard for the companies to adhere to the standardized code of conduct.

Keywords: Standards, liability, private parcel delivery companies

บทนำ

ในโลกปัจจุบัน ผู้บริโภคส่วนใหญ่เน้นความสะดวกสบายมากขึ้น นิยมใช้บริการส่งสิ่งของให้แก่กัน โดยใช้บริการขนส่งให้ส่งถึงบ้าน ไม่ต้องเดินทางไปรับสิ่งของนั้นด้วยตัวเอง หากกล่าวถึงการขนส่งสิ่งของในประเทศไทยนั้น การขนส่งสิ่งของจะอยู่ในรูปแบบของไปรษณีย์ไทยและการขนส่งเอกชน ซึ่งมีลักษณะโดดเด่นแตกต่างกันขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของผู้ที่มาใช้บริการ อย่างไรก็ตาม ในกรณีของไปรษณีย์ไทยจะเห็นได้ว่าตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุบัน ระบบการขนส่งสินค้าในประเทศไทยถือได้ว่าการพัฒนาขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งเมื่อมีคู่แข่งเพิ่มขึ้น บริษัทขนส่งแต่ละบริษัทต่างต้องแข่งขันและพัฒนา การให้บริการให้ดียิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองต่อผู้ใช้บริการให้ได้มากที่สุด เช่นนี้ในปัจจุบันไปรษณีย์ไทยจึงมีการให้บริการที่หลากหลายนอกจากการขนส่งสินค้า เช่น รับ

ชำระค่าบริการต่าง ๆ บริการการเงิน การจำหน่ายแสดมภ์ รวมไปถึงจัดจำหน่ายวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการห่อหุ้มสินค้า เป็นต้น (Smart SME, 2564)

ปัจจุบันธุรกิจบริการขนส่งพัสดุเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยมีปัจจัยหลักมาจากการเติบโตของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือ E-Commerce เนื่องจากผู้ซื้อขอซื้อของออนไลน์อีกทั้งผู้ซื้อออนไลน์มีอายุน้อยลงซึ่งช่วยขยายฐานผู้ซื้อให้เพิ่มมากขึ้น โดยสามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้การที่ผู้ขายต้องมีช่องทาง E-Commerce เป็นของตัวเองเพื่อรองรับความต้องการ (Demands) ของลูกค้า เห็นได้ชัดว่าในปัจจุบัน การที่ร้านค้า และผู้ประกอบการทั้งขนาดเล็ก ขนาดย่อม และขนาดใหญ่ ส่วนใหญ่ต่างมีช่องทาง E-Commerce เป็นของตัวเอง เพื่อขายสินค้าให้กับฐานลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ผ่านทางเว็บไซต์ E-Commerce หรือเพจ Social Commerce อย่าง Facebook Instagram LINE เป็นต้น (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2563) จากการเติบโตของ E-Commerce ส่งผลให้ธุรกิจการจัดส่งพัสดุเอกชนเติบโตตามไปด้วย

ธุรกิจการจัดส่งพัสดุเอกชนในประเทศไทยนั้น จะเห็นได้ว่า ในปัจจุบันมีหลายบริษัทที่ประกอบธุรกิจในรูปแบบของการจัดส่งพัสดุเอกชน ยกตัวอย่างเช่น (1) Alpha Fast (อัลฟ่า) เป็นบริษัทจัดส่งพัสดุ สามารถเข้ารับพัสดุถึงที่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล รวมถึงนนทบุรี สมุทรปราการ และปทุมธานี (2) Flash Express ด้วยนโยบายรับของถึงที่ทั่วไทยฟรี และจัดส่งทุกวัน ไม่มีวันหยุด ใช้เวลา 1-3 วัน ในการจัดส่ง (3) Kerry Express เป็นบริษัทจัดส่งพัสดุทั่วไทยภายในวันถัดไป และมีบริการแ่งคอค เซมเดย์ (Bangkok Sameday) หรือส่งพัสดุภายในวันในพื้นที่กรุงเทพมหานคร สามารถให้เจ้าหน้าที่ เข้ารับของถึงที่หรือใช้บริการที่สาขาและตู้ล็อกเกอร์ทั่วกรุงเทพฯ สำหรับจังหวัดอื่นๆ สามารถส่งพัสดุได้ ที่สาขาเท่านั้น (4) Lalamove เป็นบริษัทขนส่งที่ให้บริการส่งของด่วนแบบเหมาคันคล้ายกับ Deliveroo ความแตกต่างอยู่ที่ประเภทรถที่ให้บริการและราคา โดย Lalamove มีรถทั้งหมด 4 ประเภท คือ รถมอเตอร์ไซด์ รถเก๋ง 5 ประตู รถกระบะ และรถกระบะโครงเหล็ก (5) Nim Express ถือเป็นบริษัทที่ให้บริการโลจิสติกส์รอบด้านเลยทีเดียว เพราะนอกจากบริการรับส่งพัสดุ บริการส่งพัสดุควบคุมอุณหภูมิและบริการขนย้ายแล้ว Nim Express ยังมีบริการด้านคลังสินค้าอีกด้วย (6) Ninja Van นับเป็นบริษัทขนส่งที่เหมาะสมกับร้านค้าออนไลน์เป็นอย่างมาก เพราะให้บริการส่งพัสดุเชิงธุรกิจ โดยร้านค้าหรือธุรกิจสามารถสมัครใช้บริการได้ออนไลน์ และจ่ายค่าบริการเป็นรายเดือน ลูกค้า Ninja Van สามารถเรียกรถเข้ารับพัสดุหรือนำพัสดุส่งที่จุดส่งพัสดุด่วนนินจา (Ninja Points) ได้ทุกสาขาทั่วกรุงเทพฯ และส่งของได้ทั่วไทย (7) SCG Express เป็นบริษัทจัดส่งพัสดุสองรูปแบบ คือส่งพัสดุทั่วไปและพัสดุแบบแช่เย็นหรือ แช่แข็ง สามารถส่งได้ทั่วไทยภายใน 2-4 วัน ขึ้นอยู่กับต้นทางและปลายทาง SCG Express มีบริการรับพัสดุถึงที่ในราคา 60 บาทต่อครั้ง โดยสามารถจองคิวเข้ารับของผ่านแอป หรือใช้บริการที่จุดบริการ รับพัสดุมากกว่าพันสาขาทั่วประเทศ (Logisticsbid, 2564) เป็นต้น นอกจากนั้นยังมีบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชนอีกหลายบริษัทที่ให้บริการขนส่งภายในประเทศไทย เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถเลือกใช้บริการได้ตามวัตถุประสงค์ของตน (เกศินี บัวดิศ และกัลยา พิมพ์เพราะ, 2564)

ปัญหาที่เกิดขึ้นคือ การขนส่งสินค้านั้น หากเกิดกรณีสูญหาย ส่งผิด เน้นซ้ำ แตกหัก หรือบุบสลาย บริษัทจัดส่งพัสดุเอกชนจะรับผิดชอบหลักเกณฑ์ที่บริษัทได้กำหนดไว้ ยกตัวอย่างเช่น เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (Kerry Express) บริษัทจะรับผิดชอบทุกอย่างหากมีการสูญหายระหว่างการขนส่ง ซึ่งจะมีการตรวจสอบต้นเหตุและหาสาเหตุว่ามาจากไหน รวมถึงจะแก้ไขปัญหายังไง แต่ไม่สามารถฟันธงได้ว่า บริษัทจะรับผิดชอบทุกกรณี หรือลูกค้าจะต้องรับผิดชอบทุกกรณี ต้องวิเคราะห์เป็นกรณีๆ ไป ซึ่งกรณีร้ายแรงไม่ค่อยมีเกิดขึ้น ในส่วนเอกสารหรือสิ่งของสูญหายมีเปอร์เซ็นต์เกิดขึ้นได้น้อยมาก เพราะเคอรี่ เอ็กซ์เพรสมีระบบที่ค่อนข้างแน่นหนา กรณีที่ผิดกฎหมายร้ายแรงจึงแทบไม่มีเกิดขึ้น จากข้อกำหนดและเงื่อนไขในการขนส่งของเคอรี่ เอ็กซ์เพรส หากเอกสารหรือสิ่งของเสียหาย หรือสูญหายบางส่วน ต้องยื่นข้อร้องเรียนภายใน 14 วัน โดยที่ความรับผิดชอบในพัสดุนั้นๆ จะจำกัดเพียงการเสียหาย หรือสูญหายโดยตรง รวมมูลค่าสูงสุดไม่เกิน 2,000 บาทต่อ 1 ใบนำส่งสินค้า เว้นแต่มีการระบุข้อตกลงอื่นร่วมกัน และขึ้นอยู่กับการชำระค่าธรรมเนียมประกันภัย ส่วนอัลฟ่าฟาสต์ (Alpha Fast) ที่ดำเนินการร่วมกับไลน์ (LINE) กำหนดว่า กรณีเอกสารหรือสิ่งของสูญหาย หรือเสียหายระหว่างการจัดส่ง จะมีประกันภัยสูงสุดอยู่ที่ 2,000 บาท หากเอกสารหรือสิ่งของมีมูลค่าสูงก็สามารถเพิ่มประกันที่ครอบคลุมมากกว่า 2,000 บาทได้ ทั้งนี้ การติดตามหากสูญหาย ทางเจ้าหน้าที่อัลฟ่าฟาสต์จะดำเนินการแจ้งไปยังบริษัททันที และติดต่อลูกค้าเพื่อขออนุญาตทราบมูลค่า แล้วให้ลูกค้าเคลมเข้ามาทางบริษัท หลังจากนั้นจะจ่ายค่าชดเชยให้ (ไทยรัฐออนไลน์, 2564)

ในทางกฎหมายหากผู้ใช้บริการ (ผู้รับสินค้า) ไม่พอใจในความรับผิดชอบของบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชนย่อมมีสิทธิร้องเรียนและเรียกร้องค่าเสียหายที่เกิดขึ้นได้ทั้งสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ซึ่งกรณีของผู้บริโภคได้รับความเสียหาย ทาง สคบ.จะดำเนินการให้ โดยตรวจสอบว่าใครเป็นผู้ประกอบการ มีชื่อ-นามสกุล มีที่อยู่ มีบัตรประจำตัวประชาชนหรือไม่ โดย สคบ.จะตรวจสอบและส่งหนังสือเชิญผู้ประกอบการมาชี้แจงรายละเอียดและไกล่เกลี่ย ท้ายที่สุดแล้ว เมื่อผู้ประกอบการไม่ยอมคืนเงินค่าความเสียหายให้ ทาง สคบ.จะฟ้องมูลค่าความเสียหายตามจำนวนเงินที่ผู้บริโภคได้เสียหายไป พร้อมกับดอกเบี้ยตามกฎหมายกำหนดตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551 (ไทยรัฐออนไลน์, 2564)

จากสภาพปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่า ปัญหาเกี่ยวกับการกำหนดความรับผิดชอบของบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชนนั้น เนื่องด้วยบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชนไม่ได้กำหนดความรับผิดชอบในกรณีส่งผิด เน้นซ้ำ แตกหัก หรือบุบสลายไว้ ส่งผลให้บริษัทจัดส่งพัสดุเอกชนไม่ต้องรับผิดชอบในกรณีดังกล่าว นอกจากนั้นแม้บางกรณีจะกำหนดหลักเกณฑ์ให้ต้องรับผิดชอบใช้ค่าสินไหมทดแทน แต่ก็เป็นลักษณะที่จำกัดความรับผิดไว้ จึงส่งผลให้ไม่สามารถชดเชยค่าเสียหายได้อย่างแท้จริงแก่ผู้ใช้บริการ (ผู้บริโภค) และปัญหาเกี่ยวกับระยะเวลาในการรับผิดชอบของบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชนพบว่า ข้อกำหนดของบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชนที่บังคับใช้อยู่ในปัจจุบันนั้น มีการกำหนดระยะเวลาในการรับผิดชอบไว้เพียงเท่าที่ตรวจพบความสูญหายหรือเสียหายก่อนการนำจ่ายหรือต้องหักทวงขณะที่นำจ่ายเท่านั้น ซึ่งเป็นข้อกำหนดที่ไม่ให้ระยะเวลาแก่ผู้รับในการตรวจสอบความเสียหาย ทำให้ความรับผิดชอบของบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชนมีระยะเวลาที่จำกัด และส่งผลให้เกิดปัญหาแก่ผู้รับและผู้ส่งว่าผู้ใดจะ

เป็นผู้รับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้น รวมถึงผู้ให้บริการ (ผู้บริโภคร) ในการเรียกร้องค่าเสียหายที่เกิดขึ้น โดยจะเรียกร้องจากผู้ใด

ดังนั้น การศึกษาวิจัยในครั้งนี้จึงได้มีการศึกษาถึงมาตรฐานความรับผิดชอบของบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชน เพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคความรับผิดชอบของบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชน อันนำไปสู่การจัดการ เกี่ยวกับการจัดส่งพัสดุให้เกิดประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

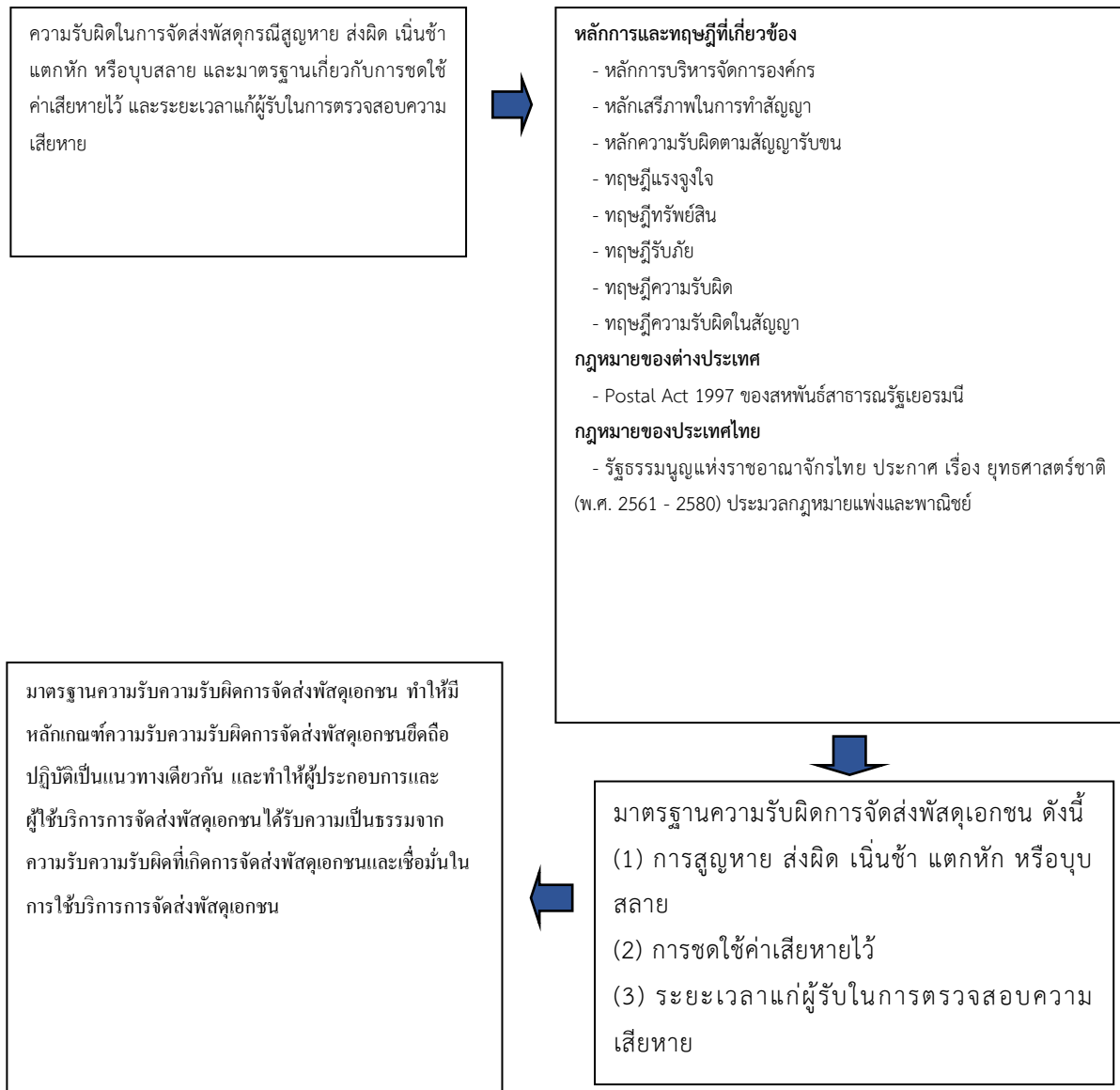
1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี หลักการเกี่ยวกับมาตรฐานความรับผิดชอบของบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชน
2. ศึกษาการวิเคราะห์เกี่ยวกับมาตรฐานความรับผิดชอบของบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชนของประเทศไทย เปรียบเทียบกับต่างประเทศ
3. จัดทำรูปแบบมาตรฐานความรับผิดชอบของบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชน

สมมติฐานการวิจัย

การสร้างมาตรฐานความรับผิดชอบการการจัดส่งพัสดุเอกชนเพื่อให้ผู้ประกอบการและผู้ให้บริการการจัดส่งพัสดุเอกชนได้รับความเป็นธรรมจากการ ส่งผิด เน้นช้า แตกหัก หรือบุบสลาย ซึ่งการกำหนด มาตรฐานความรับผิดชอบการการจัดส่งพัสดุเอกชนไว้ โดยมีหลักเกณฑ์เกี่ยวกับกำหนดความรับผิดชอบจากการส่ง ผิด เน้นช้า แตกหัก หรือบุบสลาย และมาตรฐานเกี่ยวกับการชดใช้ค่าเสียหายไว้ และระยะเวลาแก่ผู้รับในการ ตรวจสอบความเสียหาย ย่อมส่งผลให้มีหลักเกณฑ์ความรับผิดชอบการการจัดส่งพัสดุเอกชนยึดถือปฏิบัติเป็นแนวทาง เดียวกันและทำให้ผู้ประกอบการและผู้ให้บริการการจัดส่งพัสดุเอกชนได้รับความเป็นธรรมจากความรับผิดชอบต่อ ความรับผิดชอบที่เกิดการจัดส่งพัสดุเอกชนและเชื่อมั่นในการใช้บริการ การจัดส่งพัสดุเอกชน

กรอบแนวคิดการวิจัย

การสร้างมาตรฐานความรับผิดชอบการการจัดส่งพัสดุเอกชนเพื่อให้ผู้ประกอบการและผู้ให้บริการการจัดส่งพัสดุเอกชนได้รับความเป็นธรรมจากการสูญหาย ส่งผิด เน้นช้า แตกหัก หรือบุบสลายนั้น ส่งผลให้มี แนวทางความรับผิดชอบต่อการจัดส่งพัสดุเอกชนเป็นมาตรฐานเดียวกัน และทำให้ผู้ประกอบการและผู้ให้บริการการจัดส่งพัสดุเอกชนเชื่อมั่นในบริการจัดส่งพัสดุเอกชน แต่ที่เป็นปัญหา ก็คือ เนื่องจากบริษัทจัดส่ง พัสดุเอกชนไม่มีความรับผิดชอบต่อสูญหาย ส่งผิด เน้นช้า แตกหัก หรือบุบสลาย และมาตรฐานเกี่ยวกับการ ชดใช้ค่าเสียหายไว้ และระยะเวลาแก่ผู้รับในการตรวจสอบความเสียหาย ดังนั้น มาตรฐานความรับผิดชอบต่อ การจัดส่งพัสดุเอกชน ย่อมส่งผลให้มีหลักเกณฑ์ ความรับผิดชอบต่อการจัดส่งพัสดุเอกชนยึดถือปฏิบัติเป็นแนวทาง เดียวกัน และทำให้ผู้ประกอบการและผู้ให้บริการการจัดส่งพัสดุเอกชนได้รับความเป็นธรรมจากความรับผิดชอบต่อ ความรับผิดชอบที่เกิดการจัดส่งพัสดุเอกชนและเชื่อมั่นในการใช้บริการการจัดส่งพัสดุเอกชน



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยมาตรฐานความรับผิดชอบของบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชนเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก (1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มเป้าหมาย (2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ เป็นข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลเอกสารต่าง ๆ (Document Research) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ (1) ผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมาย จำนวน 2 คน (2) หน่วยงาน จำนวน 2 คน (3) ผู้ประกอบการจัดส่งพัสดุเอกชน จำนวน 4 คน (4) ผู้ใช้บริการจัดส่งพัสดุเอกชน จำนวน 4 คน ซึ่งรวมทั้งสิ้น 12 คน ทั้งนี้ การวิจัยนี้ใช้เกณฑ์ในการเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลแต่ละกลุ่มจากความเชี่ยวชาญใน

ความรับผิดชอบของบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชน ประกอบด้วย ความเชี่ยวชาญในด้านกฎหมาย ผู้ประกอบการจัดส่งพัสดุ และผู้ใช้บริการ (ผู้บริโภคร)

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยใช้แบบสอบถามปลายเปิด ทั้งนี้ โดยมีการทวนสอบคุณภาพของข้อมูล โดยการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มที่ 1 กลุ่มที่ 2 กลุ่มที่ 3 และกลุ่มที่ 4 มาทวนสอบคุณภาพของข้อมูล และแยกสัมภาษณ์ทีละกลุ่ม

วิธีรวบรวม ได้แก่ การเก็บรวบรวมข้อมูลจาก (1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มเป้าหมาย (2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ เป็นข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลเอกสารต่าง ๆ (Document Research) อาทิ รายงานวิจัย ตำรา เอกสาร รายงานการวิจัยการประชุมและสัมมนา วิทยานิพนธ์และบทความ เกี่ยวกับความรับผิดชอบของบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชน รวมทั้งเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

สรุปผลการวิจัย

ความรับผิดชอบของบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชน ผลการวิจัยพบว่ามีปัญหาและอุปสรรค ดังนี้

1. ปัญหาเกี่ยวกับความรับผิดชอบของบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชน พบว่าความรับผิดชอบของบริษัทขนส่งเอกชนตามตัวอย่างทั้ง 3 บริษัท ได้แก่ บริษัท Kerry Express บริษัท Lalamove และ บริษัท SCG Express ข้างต้นนั้น วิเคราะห์ได้ว่า เงื่อนไขความรับผิดชอบทั้ง 3 บริษัทดังกล่าวมีความแตกต่างกัน เช่น ในเรื่องของกำหนดเวลาในการแจ้งเรื่องความเสียหายที่เกิดจากการขนส่งสินค้า จะเห็นได้ว่า บริษัท Kerry ได้กำหนดระยะเวลาไว้อย่างชัดเจนว่าให้แจ้งเรื่องดังกล่าวภายในกำหนดระยะเวลา 14 วัน ซึ่งหากวิเคราะห์เงื่อนไขของบริษัท Lalamove จะเห็นได้ว่า ได้กำหนดเพียงว่า “ในกรณีที่สินค้าหรือสิ่งของที่ขนส่งได้รับความเสียหาย ผู้ให้บริการจะรีบแจ้งให้ผู้ใช้บริการทราบอย่างรวดเร็วที่สุด” ประเด็นว่า เร็วที่สุดในความหมายของบริษัท Lalamove คือภายในกรอบระยะเวลาเท่าใด และใช้หลักเกณฑ์ใดมากำหนด นอกจากนั้นหากวิเคราะห์เนื้อหาในข้อ 2 ที่กำหนดว่า “2. กรณีที่ผู้ใช้บริการได้รับแจ้งถึงการสูญหายหรือความเสียหายที่เกิดขึ้นตามหมวดนี้ ข้อ 1 แล้วแต่ไม่ได้แจ้งขั้นตอนหรือข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะใน การแก้ปัญหาภายในเวลาที่เหมาะสมอันพอสมควรแก่เหตุ นั้น” ในประเด็นนี้ คำว่า “ภายในเวลาที่เหมาะสมอันพอสมควรแก่เหตุ” นั้น ใช้หลักเกณฑ์ใดในการพิจารณา ดังนั้น ในเรื่องความรับผิดชอบ บริษัทจัดส่งพัสดุเอกชน จะเห็นได้ว่า บริษัทจัดส่งพัสดุเอกชนต่างได้กำหนดเงื่อนไขความรับผิดชอบของตนเองแตกต่างกัน โดยพิจารณาจากความเหมาะสมภายในบริษัทและลักษณะของการประกอบกิจการของตน ส่งผลให้ผู้บริโภคต้องยอมรับในเงื่อนไขดังกล่าว โดยไม่มีมาตรฐานกลางที่กำหนดเกี่ยวกับความรับผิดชอบในความเสียหายจากการขนส่ง นอกจากนั้นหากผู้บริโภคไม่พอใจในความรับผิดชอบดังกล่าวก็สามารถเข้าสู่กระบวนการยุติธรรมหรือขอความเป็นธรรมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ อันเป็นการผลักภาระให้เป็นของผู้บริโภค

2. ปัญหามาตรฐานความรับผิดชอบของบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชน พบว่าพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 จะเห็นได้ว่า กฎหมายทั้ง 2

ฉบับได้กำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในการใช้บริการบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชนไว้ อย่างไรก็ตาม หากกล่าวถึงเรื่องความรับผิดชอบของบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชนนั้น กฎหมายไม่ได้กำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับความรับผิดชอบในความเสียหายไว้อย่างชัดเจน แต่ให้เป็นหน้าที่ของผู้บริโภคในการขอความคุ้มครอง หากเกิดกรณีพิพาทหรือไม่เป็นตามโฆษณาหรือสัญญาต่าง ๆ ที่ได้มีการตกลงกัน นอกจากนั้นเนื่องด้วยในปัจจุบันประชาชนส่วนใหญ่ต้องใช้บริการระบบการขนส่งสินค้า เพื่อจัดส่งพัสดุดันทางไปยังปลายทาง และคาดว่าจะขยายตัวสูงขึ้นในอนาคต เพราะในปัจจุบันการซื้อขายสินค้าส่วนใหญ่เป็นรูปแบบออนไลน์ ทำให้ไม่ต้องไปซื้อสินค้าจากหน้าร้าน หรือแหล่งใดแหล่งหนึ่งเอง เพียงแต่มีช่องทางในการติดต่อสื่อสาร เช่น เพจ ไลน์ Facebook เป็นต้น ก็ทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าได้แล้ว การประกอบอาชีพของประชาชนส่วนใหญ่ไม่ได้อาศัยอยู่ในถิ่นฐานบ้านเกิด หากแต่ไปประกอบอาชีพต่างถิ่นเป็นส่วนใหญ่ ทำให้ห่างไกลจากครอบครัว เมื่อถึงเทศกาลหรือวันสำคัญต่าง ๆ จึงนิยมใช้การส่งพัสดุเป็นการแสดงถึงความคิดถึงและความห่วงใย อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในการใช้บริการบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชน จะเห็นได้ว่ากฎหมายไม่ได้กำหนดความรับผิดชอบที่ชัดเจนว่าหากเกิดความเสียหายขึ้น บริษัทจัดส่งพัสดุจะต้องรับผิดชอบเพียงใด แต่ให้เป็นหน้าที่ระหว่างคู่สัญญา ดังนั้น จากสภาพปัญหาเกี่ยวกับมาตรฐานความรับผิดชอบของบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชน เห็นได้ว่าในปัจจุบันประเทศไทยยังให้เป็นหน้าที่ระหว่างคู่สัญญา คือให้คู่สัญญาทั้งสองฝ่ายตกลงกันเอง อย่างไรก็ตาม ฝ่ายที่มีอำนาจต่อรองทางการตลาดที่สูงกว่า ย่อมเป็นฝ่ายที่ได้เปรียบในเรื่องนี้เสมอ ผลที่ตามมาคือประชาชนหรือผู้ใช้บริการต้องยอมรับกรรมหรือยอมรับตามเงื่อนไขของบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชน อันเป็นการไม่เป็นธรรม

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยมีประเด็นสำคัญนำมาอภิปราย ดังนี้

1. ปัญหาเกี่ยวกับความรับผิดชอบของบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชน เนื่องจากบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชนต่างได้กำหนดเงื่อนไขความรับผิดชอบของตนแตกต่างกัน โดยพิจารณาจากความเหมาะสมภายในบริษัทและลักษณะของการประกอบกิจการของตน ส่งผลให้ผู้บริโภคต้องยอมรับในเงื่อนไขดังกล่าว โดยไม่มีมาตรฐานกลางที่กำหนดเกี่ยวกับความรับผิดชอบในความเสียหายจากการขนส่ง นอกจากนั้นหากผู้บริโภค ไม่พอใจในความรับผิดชอบดังกล่าวก็สามารถเข้าสู่กระบวนการยุติธรรมหรือขอความเป็นธรรมจากหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้องได้ อันเป็นการผลักภาระให้เป็นของผู้บริโภค ดังนั้น การกำหนดความรับผิดชอบในความเสียหายจากการขนส่งเป็นมาตรฐานกลาง ย่อมทำให้ความรับผิดชอบของบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชนมีมาตรฐานเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความรับผิดชอบมีพื้นฐานแนวคิดว่า หากมีการล่วงละเมิดต่อสิทธิของบุคคล บุคคลควรจะได้รับ การพิสูจน์อย่างเป็นธรรม ว่าเป็นผู้ที่ก่อให้เกิดความเสียหาย นอกจากนั้นตามทฤษฎีความผิดได้แบ่งความรับผิดชอบออกเป็น 2 องค์ประกอบ คือ จงใจและประมาทเลินเล่อ การที่ผู้กระทำได้กระทำโดยจงใจหรือประมาทเลินเล่อ ทำให้ผู้อื่นได้รับความเสียหาย จะต้องรับผิดชอบจากการกระทำนั้น

2. ปัญหามาตรฐานความรับผิดของบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชน เนื่องจากพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ไม่ได้กำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับความรับผิดในความเสียหายไว้อย่างชัดเจน แต่ให้เป็นหน้าที่ของผู้บริโภคในการขอความคุ้มครอง หากเกิดกรณีพิพาทหรือไม่เป็นตามโฆษณาหรือสัญญาต่าง ๆ ที่ได้มีการตกลงกัน ซึ่งเป็นไปตามหลักเสรีภาพในการทำสัญญา ดังนั้น การมีมาตรฐานความรับผิดของบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชนให้เป็นมาตรฐานเดียวกันและให้ในรูปแบบของกฎหมายกลางที่บังคับแก่นิติบุคคลทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศที่ได้มาประกอบกิจการในประเทศไทย ย่อมลดความเหลื่อมล้ำในเรื่องการต่อรองทางการตลาด สอดคล้องกับพระราชบัญญัติทรัพย์สินที่ยึดมั่นที่ได้กำหนดความรับผิดต่อความเสียหายเป็นมาตรฐานเดียวกันในการควบคุมการจัดส่งพัสดุ โดยกำหนดไว้ในบทที่ 8 ว่าด้วยข้อกำหนดการแจ้งเตือน ข้อกำหนดการรายงาน ความรับผิดสำหรับความเสียหาย ในมาตรา 38 มีความว่า ผู้ใดจงใจหรือประมาทเลินเล่อฝ่าฝืนพระราชบัญญัติ ข้อกฎหมายที่ใช้บังคับแห่งกฎหมายที่ออกโดยอาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัตินี้ หรือภาระผูกพันใด ๆ ที่เกิดจากใบอนุญาตหรือคำสั่งของหน่วยงานกำกับดูแลอื่นใดเท่าที่ตนบัญญัติได้บัญญัติไว้ ภาระผูกพัน หรือคำสั่งที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อคุ้มครองอีกฝ่ายหนึ่ง ผู้นั้นมีหน้าที่ต้องชดเชยค่าเสียหายใด ๆ ที่เกิดขึ้นจากการละเมิดดังกล่าวแก่ฝ่ายนั้น ส่วนความรับผิดอีกมาตราหนึ่งนั้น เป็นความรับผิดในการให้บริการเอกสาร คือ มาตรา 35 ความว่า ความรับผิดในความเสียหายใด ๆ อันเกิดจากการละเลยหน้าที่ในการให้บริการเอกสาร ให้ผู้รับใบอนุญาตรับผิดชอบตามระเบียบว่าด้วยการรับผิดชอบของนายจ้าง โดยเป็นไปตามกฎเกณฑ์ความรับผิดทางแพ่งของเอกชน

ดังนั้น จากสภาพปัญหาที่กล่าวมาทั้งสองข้างต้น การมีความรับผิดในความเสียหายจากการขนส่งเป็นมาตรฐานกลาง โดยหลักเกณฑ์ความรับผิดดังกล่าวนี้ ไม่ว่าจะจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในประเทศไทยหรือนิติบุคคลต่างประเทศ หากประกอบกิจการจัดส่งพัสดุเอกชนในประเทศไทยต้องยึดถือเป็นมาตรฐานเดียวกันโดยนิติบุคคลดังกล่าวจะออกหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขใดขัดหรือแย้งกับความรับผิดดังกล่าวไม่ได้ ให้ถือว่ามีความผิด และมีรูปแบบของกฎหมายกลางที่บังคับแก่นิติบุคคลทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศที่ได้มาประกอบกิจการในประเทศไทย ย่อมส่งผลให้ผู้ให้บริการ (ผู้บริโภค) ได้รับความเป็นธรรมมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

จากการวิเคราะห์ปัญหาเกี่ยวกับมาตรฐานความรับผิดของบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชน พบว่าบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชนไม่ได้กำหนดความรับผิดในกรณีสูญหาย ส่งผิด เน้นช้า แหกหัก หรือบุบสลายไว้ นอกจากนั้นในเรื่องระยะเวลาในการรับผิดชอบของบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชนพบว่า ข้อกำหนดของบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชนที่บังคับใช้อยู่ในปัจจุบันนั้น มีการกำหนดระยะเวลาในการรับผิดชอบไว้เพียงเท่าที่ตรวจพบความสูญหายหรือเสียหายก่อนการนำจ่ายหรือต้องทักท้วงขณะที่น่าจ่ายเท่านั้น ดังนั้น ผู้เขียนจึงเสนอแนวทางในการแก้ไขดังนี้

1. ปัญหาเกี่ยวกับความรับผิดของบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชน เนื่องจากบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชนต่างได้กำหนดเงื่อนไขความรับผิดของตนแตกต่างกัน โดยพิจารณาจากความเหมาะสมภายในบริษัทและลักษณะของการประกอบกิจการของตน ส่งผลให้ผู้บริโภคต้องยอมรับในเงื่อนไขดังกล่าว โดยไม่มีมาตรฐานกลางที่

กำหนดเกี่ยวกับความรับผิดชอบในความเสียหายจากการขนส่ง นอกจากนั้นหากผู้บริโภคไม่พอใจในความรับผิดชอบดังกล่าวก็สามารถเข้าสู่กระบวนการยุติธรรมหรือขอความเป็นธรรมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ อันเป็นการปลุกกระแสให้เป็นขอผู้บริโภค ดังนั้น ผู้เขียนจึงเห็นควรกำหนดความรับผิดชอบในความเสียหายจากการขนส่งเป็นมาตรฐานกลาง โดยหลักเกณฑ์ความรับผิดชอบดังกล่าวนี้ ไม่ว่าจะจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในประเทศไทยหรือนิติบุคคลต่างประเทศ หากประกอบกิจการจัดส่งพัสดุเอกชนในประเทศไทยต้องยึดถือเป็นมาตรฐานเดียวกัน โดยนิติบุคคลดังกล่าวจะออกหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขใดขัดหรือแย้งกับความรับผิดชอบดังกล่าวไม่ได้ ให้ถือว่ามีความผิด

2. ปัญหาเกี่ยวกับมาตรฐานความรับผิดชอบของบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชน เนื่องจากกฎหมายไม่ได้กำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับความรับผิดชอบไว้อย่างชัดเจน แต่ให้เป็นหน้าที่ของผู้บริโภคในการขอความคุ้มครอง หากเกิดกรณีพิพาทหรือไม่เป็นตามโฆษณาหรือสัญญาต่าง ๆ ที่ได้มีการตกลงกัน ซึ่งเป็นไปตามหลักเสรีภาพในการทำสัญญา โดยให้คู่สัญญาทั้งสองฝ่ายตกลงกันเอง อย่างไรก็ตาม ฝ่ายที่มีอำนาจต่อรองทางการตลาดที่สูงกว่า ย่อมเป็นฝ่ายที่ได้เปรียบในเรื่องนี้เสมอ ผลที่ตามมาคือประชาชนหรือผู้ใช้บริการต้องยอมรับกรรมหรือยอมรับตามเงื่อนไขของบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชน อันเป็นการไม่เป็นธรรม ดังนั้น ผู้เขียนจึงเห็นควรเสนอให้มีมาตรฐานความรับผิดชอบของบริษัทจัดส่งพัสดุเอกชนให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน โดยมาตรฐานดังกล่าวให้อยู่ในรูปแบบของกฎหมายกลางที่บังคับแก่นิติบุคคลทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศที่ได้มาประกอบกิจการในประเทศไทย ซึ่งภายใต้กฎหมายฉบับดังกล่าว ประกอบด้วย (1) นิยามศัพท์ (2) บททั่วไป (3) หน้าที่ของผู้ขนส่ง (4) ความรับผิดชอบของผู้ขนส่ง (5) คณะกรรมการควบคุมผู้ขนส่ง (6) บทกำหนดโทษ

เอกสารอ้างอิง

- เกศินี บัวดีศ และ กัลยา พิมพ์เพรา. (2564). การสร้างแบรนด์ให้ประสบความสำเร็จด้วยเครื่องมือนวัตกรรมทางการสื่อสารการตลาด. *วารสารมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 11(2), 308-320.
- ไทยรัฐออนไลน์. (2564). “ส่งด่วน” ล่องหน รับผิดชอบหลักพัน คดีความต้องตามเอง. สืบค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2564, จาก <https://www.thairath.co.th/scoop/1740521>.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2563). รายงานผลการสำรวจมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ปี 2562 *Value of e-Commerce Survey in Thailand 2019*. กรุงเทพมหานคร: สำนักยุทธศาสตร์ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 22.
- Logisticsbid. (2564). บริษัทขนส่งเอกชนมีอะไรบ้าง 10 อันดับบริษัทขนส่งในไทยที่ต้องจับตามอง. สืบค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2564, จาก <https://logisticsbid.com/th/top-10-logistics-companies-thailand/>.
- Smart SME. (2564). *ไปรษณีย์ไทย VS ขนส่งเอกชน Kerry เจ้าไหนดีกว่ากัน??*. สืบค้นเมื่อ 25 พฤษภาคม 2564, จาก <https://www.smartsme.co.th/content/85647>.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความฉลาดรู้ทางการเงินของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย:

การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างพหุระดับ

Factors Affecting Financial Literacy of Grade 10-12 Students:

Multilevel Structural Equation Model Analysis

ประกายแก้ว ไกรสงคราม¹ และ สุรศักดิ์ เก้าเอี้ยน²

Prakaikaew Kraisongram¹ and Surasak Kao-ian²

^{1,2}คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อีเมล : kaew.pakai@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received)

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

12 มิถุนายน 2565

17 กรกฎาคม 2565

2 สิงหาคม 2565

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุระดับนักเรียนของความฉลาดรู้ทางการเงินของนักเรียน 2) วิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยระดับห้องเรียนที่ส่งผลต่อความฉลาดรู้ทางการเงินของนักเรียน และ 3) วิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยระดับโรงเรียนที่ส่งผลต่อปัจจัยต่าง ๆ ในระดับห้องเรียน ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย นักเรียน ครูและผู้บริหารโรงเรียน รวมทั้งสิ้น 2,073 คน โดยใช้การสุ่มแบบแบ่งชั้นตามภูมิภาคและขนาดโรงเรียน การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถามออนไลน์ที่พัฒนาขึ้นให้มีคุณสมบัติการวัดเชิงจิตมิติ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้หลักการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างพหุระดับ (3 ระดับ) ผลการศึกษาพบว่า การได้รับการปลูกฝังด้านการเงินจากครอบครัวมีอิทธิพลทางตรงต่อความฉลาดรู้ทางการเงินของนักเรียนอย่างไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ .05 แต่พบว่ามีอิทธิพลทางอ้อมผ่านประสบการณ์ทางการเงินของนักเรียน เมื่อพิจารณาปัจจัยระดับห้องเรียนพบว่า ความฉลาดรู้ทางการเงินของครูมีอิทธิพลต่อกระบวนการจัดการเรียนรู้ของครูด้านการเงิน แต่มีอิทธิพลของกระบวนการจัดการเรียนรู้ของครูด้านการเงินที่มีต่อความฉลาดรู้ทางการเงินของนักเรียนอย่างไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ .05 นอกจากนี้ยังพบว่า การสนับสนุนของโรงเรียนด้านการจัดการเรียนรู้ทางการเงินซึ่งเป็นปัจจัยระดับโรงเรียนยังมีอิทธิพลต่อความฉลาดรู้ทางการเงินของครูอีกด้วย

คำสำคัญ: ความรู้ทางการเงิน, พฤติกรรมทางการเงิน, ทักษะคิดทางการเงิน, ความฉลาดรู้ทางการเงิน, โมเดลสมการโครงสร้างพหุระดับ

ABSTRACT

The purposes of the study were 1) to analyze causal factors at student-level of the students' financial literacy, 2) to analyze effects of factors at classroom-level on the students' financial literacy, and 3) to analyze effects of factors at school-level on the factors at classroom-level. The participants were 2,073 from students, teachers, and school administrators which randomly selected using sampling technique based on their regions and school sizes. The data were collected through an online questionnaire which was developed to meet the psychometric properties. They were then analyzed using multilevel structural equation modeling analysis (3-level). The results revealed that the family finance indoctrination had statistically direct effect on students' financial literacy at .05 level but had indirect effect through students' financial experiences. When considering classroom-level factors, teachers' financial literacy on learning management process of financial teaching, teacher's learning management process had statistically effect on students' financial literacy at .05 level. The results also showed that school support for financial learning management, which was a factor at school-level on teachers' financial literacy.

Keywords: Financial knowledge, Financial Behavior, Financial Attitude, Financial Literacy, Multilevel Structural Equation Model

บทนำ

ความฉลาดรู้ทางการเงินถือเป็นหนึ่งในทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ที่เกิดจากการบูรณาการสาระวิชาหลักโดยสอดแทรกทักษะพื้นฐานที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตในยุคปัจจุบันซึ่งความก้าวหน้าของเทคโนโลยีเป็นไปอย่างรวดเร็ว (ไสว พักขาว, 2558) ความฉลาดรู้ทางการเงินหมายถึงความรู้ ความเข้าใจ แนวคิดที่เกี่ยวกับการเงิน ความเสี่ยงทางการเงิน ทักษะ แรงจูงใจ และความเชื่อมั่นที่จะใช้ความรู้และความเข้าใจเหล่านี้ในการตัดสินใจทางการเงินที่มีประสิทธิภาพ ภายใต้ความหลากหลายของบริบททางการเงิน เพื่อปรับปรุงความอยู่ดีมีสุขทางการเงินของบุคคลและสังคม (OECD, 2018) ดังนั้นการมีความฉลาดรู้ทางการเงินที่ดีจึงนำไปสู่การประสบความสำเร็จทางการเงิน ช่วยลดความเสี่ยงที่จะเกิดปัญหาทางการเงินและความยากจน อีกทั้งยังส่งผลต่อเศรษฐกิจของบุคคล ในด้านของภาวะหนี้สิน การชำระหนี้ การออมเงิน และการจัดการทางการเงินที่ดีในอนาคต (Eberle, 2016; Swiecka, 2020)

ความฉลาดรู้ทางการเงินเป็นผลมาจากหลายปัจจัยตั้งแต่ระดับบุคคลจนถึงระดับสังคม ซึ่งในงานวิจัยนี้หมายถึงระดับนักเรียน ระดับห้องเรียน และระดับโรงเรียน โดยปัจจัยในระดับนักเรียนเป็นผลมาจากการปลูกฝังด้านการเงินผ่านครอบครัว พ่อแม่ หรือเพื่อน ซึ่งจะช่วยให้นักเรียนมีความฉลาดรู้

ทางการเงินที่ดีในอนาคต (Garg & Singh, 2018; Lyons, 2006; OECD, 2018; Paul Ali, 2016; Singh, 2020; Swiecka, 2020) ปัจจัยในระดับห้องเรียน เช่น การสอนทางการเงินโดยให้นักเรียนเผชิญสถานการณ์ทางการเงินจริง ได้ฝึกการแก้ปัญหาและอภิปรายร่วมกับเพื่อนในชั้นเรียนจะส่งผลต่อความฉลาดรู้ทางการเงิน (Sawatzki & Sullivan, 2017) และปัจจัยในระดับโรงเรียนซึ่งในหลายประเทศได้มีการส่งเสริมและพัฒนาความฉลาดรู้ทางการเงินโดยกำหนดหลักสูตร กิจกรรมเสริมหลักสูตร และโครงการให้ความรู้ทางการเงินระดับชาติแก่ประชาชน อาทิ ออสเตรเลีย แคนาดา ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และอังกฤษ (World Economic Forum, 2015) ดังนั้นโรงเรียนจึงมีบทบาทสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมความฉลาดรู้ทางการเงินให้แก่นักเรียน (OECD, 2018)

จากผลการทดสอบโปรแกรมประเมินสมรรถนะนักเรียนมาตรฐานสากล (PISA) ในปี 2018 พบว่านักเรียนไทย มีผลการทดสอบด้านความฉลาดรู้ทางคณิตศาสตร์ซึ่งรวมถึงการประเมินความฉลาดรู้ทางการเงินอยู่ที่ 419 คะแนน ต่ำกว่าคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มประเทศสมาชิก OECD มากถึง 70 คะแนน และมีแนวโน้มลดลงจากผลการทดสอบในปี 2012 และ 2015 ตามลำดับ และผลการสำรวจความสามารถทางการเงินในระดับผู้ใหญ่ขององค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD) ในปี 2559 พบว่าประเทศไทยมีคะแนนเฉลี่ยเป็น 12.8 คะแนนจาก 21 คะแนน จัดเป็นอันดับที่ 17 จาก 30 ประเทศทั่วโลก (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2559)

จากการศึกษาข้างต้น พบว่าปัจจัยที่อาจส่งผลต่อความฉลาดรู้ทางการเงินของนักเรียน มีหลายปัจจัยในหลายระดับ ทั้งในระดับนักเรียน ระดับห้องเรียน และระดับโรงเรียน เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยจากแต่ละระดับที่ส่งผลต่อความฉลาดรู้ทางการเงินของนักเรียน งานวิจัยนี้จึงใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างพหุระดับ (MSEM) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ อันจะเป็นประโยชน์ในการส่งเสริมความฉลาดรู้ทางการเงินของนักเรียนไทยซึ่งมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการดำรงชีวิตอย่างมีคุณภาพในสังคมปัจจุบัน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุของตัวแปรในระดับนักเรียนที่ส่งผลต่อความฉลาดรู้ทางการเงินของนักเรียน
2. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลพหุระดับของปัจจัยในระดับห้องเรียนที่ส่งผลต่อปัจจัยในระดับนักเรียน
3. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลพหุระดับของปัจจัยในระดับโรงเรียนที่ส่งผลต่อปัจจัยในระดับห้องเรียน

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความฉลาดรู้ทางการเงิน

ความฉลาดรู้ทางการเงินมีการกล่าวถึงครั้งแรกในศตวรรษที่ 20 โดย Lou Haverty นักวิเคราะห์ด้านการเงินผู้ริเริ่มโครงการ “Financial Analyst Insider” ในปัจจุบันประเทศไทยมีหลายองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนที่ให้ความรู้และรายงานผลเกี่ยวกับความฉลาดรู้ทางการเงินของนักเรียนทั้งระดับประเทศและระดับนานาชาติ อาทิ องค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD) ศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ตลาดทุน (TSI) การทดสอบโปรแกรมประเมินสมรรถนะนักเรียนมาตรฐานสากล (PISA) เป็นต้น ซึ่งความฉลาดรู้ทางการเงินเป็นหนึ่งในทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 และองค์ประกอบของความฉลาดรู้ทางการเงินในงานวิจัยนี้ได้แก่ ความรู้ทางการเงิน พฤติกรรมทางการเงิน และทัศนคติทางการเงิน (French & McKillop, 2016; Garg & Singh, 2018; Lusardi, 2019; Potrich, Vieira, & Mendes-Da-Silva, 2016; Swiecka, 2020)

ความรู้ทางการเงินเป็นความรู้เฉพาะทางที่จะช่วยให้นักเรียนสามารถตัดสินใจทางการเงิน จัดการรายได้ ค่าใช้จ่าย และการออมได้อย่างปลอดภัย (Delavande, 2008) ซึ่งประกอบด้วยความรู้ในเรื่อง ดอกเบี้ย การลงทุน ความเสี่ยงและผลตอบแทน เงินเฟ้อ ค่าของเงินในอนาคต และความรู้พื้นฐานการคิดคำนวณ พฤติกรรมทางการเงินเป็นความสามารถในการใช้ความรู้พื้นฐานทางการเงินมาช่วยในการจัดการทางการเงิน เพื่อให้ประสบความสำเร็จทางการเงิน (Xiao & Porto, 2017) ประกอบด้วย พฤติกรรมการออม การวางแผนทางการเงิน การจัดการทางการเงิน และการใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน ทัศนคติทางการเงินคือ ทัศนคติต่อการจัดการทางการเงิน มีมุมมองการวางแผนทางการเงินที่เหมาะสมและมีการกำหนดแผนการออมเงิน (Ho & Lee, 2020; Potrich et al., 2016; Sholevar, 2019) ซึ่งประกอบด้วย ทัศนคติต่อการจัดการทางการเงิน มุมมองการวางแผนทางการเงิน และการกำหนดแผนการออมเงิน

ปัจจัยระดับนักเรียน

Moreno-Herrero, Salas-Velasco, and Sanchez-Campillo (2018) และ Sohn, Joo, Grable, Lee, and Kim (2012) ระบุว่า ประสิทธิภาพทางการเงินของนักเรียน ประกอบด้วย การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบดิจิทัล การใช้จ่ายส่วนตัว การออม การมีบัญชีเป็นของตนเอง และการตระหนักถึงคุณค่าของเงิน โดยนักเรียนที่มีบัญชีเป็นของตนเองและนักเรียนที่สนใจเข้าถึงสื่อทางด้านการเงิน จะตระหนักถึงคุณค่าของเงินและมีแนวโน้มที่จะมีความฉลาดรู้ทางการเงินสูงขึ้น ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงระบอบุคคลประกอบของประสิทธิภาพทางการเงินของนักเรียนว่าประกอบด้วย การจัดการใช้จ่ายส่วนบุคคล การออมเงิน การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบดิจิทัล และการรับรู้สื่อเกี่ยวกับการเงิน (Kagotho, Nabunya, Ssewamala, Mwangi, & Njenga, 2017; Moreno-Herrero et al., 2018; Paul Ali, 2016) การสนับสนุนหรือเปิดโอกาสให้นักเรียนมีส่วนร่วมในการอภิปรายเกี่ยวกับการเงินในครอบครัว เปิดโอกาสให้ทำธุรกรรมการเงินเบื้องต้น จะช่วยให้นักเรียนได้รับประสบการณ์ทางการเงิน และส่งผลให้มีความฉลาดรู้ทางการเงินเพิ่มขึ้น (Moreno-Herrero et al., 2018; Son & Park, 2018; Swiecka, 2020; Zameer & Devasagayam, 2015)

และการได้รับการปลูกฝังด้านการเงินจากครอบครัวในงานวิจัยนี้ ประกอบด้วย การเปิดโอกาสให้นักเรียนมีส่วนร่วมในการอภิปรายเกี่ยวกับการเงินในครอบครัว การเปิดโอกาสให้นักเรียนทำธุรกรรมการเงินด้วยตนเอง และการเป็นแบบอย่างการทำธุรกรรมทางการเงิน

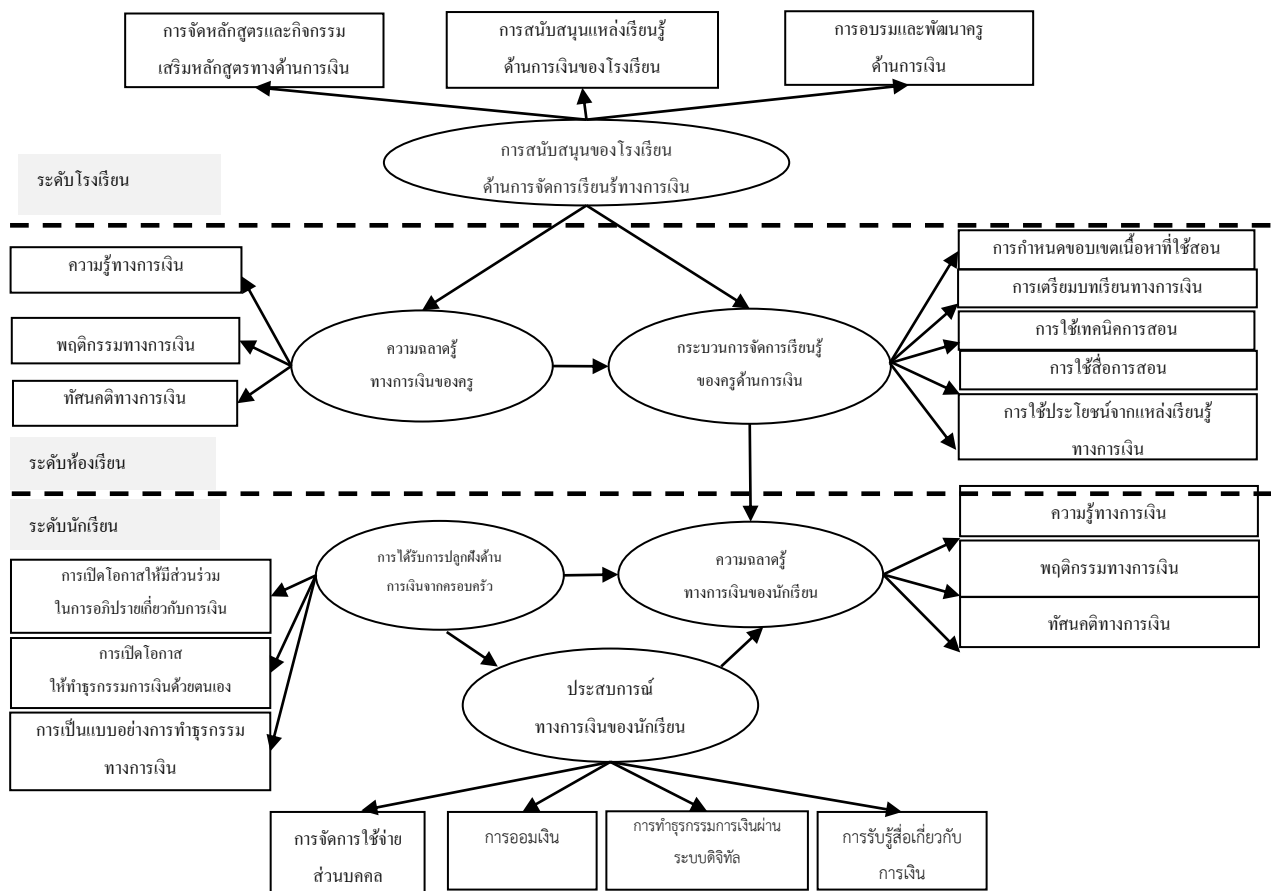
ปัจจัยระดับห้องเรียน

กระบวนการจัดการเรียนรู้ของครูด้านการเงินในงานวิจัยนี้ ประกอบด้วย การกำหนดขอบเขตเนื้อหาที่ใช้สอน การเตรียมบทเรียนทางการเงิน การใช้เทคนิคการสอน การใช้สื่อการสอน และการใช้ประโยชน์จากแหล่งเรียนรู้ทางการเงิน ซึ่งสอดคล้องกับที่ Varcoe (2005) และ Lyons (2006) ได้ออกแบบบทเรียนทางการเงินโดยสอดแทรกสถานการณ์ทางการเงินผ่านสื่อและกิจกรรมการเรียนรู้ โดยพบว่านักเรียนมีความรู้ทางการเงินและมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางการเงินไปในทางที่ดีขึ้น ขณะที่การอบรมเพื่อส่งเสริมให้ครูมีความฉลาดรู้ทางการเงินจะช่วยให้ครูมีความฉลาดรู้ทางการเงินและมีความสามารถในการสอนด้านการเงินเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับ Eberle (2016) ที่กล่าวว่าครูจำเป็นต้องมีความรู้ทางด้านการเงินที่ถูกต้องและเพียงพอเพื่อสอนให้นักเรียนมีความฉลาดรู้ทางการเงิน

ปัจจัยระดับโรงเรียน

การสนับสนุนของโรงเรียนด้านการจัดการเรียนรู้ในงานวิจัยนี้ ประกอบด้วย การจัดหลักสูตรและกิจกรรมเสริมหลักสูตรทางด้านการเงิน การสนับสนุนแหล่งเรียนรู้ด้านการเงินของโรงเรียน จากการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า การอบรมและพัฒนาครูด้านการเงินเพื่อพัฒนาการจัดการเรียนการสอนทางการเงินให้มีคุณภาพ คือการจัดหลักสูตรด้านการเงินที่เหมาะสม สนับสนุนการสอนของครูให้สอดคล้องกับสภาพสังคมในปัจจุบัน และการจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการจัดการเรียนรู้ด้านการเงินของโรงเรียน (Luhmann, Gercia & Winter, 2018 ; Son & Park, 2018; Varcoe, 2005) นอกจากนี้ในหลายประเทศ อาทิ ไต้หวัน ออสเตรเลีย และสหรัฐอเมริกา มีการจัดหลักสูตรอบรมและพัฒนาครูในด้านการเงินเพื่อส่งเสริมการสอนและให้ความรู้ทางการเงินแก่ครู และพบว่าครูมีความมั่นใจในการสอน สามารถถ่ายทอดความรู้ทางการเงินที่เหมาะสมกับบริบทการเงินในยุคปัจจุบันให้แก่แก่นักเรียนมากขึ้น (Deng, Chi, Teng, Tang, & Chen, 2013; Hensley, 2015)

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยนี้จำแนกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนักเรียน ครู และผู้บริหาร โดยประชากรกลุ่มนักเรียน คือ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 973,953 คน ประชากรกลุ่มครู คือ ครูผู้สอนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 393,980 คน และประชากรกลุ่มผู้บริหาร คือ ผู้บริหารสถานศึกษาในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) จำนวน 29,642 คน (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2563)

ตัวอย่างในการวิจัยนี้ ได้แก่ นักเรียนจำนวน 2,400 คน ครูจำนวน 120 คน และผู้บริหารจำนวน 40 คน รวมทั้งสิ้น 2,560 คน ใช้การสุ่มแบบแบ่งชั้น (stratified random sampling) ตามภูมิภาคและขนาดโรงเรียน โดยคำนวณการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างใน 3 ระดับ ได้แก่ ระดับนักเรียน ระดับห้องเรียน และระดับโรงเรียน ให้เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างพหุระดับ (MSEM) ให้มีประสิทธิภาพในการประมาณค่าเป็นร้อยละ 89.6–90.6 และได้รับการตอบกลับแบบสอบถามที่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้จำนวน 2,073 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 80.97

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจำแนกเป็น 3 ฉบับ ได้แก่ แบบสอบถามวัดความฉลาดรู้ทางการเงินสำหรับนักเรียน แบบสอบถามวัดความฉลาดรู้ทางการเงินสำหรับครู สำหรับเก็บข้อมูลในระดับนักเรียนและระดับห้องเรียน และแบบสอบถามการสนับสนุนของโรงเรียนด้านการจัดการเรียนรู้ทางการเงินสำหรับเก็บข้อมูลในระดับโรงเรียน แบบสอบถามทุกฉบับผ่านการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 คน และพิจารณาค่าดัชนีความสอดคล้องให้ไม่น้อยกว่า 0.50 (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2544) โดยข้อคำถามในงานวิจัยนี้มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.05 ถึง 1.00 และหากมีข้อคำถามที่มีค่าต่ำกว่าเกณฑ์จะทำการปรับแก้ตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิหรือตัดทิ้ง จากนั้นนำมาทดลองเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ค่าความเที่ยงของแต่ละปัจจัยด้วยการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค โดยค่าความเที่ยงที่ยอมรับได้ควรมีค่าไม่น้อยกว่า 0.70 (Nunnally, 1978) หากมีข้อคำถามที่มีค่าต่ำกว่าเกณฑ์จะทำการปรับแก้ ซึ่งแต่ละข้อในงานวิจัยนี้มีค่าความเที่ยงตั้งแต่ 0.579 ถึง 0.959 ซึ่งถือว่ามีความเที่ยงอยู่ในระดับปานกลางถึงสูงมาก ทั้งนี้ผลการวิเคราะห์ความตรงเชิงโครงสร้างของโมเดลการวัดทุกโมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จากนั้นเมื่อผู้วิจัยได้ปรับปรุงคุณภาพของเครื่องมือเรียบร้อยแล้ว จึงนำแบบสอบถามไปใช้เก็บข้อมูลจริง

วิธีรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยส่ง QR Code แบบสอบถามออนไลน์ ให้แก่ครูผู้สอนเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการเงิน ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จากนั้นให้ครูส่ง QR Code แบบสอบถามออนไลน์ให้แก่นักเรียนในห้องเรียนที่ตนสอน จำแนกตามภูมิภาคและขนาดของโรงเรียน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นโดยวิเคราะห์ค่าสถิติบรรยาย ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความแปร และค่าความโด่ง ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS และวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์วิจัยโดยวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างพหุระดับ (MSEM) ด้วยโปรแกรม MPLUS

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาตามวัตถุประสงค์การวิจัย สามารถแสดงรายละเอียดของผลการวิจัย ดังนี้

1. ปัจจัยระดับนักเรียน พบว่า ประสบการณ์ทางการเงินของนักเรียนมีอิทธิพลต่อความฉลาดรู้ทางการเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($\beta = .907$, $p = .000$) ขณะที่การได้รับการปลูกฝังด้านการเงินจากครอบครัวมีอิทธิพลต่อความฉลาดรู้ทางการเงินของนักเรียนผ่านประสบการณ์ทางการเงินของนักเรียนโดยสมบูรณ์ (perfect mediation effect) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($\beta = .806$, $p = .000$) แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 1

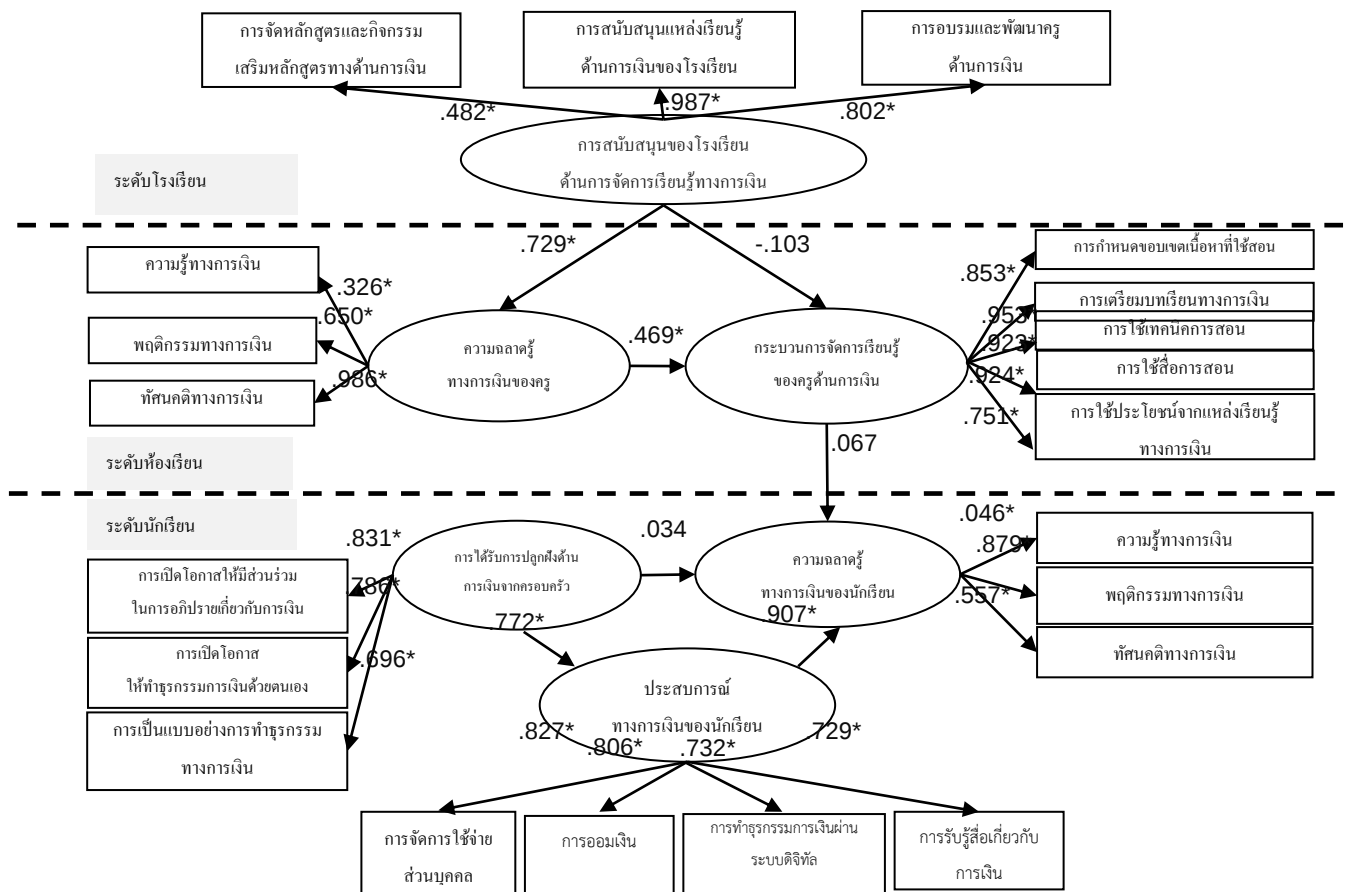
2. ปัจจัยระดับห้องเรียน พบว่า ความฉลาดรู้ทางการเงินของครูมีอิทธิพลต่อกระบวนการจัดการเรียนรู้ของครูด้านการเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($\beta = .469$, $p = .000$) ขณะที่กระบวนการจัดการเรียนรู้ของครูด้านการเงินมีอิทธิพลต่อความฉลาดรู้ทางการเงินของนักเรียนอย่างไม่มีนัยสำคัญ แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 1

3. ปัจจัยระดับโรงเรียน พบว่า การสนับสนุนของโรงเรียนด้านการจัดการเรียนรู้ทางการเงินมีอิทธิพลโดยตรงต่อความฉลาดรู้ทางการเงินของครูอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($\beta = .729$, $p = .022$) ขณะที่การสนับสนุนของโรงเรียนด้านการจัดการเรียนรู้ทางการเงินมีอิทธิพลเชิงลบต่อกระบวนการจัดการเรียนรู้ของครูด้านการเงินอย่างไม่มีนัยสำคัญ เช่นเดียวกับการสนับสนุนของโรงเรียนด้านการจัดการเรียนรู้ทางการเงินที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการจัดการเรียนรู้ของครูด้านการเงินผ่านความฉลาดรู้ทางการเงินของครูโดยสมบูรณ์อย่างไม่มีนัยสำคัญ ($\beta = .626$) แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 1 และภาพที่ 2

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรในโมเดลวิจัย

ตัวแปร	ค่าอิทธิพล	ค่าอิทธิพลรวม	P
ระดับนักเรียน (within level)			
อิทธิพลทางตรง (Direct effect)			
$FMF_w \rightarrow FNL_w$	.034	-	.653
$FMF_w \rightarrow EXP_w$	.772	-	.000
$EXP_w \rightarrow FNL_w$	.907	-	.000
อิทธิพลทางอ้อม (Indirect effect)			
$FMF_w \rightarrow EXP_w \rightarrow FNL_w$	.772	.806	.000
ระดับห้องเรียน (classroom level : level2)			
อิทธิพลทางตรง (Direct effect)			
$FNT_{b2} \rightarrow TEACH_{b2}$	.469	-	.000
$TEACH_{b2} \rightarrow FNL_{b2}$	.067	-	.689
ระดับโรงเรียน (school level : level3)			
อิทธิพลทางตรง (Direct effect)			
$FNSC_{b3} \rightarrow FNT_{b3}$	.729	-	.022
$FNSC_{b3} \rightarrow TEACH_{b3}$	-.103	-	.777
$FNT_{b3} \rightarrow TEACH_{b3}$	.721	-	.014
อิทธิพลทางอ้อม (Indirect effect)			
$FNSC_{b3} \rightarrow FNT_{b3} \rightarrow TEACH_{b3}$	.729	.626	.018
ดัชนีวัดความสอดคล้อง $\chi^2 = 153.82$, $df = 127$, $p = .053$, $CFI = 0.996$, $TLI = 0.993$, $RMSEA = 0.010$			

หมายเหตุ: ค่าขนาดอิทธิพลแสดงในรูปสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (β)



$$\chi^2 = 153.820, df = 127, p = .053, CFI = 0.996, TLI = 0.993, RMSEA = 0.010$$

ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างพหุระดับความฉลาดรู้ทางการเงินของนักเรียน

อภิปรายผลการวิจัย

1. อิทธิพลของปัจจัยระดับนักเรียนที่มีต่อความฉลาดรู้ทางการเงินของนักเรียน จากผลการวิจัยพบว่า ประสบการณ์ทางการเงินของนักเรียนส่งผลต่อความฉลาดรู้ทางการเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($\beta = .907, p = .000$) ซึ่งสอดคล้องกับข้อค้นพบในงานวิจัยของ Delavande (2008) ที่กล่าวว่า การใช้จ่ายส่วนบุคคลช่วยให้นักเรียนสามารถจัดการรายได้ ค่าใช้จ่าย และการออมได้อย่างปลอดภัย นอกจากนี้ยังพบว่า การได้รับการปลูกฝังด้านการเงินจากครอบครัวมีอิทธิพลต่อประสบการณ์ทางการเงินของนักเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($\beta = .772, p = .000$) และการได้รับการปลูกฝังด้านการเงินจากครอบครัวยังมีอิทธิพลต่อความฉลาดรู้ทางการเงินของนักเรียนผ่านประสบการณ์ทางการเงินของนักเรียนโดยสมบูรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($\beta = .806, p = .000$) ซึ่งสอดคล้องกับรายงานของ OECD (2018) ที่กล่าวว่า นอกจากการได้รับการศึกษาในเรื่องการเงิน ครอบครัวมีส่วนช่วยผลักดันและส่งเสริมให้นักเรียนได้รับประสบการณ์ทางการเงินในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าครอบครัวเป็นส่วนสำคัญที่สามารถช่วยให้นักเรียนมีความฉลาดรู้ทางการเงินผ่านการสนับสนุนให้นักเรียนได้จัดการใช้จ่ายส่วน

บุคคล ออมเงิน ทดลองทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบดิจิทัล รวมถึงเปิดโอกาสให้ได้รับรู้สื่อเกี่ยวกับการเงิน (Garg & Singh, 2018; Lyons, 2006; Paul Ali, 2016; Swiecka, 2020)

2. อิทธิพลของปัจจัยระดับห้องเรียนและระดับโรงเรียนที่มีต่อความฉลาดรู้ทางการเงินของนักเรียน จากการศึกษาอิทธิพลพหุระดับ พบว่า ในระดับห้องเรียน ความฉลาดรู้ทางการเงินของครูมีอิทธิพลต่อกระบวนการจัดการเรียนรู้ของครูด้านการเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($\beta = .469$, $p = .000$) ซึ่งสอดคล้องกับผลจากหลายงานวิจัยที่ระบุว่า ความฉลาดรู้ทางการเงินของครูมีอิทธิพลโดยตรงต่อกระบวนการจัดการเรียนรู้ด้านการเงิน โดยหากครูมีความฉลาดรู้ทางการเงินที่ดี ครูจะมีความรู้ ความมั่นใจ และความสามารถในการจัดการเรียนรู้ด้านการเงินให้นักเรียนได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ (Deng et al., 2013; Eberle, 2016) สำหรับผลของอิทธิพลพหุระดับของปัจจัยในระดับโรงเรียนที่ส่งผลต่อปัจจัยในระดับห้องเรียน พบว่า การสนับสนุนของโรงเรียนด้านการจัดการเรียนรู้ทางการเงินมีอิทธิพลต่อความฉลาดรู้ทางการเงินของครูอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($\beta = .729$, $p = .022$) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่กล่าวว่า การผลักดันให้ครูได้รับการอบรมและพัฒนาด้านการเงินจะช่วยให้ครูเกิดการพัฒนาองค์ความรู้ทางการเงินให้เป็นปัจจุบันและนำความรู้ที่ได้รับมาปรับใช้เพื่อพัฒนาการจัดการเรียนการสอนด้านการเงิน (Deng et al., 2013; Hensley, 2015) เช่นเดียวกับการสนับสนุนแหล่งเรียนรู้ทางการเงินซึ่งจะช่วยให้ครูมีแหล่งข้อมูลสำหรับสืบค้นเพื่อพัฒนาความรู้ ทักษะและความสามารถทางการเงิน อันจะนำไปสู่การออกแบบการจัดการเรียนการสอนด้านการเงินให้เหมาะสมกับบริบทและความต้องการของผู้เรียนอย่างมีประสิทธิภาพ

ขณะที่อิทธิพลพหุระดับของปัจจัยในระดับห้องเรียนที่ส่งผลต่อปัจจัยในระดับนักเรียน พบว่า กระบวนการจัดการเรียนรู้ของครูด้านการเงินมีอิทธิพลต่อความฉลาดรู้ทางการเงินของนักเรียนอย่างไม่มีนัยสำคัญ ($\beta = .067$) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์อิทธิพลพหุระดับของปัจจัยในระดับโรงเรียนที่ส่งผลต่อปัจจัยในระดับห้องเรียน ที่พบว่า ปัจจัยการสนับสนุนของโรงเรียนด้านการจัดการเรียนรู้ทางการเงินมีอิทธิพลต่อกระบวนการจัดการเรียนรู้ของครูด้านการเงินอย่างไม่มีนัยสำคัญเช่นกัน ($\beta = -.103$) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการใช้จ่ายและการเผชิญสถานการณ์ทางการเงินในชีวิตจริงของนักเรียนเกิดขึ้นนอกห้องเรียนและการสอนในชั้นเรียนอาจไม่ได้เน้นให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติจริงเท่าที่ควร อีกทั้งยังมียงานวิจัยที่เผยว่า บริบทการจัดการเรียนการสอนของประเทศไทย ครูผู้สอนต้องแบกรับภาระงานอื่นที่นอกเหนือจากภาระการสอน (อัจฉรวรรณ จันทรพิญศรี, 2564) ซึ่งอาจเป็นหนึ่งในสาเหตุที่ทำให้ครูมีเวลาทุ่มเทกับการจัดการเรียนการสอนด้านการเงินน้อยลง นอกจากนี้ในปัจจุบันทักษะที่จำเป็นทางการเงินยังมีความซับซ้อนมากขึ้น บริบททางการเงินมีความแตกต่างจากบริบททางการเงินในงานวิจัยที่ผู้วิจัยได้สืบค้นข้อมูล เช่น การเติบโตของสกุลเงินดิจิทัลหรือ คริปโทเคอร์เรนซี (cryptocurrency) การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบดิจิทัลที่มีความหลากหลายและสามารถเข้าถึงได้สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้นและงานวิจัยส่วนใหญ่ที่ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าส่วนใหญ่มุ่งศึกษาผลการใช้หลักสูตรทางการเงินเพื่อสร้างพฤติกรรมทางการเงินที่ดี โดยเน้นการออกแบบ

หลักสูตรให้มีการอภิปรายและสร้างตัวอย่างทางการเงินผ่านสถานการณ์จำลองในชั้นเรียน ไม่ได้สนับสนุนให้นักเรียนออกไปเผชิญสถานการณ์ทางการเงินจริง อีกทั้งในบางงานวิจัยก็ทำการศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างในระดับมหาวิทยาลัยหรือวัยทำงาน Luhrmann, Gercia & Winter, 2018; Lyons, 2006; Varcoe, 2005) ขณะที่งานวิจัยนี้กลุ่มตัวอย่างคือนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้นจึงอาจทำให้กระบวนการจัดการเรียนรู้ของครูด้านการเงินมีอิทธิพลต่อความฉลาดรู้ทางการเงินของนักเรียนอย่างไม่น่าสำคัญ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1) ในระดับนักเรียน ผู้ปกครองและครอบครัว ควรสนับสนุนให้นักเรียนได้รับประสบการณ์ทางการเงินผ่านการจัดการใช้จ่ายส่วนบุคคล การออมเงิน การทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบดิจิทัล และการรับรู้สื่อเกี่ยวกับการเงิน เพราะจะช่วยให้เด็กมีความฉลาดรู้ทางการเงินที่ดีขึ้น โดยอาจปลูกฝังด้านการเงินจากครอบครัว ผ่านการเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการอภิปรายเกี่ยวกับการเงิน ให้ทำธุรกรรมการเงินด้วยตนเอง และเป็นแบบอย่างในการทำธุรกรรมทางการเงินให้แก่เด็กนักเรียน

2) ในระดับโรงเรียนและห้องเรียน ควรมีการสนับสนุนด้านการจัดการเรียนรู้ทางการเงินผ่านการสนับสนุนแหล่งเรียนรู้ด้านการเงินให้แก่ครูและนักเรียน เพื่อเป็นแหล่งสืบค้นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเงินที่ทันสมัย เข้าถึงได้ง่าย มีการจัดหลักสูตรและกิจกรรมเสริมหลักสูตรทางด้านการเงินที่ตอบสนองต่อความต้องการและความจำเป็นของนักเรียนตามบริบทของสังคมในปัจจุบัน นอกจากนี้ควรมีการจัดอบรมและพัฒนาครูด้านการเงิน เพื่อให้ครูมีความฉลาดรู้ทางการเงินที่ดีและมีความพร้อมในการสอนด้านการเงิน สามารถนำความรู้มาออกแบบกระบวนการจัดการเรียนรู้ด้านการเงินเพื่อให้นักเรียนมีความฉลาดรู้ทางการเงินที่สูงขึ้นต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป

เนื่องจากผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ เป็นเพียงผลเชิงปริมาณ หากต้องการทราบถึงรายละเอียดของแนวทางในการส่งเสริมความฉลาดรู้ทางการเงินของนักเรียนที่มีความเหมาะสมกับบริบทสังคมในปัจจุบัน ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมถึงแนวทางการส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการเรียนการสอนด้านการเงิน เพื่อนำไปใช้ในการจัดการเรียนการสอนและสนับสนุนการจัดการเรียนรู้ทางการเงินอย่างมีประสิทธิภาพ อันจะเป็นการส่งเสริมให้นักเรียนมีความฉลาดรู้ทางการเงินซึ่งตอบสนองต่อความต้องการในการดำเนินชีวิตภายใต้บริบทสังคมในปัจจุบัน

เอกสารอ้างอิง

- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2559). รายงานการสำรวจทักษะทางการเงินของไทย ปี 2559. กรุงเทพฯ: ฝ่ายส่งเสริมความรู้ทางการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย.
- ศิริชัย กาญจนวาสี. (2544). การเลือกใช้สถิติที่เหมาะสมสำหรับการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: บุณศิริการพิมพ์.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2563). จำนวนโรงเรียน นักเรียน และห้องเรียน ปีการศึกษา 2560 – 2564. [กรุงเทพฯ]: กลุ่มสารสนเทศ สำนักนโยบายและแผนการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ.
- ไสว พิกขาว. (2558). ทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 (21st Century Skills). สืบค้นเมื่อ 12 มิถุนายน 2565, จาก <https://erp.mju.ac.th/openFile.aspx?id=Mjc2NTQx>.
- อัจฉราวรรณ จันทร์เพ็ญศรี. (2564). สภาพปัญหา ความต้องการจำเป็น และแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการจัดการเรียนรู้ของครู ตามทัศนะของครูและผู้บริหารสถานศึกษาในจังหวัดนครนายก. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, 12(1), 13-31.
- Delavande, A. (2008). *Preparation for Retirement, Financial Literacy and Cognitive Resources. Working Papers wp190, University of Michigan*. Michigan: Michigan Retirement and disability Research Center.
- Deng, H.-T., Chi, L.-C., Teng, N.-Y., Tang, T.-C., & Chen, C.-L. (2013). Influence of Financial Literacy of Teachers on Financial Education Teaching in Elementary Schools. *International Journal of e-Education, e-Business, e-Management and e-Learning*. doi:10.7763/ijeeee.2013.V3.195
- Eberle, D. H. a. F. (2016). Teacher's Financial Literacy From a Swiss Perspective. *springer science business media singapore*. doi:10.1007/978-981-10-0360-8_43
- French, D., & McKillop, D. (2016). Financial literacy and over-indebtedness in low-income households. *International Review of Financial Analysis*, 48, 1-11. doi:10.1016/j.irfa.2016.08.004
- Garg, N., & Singh, S. (2018). Financial literacy among youth. *International Journal of Social Economics*, 45(1), 173-186. doi:10.1108/ijse-11-2016-0303
- Hensley, B. J. (2015). Enhancing Links between Research and Practice to Improve Consumer Financial Education and Well-Being. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 26(1), 94-101.

- Ho, M. C. S., & Lee, D. H. L. (2020). School Banding Effects on Student Financial Literacy Acquisition in a Standardised Financial Literacy Curriculum. *The Asia-Pacific Education Researcher*. doi:10.1007/s40299-019-00491-z
- Kagotho, N., Nabunya, P., Ssewamala, F., Mwangi, E. N., & Njenga, G. (2017). The role of family financial socialization and financial management skills on youth saving behavior. *J Adolesc*, 59, 134-138. doi:10.1016/j.adolescence.2017.05.013
- Luhrmann, M., Gercia, M.S., Winter. J. (2018). the Impact of Financial Education on Adolescents' Intertemporal Choices. *The Institute for Fiscal Studies*
- Lusardi, A. (2019). Financial literacy and the need for financial education: evidence and implications. *Swiss Journal of Economics and Statistics*, 155(1). doi:10.1186/s41937-019-0027-5
- Lyons, A. C. (2006). Translating Financial Education into Behavior Change for Low-Income Populations. *Association for Financial Counseling and Planning Education*, 17(2), 27-45.
- Moreno-Herrero, D., Salas-Velasco, M., & Sanchez-Campillo, J. (2018). Factors that influence the level of financial literacy among young people: The role of parental engagement and students' experiences with money matters. *Children and Youth Services Review*, 95, 334-351. doi:10.1016/j.childyouth.2018.10.042
- OECD. (2018). financial literacy framework. *PISA 2018 Assessment and Analytical Framework*, 119. doi:https://doi.org/10.1787/a1fad77c-en.
- Paul Ali, M. A., Cosima McRae and Ian Ramsay. (2016). The Financial Literacy of Young People Socio-Economicstatus, Language Background, and the Rural-Urban Chasm. *Australian and International Journal of Rural Education*, 26, 54-66.
- Potrich, A. C. G., Vieira, K. M., & Mendes-Da-Silva, W. (2016). Development of a financial literacy model for university students. *Management Research Review*, 39(3), 356-376. doi:10.1108/mrr-06-2014-0143
- Sawatzki, C., & Sullivan, P. (2017). Teachers' Perceptions of Financial Literacy and the Implications for Professional Learning. *Australian Journal of Teacher Education*, 42(5), 51-65. doi:10.14221/ajte.2017v42n5.4

- Sholevar, M. (2019). Survey on financial literacy, financial behaviour, gender gap and financial education. *Research Centre for Global Finance Department of Finance and Management SOAS*.
- Singh, A. (2020). Factors Contributing to the Financial Literacy of Individual: A Critical Literature Review. *Raja Balwant Singh College, 8*.
- Sohn, S. H., Joo, S. H., Grable, J. E., Lee, S., & Kim, M. (2012). Adolescents' financial literacy: the role of financial socialization agents, financial experiences, and money attitudes in shaping financial literacy among South Korean youth. *J Adolesc, 35*(4), 969-980. doi:10.1016/j.adolescence.2012.02.002
- Son, J., & Park, J. (2018). Effects of financial education on sound personal finance in Korea: Conceptualization of mediation effects of financial literacy across income classes. *International Journal of Consumer Studies, 43*(1), 77-86. doi:10.1111/ijcs.12486
- Swiecka, B. (2020). Financial Literacy: The Case of Poland. *Sustainability, 12*(2). doi:10.3390/su12020700
- Varcoe, K. P. (2005). Using A Financial Education Curriculum For Teen. *Financial Counseling and Planning, 16*, 63-71.
- World Economic Forum. (2015). *New Vision for Education Unlocking the Potential of Technology* . Retrieved from https://www3.weforum.org/docs/WEFUSA_NewVisionforEducation_Report2015.pdf
- Xiao, J. J., & Porto, N. (2017). Financial education and financial satisfaction. *International Journal of Bank Marketing, 35*(5), 805-817. doi:10.1108/ijbm-01-2016-0009
- Zameer, Q. A., & Devasagayam, R. (2015). Cognitive Dissonance and Buyers' Coping Mechanisms: A Comparative Study of US and Indian Consumers.

**สภาพ ความต้องการจำเป็นและแนวทางพัฒนาการบริหารงานวิชาการสู่ความปกติใหม่ใน
สถานศึกษาเอกชน สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น**
**States, Needs and Guidelines for Academic Work Administration Development
into the New Normal in the Private Education Institutes under the Jurisdiction of
Khon Kaen Province Vocational Education**

อุดม ลิ้มไพบูลย์¹ และ วิเชียร รุ้ยยืนยง²

Udom Limpiboon¹ and Wichian Rooyuenyong²

¹นักศึกษาหลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

²อาจารย์ประจำหลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

อีเมล: Tib.limpiboon@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received)

5 กรกฎาคม 2565

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised)

22 กรกฎาคม 2565

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

30 กรกฎาคม 2565

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์การบริหารงานวิชาการสู่ความปกติใหม่ 2) ศึกษาความต้องการจำเป็นในการพัฒนาการบริหารงานวิชาการสู่ความปกติใหม่ และ 3) ศึกษาแนวทางพัฒนาการบริหารงานวิชาการสู่ความปกติใหม่ในสถานศึกษาเอกชน สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย ผู้บริหารจำนวน 32 คน ครู 187 คน รวม 219 คน โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตรทาร์โยมานเน่ ด้วยวิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ กลุ่มเป้าหมายผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 9 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามแบบมาตรวัดประมาณค่า 5 ระดับ มีค่า IOC 0.970 ค่าความเชื่อมั่น 0.986 และแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าดัชนี PNI modified

ผลการวิจัยพบว่า

1. ผลการศึกษาสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์การบริหารงานวิชาการสู่ความปกติใหม่ในสถานศึกษาเอกชน สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น สภาพปัจจุบัน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สภาพที่พึงประสงค์ โดยภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด
2. ผลการศึกษาความต้องการจำเป็นในการพัฒนาการบริหารงานวิชาการสู่ความปกติใหม่ในสถานศึกษาเอกชน สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น เรียงตามลำดับดังนี้ 1) ด้านงานสื่อการเรียนการสอนสู่ความปกติใหม่

2) ด้านการบริหารแผนวิชาสู่ความปกติใหม่ 3) ด้านการพัฒนาหลักสูตรสู่ความปกติใหม่ 4) ด้านงานวิทยบริการ และห้องสมุดสู่ความปกติใหม่ 5) ด้านงานอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีสู่ความปกติใหม่ และ 6) ด้านการวัดและประเมินผลสู่ความปกติใหม่

3. ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาการบริหารงานวิชาการความปกติใหม่ในสถานศึกษาเอกชน สังกัด อาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น สรุปได้ 6 แนวทาง 26 ตัวชี้วัดประกอบด้วย 1) ด้านงานสื่อการเรียนการสอนสู่ความปกติใหม่ ในสถานศึกษาสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น มี 3 ตัวชี้วัด 2) ด้านการบริหารแผนวิชาสู่ความปกติใหม่ในสถานศึกษาสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น มี 6 ตัวชี้วัด 3) ด้านการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนสู่ความปกติใหม่ ในสถานศึกษาสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น มี 5 ตัวชี้วัด 4) ด้านงานวิทยบริการ และห้องสมุดสู่ความปกติใหม่ มี 3 ตัวชี้วัด 5) ด้านงานอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีสู่ความปกติใหม่ มี 4 ตัวชี้วัด 6) ด้านการวัดและประเมินผลสู่ความปกติใหม่ มี 5 ตัวชี้วัด

คำสำคัญ : ความต้องการจำเป็น, แนวทางการพัฒนาการบริหารงานวิชาการ, ความปกติใหม่

ABSTRACT

This research aimed to study: 1) the current states and desirable states of the academic work administration into the New Normal, 2) the needs in the academic work administration development into the New Normal, and 3) the guidelines for the academic work administration development into the New Normal in the private education institutes under the Vocational Education of Khon Kaen Province. The samples consisted of 32 administrators, 187 teachers, totally 219 cases using the sample size fixed by Taro Yamane's formula with the stratified random sampling technique. The target group included 9 experts selected by the purposive sampling technique, covering educational institute administrators and department heads. The research instruments contained the five-rating scaled questionnaires with the IOC at 0.970, reliability at 0.986 and the semi-structured interview form. The statistics used for analyzing the data were the frequency, percentage, mean, standard deviation and the index value of PNI modified.

The research findings revealed that:

1. The study findings in the current states and desirable states of the academic work administration into the New Normal in the private education institutes under the Vocational

Education of Khon Kaen Province, the current states as a whole were in the high level, and the desirable states as a whole were in the most level.

2. The study findings in the needs on the academic work administration development into the New Normal in the private education institutes under the Vocational Education of Khon Kaen Province. It was implied the ranking: 1) the work in instructional material into the New Normal, 2) the department administration into the New Normal, 3) the curriculum development into the New Normal, 4) the academic services and libraries into the New Normal, 5) vocational education of bilateral system into the New Normal, and 6) measurement and evaluation into the New Normal.

3 . The study findings in the guidelines for the academic work administration development into the New Normal in the private education institutes under the Vocational Education of Khon Kaen Province could be concluded 6 guidelines appeared in 26 indicators. 1) the work in instructional material into the New Normal in 3 indicators., 2) the department administration into the New Normal in 6 indicators., 3) the curriculum development into the New Normal in 5 indicators., 4) the academic services and libraries into the New Normal in 3 indicators, 5) vocational education of bilateral system into the New Normal in 4 indicators., and 6) measurement and evaluation into the New Normal in 5 indicators.

Keywords: needs, guidelines for academic work administration development, the New Normal

บทนำ

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) เป็นแผนแม่บทหลักของการพัฒนาประเทศ และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน รวมทั้งการปรับโครงสร้างประเทศไทยไปสู่ “ประเทศไทย 4.0” มุ่งเตรียมความพร้อมคน สังคม และระบบเศรษฐกิจของประเทศให้สามารถปรับตัวรองรับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม ยุทธศาสตร์สำคัญ ดังนี้ 1) พัฒนาศักยภาพคนตลอดช่วงชีวิต 2) ยกระดับการศึกษาและการเรียนรู้ให้มีคุณภาพเท่าเทียมและทั่วถึง 3) ปลุกฝังระเบียบวินัย คุณธรรม จริยธรรม ค่านิยมที่พึงประสงค์ ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) มีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญ ดังนี้ 1) ปรับเปลี่ยนค่านิยมคนไทยให้มีคุณธรรม จริยธรรม มีวินัย จิตสำนึก และพฤติกรรมที่พึงประสงค์ 2) พัฒนาศักยภาพคนให้มีทักษะ ความรู้ และความสามารถในการดำรงชีวิตอย่างมีคุณค่า 3) ยกระดับคุณภาพการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต (สำนักงาน

คณะกรรมการการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559)

การจัดการศึกษาอาชีวศึกษาต้องพัฒนาคุณภาพผู้เรียนและผู้สำเร็จการศึกษาให้มีคุณภาพ สอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการ ชุมชน และตลาดแรงงาน โดยต้องผลิตและพัฒนา กำลังคนอาชีวศึกษาให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และมาตรฐานการศึกษา แห่งชาติที่ได้กำหนดให้ผู้เรียนและผู้สำเร็จการศึกษาต้องมีทักษะ ความรู้ และความสามารถที่เข้มแข็งและ มีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศ มีการวิจัยและพัฒนานวัตกรรม และเทคโนโลยี รวมถึงมีระบบบริหาร จัดการที่มีความคล่องตัว ที่ทำให้ทุกคนสามารถเข้าถึงการศึกษาอาชีวศึกษาได้อย่างกว้างขวาง โดย สถานศึกษาอาชีวศึกษาต้องมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมกับสถานประกอบการในการพัฒนาหลักสูตร การจัด ฝึกอาชีพและฝึกประสบการณ์สมรรถนะวิชาชีพ สนับสนุนครุภัณฑ์การเรียนการสอนและการเตรียม ความพร้อมในด้านสภาพแวดล้อมทางการศึกษาต่าง ๆ การพัฒนาคุณภาพการจัดการศึกษาและ การจัดการเรียนการสอนต้องมุ่งเน้นการเรียนรู้สู่การปฏิบัติ มีการจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตร รวมถึงมี การประเมินมาตรฐานวิชาชีพผู้เรียนอาชีวศึกษาทุกคนก่อนสำเร็จการศึกษา โดยจัดทำเป็นแผนพัฒนา การจัดการศึกษาของสถานศึกษา และนำไปสู่การปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (สำนักงาน คณะกรรมการการอาชีวศึกษา, 2562) ในการบริหารงานวิชาการในสถาบันการอาชีวศึกษา ได้กำหนด ระเบียบว่าด้วยการบริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา เพื่อให้สอดคล้อง กับกฎหมาย การศึกษาแห่งชาติ กฎหมายระเบียบบริหารราชการกระทรวงศึกษาธิการ และกฎหมาย ระเบียบข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา กฎหมายว่าด้วยการอาชีวศึกษา และภารกิจของ สถานศึกษาในปัจจุบันเพื่อเป้าหมายเดียวกัน ซึ่งองค์ประกอบมีทั้งหมด 6 งาน ดังนี้ 1) งานแผนกวิชาที่ เปิดสอน ซึ่งเกี่ยวข้องกับการจัดแผนการเรียน ตารางเรียน ตารางสอน การติดตามการเรียนการสอนของ นักศึกษาในแผนกวิชาและการติดตามการจัดทำแผนการเรียนรู้ 2) งานพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอน เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบแผนการเรียน ตารางเรียน ตารางสอนร่วมกับแผนกวิชาที่เปิดสอนและ การพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอน 3) งานวัดผลและประเมินผล ซึ่งเกี่ยวกับการปฏิบัติตามระเบียบ การวัดผลประเมินผล กำกับดูแลการจัดการเรียนการสอน การเทียบโอนผลการเรียน ตรวจสอบการให้ ระดับคะแนน การจัดทำข้อสอบมาตรฐาน การวิเคราะห์ข้อสอบ เก็บรักษารวมถึงการทำลาย เอกสาร การประเมินผลการเรียน และรวบรวมผลการเรียน 4) งานวิทยบริการและห้องสมุดเกี่ยวกับการให้บริการ ด้านการค้นคว้า ยืม คืนหนังสือ เอกสาร สื่อสิ่งพิมพ์ วิเคราะห์เลขหมู่หนังสือ จัดทำเครื่องช่วยค้นและ ให้บริการศูนย์การเรียนรู้ด้วยตนเอง 5) งานอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี เป็นการทำหน้าที่จัดการศึกษา วิชาชีพพร้อมกับสถานประกอบการ การจัดหาที่ฝึกงานให้กับนักเรียน นักศึกษา การจัดทำแผนการฝึกงาน คู่มือการฝึกงาน การนิเทศการฝึกงาน การประชุมสัมมนาครูฝึก ครูนิเทศ และวางแผนการพัฒนา การจัดการเรียนการสอนร่วมกับสถานประกอบการ และ 6) งานสื่อการเรียนการสอน เป็นการทำหน้าที่

ในการวางแผนจัดหาจัดทำและให้บริการด้านสื่อที่เกี่ยวข้องกับการเรียนการสอน โสตทัศนูปกรณ์ พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ พัฒนาองค์ความรู้ด้านการผลิตสื่อ บำรุงรักษาวัสดุอุปกรณ์ และห้องโสตทัศนศึกษา การบริหารงานวิชาการนับเป็นสิ่งสำคัญเป็นหน้าที่หลักถือเป็นหัวใจของการบริหารสถานศึกษา ที่จะสร้างผู้เรียนให้มีคุณภาพ มีความรู้ มีจริยธรรม และคุณสมบัติตามที่ต้องการเพื่อนำไปใช้ในการดำรงชีวิตในสังคมต่อไปเป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริรักษา วรรณสินธ์ (2564) แนวทางการบริหารงานวิชาการในโรงเรียนประถมศึกษาเอกชน ผลการวิจัยพบว่า ระดับปัญหาในการบริหารงานวิชาการในโรงเรียนประถมศึกษาเอกชนโดยรวมอยู่ในระดับมาก โรงเรียนประถมศึกษาเอกชนมีแนวทางการบริหารงานวิชาการดังนี้ ควรวิเคราะห์เอกสารหลักสูตรให้เหมาะสมกับบริบทของโรงเรียน จัดกิจกรรมการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับความสนใจความถนัดของผู้เรียน ฝึกทักษะกระบวนการคิด จากการทำกิจกรรมเรียนรู้จากประสบการณ์จริงและการปฏิบัติจริง จัดทำแผนการวัดผลและประเมินผลแต่ละรายวิชาให้สอดคล้องกับมาตรฐานการศึกษาสาระการเรียนรู้ ทำการวิจัยเพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษา กระตุ้นและส่งเสริมให้ครูจัดทำวิจัยเพื่อพัฒนาสื่อ นวัตกรรม สามารถนำไปสู่การพัฒนา กิจกรรมการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพ จัดระบบการนิเทศงานวิชาการและการเรียนการสอนภายในสถานศึกษาในรูปแบบหลากหลายและเหมาะสม พัฒนาระบบประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา วิเคราะห์ ประเมิน และสรุปผลอย่างจริงจังต่อเนื่อง และต้องมีการรายงานผลต่อสาธารณะชนทุกเดือน

นับแต่ พ.ศ.2562-2564 ได้เกิดวิกฤติโควิด-19 ผู้บริหารสถานศึกษาโดยเฉพาะในส่วนของงานวิชาการ ต้องบริหารจัดการศึกษาภายใต้รูปแบบการดำเนินชีวิตอย่างใหม่ที่แตกต่างจากอดีต อันเนื่องมาจากมีบางสิ่งมากระทบจนแบบแผนและแนวปฏิบัติที่คนในสังคมคุ้นเคยอย่างเป็นปกติ และเคยคาดหวังล่วงหน้าได้ต้องเปลี่ยนแปลงไปสู่วิถีใหม่ เช่น การเว้นระยะห่างทางสังคม การสวมใส่หน้ากากอนามัย เป็นต้น ผู้บริหารจึงต้องมีการบริหารจัดการศึกษาที่สอดคล้องกับความปกติใหม่ โดยมีแนวทางในการบริหารงานวิชาการ เช่น การเตรียมความพร้อมในการเรียนการสอนออนไลน์ ด้านอุปกรณ์และเทคโนโลยี การออกแบบหลักสูตรโดยคำนึงถึงความแตกต่างของผู้เรียนแต่ละคน การบริหารจัดการสถานศึกษาและครูให้ประสบผลสำเร็จในการจัดการเรียนรู้ มีการหารือและวางแผนร่วมกันของบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องในทุกภาคส่วน ตั้งแต่ผู้กำหนดนโยบาย ผู้บริหารสถานศึกษา ครู บุคลากรทางการศึกษา ภาคประชาสังคม ผู้ปกครอง รวมไปถึงการเตรียมความพร้อมทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจของครูและ ผู้เรียน ในสภาพปัจจุบัน สถานศึกษาเอกชน สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่นยังมีปัญหาพบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนด่ำมีสมรรถนะไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน ขาดคุณลักษณะด้านความรู้ทางวิชาการและทักษะที่จำเป็น ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความล้มเหลวของการบริหารงานด้านวิชาการของสถานศึกษา ดังจะเห็นได้จากรายงานผลการทดสอบทางการศึกษา

ระดับชาติ ด้านอาชีวศึกษา (V-NET) ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 3 (ปวช.3) ปีการศึกษา 2562 ซึ่งยังไม่เกิดวิกฤติโควิด - 19 พบว่าคะแนนเฉลี่ย ระดับจังหวัด = 41.51 ต่ำกว่าระดับประเทศซึ่งมีคะแนนเฉลี่ย = 43.63 เปรียบเทียบกับผลการทดสอบในปีการศึกษา 2563 ซึ่งได้เกิดวิกฤติโควิด - 19 ขึ้น พบว่าคะแนนเฉลี่ย ระดับจังหวัด = 24.04 ต่ำกว่าระดับประเทศซึ่งมีคะแนนเฉลี่ย = 31.15 (สถาบันทดสอบทางการศึกษาแห่งชาติ องค์การมหาชน, 2562; สถาบันทดสอบทางการศึกษาแห่งชาติ องค์การมหาชน, 2563) ซึ่งเห็นได้ว่าในปีการศึกษา 2563 นั้นได้เกิดวิกฤติโควิด - 19 ขึ้นมีการปรับรูปแบบการจัดการเรียนหลายรูปแบบ โดยเฉพาะรูปแบบการจัดการเรียนการสอน แบบออนไลน์ เป็นผลทำให้การจัดการเรียนการสอนไม่มีประสิทธิภาพและได้ผลเท่าที่ควร จากสภาพปัญหาดังกล่าว อาจส่งผลกระทบต่อการผลิตกำลังคนทั้งด้านปริมาณและคุณภาพของการอาชีวศึกษา สถานศึกษาจึงควรให้ความสำคัญกับการบริหารงานวิชาการสู่ความปึกติใหม่

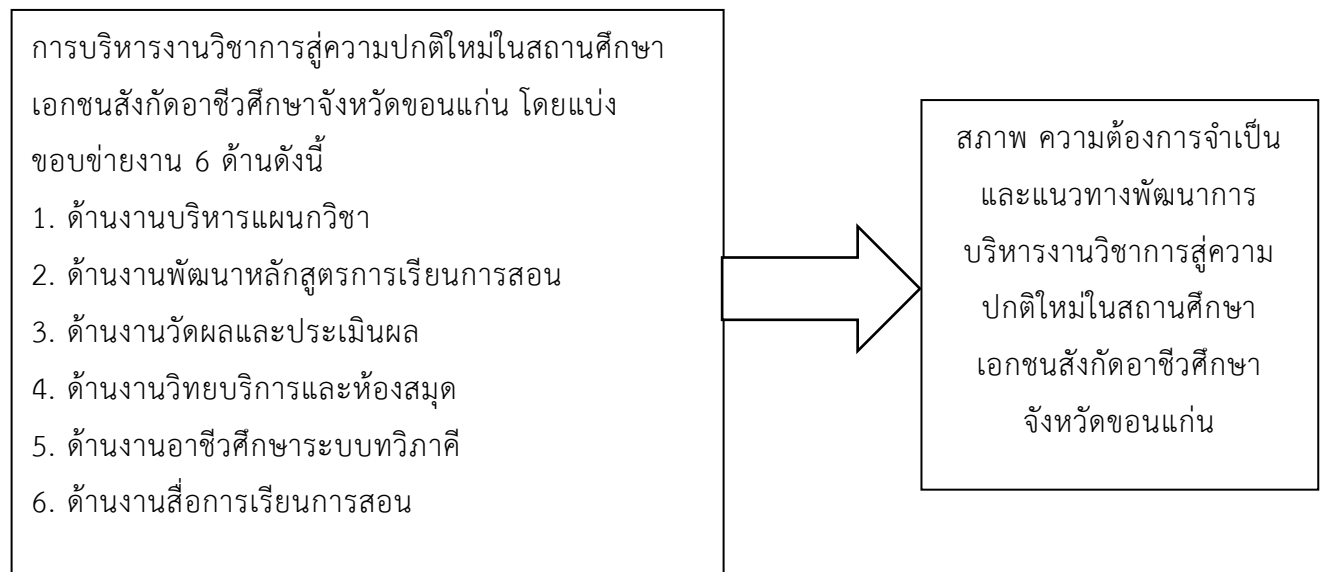
ผู้วิจัยในฐานะที่เป็นบุคลากรทางการศึกษาทำหน้าที่เกี่ยวกับงานวิชาการในสถานศึกษาเอกชน สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น เห็นว่าเพื่อพัฒนาการเรียน การสอนให้มีคุณภาพและมาตรฐานสูงสุดเกิดประโยชน์แก่ผู้เรียน ตามภารกิจของสถานศึกษา จึงเห็นความสำคัญที่จะศึกษาแนวทางพัฒนาการบริหารงานวิชาการสู่ความปึกติใหม่ในสถานศึกษาเอกชน สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น เพื่อที่จะได้นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาเป็นประโยชน์ในการนำไปพัฒนาปรับปรุงงานวิชาการ และเป็นการรับมือเข้าสู่ความปึกติใหม่ของสถานศึกษาให้มีคุณภาพดียิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์การบริหารงานวิชาการสู่ความปึกติใหม่ในสถานศึกษาเอกชน สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อศึกษาความต้องการจำเป็นการพัฒนาการบริหารงานวิชาการสู่ความปึกติใหม่ในสถานศึกษาเอกชน สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น
3. เพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาการบริหารงานวิชาการสู่ความปึกติใหม่ในสถานศึกษาเอกชน สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่อง สภาพ ความต้องการจำเป็นและแนวทางพัฒนาการบริหารงานวิชาการสู่ความปกติใหม่ในสถานศึกษาเอกชน สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นผู้บริหารสถานศึกษา และครูที่ปฏิบัติหน้าที่ในสถานศึกษาเอกชน สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น จำนวน 17 แห่ง ผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วย ครูที่ปฏิบัติหน้าที่ จำนวน 410 คน และผู้บริหาร จำนวน 72 คน รวมทั้งสิ้น 482 คน

กลุ่มตัวอย่างได้แก่ผู้บริหารสถานศึกษา และครูที่ปฏิบัติหน้าที่ในสถานศึกษาเอกชน สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น จำนวน 17 แห่ง โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรทาร์ยามาเน่ (Yamane, 1973) ที่ระดับความคลาดเคลื่อนในการสุ่ม 0.05 ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหารสถานศึกษา (ผู้รับใบอนุญาต, ผู้อำนวยการ, รองผู้อำนวยการ) จำนวน 32 คน ครูผู้สอน จำนวน 187 คน รวมเป็น 219 คนด้วยวิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified random sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามแบบมาตรวัดประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ แบ่งเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถาม ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์และแนวทางการพัฒนาการบริหารงานวิชาการสู่ความปกติใหม่ในสถานศึกษาเอกชน สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วยงานด้านต่าง ๆ จำนวน 6 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านงานแผนกวิชา 2) ด้านการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอน 3) ด้านงานวัดผลและประเมินผล 4) ด้านงานวิทยบริการและห้องสมุด 5) ด้านงานอาชีวศึกษาและระบบทวิภาคี และ 6) ด้านสื่อการเรียนการสอน มีลักษณะเป็นมาตรวัดประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ ชนิดกำหนดคำตอบเป็นข้อความ 5 ระดับตามวิธีการของ ลิเคิร์ท (Likert Scale)

2. แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างโดยใช้แบบสอบถามความถูกต้องเหมาะสม ความครบถ้วนของเนื้อหาเพื่อนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มเป้าหมายในการวิจัย โดยแบ่งเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามแบบกึ่งโครงสร้าง แนวทางการพัฒนาการบริหารงานวิชาการสู่ความปกติใหม่ในสถานศึกษาเอกชน สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น

3. การหาคุณภาพเครื่องมือในงานวิจัย

3.1 การหาค่าอัตราส่วนความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Index of consistency : IOC)

3.2 การหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient)

วิธีรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ขออนุญาตจากคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ถึงประธานกรรมการอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น เพื่อแจ้งถึงผู้รับใบอนุญาต/ผู้อำนวยการสถานศึกษาเอกชน ในสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น ขอความอนุเคราะห์ในการเข้าเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารและครูผู้สอน

2. นำส่งหนังสือและแบบสอบถามไปยังสถานศึกษาเอกชน สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น ด้วยรูปแบบที่หลากหลาย เช่น ส่งทางไปรษณีย์ ทางระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และขอรับแบบสอบถามทั้งหมดคืนโดยแจ้งกำหนดส่งคืนภายใน 10 วัน

3. ผู้วิจัยติดตามและเก็บรวบรวมแบบสอบถามพร้อมตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกชุด และนำแบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปตามวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นรายละเอียดเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการหาค่าความถี่ และร้อยละ

ตอนที่ 2

1. วิเคราะห์ข้อมูลสภาพปัจจุบัน และสภาพที่พึงประสงค์ของการบริหารงานวิชาการสู่ความปกติใหม่ในสถานศึกษาเอกชน อาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) แล้วแปลความหมายค่าเฉลี่ย

2. วิเคราะห์และจัดเรียงลำดับความต้องการจำเป็นแนวทางพัฒนาการบริหารงานวิชาการสู่ความปกติใหม่ในสถานศึกษาเอกชน สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น โดยใช้สูตร Modified Priority Needs index (PNI_{modified}) และวิเคราะห์เนื้อหา

3. จัดทำร่างแนวทางพัฒนาการบริหารงานวิชาการสู่ความปกติใหม่ในสถานศึกษาเอกชน สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น โดยผู้วิจัยนำข้อมูลจากการศึกษาในระยะที่ 2 มาทำเป็นแนวร่าง ทำการตรวจสอบและเสนอแนะร่างแนวทางพัฒนาการบริหารงานวิชาการสู่ความปกติใหม่ในสถานศึกษาเอกชน สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น โดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 9 ท่านเพื่อตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมของแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured interviews) โดยใช้แบบสอบถามความถูกต้องเหมาะสม ความครบถ้วนของเนื้อหาเพื่อนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูล

สรุปผลการวิจัย

1. สภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของการบริหารงานวิชาการสู่ความปกติใหม่ในสถานศึกษาเอกชน สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น

ตารางที่ 1 สภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ และความต้องการจำเป็นการพัฒนาการบริหารงานวิชาการสู่ความปกติใหม่ในสถานศึกษาเอกชน สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น

ความต้องการจำเป็นการ พัฒนาการบริหารงานวิชาการสู่ ความปกติใหม่ในสถานศึกษา เอกชนสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัด ขอนแก่น	สภาพปัจจุบัน			สภาพที่พึงประสงค์			PNI _{modified}	ลำดับ
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ		
1. ด้านงานแผนกวิชาสู่ความปกติใหม่	3.55	0.53	มาก	4.58	0.3	มากที่สุด	0.29	2
2. ด้านการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนสู่ความปกติใหม่	3.66	0.59	มาก	4.63	0.3	มากที่สุด	0.26	3

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ความต้องการจำเป็นการ พัฒนาการบริหารงานวิชาการสู่ ความปกติใหม่ในสถานศึกษา เอกชนสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัด ขอนแก่น	สภาพปัจจุบัน			สภาพที่พึงประสงค์			PNI modified	ลำดับ
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ		
3.ด้านการวัดและประเมินผลสู่ ความปกติใหม่	3.83	0.73	มาก	4.65	0.37	มากที่สุด	0.21	6
4.ด้านงานวิทยบริการและห้องสมุด สู่ความปกติใหม่	3.73	0.69	มาก	4.70	0.30	มากที่สุด	0.25	4
5.ด้านงานอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี สู่ความปกติใหม่	3.74	0.69	มาก	4.64	0.36	มากที่สุด	0.24	5
6.ด้านงานสื่อการเรียนการสอนสู่ ความปกติใหม่	3.56	0.61	มาก	4.73	0.30	มากที่สุด	0.32	1
รวม	3.68	0.64	มาก	4.65	0.34	มากที่สุด	0.26	

จากตารางที่ 1 สภาพปัจจุบันของการบริหารงานวิชาการสู่ความปกติใหม่ในสถานศึกษาเอกชน สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น โดยภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับ มาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการวัดและประเมินผลสู่ความปกติใหม่ รองลงมาคือ ด้านงานอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีสู่ความปกติใหม่ และด้านงานวิทยบริการและห้องสมุดสู่ความปกติใหม่ ตามลำดับ ส่วนด้านที่มีการปฏิบัติต่ำสุด คือ ด้านการบริหารแผนกวิชาสู่ความปกติใหม่ สภาพที่พึงประสงค์ของการบริหารงานวิชาการสู่ความปกติใหม่ในสถานศึกษาเอกชน สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น โดยภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านงานสื่อการเรียนการสอนสู่ความปกติใหม่ รองลงมา คือ ด้านงานวิทยบริการและห้องสมุดสู่ความปกติใหม่ และด้านงานวัดผลและประเมินผลสู่ความปกติใหม่ ตามลำดับ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการบริหารแผนกวิชาสู่ความปกติใหม่

2. ความต้องการจำเป็นของการบริหารงานวิชาการสู่ความปกติใหม่ในสถานศึกษาเอกชน สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น ความต้องการจำเป็นของการบริหารงานวิชาการสู่ความปกติใหม่ในสถานศึกษาเอกชน สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น เรียงลำดับความสำคัญเป็นดังนี้ 1) ด้านงานสื่อการเรียนการสอนสู่ความปกติใหม่ 2) ด้านการบริหารแผนกวิชาสู่ความปกติใหม่ 3) ด้านการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนสู่ความปกติใหม่ 4) ด้านงานวิทยบริการและห้องสมุดสู่ความปกติใหม่ 5) ด้านงานอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีสู่ความปกติใหม่ และ 6) ด้านการวัดและประเมินผลสู่ความปกติใหม่

3. นำเสนอแนวทางการบริหารงานวิชาการสู่ความปกติใหม่ในสถานศึกษาเอกชน สังกัด อาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น ผลการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาได้แนวทางการบริหารงานวิชาการสู่ความปกติใหม่ ในสถานศึกษาเอกชน สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น ที่สำคัญประกอบด้วย 1) แนวทางพัฒนาด้านงานสื่อการเรียนการสอนสู่ความปกติใหม่ ในสถานศึกษาสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น มี 3 ตัวชี้วัด 2) แนวทางพัฒนาด้านการบริหารแผนกวิชาสู่ความปกติใหม่ในสถานศึกษาสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น มี 6 ตัวชี้วัด 3) แนวทางพัฒนาด้านการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนสู่ความปกติใหม่ ในสถานศึกษาสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น มี 5 ตัวชี้วัด 4) แนวทางพัฒนาด้านงานวิทยบริการและห้องสมุดสู่ความปกติใหม่ มี 3 ตัวชี้วัด 5) แนวทางพัฒนาด้านงานอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีสู่ความปกติใหม่ มี 4 ตัวชี้วัด 6) ด้านการวัดและประเมินผลสู่ความปกติใหม่ มี 5 ตัวชี้วัด

อภิปรายผลการวิจัย

1. จากผลการวิจัยสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์และความต้องการจำเป็นของการบริหารงาน วิชาการสู่ความปกติใหม่ในสถานศึกษาเอกชน สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น มีดังนี้

1.1 สภาพปัจจุบันของการบริหารงานวิชาการสู่ความปกติใหม่ในสถานศึกษาเอกชน สังกัด อาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น โดยภาพรวม พบว่า มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณารายด้าน ด้านที่มีระดับ ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านงานวัดผลและประเมินผลสู่ความปกติใหม่ ด้านงานอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีสู่ความปกติใหม่ และด้านงานวิทยบริการและห้องสมุดสู่ความปกติใหม่ ตามลำดับ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือด้านการบริหาร แผนกวิชาสู่ความปกติใหม่ ทั้งนี้อาจเนื่องจากในช่วงสถานการณ์ดังกล่าว ครูอาจจะยังไม่สามารถปรับตัวได้ทัน กับสถานการณ์ ทำให้การจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เกี่ยวข้องกับด้านการบริหารแผนกวิชาเช่น การจัด ตารางเรียน ตารางสอน การฝึกงาน การทำวิจัยในชั้นเรียน การทำใบงาน การทำแผนการจัดการเรียนรู้ คู่มือครู โครงการสอน ยังไม่มีความหลากหลาย และไม่มีความยืดหยุ่น ไม่ทันต่อสถานการณ์ ในด้านงานวัดผลและ ประเมินผล เป็นงานที่ต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบของสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ซึ่งมีระเบียบที่ ชัดเจนและมีการวัดผลและประเมินผลตามสภาพจริงโดยไม่ยึดติดกับแนวทางปฏิบัติเดิม รวมทั้งสถานศึกษาได้มีการ ประชุมชี้แจงถึง กฎ ระเบียบ หลักเกณฑ์การวัดผลการเรียนรู้ของผู้เรียน การจัดการศึกษาสู่ความปกติใหม่ ที่กำหนดขึ้น มีการสร้างข้อตกลงที่หลากหลายทั้งบริบทที่ต่างกัน ในการประเมินผลผู้เรียนมีการจำแนกกลุ่มผู้เรียน ตามพัฒนาการและความสามารถของผู้เรียน สอดคล้องกับ พัชราภรณ์ ดวงชื่น (2563) การบริหารจัดการศึกษา รับ ความปกติใหม่หลังวิกฤตโควิด – 19 สรุปว่าในการจัดการศึกษาตามวิถี New Normal เป็นการปรับเปลี่ยนแนวคิด ครั้งใหญ่ที่ต้องสอดคล้องและเชื่อมโยงกับการเรียนรู้ของผู้เรียน โดยควรดำเนินการกระชับหลักสูตรปรับให้ สอดคล้องกับสถานการณ์โควิด-19 และสื่อสารให้ผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนทราบ เพิ่มความยืดหยุ่นของโครงสร้าง เวลาเรียนและความหลากหลายของรูปแบบการเรียนรู้ ครูควรออกแบบหน่วยการเรียนรู้และสอนอย่างมีแผนที่

เหมาะสม รวมถึงการยกระดับการประเมินเพื่อการพัฒนา เพื่อไม่ให้ผู้เรียนเสียโอกาสพัฒนาความรู้และทักษะ โดยเฉพาะความรู้ด้านภาษาและการคำนวณ การประเมินเป็นการประเมินเพื่อรับผิชอบและควรให้น้ำหนัก การประเมินโอกาสทางการเรียนของผู้เรียนมากกว่าการวัดความรู้ด้วยคะแนนสอบ สิ่งที่สำคัญคือการเตรียมความพร้อมทั้งทางด้านร่างกาย และจิตใจของครูและผู้เรียน ในการรับมือกับ New Normal ของการศึกษาที่เปลี่ยนแปลงรูปแบบการเรียนรู้ของเราทุกคน รวมถึงการบริหารจัดการศึกษาที่ไม่เหมือนเดิมอีกต่อไป

1.2 สภาพที่พึงประสงค์โดยภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน ด้านที่มีระดับค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านงานสื่อการเรียนการสอนสู่ความปกติใหม่ ด้านงานวิทยบริการและห้องสมุดสู่ความปกติใหม่ ด้านงานวัดผลและประเมินผลสู่ความปกติใหม่ตามลำดับ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือด้านการบริหารแผนกวิชาสู่ความปกติใหม่ ทั้งนี้อาจเนื่องจากในสถานการณ์สู่ความปกติใหม่ สื่อการเรียนการสอนโสตทัศนูปกรณ์ ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศต่าง ๆ ของสถานศึกษายังไม่ทันสมัยและไม่เพียงพอ สถานศึกษายังไม่มีการลงทุนในเรื่องของอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่จะทำให้การเรียนการสอนรูปแบบออนไลน์ มีประสิทธิภาพมากขึ้น ในด้านการบริหารแผนกวิชาเป็นงานต้องดำเนินกิจกรรมให้สอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 การจัดทำแผนจัดการเรียนการสอน ตารางเรียน ตารางสอน ในรูปแบบผสมผสาน (Blended Learning) ทั้งรูปแบบ Online และ Offline ยังไม่ตอบสนองกับความต้องการผู้เรียนมากนัก สอดคล้องกับ วรรณกานต์ เชื้อสายใจ (2563) กระบวนทัศน์ใหม่ในการบริหารงานวิชาการในยุคความปกติใหม่ของผู้บริหารสถานศึกษาในโรงเรียน กลุ่มเครือข่ายเทอดไทย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 3 ได้สรุปว่า ผู้บริหารสถานศึกษาต้องมีการวิเคราะห์ความจำเป็นในการใช้สื่อและเทคโนโลยีเพื่อการจัดการเรียนรู้ โดยมีการประชุมเพื่อการผลิต จัดหา พัฒนาและใช้สื่อนวัตกรรมและเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่องและดำเนินงานทุก ๆ ขั้นตอนให้เป็นไปตามสถานการณ์ปัจจุบัน มีการประชุมและวางแผนกับคณะครูในการจัดหาสื่อและเทคโนโลยีที่ทันสมัยอย่างหลากหลาย เพื่อใช้ในการเรียนการสอนและการพัฒนางานด้านวิชาการแต่งตั้งบุคลากรรับผิดชอบเกี่ยวกับการพัฒนาสื่อ นวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อให้เหมาะสมกับสภาพการจัดการเรียนรู้ของสถานศึกษา

2. ผลการศึกษาความต้องการจำเป็น เพื่อพัฒนาการบริหารงานวิชาการสู่ความปกติใหม่ของสถานศึกษา สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านงานสื่อการเรียนการสอนสู่ความปกติใหม่สูงเป็นอันดับหนึ่ง ทั้งนี้อาจเนื่องจากสื่อการเรียนการสอนโสตทัศนูปกรณ์ ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศต่าง ๆ ของสถานศึกษายังไม่ทันสมัยและไม่เพียงพอ ครูผู้สอนยังไม่มีประสบการณ์ความรู้ ความสามารถในการผลิตสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีประสิทธิภาพ อีกทั้งสถานศึกษายังไม่มีการลงทุนในเรื่องของอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่จะทำให้การเรียนการสอนรูปแบบออนไลน์มีประสิทธิภาพมากขึ้น สอดคล้องกับ สุคนธ์ สินธพานนท์ (2563) ครูยุคใหม่กับการจัดการเรียนรู้ยุค 4.0 สรุปว่าสถานศึกษาต้องลงทุนในการพัฒนาหลักสูตรและการเรียนการสอนออนไลน์ ที่จำเป็นต้องมีการลงทุนในเรื่องของอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่จะทำให้การเรียนการสอนออนไลน์มีประสิทธิภาพมากขึ้น

เพราะ ณ ปัจจุบันการลงทุนภายในสถานศึกษาเองก็อาจจะไม่มีความหมาย เพราะเราไม่ทราบว่าเด็กนักเรียนจะมีโอกาสเข้าศึกษาภายในโรงเรียนได้มากน้อยหรือนานเท่าไร

3. แนวทางการมีส่วนร่วมพัฒนาการบริหารงานวิชาการสู่ความปกติใหม่ ของสถานศึกษาสังกัด อาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น พบว่า มี 6 แนวทาง 26 ตัวชี้วัด ทั้งนี้อาจเนื่องจากการบริหารงานวิชาการสู่ความปกติใหม่ ตามสถานการณ์ที่เกิดการเปลี่ยนแปลงไปผู้บริหารจะต้องมีแนวทางในการบริหารสู่เป้าหมายและมีตัวชี้วัดความสำเร็จของแนวทางดังกล่าว สอดคล้องกับ สุวิมล มธูรส (2564) การจัดการศึกษาในระบบออนไลน์ในยุค NEW NORMAL COVID-19 สรุปว่า สถานการณ์การแพร่ระบาดของวิกฤต COVID-19 ครั้งนี้เป็นโอกาสสำคัญในการจัดการศึกษาตามวิถี New Normal ซึ่งเป็นการปรับเปลี่ยนแนวคิดครั้งใหญ่ที่ต้องสอดคล้องและเชื่อมโยงกับการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยการปรับหลักสูตรให้สอดคล้องกับสถานการณ์โควิด-19 และสื่อสารให้ผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนทราบ เพิ่มความยืดหยุ่นของโครงสร้างเวลาเรียนรู้และความหลากหลายของรูปแบบการเรียนรู้ของอาจารย์ ออกแบบหน่วยการเรียนรู้และสอนอย่างมีแผนที่เหมาะสม รวมถึงการยกระดับการประเมินเพื่อการพัฒนาเพื่อไม่ให้นักศึกษาเสียโอกาสพัฒนาความรู้และทักษะ โดยเฉพาะความรู้ด้านภาษาและการคำนวณ แม้ไม่มีโควิด-19 ระบบการศึกษาไทยก็กำลังเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาจากปัจจัยขับเคลื่อนจำนวนมาก ทั้งด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม เช่น โครงสร้างประชากรที่เปลี่ยนแปลง ด้านเทคโนโลยี Disruptive Technology ที่ทำให้ทักษะที่เป็นความต้องการเปลี่ยนไป และด้านการเมืองการปกครอง เช่น การดำเนินนโยบายของกระทรวงศึกษาธิการ เป็นต้น โควิด-19 เป็นตัวเร่งปฏิกิริยาที่ทำให้การเปลี่ยนแปลงที่รอทำอยู่ให้เกิดขึ้นเร็วขึ้น เช่น การนำเทคโนโลยีเพื่อการเรียนรู้มาใช้ในวงกว้างยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จากผลการวิจัยพบว่าในสภาพปัจจุบัน ด้านการบริหารแผนกวิชาสู่ความปกติใหม่ มีระดับปฏิบัติต่ำที่สุด สถานศึกษาต้องให้ความสำคัญกับการบริหารวิชาสู่ความปกติใหม่ให้มากยิ่งขึ้น เนื่องจากการบริหารแผนกวิชาสู่ความปกติใหม่ จะส่งผลต่อภาพรวมของการบริหารสถานศึกษาด้านอื่น ๆ

1.2 จากผลการวิจัยพบว่าในสภาพที่พึงประสงค์ ด้านงานสื่อการเรียนการสอน มีสภาพที่พึงประสงค์มากที่สุด ดังนั้นสถานศึกษาต้องให้การสนับสนุนในการจัดทำสื่อการเรียนการสอนต่าง ๆ สู่ความปกติใหม่ เพื่อช่วยให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้และมีการพัฒนาการที่ทันต่อยุคสมัยสู่ความปกติใหม่

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาวิจัย การพัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษา ในยุคของ Now Normal ชีวิตวิถีใหม่ของวันนี้ ที่ผู้คนต่างก็ต้องมีการปรับตัวเข้าสู่โลกดิจิทัลให้ได้อย่างสมบูรณ์

2.2 ควรมีการศึกษาวิจัยในเรื่องการพัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษา ในยุคของ Next Normal ซึ่งเป็นยุคของวิถีถัดไปที่ครูและบุคลากรทางการศึกษาจำเป็นต้องเปลี่ยนกระบวนทัศน์ในการจัดการศึกษา โดยเฉพาะการพัฒนาตนเองในยุค Next Normal ไปสู่การสร้างผู้เรียนที่สามารถมีทักษะสอดคล้องกับความต้องการของสังคมในคริสต์ศตวรรษที่ 21 ได้อย่างเหมาะสม

เอกสารอ้างอิง

- พัชรภรณ์ ดวงชื่น. (2563). การบริหารจัดการศึกษารับความปกติใหม่หลังวิกฤตโควิด – 19. *วารสารศิลปการ
จัดการ*, 4(3), 783-795.
- วรรณกานต์ เชื้อสายใจ. (2563). *กระบวนทัศน์ใหม่ในการบริหารงานวิชาการในยุคความปกติใหม่ของผู้บริหาร
สถานศึกษาใน โรงเรียน กลุ่ม เครือข่ายเทอดไทย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษา
เชียงราย เขต 3*. สืบค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2565, จาก <http://edu.crru.ac.th/articles/031.pdf>.
- ศิริภา วรรณสินธ์. (2564). *แนวทางการบริหารงานวิชาการในโรงเรียนประถมศึกษาเอกชน*. (วิทยานิพนธ์ปริญญา
ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม).
- สถาบันทดสอบทางการศึกษาแห่งชาติ องค์การมหาชน. (2562) *รายงานผลการทดสอบทางการศึกษา
ระดับชาติ ด้านอาชีวศึกษาระดับชั้น ปวช.ชั้นปีที่ 3 ปีการศึกษา 2562*. สืบค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2565,
จาก <https://www.niets.or.th>
- สถาบันทดสอบทางการศึกษาแห่งชาติ องค์การมหาชน. (2563). *รายงานผลการทดสอบทางการศึกษา
ระดับชาติ ด้านอาชีวศึกษาระดับชั้น ปวช.ชั้นปีที่ 3 ปีการศึกษา 2563*. สืบค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2565,
จาก <https://www.niets.or.th>
- สำนักงานคณะกรรมการการพัฒนการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม
แห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564)*. กรุงเทพมหานคร: สำนักนายกรัฐมนตรี.
- สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. (2562). *ระเบียบสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาว่าด้วย
การบริหารสถานศึกษา พ.ศ.2562*. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา.
- สุคนธ์ สินธพานนท์. (2563). *ครูยุคใหม่กับการจัดการเรียนรู้ยุค 4.0*. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือแห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุวิมล มธูรส. (2564). การจัดการศึกษาในระบบออนไลน์ในยุค NEW NORMAL COVID-19. *วารสารรัชต์ภาคย์*,
15(40), 33-42.
- Yamane, Taro. (1973). *Statistics. An introductory analysis* (3rd ed). New York: Harper And Row
Publication.

สภาวะอากาศร้อนกับการฝึกซ้อมและการแข่งขันกรีฑา Hot Weather with Athletics Training and Competition.

กฤษณะ หารทองชัย¹ กาญจนา ปักกระโท² พิเชษฐ์ นารี³ และวาญ กาญจนสร⁴

Kritsana Hanthongchai¹ Kanjana Pakkarato² Pichet Nareen³ and Wayu Kanjanasorn⁴

¹โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยขอนแก่น ฝ่ายนานาชาติ

^{2,3,4}สาขาหลักสูตรและการสอน (สุขศึกษาและพลศึกษา) คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

อีเมล: kritsana38150@gmail.com

วันที่รับบทความ(Received) วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

28 มกราคม 2565

6 มิถุนายน 2565

2 กันยายน 2565

บทคัดย่อ

ปัญหาสภาพอากาศร้อนในประเทศไทยที่นับวันยิ่งทวีความรุนแรงขึ้นจนมีผลกระทบต่อสุขภาพของประชากรในประเทศโดยเฉพาะโรคที่เกิดจากความร้อนซึ่งมีอาการตั้งแต่เล็กน้อยจนรุนแรงถึงเสียชีวิต การฝึกซ้อมการแข่งขันกีฬาต่าง ๆ ควรคำนึงถึงวิธีการป้องกันความเสี่ยงนี้ในการบริหารจัดการความเสี่ยงเพื่อใช้เป็นปัจจัยรวมเกณฑ์ความปลอดภัยในการวางแผนการจัดกิจกรรม และเตรียมความพร้อมสำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉินที่อาจเกิดขึ้นในระหว่างหรือหลังจากการเข้าร่วมกิจกรรมกลางแจ้งหรือในสภาพแวดล้อมที่มีอากาศร้อน ปัจจัยที่ควรคำนึงถึงในเรื่องความปลอดภัยของผู้ออกกำลังกายจากสภาพอากาศร้อนประกอบด้วย 1) กลไกในการปรับตัวของร่างกายในการฝึกซ้อมและการแข่งขันกรีฑาในสภาวะอากาศร้อน 2) ปัจจัยสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับการฝึกซ้อมและการแข่งขันกรีฑาในสภาวะอากาศร้อน 3) การป้องกันความเครียดจากสภาวะอากาศร้อน และ 4) ข้อควรปฏิบัติในการฝึกซ้อมและการแข่งขันกรีฑาในสภาวะอากาศร้อน

คำสำคัญ: กรีฑา,สภาวะอากาศร้อน, การฝึกซ้อมกีฬา, การแข่งขันกีฬา

ABSTRACT

The problem of hot weather in Thailand is getting worse. It affects the health of Thai people. Especially, it can cause heat-related diseases. Some diseases are shown the normal level, while others can cause the severe one. In sport training should be realized about how to prevent the risks from heat in order to set the safety criteria for planning the activities. In addition, emergency can happen during or after practicing outdoor sports. Moreover, safety exercising in hot weather should be considered with these following factors: 1) Adaptations and mechanisms of human acclimation in athletics training and

competition 2) Personal health condition 3) Preventing stress from hot weather 4) Procedure of sport training and athletics in the condition of hot weather.

Keywords: Athletics, Hot weather, Sport Training, Sport Competition

บทนำ

จากข้อมูลในปี 2021 WMO เตือนโลกปล่อยก๊าซเรือนกระจกหุบสถิติใหม่ในปี 2020 เพตเทอริ-ทาลาส เลขาธิการองค์การอุตุนิยมวิทยาโลกแห่งสหประชาชาติ หรือ WMO ระบุว่า ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ หรือ CO₂ อยู่ในชั้นบรรยากาศของโลกมานานนับหลายศตวรรษแล้ว โดยครั้งสุดท้ายที่โลกเคยมีระดับความเข้มข้นของก๊าซ CO₂ ในชั้นบรรยากาศที่สูงเท่ากับในระดับปัจจุบัน คือเมื่อ 3-5 ล้านปีก่อน ในเวลานั้น อุณหภูมิของโลกร้อนขึ้น 2-3 องศาเซลเซียส และระดับน้ำทะเลสูงกว่าระดับปัจจุบัน 10-20 เมตร แต่ข้อแตกต่างที่สำคัญกับปัจจุบันนี้คือ เมื่อ 3-5 ล้านปีก่อนนั้น โลกยังไม่ได้มีประชากรมากถึง 7.8 พันล้านคนอย่างในวันนี้ เลขาธิการ WMO ระบุอีกด้วยว่า ก๊าซ CO₂ ในชั้นบรรยากาศโลก พุ่งสูงถึงระดับ 400 ส่วนต่อล้านส่วน ตั้งแต่ปี 2015 เป็นต้นมา และเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วมาโดยตลอด (Tnnonline, 2564)

ส่งผลทำให้ประเทศไทยตั้งอยู่ในเขตร้อนใกล้เส้นศูนย์สูตร ทำให้ภูมิอากาศของประเทศไทยมีลักษณะเป็นแบบร้อนชื้นอุณหภูมิเฉลี่ยของประเทศ เมื่อพิจารณาในช่วงเกือบ 40 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2524-2561) พบว่าอุณหภูมิเฉลี่ยรายปีมีแนวโน้มสูงขึ้น ในอดีตกลางวันและกลางคืน อุณหภูมิแตกต่างกันค่อนข้างมาก แต่สภาพอากาศในปัจจุบันนี้คือ ลักษณะอากาศมี ความร้อนอบอ้าวทั้งวัน อุณหภูมิต่ำสุดและสูงสุดใกล้เคียงกัน โดยอุณหภูมิอยู่ระหว่าง 30-40 องศาเซลเซียส ทำให้คนรู้สึกถึงอากาศที่ร้อนจัด (สถานีโทรทัศน์ไทย PBS, 2562) จึงเป็นเรื่องที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ที่การจัดการเรียนการสอนวิชาพลศึกษา การฝึกซ้อม และการแข่งขันกีฬาต่าง ๆ ต้องดำเนินการตามสภาพอากาศนั้น และยอมรับความเสี่ยงที่เกิดขึ้น จากงานวิจัยของฉัตรชาติไชย ปิตยานนท์ (2552) ที่ทำการสำรวจนักเรียนชายจำนวน 457คน ในชั่วโมงพลศึกษา ในปีการศึกษา 2552 ซึ่งมีอุณหภูมิอากาศเฉลี่ย 33.56 ± 2.55 องศาเซลเซียส ความชื้นสัมพัทธ์ เฉลี่ยเท่ากับ 54.15 ± 8.12 ช่วงเวลาของการเรียนพลศึกษา เท่ากับ 31.97 ± 11.10 นาทีโดย มีช่วงเวลาของการฝึกทักษะ 24.11 ± 11.04 นาทีและช่วงเวลาของการเล่นกีฬา 11.48 ± 5.53 นาที ผลการวิจัยพบว่า ค่าความดันเลือดแดงและอัตราการหายใจของกลุ่มตัวอย่าง เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.05และ22.05 ตามลำดับ อัตราการหลังเหยื่อเท่ากับ 391.16 ± 186.75 มิลลิเมตรต่อชั่วโมง และอุณหภูมิแกนกลางของร่างกายเพิ่มขึ้น 0.66 ± 0.41 องศาเซลเซียส จาก 36.48 ± 0.37 องศา เซลเซียส เป็น 37.14 ± 0.42 องศาเซลเซียส และพบว่า มีนักเรียนที่มีอุณหภูมิแกนกลางของ ร่างกายสูงถึง 38 องศาเซลเซียส จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.38 ของนักเรียนทั้งหมด ในประเทศญี่ปุ่น กีฬา 5 อันดับแรกในโรงเรียนที่ผู้เรียนเป็นโรคลมแดดมากที่สุดคือ เบสบอล รักบี้ ฟุตบอล ยูโด และเคนโด และพบผู้เรียนหมดสติในชั่วโมงศิลปะป้องกันตัวในยิมเนเซียม ในช่วงหน้าร้อน

ทำให้อุณหภูมิร่างกายโดยปกติมีค่าแตกต่างกันไปตามบริเวณที่เลือดไหลไปยังบริเวณร่างกายนั้น ตามอัตราการเผาผลาญของอวัยวะนั้น ๆ และตามความแตกต่างระหว่างอุณหภูมิในสภาพแวดล้อมนั้นและ

บริเวณใกล้เคียง ทศน์พงษ์ ตันติปัญจพร (2562) กล่าวว่า อุณหภูมิของร่างกาย แบ่งได้ออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ อุณหภูมิแกน (core temperature) หมายถึง อุณหภูมิของอวัยวะที่อยู่ภายในร่างกาย เช่น หัวใจ ปอด ตับ ไต กระเพาะอาหาร สมอง และ อุณหภูมิที่พื้นผิว (Surface temperature) หมายถึงอุณหภูมิที่กล้ามเนื้อและผิวหนังในบริเวณที่มีการแลกเปลี่ยนความร้อนกับสิ่งแวดล้อมภายนอก เพื่อรักษาสสมดุลอุณหภูมิของร่างกาย ให้คงที่ อุณหภูมิภายในร่างกายมนุษย์อาจเปลี่ยนแปลงได้ในช่วงแคบ ๆ โดยไม่มีผลกระทบต่อการทำงานของร่างกาย นั่นคือ ประมาณ 37 ± 1 องศาเซลเซียส ร่างกายพยายามควบคุม อุณหภูมิให้คงที่อยู่ตลอดเวลาผ่านกลไกต่าง ๆ เช่น การหลั่งเหงื่อ การดื่มน้ำ และการไหลเวียนเลือดมาที่บริเวณพื้นผิวเพื่อคายความร้อน โดยทั่วไปแหล่งความร้อนที่มีอิทธิพลต่อความร้อนในร่างกายมนุษย์มี 2 แหล่ง คือ ความร้อนที่เกิดขึ้นภายในร่างกายจากการเผาผลาญอาหาร เพื่อสร้างพลังงาน และความร้อนจากสิ่งแวดล้อมภายนอก ความร้อนทั้งสองแหล่งนี้สามารถ ถ่ายเทระหว่างกันได้โดยแหล่งที่มีความร้อนสูงกว่าจะถ่ายเทไปยังแหล่งที่มีความร้อนต่ำกว่า เพื่อรักษาระดับความร้อนภายในร่างกายให้คงที่ด้วยวิธีการ ดังนี้

การนำความร้อน (Conduction) เป็นการถ่ายเทความร้อนจากผิวหนังของร่างกาย เมื่อสัมผัสกับวัตถุต่าง ๆ เช่น แก้วน้ำเครื่องออกกำลังกายแล้วถ่ายเทความร้อนจากร่างกายไปสู่วัตถุเหล่านั้น โดยร่างกายสูญเสียความร้อนด้วยวิธีนี้ประมาณ ร้อยละ 3 ของการสูญเสียความร้อนทั้งหมด

การพาความร้อน (Convection) คือการเคลื่อนย้ายถ่ายเทของอากาศที่อยู่ล้อมรอบ ซึ่งร่างกายสูญเสียความร้อนด้วยวิธีนี้ประมาณ ร้อยละ 12 ของการสูญเสียความร้อนทั้งหมด

การระเหย (Evaporation) คือ การสูญเสียความร้อนโดยกลไกของร่างกายที่ทำให้ น้ำที่ผิวหนัง เยื่อบุผิวภายในปาก ภายในช่องปาก ทางเดินหายใจส่วนต้น (หลอดลม) ระเหย กลายเป็นไอน้ำ โดยที่ร่างกายไม่รู้ตัว ร่างกายสูญเสียความร้อนด้วยการระเหยนี้ประมาณ ร้อยละ 22 ของการสูญเสียความร้อนทั้งหมด

การแผ่รังสีความร้อน (Radiation) คือการสูญเสียความร้อนออกจากร่างกายในรูปของคลื่นรังสีอินฟราเรดแผ่ออกไปทุกทิศทางโดยไม่ต้องอาศัยตัวกลาง ร่างกายสูญเสียความร้อนด้วยวิธีนี้ประมาณร้อยละ 60 ของความร้อนที่ถูกขจัดออกไปทั้งหมด หากผู้เรียนหรือนักกีฬาทางแขน และกางนิ้วมือจะช่วยเพิ่มความสามารถในการแผ่รังสีความร้อนขึ้นร้อยละ 10 ฝึกซ้อมและการแข่งขันกีฬาในประเทศไทยส่วนใหญ่ต้องจัดในสภาวะอากาศร้อนอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เมื่อร่างกายสัมผัสกับอากาศร้อน ร่างกายจะตอบสนองเพื่อควบคุมอุณหภูมิในร่างกายให้คงที่ด้วยกลไกการทำงานของร่างกาย และกลไกการถ่ายเทความร้อนไปยังแหล่งที่มีความร้อนต่ำกว่า คือ การนำความร้อน การพาความร้อน การระเหย และการแผ่รังสีความร้อน นอกจากนี้ยังมีการตอบสนองของร่างกายส่วนอื่น ๆ

การตอบสนองของร่างกายต่อสภาวะอากาศร้อน McArdle et al. (2006) กล่าวว่า ร่างกายจะมีการตอบสนองทางสรีรวิทยา (Physiological responses) ในการออกกำลังกายหรือเล่นกีฬาในสภาวะอากาศร้อนโดยการปรับตัวของหัวใจและหลอดเลือดในร่างกายจะระบายความร้อนโดยการขับเหงื่อ (Sweating) ออกมาจนทำให้ร่างกายเกิดภาวะขาดน้ำ (Dehydration) ดังนั้น การเสียเหงื่อมากทำให้ร่างกายสูญเสียของเหลวมากจนทำให้ปริมาณของพลาสมา (Plasma volume) ลดลง ถ้าอยู่ในระดับที่รุนแรงจะทำให้ระบบไหลเวียนเลือด

ลัมเหลวและอุณหภูมิแกนกลางเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งการตอบสนองทางสรีรวิทยา แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

- 1) การตอบสนองต่อระบบหัวใจและหลอดเลือด (Cardiovascular response) มีการทำงาน 2 อย่างเกิดขึ้นพร้อม ๆ กัน คือ เพิ่มการขนส่งออกซิเจนไปยังกล้ามเนื้อที่กำลังทำงาน (Active muscles) และเพิ่มการไหลเวียนเลือดที่ผิวหนัง เพื่อระบายความร้อน ออกจากร่างกาย ทั้งนี้ Somboonwong (2014) กล่าวว่า การเสียเหงื่อในปริมาณมากเป็นการตอบสนองของร่างกายเพื่อควบคุมอุณหภูมิในร่างกาย มีผลกระทบในทางลบต่อระบบหัวใจและการไหลเวียนเลือด การเสียเหงื่อมากเป็นการสูญเสียของเหลวในร่างกายที่รุนแรงจนทำให้ปริมาณพลาสมาลดลง เมื่อปริมาณพลาสมาลดลง การบีบตัวของหัวใจจะลดลงตามไปด้วยจนร่างกายต้องชดเชยด้วยการเพิ่มอัตราการเต้นของหัวใจ การตอบสนองนี้สามารถรักษาปริมาณเลือดที่ถูกสูบฉีดออกจากหัวใจได้ ในทุกระดับของการออกกำลังกายเลือดจะถูกส่งไปยังกล้ามเนื้อที่กำลังทำงานมากขึ้น ในขณะที่อัตราการลำเลียงเลือดไปสู่อวัยวะภายในต่าง ๆ ลดลง เพื่อรักษาความดันเลือดและสูบฉีดเลือดไปสู่กล้ามเนื้อที่กำลังทำงาน
- 2) การตอบสนองต่อการควบคุมอุณหภูมิร่างกาย (Thermoregulatory response) โดยความร้อนถูกสร้างขึ้นด้วยการทำงานของกล้ามเนื้อ ทำให้อุณหภูมิแกนกลางเพิ่มขึ้นจนถึงระดับเกิดการบาดเจ็บหรือเจ็บป่วยได้ Somboonwong (2014) กล่าวว่า การเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิแกนกลางขึ้นอยู่กับความหนักของการออกกำลังกาย เช่น ในการออกกำลังกายที่มีความหนักสูง การเผาผลาญพลังงานในร่างกายอาจสูงขึ้นถึง 20-25 เท่า ซึ่งสามารถทำให้อุณหภูมิแกนกลางเพิ่มขึ้น 1 องศาเซลเซียสในทุก ๆ 5 นาที ดังนั้น ร่างกายจำเป็นต้องสลายความร้อนออกจากร่างกายเพื่อรักษาสมดุลอุณหภูมิภายในร่างกายด้วยการระบายเหงื่อ และการขยายตัวของหลอดเลือดบริเวณผิวหนังเพื่อเพิ่มระดับการไหลเวียนของเลือดและให้เกิดการแลกเปลี่ยนความร้อนจากแกนกลางของร่างกายไปสู่ผิวหนัง ในสภาพอากาศร้อนการระเหยเป็นกระบวนการหลักในการป้องกันไม่ให้อุณหภูมิของร่างกายมีอุณหภูมิสูงเกินไป จึงหลีกเลี่ยงไม่ได้เลยที่การระเหยของเหงื่อและน้ำจากผิวหนังและการหายใจทำให้ปริมาณเลือดลดลง ซึ่งเป็นสาเหตุของการสูญเสียน้ำในร่างกาย เมื่อปริมาณของเลือดลดลงในขณะที่การสูญเสียน้ำในร่างกายเพิ่มขึ้น การไหลเวียนเลือดที่บริเวณผิวหนังและอัตราการเสียเหงื่อจะลดลง ส่งผลให้กลไกการสลายความร้อนในร่างกายเพิ่มขึ้น การสูญเสียน้ำในร่างกาย ร้อยละ 1-5 ของน้ำหนักตัวจะทำให้อุณหภูมิในร่างกายและอัตราการเต้นของหัวใจเพิ่มสูงขึ้น รวมทั้งทำให้ความสามารถในการปฏิบัติงานต่าง ๆ ลดลง หากมีการสูญเสียน้ำในร่างกายถึง ร้อยละ 6-10 ของน้ำหนักตัว มีความเสี่ยงในการเกิดโรคที่เกิดจากความร้อน

ส่งผลให้เกิดอันตรายและผลกระทบต่อสุขภาพ เนื่องจากร่างกายมีการขับเหงื่อมากในขณะออกกำลังกายทำให้ปริมาณของพลาสมาน้อยลง และส่งผลให้การบีบตัวของหัวใจ (Stroke volume) ลดลงอัตราการเต้นของหัวใจเพิ่มมากขึ้น แต่ไม่เพียงพอที่จะชดเชยให้ปริมาตรของเลือดที่ถูกสูบฉีดออกจากหัวใจ (Cardiac output) ให้เพิ่มขึ้นเท่าที่ควร และกระบวนการเผาผลาญออกซิเจน (Aerobic capacity) ลดลงเช่นกัน การที่ร่างกายต้องรักษาสภาพการทำงานของหัวใจและหลอดเลือดเพื่อคงสภาพปริมาณของพลาสมาไว้ส่งผลต่อการตอบสนองในการควบคุมอุณหภูมิร่างกาย (Thermoregulatory responses) ทำให้การระบายความร้อนออกจากร่างกายบกพร่อง จนทำให้มีความเสี่ยงที่อุณหภูมิแกนกลางของร่างกายจะสูงขึ้นมาก (McArdle et al., 2006) นำไปสู่การเจ็บป่วย ที่เกิดจากความร้อน (Heat illness) ซึ่งมีอาการตั้งแต่เล็กน้อย

ได้แก่ การบวมน้ำจากแดด(Heat edema) ผดผื่นแดด(Heat rash) การเป็นลม(Heat syncope) การเป็นตะคริว (Heat cramps)การอ่อนเพลียเนื่องจากความร้อน (Heat exhaustion) และอาการที่รุนแรงที่สุดคือ โรคลมแดด (Heat stroke) ซึ่งเกิดขึ้นเมื่ออุณหภูมิของแกนกลางของร่างกายสูงกว่า 40 องศาเซลเซียส (Binkley et al., 2002) เซลล์ประสาทบางส่วนในระบบประสาทส่วนกลางจะถูกทำลายอย่างถาวร เมื่ออุณหภูมิของร่างกายสูงกว่า 41 องศาเซลเซียส และหากยังได้รับความร้อนเพิ่มขึ้นอีก ศูนย์ควบคุมอุณหภูมิที่อยู่บริเวณสมองจะสูญเสียการทำงานทำให้ไม่สามารถระบายความร้อนออกจากร่างกายได้ ร่างกายจึงมีอาการมึนงงและอาจเกิดอาการชักเกร็งอย่างรุนแรงได้ (Severe convulsion) และถ้าร่างกายมีอุณหภูมิสูงถึง 45 องศาเซลเซียส ซึ่งเป็นอุณหภูมิสูงสุดที่ร่างกายมนุษย์ปรับตัวให้มีชีวิตอยู่ได้หากไม่มีการลดอุณหภูมิในร่างกายอย่างมีประสิทธิภาพเซลล์ทั่วไปจะถูกทำลายและอาจเสียชีวิตได้ ต่อไปนี้เป็นอาการและผลกระทบต่อสุขภาพเมื่อร่างกายสัมผัสกับความร้อนเป็นระยะเวลานาน ๆ (Howe & Boden, 2007)

1. การบวมน้ำจากแดด (Heat edema) เป็นภาวะที่มีอาการน้อยที่สุด พบว่าเนื้อเยื่อมีการบวมเกิดจากหลอดเลือดที่ผิวหนังขยายตัวและมีการคั่งของสารน้ำ แต่อุณหภูมิแกนกลางของร่างกายยังอยู่ในภาวะปกติ ซึ่งอาการลักษณะนี้มักจะเกิดในสภาพอากาศที่ไม่ร้อนมากนัก หรือเกิดกับคนที่ขาดการปรับตัวต่อสภาพอากาศร้อน โดยอาการบวมน้ำมักเกิดขึ้นบริเวณ ข้อเท้า เท้า และมือ

2. ผดผื่นแดด (Heat rash หรือ Prickly heat) เป็นอาการผดผื่นคันมีอาการคันมากบริเวณผิวหนังที่ปกคลุมด้วยผ้าแต่อุณหภูมิแกนกลางของร่างกายยังอยู่ในภาวะปกติโดยทั่วไปบริเวณที่เกิดอาการผดผื่นคันมากที่สุดคือ บริเวณเอวเนื่องจากการขับเหงื่อออกมามาก ที่ผิวหนังและเกิดการเสียดสีกับเสื้อผ้าในบริเวณนั้น

3. การขาดน้ำในร่างกาย (Dehydration) การสูญเสียเหงื่อเป็นการสูญเสียน้ำและเกลือแร่ออกจากร่างกายมากเกินไปจนรู้สึกกระหายน้ำ ผิวหนังแห้ง รู้สึกไม่สบาย บางครั้งยังพบอาการผดผื่นขึ้นตามผิวหนัง

4. การมีไข้ (Fever or pyrexia) เกิดจากการอยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีอากาศร้อนเป็นเวลานาน ๆ หรือร่างกายขาดน้ำจนทำให้ร่างกายมีอุณหภูมิสูงกว่า 37.5 องศาเซลเซียส

5. การเป็นลม (Heat syncope or fainting) มีสาเหตุมาจากการที่หลอดเลือด ส่วนปลายมีการขยายตัวมากหลายแห่งมักพบร่วมกับคนที่มีความดันโลหิตต่ำ ทำให้ขาดเลือดไปเลี้ยงสมองอย่างเพียงพอมีอาการเวียนศีรษะ เสียการควบคุมการทรงตัวและอ่อนล้า แต่อุณหภูมิแกนกลางของร่างกายยังอยู่ในภาวะปกติ

6. การเป็นตะคริว (Heat cramp) เกิดขึ้นจากการที่ร่างกายสูญเสียเกลือแร่ไปกับเหงื่อ จนทำให้ขาดความสมดุลของเกลือแร่ในการควบคุมการทำงานของกล้ามเนื้อ ทำให้การหดเกร็งของกล้ามเนื้อไม่สมดุลกัน การเป็นตะคริวและปวดกล้ามเนื้อมักเกิดที่กล้ามเนื้อ หน้าท้องและกล้ามเนื้อขา

7. การอ่อนเพลียเนื่องจากความร้อน (Heat exhaustion) เป็นอาการอ่อนเพลีย ในขณะที่ร่างกายต้องอยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีอุณหภูมิสูง หรือเกิดจากการออกกำลังกายหนักเกินไปจนทำให้อุณหภูมิแกนกลางของร่างกายอยู่ที่ 37-40 องศาเซลเซียส ร่างกายจะขาดน้ำและเกลือแร่ทำให้เกิดอาการคล้ายกับโรคลมแดดแต่มีความรุนแรงน้อยกว่า อาการที่แสดง ได้แก่ อาการเมื่อยล้า อ่อนเพลีย เบื่ออาหาร คลื่นไส้อาเจียน วิดกกังวล

สับสน ปวดศีรษะ ความดันต่ำ หน้ามืดเกิดขึ้นจากการที่ระบบหมุนเวียนเลือดไปเลี้ยงสมองได้ไม่เต็มที่ นอกจากนี้ ยังอาจมีผลต่อระบบไหลเวียนโลหิตและทำให้อุณหภูมิของร่างกายสูงขึ้นได้

8. โรคลมแดด (Heat stroke) โรคลมแดด เป็นโรคที่เกิดจากร่างกายได้รับความร้อนจนทำให้อุณหภูมิในร่างกายสูงกว่า 40 องศาเซลเซียส (Howe et al., 2007) หรือ เกิดขึ้นจากการที่ร่างกายเผชิญกับอากาศร้อนเป็นเวลานาน ๆ ความสามารถในการควบคุมอุณหภูมิร่างกายของศูนย์ควบคุมอุณหภูมิในสมองลดลง และหากในบริเวณนั้นมีความชื้นสัมพัทธ์สูงด้วยจะทำให้อุณหภูมิร่างกายสูงขึ้นเรื่อย ๆ จนถึง 41-42 องศาเซลเซียส (McArdle et al., 2006) ทำให้การระเหยของน้ำและเหงื่อจากร่างกายเป็นไปได้น้อยเกิดการสะสมความร้อนในร่างกายเพิ่มขึ้น จนมีอาการเวียนศีรษะและอาเจียนได้ โดยเฉพาะกับคนที่มีประวัติการเป็นโรคลมแดดมาก่อน ซึ่งมีอาการคล้ายกับการอ่อนเพลียเนื่องจากความร้อนแต่รุนแรงกว่า โดยมีอาการต่าง ๆ เหล่านี้เพิ่มเข้ามา ได้แก่ ภาวะการขาดเหงื่อ (Anhidrosis) การเพ้อ (Delirium) การชัก (Seizure) อาการไม่รู้สีกตัว (Coma) ไตล้มเหลว (Renal failure) มีการตายของเซลล์ตับ (Hepatocellular necrosis) หายใจเร็ว (Hyperventilation) มีการบวม บริเวณปอดจากการคั่งของของเหลว (Pulmonary edema) หัวใจเต้นผิดจังหวะ (Arrhythmia) การสลายกล้ามเนื้อลาย (Rhabdomyolysis) และอาการตกใจ (Shock)

โรคลมแดดเกิดได้จาก 2 สาเหตุ คือ สภาพแวดล้อมที่มีอุณหภูมิสูงและร้อนเกินไป และการออกกำลังกายที่หนักเกินไป โรคนี้สามารถสังเกตได้จากอาการตัวร้อนแต่ไม่มีเหงื่อออกต่างจากการเพลียแดดทั่วไป ซึ่งมีการเหงื่อออกร่วมด้วย นอกจากนี้ยังมีอาการปวดศีรษะ หายใจเร็ว กระหายน้ำ อ่อนเพลีย คลื่นไส้ อาเจียน หน้ามืด ดังนั้น หากครูพลศึกษาผู้ฝึกสอนเพื่อนร่วมทีมหรือผู้เกี่ยวข้องสังเกตได้ว่าผู้เรียนหรือนักกีฬามีอาการดังกล่าวควรให้หยุดพักในที่ร่มที่มีอากาศถ่ายเทสะดวก เพื่อทำให้อุณหภูมิในร่างกายลดลง หรือใช้ผ้าชุบน้ำเย็นหรือใช้น้ำแข็งประคบตามส่วนต่าง ๆ ของร่างกายเช่น ศีรษะ คอ รักแร้ เชิงกรานร่วมกับการใช้พัดลมช่วยเป่าระบายความร้อนในกรณีที่มีอาการมาก ควรใช้น้ำเย็นราดลงบนร่างกายเพื่อทำให้อุณหภูมิของร่างกายลดลงและนำส่งโรงพยาบาลเพื่อขอรับความช่วยเหลือทางการแพทย์ให้เร็วที่สุด

การออกกำลังกายในที่ร้อนและชื้นทำให้เกิดภาวะเครียดต่อระบบการไหลเวียนเลือด หัวใจ และกล้ามเนื้อ เพราะความร้อนที่สะสมที่กล้ามเนื้อที่กำลังหดตัว (Contracting muscle) ต้องถูกระบายออกไป มิฉะนั้นแล้วเอนไซม์ต่าง ๆ โดยรอบจะทำหน้าที่ไม่ได้ เป็นผลสืบเนื่องกระทบต่อการหดตัวของกล้ามเนื้อ ระบบไหลเวียนต้องทำหน้าที่ขับถ่ายความร้อนออกจากกล้ามเนื้อและนำไปสู่บริเวณผิวหนัง จากนั้นการระเหยออกที่ผิวหนังจะเป็นวิธีการหลักในการระบายความร้อนจากร่างกาย ดังนั้น ขณะออกกำลังกายในสภาวะที่อากาศร้อน การหลั่งเหงื่อออกมามีความสำคัญ 2 ประเด็นคือ การสูญเสียของเหลวและการระบายความร้อนหากออกกำลังกายไปนานมาก ๆ หรือเสียเหงื่อมาก ๆ จึงเท่ากับเป็นการลดปริมาตรของน้ำเลือดและถ้าลดลงอย่างมากก็ส่งผลทำให้ระบบการไหลเวียนเลือดล้มเหลว อุณหภูมิแกนในร่างกายก็เพิ่มขึ้นจนอาจถึงขั้นเสียชีวิตได้

ดังนั้นกริยาจัดเป็นกีฬาที่เก่าแก่ที่สุด และเกิดขึ้นมาพร้อมกับมนุษย์ ในสมัยโบราณมนุษย์ยังรู้จักการทำมาหากินเป็นหลักแหล่ง ไม่รู้จักสร้างที่อยู่อาศัยหรือเครื่องนุ่งห่มจึงต้องต่อสู้กับภัยธรรมชาติและสัตว์ป่านานาชนิด มนุษย์พวกนี้จึงเป็นต้นกำเนิดของกีฬา เพราะการที่มนุษย์ออกไปหาอาหารมาเลี้ยงชีพบางครั้งต้อง

วิ่งหนีสัตว์ร้ายอย่างรวดเร็ว การวิ่งเร็วของคนถ้าเทียบกับปัจจุบันก็เป็นการวิ่งระยะสั้นหากการวิ่งหนีบางครั้งต้องข้ามกิ่งไม้ ต้นไม้ หรือก้อนหิน ปัจจุบันก็กลายมาเป็นวิ่งข้ามรั้วและวิ่งกระโดดสูง ตามประวัติของกรีฑา เชื่อกันว่าชาวกรีกสมัยโบราณเป็นผู้ริเริ่มการแข่งขันกีฬาและกรีฑาขึ้นในราว 776 ปีก่อนคริสตกาล โดยมีจุดประสงค์ที่จะเตรียมพลเมืองของกรีกให้มีสุขภาพสมบูรณ์แข็งแรงทั้งร่างกายและจิตใจ พร้อมทั้งจะรับใช้ประเทศชาติในการป้องกันประเทศได้อย่างเต็มที่ สำหรับการแข่งขันกรีฑาในประเทศไทย กระทรวงธรรมการได้จัดให้มีการแข่งขันกรีฑานักเรียนขึ้นครั้งแรกในวันที่ 11 มกราคม พ.ศ. 2440 ณ ท้องสนามหลวง ในพิธีเปิดการแข่งขันครั้งนั้น พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาจุฬาลงกรณ์ พระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวและสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ เสด็จพระราชดำเนินมาทรงเป็นประธานเปิดการแข่งขันและทอดพระเนตรการแข่งขัน นับตั้งแต่นั้นมากระทรวงธรรมการได้จัดให้มีการแข่งขันกรีฑานักเรียนประจำปีตลอดมา (กรมพลศึกษากระทรวงการทอ้งเที่ยวและกีฬา, 2557) ทั้งนี้ จะพูดถึงประเด็นแนวทางการฝึกซ้อมและการแข่งขันกรีฑาในสภาวะอากาศร้อนตามหัวข้อดังต่อไปนี้ 1) กลไกในการปรับตัวของร่างกายในการฝึกซ้อมและการแข่งขันกรีฑาในสภาวะอากาศร้อน 2) ปัจจัยสุขภาพที่เกี่ยวข้อง 3) การป้องกันความเครียดจากสภาวะอากาศร้อน และ 4) ข้อควรปฏิบัติในการฝึกซ้อมและการแข่งขันกรีฑาในสภาวะอากาศร้อน

1. กลไกในการปรับตัวของร่างกายในการฝึกซ้อมและการแข่งขันกรีฑาในสภาวะอากาศร้อน

การปรับตัวของร่างกายในการฝึกซ้อมและการแข่งขันกรีฑาในสภาวะอากาศร้อนเพื่อให้ร่างกายทนต่อความร้อนและการฝึกซ้อม โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

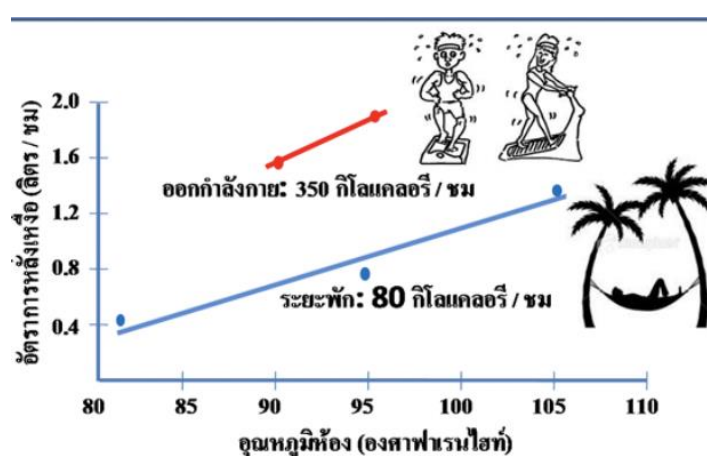
1) การปรับตัวของระบบการไหลเวียนเลือดมีการเปลี่ยนแปลงซึ่งจะเพิ่มขึ้นตามความหนัก-นานในการออกกำลังกาย เพื่อ ก) เพิ่มการไหลเวียนไปที่กล้ามเนื้อเพื่อใช้ในการกระบวนการเมตาบอลิซึมอย่างต่อเนื่อง ข) ไปที่ผิวหนังจะเพิ่มขึ้นเพื่อขนถ่ายความร้อนที่เกิดขึ้นจากการออกกำลังกายเพื่อเป็นการระบายความร้อนออกจากร่างกายในระหว่างการออกกำลังกายในสภาพแวดล้อมที่ร้อนนั้นหัวใจจะมีการตอบสนองใน 3 ตัวแปรหลัก ได้แก่ ก) การเพิ่มอัตราการเต้นของหัวใจ (Heart rate) ข) การเพิ่มขึ้นของปริมาตรการสูบฉีดเลือดที่หัวใจ (Cardiac output) (ตารางที่ 1) ค) การเปลี่ยนแปลงของปริมาตรเลือดที่สูบฉีดออกจากหัวใจในการบีบตัวแต่ละครั้ง (Stroke volume) การเปลี่ยนแปลงในระบบการไหลเวียนของเลือดในสภาวะที่อากาศร้อนก็จะสัมพันธ์กับภาวะของการขาดน้ำหรือได้รับน้ำน้อย (Hypohydration)

(Nadel, Fortrey, and Wenger, 1980) ได้ศึกษาถึงอิทธิพลของสภาวะน้ำในระบบการไหลเวียน เมื่อสภาพแวดล้อมมีอุณหภูมิประมาณ 35°C และความชื้นสัมพัทธ์ที่แตกต่างกันไปโดยให้ซีจรรย์าน วัดงานและพบว่าในภาวะที่ร่างกายมีน้ำน้อยกว่าปกติเนื่องจากการออกกำลังกายจะส่งผลให้ Cardiac output ลดลง และมีการลดลงของเลือดที่ไหลไปยังผิวหนัง อุณหภูมิแกนภายในร่างกายที่วัดจากหลอดอาหาร (Esophageal temperature) เพิ่มขึ้นถึง 42°C ในสภาวะของการมีน้ำน้อยกว่าปกติปริมาตรของเลือดจะลดลงในระหว่างการออกกำลังกายก็จะส่งผลให้เกิดภาวะ Hypovolemic conditions ซึ่งการลดลงของปริมาตรของเลือดจะส่งผลไปยังการควบคุมอัตราการหลั่งของเหงื่อ ทำให้เหงื่อออกน้อยลง

ดังนั้น การตอบสนองต่อของเหลวในร่างกายและการหลั่งของเหงื่อระหว่าง Hypovolemia นั้นจะส่งผลต่อปริมาตรของเลือดที่ไหลเวียนในระหว่างการออกกำลังกาย

2) หลอดเลือดในระหว่างการออกกำลังกายเรา พบว่า ปริมาณเลือดส่วนใหญ่จะส่งไปที่ส่วนของกล้ามเนื้อและผิวหนังมากกว่าส่วนอวัยวะอื่น ๆ เช่น ไต หรือกระเพาะลำไส้จะมีการขนส่งเลือดไปเลี้ยงน้อยลง ทำให้เป็นผลดีทั้งการทำงานที่ต่อเนื่องของกล้ามเนื้อและการระบายความร้อน อย่างไรก็ตามเมื่อออกกำลังกายจนสูงในระดับหนึ่งการไหลเวียนเลือดที่ผิวหนังและที่กล้ามเนื้อจะตรงกันข้าม กล่าวคือ หากการไหลเลือดที่ผิวหนังยังคงรักษาระดับที่สูงอยู่การไหลเวียนเลือดที่กล้ามเนื้อจะบกพร่อง ทำให้กล้ามเนื้อทำงานต่อไปไม่ได้หรือหากการไหลเลือดที่กล้ามเนื้อยังคงรักษาระดับที่สูงอยู่ การไหลเวียนเลือดที่ผิวหนังจะบกพร่องทำให้ความร้อนสะสมมาก

3) ต่อมาเหงื่อการสูญเสียความร้อนเมื่อสภาพแวดล้อมมีอุณหภูมิสูงขึ้นนั้น การระเหยจะมีบทบาทที่สำคัญในการระบายความร้อนมากที่สุด ส่วนการแผ่รังสีการนำและการพาความร้อนจะส่งผลน้อยต่อเหงื่อจะถูกควบคุมโดยใช้ไฮโปทาลามัส การที่อุณหภูมิของร่างกายสูงขึ้นก็เป็นเหตุให้ไฮโปทาลามัสส่งสัญญาณผ่านเส้นประสาทซิมพาเทติกไปกระตุ้นที่ต่อมเหงื่อทำให้มีการหลั่งเหงื่อเกิดขึ้น โดยสารละลายในเหงื่อนั้นจะประกอบด้วยเกลือแร่ ซึ่งปกติร่างกายจะขับเหงื่อออกประมาณ 1.8 ลิตรต่อ ชั่วโมง อัตราการหลั่งเหงื่อจะขึ้นอยู่กับความหนักของการออกกำลังกายซึ่งอัตราการหลั่งของเหงื่อใน 1 วันจะอยู่ประมาณ 10-15 ลิตร



ภาพที่ 1 แสดงผลของอุณหภูมิต่ออัตราการหลั่งเหงื่อในขณะพักและออกกำลังกายในที่ร้อนซึ่งมี อุณหภูมิจาก 80o F (29o C) ถึง 105o F (41o C) (แหล่งที่มา : lampietro, 1971)

4) ฮอร์โมน ในภาวะเครียดจากความร้อนจะทำให้มีการสูญเสียเกลือและของเหลวในร่างกายจะตอบสนองโดยการหลั่งฮอร์โมนบางชนิด (Vasopressin หรือ Antidiuretic hormone, ADH) เพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงความร้อน ซึ่ง ADH จะช่วยเพิ่มการดูดซึมของน้ำจากไตกลับเข้าสู่ร่างกาย ทำให้ปัสสาวะเข้มข้นขึ้น นอกจากนี้อาจจะหลั่งซึ่งช่วยควบคุมปริมาณโซเดียมในร่างกาย (ชื่อ Aldosterone) ทำให้มีการดูดซึมกลับเกลือโซเดียมกลับเข้าสู่ร่างกายมากขึ้นพร้อม ๆ กับการดึงน้ำกลับ เข้าสู่ร่างกายด้วย

5) เสื้อผ้า สีและความหนาของเสื้อผ้าจะมีผลต่อการลดการแผ่รังสีความร้อนและการระเหยของเหงื่อทำให้ความร้อนเพิ่มขึ้นได้ การใส่เสื้อผ้าสีขาวที่ช่วยลดการดูดซับความร้อน หรือเนื้อผ้าที่เบาบาง เพื่อช่วยในการระบายความร้อนออกจากร่างกาย ในทางตรงข้ามถ้าเสื้อผ้าสีดำจะช่วยดูดซับความร้อนให้เพิ่มขึ้นและเนื้อผ้าที่หนา เช่น ผ้าขนสัตว์ก็จะช่วยเก็บความร้อนได้ทำให้ร่างกายอบอุ่นขึ้นซึ่งมักใช้ใน สภาพแวดล้อมที่อากาศเย็นมาก

6) ภาวะการขาดน้ำ (Dehydration) การสูญเสียน้ำจากร่างกายที่มากเกินไปนั้นจะทำให้อัตราการหายใจลดลง, ปริมาตรของน้ำเลือดลดลง, ปริมาตรของเลือดในการส่งไปเลี้ยงส่วนต่าง ๆ ของร่างกายก็จะลดลงความสามารถในการทำงานก็ลดลง ความแข็งแรงของร่างกายก็ลดลงและไกลโคเจนที่สะสมในตับก็ลดลงด้วย ซึ่งเรามักพบในคนที่ออกกำลังกายในที่ร้อนหรือแม้แต่สภาพแวดล้อมของอากาศที่ปกติ ร่างกายตอบสนองการขาดน้ำในหลายระดับ ดังต่อไปนี้

6.1 ถ้าเราขาดน้ำประมาณ 700 มิลลิลิตร (ประมาณ 1% ของน้ำหนักตัว) จะทำให้ความเข้มข้นของเหลวในเลือดเพิ่มขึ้นทำให้เกิดการกระหายน้ำเกิดขึ้น

6.2 ถ้าเราขาดน้ำประมาณ 5% ของน้ำหนักตัวนั้นจะพบว่าจะรู้สึกไม่ค่อยสบาย เชื่องซึม อ่อนล้า และเบื่ออาหาร ซึ่งมักจะพบในพวกที่เล่นกีฬา เช่น ฟุตบอล เทนนิส และวิ่งระยะไกล เป็นต้น

6.3 ถ้าเราขาดน้ำมากกว่า 7% จะอยู่ในขั้นอันตรายซึ่งจะพบว่าจะมีน้ำลายน้อยและการกลืนอาหารจะลำบาก

6.4 ถ้าขาดน้ำมากกว่า 10% ก็จะพบว่าไม่สามารถเดินได้และมีการหดเกร็งของกล้ามเนื้อ

6.5 ถ้าขาดน้ำมากกว่า 15% จะเกิดภาวะอาการทางประสาท เช่น ภาพหลอน เป็นต้น ผิวหนังเหี่ยวย่น ปัสสาวะน้อยลง สูญเสียกลไกในการกลืนอาหาร ถ้าขาดน้ำมากกว่า 20% ผิวหนังจะแตกและมีเลือดออกได้ซึ่งอาการเหล่านี้จะแสดงให้เห็นก่อนถึงขั้นเสียชีวิตได้

เพื่อหลีกเลี่ยงภาวะการขาดน้ำ ผู้ออกกำลังกายและนักกีฬา-โค้ชควรจะต้องระมัดระวังโดยการให้น้ำเข้าไปชดเชยในระหว่างการออกกำลังกายในที่ร้อน โดยที่ทั้งคนที่เป็่นนักกีฬาและคนที่ไม่ใช่นักกีฬาจะดื่มน้ำเข้าไปชดเชยโดยคิดจากปริมาณของเหงื่อที่สูญเสียไป นักวิจัยพบว่าคนที่ดื่มน้ำเย็นซึ่งมีส่วนผสม ของพวกคาร์โบไฮเดรตประมาณ 7% จะช่วยลดอัตราการเสี่ยงต่อการเจ็บป่วยจากความร้อนได้ และยังช่วยให้ออกกำลังกายได้ดีขึ้น ทั้งนี้ก็เพื่อป้องกันภาวะการขาดน้ำและการขาดน้ำตาลในเลือด (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 แสดงความต้องการน้ำ (ลิตรต่อชั่วโมง) ในระหว่างพักและขณะทำงานที่ร้อนทั้งในร่ม และกลางแจ้ง

อุณหภูมิ(F°)และความชื้นสัมพัทธ์ (%)	งานในร่ม				งานกลางแจ้ง			
	ขณะพัก	เบา	ปานกลาง	หนัก	ขณะพัก	เบา	ปานกลาง	หนัก
	พัก		กลาง		พัก		กลาง	
85° , 50 %	0.2	0.5	1.0	1.5	0.5	0.9	1.3	1.8
96° , 30 %	0.3	0.9	1.3	1.9	0.8	1.2	1.7	2.0
105° , 30 %	0.6	1.0	1.5	2.0	0.9	1.3	1.9	2.0
115° , 20 %	0.8	1.2	1.7	2.0	1.1	1.5	2.0	2.0
120° , 20 %	0.9	1.3	1.9	2.0	1.3	1.7	2.0	2.0

(แหล่งที่มา : Askew 1997)

การเสี่ยงของสุขภาพในระหว่างการออกกำลังกายในที่ร้อน

เมื่อออกกำลังกายในที่อากาศร้อนจะมีตัวแปรอย่างน้อย 4 ตัวที่เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย คือ อุณหภูมิของอากาศ ความชื้นสัมพัทธ์ ความเร็วลม และการแผ่รังสี ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อระดับความเครียดที่เกิดจากความร้อนในแต่ละคน เช่น ในคนที่ออกกำลังกายในที่สว่างมีแสงแดด และอุณหภูมิของอากาศเท่ากับ 23°C แต่ไม่ได้วัดความเร็วของลมจะได้รับผลกระทบจากความเครียดที่เกิดจากความร้อนมากกว่าคนที่ออกกำลังกายในที่อุณหภูมิเดียวกันแต่ท้องฟ้ามีดครึ้มกว่า ดังนั้น กลไกในการปรับตัวของร่างกายในการฝึกซ้อมและการแข่งขันกรีฑาในสภาวะอากาศร้อน การปรับตัวของระบบการไหลเวียนเลือด มีการเปลี่ยนแปลงซึ่งจะเพิ่มขึ้นตามความหนักหนาน ในการออกกำลังกายเพื่อ ก) เพิ่มการไหลเวียนไปที่กล้ามเนื้อเพื่อใช้ในกระบวนการเมตาบอลิซึมอย่าง ต่อเนื่อง ข) ไปที่ผิวหนังจะเพิ่มขึ้นเพื่อขนถ่ายความร้อนที่เกิดขึ้นจากการออกกำลังกาย เพื่อเป็นการระบายความร้อนออกจากร่างกาย หลอดเลือดในระหว่างการออกกำลังกายเราพบว่า ปริมาณเลือดส่วนใหญ่จะส่งไปที่ส่วนของกล้ามเนื้อและผิวหนังมากกว่าส่วนอวัยวะอื่น ๆ ต่อมาเมื่อการสูญเสียความร้อนเมื่อสภาพแวดล้อมมีอุณหภูมิสูงขึ้นนั้นการระเหยจะมีบทบาทที่สำคัญในการระบายความร้อนมากที่สุด กฎหมาย เกสพิกุล ปรีชา ดิคุตสิทธ์ และ วรพล แวงนอก (2564) กล่าวว่า กิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพ 4 ด้าน ด้านร่างกาย จิตใจ สังคม และจิตวิญญาณ ยังส่งผลต่อฮอร์โมน ในภาวะเครียดจากความร้อนจะทำให้มีการสูญเสียเกลือและของเหลวในเนื้อร่างกายจะตอบสนองโดยการหลั่งฮอร์โมนบางชนิด (Vasopressin หรือ Antidiuretic hormone, ADH) เพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงความร้อน เสื้อผ้า สีและความหนาของเสื้อผ้าจะมีผลต่อการลดการแผ่รังสีความร้อนและการระเหยของเหงื่อทำให้ความร้อนเพิ่มขึ้นได้ ภาวะการขาดน้ำ (Dehydration) การสูญเสียน้ำจากร่างกายที่มากเกินไปนั้นจะทำให้อัตราการหลั่งเหงื่อลดลง ปริมาตรของน้ำเลือดลดลง ปริมาตรของเลือดในการส่งไปเลี้ยงส่วนต่าง ๆ

2. ปัจจัยสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับการฝึกซ้อมและการแข่งขันกรีฑาในสภาวะอากาศร้อน

การฝึกซ้อมและการแข่งขันกรีฑาในสภาวะอากาศร้อน สิ่งที่เป็นที่ผู้สอนและนักเรียนควรเตรียมตัวและความรู้เบื้องต้นก่อนที่จะฝึกซ้อม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ควรเตรียมแผนปฏิบัติการในกรณีฉุกเฉิน (Emergency action plan) เพื่อเตรียมการช่วยเหลือทางการแพทย์ได้อย่างทันทั่วทั้งที่ ควรได้รับการอบรมการปฐมพยาบาลเบื้องต้นเกี่ยวกับโรคที่เกิดจากความร้อน เพื่อให้การช่วยเหลือผู้เรียนได้อย่างถูกต้องและปลอดภัย เช่น ในกรณีที่มีหรือสงสัยว่าผู้เรียนมีอาการเพลียแดด หรือโรคลมแดด การปฐมพยาบาลเบื้องต้น คือการประเมินอุณหภูมิร่างกายของผู้ป่วยและเคลื่อนย้ายผู้ป่วยเข้าสู่ที่ร่มที่มีอากาศถ่ายเทได้สะดวก คลายเสื้อผ้าของผู้ป่วยให้หลวม และปลดอุปกรณ์ป้องกันในการเล่นกีฬาออก เช่น ถุงมือ หมวก สนับแข้ง แล้วทำให้ร่างกายของผู้ป่วยเย็นลงด้วยการใช้ผ้าชุบน้ำและแผ่นประคบเย็น หรือใช้พัดลมช่วยระบายความร้อน ถ้าผู้ป่วยมีสติอยู่ควรให้ดื่มน้ำเย็นเพื่อทำให้อุณหภูมิร่างกายลดลงได้อีกทางหนึ่ง ทั้งนี้ครูผู้สอนควรตระหนักว่าผู้เรียนแต่ละคนมีปัจจัยในการตอบสนองต่อสภาพอากาศร้อนแตกต่างกัน McArdle et al. (2006) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความอดทนต่อสภาพอากาศร้อน ประกอบด้วย

1) การปรับตัวต่อสภาพอากาศร้อน (Acclimatization) บุคคลที่ออกกำลังกายหรือทำกิจกรรมในสภาพอากาศร้อนเป็นเวลานาน ๆ หรือบ่อย จะส่งผลให้การปรับตัวทางสรีรวิทยาดีขึ้น โดยจะมีอุณหภูมิของผิวหนัง อุณหภูมิ แกนกลางของร่างกายและอัตราการบีบตัวของหัวใจต่ำกว่าบุคคลที่ไม่ได้มีการปรับตัวต่อสภาพ อากาศร้อน โดย American Academy of Pediatrics, Council on Sports Medicine and Fitness (2000) แนะนำให้มีการปรับตัวต่อสภาพอากาศบริเวณนั้น ๆ อย่างน้อย 10-14 วัน ก่อนการเล่นกีฬาหรือการแข่งขัน

2) อายุ (Age) เด็กมีความอดทนต่อสภาพอากาศร้อนน้อยกว่าผู้ใหญ่ ดังนั้นในระหว่างการออกกำลังกายในสภาพอากาศร้อนต้องปรับลดความหนักของการออกกำลังกาย และเพิ่มระยะเวลาในการปรับตัวต่อสภาพอากาศร้อน

3) เพศ (Gender) ความแตกต่างทางสรีรวิทยาของเพศชายกับเพศหญิงทั้งด้านการขับเหงื่อ การระบายความร้อน พื้นผิวของร่างกายเมื่อเทียบกับน้ำหนักตัว และการมีประจำเดือนมีผลต่อความอดทนต่อสภาพอากาศร้อน

4) การฝึกการออกกำลังกาย (Exercise training) เพื่อเป็นการป้องกันความเสี่ยงที่จะนำไปสู่การเกิดโรคที่เกิดจากความร้อน ในสภาพอากาศร้อนช่วยเพิ่มการกระตุ้นการตอบสนองของการขับเหงื่อ (Sweating response sensitivity) และความสามารถในการเริ่มขับเหงื่อของร่างกายเร็วมากขึ้น ในขณะที่อุณหภูมิแกนกลางของร่างกายสูงขึ้นเล็กน้อย โดยบุคคลที่ได้รับการฝึกจะมีการเปลี่ยนแปลงทาง ด้านสรีรวิทยาในการควบคุมอุณหภูมิร่างกายดีกว่าบุคคลที่ไม่ได้รับการฝึกในระหว่างการออกกำลังกายในสภาพอากาศร้อน

5) ระดับของน้ำในร่างกาย (Level of hydration) การออกกำลังกายหรือการเล่นกีฬาในสภาพอากาศร้อน ควรดื่มน้ำให้เพียงพอทั้งก่อน ระหว่าง และหลังการออกกำลังกาย เพื่อป้องกันภาวะขาดน้ำหรือภาวะเสี่ยง ต่อการเจ็บป่วยจากความร้อนที่อาจเกิดขึ้นได้ นอกจากนี้ยังส่งผลต่อสมรรถภาพทางกายของ

ผู้เรียนหรือนักกีฬา ผลการศึกษาของ Murray (2007) พบว่า ภาวะขาดน้ำมากกว่าหรือเท่ากับ ร้อยละ 2 ของน้ำหนักตัว จะส่งผลทำให้สมรรถภาพทางกายของนักกีฬาลดลง

6) ปริมาณไขมันในร่างกาย (Body fat) ในบุคคลที่มีไขมันมาก หรือคนอ้วนมีการระบายความร้อนน้อยกว่าคนที่ มี ไขมันน้อยหรือคนผอม เนื่องจากคนอ้วนมีอัตราส่วนพื้นที่พื้นผิวของร่างกายเมื่อเทียบกับน้ำหนักตัวน้อยเนื่องจากมีไขมันมาก ซึ่งมีผลโดยตรงต่อการระเหยความร้อน การเพิ่ม การสูญเสียพลังงาน และ ทำให้การแลกเปลี่ยนความร้อนช้าลง คนอ้วนจึงมีความอดทนต่อ สภาพอากาศร้อนน้อยกว่าคนผอม (McArdle et al., 2006)

7) เสื้อผ้าที่สวมใส่ (Clothing) เครื่องแต่งกายที่สวมใส่ เช่น ปริมาณ ประเภท และสีของเสื้อผ้า ขณะออกกำลังกายมีผลต่อปริมาณการแลกเปลี่ยนความร้อนเสื้อผ้าที่สวมใส่ควรเป็นเนื้อผ้าที่ระบายความร้อนได้ดี มีสีสว่าง ไม่รัดรูปเกินไป และมีน้ำหนักเบา (Coris et al., 2004) ทั้งนี้ ในสภาวะที่มีแสงแดดจัดเสื้อผ้าที่มีสีทึบจะดูดซับแสงและรังสีความร้อนได้มากกว่าเสื้อผ้าที่มี สีอ่อน เครื่องแบบและอุปกรณ์ป้องกันในการเล่น กีฬาจะเป็นตัวเก็บความร้อนไว้กับผู้สวมใส่ (McArdle et al., 2006)

โดยสรุป ปัจจัยสุขภาพที่เกี่ยวข้องควรเตรียมแผนปฏิบัติการในกรณีฉุกเฉิน (Emergency action plan) เพื่อเตรียมการช่วยเหลือทางการแพทย์ได้อย่างทันท่วงทีควรได้รับการอบรมการปฐมพยาบาลเบื้องต้นเกี่ยวกับโรคที่เกิดจากความร้อนเพื่อให้การช่วยเหลือผู้เรียนได้อย่างถูกต้องและปลอดภัย และปัจจัยที่มีผลต่อความอดทนต่อสภาพอากาศร้อน ประกอบด้วย 1) การปรับตัวต่อสภาพอากาศร้อน 2) อายุ 3) เพศ 4) การฝึกการออกกำลังกาย 5) ระดับของน้ำในร่างกาย 6) ปริมาณไขมันในร่างกาย 7) เสื้อผ้าที่สวมใส่

3. การป้องกันความเครียดจากสภาวะอากาศร้อน

1) ให้แน่ใจว่าเป็นผู้มีสุขภาพที่ดีและให้นักกีฬาได้ฝึกในที่อากาศร้อนบ้างเพื่อให้เกิดความเคยชิน โดยมี การค่อย ๆ เพิ่มความหนักในการออกกำลังกาย

2) ให้แน่ใจว่าได้หลีกเลี่ยงจากภาวะได้รับความร้อนมากเกินไปก่อนที่จะเริ่มออกกำลังกายใน สภาพแวดล้อมที่ร้อน

3) ให้สังเกตอาการเริ่มต้นของภาวะความเครียดจากความร้อน เช่น กระหายน้ำ อ่อนเพลีย เชื่องซึม และ ตาพร่ามัว เป็นต้น

4) ไม่ควรเข้าแข่งขันเมื่อมีภาวะของการมีไข้ไม่หลับ ภาวะน้ำตาลในเลือด ต่ำกว่าปกติ หรือดื่มสุรา

5) ตรวจวัดความชื้นและตัวบ่งชี้ความร้อนที่เพิ่มขึ้นจากการแผ่รังสี

6) ควรให้มีการหยุดพักเพื่อดื่มน้ำเข้าไปทดแทนส่วนที่เสียไปจากเหงื่อ

7) ควรให้นักกีฬาดื่มน้ำประมาณ 600 มิลลิลิตร สองชั่วโมงก่อนเริ่มฝึก และดื่มน้ำประมาณ 400 มิลลิลิตรก่อนเริ่มฝึก 15 นาที

โดยสรุป การป้องกันความเครียดจากสภาวะอากาศร้อนให้แน่ใจว่าเป็นผู้มีสุขภาพที่ดีและให้นักกีฬาได้ฝึกในที่อากาศร้อนบ้างเพื่อให้เกิดความเคยชิน โดยมีการค่อย ๆ เพิ่มความหนักในการออกกำลังกาย และ

หลีกเลี่ยงจากภาวะได้รับความร้อนมากเกินไปก่อนที่จะเริ่มออกกำลังกายในสภาพแวดล้อมที่ร้อน ไม่ควรเข้าแข่งขันเมื่อมีภาวะของการมีไข้จนไม่หลับ ภาวะน้ำตาลในเลือด ต่ำกว่าปกติหรือดื่มสุราควรให้มีการหยุดพักเพื่อเติมน้ำเข้าไปทดแทนส่วนที่เสียไปจากเหงื่อ

4. ข้อควรปฏิบัติในการฝึกซ้อมและการแข่งขันกรีฑาในสภาวะอากาศร้อน

- 1) จิบน้ำบ่อย ๆ ทุก ๆ 15 – 30 นาที ในขณะที่ออกกำลังกาย (ใช้จิบ ไม่ควรดื่มทีเดียวหมดขวด)
- 2) พยายามใส่เสื้อผ้าที่ระบายอากาศได้ดี
- 3) นำผ้าชุบน้ำมาเช็ดตัว (จะช่วยระบายความร้อนออกจากร่างกายได้ดียิ่งขึ้น)
- 4) อบอุ่นร่างกายก่อนการออกกำลังกาย
- 5) เลือกช่วงเวลาในการออกกำลังกายโดยไม่ออกกำลังกายในช่วงที่มีอากาศร้อนจัด
- 6) เลือกสถานที่ออกกำลังกายที่มีอากาศถ่ายเทได้สะดวก
- 7) แต่งกายให้เหมาะสมกับสภาพของอากาศและชนิดกีฬา โดยเลือกสวมเสื้อผ้าที่ระบายเหงื่อและความร้อนได้ดี
- 8) ทาครีมกันแดดทุกครั้งก่อนออกกำลังกายหรือไปทำกิจกรรมกลางแจ้ง
- 9) ที่สำคัญที่สุดควรจิบน้ำบ่อย ๆ ระหว่างการออกกำลังกาย เพื่อทดแทนการสูญเสียเหงื่อและป้องกันภาวะขาดน้ำ

ในกรณีที่ต้องอยู่ในสภาวะที่มีอากาศร้อนเป็นระยะเวลานาน ๆ อาจจะต้องดื่มเครื่องดื่มเกลือแร่เพื่อชดเชยกับแร่ธาตุที่ร่างกายสูญเสียไปจากการขับเหงื่อ การดื่มเครื่องดื่มเกลือแร่ที่มีความเข้มข้นของน้ำตาลสูงเกินกว่า 10-20% จะขัดขวางการดูดซึมของกระเพาะอาหาร ทำให้ท้องอืด จุกเสียดได้ ส่วนการดื่มน้ำอัดลมที่มีความเข้มข้นสูง ไม่ควรทำ เพราะนอกจากจะทำให้ความเข้มข้นของน้ำตาลในเลือดสูงขึ้นแล้ว ยังมีก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เกิดขึ้นอีก กระเพาะอาหารขยายตัวมากขึ้นขัดขวางการหดตัวของกล้ามเนื้อกระบังลม

โดยสรุป ข้อควรปฏิบัติในการฝึกซ้อมและการแข่งขันกรีฑาในสภาวะอากาศร้อนพยายามใส่เสื้อผ้าที่ระบายอากาศได้ดีอบอุ่นร่างกายก่อนการออกกำลังกายเลือกช่วงเวลาในการออกกำลังกายโดยไม่ออกกำลังกายในช่วงที่มีอากาศร้อนจัดแต่งกายให้เหมาะสมกับสภาพของอากาศและชนิดกีฬา โดยเลือกสวมเสื้อผ้าที่ระบายเหงื่อและความร้อนได้ดี ที่สำคัญที่สุดควรจิบน้ำบ่อย ๆ ระหว่างการออกกำลังกายเพื่อทดแทนการสูญเสียเหงื่อและป้องกันภาวะขาดน้ำ

บทสรุป

ปัญหาสภาพอากาศร้อนในประเทศไทยที่นับวันยิ่งทวีความรุนแรงขึ้นจนมีผลกระทบต่อสุขภาพของประชากรในประเทศ โดยเฉพาะโรคที่เกิดจากความร้อน ซึ่งมีอาการตั้งแต่เล็กน้อยจนรุนแรงถึงเสียชีวิต และการจัดการแข่งขันกีฬาดังกล่าวให้กับผู้เรียน เช่น กีฬาภายในระดับชั้น กีฬาภายในโรงเรียน กีฬาระหว่าง

โรงเรียน กีฬา จังหวัด กีฬามหาวิทยาลัย ผู้เรียนมีความเสี่ยงเกิดโรคจากความร้อนดังกล่าว โดยเฉพาะเมื่อมีกิจกรรมในสถานที่กลางแจ้งและมีสภาวะอากาศร้อนและชื้น

การฝึกซ้อมและการแข่งขันกีฬาต่าง ๆ ควรคำนึงถึงวิธีการป้องกันความเสี่ยงนี้และบริหารจัดการความเสี่ยงเพื่อใช้เป็นปัจจัยและเกณฑ์ความปลอดภัยในการวางแผนการจัดกิจกรรม และเตรียมความพร้อมสำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉินที่อาจเกิดขึ้นในระหว่างหรือหลังจากการเข้าร่วมกิจกรรมกลางแจ้งหรือในสภาพแวดล้อมที่มีอากาศร้อน ปัจจัยที่ควรคำนึงถึงในเรื่องความปลอดภัยของผู้ออกกำลังกายจากสภาพอากาศร้อน ประกอบด้วย 1) กลไกในการปรับตัวของร่างกายในการฝึกซ้อมและการแข่งขันกรีฑาในสภาวะอากาศร้อน การปรับตัวของระบบการไหลเวียนเลือดมีการเปลี่ยนแปลงซึ่งจะเพิ่มขึ้นตามความหนักหน่วง ในการออกกำลังกาย เพื่อ ก) เพิ่มการไหลเวียนไปที่กล้ามเนื้อเพื่อใช้ในกระบวนการเมตาบอลิซึมอย่างต่อเนื่อง ข) ไปที่ผิวหนังจะเพิ่มขึ้นเพื่อขนถ่ายความร้อนที่เกิดขึ้นจากการออกกำลังกายเพื่อเป็นการระบายความร้อนออกจากร่างกาย 2) ปัจจัยสุขภาพที่เกี่ยวข้อง เช่น การจัดเตรียมแผนปฏิบัติการในกรณีฉุกเฉินเพื่อเตรียมการช่วยเหลือทางการแพทย์ได้อย่างทันท่วงทีควรได้รับการอบรมการปฐมพยาบาลเบื้องต้นเกี่ยวกับโรคที่เกิดจากความร้อนเพื่อให้ การช่วยเหลือนักกีฬาได้อย่างถูกต้องและปลอดภัย 3) การป้องกันความเครียดจากสภาวะอากาศร้อน ให้แน่ใจว่าได้หลีกเลี่ยงจากภาวะได้รับความร้อนมากเกินไปก่อนที่จะเริ่มออกกำลังกายในสภาพแวดล้อมที่ร้อนให้สังเกตอาการเริ่มต้นของภาวะความเครียดจากความร้อน เช่น ระบายน้ำ อ่อนเพลีย เชื่องซึม และตาพร่ามัว เป็นต้น 4) ข้อควรปฏิบัติในการฝึกซ้อมและการแข่งขันกรีฑาในสภาวะอากาศร้อน ในสภาวะที่มีอากาศร้อนเป็นระยะเวลานาน ๆ อาจจะต้องดื่มเครื่องดื่มเกลือแร่เพื่อชดเชยกับแร่ธาตุที่ร่างกายสูญเสียไปจากการขับเหงื่อ

อย่างไรก็ตามการการฝึกซ้อม และการแข่งขันกีฬาต่างต้องคำนึงถึงความปลอดภัย เช่นสถานที่ ผู้ที่มีโรคประจำตัว เช่น โรคความดัน โรคหัวใจ ควรอยู่ภายใต้คำแนะนำของแพทย์ และในระหว่างระหว่างการแข่งขันฝึกซ้อมผิดปกติ เช่น หน้ามืด เวียนศีรษะ แน่นหน้าอก หายใจไม่ออก ควรผ่อนการออกกำลังกายช้า ๆ และหยุดออกกำลังกายในตอนนั้นและรีบพบแพทย์โดยด่วนเป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

กรมพลศึกษากระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2557). *คู่มือผู้ฝึกสอนกรีฑา T-Certificate* (พิมพ์ครั้งที่ 1).

กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์ องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึกในพระบรมราชูปถัมภ์.

กัญญา เกสรพิกุล, ปรีชา ดิคุตติสิทธิ์ และ วรพล แวงนอก. (2564). รูปแบบการพัฒนาเพื่อเพิ่มพูนการมีส่วนร่วม

ร่วมของชุมชนและแรงสนับสนุนทางสังคมในการส่งเสริมสุขภาวะของผู้สูงอายุที่มีความดันโลหิตสูง

ในอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาค*

ตะวันออกเฉียงเหนือ, 11(2), 181-196

ฉัตรชาติไชย ปิตยานนท์. (2552). *การศึกษาสภาพอากาศ อุณหภูมิร่างกายและการตอบสนอง ทางระบบหัวใจ*

และหลอดเลือดในระหว่างการออกกำลังกายกลางแจ้งในช่วงโมง พลศึกษาของเด็กนักเรียนชาย

- โรงเรียนสาธิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ฝ่ายประถม. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทฉบับที่ 1 ไม่ได้ออกพิมพ์]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทัศนพงษ์ ตันติปัญญพร. (2562). ความร้อน:ผลกระทบต่อสุขภาพการตรวจดัชนีค่ามาตรฐาน และการปรับตัวให้ทนกับสภาพความร้อน. *วารสารความปลอดภัยและสุขภาพ*, 11(3), 1-16.
- Tnn online. (2564). *ก๊าซเรือนกระจกทูลสถิติโลก เหมือนย้อนไปสมัย 3-5 ล้านปีก่อน โลกเสี่ยงอุณหภูมิสูงเกิน 2 องศาเซลเซียส*. สืบค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2564, จาก <https://www.tnnthailand.com/news/world/94725>
- สถานีโทรทัศน์ไทยPBS. (2562, 1 ตุลาคม). "นาซา" เตือนโลกอยู่ในช่วงครึ่งทศวรรษร้อนที่ลุดรอบ 120 ปี[ข่าวสิ่งแวดล้อม]. สืบค้นจาก, <https://news.thaipbs.or.th/content/284750>
- American Academy of Pediatrics, Council on Sports Medicine and Fitness. (2000). Climatic heat stress and the exercising children and adolescents. *Pediatrics*, 106, 158-159.
- Binkley, H. M., Beckett, J., Casa, D. J., Kleiner, D. M., and Plummer, P. E. (2002). National athletic trainers' association position statement: exertional heat illnesses. *Journal of Athletic Training*, 37(3), 329-343.
- Coris, E. E., Ramirez, A. M., Van, and Durme, D. J. (2004). Heat illness in athletes: The dangerous combination of heat, humidity and exercise. *Journal of Sports Medicine*, 34, 9-16.
- Howe, A.S., and Boden, B.P. (2007). Heat-related illness in athletes. *The American Journal of Sports Medicine*, 35(8), 1384-1395.
- Iampietro, P.F. (1971). Age as a causal factor in heat stroke. *Journal of the South African Institute of Mining*, 72, 112-114.
- McArdle, W. D., Katch, F. I., and Katch, V. L. (2006). *Essential of exercise physiology: Factors affecting physiologic function: The environment and special aids to performance* (3rd ed.). Baltimore, MD: Lippincott Williams & Wilkins.
- Murray, B. (2007). Hydration and physical performance. *Journal of the American College of Nutrition*, 26, 542S-548S.
- Nadel ER, Fortney SM, and Wenger CB. (1980). Effect of hydration state on circulatory and thermal regulations. *J. Appl. Physical* 49: 715-721.
- Somboonwong, J. (2014). Heat illness: Health concerns for school physical education. In R. Todaro (Ed.), *Handbook of physical education research* (pp. 473-499). Nova Science.

กลยุทธ์การตลาดแบบส่งอาหารถึงที่และความสำเร็จทางการตลาด
ของผู้ประกอบการอาหาร ในพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์
Food Delivery Marketing Strategy and Marketing Success of Food
Entrepreneurs in Kalasin Province

วัสสาน์ วิเศษโกสิน¹ และอำภาศรี พอค้า²

Wassa Wiseskosin¹ and Ampasri Phokha²

¹ นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์

อีเมล: Bow-pixar@hotmail.com

วันที่รับบทความ (Received)

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

14 มิถุนายน 2565

15 มิถุนายน 2565

2 กันยายน 2565

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตลาดแบบส่งอาหารถึงที่ 2) เพื่อศึกษาความสำเร็จทาง การตลาดของผู้ประกอบการอาหาร 3) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการตลาดแบบส่งอาหารถึงที่กับความสำเร็จทางการตลาดของผู้ประกอบการอาหาร 4) เพื่อทดสอบผลกระทบของพฤติกรรมการตลาดแบบส่งอาหารถึงที่ต่อความสำเร็จทางการตลาดของผู้ประกอบการอาหาร ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการร้านอาหารที่ใช้พฤติกรรมการตลาดแบบส่งอาหารถึงที่ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 248 ร้านค้า เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ โดยใช้วิธี Enter Method ผลการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการอาหาร ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการตลาดแบบส่งอาหารถึงที่ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จทางการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการตลาดแบบส่งอาหารถึงที่กับความสำเร็จทางการตลาดของผู้ประกอบการอาหาร ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า การสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง การสื่อสารการตลาด การตอบสนองที่รวดเร็ว ความสะดวกในการใช้งาน และการมุ่งเน้นที่ลูกค้า มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับความสำเร็จทางการตลาดของผู้ประกอบการอาหาร ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และผลการวิเคราะห์ผลกระทบของพฤติกรรมการตลาดแบบส่งอาหารถึงที่ ด้านการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง และการสื่อสารการตลาด ส่งผลต่อความสำเร็จทางการตลาดของผู้ประกอบการอาหาร ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ที่ระดับนัยสำคัญทาง

สถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสามารถในการพยากรณ์ร้อยละ 45.80 ผลการวิจัยสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ประกอบการตัดสินใจในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดแบบส่งอาหารถึงที่เพื่อแข่งขันกับคู่แข่งทางธุรกิจ ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์

คำสำคัญ : กลยุทธ์การตลาด, การส่งอาหารถึงที่, ความสำเร็จทางการตลาด, ผู้ประกอบการอาหาร

ABSTRACT

The purposes of the study were: 1) to study the food delivery marketing strategy, 2) to study the marketing success of food entrepreneurs, 3) to study the relationship between food delivery marketing strategy and marketing success of food entrepreneurs, and 4) to study the impact of the food delivery marketing strategy on the marketing success of food entrepreneurs in Muang district Kalasin province. The samples were 248 entrepreneurs of food delivery in Mueang district Kalasin province. The data were gathered through the use of a questionnaire. The statistics used in analyzing data consisted of percentage, mean, standard deviation, multiple correlations, and multiple regression using enter method. The results revealed that food entrepreneurs in Mueang district, Kalasin province, in overall, had opinion on food marketing strategy at the highest level. And entrepreneurs' opinions about marketing success, in overall, were rated at the highest level. The analysis of the relationship between the food delivery marketing strategy and marketing success of food entrepreneurs in Kalasin province in each aspect through the use of multiple correlation showed that the food delivery marketing strategy in terms of building up difference from competitors, marketing communication, rapid response, convenient usage, and focusing on customers had the positive relationship with the marketing success of food entrepreneurs in Kalasin province and the results of the analysis of the impact of the food delivery marketing strategy on the marketing success in terms of building up difference from competitors and marketing communication significantly affected the marketing success of food entrepreneurs in Kalasin province at the level of 0.01. The research model had predictive power at 45.80%. The research results could be used as a guideline for analysis and decision making in planning a food delivery marketing strategy to compete with business competitors in the area of Kalasin province.

Keywords: Marketing Strategy, Food Delivery, Marketing Success, Food Entrepreneurs.

บทนำ

มนุษย์มีรูปแบบการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากการเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์ ซึ่งเป็นยุคแห่งการติดต่อสื่อสารที่ไร้พรมแดน สามารถค้นหาข้อมูลข่าวสารที่สนใจได้อย่างรวดเร็ว โดยไม่มีอุปสรรคในด้านเวลาและระยะทางมาขวางกั้น มีความสะดวกสบายในการทำงาน ทำให้รูปแบบการใช้ชีวิตปรับเปลี่ยนตามไปด้วย ส่งผลให้ผู้บริโภคเลือกช่องทางที่สะดวกและรวดเร็วที่สุดให้ได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการที่ต้องการ (เชนศ ลักษณ์พันธุ์ภักดี, 2560) ประกอบกับในปัจจุบันธุรกิจมีการแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้น ผู้ประกอบการขนาดใหญ่และขนาดย่อมจึงเริ่มปรับเปลี่ยนแนวคิดในการทำงาน เริ่มมีการสร้างแนวคิดและกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อมุ่งใจให้ธุรกิจดำเนินการต่อไปได้และอยู่รอดในสถานะเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันและปรับเปลี่ยนที่รวดเร็ว โดยต้องมีการพัฒนาและต่อยอดแนวคิดต่างๆ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและเพื่อตอบสนองให้ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด รวมไปถึงการริเริ่มสร้างกลยุทธ์การเพิ่มช่องทางการกระจายสินค้าให้กับผู้บริโภคในการเข้าถึงสินค้าและบริการที่มีความรวดเร็วและสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ทำให้ผู้บริโภคสินค้าและบริการมีช่องทางในการเข้าถึงสินค้าเพิ่มมากขึ้น (เกตุวดี สมบูรณ์ทวี, 2561) จากรายงานของ McKinsey & Company ระบุว่า จากการสำรวจตัวเลขการใช้บริการสั่งอาหารแบบส่งถึงที่ทั้งหมดมีจำนวนถึงร้อยละ 84 เป็นการสั่งอาหารไปส่งที่บ้าน อีกร้อยละ 16 ส่งไปยังที่ทำงาน โดยร้อยละ 74 ของยอดการสั่งอาหารแบบส่งถึงที่ จะเกิดขึ้นในวันศุกร์ เสาร์ และอาทิตย์ แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคเลือกที่จะหลีกเลี่ยงการจราจรที่ติดขัดในช่วงวันหยุด (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2562)

ในปี 2563 หลังจากเศรษฐกิจโลกได้เผชิญกับสภาวะการระบาดของเชื้อโควิด-19 ส่งผลให้ความต้องการสั่งซื้ออาหารในรูปแบบเดลิเวอรี่หรือบริการส่งถึงที่ซึ่งมีปริมาณความต้องการขยายตัวมากขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงก่อนการระบาดของเชื้อโควิด-19 ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2563) ระบุว่า ในปี 2563 จำนวนครั้งของการจัดส่งอาหารจะอยู่ที่ 66 - 68 ล้านครั้งหรือขยายตัวสูงถึงร้อยละ 78 - 84 เมื่อเทียบกับปี 2562 จากการสำรวจข้อมูลของผู้ให้บริการแพลตฟอร์มออนไลน์ธุรกิจแบบส่งอาหารถึงที่ พบว่า มีจำนวนร้านอาหารขนาดเล็กและขนาดกลาง สมัครเข้าร่วมกับแพลตฟอร์มจัดส่งอาหารไม่น้อยกว่า 20,000 ร้านค้าต่อสัปดาห์ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2563) ส่งผลให้ธุรกิจแบบส่งอาหารถึงที่เติบโตสูงถึง 68,000 ล้านบาทในปี 2563 และคาดการณ์ว่าขนาดตลาดของธุรกิจแบบส่งอาหารถึงของไทยในปี 2564 จะเติบโตอย่างต่อเนื่องถึง 74,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนซึ่งเป็นปีที่โควิด-19 เริ่มระบาดถึง 6,000 ล้านบาท (กันต์ เอี่ยมอินทรา, 2564)

ในส่วนของธุรกิจส่งอาหารถึงที่ในพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์ เริ่มเข้ามามีบทบาทและเปิดตลาดในพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดกาฬสินธุ์ เมื่อปี 2562 โดยเป็นธุรกิจผู้ให้บริการท้องถิ่น จำนวน 2 ราย ประกอบด้วย จิวัดดัด Delivery และ Dino Kalasin Delivery ผู้ให้บริการทั้ง 2 รายใช้รูปแบบการสื่อสารในการให้บริการผ่านทางแอปพลิเคชัน Line โดยคิดค่าจัดส่งจากระยะทางในการจัดส่งของผู้ใช้บริการ โดยมีอัตราค่าบริการเริ่มต้นที่ 20-30 บาท เนื่องจากเป็นธุรกิจท้องถิ่นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ยังไม่เป็นระบบทำให้พันธมิตรร้านค้ามีจำนวนน้อย การใช้บริการยังไม่ได้ได้รับความนิยมมากนักจึงทำให้ตลาดการแข่งขันยังไม่เป็นที่นิยมและ

ยังไม่รุนแรง ต่อมาในปี 2563 บริษัท Food Panda เปิดตัวครั้งแรกในเดือนกุมภาพันธ์ โดยให้บริการส่งอาหารผ่านทางแอปพลิเคชัน มีจุดเด่นอยู่ที่การจัดส่งฟรี และมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอย่างทั่วถึงทำให้มีพันธมิตรร้านค้าเข้าร่วมกับ Food panda กว่า 70 ร้านค้าและได้รับความนิยมจากผู้ใช้บริการส่งอาหารภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว จากการให้บริการของ Food panda ทำให้ตลาดธุรกิจส่งอาหารถึงที่ในจังหวัดกาฬสินธุ์กลับมาคึกคักอีกครั้ง รวมถึงธุรกิจท้องถิ่นอย่างจิวัดดัด Delivery และ Dino Kalasin Delivery ได้มีการพัฒนาและจัดทำแอปพลิเคชันสำหรับธุรกิจตัวเองขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกและเป็นการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น ต่อมาในเดือนตุลาคมและพฤศจิกายน 2563 Grab Food และ Ant Delivery ได้มีการเปิดตัวให้บริการขึ้นในเขตพื้นที่อำเภอเมืองกาฬสินธุ์ Grab Food เป็นแพลตฟอร์มที่รวบรวมร้านอาหารยอดนิยม และร้านต่างๆ ไว้ในแอปพลิเคชันเพื่อให้สามารถเลือกส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันได้สะดวกและรวดเร็ว แม้ Grab Food จะมีค่าบริการในการจัดส่งแต่เมื่อเทียบกับระยะทางที่ครอบคลุมในเขตพื้นที่การให้บริการถือว่าราคาถูกและลูกค้ายอมรับเงื่อนไขนี้ได้ ส่วน Ant Delivery เป็นธุรกิจแฟรนไชส์น้องใหม่ที่เพิ่งเปิดตัวได้ไม่นานจึงอยู่ในขั้นตอนของการประชาสัมพันธ์และการกระจายข่าวสารเพื่อกระตุ้นการรับรู้ให้กับบุคคลทั่วไปมีความต้องการทดลองใช้บริการ และจากการเก็บรวบรวมข้อมูลมีพันธมิตรร้านค้าเข้าร่วมกับธุรกิจส่งอาหารถึงที่ จำนวน 315 ร้านค้า อย่างไรก็ตามทิศทางของธุรกิจการจัดส่งอาหารถึงที่ยังคงมีการแข่งขันที่รุนแรง คู่แข่งขันส่วนใหญ่ยังคงนำส่วนลดและโปรโมชั่นมาใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการแข่งขันเพื่อแย่งชิงฐานลูกค้าในช่วงที่เหลือของปี 2563 ต่อเนื่องจนถึงปี 2564 อาจไม่ได้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญมากนัก (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2563) รวมไปถึงตลาดส่งอาหารถึงที่ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ยังถือเป็นตลาดใหม่และในอนาคตมีแนวโน้มที่จะขยายตัวและมีจำนวนผู้ประกอบการรายใหม่มากขึ้นกว่านี้ โดยกลยุทธ์การตลาดแบบส่งอาหารถึงที่เป็นกระบวนการทางการตลาดที่ธุรกิจใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ใช้บริการส่งอาหารผ่านร้านค้าที่ใช้กลยุทธ์การตลาดแบบส่งอาหารถึงที่ในการจัดส่งอาหารให้แก่ผู้บริโภค โดยมีเทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้องในการพัฒนาธุรกิจ ส่งผลให้องค์กรประสบความสำเร็จ โดยกลยุทธ์การตลาดแบบส่งอาหารถึงที่ประกอบด้วย การมุ่งเน้นที่ลูกค้า (Customer Focus) และการตอบสนองที่รวดเร็ว (Quick Response) (เบญจพร สุวรรณแสนทวี, 2557) ความสะดวกในการใช้งาน (Convenience of Use) (ธาวินี จันทรงค์, 2559) และ (วศินี อัมมธรรมพร, 2559) การสื่อสารการตลาด (Marketing Communication) (อิสราวลี เนียมศรี, 2559) และการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง (Competitive Differentiation) (จิตาภา ง่วนเฮงเส็ง และจิราภรณ์ ชันทอง, 2561) สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource-Based View of the Firm : RBV) ของ Jay Barney ซึ่งเป็นทฤษฎีที่กล่าวว่าการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนให้กับธุรกิจ เป็นความสามารถสร้างคุณค่าให้เหนือกว่าคู่แข่ง โดยคู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบผลลัพธ์ ผลประโยชน์หรือคุณค่า อันเนื่องมาจากการใช้กลยุทธ์ที่องค์กรได้กำหนดหรือสร้างขึ้นมาได้ (Barney, 1991) และการสร้างกลยุทธ์การตลาดที่ดีและมีความได้เปรียบทางการแข่งขันส่งผลให้ผู้ประกอบการอาหารในจังหวัดกาฬสินธุ์มีความสำเร็จทางการตลาด

ซึ่งสามารถวัดได้จากการเป็นที่รู้จักมากขึ้นของลูกค้า การเพิ่มขึ้นของลูกค้ารายใหม่ การเพิ่มขึ้นของยอดขาย และกำไรของธุรกิจ

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาถึงผลกระทบของกลยุทธ์การตลาดแบบส่งอาหารถึงที่ ว่าส่งผลต่อความสำเร็จทางการตลาดของผู้ประกอบการอาหารในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์อย่างไร เพื่อนำผลการวิจัยมาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ประกอบการตัดสินใจในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดแบบส่งอาหารถึงที่ เพื่อแข่งขันกับคู่แข่งทางธุรกิจในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตลาดแบบส่งอาหารถึงที่ ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์
2. เพื่อศึกษาความสำเร็จทางการตลาดของผู้ประกอบการอาหาร ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์
3. เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการตลาดแบบส่งอาหารถึงที่กับความสำเร็จทางการตลาดของผู้ประกอบการอาหาร ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์
4. เพื่อทดสอบผลกระทบของพฤติกรรมการตลาดแบบส่งอาหารถึงที่ต่อความสำเร็จทางการตลาดของผู้ประกอบการอาหาร ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์

สมมุติฐานการวิจัย

สมมุติฐานการวิจัย 1 พฤติกรรมการตลาดแบบส่งอาหารถึงที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จทางการตลาดของผู้ประกอบการอาหาร ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์

สมมุติฐานการวิจัย 2 พฤติกรรมการตลาดแบบส่งอาหารถึงที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จทางการตลาดของผู้ประกอบการอาหาร ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์

กรอบแนวคิดการวิจัยและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ พฤติกรรมการตลาดแบบส่งอาหารถึงที่ ได้ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระ และมีผลต่อความสำเร็จทางการตลาดของผู้ประกอบการอาหาร เป็นตัวแปรตาม จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดกลยุทธ์การตลาดแบบส่งอาหารถึงที่และความสำเร็จทางการตลาด

กลยุทธ์การตลาดแบบส่งอาหารถึงที่ (Food Delivery Marketing Strategy)

มณีนรุตน์ อนุโลมสมบัติ (2561) สรุปถึงประเด็นสำคัญขององค์ประกอบของกลยุทธ์การตลาดแบบส่งอาหารถึงที่ ดังนี้ 1) ด้านการตอบสนองและประสบการณ์การใช้งาน เนื่องจากธุรกิจประเภทนี้ไม่ได้ใช้เพียงแค่ระบบเทคโนโลยีในการให้บริการเพียงอย่างเดียว แต่ยังมีเรื่องของคนขับรถส่งอาหาร ทำให้ต้องมีการควบคุมในเรื่องของความถูกต้องของอาหารที่ส่ง 2) ด้านระยะเวลา เนื่องจากระยะเวลาของการส่งอาหารมีส่วนสัมพันธ์กับคุณภาพของอาหารเมื่อถึงมือลูกค้า 3) ด้านแพลตฟอร์มหรือแอปพลิเคชันต้องใช้งานง่ายมีความยืดหยุ่นในเรื่องของรายละเอียดการสั่งอาหาร สอดคล้องกับบทความของธนากรกรุงเทพ (2562) ระบุถึงองค์ประกอบของความสำเร็จของการบริหารธุรกิจส่งอาหารถึงที่ให้เติบโต สามารถสรุปองค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้ 1) ช่องทางการติดต่อเข้าถึงได้ง่าย 2) เมนูอาหารควรเลือกเมนูที่เป็นเอกลักษณ์ของร้านและเหมาะสมกับการจัดส่ง 3) รายละเอียดและราคาต้องชัดเจน จะทำให้สามารถคำนวณค่าใช้จ่ายทั้งหมดได้ก่อนตัดสินใจสั่งซื้อ 4) บริการจัดส่งต้องรวดเร็วและรูปแบบการคิดค่าบริการที่คิดค่าอาหารตามจริงทำให้ลูกค้าสามารถตรวจสอบค่าบริการได้อย่างสะดวก 5) โปรโมชั่นส่งเสริมการขาย เป็นการกระตุ้นลูกค้าให้มีความสนใจในอาหารและการใช้บริการ ดังนั้นต้องจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขายสม่ำเสมอ

ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับ เบญจพร สุวรรณแสนทวี (2557) ระบุว่า การบริการลูกค้าการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ราคา ลักษณะองค์กรของผู้ให้บริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการในการขนส่งโลจิสติกส์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับ ธาวิณี จันทร์คง (2559) ระบุว่า ตัวแปรด้านประสิทธิภาพและการใช้งานส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานโมบายแอปในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และสอดคล้องกับ วศินี อัมรรมพร (2559) ระบุว่าความสะดวกในการใช้บริการ ด้านความสะดวกในการค้นหาถึงส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากผู้บริโภคเจนเนอเรชันวายส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าแอปพลิเคชันสั่งอาหารมีความหลากหลายของตัวเลือกเพื่อค้นหาประเภทของอาหาร และร้านอาหารที่ต้องการ

ได้อย่างรวดเร็ว และให้ความสำคัญกับเรื่องแอปพลิเคชันที่ใช้งานได้ง่ายและน่าสนใจ สอดคล้องกับ อิสราวลี เนียมศรี (2559) ระบุว่า การสื่อสารทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน LINE MAN ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และสอดคล้องกับ จิตาภา ง่วนเฮงเส็ง และ จิราภรณ์ ชันทอง (2561) ระบุว่า กลยุทธ์การแข่งขันภาพรวมและรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านต้นทุนต่ำ ด้านสร้างความแตกต่าง มีความสัมพันธ์และมีผลต่อพัฒนาการได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจขนส่งสินค้าทางถนน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง อยู่ในระดับสูงในทิศทางเดียวกัน

ดังนั้น จากการทบทวนบทความและงานวิจัยที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดของกลยุทธ์การตลาดแบบส่งอาหารถึงที่ จากการทบทวนงานวิจัยต่างๆ มาประยุกต์เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาค้นคว้า ประกอบด้วย การมุ่งเน้นที่ลูกค้า (Customer Focus) และการตอบสนองที่รวดเร็ว (Quick Response) (เบญจพร สุวรรณแสนทวี, 2557) ความสะดวกในการใช้งาน (Convenience of Use) (ธาวินี จันทรงค์, 2559) และ (วศินี อัมธรรมพร, 2559) การสื่อสารการตลาด (Marketing Communication) (อิสราวลี เนียมศรี, 2559) และการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง (Competitive Differentiation) (จิตาภา ง่วนเฮงเส็ง และจิราภรณ์ ชันทอง, 2561)

ความสำเร็จทางการตลาด (Marketing Success)

ชูศักดิ์ เดชเกรียงไกรกุล (2558) กล่าวว่า ความสำเร็จทางการตลาด คือ การดำเนินงานโดยการวางแผนเพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จและบรรลุเป้าหมายด้านการตลาดที่ตั้งไว้ โดยมีองค์ประกอบในการวัดคุณค่าความสำเร็จได้ทั้งหมด 4 ด้าน ประกอบด้วยด้านความพึงพอใจของลูกค้า ด้านการเพิ่มจำนวนของลูกค้า ด้านส่วนแบ่งทางการตลาด และด้านยอดขาย ดังนี้ 1) ด้านความพึงพอใจของลูกค้า หมายถึง การประสบความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการและการคาดหวังของลูกค้า โดยการนำเสนอผลิตภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสม 2) ด้านการเพิ่มจำนวนของลูกค้า หมายถึง จำนวนลูกค้าที่ซื้อสินค้าและบริการที่มีจำนวนหรืออัตราที่เพิ่มขึ้นทุก ๆ ปี และมีความจงรักภักดีต่อผลิตภัณฑ์ จนทำให้ลูกค้าเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าและเกิดการซื้อซ้ำอีก 3) ด้านส่วนแบ่งทางการตลาด หมายถึง ส่วนของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในระดับใดระดับหนึ่งมีการขยายตลาดที่มากขึ้น คิดเป็นสัดส่วนต่อยอดขายทั้งหมดของสินค้าประเภทเดียวกันในตลาดโดยมีสัดส่วนและแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น 4) ด้านยอดขาย หมายถึง ผลกำไรในด้านการขายในรูปแบบจำนวนเงินหรือยอดขายสินค้าที่ได้รับจากการขาย หรือการให้บริการในแต่ละช่วงเวลา

ดังนั้น จากการทบทวนบทความที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงนำองค์ประกอบของความสำเร็จทางการตลาดมากำหนดเป็นตัวแปรตาม เพื่อต้องการทราบถึงความสัมพันธ์และผลกระทบระหว่างกลยุทธ์การตลาดแบบส่งอาหารถึงที่กับความสำเร็จทางการตลาดของผู้ประกอบการอาหาร ในพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งสามารถวัดได้จากการเป็นที่รู้จักมากขึ้นของลูกค้า การเพิ่มขึ้นของลูกค้ารายใหม่ การเพิ่มขึ้นของยอดขายและกำไรของธุรกิจมากขึ้นน้อยเพียงใด

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) คือ ผู้ประกอบการอาหารที่ใช้กลยุทธ์การตลาดแบบส่งอาหารถึงที่ ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 315 ร้านค้า

กลุ่มตัวอย่าง (Sample Population) ได้แก่ ผู้ประกอบการอาหารที่ใช้กลยุทธ์การตลาดแบบส่งอาหารถึงที่ ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 315 ร้านค้า ข้อมูลจาก Food Panda (2563) และ Grab (2563) เนื่องจากประชากรมีปริมาณจำกัด ประกอบกับในช่วงเวลาที่ศึกษานี้พบว่ากลยุทธ์การตลาดแบบส่งอาหารถึงที่มีการดำเนินการในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์เท่านั้น ส่วนอำเภออื่นยังไม่มีให้บริการส่งอาหารถึงที่ ผู้วิจัยจึงเก็บจากประชากรทั้งหมด โดยเริ่มลงพื้นที่เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง ตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ ถึง 13 มีนาคม 2564 รวมเป็นระยะเวลา 41 วัน ได้รับเอกสารแบบสอบถามกลับมาทั้งหมด 248 ชุด โดยมีการเก็บแบบสอบถามดังนี้

วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2564 ถึง 6 มีนาคม 2564 ได้รับแบบสอบถามกลับมา จำนวน 208 ชุด

วันที่ 13 มีนาคม 2564 ได้ลงพื้นที่เก็บแบบสอบถามกับร้านค้าที่ไม่สะดวกตอบในรอบแรกอีกครั้ง และได้รับแบบสอบถามกลับมาเพิ่มอีก จำนวน 40 ชุด

ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความลำเอียงจากการไม่ตอบแบบสอบถามกลับมา (Test of Non-Response Bias) ใช้การทดสอบแบบ t-test โดยใช้ข้อมูลประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ และยอดขายเฉลี่ยต่อเดือนของกิจการ ที่ส่งแบบสอบถามกลับมาโดยแบ่งออกเป็นสองกลุ่มก่อน - หลัง โดยนำแบบสอบถาม กลับมาโดยแบ่งออกเป็นสองกลุ่มได้แก่

กลุ่มที่ 1 เป็นแบบสอบถามที่ได้รับตอบกลับมา จำนวน 124 ชุดแรก (First Group) กำหนดให้เป็นกลุ่มแรก และ กลุ่มที่ 2 เป็นแบบสอบถามที่ได้รับตอบกลับจำนวน 124 ชุดหลัง (Second Group) กำหนดให้เป็นกลุ่มหลัง

ผลการทดสอบพบว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่พบปัญหาความเอนเอียงจากการไม่ตอบแบบสอบถาม (Armstrong & Overton, 1977)

ดังนั้นได้รับแบบสอบถามที่สมบูรณ์ ครบถ้วน รวมจำนวน 248 ชุด คิดเป็นร้อยละ 78.73 คงเหลือแบบสอบถามที่ไม่ได้รับการตอบกลับอีก 67 ชุด เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามไม่สะดวกให้คำตอบ และไม่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามคิดเป็นร้อยละ 21.27 ซึ่งอัตราการตอบกลับถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ดีมากสอดคล้องกับ นิศาชล รัตนมณี และ ประสพชัย พสุนนท์ (2019) ได้กล่าวว่า แบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-Administer Questionnaire) อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามที่ยอมรับได้และเป็นการตอบกลับที่อยู่ในเกณฑ์ดี ควรมีอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามที่ร้อยละ 50 และ 60 -70 ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ดีมาก

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพก่อนนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตรวจสอบความน่าเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถามโดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มประชากรที่ทำการศึกษาก่อนจำนวน 30 ชุดแรก จากนั้นจึงนำแบบสอบถามมาทดสอบ เพื่อวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach Alpha Coefficient) ซึ่งค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่เหมาะสมมีความเชื่อมั่นของการวัดที่ยอมรับได้มีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป (บุญใจ ศรีสถิตนรากร, 2550) โดยกลยุทธ์การตลาดแบบส่งอาหารถึงที่ เป็นตัวแปรอิสระ มีค่าอยู่ระหว่าง 0.70 - 0.81 และความสำเร็จทางการตลาดของผู้ประกอบการอาหาร ซึ่งเป็นตัวแปรตาม มีค่าสัมประสิทธิ์ 0.73 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 และค่าความเที่ยงตรง (Validity) จำแนกเป็นรายข้อ โดยค่า Factor Loading ต้องมีค่า 0.40 ขึ้นไปจึงจะผ่านเกณฑ์ข้อคำถามที่เหมาะสมมีความเที่ยงตรงของการวัด (บุญใจ ศรีสถิตนรากร, 2550) โดยกลยุทธ์การตลาดแบบส่งอาหารถึงที่เป็นตัวแปรอิสระ มีค่าอยู่ระหว่าง 0.52 - 0.87 และความสำเร็จทางการตลาดของผู้ประกอบการอาหาร เป็นตัวแปรตาม มีค่าอยู่ระหว่าง 0.52 - 0.84 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.40 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า แบบสอบถามมีความเที่ยงตรงและมีความเชื่อมั่น สามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับวิเคราะห์สถิติและได้กำหนดวิธีวิเคราะห์ข้อมูลสถิติ ดังนี้ 1) สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และ 2) สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation) และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ โดยใช้วิธี Enter Method

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดแบบส่งอาหารถึงที่โดยรวม และรายด้าน ของผู้ประกอบการอาหาร ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์

กลยุทธ์การตลาดแบบส่งอาหารถึงที่	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. การมุ่งเน้นที่ลูกค้า (SCF)	4.66	0.87	มากที่สุด
2. ความสะดวกในการใช้งาน (SCU)	4.63	0.71	มากที่สุด
3. การสื่อสารการตลาด (SMC)	4.51	0.41	มากที่สุด
4. การตอบสนองที่รวดเร็ว (SQR)	4.58	0.40	มากที่สุด
5. การสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง (SCD)	4.64	0.32	มากที่สุด
โดยรวม	4.60	0.54	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ประกอบการอาหารในพื้นที่อำเภอ เมืองจังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 248 ร้านค้า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดแบบส่งอาหารถึงที่ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.60$) เมื่อวิเคราะห์รายละเอียดเป็นรายด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ การมุ่งเน้นที่ลูกค้า ($\bar{X} = 4.66$) การสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง ($\bar{X} = 4.64$) และความสะดวกในการใช้งาน ($\bar{X} = 4.63$) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จทางการตลาดของผู้ประกอบการอาหาร ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์

ความสำเร็จทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. กิจกรรมเป็นที่รู้จักเพิ่มขึ้น จากการเข้าร่วมเป็นสมาชิกของผู้ให้บริการส่งอาหารถึงที่	4.50	0.53	มาก
2. หน้าร้านมีลูกค้าเพิ่มขึ้นจากลูกค้าที่สั่งอาหารผ่าน Food Delivery	4.71	0.49	มากที่สุด
3. ได้รับข้อคิดเห็นติชม และการประเมินจากลูกค้าผ่านช่องทางแอปพลิเคชันที่ร้านเข้าร่วมเป็นสมาชิกส่งอาหารถึงที่	4.69	0.52	มากที่สุด
4. กิจกรรมยอดขายรวมเพิ่มขึ้น จากการเข้าร่วมเป็นสมาชิกของผู้ให้บริการส่งอาหารถึงที่	4.58	0.51	มากที่สุด
5. กิจกรรมมีกำไรเพิ่มขึ้นจากการเข้าร่วมเป็นสมาชิกส่งอาหารถึงที่	4.62	0.54	มากที่สุด
โดยรวม	4.62	0.52	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ประกอบการอาหารในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 248 ร้านค้า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จทางการตลาดของผู้ประกอบการอาหาร ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.62$) เมื่อวิเคราะห์รายละเอียดเป็นรายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 4 ข้อ สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ หน้าร้านมีลูกค้าเพิ่มขึ้นจากลูกค้าที่สั่งอาหารผ่าน Food Delivery ($\bar{X} = 4.71$) รองลงมา ได้รับข้อคิดเห็นติชม และการประเมินจากลูกค้าผ่านช่องทางแอปพลิเคชันที่ร้านเข้าร่วมเป็นสมาชิกส่งอาหารถึงที่ ($\bar{X} = 4.69$) และกิจกรรมมีกำไรเพิ่มขึ้นจากการเข้าร่วมเป็นสมาชิกส่งอาหารถึงที่ ($\bar{X} = 4.62$) ตามลำดับ และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ กิจกรรมเป็นที่รู้จักเพิ่มขึ้น จากการเข้าร่วมเป็นสมาชิกของผู้ให้บริการส่งอาหารถึงที่ ($\bar{X} = 4.50$) ตามลำดับ

จากตารางที่ 3 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของกลยุทธ์การตลาดแบบส่งอาหารถึงที่กับความสำเร็จทางการตลาด

ตัวแปร	SCF	SCU	SMC	SQR	SCD	SSM	VIFs
$\bar{X}$	4.66	4.63	4.51	4.58	4.64	4.62	
S.D.	0.87	0.71	0.41	0.40	0.32	0.34	
SCF	-	0.052	0.144*	0.069	0.166**	0.158*	1.034
SCU		-	0.250**	0.243**	0.236**	0.225**	1.089
SMC			-	0.526**	0.651**	0.598**	1.830
SQR				-	0.635**	0.483**	1.765
SCD					-	0.634**	2.217
SSM						-	

** มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01

* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่าค่า VIFs ระหว่างตัวแปรอิสระมีค่าตั้งแต่ 1.034 – 2.217 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 ถือว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระไม่ทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity ซึ่งสอดคล้องกับของ Hair et al., (2010)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ คือ กลยุทธ์การตลาดแบบส่งอาหารถึงที่ ตัวแปรตาม คือ ความสำเร็จทางการตลาดของผู้ประกอบการอาหาร ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า มีความสัมพันธ์ในทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตั้งแต่ 0.158 – 0.634 โดยกลยุทธ์การตลาดแบบส่งอาหารถึงที่ มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จทางการตลาดของผู้ประกอบการอาหารในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ มากที่สุดคือการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง (SCD) ($r = 0.634$) รองลงมาการสื่อสารการตลาด (SMC) ($r = 0.598$) การตอบสนองที่รวดเร็ว (SQR) ($r = 0.483$) ความสะดวกในการใช้งาน (SCU) ($r = 0.225$) และการมุ่งเน้นที่ลูกค้า (SCF) ($r = 0.158$) จากผลการวิจัย จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์การถดถอยกลยุทธ์การตลาดแบบส่งอาหารถึงที่มีผลกระทบต่อความสำเร็จทางการตลาดของผู้ประกอบการอาหารในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์

กลยุทธ์การตลาดแบบส่งอาหารถึงที่ มีผลกระทบต่อความสำเร็จทางการตลาดของ ผู้ประกอบการอาหาร ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์						t	p-value
กลยุทธ์การตลาดแบบส่ง อาหารถึงที่	จังหวัดกาฬสินธุ์						
	สัมประสิทธิ์	ค่าความ	สัมประสิทธิ์				
	การถดถอย	คลาดเคลื่อน	การถดถอย				
	ไม่ปรับ	มาตรฐาน	แบบปรับ				
	มาตรฐาน	(S.E.)	มาตรฐาน				
	(B)		(Beta)				
ค่าคงที่ (CONSTANT)	1.234	0.243		5.077	0.000		
1. การมุ่งเน้นที่ลูกค้า (SCF)	0.018	0.019	0.046	0.967	0.335		
2. ความสะดวกในการใช้งาน (SCU)	0.020	0.023	0.041	0.846	0.398		
3. การสื่อสารการตลาด (SMC)	0.243	0.052	0.296	4.673	0.000**		
4. การตอบสนองที่รวดเร็ว (SQR)	0.063	0.053	0.074	1.196	0.233		
5. การสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง แข่งขัน (SCD)	0.394	0.073	0.377	5.398	0.000**		
F = 42.667 P = 0.000 ^a Adjusted R ² = 0.458							

** มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4 พบว่า ผลการวิเคราะห์การถดถอยกลยุทธ์การตลาดแบบส่งอาหารถึงที่มีผลกระทบต่อความสำเร็จทางการตลาดของผู้ประกอบการอาหารในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์โดยใช้การวิเคราะห์แบบกำหนดตัวแปร กลยุทธ์การตลาดแบบส่งอาหารถึงที่เข้าไปในสมการทั้งหมดตามวิธีการ (Enter) พบว่า

1. ตัวแปรอิสระที่นำมาศึกษาทั้งหมด มีความสัมพันธ์พหุคูณกับความสำเร็จทางการตลาดของผู้ประกอบการอาหารในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ (SSM) ร้อยละ 45.80 (Adjusted R² = 0.458)

2. ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จทางการตลาดของผู้ประกอบการอาหารในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีจำนวน 2 ตัวแปรและสอดคล้องกับสมมติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้ เรียงจากตัวแปรที่มีผลต่อการผันแปรในตัวแปรตามในรูปของคะแนนดิบ ได้แก่ การสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง (SCD) (B = 0.394) รองลงมา คือ การสื่อสารการตลาด (SMC) (B = 0.243) ตามลำดับ ส่วนการมุ่งเน้นที่ลูกค้า (SCF) ความสะดวกในการใช้งาน (SCU) และการตอบสนองที่รวดเร็ว (SQR) พบว่าส่งผลกระทบต่อความสำเร็จทางการตลาดอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จากผลการวิจัย

ที่พบว่ากลยุทธ์การตลาดแบบส่งอาหารถึงที่รายด้าน จำนวน 2 ตัวแปรส่งผลกระทบต่อทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความสำเร็จทางการตลาดแบบบางส่วน (partial support) จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2

ผลการวิจัย พบว่า 1) การสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง (SCD) ส่งผลกระทบในทิศทางบวกสามารถแปลผลได้ คือ การสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง สูงขึ้น 1 หน่วย ทำให้ความสำเร็จทางการตลาดของผู้ประกอบการอาหาร ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ สูงขึ้น 0.394 หน่วย และ 2) การสื่อสารการตลาด (SMC) ส่งผลกระทบในทิศทางบวกสามารถแปลผลได้ คือ การสื่อสารการตลาด สูงขึ้น 1 หน่วย ทำให้ความสำเร็จทางการตลาดของผู้ประกอบการอาหาร ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ สูงขึ้น 0.24 หน่วย

ดังนั้นเมื่อทราบค่าคงที่ (a) เท่ากับ 1.234 ทำให้ทราบว่าน้ำหนักความสำคัญของตัวพยากรณ์ซึ่งอยู่ในรูปคะแนนดิบ และทราบค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวพยากรณ์ซึ่งอยู่ในรูปคะแนนมาตรฐาน จึงสามารถสร้างสมการถดถอยในรูปคะแนนดิบได้ ดังนี้

$$SSM = 1.234 + 0.394 (SCD) + 0.243 (SMC)$$

จากผลการวิจัยจึงยอมรับสมมติฐานที่ 2

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องกลยุทธ์การตลาดแบบส่งอาหารถึงที่และความสำเร็จทางการตลาดของผู้ประกอบการอาหาร ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ สามารถสรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ผู้ประกอบการ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดแบบส่งอาหารถึง โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อวิเคราะห์รายละเอียดเป็นรายด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน ได้แก่ การมุ่งเน้นที่ลูกค้า การสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง ความสะดวกในการใช้งาน การตอบสนองที่รวดเร็ว และการสื่อสารการตลาด ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับเอกรัตน์ สุวรรณกุล และ รัชพงษ์ วงศาโรจน์ (2563) ที่กล่าวว่า การมุ่งเน้นลูกค้าในระดับสูงมากหรือให้ความสำคัญแบบมากที่สุด จะช่วยส่งเสริมให้พนักงานมีความภาคภูมิใจต่อองค์กร และจะทำให้สายการบินต้นทุนต่ำมีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น ควบคุมต้นทุนด้านต่างๆ รวมถึงสร้างความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจ และสอดคล้องกับเอกรัตน์ สุวรรณกุล และ รัชพงษ์ วงศาโรจน์ (2563) ที่พบว่า การสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง ความสะดวกในการใช้งาน การตอบสนองที่รวดเร็วในระดับดีมากจะทำให้ลูกค้ามีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ จากเหตุผลดังกล่าวผู้ประกอบการจึงต้องให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การตลาดแบบส่งอาหารถึงที่ทุกด้านจึงจะทำให้ลูกค้าตัดสินใจในการบริโภคสินค้าของผู้ประกอบการ

2. ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จทางการตลาดของผู้ประกอบการอาหาร ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับธิดารัตน์ เภาแสนเมือง และ นริศรา สัจพงษ์ (2565) พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญระดับมากที่สุดต่อ

ความสำเร็จทางการตลาด เนื่องจากความสำเร็จทางการตลาดเป็นผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานขององค์กร แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของการทำงานของผู้บริหาร วัดผลจากความสำเร็จจากการดำเนินธุรกิจตามแผนที่ได้วางไว้ ทำให้ทราบถึงความสามารถในการดำเนินงานขององค์กรและนำไปเป็นข้อมูลในการวางแผนการบริหารงานต่อไป การวัดผลความสำเร็จทางการตลาดเป็นส่วนที่สำคัญในการตัดสินใจของผู้บริหารเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ

3. กลยุทธ์การตลาดแบบส่งอาหารถึงที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จทางการตลาดของผู้ประกอบการอาหารในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนี้

กลยุทธ์การตลาดแบบส่งอาหารถึงที่ ด้านการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง (SCD) มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จทางการตลาดของผู้ประกอบการอาหารในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ในทิศทางเดียวกัน ($r = 0.634$)

กลยุทธ์การตลาดแบบส่งอาหารถึงที่ ด้านการสื่อสารการตลาด (SMC) มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จทางการตลาดของผู้ประกอบการอาหารในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ในทิศทางเดียวกัน ($r = 0.598$)

กลยุทธ์การตลาดแบบส่งอาหารถึงที่ ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว (SQR) มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จทางการตลาดของผู้ประกอบการอาหารในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ในทิศทางเดียวกัน ($r = 0.483$)

กลยุทธ์การตลาดแบบส่งอาหารถึงที่ ด้านความสะดวกในการใช้งาน (SCU) มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จทางการตลาดของผู้ประกอบการอาหารในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ในทิศทางเดียวกัน ($r = 0.225$)

กลยุทธ์การตลาดแบบส่งอาหารถึงที่ ด้านการมุ่งเน้นที่ลูกค้า (SCF) มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จทางการตลาดของผู้ประกอบการอาหารในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ในทิศทางเดียวกัน ($r = 0.158$)

4. กลยุทธ์การตลาดแบบส่งอาหารถึงที่มีผลต่อความสำเร็จทางการตลาดของผู้ประกอบการอาหารในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สามารถอภิปรายผลได้ในทิศทางบวก โดยกลยุทธ์การตลาดแบบส่งอาหารถึงที่มีผลต่อความสำเร็จทางการตลาดของผู้ประกอบการอาหาร ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ คือ การสื่อสารการตลาด (SMC) และการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง (SCD)

4.1 การสื่อสารการตลาด (SMC) มีผลกระทบต่อความสำเร็จทางการตลาดของผู้ประกอบการอาหาร ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ในทิศทางบวก เนื่องจากผู้ให้บริการส่งอาหารถึงที่ มีการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์อยู่เสมอ รวมถึงการจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นยอดขายอยู่ตลอดเวลา ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของโชคชัย สุเวชฌณกุล และเกศรา สุขเพชร (2563) พบว่า ตัวแปรการสื่อสารการตลาดด้านการสื่อสารออนไลน์มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนของลูกค้าด้านความตั้งใจที่จะซื้อสินค้าและความ

ตั้งใจที่จะบอกต่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยตัวแปรด้านการสื่อสารออนไลน์ มีอิทธิพลสูงกว่าตัวแปรอื่นๆ สอดคล้องกับ ณัฐธิดา เสถียรพันธุ์ (2562) พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด ได้แก่ การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงาน การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ และการตลาดทางตรง ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ และใช้บริการโรงพยาบาลนรีเวชได้ คอนเน็คท์ ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และสอดคล้องกับ ทิพวรรณ วงษ์ทองคำ (2562) พบว่า การสื่อสารการตลาดออนไลน์มีความสัมพันธ์กับการซื้อสินค้าออนไลน์จากลาซาด้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการตลาดทางตรง มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง แสดงให้เห็นว่าการสื่อสารการตลาดมีความสำคัญต่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก เพราะนอกจากจะช่วยให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ เกิดความสนใจ และเกิดการจดจำในสินค้าและบริการแล้ว การสื่อสารการตลาดยังช่วยตอกย้ำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าและบริการอีกด้วย

4.2 การสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง (SCD) มีผลกระทบต่อความสำเร็จทางการตลาดของผู้ประกอบการอาหาร ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ในทิศทางบวก เนื่องจากผู้ให้บริการส่งอาหารถึงที่ สามารถแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้าได้อย่างมีอาชีพ มีเอกลักษณ์การให้บริการที่มีความแตกต่าง มีความเฉพาะตัวในแต่ละบริษัททำให้ลูกค้าจดจำได้ง่าย สร้างความน่าเชื่อถือในการให้บริการจัดส่งอาหารถึงที่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิประภา พันธนาเสวี (2561) พบว่า มีความแตกต่างทั้งทางด้านผลิตภัณฑ์และกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่น รวมถึงมีการเสริมคุณค่าและนำเสนอการบริการที่มีคุณค่าต่อลูกค้า ด้วยรูปแบบการบริการที่แตกต่างจากคู่แข่ง สามารถเพิ่มคุณค่าและเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขัน อีกทั้งยังมีการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้องค์กรมีความโดดเด่นกว่าคู่แข่งด้วยการใช้ตราสินค้า สัญลักษณ์และสโลแกนมาเป็นเครื่องมือในการสื่อถึงคุณลักษณะและตำแหน่งผลิตภัณฑ์ที่เหนือกว่าคู่แข่ง สอดคล้องกับ มนชिरดา ทองเกิด (2565) พบว่า การสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งถือเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่ทำให้ธุรกิจได้รับประโยชน์จากการเป็นผู้นำในสินค้าและบริการนั้นได้ และถือเป็นโอกาสให้ธุรกิจเป็นที่น่าจดจำของลูกค้า ธุรกิจนั้นต้องสามารถคิดสร้างสรรค์ความแตกต่างและตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้ และสอดคล้องกับ จิตภา งามเฮงเส็ง และ จิราภรณ์ ชันทอง (2561) พบว่า กลยุทธ์การแข่งขันภาพรวมและด้านสร้างความแตกต่าง ถือเป็นสิ่งหนึ่งที่มีความจำเป็นในการดำเนินธุรกิจเนื่องจากผู้ประกอบการธุรกิจเล็งเห็นว่าการประกอบธุรกิจจะต้องมีกลยุทธ์การแข่งขันการสร้างความแตกต่างเพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

4.3 จากการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า กลยุทธ์การตลาดแบบส่งอาหารถึงที่ ด้านการมุ่งเน้นที่ลูกค้า (SCF) ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จทางการตลาดของผู้ประกอบการอาหาร ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ เนื่องจากผู้ให้บริการส่งอาหารถึงที่ต่างมุ่งเน้นการให้บริการต่อลูกค้าเป็นสำคัญอยู่ในระดับสูงที่คล้ายคลึงกัน ลูกค้าจึงได้รับความเอาใจใส่จากผู้ให้บริการทุกรายอยู่แล้ว สอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฬารัตน์ ชันแก้ว (2563) พบว่า ตัวแปรด้านการมุ่งเน้นลูกค้าไม่มีผลกระทบโดยตรงต่อผลการดำเนินธุรกิจ แต่ต้องส่งผ่านการวางแผน

ทางการตลาดและการปฏิบัติการทางการตลาด ซึ่งเป็นตัวแปรคั่นกลางก่อน เพราะการจะสร้างความสำเร็จต้องมีการนำความรู้จากการมุ่งเน้นลูกค้ามาวางแผนงานการตลาดและการปฏิบัติเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าก่อนจึงจะสร้างยอดขายและความสำเร็จทางการตลาดได้

ด้านความสะดวกในการใช้งาน (SCU) ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จทางการตลาดของผู้ประกอบการอาหาร ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ จากผลการศึกษาพบว่า ระยะเวลาในการใช้แอปพลิเคชันของผู้ประกอบการอาหารส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 7 เดือน – 9 เดือน ดังนั้นผู้ประกอบการจึงเกิดความคล่องตัวในการใช้แอปพลิเคชัน ไม่ทำให้เกิดความซับซ้อนในการใช้งาน จึงไม่ก่อให้เกิดปัญหาในการใช้งาน สอดคล้องกับงานวิจัยของปิยธิดา ศรีพล (2564) พบว่า ลูกค้าจะให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของระบบมากกว่าความสะดวกสบาย นอกจากนี้ยังพบว่าแอปพลิเคชันมีความง่ายต่อการใช้งานอยู่แล้วและให้ความสำคัญกับผลประโยชน์ที่เกิดจากการใช้แอปพลิเคชันมากกว่า และสอดคล้องกับสิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์ตรุภทร (2012) พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีจะขึ้นอยู่กับการมองเห็นประโยชน์ของเทคโนโลยีนั้น ซึ่งการที่ผู้ประกอบการยอมรับและนำแอปพลิเคชันแบบส่งอาหารถึงที่ มาใช้นั้นไม่ได้คำนึงถึงความสะดวกในการใช้แอปพลิเคชันแต่คำนึงถึงประโยชน์ที่จะได้รับมากกว่า อีกทั้งแอปพลิเคชันทุกบริษัทมีการพัฒนาเพื่อตอบสนองการใช้งานที่สะดวกอยู่แล้ว ดังนั้นความสะดวกในการใช้งานจึงไม่มีผลต่อความสำเร็จทางการตลาดในการศึกษาครั้งนี้

ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว (SOR) ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จทางการตลาดของผู้ประกอบการอาหาร ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ เนื่องจากผู้ให้บริการส่งอาหารถึงที่แต่ละรายต่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการตอบสนองที่รวดเร็วเป็นลำดับต้นๆ เหมือนกัน จึงให้ความสำคัญกับบริการที่รวดเร็วคล้ายกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของสุชัยญา สายชนะ และชลิตา ศรีนวล (2561) พบว่า ปัจจัยด้านความรวดเร็วในการตอบสนองต่อลูกค้ามีอิทธิพลต่อการใช้แอปพลิเคชัน QueQ ในทิศทางทางลบ เนื่องจากลูกค้าปัจจุบันมีความพึงพอใจต่อความรวดเร็วในการตอบสนองต่อลูกค้าสูงอยู่แล้ว ในขณะที่ผู้ที่ไม่ได้ใช้งานเป็นประจำนั้นจะให้ความสำคัญกับเรื่องความรวดเร็วในการตอบสนองต่อลูกค้า เพื่อให้ได้รับบริการที่เร็วกว่าการจองคิวแบบไม่ใช้แอปพลิเคชัน อีกทั้งในเขตพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์ ไม่มีปัญหาทั้งด้านการจราจรต่าง ๆ ทำให้การจัดส่งสินค้าเป็นไปอย่างรวดเร็ว ไม่มีปัญหาด้านการล่าช้า ดังนั้นปัจจัยด้านความรวดเร็วจึงไม่สร้างความสำเร็จทางการตลาดในการศึกษาครั้งนี้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้ พบว่าปัจจัยด้านกลยุทธ์การตลาดแบบส่งอาหารถึงที่ ด้านการสร้าง ความแตกต่างจากคู่แข่ง และการสื่อสารการตลาด ที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จทางการตลาดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่พบว่ากลยุทธ์การตลาดแบบส่งอาหารถึงที่ ด้านการมุ่งเน้นที่ลูกค้า ความสะดวก

ในการใช้งาน และการตอบสนองที่รวดเร็ว ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จทางการตลาดอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงควรมีการทดสอบตัวแปรดังกล่าวซ้ำในพื้นที่อื่นที่มีการขยายตัวของธุรกิจที่ใช้กลยุทธ์การส่งอาหารถึงที่ เช่น จังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุดรธานี มหาสารคาม เพื่อทดสอบหาตัวแปรที่มีผลต่อการทำธุรกิจเนื่องจากจังหวัดกาฬสินธุ์นั้นเพิ่งมีการขยายตัวของธุรกิจการส่งอาหารถึงที่และไม่มีปัญหาด้านรถติด ความหนาแน่นของประชากรน้อย

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

จากการศึกษากลยุทธ์การตลาดแบบส่งอาหารถึงที่และความสำเร็จทางการตลาดของผู้ประกอบการอาหาร ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ ที่ควรให้ความสำคัญ 2 อันดับแรก ได้แก่ ด้านการสร้าง ความแตกต่างจากคู่แข่ง และด้านการสื่อสารการตลาด

1. ด้านการสร้าง ความแตกต่างจากคู่แข่ง ผู้ให้บริการส่งอาหารถึงที่ควรสามารถแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้าได้อย่างมืออาชีพ ควรมีเอกลักษณ์การให้บริการที่มีความแตกต่าง มีความเฉพาะตัว ในแต่ละบริษัททำให้ลูกค้าจดจำได้ง่าย และควรมีเอกลักษณ์ที่น่าจดจำทำให้ผู้ใช้บริการจดจำและนึกถึงอยู่ตลอดและความน่าเชื่อถือในการให้บริการจัดส่งอาหารถึงที่

2. ด้านการสื่อสารการตลาด ผู้ให้บริการส่งอาหารถึงที่ควรมีการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อยู่เสมอ เช่น การแนะนำข้อมูลร้านค้าของผู้ประกอบการที่เข้าร่วมเป็นสมาชิก เป็นต้น และควรมีการจัด โปรโมชั่นส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นยอดขายอยู่ตลอด เช่น โปรโมชั่นสำหรับลูกค้าใหม่ โปรโมชั่นสำหรับลูกค้าเดิมหรือโปรโมชั่นประจำเดือน เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กันต์ เอี่ยมอินทรา. (2564). ‘ปรับตัวธุรกิจ’ สู่ Food Delivery. สืบค้นเมื่อ 4 มีนาคม 2564, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/652109>.
- เกตุวดี สมบูรณ์ทวี. (2561). ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์อาหารผ่านผู้ให้บริการ “Food Panda Application”. *วารสารการจัดการสมัยใหม่*, 16(1), 153-162.
- Grab. (2563). *ค้นหาร้านค้า*. ค้นเมื่อ 27 พฤศจิกายน 2563, จาก <https://www.grab.com/th/>.
- จิตภา งามเฮงเส็ง และ จิราภรณ์ ชันทอง. (2561). กลยุทธ์การพัฒนาการได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจขนส่งสินค้าทางถนน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง. *Journal of Nakhonratchasima College*, 12(2), 126-137.
- จุฬารัตน์ ชันแก้ว. (2563). ผลกระทบของการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม: บทบาทของความสามารถทางการตลาดในฐานะตัวแปรคั่นกลาง. *วารสารจุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 42(4), 1-21.

- ชเนศ ลักษณะพันธุ์ภักดี. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- ชูศักดิ์ เดชเกรียงไกรกุล. (2558). การวางแผนธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- โชคชัย สุเวชฌณกุล และ เกศรา สุขเพชร. (2563). อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดที่มีต่อการสนับสนุนของลูกค้าบริษัทนำเข้าเที่ยวต่างประเทศโดยผู้ประกอบการชาวไทย. วารสารการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ, 16(1), 81-97.
- ณัฐธิดา เสถียรพันธุ์. (2562). กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ และใช้บริการโรงพยาบาลนครินทร์ได้ คอนเนคท์ ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- ทิพวรรณ วงษ์ทองคำ. (2562). การสื่อสารการตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าจากลาซาด้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารนิเทศศาสตร์ มสธ., 9(2), 1-16.
- ธนาคารกรุงเทพ. (2562). เจาะกลยุทธ์สู่ศึกชิงเจ้าตลาด 'Food Delivery'. สืบค้นเมื่อ 4 มีนาคม 2564, จาก www.bangkokbanksme.com/en/food-delivery-marketing-strategy.
- ธาวินิ จันทรคง. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้โมบายแอปในการสั่งอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- ธิดารัตน เผาแสนเมือง และ นริศรา สัจจพงษ์. (2565). ผลกระทบของการบริหารการขายที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 14(2), 56-71.
- นิสาชล รัตนมณี และ ประสพชัย พสุนนท์. (2019). อัตราตอบกลับของแบบสอบถามงานวิจัยเชิงปริมาณ. *Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University*, 13(3), 181- 188.
- บุญใจ ศรีสถิตนรากร. (2550). ระเบียบวิธีการวิจัย: แนวทางปฏิบัติสู่ความสำเร็จ. กรุงเทพมหานคร: ยู แอนด์ ไอ อินเตอร์ มีเดีย.
- เบญจพร สุวรรณแสนทวี. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการ ในการขนส่งโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- ปิยธิดา ศรีพล. (2564). การพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อใช้ในธุรกิจสั่งอาหารเดลิเวอรี่ในจังหวัดขอนแก่น. *Journal of Buddhist Education and Research : JBER*, 7(1), 130-142.
- Foodpanda. (2563). ค้นหาร้านค้า. ค้นเมื่อ 27 พฤศจิกายน 2563, จาก <https://www.foodpanda.co.th>.
- มณีนรัตน์ อนุโลมสมบัติ. (2561). Food Delivery 4.0. สืบค้นเมื่อ 4 มีนาคม 2564, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/645861>.

- มนัชรีดา ทองเกิด. (2565). นวัตกรรมบริการ: กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างของธุรกิจบริการ. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 12(1), 114-129.
- วศินี อัมมธรรมพร. (2559). การยอมรับเทคโนโลยี ความสะดวกในการใช้บริการ และการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Gen Y) ในกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- ศศิประภา พันธนาเสวี. (2561). กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างสำหรับธุรกิจบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารสไตล์เกาหลีในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ*, 7(1), 11-22.
- ศุณย์วิทย์กสิกรไทย. (2562). *อยากกินต้องได้กิน SME ร้านอาหารปรับรับ Food Delivery, K SME Analysis*. สืบค้นเมื่อ 5 มีนาคม 2564, จาก <https://kasikornresearch.com/SiteCollectionDocuments/analysis/k-social-media/sme/food%20Delivery/FoodDelivery.pdf>.
- ศุณย์วิทย์กสิกรไทย. (2563). *หลังโควิด-19 ธุรกิจ Food Delivery ขยายตัวบนการแข่งขันที่ยิ่งรุนแรง...ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มรุกไปสู่ Super Application*. สืบค้นเมื่อ 4 มีนาคม 2564, จาก <https://kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/z3128-Food-Delivery.aspx>.
- สิงหะ ฉวีสุข และ สุนันทา วงศ์จตุรภัทร. (2012). ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ. *KMITL Information Technology Journal*, 1(1), 1-21.
- สุชัยญา สายชนะ และ ชลิตา ศรีนวล. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน QueQ ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารเศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม*, 17(3), 156-165.
- อิสราวลี เนียมศรี. (2559). การตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน LINE MAN ในกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- เอกรัตน์ สุวรรณกุล และ รักษ์พงศ์ วงศาโรจน์. (2563). การรับรู้ความมุ่งมั่นลูกค้าของพนักงานบริการที่มีอิทธิพลต่อความภักดีที่จริงแท้ ของพนักงานบริการของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 14(1), 283-301.
- Armstrong, J. S., and Overton, T. S. (1977). Estimating nonresponse bias in mail surveys. *Journal of Marketing Research*, 14(3), 396-402.
- Barney, J.B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Hair, J. F., Jr., Black, W. C., Babin, B. J., and Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis A Global Perspective* (7th ed). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

การพัฒนาทักษะปฏิบัติและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่องการตัดต่อและตกแต่งภาพกราฟิก
โดยใช้กระบวนการ GPAS 5 Steps ร่วมกับสื่อมัลติมีเดีย ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตร
วิชาชีพชั้นปีที่ 2 แผนกคอมพิวเตอร์ธุรกิจ

The development of Practical Skills and Academic Achievement on Editing
Graphics Using the 5-Steps GPAS Process with Multimedia of the Second year
Vocational Certificate Students

เลไล ภาพันธุ์¹ และแสงเดือน คงนางวัง²

Lalai Papun¹ and Sangdun Kongnavang²

¹นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น

²อาจารย์ประจำหลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต (หลักสูตรและการสอน) มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

อีเมล: tanidapapan@gmail.com

วันที่รับบทความ(Received)

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข(Revised)

วันที่ตอบรับบทความ(Accepted)

29 พฤษภาคม 2565

2 กรกฎาคม 2565

16 กันยายน 2565

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เปรียบเทียบความสามารถด้านทักษะปฏิบัติของนักเรียนระดับ
เรื่องการตัดต่อและตกแต่งภาพกราฟิก โดยใช้กระบวนการ GPAS 5 Steps ร่วมกับสื่อมัลติมีเดีย
(2) เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องการตัดต่อและตกแต่งภาพกราฟิก ก่อนและหลังการจัดการเรียนรู้
โดยใช้กระบวนการ GPAS 5 Steps ร่วมกับสื่อมัลติมีเดีย ก่อนเรียนและหลังเรียน (3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจ
ของนักเรียนประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 ด้านการตัดต่อและตกแต่งภาพกราฟิกก่อนและหลังการจัดการ
เรียนรู้ โดยใช้กระบวนการ GPAS 5 Steps ร่วมกับสื่อมัลติมีเดีย กลุ่มเป้าหมายเป็นนักเรียนระดับ
ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 แผนกคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ของวิทยาลัยอาชีวศึกษาไทยเทคโนธานี จังหวัด
กาฬสินธุ์ ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2561 จำนวน 45 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ 1) แผนการจัดการ
เรียนรู้ โดยใช้กระบวนการ GPAS 5 Steps ร่วมกับสื่อมัลติมีเดีย เรื่องการตัดต่อและตกแต่งภาพกราฟิก
จำนวน 4 แผน จำนวน 16 ชั่วโมง 2) แบบวัดทักษะปฏิบัติโดยใช้กระบวนการ GPAS 5 Steps ร่วมกับ
สื่อมัลติมีเดีย เรื่องการตัดต่อและตกแต่งภาพกราฟิก 3) แบบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน 4) แบบสอบถาม
ความคิดเห็นทางการเรียนโดยใช้กระบวนการ GPAS 5 Steps ร่วมกับสื่อมัลติมีเดีย เรื่องการตัดต่อและตกแต่ง
ภาพกราฟิก การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเป็นค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและผลทดสอบ ที

ผลการวิจัยพบว่า (1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการวัดความสามารถทักษะปฏิบัติของ
นักเรียน ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 เรื่อง การตัดต่อและตกแต่งภาพกราฟิก โดยใช้กระบวนการ GPAS
5 Steps ร่วมกับสื่อมัลติมีเดียมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 15.82 และ 20.44 คะแนน ตามลำดับโดยมีคะแนน

หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (2) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องการตัดต่อและตกแต่งภาพกราฟิก ก่อนเรียนและหลังเรียน มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 17.31 และ 22.73 ตามลำดับโดยมีคะแนนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (3) นักเรียนมีความพึงพอใจต่อกิจกรรมการเรียนการสอน เรื่องการตัดต่อและตกแต่งภาพกราฟิกโดยใช้กระบวนการ GPAS 5 Steps ร่วมกับสื่อมัลติมีเดีย โดยภาพว่าความพึงพอใจอยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33

คำสำคัญ: สื่อมัลติมีเดีย, กระบวนการ GPAS 5 Steps

ABSTRACT

The objectives of this research were (1) to compare of the practical skills ability of the 2nd vocational students on the subject titled Editing graphics using learning management with GPAS 5 Steps process together with multimedia before and after learning, (2) to compare learning achievement on the subject titled Editing graphics by using learning management with GPAS 5 Steps process together with multimedia before and after learning and (3) to study the satisfaction of the 2nd vocational students on the subject titled Editing graphics by using learning management with GPAS 5 Steps process together with multimedia. The target group consisted of the 2nd vocational students in Business Computer department, 2nd semester of academic year 2018, Eastern Technological College. The research tools included: 1) 4 learning management plans 16 hours by using GPAS 5 Steps process together with multimedia 2) A practical skill assessment form using learning management with GPAS 5 Steps process together with multimedia 3) Educational achievement assessment form, 4) Students' questionnaire on the subject titled Editing graphics by using learning management with GPAS 5 Steps process together with multimedia. The statistics used to analyze data comprised mean, percentage, standard deviation and t-test dependent sample.

The research results were found that (1) The assessment results of the practical skills of the 2nd vocational students on the subject titled Editing graphics by using learning management with GPAS 5 Steps process together with multimedia were rated at 15.82 and 20.44 points. The results of comparison of pre-test and post-test scores were found that they were significantly higher than before learning at .01 level. (2) Learning achievement on the subject titled Editing graphics by using learning management with GPAS 5 Steps process together with multimedia before and after learning was = 17.31 and 22.73 respectively, the post-test score was significantly higher than pre-test at .01 level. (3) The students'

satisfaction towards the teaching and learning activity on the subject titled Editing graphics by using learning management with GPAS 5 Steps process together with multimedia, in overall, was at the highest level with the rate of 4.33.

Keywords: multimedia, GPAS 5 Steps leaning management

บทนำ

ในการจัดการศึกษาที่บัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 และ (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2553 ได้บัญญัติว่าด้วยแนวการจัดการศึกษาตามมาตรา 22 การจัดการศึกษาต้องยึดหลักว่าผู้เรียนมีความสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้ และถือว่าผู้เรียนมีความสำคัญกระบวนการจัดการศึกษาต้องส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาตามธรรมชาติและเต็มตามศักยภาพ มาตรา 23 การจัดการศึกษาทั้งการจัดการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย ต้องเน้นความสำคัญทั้งความรู้ คุณธรรม กระบวนการเรียนรู้และบูรณาการตามความเหมาะสมของแต่ละระดับ การศึกษา ผู้เรียนในแต่ละระดับมีคุณลักษณะ สมรรถนะและศักยภาพผู้เรียนที่เป็นสากล ซึ่งหมายถึงความรู้ พื้นฐานยุคดิจิทัล โดยเปิดโอกาสให้ผู้เรียน โดยเปิดโอกาสให้ผู้เรียนเลือกระบบและวิธีการเรียนด้วยตนเอง การอาชีวศึกษาหมายความว่า กระบวนการศึกษาเพื่อผลิตและพัฒนากำลังคนในด้านวิชาชีพระดับฝีมือ ระดับเทคนิค ระดับเทคโนโลยี และมาตรฐานการอาชีวศึกษา มีข้อกำหนดเกี่ยวกับคุณลักษณะและมาตรฐานในการจัดการอาชีวศึกษาที่พึงประสงค์ เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการส่งเสริม การกำกับดูแล การตรวจสอบ การประเมินผล และการประกันคุณภาพการจัดการ

วิชาโปรแกรมกราฟิก เป็นวิชาที่บรรจุในหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ พ.ศ. 2556 พัฒนาขึ้นตรงตามจุดประสงค์โดยมีความเชื่อว่า ชีวิตต้องมีการเรียนรู้ต้องพัฒนาความรู้ ความคิด ความสามารถ และประสบการณ์ต่างๆ ทั้งด้านศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรม ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และเศรษฐศาสตร์อย่างสมดุล ทั้งนี้เพื่อให้สามารถนำไปใช้ในการดำรงชีวิตอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข ปรัชญาพื้นฐานและกรอบแนวคิดจึงมุ่งพัฒนาให้ชีวิตมนุษย์ เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งร่างกาย จิตใจ สติปัญญา ความรู้ และคุณธรรม มีจริยธรรมและวัฒนธรรม ในการดำรงชีวิต สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข ในรายวิชาโปรแกรมกราฟิกกล่าวคือ เป็นการศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับกราฟิก หลักการของภาพกราฟิก หลักการของภาพกราฟิกแบบ เวกเตอร์ และ แบบบิตแมพ ประเภทคุณลักษณะของแฟ้มภาพกราฟิก การสร้างและตกแต่งภาพกราฟิก การจัดการแฟ้มภาพกราฟิก ความแตกต่างของภาพกราฟิกแบบ สองมิติ จากเนื้อหาที่ทำการเรียนการสอนของรายวิชาโปรแกรมกราฟิก จากเนื้อหาที่นำเข้าสู่กระบวนการจัดการเรียนการสอนนั้นจะว่าด้วยเรื่องการแสดงความรู้เกี่ยวกับหลักการทำงานพื้นฐานของคอมพิวเตอร์กราฟิก การออกแบบภาพกราฟิกตามหลักองค์ประกอบศิลป์ สร้างภาพกราฟิกและจัดการแฟ้มภาพด้วยโปรแกรมกราฟิก ซึ่งนักเรียนสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2

ต้องเรียนรู้เรื่องการติดต่อและตกแต่งภาพกราฟิก โดยนักเรียนยังไม่สามารถใช้โปรแกรมเพื่อสร้างงานเหล่านี้ได้ และทำให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในรายวิชาโปรแกรมกราฟิกมีระดับไม่ผ่านเกณฑ์หรือต่ำไป

จากผลการสอบมาตรฐานวิชาชีพ ในปีการศึกษา 2558 ถึง 2560 มี จากการวัดผลมาตรฐานวิชาชีพ พบว่านักเรียนมีผลสัมฤทธิ์เกี่ยวกับวิชาการใช้โปรแกรมกราฟิกทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติไม่ผ่านเกณฑ์ การประเมินซึ่งกำหนดมาตรฐานการผ่านเกณฑ์การประเมิน ร้อยละ 60 ทั้งนี้ข้อมูลการสอบวัดมาตรฐานดังนี้ ปีการศึกษา 2558 มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 43.5 ปีการศึกษา 2559 มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 38.5 และปีการศึกษา 2560 มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 35.7 ผลปรากฏว่าคะแนนต่ำลงทุกปีตลอดระยะเวลาสามปี ในปีการศึกษา 2558-2560 ในการเรียนการสอนสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ครูผู้สอนจะสอนโดยใช้เทคนิคต่างๆ รวมถึง การถ่ายทอด ความรู้ในลักษณะโดยการบรรยายเนื้อหาพร้อมทั้งสาธิตเพื่อจะให้เกิดความรู้และทักษะในการปฏิบัติแก่นักเรียนเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ตามวัตถุประสงค์ของเนื้อหา จากวิธีสอนด้วยการบรรยายพร้อมกับวิธีสอนแบบสาธิต โดยมีภาพประกอบการนำเสนอผ่านโปรแกรมนำเสนอเพื่อให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด รวมถึงการซักถาม การพูด บอก เล่า อภิปราย ตามหัวข้อของเนื้อหา ช่วยให้นักเรียนได้เรียนรู้ตามเนื้อหาสาระเพื่อที่จะให้ทันภายในเวลาที่กำหนด หลังจากนั้นก็จะทำการประเมินผลสัมฤทธิ์ของนักเรียน ผลปรากฏว่าไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของรายวิชา ซึ่งอาจเป็นเพราะการจัดการเรียนการสอนไม่สามารถดึงดูดความสนใจของนักเรียนจึงทำให้นักเรียนไม่สามารถเข้าใจในเนื้อหาที่สอนและขาดจินตนาการความคิดสร้างสรรค์

จากการใช้โปรแกรมกราฟิก โดยใช้กระบวนการเรียนรู้ GPAS 5 Steps ร่วมกับสื่อมัลติมีเดีย เป็นการสร้างให้ผู้เรียน มีปฏิสัมพันธ์ในกระบวนการคิดอย่างเป็นระบบ มีการวิเคราะห์กระบวนการทำงานกลุ่ม และมีการตรวจสอบผลการเรียนรู้เป็นรายบุคคล เป็นการจัดกิจกรรมการเรียนรู้สำหรับผู้เรียนตั้งแต่สองคนขึ้นไปหรือโดยการแบ่งผู้เรียนออกเป็นกลุ่มย่อย ๆ ส่งเสริมให้ผู้เรียนทำกิจกรรมร่วมกัน โดยในกลุ่มประกอบด้วย สมาชิกที่มีความสามารถแตกต่างกัน มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น มีการช่วยเหลือพึ่งพากัน มีความรับผิดชอบร่วมกัน ทั้งในส่วนตนและส่วนรวมเพื่อให้ตนเองและสมาชิกทุกคนในกลุ่มประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนด ซึ่งตรงข้ามกับการเรียนที่เน้นการแข่งขันและการเรียนตามลำพัง การเรียนรู้แบบร่วมมือ คือการเรียนรู้ที่มีวัตถุประสงค์ให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ในเรื่องที่ศึกษาอย่างมากที่สุด โดยการนำกระบวนการเรียนรู้ GPAS 5 Step ไปใช้ในการออกแบบการเรียนรู้ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีพัฒนาการของเพียเจต์และของ วีกอทสกี เป็นรากฐานสำคัญของทฤษฎีการสร้างความรู้ด้วยตนเอง ที่เน้นการเรียนรู้ให้ผู้เรียนคิดลงมือทำและสรุปความด้วยตนเองโดยการปะทะความสัมพันธ์กับประสบการณ์ต่างๆมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ทำให้ผู้เรียนได้ข้อมูลที่หลากหลาย จนนำไปสู่กระบวนการการคิดแบบรวบยอด โดยจัดเป็นลำดับขั้น คือ 1) ขั้นรวบรวมข้อมูล 2) ขั้นคิดวิเคราะห์และสรุปความรู้ 3) ขั้นปฏิบัติและสรุปความรู้หลังปฏิบัติ 4) ขั้นสื่อสารและการนำเสนอ 5) ขั้นประเมินเพื่อเพิ่มคุณค่าบริการสังคมและจิตสาธารณะ เมื่อมีการนำกระบวนการเรียนรู้ GPAS 5 Steps ร่วมกับสื่อมัลติมีเดีย เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ดังมีผู้ที่นำเสนอการสอนแบบมัลติมีเดียเข้าไปในกระบวนการเรียนการสอน เช่น ทิศนา ขัมณี (2545) ได้กล่าวว่าสื่อ

มัลติมีเดียมีการใช้ภาพประกอบที่มีสีสันสามารถดึงดูดความสนใจของผู้เรียน มีทั้งภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหวที่เหมือนของจริง ทำให้ช่วยสร้างความสนใจของผู้เรียน ผู้เรียนสามารถควบคุมการเรียนรู้และทบทวนเนื้อหาได้ด้วยตนเอง เพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และยังส่งผลให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนดีขึ้น ผจญ รุ่งอรุณเลิศ (2551) ได้ศึกษาเรื่องการนำภาพแอนิเมชันมาใช้ในการสร้างสื่อทั้งในส่วนของการนำเข้าสู่บทเรียนเมนู และเนื้อหาทำให้สื่อมีการเคลื่อนไหวดูเป็นธรรมชาติ และน่าสนใจอยู่ตลอดเวลา หลังจากทำการทดลองกับนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ วิทยาลัยพาณิชยการธนบุรี พบว่าวิธีการนำเสนอดังกล่าวทำให้ผู้เรียนมีความเข้าใจในเนื้อหาและมีความพึงพอใจในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของสุพรรณา ครุฑเงิน (2555) ได้ทำวิจัยเรื่องสื่อมัลติมีเดียเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองเรื่องข้อมูลและสารสนเทศสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 กล่าวว่า การรวบรวมการใช้เทคโนโลยีหลายอย่างเข้าด้วยกันเพื่อให้เกิดความรู้ที่สมบูรณ์ในกระบวนการออกแบบและใช้งานมัลติมีเดียเกี่ยวข้องกับสื่อและวิธีการ จำนวน 5 ส่วน ดังนี้ ข้อความ เสียง ภาพ ภาพวิดิทัศน์ การปฏิสัมพันธ์ในการดำเนินเรื่อง

จากปัญหาที่กล่าวมาข้างต้นและการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำให้ผู้วิจัยเชื่อมั่นการใช้กระบวนการ GPAS 5 Steps ร่วมกับสื่อมัลติมีเดีย มาเป็นนวัตกรรมที่จะใช้แก้ปัญหาในการจัดการเรียนรู้ในรายวิชาโปรแกรมกราฟิก เรื่อง การตัดต่อและตกแต่งภาพกราฟิก ได้สำเร็จจึงได้ศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาทักษะปฏิบัติและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่องการตัดต่อและตกแต่งภาพกราฟิก โดยใช้กระบวนการ GPAS 5 Steps ร่วมกับสื่อมัลติมีเดีย ของนักเรียนประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 แผนกคอมพิวเตอร์ธุรกิจ

วัตถุประสงค์งานวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบการวัดความสามารถทักษะปฏิบัติของนักเรียน ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 ก่อนเรียนและหลังเรียน เรื่องการตัดต่อและตกแต่งภาพกราฟิก โดยใช้กระบวนการ GPAS 5 Steps ร่วมกับสื่อมัลติมีเดีย
2. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องการตัดต่อและตกแต่งภาพกราฟิก ก่อนเรียนและหลังเรียน เรื่องการตัดต่อและตกแต่งภาพกราฟิก โดยใช้กระบวนการ GPAS 5 Steps ร่วมกับสื่อมัลติมีเดีย
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้เรื่องการตัดต่อและตกแต่งภาพกราฟิกโดยใช้กระบวนการ GPAS 5 Steps ร่วมกับสื่อมัลติมีเดีย

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การพัฒนาทักษะปฏิบัติและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่องการตัดต่อและตกแต่งภาพกราฟิกโดยใช้กระบวนการ GPAS 5 Steps ร่วมกับสื่อมัลติมีเดียของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 แผนกคอมพิวเตอร์ธุรกิจ โดยการวิจัยครั้งนี้อ้างอิงจากหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ พุทธศักราช 2557 กระทรวงศึกษาธิการ (2560) มีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กระบวนการ GPAS 5 Steps ร่วมกับสื่อมัลติมีเดีย คือ ขั้นตอนที่ 1 ขั้นรวบรวมข้อมูล (Gathering) ผูกสังเกตสถานการณ์ ขั้นตอนที่ 2 ขั้น

คิดวิเคราะห์และสรุปความ (Processing) เป็นขั้นตอนการออกแบบ/วางแผน ขั้นตอนที่ 3 ขั้นปฏิบัติและสรุปความรู้หลังการปฏิบัติ (Applying and Constructing the knowledge) โดยนำสื่อมัลติมีเดียที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยอาศัยหลักการสร้างสื่อมัลติมีเดียจัดเตรียมรูปภาพ ขั้นตอนที่ 4 ขั้นสื่อสารและการนำเสนอ (Applying the communication Skill) การนำเสนอภาษาจนสามารถสรุปเป็นหลักการนำเสนอเป็นรายงาน ขั้นตอนที่ 5 ขั้นประเมินเพื่อเพิ่มคุณค่าบริการสังคมและจิตสาธารณะ (Self-Regulating)

ธิติพงษ์ หนองมา (2557) ได้กล่าวว่า วิธีสอนแบบใช้สื่อมัลติมีเดียกับวิธีสอนปกติที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 1 แผนกช่างยนต์ พบว่าวิธีสอนแบบใช้สื่อมัลติมีเดีย รายบุคคลหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สนธยา กวนสาโรง , ศักดิ์ สุวรรณฉาย และชาตรี เกิดธรรม (2556) ได้กล่าวว่า การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและทักษะปฏิบัติโดยใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มสาระการเรียนรู้การงานอาชีพและเทคโนโลยี สำหรับนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 มีประสิทธิภาพสำหรับนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 ที่สร้างขึ้นมีคุณภาพตามเกณฑ์ 81.21/82.89 2. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนกลุ่มสาระการเรียนรู้การงานอาชีพและเทคโนโลยี ได้มีคะแนนเต็มสูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้คือ ร้อยละ 70 ของคะแนนเต็ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

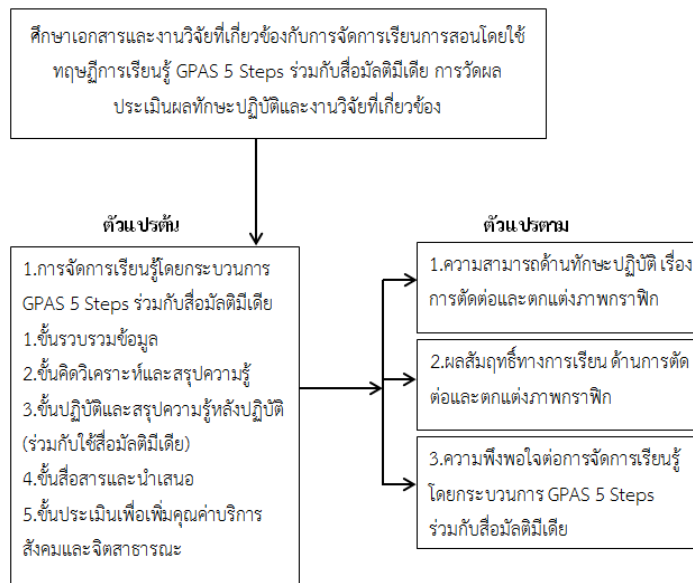
เกศแก้ว เพ็งวงษ์ (2561) ได้กล่าวว่า การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนวิชาการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ของนักศึกษา ปวส 2/1 โดยใช้หลักการจัดการเรียนรู้แบบ GPAS 5 Steps ทำให้นักศึกษามีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนดีขึ้น นักศึกษายังสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า และให้ความสนใจจนเกิดการเรียนรู้และการกล้า แสดงออก มีความกระตือรือร้นและติดตามเนื้อหาอยู่เสมอทำให้นักศึกษามีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนดีขึ้น

ศรัณย์ วรรณศิริ (2561) ได้กล่าวว่า การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่อง เอกภาพ กลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โดยการเรียนรู้แบบ 5 ขั้น ร่วมกับสื่อมัลติมีเดีย พบว่าการจัดการเรียนรู้แบบ 5 ขั้นร่วมกับสื่อมัลติมีเดีย เรื่องเอกภาพ สำหรับมัธยมศึกษาปีที่ 3 มีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้

จากการศึกษาเอกสารงานวิจัยของนักวิชาการดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้นำมาสังเคราะห์ให้เกิดงานวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาทักษะปฏิบัติและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่องการตัดต่อและตกแต่งภาพกราฟิก โดยใช้กระบวนการ GPAS 5 Steps ร่วมกับสื่อมัลติมีเดีย เพื่อเป็นแนวทางการศึกษาในการวิจัยเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอน ในสถานศึกษาระดับอาชีวศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเรียนการสอนโดยใช้ทฤษฎีการเรียนรู้ GPAS 5 Steps ร่วมกับสื่อมัลติมีเดีย การวัดผลประเมินผลทักษะปฏิบัติและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยได้ ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 แผนกคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ของวิทยาลัยอาชีวศึกษาไทยเทคโนธานี ปีการศึกษา 2561 ที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาโปรแกรมกราฟิก จำนวน 45 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและวิธีตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. แผนจัดการเรียนรู้โดยกระบวนการ GPAS 5 Steps ร่วมกับสื่อมัลติมีเดีย ด้านการติดต่อและตกแต่งภาพกราฟิก มีจำนวนทั้งหมด 4 แผน จำนวน 16 ชั่วโมง โดยการนำแผนการจัดการเรียนรู้ที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบโดยใช้แบบประเมินความเหมาะสมคุณภาพ พบว่าทุกแผนการจัดการเรียนรู้อยู่ในระดับดีมากที่สุด ($\bar{X} = 3.33$) ซึ่งมีความสัมพันธ์ระหว่างแผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้กระบวนการ GPAS 5 Steps ร่วมกับสื่อมัลติมีเดีย เรื่องการติดต่อและตกแต่งภาพกราฟิก

2. แบบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่องการติดต่อและตกแต่งภาพกราฟิก จำนวน 3 เรื่อง คือ การเลือกพื้นที่บนรูปภาพ การปรับแต่งสีและแสงเงา การสร้างเอฟเฟกต์พิเศษให้ภาพด้วยฟิลเตอร์ แบ่งออกเป็นการคิดวิเคราะห์ในสามด้านตามแนวคิดของบลูม Bloom (1971) อ้างถึง ธิตินพงษ์ หน่องมา (2557) ได้แก่ การคิดแบบทดสอบชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก มีค่าความยากง่ายอยู่ระหว่าง 0.20 - 0.80 และค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 0.20 ขึ้นไป และผ่านการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบทั้งฉบับ โดยใช้สูตรของ Kuder-Richardson:KR-20 มีค่าเท่ากับ 0.75

3. แบบทดสอบวัดทางทักษะปฏิบัติ เรื่องการติดต่อและตกแต่งภาพกราฟิก แบ่งเป็นข้อสอบ

อันดับ 3 ข้อ ใช้การวิเคราะห์จากผู้เชี่ยวชาญในรูปแบบหาค่าความเหมาะสมเป็นแบบประมาณค่า (Rating Scales) 5 ระดับ จำนวน 3 ข้อ 3 ด้าน คือ การเลือกพื้นที่บนรูปภาพ การปรับแต่งสีและแสงเงา การสร้างเอฟเฟกต์พิเศษให้ฟิลเตอร์ ผลการตรวจสอบของผู้เชี่ยวชาญของแบบทดสอบวัดทักษะปฏิบัติ เรื่องการตัดต่อและตกแต่งภาพกราฟิกมีค่าความเหมาะสม มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.33

4. แบบสอบถามความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้กระบวนการ GPAS 5 Steps ร่วมกับสื่อมัลติมีเดีย ตามแนวคิดเกมิฟิเคชัน เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 20 ข้อ แบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ 1) การวางแผนการจัดการกิจกรรมการเรียนรู้ 2) การจัดการกิจกรรมการเรียนรู้ 3) การวัดประเมินผล ผลการตรวจสอบของผู้เชี่ยวชาญของแบบทดสอบวัดทักษะปฏิบัติ เรื่องการตัดต่อและตกแต่งภาพกราฟิกมีค่าความเหมาะสม มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.33

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้รูปแบบการวิจัย One Group Pretest-Posttest Design โดยดำเนินการทดลองและเก็บรวบรวมข้อมูล ตามลำดับขั้นดังนี้

1. กลุ่มเป้าหมายคือนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 ของวิทยาลัยอาชีวศึกษาไทยเทคโนอิสาน ที่เรียนในวิชาโปรแกรมกราฟิก จำนวน 45 คน

2. เตรียมนักเรียนกลุ่มเป้าหมายแนะนำวัตถุประสงค์การจัดการเรียนการสอนโดยใช้กระบวนการ GPAS 5 Steps ร่วมกับสื่อมัลติมีเดีย ลักษณะขั้นตอนการดำเนินการกิจกรรม บทบาทของผู้เรียน เงื่อนไขกติกาที่เกี่ยวข้องกับจัดการกิจกรรมการเรียนการสอน

3. ทดสอบก่อนเรียน (Pre-test) โดยใช้แบบวัดความสามารถด้านทักษะปฏิบัติ ด้านการตัดต่อและตกแต่งภาพกราฟิก

4. ทดสอบก่อนเรียน (Pre-test) โดยใช้แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ด้านการตัดต่อและตกแต่งภาพกราฟิก

5. ดำเนินการสอนโดยใช้กระบวนการ GPAS 5 Steps ร่วมกับสื่อมัลติมีเดีย เรื่องการตัดต่อและตกแต่งภาพกราฟิกเข้าไปในกิจกรรมในคาบการเรียนการสอนตามตารางเรียนปกติคาบที่ 1-4 ต่อสัปดาห์ โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้กระบวนการ GPAS 5 Steps ร่วมกับสื่อมัลติมีเดีย รวมแล้วทั้งสิ้น 16 คาบ

6. เมื่อสิ้นสุดการจัดการกิจกรรมการเรียนการสอน จะทำการทดสอบหลังเรียน (Post-test) โดยใช้แบบทดสอบวัดความสามารถด้านทักษะปฏิบัติ จำนวน 3 ข้อ และทดสอบหลังเรียน (Post-test) โดยใช้แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่องการตัดต่อและตกแต่งภาพกราฟิก จำนวน 30 ข้อ และทำแบบประเมินความพึงพอใจต่อการจัดการกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้กระบวนการ GPAS 5 Steps ร่วมกับสื่อมัลติมีเดีย

7. นำแบบทดสอบมาตรวจให้คะแนนและวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสามารถด้านทักษะปฏิบัติของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 เรื่องการตัดต่อและตกแต่งภาพกราฟิกโดยใช้กระบวนการ GPAS 5 Steps ร่วมกับสื่อมัลติมีเดียก่อนเรียนและหลังเรียน

2. วิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนด้านการตัดต่อและตกแต่งภาพกราฟิกโดยใช้กระบวนการ GPAS 5 Steps ร่วมกับสื่อมัลติมีเดียก่อนเรียนและหลังเรียน

3. วิเคราะห์ความพึงพอใจของนักเรียนประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 ที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนเรื่องการตัดต่อและตกแต่งภาพกราฟิกโดยใช้กระบวนการ GPAS 5 Steps ร่วมกับสื่อมัลติมีเดีย

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการวัดความสามารถทักษะปฏิบัติของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 เรื่องการตัดต่อและตกแต่งภาพกราฟิกโดยใช้กระบวนการ GPAS 5 Steps ร่วมกับสื่อมัลติมีเดียก่อนเรียนและหลังเรียน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการวัดความสามารถทักษะปฏิบัติของนักเรียนระดับ

ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 เรื่อง การตัดต่อและตกแต่งภาพกราฟิกโดยใช้กระบวนการ GPAS 5 Steps ร่วมกับสื่อมัลติมีเดียก่อนเรียนและหลังเรียน

การทดสอบ	N	คะแนนเต็ม	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
ก่อนเรียน	45	30	15.82	2.037	11.671	.000***
หลังเรียน	45	30	20.44	1.962		

2. การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนด้านการตัดต่อและตกแต่งภาพกราฟิกโดยใช้กระบวนการ GPAS 5 Steps ร่วมกับสื่อมัลติมีเดียก่อนเรียนและหลังเรียน ตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนด้านการตัดต่อและตกแต่งภาพกราฟิกโดยใช้กระบวนการ GPAS 5 Steps ร่วมกับสื่อมัลติมีเดียก่อนเรียนและหลังเรียน

การทดสอบ	N	คะแนนเต็ม	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
ก่อนเรียน	45	30	17.31	2.214	18.240	.000***
หลังเรียน	45	30	22.73	2.005		

3. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักเรียนประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 ที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนเรื่องการติดต่อและตกแต่งภาพกราฟิกโดยใช้กระบวนการ GPAS 5 Steps ร่วมกับสื่อมัลติมีเดีย

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักเรียนประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 ที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนเรื่องการติดต่อและตกแต่งภาพกราฟิกโดยใช้กระบวนการ GPAS 5 Steps ร่วมกับสื่อมัลติมีเดีย

ข้อ	การประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1	การวางแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้	4.38	0.76	มาก
2	การจัดกิจกรรมการเรียนรู้	4.56	0.24	มากที่สุด
3	การวัดประเมินผล	4.40	0.64	มาก
รวม		4.33	0.47	มาก

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวัดความสามารถด้านทักษะปฏิบัติของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 เรื่องการติดต่อและตกแต่งภาพกราฟิกโดยใช้กระบวนการ GPAS 5 Steps ร่วมกับสื่อมัลติมีเดียมีด้านการติดต่อและตกแต่งภาพกราฟิก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 15.82 คะแนน และ 20.44 คะแนน ตามลำดับและเมื่อเปรียบเทียบระหว่างคะแนนก่อนเรียนและหลังเรียนพบว่าคะแนนสอบหลังเรียนของนักเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

2. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียนของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 ที่เรียนรู้โดยกระบวนการ GPAS 5 Steps ร่วมกับสื่อมัลติมีเดียด้านการติดต่อและตกแต่งภาพกราฟิกมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 17.31 คะแนน และ 22.73 คะแนน ตามลำดับและเมื่อเปรียบเทียบระหว่างคะแนนก่อนเรียนและหลังเรียนพบว่าคะแนนสอบหลังเรียนของนักเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3. นักเรียนมีความพึงพอใจกับการจัดการเรียนการสอน เรื่องการติดต่อและตกแต่งภาพกราฟิกโดยใช้กระบวนการ GPAS 5 Steps ร่วมกับสื่อมัลติมีเดีย โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.33$) อยู่ในระดับมาก

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่องการพัฒนาทักษะปฏิบัติโดยใช้กระบวนการ GPAS 5 Steps ร่วมกับสื่อมัลติมีเดีย เรื่องการติดต่อและตกแต่งภาพกราฟิกของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 ผู้วิจัยได้อภิปรายได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการวัดความสามารถด้านทักษะปฏิบัติของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 เรื่องการติดต่อและตกแต่งภาพกราฟิกโดยใช้กระบวนการ GPAS 5 Steps

ร่วมกับสื่อมัลติมีเดียก่อนเรียนและหลังเรียน พบว่าความสามารถด้านทักษะปฏิบัติก่อนเรียนและหลังเรียนของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 เรื่องการตัดต่อและตกแต่งภาพกราฟิกโดยใช้กระบวนการ GPAS 5 Steps ร่วมกับสื่อมัลติมีเดีย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 15.82 คะแนน และ 20.44 คะแนน ตามลำดับและเมื่อเปรียบเทียบระหว่างคะแนนก่อนเรียนและหลังเรียนพบว่า ทั้งนี้เพราะนักเรียนได้รับการถ่ายทอดจากครูผู้สอนและเนื้อหาในการสอนเป็นแบบสร้างความสนใจให้ผู้เรียนได้ติดตามและตั้งใจสร้างสรรค์ผลงานโดยการปฏิบัติจริงทั้งรายบุคคลและรายกลุ่มอีกทั้งผู้วิจัยได้ทำสื่อมัลติมีเดียประกอบการสอนทำให้นักเรียนสนใจและสามารถนำไปศึกษาภายหลังได้ ทักษะปฏิบัตินี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ วารินทร์ พงษ์พัฒน์ (2561) ได้วิจัยเรื่องการพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์เรื่องความน่าจะเป็น โดยการจัดการเรียนรู้แบบ GPAS 5 Steps ในระดับชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 3 โรงเรียนวัดศรีสุทธาราม จังหวัดสมุทรสาคร ผลปรากฏว่า นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องความน่าจะเป็น โดยการจัดการเรียนรู้แบบ GPAS 5 Steps หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

2. เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการตัดต่อและตกแต่งภาพกราฟิกโดยใช้กระบวนการ GPAS 5 Steps ร่วมกับสื่อมัลติมีเดียก่อนเรียนและหลังเรียน พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนและหลังเรียนของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 2 ที่เรียนรู้โดยใช้กระบวนการ GPAS 5 Steps ร่วมกับสื่อมัลติมีเดีย เรื่องการตัดต่อและตกแต่งภาพกราฟิก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 17.31 คะแนน และ 22.73 คะแนน ตามลำดับและเมื่อเปรียบเทียบระหว่างคะแนนก่อนเรียนและหลังเรียนพบว่าคะแนนสอบหลังเรียนของนักเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้เพราะ นักเรียนได้รับความรู้และประสบการณ์จากการจัดการเรียนรู้ด้วยความสนใจซึ่งทำให้ผู้เรียนเกิดความคิดสร้างสรรค์ซึ่งกระบวนการ GPAS 5 Steps ร่วมกับสื่อมัลติมีเดียทั้งห้าขั้น ทำให้ผู้เรียนเกิดความรู้ความเข้าใจในการฝึกและปฏิบัติ โดยมีสื่อมัลติมีเดียที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นดึงดูดความสนใจและสามารถเรียนรู้ในแต่ละขั้นตอนอย่างแท้จริงแต่ถ้านักเรียนไม่เข้าใจก็ยังสามารถนำไปศึกษาด้วยตนเองได้ภายหลัง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย สุพรรณา ครุฑเงิน (2555) ได้วิจัยเรื่องสื่อมัลติมีเดียเรียนรู้ด้วยตนเองเรื่องข้อมูลสารสนเทศสำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 1 คะแนนสอบหลังเรียนของนักเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3. นักเรียนแผนกวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจมีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอน ใช้กระบวนการ GPAS 5 Steps ร่วมกับสื่อมัลติมีเดีย เรื่องการตัดต่อและตกแต่งภาพกราฟิกมีคะแนนความพึงพอใจในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ทั้งนี้เพราะ นักเรียนได้เรียนรู้อย่างมีความสุขไม่เครียดเพราะในแต่ละขั้นตอนการสอนนักเรียนได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็น ได้คิด ได้ปฏิบัติ และมีสื่อและแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลาย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือด้านการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 รองลงมา คือ ด้านการวัดและประเมินผล อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 และ ด้านการวางแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ทั้งนี้ได้มีการให้ข้อเสนอแนะให้ผู้เรียนและให้โอกาสปรับปรุงแก้ไขงาน ซึ่งสอดคล้องกับ ธิติพงษ์ หนองมา (2557) ได้ศึกษาความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้วิธีสอนแบบใช้สื่อมัลติมีเดียกับวิธีสอนแบบปกติ ที่มีผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของ

นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้น ปวช.1 แผนกช่างยนต์ ผลพบว่านักศึกษาแผนกช่างยนต์ที่ได้รับการสอนโดยการใช้สื่อมัลติมีเดียมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

1. การนำวิจัยไปใช้ในการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1.1 ในการจัดการเรียนการสอนโดยใช้กระบวนการ GPAS 5 Step ร่วมกับสื่อมัลติมีเดีย ครูควรเตรียมสื่อการสอนและอุปกรณ์ให้พร้อมครบถ้วนตามจำนวนนักเรียนและตรวจสอบความพร้อมของเครื่องคอมพิวเตอร์รวมถึงโปรแกรมเพื่อที่จะทำให้สามารถใช้งานได้มีประสิทธิภาพ

1.2 ครูผู้สอนต้องทำการศึกษาค้นคว้ารายละเอียดเกี่ยวกับรายวิชาและกิจกรรมความยากง่ายของเนื้อหาเพื่อเพิ่มความสนใจและความเข้าใจของนักเรียนให้มากยิ่งขึ้น และสามารถปรับปรุงประยุกต์ใช้เพื่อจัดทำแผนการจัดการเรียนรู้ และมีการบันทึกหลังสอนทุกครั้ง เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงในการสอนครั้งต่อไป ทั้งนี้เพื่อสร้างความสนใจให้กับนักเรียนต้องมีการกระตุ้นให้ผู้เรียนมีความกระตือรือร้น อยากรู้ อยากเห็น มีการพัฒนาทักษะด้านการค้นคว้าข้อมูลที่ถูกต้องและไม่ขัดต่อลิขสิทธิ์ด้านกฎหมาย

1.3 การสอนครั้งแรกครูควรอธิบายวิธีสอนโดยใช้กระบวนการ GPAS 5 Steps ร่วมกับสื่อมัลติมีเดีย ให้นักเรียนเข้าใจก่อน

1.4 ควรบอกเกณฑ์การให้คะแนนและกติกาและข้อตกลงร่วมกันในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อความเรียบร้อยในการจัดกิจกรรม ควรมีการเตรียมความพร้อม เช่น สถานที่ อุปกรณ์ บรรยากาศ ภายใน ห้องเรียน ครูช่วยกระตุ้นการเรียนรู้ของนักเรียนอยู่เสมอ เพื่อให้นักเรียนพร้อมและทำความเข้าใจในหน้าที่ของตนและมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและอภิปรายร่วมกัน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับการใช้กระบวนการ GPAS 5 Steps ร่วมกับสื่อมัลติมีเดีย และนำไปใช้ร่วมกับแผนผังความคิดในการพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและทักษะการคิดไปใช้ในงานวิจัยอื่นๆ

2.2 ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับการใช้กระบวนการ GPAS 5 Steps ร่วมกับสื่อมัลติมีเดียไปใช้ในการพัฒนาทักษะปฏิบัติในรายวิชาอื่นต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงศึกษาธิการ (2560). *หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ พุทธศักราช 2557*. กรุงเทพฯ: สำนักงาน

คณะกรรมการการอาชีวศึกษากระทรวงศึกษาธิการ.

เกศแก้ว เพ็งวงษ์. (2561). *การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนวิชาการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ของ นักศึกษา ปวส 2/1 โดยใช้ หลักการจัดการเรียนรู้แบบ GPAS 5 Steps ภาควิชาคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ*. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยเทคโนโลยีพัฒนาราชดำเนิน.

- ทิตินา แชนนี. (2545). รูปแบบการเรียนการสอนทางเลือกที่หลากหลาย. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิตติพงษ์ หน่องมา. (2557). ผลของการใช้วิธีสอนแบบใช้สื่อมัลติมีเดียกับวิธีสอนปกติที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้น ปวช.1 แผนกช่างยนต์. (วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่)
- ผจญ รุ่งอรุณเลิศ. (2551). ผลการเรียนรู้ด้วยสื่อมัลติมีเดียร่วมกับการเรียนแบบสืบเสาะหาความรู้เรื่องทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนละแมวิทยา. (วิทยานิพนธ์ปริญญาเทคโนโลยีการศึกษามหาบัณฑิต คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยศิลปากร).
- วาวรินทร์ พงษ์พัฒน์. (2561). การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์เรื่องความน่าจะเป็นโดยการจัดการเรียนรู้แบบ GPAS 5 Steps ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนวัดศรีสุทธาราม จังหวัดสมุทรสาคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).
- ศรัณย์ วรณศิริ. (2561). การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง เอกภาพ กลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โดยการจัดการเรียนรู้แบบสืบเสาะ 5 ขั้น ร่วมกับสื่อมัลติมีเดีย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต หลักสูตรและการเรียนการสอน, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม).
- สนธยา กวนสาโรง, ศักดิ์ สุวรรณฉาย และชาติรี เกิดธรรม. (2557). การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และทักษะปฏิบัติ โดยใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์กลุ่มสาระการเรียนรู้การงานอาชีพและเทคโนโลยี สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5. (วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์).
- สุพรรณษา ครุฑเงิน. (2555). สื่อมัลติมีเดียเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองเรื่องข้อมูลและสารสนเทศสำหรับนักเรียน นักศึกษาปีที่ 1.. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีและการสื่อสารการศึกษา, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- Bloom, Benjamin S. (1976). *Taxonomy of Education Objective, Handbook I : Cognitive Domain*. New York : David Mckay.

การประยุกต์ใช้สุนทรียศาสตร์เพื่อเพิ่มยอดขาย: กรณีศึกษาร้านธงชัยโฮมเฟอร์นิเจอร์
Applying Appreciative Inquiry for Increasing Sale: A Case Study of
Thongchai Home Furniture

ชุติกานจน์ อติเวทิน

Chutikan Atiwetin

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

อีเมล: Aringchutikan@kkumail.com

วันที่รับบทความ (Received)

2 สิงหาคม 2565

วันที่แก้ไขบทความ(Revised)

12 กันยายน 2565

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

16 กันยายน 2565

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่องครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์ เพื่อค้นหาความประทับใจ และประสบการณ์เชิงบวกของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าเฟอร์นิเจอร์ของร้านธงชัยโฮมเฟอร์นิเจอร์ และ แนวทางการเพิ่มยอดขายสินค้าเฟอร์นิเจอร์ของร้านธงชัยโฮมเฟอร์นิเจอร์ ในอัตราค่าหัวหน้าร้อยละ 10 – 20 มีการสัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน โดยค้นหาสิ่งที่จะเป็น จุดร่วม จุดโดดเด่น วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ วิเคราะห์ข้ออาร์ ออกแบบโมเดลธุรกิจ และวิเคราะห์คุณค่าที่ส่งมอบให้กับผู้บริโภค โดยนำข้อมูลมาใช้ในการกำหนดโครงการเพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มยอดขายจำนวน 2 ระยะ ได้แก่ โครงการระยะสั้น จำนวน 3 โครงการ โครงการระยะยาว จำนวน 2 โครงการผลการศึกษาพบว่า ในมุมมองของลูกค้าร้านธงชัยโฮมเฟอร์นิเจอร์ ปัจจัยที่เป็นจุดร่วมที่ทำให้รู้จักร้านธงชัยโฮมเฟอร์นิเจอร์มากที่สุดคือ Facebook Pages การบอกต่อรวมไปถึงการแนะนำจากคนรู้จัก ต่อมาปัจจัยที่เป็นจุดร่วมทำให้ตัดสินใจเข้าใช้บริการมากที่สุดคือ สินค้ามีจำนวนมากและหลากหลาย และปัจจัยที่เป็นจุดร่วมความประทับใจที่เข้ามาใช้บริการมากที่สุดคือ การบริการของพนักงาน หลังจากนั้นได้นำข้อมูลดังกล่าวมาออกแบบโครงการทั้งสองระยะและนำมาปฏิบัติในเดือนกุมภาพันธ์ถึงเดือนพฤษภาคม พบว่า ยอดขายได้เพิ่มขึ้นในอัตราค่าหัวหน้า ร้อยละ 10 – 15 โดยเดือนมีนาคมเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 คิดเป็นรายได้จำนวน 5,500,000 บาท ต่อมาเดือนเมษายน เพิ่มขึ้นร้อยละ 12 คิดเป็นรายได้จำนวน 6,160,000 บาท และเดือนพฤษภาคม เพิ่มขึ้นร้อยละ 15 คิดเป็นรายได้จำนวน 7,084,000บาท ตามลำดับ

คำสำคัญ: เฟอร์นิเจอร์, สุนทรียศาสตร์, เพิ่มยอดขาย

ABSTRACT

This independent study was a qualitative research study. The objective was to find consumers' impressions and positive experiences of purchasing furniture products from Thongchai Home Furniture and ways to increase furniture products sales at Thongchai Home Furniture by a progressive rate of 10-20 percent. There were thirty samples interviewed. The researcher looked for common and distinctive points and analyzed the environment outside the business. Analyzing was by using SOAR, creating a business model canvas, and exploring the value delivered to consumers by using the information to define projects as a guideline to increase sales through two campaign phases consisting of three short-term and two long-term campaigns. The study results showed that they knew Thongchai Home Furniture Store from the customer's perspective. The most convergence factors were Facebook Pages, word of mouth, and advocates. The most convergence factor which made most purchase decisions was that the products are many and varied. The most convergence factor that impressed those who came to use the service was staff service. After that, the above information was used to design campaigns for both phases and put into action February-May. According to the objectives, the study found that sales increased at a progressive rate of 10% - 15%. In March, an increase of 10% accounted for an income of 5,500,000 baht. Raised by 12 percent, accounting for a payment of 6,160,000 baht, and in May increased by 15%, representing an income of 7,084,000 baht, respectively.

Keywords: Furniture, Appreciated inquiry, Increase sales

บทนำ

ปัจจุบันพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้ามีการเปลี่ยนแปลงจากปัจจัยการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด - 19 เช่น พฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียที่เปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค รายได้ของผู้บริโภคที่ปรับลดลง ซึ่งปัจจัยดังกล่าวส่งผลให้ธุรกิจมีการแข่งขันที่ค่อนข้างสูง ทั้งด้านราคาและคุณภาพสินค้า รวมถึงความคาดหวังและความต้องการของลูกค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

ร้านธงชัยโฮมเฟอร์นิเจอร์ เป็นร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ที่เป็นที่รู้จักในพื้นที่อำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น จำหน่ายสินค้าในกลุ่มผลิตภัณฑ์ของแต่งบ้าน และเฟอร์นิเจอร์แบรนด์ต่าง ๆ อาทิ ชุดห้องนอน Emma ชุดโซฟา Aileen ผลิตภัณฑ์สำหรับห้องนอน Fano เป็นต้น พร้อมทั้งมี

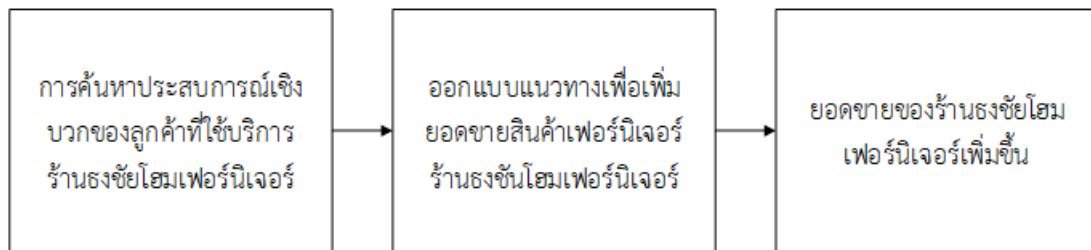
บริการขนส่ง และติดตั้งภายในอาคาร เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด ปัจจุบันทางร้านได้จำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางหน้าร้าน และเฟสบุ๊ก โดยมีกลุ่มผู้บริโภคหลัก คือ กลุ่มบุคคลวัยทำงานอายุระหว่าง 23 – 45 ปีที่มีความชื่นชอบในเรื่องการตกแต่งอาคารและที่พักอาศัย โดยคู่แข่งปัจจุบันในพื้นที่จังหวัดขอนแก่นขนาดใหญ่ มีทั้งหมด 6 ร้าน ได้แก่ โชว์รูมบุญมาครอง เฟอร์นิเจอร์ ยูติไซน์ เฟอร์นิเจอร์ ร้านเมืองเก่าเฟอร์นิเจอร์ ร้านหัตถกรรมเฟอร์นิเจอร์ Wellsave Furniture Mall และ อินเทอร์เน็ต ลิฟวิ่งมอลล์ อย่างไรก็ตามสิ่งที่ร้านธงชัยโฮมเฟอร์นิเจอร์กำลังเผชิญอยู่นั้น คือ ยอดขายที่ไม่คงที่และลดลงอย่างต่อเนื่องโดยในปี 2562 มียอดขายอยู่ที่ 61.55 ล้านบาท ปี 2563 มียอดขายอยู่ที่ 55.63 ล้านบาท และปี 2564 มียอดขายลดลงเหลือเพียง 53.35 ล้านบาท จากข้อมูลดังกล่าว ส่งผลให้ยอดขายของร้านธงชัยโฮมเฟอร์นิเจอร์ลดลง (ธงชัยโฮมเฟอร์นิเจอร์, 2565) เนื่องจากการแข่งขันที่สูงขึ้น ดังนั้นการที่ผู้ประกอบการค้นหาแนวทางในการสร้างความประทับใจ และประสบการณ์เชิงบวกให้กับลูกค้า จึงเป็นวิธีการสำคัญที่จะทำให้ลูกค้าจดจำสินค้าและบริการของธุรกิจได้ เกิดความพึงพอใจ และมีความต้องการกลับมาใช้บริการซ้ำอีก ทำให้ธุรกิจเกิดยอดขายที่เพิ่มมากขึ้นในอนาคต โดยทางร้านธงชัยโฮมเฟอร์นิเจอร์มีส่วนของกลุ่มเป้าหมายโดยแบ่งออกเป็น กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักคือ กลุ่มลูกค้าครัวเรือน B to C (Business to Customers) เป็นกลุ่มลูกค้ารายบุคคลที่เข้ามาซื้อสิ่งซื้อสินค้าหรือเข้ารับบริการ ร้านธงชัยโฮมเฟอร์นิเจอร์ โดยมีสัดส่วนเป็นร้อยละ 65 และกลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง กลุ่มลูกค้าธุรกิจ B to B (Business to Business) เป็นกลุ่มลูกค้าในองค์กรที่มีการจัดซื้อจัดจ้าง หรือสั่งซื้อสินค้าหรือเข้ามาใช้บริการ ร้านธงชัยโฮมเฟอร์นิเจอร์ โดยมีสัดส่วนเป็นร้อยละ 35 โดยแบ่งอัตราส่วนทั้งภาครัฐเป็นร้อยละ 25 และเอกชน เป็นร้อยละ 10 (ธงชัยโฮมเฟอร์นิเจอร์, 2565)

จากที่มาและความสำคัญดังกล่าวมาแล้วนั้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการประยุกต์ใช้สุนทรียศาสตร์เพื่อเพิ่มยอดขาย: กรณีศึกษาร้านธงชัยโฮมเฟอร์นิเจอร์ โดยค้นหาแนวทางการสร้างความประทับใจ และประสบการณ์เชิงบวกในมุมมองของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าเฟอร์นิเจอร์ของทางร้าน พร้อมทั้งพัฒนาแนวทางในการเพิ่มยอดขาย ของร้านธงชัยโฮมเฟอร์นิเจอร์ โดยประยุกต์ใช้แนวคิดสุนทรียศาสตร์ (Appreciative Inquiry) การออกแบบโมเดลธุรกิจ (Business model canvas) และการสร้างคุณค่าเพื่อส่งมอบให้ลูกค้า (Value Proposition Canvas) เพื่อสร้างยอดขายและศักยภาพทางการแข่งขันกับธุรกิจอื่น ๆ ในตลาดได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อค้นหาความประทับใจ และประสบการณ์เชิงบวกของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าเฟอร์นิเจอร์ของร้านธงชัยโฮมเฟอร์นิเจอร์
2. เพื่อศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดขายสินค้าเฟอร์นิเจอร์ของร้านธงชัยโฮมเฟอร์นิเจอร์ในอัตราก้าวหน้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 - 20

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ศึกษาเนื้อหาและทบทวนแนวคิดและทฤษฎี นำมาซึ่งตัวแปรและกรอบแนวคิดในการวิจัยเป็นขั้นตอนการดำเนินการวิจัยทั้งหมด 3 ส่วน โดยใช้แนวคิดสุนทรียสาธกเป็นพื้นฐานในการดำเนินการวิจัย ได้แก่ ส่วนที่ 1 การค้นหาประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้าที่ใช้บริการร้านธงชัยโฮมเฟอร์นิเจอร์ และนำข้อมูลมาใช้ในส่วนที่ 2 ออกแบบแนวทางเพื่อเพิ่มยอดขายสินค้าเฟอร์นิเจอร์ร้านธงชัยโฮมเฟอร์นิเจอร์ ต่อมาได้นำเดินแนวทางไปในส่วนที่ 3 เพื่อยอดขายร้านธงชัยโฮมเฟอร์นิเจอร์เพิ่มขึ้น

แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีสุนทรียสาธก (Appreciative Inquire: AI)

สุนทรียสาธก (Appreciative Inquire : AI) (Cooperrider, 2005) มีความหมายว่า กระบวนการศึกษาเพื่อค้นหาหนทางที่ดีที่สุดใมนุษย์ องค์กร หรือสิ่งแวดล้อมที่อยู่รอบธุรกิจ สุนทรียสาธกเป็นศิลปะของการตั้งคำถามและถามคำถาม ที่นำไปสู่การส่งเสริมให้กระบวนการมีศักยภาพที่เพียงพอที่จะพัฒนาไปสู่ศักยภาพสูงสุดได้ เป็นขั้นตอนขับเคลื่อนให้ตั้งถามคำถามในเชิงบวกโดยไม่มีเงื่อนไขซึ่งจะเปิดโอกาสให้กับนำความรู้อย่างมีจินตนาการมาประยุกต์ใช้ รวมทั้งทำให้เกิดนวัตกรรมขึ้น แทนที่ความคิดในทางลบ หรือการวิจารณ์ในทางลบแทน สุนทรียสาธก อ้างอิงจากข้อคิดเห็นหรือถ้อยแถลงที่ว่าในทุกระบบจะมีข้อมูลด้านบวกที่สามารถสร้างแรงบันดาลใจที่ยังไม่มีใครค้นพบได้ และมีจำนวนที่มากกว่า

2. วงจรของสุนทรียสาธก

วงจรสุนทรียสาธกมีรายละเอียดทั้งหมด 4 กระบวน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ (Fry, 2008)

2.1 การค้นหา (Discovery) เป็นกระบวนการในขั้นตอนเริ่มแรกของวงจรสุนทรียสาธกนี้ โดยมีกระบวนการเริ่มต้นด้วยการตั้งคำถามเพื่อนำไปสู่วิธีค้นหาจุดแข็งขององค์กรผ่านการออกแบบคำถามที่สามารถกระตุ้นให้ผู้มีส่วนร่วมนั้นสามารถบอกเล่าถึงเรื่องราวในแง่บวกและประสบการณ์ที่ดีได้ ทั้งนี้ คำถามที่จะนำไปสู่ การชื่นชมในสิ่งที่ดีที่สุดในสิ่งที่มีอยู่ หรือ Best of what is นั้น การจุดประกายความสนใจให้กับผู้ที่มีความสนใจ หรือ เรื่องที่อาจจะมีความน่าสนใจ โดยประเด็นหลักอาจจะมาจากเป้าหมายขององค์กร

ความสนใจของตัวบุคคล หรือผลอภิปรายกลุ่มได้ (Focus Group) เช่นกัน โดยทางธุรกิจจะใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth interview) และการตั้งคำถามในเชิงบวกจากความสำเร็จในอดีตและปัจจุบันอย่างเชื่องตรง

2.2 การสร้างฝัน (Dream) จุดประสงค์ขั้นตอนนี้เพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินการไปสู่เป้าหมายที่คาดหวังนั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยระบุความฝันขององค์กรที่ใช้อุดมคติร่วมกัน ซึ่งในกระบวนการนี้การสร้างบรรยากาศให้ผู้เข้าร่วมเกิดการจินตนาการวาดฝันต่อยอดจากองค์ประกอบพื้นฐานเดิม และทำให้เกิดศักยภาพเพิ่มขึ้น โดยผู้เข้าร่วมแต่ละคนร่วมจะสะท้อนความรู้สึก นึก คิด ความเชื่อ ความฝันซึ่งเป็นความรู้ฝังลึกที่เกิดขึ้นภายในตนเอง ผลลัพธ์ที่ได้จากการสร้างฝันได้แก่ ความคิดสร้างสรรค์และเทคนิคใหม่ที่จะนำไปออกแบบความรู้นวัตกรรมในอนาคตที่สังเคราะห์เป็นบทเรียน กลายเป็นความรู้ที่ชัดเจนซึ่งอยู่ในรูปแบบของภาพวาดสัญลักษณ์

2.3 การออกแบบ (Design) ขั้นตอนต่อมาเป็นการนำข้อมูลจากผลสัมภาษณ์ประสบการณ์เชิงบวกที่ดี จินตนาการภาพฝัน ได้แก่ ความคิดสร้างสรรค์ องค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จในอนาคตขององค์กร ข้อความวิสัยทัศน์และความรู้จากภายนอกองค์กรมาประยุกต์ใช้และพัฒนาโดยจัดทำในรูปแบบของแผนงาน โครงการ กิจกรรมทั้งระยะสั้นและระยะยาว

2.4 การทำให้ไปถึงจุดหมาย (Destiny) เป็นขั้นตอนที่สนับสนุนการดำเนินโครงการหรือแผนการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ให้เป็นระบบขั้นตอนมากขึ้นรวมถึงการนำแผนการดำเนินงานไปประยุกต์ใช้ โดยเริ่มขยายผล ให้เป็นแรงขับเคลื่อนนำไปสู่ความสำเร็จอย่างต่อเนื่องที่จะเกิดขึ้นในอนาคตตามที่ตั้งไว้

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)

3.1 กัลยกร วรกุลฐานันท์ และพรทิพย์ สัมปัตตะวนิช (2561) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคยังมีความหมายว่า กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึก ความคิดของผู้บริโภคสามารถแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบได้แก่ (1) พฤติกรรมผู้บริโภคสามารถเปลี่ยนได้ (Dynamic) เพราะว่าการเปลี่ยนแปลง ของสภาพแวดล้อมภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น การสื่อสาร เทคโนโลยี สังคม ฯลฯ ที่ส่งผลกระทบต่อปัจจัยด้านความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค และยังส่งผลไปถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่ได้รับผลกระทบมาจากปัจจัยภายใน และภายนอก จึงทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคมีความเคลื่อนไหวไม่หยุดนิ่งอยู่เสมอ (2) พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างความคิด ความรู้สึก และการกระทำต่างๆ กับสิ่งแวดล้อมภายนอก ฉะนั้นแล้วหากมีความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกว่า ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้า/บริการอะไร อย่างไร และทำไม จะทำให้ธุรกิจสามารถกำหนดกลยุทธ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคได้ใกล้เคียงหรือตรงใจมากที่สุด และ (3) พฤติกรรมบริโภคเกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยน (Exchanges) หมายความว่า ผู้บริโภคนั้นมีพฤติกรรมเพื่อแลกเปลี่ยนคุณค่าบางอย่างกับผู้ซื้อ (ผู้บริโภค) กับผู้ขาย (เจ้าของสินค้า) ในการตอบสนองความต้องการ

3.2 ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2552) กล่าวว่า ใคร (Who) คือ กลุ่มเป้าหมายเป็นที่เป็นการศึกษา ลักษณะเชิงประชากร เป็นข้อมูลเพื่อให้ทราบถึงลักษณะเบื้องต้นของผู้บริโภคเป้าหมาย และจะค้นหาข้อมูลในเชิงลึกในขั้นตอนต่อไป ซึ่งข้อมูลลักษณะประชากรเหล่านี้มักจะมีการรวบรวมไว้เป็นข้อมูลทางสถิติ

เชิงพรรณนาเป็นส่วนใหญ่ ผู้บริโภคซื้ออะไร (What) โดยศึกษาจากลักษณะพฤติกรรมในจับจ่ายของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย และคุณสมบัติสินค้าหรือบริการที่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายจะได้รับ ว่าเป็นสินค้าลักษณะไหน แพคเกจจิงเป็นอย่างไร คุณภาพระดับไหนที่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายจะมีความพอใจ เพื่อนำไปวางแผนการตลาด ต่อว่าสินค้าของธุรกิจควรจะเป็นอย่างไรถึงจะตรงใจกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายอยู่ที่ไหน (Where) เป็นการศึกษาว่ากลุ่มเป้าหมายมีการรับข่าวสารจากสื่อไหน หาข้อมูลจากแหล่งใดก่อนที่จะมีการตัดสินใจซื้อ และมักจะซื้อจากช่องทางใดมากที่สุด เพื่อจะได้รู้ว่าธุรกิจควรนำเสนอแบรนด์ของธุรกิจไว้ในสื่อไหนบ้าง และขายสินค้าธุรกิจที่ไหนจึงจะเหมาะสม ทำไม (Why) เป็นเหตุผล ความจำเป็นเชิงตรรกะว่าทำไมกลุ่มเป้าหมายถึงอยากซื้อสินค้าและบริการของธุรกิจจำเป็นต้องหาคำตอบให้ได้ว่าสินค้าและบริการของธุรกิจตอบสนองความต้องการด้านไหนของ และมีความจำเป็นอย่างไร เพราะอะไรทำไมผู้บริโภคจึงมีความจำเป็นต้องซื้อสินค้าของธุรกิจกลุ่มเป้าหมายซื้อสินค้าและบริการเมื่อไร (When) ธุรกิจจะต้องพิจารณาว่าสินค้าและบริการของธุรกิจนั้นสามารถขายได้ในเวลาใดบ้าง หรือสามารถขายได้ตลอดโดยไม่มีเทศกาลมาเกี่ยวข้อง หรือลูกค้าจะซื้อสินค้านั้นในเวลาใดบ้าง ใครบ้างที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค (Whom) บุคคลที่กระตุ้นหรือมีอิทธิพลโน้มน้าวให้เช่น ผู้บริโภคมีความนิยมที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ตามบิวตี้บล็อกเกอร์บนอินเทอร์เน็ต ผู้บริโภคมีเงื่อนไขต่อการตัดสินใจซื้ออย่างไร (How) คือ การตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ บริการร้านค้าที่ปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งเป็นเวลานานมากกว่าที่มีปัจจัยด้านอื่น เช่น การตัดสินใจซื้อหากมีของแถมให้ หรือล้มเลิกการซื้อไปทันทีเมื่อผู้บริโภคนั้นทราบว่าไม่มีบริการเก็บเงินปลายทาง เป็นต้น

ดังนั้นแล้วพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) จึงสรุปได้ว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาไม่หยุดนิ่งจากปัจจัยทั้งภายในตัวของผู้บริโภคเองและภายนอก ซึ่งจะมี ความเกี่ยวข้องกันและการแลกเปลี่ยนคุณค่าบางอย่างอยู่เสมอ ความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคทั้งปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกว่า ผู้บริโภคเป็นใคร (Who) ตัดสินใจซื้อสินค้า/บริการอะไร (What) อย่างไร มีความ จำเป็นต้องซื้อสินค้าของธุรกิจกลุ่มเป้าหมายซื้อสินค้าและบริการเมื่อไร (When) เหมาะสม ทำไม (Why) ผู้บริโภคมีเงื่อนไขต่อการตัดสินใจซื้ออย่างไร (How) จะทำให้ธุรกิจสามารถกำหนดกลยุทธ์ที่ตอบโจทย์ ความต้องการของผู้บริโภคได้ใกล้เคียงหรือตรงใจมากที่สุด

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พิชัยกรณ์ เลิศวุฒิชัยกุล (2564) ศึกษาเกี่ยวกับการเพิ่มยอดขายผ่านการสร้างการรับรู้ตราสินค้า โดยการประยุกต์ใช้สุนทรียศาสตร์ กรณีสึกษา ร้าน Goodday Coffee & Tea bar อำเภอเมือง จังหวัด กาฬสินธุ์และการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 คน โดย ค้นหาปัจจัยที่เป็นจุดร่วม จุดโดดเด่น วิเคราะห์ สภาพแวดล้อมในการแข่งขันวิเคราะห์ข้ออาร์ ออกแบบโมเดลธุรกิจ และวิเคราะห์คุณค่าที่ส่งมอบให้ลูกค้า โดย นำข้อมูลมาใช้กำหนดโครงการเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างการรับรู้และจดจำตราสินค้า และการกระตุ้น ยอดขาย และจากผลการศึกษาพบว่า การบริการที่รวดเร็วและยิ้มแย้มแจ่มใส โปรโมชั่นที่น่าสนใจ รู้จักผ่าน ทาง Social media และจากการบอกต่อผ่านคนรู้จัก และขยายร้านให้มีพื้นที่มากขึ้น และผลการวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมภายในโดยเครื่องมือข้ออาร์พบว่าจุดแข็ง ซึ่งจากสามโครงการที่ประกอบไปด้วย 1) อยู่ในรถ

พิน 2) 10 แกรม 1 และ 3) รีวิวพาพิน ส่งผลทำให้ธุรกิจมียอดขายเพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 23.19 ในช่วงระยะเวลาทดลองหนึ่งเดือน

ธนกร รัตนวงศ์ต (2563) ได้ศึกษาการประยุกต์ใช้สุนทรียศาสตร์ในการวางแผนเพื่อเพิ่มยอดขาย ก๊าซหุงต้มและไข่สดซึ่งเป็นกรณีศึกษา ร้านรัตนแก๊ส อำเภอรัตนบุรี จังหวัดสุรินทร์เพื่อทำการวางแผน การตลาดในการเพิ่มยอดขายโดยการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คนเพื่อค้นหาจุดเด่น ร่วมกัน และผลการศึกษาจุดเด่นร่วมกันพบว่า การบริการที่ดี พนักงานมีจิตใจรักการบริการ สถานที่ตั้ง สะดวกเห็นง่าย สินค้ามีคุณภาพในราคาที่เป็นธรรม มีการจัดส่งและการบริการที่รวดเร็วเป็นสิ่งที่ เป็น ประสพการณ์เชิงบวกของกลุ่มเป้าหมาย จึงได้นำมาต่อยอดเป็นสามโครงการ อันได้แก่ โครงการรัตนแก๊ส เดลิเวอรี่ โครงการไข่เปิดไบโอสตใหม่โปรตีนสูง และโครงการมูสบายสไตล์รัตนแก๊สที่ทำให้มียอดขายเพิ่มขึ้น ร้อยละ 28.97

ภัทรา วิชาศรี และ บุษกรณ์ ลิ้ญจนะระ (2564) ได้ศึกษา กลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มยอดขาย โทรศัพท์มือถือ ร้านภัทราโมบาย อำเภอนองบัวแดง จังหวัดชัยภูมิ ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง มีพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์ราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 4,001-5,000 บาท ระยะเวลาการใช้งานอยู่ที่ 1-3 ปี ความถี่ในการซื้อโทรศัพท์มือถืออยู่ที่มากกว่า 2 ปีขึ้นไป ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อ โทรศัพท์มือถือมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ด้านขั้นตอนกระบวนการ และด้านพนักงาน ผู้ให้บริการ ตามลำดับ จากการวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวข้างต้น จึงได้กำหนดกลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มยอดขาย โทรศัพท์มือถือ จำนวน 3 โครงการ ดังนี้ 1) โครงการทันสมัยอยู่เสมอ 2) โครงการ รวดเร็วทันใจ และ 3) โครงการ ข้อมูลครบครัน แคมเปญสัมพันธ์ที่ดี คาดว่ายอดขายโทรศัพท์มือถือของร้านภัทราโมบาย อำเภอนองบัวแดง จังหวัดชัยภูมิ จะเพิ่มขึ้นบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัยนี้ใช้ทฤษฎีและแนวคิดสุนทรียศาสตร์ (Appreciative Inquiry) เป็นแนวทางการดำเนินการศึกษาผ่านการตั้งคำถามเชิงบวกที่ได้ทำการออกแบบไว้ เพื่อวิเคราะห์ความประทับใจและ ประสพการณ์เชิงบวกของลูกค้า หาปัจจัยที่เป็นจุดร่วมและจุดโดดเด่น แล้วนำปัจจัยที่ได้มาพิจารณาร่วมกับจุด แข็งของธุรกิจ ซึ่งเป็นขั้นตอนการค้นหา (Discovery) ไปสู่การวาดฝัน (Dream) จากนั้นนำมาต่อยอดหรือ ออกแบบ (Design) และกำหนดแผนมอบคุณประโยชน์ให้ชัดเจน (Destiny)

1. การค้นหา (Discovery)

เป็นขั้นตอนที่มุ่งเน้นค้นหาความประทับใจและประสพการณ์เชิงบวกของลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้า จากร้านธงชัยโฮมเฟอร์นิเจอร์โดยผู้ศึกษาเลือกใช้การสัมภาษณ์ผ่านการตั้งคำถามเชิงบวกโดยอ้างอิงจาก แนวคิดสุนทรียศาสตร์เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์เพื่อค้นหาปัจจัยที่มีจุดร่วมและจุดโดดเด่น ตามหลักการที่ได้ทำการทบทวนวรรณกรรมโดยการศึกษาครั้งนี้ และข้อคำถามได้ผ่านการทดสอบ และผ่านการ อนุมัติจากอาจารย์ที่ปรึกษาก่อนที่จะนำมาใช้ในการสัมภาษณ์จริง โดยในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาเป็น

ผู้กำหนดคุณสมบัติหรือเกณฑ์ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างเองตามความเหมาะสม โดยจะต้องได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างและผู้มีส่วนร่วมจะต้องเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับร้านธงชัยโฮมเฟอร์นิเจอร์ เพื่อที่จะได้คำตอบที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจโดยตรง โดยมีจำนวนทั้งหมด 30 คน ซึ่งประกอบไปด้วย พนักงานขาย จำนวน 3 คน พนักงานบัญชี จำนวน 1 คน พนักงานส่งของ จำนวน 2 คน พนักงานฝ่ายกราฟิก จำนวน 1 คน พนักงานทำความสะอาด จำนวน 3 คน และลูกค้า จำนวน 20 คน การศึกษาในครั้งนี้จะเป็นการเก็บข้อมูล 2 ลักษณะ ได้แก่ ข้อมูลข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

2. การวาดฝัน (Dream)

หลังผ่านขั้นตอนที่ 1 ต่อมาในขั้นตอนของการวาดฝันนั้นโดยการกำหนด เป้าหมายที่ต้องการให้สำเร็จของการศึกษาในครั้งนี้ให้เกิดความสำเร็จ โดยอ้างอิงจากวัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้คือ เพื่อให้ทราบถึงความประทับใจ และประสบการณ์เชิงบวกของพนักงานที่ปฏิบัติงาน/ผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าเฟอร์นิเจอร์ของร้านธงชัยโฮมเฟอร์นิเจอร์ รวมไปถึงกำหนดผลกำไรขายสินค้าเฟอร์นิเจอร์ที่เพิ่มมากขึ้นของร้านธงชัยโฮมเฟอร์นิเจอร์

3. การออกแบบ (Design)

เมื่อทำการวาดฝัน (Dream) ในขั้นตอนที่ผ่านมาเสร็จแล้ว ในส่วนของขั้นตอนนี้เป็นการออกแบบโมเดลธุรกิจ (Business model canvas) เพื่อให้เห็นถึงภาพรวมของธุรกิจในการนำเสนอคุณค่าที่จะส่งมอบให้ลูกค้าจากนั้นจึงนำปัจจัยที่เป็นจุดร่วม (Convergences) ปัจจัยที่เป็นจุดเด่น (Divergence) ไปต่อยอดในอนาคตเพื่อนำไปสู่การเพิ่มยอดขายของร้านธงชัยโฮมเฟอร์นิเจอร์ได้ รวมถึงการวิเคราะห์ SOAR โดยจัดทำ Matrix ที่แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 แกนร่วมกันได้แก่ ช่วงเวลาและปัจจัยที่มีผลต่อร้านธงชัยโฮมเฟอร์นิเจอร์ โดยจะวิเคราะห์ออกมาในหัวข้อของ Strength หรือจุดแข็งที่ทำได้ดีหรือปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งเสริมให้เกิดความแตกต่างและสร้างข้อได้เปรียบของร้านธงชัยโฮมเฟอร์นิเจอร์ Opportunity หรือ โอกาสทางธุรกิจ ที่ส่งผลดีต่อการดำเนินงาน การสร้างรายได้และการทำกำไรเพิ่มขึ้น หรือแม้กระทั่งประสิทธิภาพในการทำงานที่ดีขึ้น และ Aspiration หรือแรงบันดาลใจของร้านธงชัยโฮมเฟอร์นิเจอร์ เปรียบเสมือนการวางเป้าหมายของธุรกิจ เพื่อให้เห็นภาพที่ชัดเจนว่าสุดท้ายแล้วสิ่งที่ธุรกิจนั้นต้องการ หรือเป็นสิ่งที่ธุรกิจจำเป็นต้องให้สำเร็จ และ Result ผลลัพธ์ เป็นสิ่งที่ต่อยอดมาจากเป้าหมายขององค์กรเพื่อใช้ในการวัดผลการดำเนินงาน และต่อมาจะดำเนินการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก สภาพแวดล้อมภายนอกที่อาจมีผลกระทบต่อองค์กรในระยะยาว เพื่อใช้ในการวางแผนดำเนินงานขององค์กร ประกอบด้วย 5 กลุ่มปัจจัย คือ การเมือง (Political) เศรษฐกิจ (Economic) สังคม (Social) เทคโนโลยี (Technological) และสิ่งแวดล้อม (Environment) หรือ PEST Analysis ต่อมาจะดำเนินการจัดตั้งโครงการจากข้อมูลที่วิเคราะห์มาและนำไปปฏิบัติตามแผนในขั้นตอนถัดไป

4. การดำเนินการ (Destiny)

หลังจากที่ทำขั้นตอนการออกแบบเสร็จสิ้นแล้วนั้น ต่อมานำแผนโครงการที่ได้ออกแบบไว้ไปสู่ขั้นตอนการปฏิบัติจริง และทำการประเมินผลการดำเนินโครงการที่เกิดขึ้นโดยวัดผลจากรายได้ที่เพิ่มขึ้นใน

อัตราก้าวหน้าโดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 – 20 หลังจากนั้นทำการรวบรวมผลการดำเนินโครงการมาวิเคราะห์อย่างต่อเนื่องเพื่อหาแนวทางการพัฒนาร้านธงชัยโฮมเฟอร์นิเจอร์ให้ดียิ่งขึ้น

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาการค้นหาคำประทับใจและประสบการณ์เชิงบวกในมุมมองของลูกค้า

1.1 สรุปปัจจัยที่เป็นจุดร่วม (Convergences) และปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่น (Divergence) ในมุมมองของลูกค้า โดยมีรายละเอียดดังนี้

การรู้จักร้านธงชัยโฮมเฟอร์นิเจอร์พบว่า ปัจจัยที่เป็นจุดร่วม ได้แก่ Facebook Pages การบอกต่อ การแนะนำจากคนรู้จัก อยู่ใกล้ที่อยู่อาศัย เพื่อนเป็นลูกเจ้าของร้าน ป้ายโฆษณา และหน่วยงานภาครัฐเคยใช้บริการ และปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่นของคำถาม ได้แก่ รู้จักกับเจ้าของร้าน

ปัจจัยที่ทำให้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์และเข้ามาใช้บริการที่ร้านธงชัยโฮมเฟอร์นิเจอร์ พบว่า ปัจจัยที่เป็นจุดร่วม ได้แก่ สินค้ามีหลากหลาย สินค้าราคาถูก มีส่วนลดจำนวนมาก มีของแถม และการบริการของพนักงาน และปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่นของคำถาม ได้แก่ มีสินค้าที่ตรงตามความต้องการ ร้านมีขนาดใหญ่ คุณภาพของสินค้าที่ดี มีโปรโมชั่นที่น่าสนใจ และการขนส่งที่รวดเร็ว

ความประทับใจส่วนใดที่สุดเมื่อเข้ามาใช้บริการที่ร้านธงชัยโฮมเฟอร์นิเจอร์พบว่า ปัจจัยที่เป็นจุดร่วม ได้แก่ การบริการของพนักงาน คุณภาพของสินค้า สินค้าที่มีหลากหลาย ราคาคุ้มค่า และการขนส่งที่รวดเร็ว และปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่นของคำถาม ได้แก่ ของแถม ส่วนลด และเจ้าของร้านใจดี

ความต้องการให้ร้านธงชัยโฮมเฟอร์นิเจอร์พัฒนาเพิ่มเติม พบว่า ปัจจัยที่เป็นจุดร่วม ได้แก่ ไม่ต้องพัฒนาอะไรเพิ่ม ดียู่แล้ว เพิ่มสินค้าให้จำนวนมากขึ้น หลากหลายมากขึ้น ทำโปรโมชั่นเพิ่ม ให้ของแถมมากขึ้น ลดจำนวนของที่วางหน้าร้าน และจัดส่งสินค้าให้เร็วขึ้น ปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่นของคำถาม ได้แก่ มีสาขามากขึ้น ติดตั้งเครื่องปรับอากาศในร้าน และแต่งร้านให้ดูทันสมัยมากขึ้น

ความประทับใจที่ต้องการที่จะแนะนำหรือบอกต่อให้ผู้อื่นมาซื้อสินค้าและเข้ามาใช้บริการที่ร้านธงชัยโฮมเฟอร์นิเจอร์พบว่า ปัจจัยที่เป็นจุดร่วม ได้แก่ สินค้าคุณภาพดี ราคาคุ้มค่า การบริการของพนักงาน การจัดส่งสินค้ารวดเร็ว บริการจัดส่งฟรี และสินค้ามีความหลากหลาย และปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่นของคำถาม ได้แก่ มีส่วนลดสินค้าจำนวนมาก มีของแถม และมีบริการหลังการขาย

1.2 สรุปการวางแผนโครงการเพื่อเพิ่มยอดขายให้ร้านธงชัยโฮมเฟอร์นิเจอร์จากการออกแบบโครงการระยะสั้นและระยะยาวทำให้เกิดแนวทางในการเพิ่มยอดขายดังต่อไปนี้

โครงการระยะสั้นที่ 1 เดอะ วีคเอนด์ (The weekend) โดยมีที่มาจากการสัมภาษณ์การรับรู้ของลูกค้าที่มาใช้บริการที่ ค้นพบจุดร่วมสำคัญ คือ Facebook Pages การบอกต่อ การแนะนำจากคนรู้จัก อยู่ใกล้ที่อยู่อาศัยจึงทำให้ผู้ศึกษาเห็นได้ว่าการใช้สื่อสังคมออนไลน์ คือ Facebook Live สัปดาห์ละ 1 วัน โดยจะเลือกเป็นวันหยุดสุดสัปดาห์ที่ผู้เข้าถึงมีเวลาอยู่บนโซเชียลมีเดีย เพื่อให้พนักงานทักทายและได้อธิบายถึงสินค้าที่มีจำนวนมากและหลากหลาย สินค้าราคาถูก ราคาคุ้มค่า เพื่อให้ลูกค้าเกิดการจดจำ นึกถึง หรือกระตุ้น

การซื้อเฟอร์นิเจอร์ของทางร้านได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น มีกลุ่มเป้าหมายเป็นลูกค้าภาคครัวเรือนเป็นหลัก โดยทางร้านจะดำเนินการ Live ผ่านฟังก์ชัน Facebook Live สัปดาห์ละ 1 ครั้ง เป็นเวลา 2 ชั่วโมง ช่วงเวลา 12.00 น. – 14.00 ในวันอาทิตย์ของแต่ละสัปดาห์ โดยจะให้พนักงานอธิบายถึงสินค้าเฟอร์นิเจอร์ของทางร้าน โดยจะนำเสนอเป็น การขายในลักษณะเน้นการขาย Hard sell นำเสนอรูปของสินค้าเฟอร์นิเจอร์ กล่าวถึง คุณสมบัติของสินค้า ราคา วิธีการจัดส่ง รวมไปถึงการกระตุ้นการซื้อสินค้าให้มากขึ้น นำเสนอการขาย การจัดชุดของเฟอร์นิเจอร์ การลดราคาสินค้าร้อยละ 20-50 ซึ่งจะขึ้นอยู่กับความใหม่ของสินค้า แบรนด ความนิยมของสินค้านั้น ทำให้เกิดลูกค้าเก่าและใหม่จำนวน 50 คนเข้ามาดูหรือกดไลค์กดแชร์เพิ่มมากขึ้น

โครงการระยะสั้นที่ 2 ส่งปุ๊บ ส่งปั๊บ (Same-day Delivery) โดยมีที่มาจากการสัมภาษณ์การรับรู้ของลูกค้าที่มาใช้บริการที่ ค้นพบจุดร่วมสำคัญ คือ สินค้ามีจำนวนมากและหลากหลาย สินค้าราคาถูก ราคา ย่อมเยา การขนส่งที่รวดเร็วจึงทำให้ผู้ศึกษาเห็นว่าโปรโมชั่นสามารถกระตุ้นยอดขายและการซื้อซ้ำของ ลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดการจดจำตราสินค้าของทางร้านได้จึงเล็งเห็นและริเริ่มทำโครงการนี้ขึ้นมา มีกลุ่มเป้าหมายเป็นลูกค้าภาคครัวเรือนเป็นหลัก ในขั้นตอนแรกจะออกแบบสื่อออนไลน์และออฟไลน์เพื่อใช้ สื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายคือ ลูกค้าทั่วไป (B to C) ในส่วนของสื่อออนไลน์จะใช้การซื้อสื่อ Facebook ads นำเสนอจำนวน 2 ครั้งต่อวัน เป็นจำนวนเงิน 6,000 บาท/เดือน และ Google ads / Search เป็นจำนวนเงิน 19,000 บาท / เดือน โดยจะใช้ระยะเวลาทั้งหมด 3 เดือน ในส่วนของสื่อออฟไลน์จะจัดทำเป็น Banner ติดตั้ง ภายในร้านให้ทั่วบริเวณจำนวน 20 ป้าย และใช้ป้ายไว้นิลเพื่อติดตั้งนอกสถานที่ในรัศมีที่ตั้งร้านไม่เกิน 15 กิโลเมตร จำนวน 150 ป้าย รวมถึงใช้สื่อเคลื่อนที่ รถแท็กซี่เพื่อโฆษณาโครงการ ส่งปุ๊บ ส่งปั๊บ (Same-day Delivery) อีกทั้งยังให้ฝ่ายขายพยายามปิดการขายในช่วงเช้าถึงเที่ยงเพื่อให้ทันต่อการจัดส่งในตอนเช้า และประสานงานด้านการจัดส่งให้มีรถที่สามารถจัดส่งได้อย่างน้อย 2 คัน เพื่อให้มีบริการที่เหนือคู่แข่งในธุรกิจ เดียวกัน บวกกับการสร้างความประทับใจ ความพึงพอใจประสบการณ์ที่ดี ให้กับลูกค้า และการบอกต่อที่เพิ่ม มากขึ้นที่สามารถรับสินค้าภายในวันเดียวกันโดยการส่งตอนเช้าได้ตอนบ่าย

โครงการระยะสั้นที่ 3 แม่บ้านใจกล้า โดยมีที่มาจากปัจจัยที่เป็นจุดร่วมในมุมมองลูกค้า พบว่า สินค้ามีจำนวนมากและหลากหลาย ราคาถูก มีส่วนลด มีของแถม บวกกับผลการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ยี่ห้อ INDEX ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า คนตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงและมีพฤติกรรมในการซื้อเฟอร์นิเจอร์ โดยมีการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ เพียงลำพังคนเดียว ผนวกกับเพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ที่ต่างกัน อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นแล้วจึงได้ริเริ่มโครงการ แม่บ้านใจกล้า เพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเพศหญิงและมี ครอบครัว โดยให้ส่วนลดร้อยละ 20 ในการซื้อเฟอร์นิเจอร์และของแถม หากซื้อสินค้าเกิน 5,000 บาทขึ้นไป โดยมีเงื่อนไขเพิ่มเติมโดยให้ลูกค้าเช็คอินที่ร้านธงชัยโฮมเฟอร์นิเจอร์ พร้อมติดแฮชแท็กว่า “#แม่บ้านใจกล้า” มีกลุ่มเป้าหมายเป็นลูกค้าภาคครัวเรือนที่เป็นเพศหญิง ในขั้นตอนแรกจะออกแบบสื่อวิดีโอระยะสั้น 10 วินาที เพื่อโพสต์ลงสื่อเฟซบุ๊ก และดำเนินการซื้อสื่อโฆษณาของเฟซบุ๊ก รวมถึงออกแบบแบนเนอร์เพื่อติดตั้งภายใน ร้านและภายนอกอาคาร ในส่วนการดำเนินการให้พนักงานให้ส่วนลดกับผู้ที่เข้ามาใช้บริการที่เป็นผู้หญิงที่เข้า

มาซื้อสินค้าราคาเกิน 5,000 บาทขึ้นไป และเช็คอินที่ร้านธงชัยโฮมเฟอร์นิเจอร์ พร้อมติดแฮชแท็กว่า “#แม่บ้านใจกล้า”

รวมถึงโครงการระยะยาวที่อยู่ในระหว่างการดำเนินการทั้งหมด 2 โครงการมีกลุ่มเป้าหมายเป็นลูกค้าภาคครัวเรือนและภาคธุรกิจ ซึ่งได้แก่หน่วยงานรัฐ และหน่วยงานเอกชน โดยดำเนินโครงการระยะยาวภายใต้ชื่อ ธงชัย เน็กซ์เจน (Next Gen) โดยมีที่มาจากการสัมภาษณ์การรับรู้ของลูกค้าที่มาใช้บริการที่ร้านค้นพบจุดร่วมสำคัญในการพัฒนาหรือข้อเสนอแนะในเรื่องของแต่งร้านให้ดูทันสมัยมากขึ้น ลดจำนวนของที่วางหน้าร้าน และติดตั้งพัดลมปรับอากาศในจุดต่างๆ ของร้าน เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าให้สนใจในการเข้าใช้บริการเพิ่มขึ้น อีกทั้งยังสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อทางร้าน ถึงการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ที่โดยดำเนินการวางแผนเพื่อปรับเปลี่ยน การจัดวางสินค้าในร้าน โดยเริ่มจากลดจำนวนของที่วางหน้าร้านลงโดยจะวาง 1 สินค้าต่อ 1 ชั้น เพื่อที่จะสามารถวางสินค้าได้หลากหลายมากขึ้น เช่น เฟอร์นิเจอร์ประเภท เก้าอี้ โคมไฟ โต๊ะ เป็นต้น โดยสินค้าเหล่านี้จะกินพื้นที่สำหรับจัดวาง ต่อมาจัดโซนของใหม่โดยการจัดประเภทตามประเภทสินค้าให้วางในตำแหน่งและจัดทำป้ายบอกโซนของประเภทสินค้า เช่น เครื่องนอน เก้าอี้ โต๊ะ โคมไฟ เป็นต้น จัดโซนห้องจำลองให้มีความสวยงาม โดยจะจัดเฟอร์นิเจอร์เป็นชุดเฟอร์นิเจอร์ในห้องจำลองพร้อมบอกรายละเอียดของเฟอร์นิเจอร์ เช่น ห้องนอน ห้องรับแขก หรือห้องอเนกประสงค์ และถ่ายรูปห้องจำลองแล้วโพสต์ลงสื่อออนไลน์ ได้แก่ Facebook Pages และติดตั้งเครื่องปรับอากาศในจุดต่าง ๆ ของร้านเพิ่มขึ้น และโครงการธงชัยโฮมโซลูชันส์ (Thongchai Home Solutions) โดยมีที่มาจากการสัมภาษณ์การรับรู้ของลูกค้าที่มาใช้บริการที่ร้านค้นพบจุดร่วมสำคัญในความประทับใจเรื่องของการบริการและการให้คำแนะนำของพนักงาน พร้อมทั้งการบริการหลังการขาย โดยการทำการออกแบบหรือวัดที่สถานที่จริงก่อนการสั่งซื้อสินค้า เฟอร์นิเจอร์ไปติดตั้ง ทางร้านเข้าทำการดูแลออกแบบ วัดที่สถานที่จริงก่อนการสั่งซื้อสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไปติดตั้งให้สอดคล้องกับสถานที่ เริ่มจากประชาสัมพันธ์โครงการด้วยการ ออกแบบสื่อและโพสต์ลงสื่อ Social Media ได้แก่ Facebook Line OA และสื่อออฟไลน์จะใช้ป้ายไวน์นิล ติดตั้งในร้านจำนวน 5 ชั้น ในส่วนของลูกค้า B to B จะใช้การสื่อสารโดยใช้ โดเร็คแมล์ (Direct Mail) เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการ และต้องจัดจ้างนักสถาปัตยกรรมภายใน จำนวน 1 ตำแหน่ง ก่อน หากโครงการได้รับความนิยมอาจจะจัดจ้างเพิ่มตามความเหมาะสม และโปรแกรมจำลองจะใช้โปรแกรมฟรี Planner 5D สำหรับการตกแต่งและการจัดวางเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้งานง่าย

2. สรุปผลการศึกษานำแนวทางดังกล่าวไปปฏิบัติเพื่อเพิ่มยอดขาย

ตารางที่ 1 แสดงผลกำไรเพิ่มขึ้นจากการดำเนินโครงการทั้ง 2 ระยะของร้านธงชัยโฮมเฟอร์นิเจอร์

รายได้/เดือน	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม
รายได้	5,000,000	5,500,000	6,160,000	7,084,000
อัตราเติบโต	-	+ 10%	+ 12%	+15%

จากตารางที่ 1 พบว่า ทางธุรกิจได้นำแนวทางการปฏิบัติดังกล่าวทั้ง 2 โครงการระยะสั้น และเตรียมดำเนินการ 2 โครงการระยะยาวทำให้เกิดยอดการมีส่วนร่วมของลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นจำนวน 50 ราย และมียอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 – 20 ในอัตราก้าวหน้า มีรายได้ 5,000,000 บาท ในเดือนกุมภาพันธ์ 2565 เป็นมีรายได้ 5,500,000 บาท อัตราเติบโตร้อยละ 10 ในเดือนมีนาคม 2565 ต่อมา มีรายได้ 6,160,000 บาท มีอัตราเติบโตร้อยละ 12 ในเดือนเมษายน 2565 และมีรายได้ 7,084,000 บาท อัตราเติบโตร้อยละ 15 ในเดือนพฤษภาคม 2565

อภิปรายผลการวิจัย

1. การรู้จักร้านธงชัยโฮมเฟอ์นเจอร์

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่เป็นจุดร่วมสำคัญได้แก่ Facebook Pages การบอกต่อ การแนะนำจากคนรู้จัก อยู่ใกล้ที่อยู่อาศัย เพื่อนเป็นลูกเจ้าของร้าน ป้ายโฆษณา สินค้ามีจำนวนมากและหลากหลาย ราคาถูก ส่วนลด มีของแถม และการบริการของพนักงานสอดคล้องกับผลการศึกษาของพิชัยกรณ์ เลิศวุฒิชัยกุล (2564) ศึกษาเกี่ยวกับการเพิ่มยอดขายผ่านการสร้างการรับรู้ตราสินค้าโดยการประยุกต์ใช้สุนทรียศาสตร์การศึกษา ร้าน Goodday Coffee & Tea bar อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า การบริการที่รวดเร็วและยิ้มแย้มแจ่มใส โปรโมชันที่น่าสนใจ รู้จักผ่านทาง Social media และจากการบอกต่อผ่านคนรู้จัก นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับแนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในด้านสังคมของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2552) โดยกล่าวว่า กลุ่มอ้างอิง คือ กลุ่มที่มีผลต่อทัศนคติหรือพฤติกรรมผู้บริโภคโดยตรง ซึ่งมีความสอดคล้องเพียงกลุ่มอ้างอิงทางตรง เท่านั้น โดยความหมายว่า กลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคโดยตรง และมีการติดต่อกันแบบ Face to Face

2. ความประทับใจในการบริการของร้านธงชัยโฮมเฟอ์นเจอร์

จากผลการศึกษาในมุมมองลูกค้าด้านความประทับใจในการบริการของร้านธงชัยโฮมเฟอ์นเจอร์พบว่า ปัจจัยที่เป็นจุดร่วม ได้แก่ สินค้ามีจำนวนมากและหลากหลาย สินค้าราคาถูก ย่อมเยา การบริการของพนักงานที่ดี และสินค้าคุณภาพดี มีมาตรฐาน พบว่า ปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่นของคำถาม ได้แก่ การขนส่งที่รวดเร็ว และการบริการหลังการขาย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของธนกร รัตนวงศ์กต (2563) ได้ศึกษาเรื่องการประยุกต์ใช้สุนทรียศาสตร์ในการวางแผนเพื่อเพิ่มยอดขายก๊าซหุงต้มและไข่สดซึ่งเป็นกรณีศึกษา ร้านรัตนแก๊ส อำเภอรัตนบุรี จังหวัดสุรินทร์พบว่า การบริการที่ดี พนักงานมีจิตใจรักการบริการ สถานที่ตั้งสังเกตเห็นง่าย สินค้ามีคุณภาพในราคาที่คุ้มค่า มีการจัดส่งและการบริการที่รวดเร็ว

3. การบอกต่อหลังจากการใช้บริการร้านธงชัยโฮมเฟอ์นเจอร์

จากผลการศึกษาในมุมมองลูกค้าด้านการบอกต่อหลังจากใช้บริการร้านธงชัยโฮมเฟอ์นเจอร์พบว่า ไม่ต้องพัฒนาอะไรเพิ่ม ดียอยู่แล้ว และการอบรมพนักงานขาย พบว่า ปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่นของคำถาม ได้แก่ อบรมพนักงานขนส่งสินค้า การแต่งกายให้เรียบร้อย พัฒนาระบบสต็อกให้ดูง่ายขึ้น นำเทคโนโลยีเข้ามาใช้มากขึ้น และพัฒนาเรื่องการดูแลสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค ของ กัลยากร วรกุลลัญญานีย์ และ

พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช (2561) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีปฏิสัมพันธ์ ระหว่างความคิด ความรู้สึก และการกระทำต่างๆ กับสิ่งแวดล้อมภายนอก โดยจุดร่วมและจุดโดดเด่นจากผลการศึกษาเป็นสภาพแวดล้อมภายนอกของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับร้านธงชัยโฮมเฟอร์นิเจอร์ และทางธุรกิจจำเป็นที่จะต้องเข้าใจถึงปฏิสัมพันธ์ของผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจอยู่เสมอ

4. ความคิดเห็นด้านการพัฒนาธุรกิจ

จากผลการศึกษาในมุมมองลูกค้าด้านการพัฒนาธุรกิจ พบว่า ปัจจัยที่เป็นจุดร่วม ได้แก่ เพิ่มสินค้าให้มากขึ้น หลากหลายมากขึ้น ทำโปรโมชั่นเพิ่ม ให้ของแถมมากขึ้น ลดจำนวนของที่วางหน้าร้าน และจัดส่งสินค้าให้เร็วขึ้น ปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่นของคำถาม ได้แก่ มีสาขามากขึ้น ติดตั้งเครื่องปรับอากาศในร้าน และแต่งร้านให้ดูทันสมัยมากขึ้น และในการศึกษารั้งนี้ได้นำเสนอโครงการธงชัยเน็กซ์เจน (Next Gen) เพื่อจัดสรรพื้นที่ การจัดวางของใหม่ พัฒนาพื้นที่ภายในร้านและโครงการธงชัยโฮมโซลูชันส์ (Thongchai Home Solutions) เพื่อปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ธุรกิจให้เข้าสู่การบริหารยุคใหม่ รวมถึงสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผู้บริโภค ให้สอดคล้องกับจุดร่วมและจุดโดดเด่นครั้งนี้ มีสอดคล้องกับการแนวคิดวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2552) กล่าวว่า ผู้บริโภคจะซื้อ/ใช้อะไร หมายถึงว่า สินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคต้องการ ก็คือ ต้องการคุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง ดำเนินกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์หลัก 2) รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ 3) ผลิตภัณฑ์ควบ 4) ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง 5) ศักยภาพผลิตภัณฑ์ความแตกต่างทางการแข่งขัน ประกอบด้วยความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์บริการ พนักงาน และภาพลักษณ์

5. ผลการดำเนินโครงการ

จากผลการศึกษาในการดำเนินโครงการทั้งสองระยะนั้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปรับปรุงธุรกิจร้านธงชัยโฮมเฟอร์นิเจอร์หลากหลายด้าน ได้แก่ ด้านการจัดวางสินค้า การปรับปรุงร้าน กระบวนการดำเนินงานที่มีความรวดเร็ว และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งมีสอดคล้องกับผลการศึกษาในประเด็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของ ภัทรา วิลาศรีและ บุษกรณ์ ลิ้จ้ายะระ ที่ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายโทรศัพท์มือถือร้านภัทราโมบาย อำเภอนองบัวแดง จังหวัดชัยภูมิ โดยผลการศึกษาพบว่า ด้านขั้นตอนกระบวนการ (Process) ได้แก่ ความรวดเร็วในการให้บริการ ซึ่งโครงการของผู้ศึกษาที่มีความสอดคล้องคือ ส่งปุ๊บ ส่งปั๊บ (Same-day Delivery) โดยจะดำเนินการปิดการขายและจัดส่งสินค้าอย่างรวดเร็ว ต่อมาในประเด็นของ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ได้แก่ มีความสะดวกในการเดินทาง ความสะดวกในการหาซื้อ และ ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ได้แก่ มีที่นั่งสำหรับลูกค้าไว้คอยบริการ ร้านค้ามีความกว้างขวาง ทันสมัยซึ่งโครงการของผู้ศึกษาที่มีความสอดคล้องคือ ธงชัยเน็กซ์เจน (Next Gen) ที่ปรับเปลี่ยนการจัดวางสินค้า และพัฒนาพื้นที่ของร้านมีความสะดวกสบายเมื่อลูกค้ามาใช้บริการ ทันสมัยมากขึ้น และการส่งเสริมการขาย (Promotion) ได้แก่ มีโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ มีพนักงานขายแนะนำสินค้า มีการส่งเสริมการขาย มีความสอดคล้องกับโครงการของผู้ศึกษา ได้แก่ เดอะ วีคเอนด์ (The weekend) ที่พนักงานจะ Live ผ่านสื่อ Facebook Pages เพื่อแนะนำสินค้า กระตุ้นการซื้อ และ โครงการแม่บ้านใจกล้า

เป็นโครงการเพื่อส่งเสริมการขายเฉพาะกลุ่ม คือ กลุ่มผู้หญิงที่มีครอบครัวแล้วจะได้รับส่วนลด ซึ่งเป็น การกระตุ้นการขาย เช่นเดียวกัน

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาการประยุกต์ใช้สุนทรียศาสตร์เพื่อเพิ่มยอดขาย: กรณีศึกษาร้านธงชัยโฮมเฟอร์นิเจอร์ เพื่อค้นหาความประทับใจ และประสบการณ์เชิงบวกของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าเฟอร์นิเจอร์ของร้าน ธงชัยโฮมเฟอร์นิเจอร์ และแนวทางการเพิ่มยอดขายสินค้าเฟอร์นิเจอร์ของร้านธงชัยโฮมเฟอร์นิเจอร์แล้วหา ปัจจัยที่เป็นจุดร่วมและจุดโดดเด่นนำมาซึ่งการคิดและดำเนินโครงการที่ทำได้จริงทั้ง 4 โครงการ ซึ่งผู้ศึกษามี ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการศึกษา โดยใช้กระบวนการสุนทรียศาสตร์เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ดังต่อไปนี้

1. ผู้ศึกษาควรมีการพัฒนาด้านการตั้งคำถามเพื่อให้สามารถรับรู้ถึงประสบการณ์ที่ลูกค้าได้รับอย่าง แท้จริงจากการเข้ามาซื้อสินค้า และนำข้อมูลที่ได้ไปต่อยอดให้กับธุรกิจต่อไป
2. ผู้ศึกษาควรทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อร้าน โดยการเก็บแบบสอบถามเพื่อนำผล ที่ได้มากำหนดแนวทางการตลาดต่อไปในเชิงปริมาณ
3. ผู้ศึกษาควรทำการศึกษาด้านการรับรู้และทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อร้านเพิ่มเติม เพราะ เป็นปัจจัย หนึ่งที่สามารถส่งเสริมให้เกิดการเพิ่มรายได้ให้กับธุรกิจได้
4. ผู้ศึกษาควรทำการศึกษาด้านการสื่อสารขององค์กรที่ไปยังผู้บริโภคว่า ผู้บริโภคมีการรับรู้ เลือกรับ และส่งผลต่อผู้บริโภคอย่างไรเพิ่มเติมด้วย เนื่องจากหากทราบถึงกระบวนการดังกล่าวแล้วจะสามารถ ออกแบบการสื่อสารได้อย่างเหมาะสมมากที่สุด
5. ผู้ศึกษาควรดำเนินการโครงการทั้ง 5 โครงการอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดผลลัพธ์อันสูงสุด
6. ผู้ศึกษาควรประเมินโครงการและพัฒนาโครงการในแผนพัฒนาระยะที่ 2 เพื่อที่จะได้ทราบ ผลลัพธ์ของการดำเนินโครงการได้ชัดเจนมากขึ้น
7. เนื่องจากสภาพแวดล้อมทางการจัดการมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วจึงต้องทำการประเมิน ปัจจัยอื่น ๆ เพิ่มเติม

เอกสารอ้างอิง

กัลยกร วรกุลสถฐานีย์ และ พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช. (2561). *การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจ การบริโภคสิ่งพิมพ์ของลูกค้ารายใหญ่*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

ธงชัยโฮมเฟอร์นิเจอร์. (2565). *บันทึกสรุปรายได้และกำไรสุทธิ ปี2560 – 2565*. ขอนแก่น: ธงชัยโฮมเฟอร์นิเจอร์.

- ธนกร รัตนวงศ์กต. (2563). *การประยุกต์ใช้สุนทรียศาสตร์ในการวางแผนเพื่อเพิ่มยอดขายก๊าซหุงต้มและไช่สด ซึ่งเป็นกรณีศึกษา ร้านรัตนแก๊ส อำเภอรัตนบุรี จังหวัดสุรินทร์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ, มหาวิทยาลัยขอนแก่น).
- พิชัยกรณ์ เลิศวุฒิชัยกุล. (2564). *ศึกษาเกี่ยวกับการเพิ่มยอดขายผ่านการสร้างการรับรู้ตราสินค้าโดย การประยุกต์ใช้สุนทรียศาสตร์ กรณีศึกษา ร้าน Goodday Coffee & Tea bar อำเภอเมืองจังหวัดกาฬสินธุ์*. (การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น).
- ภัทรา วิลาศรี และ บุษกรณ์ ลิ้เจี้ยวระระ. (2564). กลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายโทรศัพท์มือถือร้านภัทราโมบาย อำเภอหนองบัวแดง จังหวัดชัยภูมิ. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 12(2), 1-14.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ . (2552). *การบริหารการตลาด*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- Cooperrider, D. (2005). *A Positive Revolution in Change: Appreciative Inquiry. The change handbook: The definitive resource on today's best methods for engaging whole systems*. San Francisco: Berrett-Koehler.
- Fry. (2008). *The Appreciative Inquiry Handbook. For Leaders of Change*. Berre. San Francisco: Berrett-Koehler.

การตลาดเชิงประสบการณ์และส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อ
การกลับมาใช้บริการซ้ำของสถานบันเทิงในเขตภาคเหนือ
The Experiential Marketing and Service Marketing Mix Affecting
the Repurchase of Entertainment Venues in the Northern Region

ภาศิริ เขตปิยรัตน์¹, อีราวัฒน์ ชมระกา² และชัชชัย สุจริต³

Pasiri Khetpiyarat¹, Irawat Chomraka² and Chatchai Sucharit³

^{1,2,3} บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

อีเมล: Plearn111@hotmail.com

วันที่รับบทความ (Received)

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

27 สิงหาคม 2565

11 กันยายน 2565

16 กันยายน 2565

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของการตลาดเชิงประสบการณ์ ส่วนประสมการตลาดบริการและการกลับมาใช้บริการซ้ำของสถานบันเทิงในเขตภาคเหนือ และ 2) เพื่อศึกษาการตลาดเชิงประสบการณ์ และส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสถานบันเทิงในเขตภาคเหนือ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการเก็บข้อมูลได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการสถานบันเทิงในเขตภาคเหนือ กำหนดขนาดตัวอย่างโดยสูตรของทาโร ยามาเน ได้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่าระดับความสำคัญของด้านการตลาดเชิงประสบการณ์ของสถานบันเทิงในเขตภาคเหนือ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยพบว่าด้านการเลือกใช้วิธีและเครื่องมือมากที่สุด ด้านส่วนประสมการตลาดบริการของสถานบันเทิงในเขตภาคเหนือ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยพบว่าด้านสิ่งที่ให้บริการหรือบริการที่ธุรกิจเสนอให้กับลูกค้าและด้านวิธีการส่งเสริมการขายมากที่สุด สำหรับด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานการตลาดเชิงประสบการณ์มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสถานบันเทิงในเขตภาคเหนือ พบว่า ความสมเหตุสมผล การเลือกใช้วิธีและเครื่องมือ และการสังเกตสถานการณ์การบริโภค ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 อธิบายค่าความผันแปรของการบริหารประสบการณ์ที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ ได้ร้อยละ 60.4 ($R^2 = 0.604$) และด้านส่วนประสมการตลาดบริการมีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสถานบันเทิงในเขตภาคเหนือ พบว่า ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านกระบวนการในการให้บริการและด้านบุคลากรส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 อธิบายค่าความผันแปรของการตลาดเชิงประสบการณ์ที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำได้ร้อยละ 75.8 ($R^2 = 0.758$)

คำสำคัญ: การตลาดเชิงประสบการณ์, ส่วนผสมทางการตลาดบริการ, การกลับมาใช้บริการซ้ำ, สถานบันเทิง

ABSTRACT

The purposes of this study were 1) to study the importance level of the experiential marketing, marketing service mix and repurchase of entertainment venues in the northern region and 2) to study the experiential marketing and service marketing mix influencing the repurchase of entertainment venues in the northern region. The population used to collect data included tourists who used the service of entertainment in the northern region. Sample size was determined by Taro Yamane's formula. A sample of 400 people was obtained by random accidental sampling method. The study instrument was a questionnaire. The statistics used to analyze the data included frequency, percentage, mean, standard deviation and multiple regression analysis.

The research results showed that the importance level of experiential marketing of entertainment venues in the northern region as a whole was at a high level, it was found that the selection of methods and tools was at the highest level. The service marketing mix of entertainment venues in the northern region as a whole was at a high level. In terms of services or customer services which offered to customers and how to promote sales were at the highest level. the repurchase, in overall, was at a high level. The results of the experimental marketing hypothesis test on repurchase of the entertainment venues in the northern region were found that the reasonableness, selection of methods and tools, and observing the consumption situation were significant at 0.01 level by explaining the variability of experience management that influenced the repurchase by 60.4% ($R^2 = 0.604$). The service marketing mix influencing the repurchase of the entertainment venues in the northern region was found that the physical environment, the service process and personnel had a significant effect on repurchase at 0.01 level by explaining the variability of experiential marketing that influenced the repurchase by 75.8($R^2 = 0.758$)

Keywords: Experiential Marketing, Service Marketing Mix, Repurchase, Entertainment Venues

บทนำ

การดำเนินงานของธุรกิจภาคบริการ หนึ่งในประเภทของธุรกิจ คือ สถานบันเทิง ซึ่งถือเป็นแหล่งให้บริการสำหรับการผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน หรือ ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิต จึงถือเป็นทางออกอันดับแรก ๆ ที่คนทั่วไปมักหาทางออก ด้วยการนำพาตนเองไปผ่อนคลายด้วยกิจกรรมการท่องเที่ยว หรือนันทนาการยามค่ำคืน การหาสถานที่สำหรับพูดคุย พบปะ ร่วมรับประทานอาหาร ฟังเพลง เต้นรำ และแสวงหาความสุข ดังนั้น จึงมีการเลือกหาสถานบันเทิงเพื่อเข้าไปใช้บริการด้วยความรู้สึกว่าคุ้มค่างบเงินที่จ่ายไป รวมทั้งยินยอมที่จะจ่ายค่าใช้จ่ายเพื่อให้ตนเองสามารถผ่อนคลายความกังวลต่าง ๆ ให้หมดไป จากเหตุผลดังกล่าวทำให้สถานบันเทิงได้รับความนิยมและยอมรับจากผู้คนส่วนใหญ่ที่มีเวลาว่างเพียงพอที่จะนั่งชิว หรือ สนทนาระหว่างเพื่อน ผู้ร่วมคำ หรือครอบครัว แต่ในสถานการณ์ปัจจุบันได้มีการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในหลายประเทศทั่วโลกได้เปลี่ยนแปลงการใช้ชีวิตไปจากเดิมและทวีความรุนแรงขึ้นเนื่องจากปรากฏการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 กลายพันธุ์สายพันธุ์โอมิครอน (Omicron) ที่สามารถแพร่กระจายได้เร็วและมีโอกาสทำให้ติดเชื้อได้ง่ายกว่าสายพันธุ์อื่น ๆ ขณะที่ประเทศไทยเริ่มตรวจพบผู้ติดเชื้อไวรัสสายพันธุ์ดังกล่าวมากขึ้นเป็นลำดับแม้ว่าจะได้มีการฉีดวัคซีนครอบคลุมกลุ่มประชากรในประเทศเป็นจำนวนมากแล้วก็ตาม แต่ยังไม่มากพอและอาจเป็นความเสี่ยงต่อความมั่นคงของระบบสาธารณสุข ฝ่ายสาธารณสุขที่ได้เฝ้าระวังและติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด จึงจำเป็นต้องกำหนดนโยบายและมาตรการต่าง ๆ เพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับเหตุการณ์ดังกล่าว โดยการปรับพื้นที่สถานการณ์ และปรับปรุงมาตรการป้องกันและควบคุมโรคเพิ่มเติมจากข้อกำหนดและคำสั่งที่ได้ประกาศไว้ก่อนหน้านี้ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป โดยใช้มาตรการควบคุมแบบบูรณาการ ข้อห้าม ข้อยกเว้น และข้อปฏิบัติ ให้เจ้าของสถานที่ ผู้ประกอบการ ผู้ใช้บริการ ผู้ร่วมกิจกรรม และบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องดำเนินการตามที่ระบุไว้ในประกาศกรุงเทพมหานคร เรื่อง สั่งปิดสถานที่เป็นการชั่วคราว (ฉบับที่ 47) ลงวันที่ 29 พฤศจิกายน 2564 ต่อเนื่องไปอีกจนกว่าจะมีประกาศเปลี่ยนแปลง (กรุงเทพธุรกิจ, 2565)

ทั้งนี้ สถานบันเทิง หรือสถานประกอบการที่มีลักษณะคล้ายสถานบันเทิง ผับ บาร์ คาราโอเกะ ที่ต้องการจะปรับการให้บริการเป็นลักษณะของร้านจำหน่ายอาหารหรือเครื่องดื่ม จะต้องทำแผนขออนุญาตต่อสำนักงานเขตพื้นที่เพื่อตรวจสอบและประเมินความพร้อมของสถานที่ บุคลากร อีกทั้งยังต้องปฏิบัติตามมาตรการ ป้องกันและควบคุมโรคที่กระทรวงสาธารณสุขได้กำหนดไว้ มีมาตรการเว้นระยะห่างระหว่างบุคคล หรือปฏิบัติตามมาตรการของพื้นที่ พนักงานทุกคนต้องฉีดวัคซีนครบตามเกณฑ์ที่กำหนด ได้รับการคัดกรองความเสี่ยงด้วย Thai Save Thai (TST) หรือ แอปพลิเคชันที่ทางราชการกำหนด พนักงานทุกคนตรวจโควิด-19 ด้วย ATK ทุก 7 วัน ด้วยการเลื่อนการเปิดสถานบันเทิงอย่างไม่มีกำหนดแล้ว ศบค. จึงได้ปรับมาตรการให้ผู้ประกอบการ ดำเนินการตามมาตรการที่กำหนด และขออนุญาตจากคณะกรรมการโรคติดต่อจังหวัด ได้เมื่อมีความพร้อม โดยไม่กำหนดระยะเวลา (ประชาชาติ, 2565)

จากสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ที่กล่าวมา เมื่อมีการผ่อนคลายนักท่องเที่ยวกลางคืนต่างก็มีความต้องการที่จะกลับไปใช้บริการสถานบันเทิงยามค่ำคืน อยากกลับไปย้อนเวลาแห่งความสุขเหมือนกับก่อน

เหตุการณ์เกิด โรคระบาดไวรัสโคโรนา 2019 เพื่อพบปะสังสรรค์หรือผ่อนคลายความเครียดจากการทำงานร่วมกับเพื่อนสนิท เพื่อนร่วมงาน ฯลฯ รวมทั้งการนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านโซเชียลเน็ตเวิร์กต่าง ๆ เพื่อจูงใจผู้บริโภคเพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร ผับบาร์และสถานบันเทิงต่างใช้กลยุทธ์หรือหาสิ่งมาดึงดูดใจเพื่อให้ผู้บริโภคกลับมาใช้ซ้ำ ซึ่งธุรกิจ/สถานบันเทิงจะเป็นธุรกิจที่แตกต่างจากธุรกิจที่จำหน่ายสินค้าและบริการทั่ว ๆ ไป โดยฉัตรวรรณ สุกวงศ์ศิริโชค และ ญัฐสพันธ์ เผ่าพันธุ์ (2563) กล่าวว่า การตลาดเชิงประสบการณ์ เป็นการตระหนักถึงความเข้าใจว่าผู้บริโภคต่อประสบการณ์กับแบรนด์ รวมถึงการนำเสนอประสบการณ์ที่น่าดึงดูดใจเพื่อสร้างความแตกต่างในตลาดที่มีการแข่งขันได้ โดยจะขึ้นอยู่กับความตั้งใจของผู้บริโภคที่เกิดจากการใช้ความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อประเมินประสบการณ์ หรือการรับรู้ประสบการณ์ที่ดี จะส่งผลต่อความภักดีและการแนะนำบอกต่อ จึงทำให้ผู้ใช้บริการเกิดการประเมินทางเลือกจากบรรยากาศของร้าน แนวดนตรี และด้านการเรียนรู้ของผู้ใช้บริการ เช่น การแต่งตัว การติดต่อจองโต๊ะล่วงหน้า การเลือกโต๊ะใกล้เวที (วรวรรณ วิมลอุดมสิทธิ์, 2564) นอกจากนี้การใช้บริการสถานบันเทิงเพื่อผ่อนคลาย และบรรยากาศของสถานบันเทิงที่ผ่านการบอกเล่าของเพื่อน ซึ่งเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการไปใช้บริการ แรงจูงใจในการใช้บริการเพราะรสชาติอาหารอร่อย ดนตรีเพราะและบรรยากาศเป็นกันเอง โดยผู้บริโภคจะรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานบันเทิงจากสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก, ไลน์ (จุฑาทิพย์ พรหมวงศ์, อโณทัย งานวิชัยกิจ และ ยุทธนา ธรรมเจริญ, 2561) และลีสือ อ้าย (2564) กล่าวว่า แนวคิดการตลาดเชิงประสบการณ์ จะมุ่งเน้นการให้ผู้บริโภคได้สัมผัสประสบการณ์ที่ดี น่าจดจำ หรือ หวนรำลึกถึงเรื่องราวในครั้งอดีตร่วมกับแบรนด์ โดยเปลี่ยนเป็นการสร้างประสบการณ์ร่วมแทนกับลูกค้า ส่วนวรัลสิญา ศุภธนโชติพงศ์ (2562) กล่าวว่า อัตราการซื้อซ้ำสินค้าหรือบริการอย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากการที่ผู้บริโภคต้องการทัศนคติที่ดี ประสบการณ์จากการทดลองใช้ครั้งก่อน จนเกิดความรู้สึกพึงพอใจหลังการใช้งานกระทั่งเปลี่ยนเป็นทัศนคติที่ดีต่อสินค้าหรือบริการและนำไปสู่การตัดสินใจกลับมาใช้สินค้าหรือบริการซ้ำ และชัชฌา สีนภทรชาติ (2562) กล่าวว่า การตัดสินใจซื้อซ้ำ ถือเป็นการตัดสินใจของแต่ละบุคคลเกี่ยวกับการซื้อสินค้าหรือบริการเหล่านั้นอีกครั้งหนึ่ง โดยการตัดสินใจซื้อซ้ำจะขึ้นอยู่กับความพึงพอใจหรือผลประโยชน์ที่ได้รับจากกิจกรรมก่อนหน้านี้ ซึ่งการตลาดเชิงประสบการณ์ถือเป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพเรื่อง การสร้างแบรนด์ ให้เชื่อมโยงกับลูกค้า ผ่านประสบการณ์ต่อแบรนด์ ซึ่งคาดหวังให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการหรือซื้อซ้ำ ดังนั้น จากสถานการณ์ดังกล่าวส่งผลให้คณะผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาเกี่ยวกับ ส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสถานบันเทิงในเขตภาคเหนือโดยมุ่งเน้นศึกษาถึง ส่วนประสมการตลาดและการกลับมาใช้บริการซ้ำซึ่งเป็นปัจจัยที่คาดว่าจะเป็นตัวแปรที่สำคัญและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำ ข้อมูลและข้อเสนอแนะที่ได้จากวิจัยนี้ เพราะจะถูกนำมาพิจารณาถึงแนวทางในการให้บริการที่ประสิทธิภาพมากขึ้นของสถานบันเทิงในเขตภาคเหนือ นอกจากนี้ผู้ประกอบการธุรกิจทั่วไปที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการสถานบันเทิงสามารถนำผลการศึกษาจากการศึกษาในครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาธุรกิจ และการกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินกิจการให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการอย่างดีที่สุดและสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำอีกในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

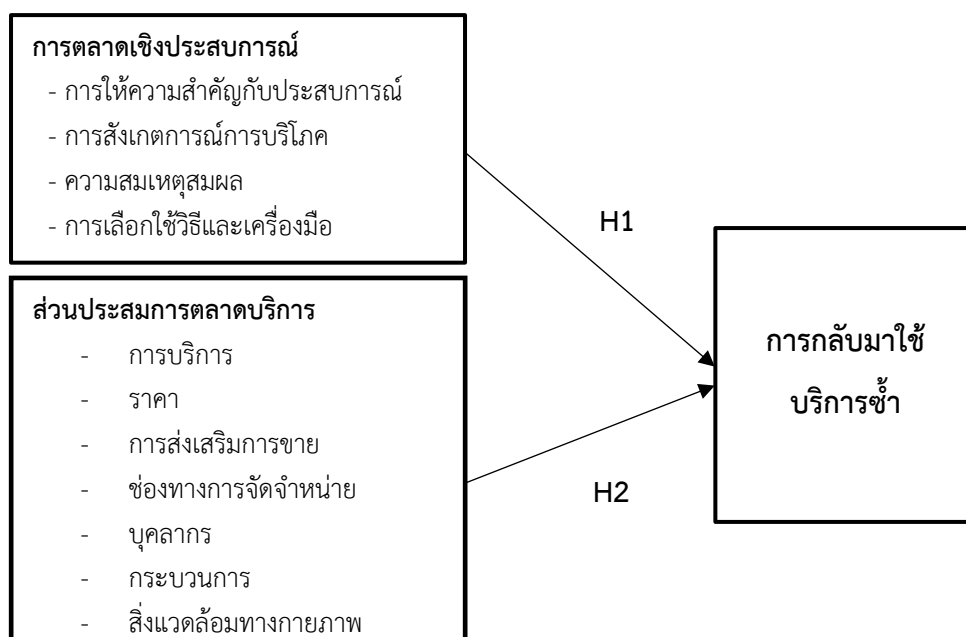
1. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของการตลาดเชิงประสบการณ์ ส่วนประสมการตลาดบริการและการกลับมาใช้บริการซ้ำของสถานบันเทิงในเขตภาคเหนือ
2. เพื่อศึกษาการตลาดเชิงประสบการณ์ และส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสถานบันเทิงในเขตภาคเหนือ

สมมติฐานการวิจัย

1. การตลาดเชิงประสบการณ์ มีอิทธิพลเชิงบวกทางตรงต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ
2. ส่วนประสมการตลาดบริการ มีอิทธิพลเชิงบวกทางตรงต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาทบทวน แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากนักวิชาการหลายท่าน เพื่อใช้พัฒนากรอบแนวคิดการวิจัยและเพิ่มเติมขยายกรอบตามผลการวิจัยในปัจจุบัน โดยใช้แนวคิดการตลาดเชิงประสบการณ์และส่วนประสมการตลาดบริการเป็นตัวแปรสาเหตุที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ ทั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาด้าน 1) การตลาดเชิงประสบการณ์ตามแนวคิดและงานวิจัยของ ถิรวรรณ สกุลวงศ์ศิริโชค และ ณัฐสพันธ์ เผ่าพันธุ์ (2563) และวรวรรณ วิลอุตมสิทธิ (2564) 2) ส่วนประสมการตลาดบริการ ตามแนวคิดของ Kotler, Philip.; Keller, Kevin Lane. (2019), Yogesh Hole, Snehal Pawar and Mahesh P Bhaskar. (2018), พีรพงศ์ แท่นวิทยานนท์ และคณะ (2562), อธิกริต นวรัตน์ ณ อยู่ยยา (2563) และพนิตสุภา ธรรมประมวล (2563) 3. การกลับมาใช้บริการซ้ำ ตามแนวคิดของชัยภรณ์ สีนภัทรชาติ (2562) และวรัลสิญา ศุภธนโชติพงศ์ (2562) ดังภาพ



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการสถานบันเทิงจังหวัดในเขตภาคเหนือ ที่เป็นผับ บาร์ คาราโอเกะ ร้านค้า/ธุรกิจจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มที่มีลักษณะให้ความบันเทิง โดยผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรของคอคแรน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อน 5% ได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 คน และสำรองไว้เพื่อแบบสอบถามไม่สมบูรณ์อีก 15 คน รวมเป็นจำนวนตัวอย่าง 400 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน คือ การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย โดยนำชื่อจังหวัดมาจับฉลากออกมาจำนวน 4 จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ ลำปาง เชียงราย และแพร่ จากนั้นใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบโควตา กำหนดกลุ่มตัวอย่างจังหวัดละ 100 คน และสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกตามสถานที่ต่าง ๆ โดยการแจกแบบสอบถาม และกุ๊กกีฬฟอร์ม ตามจำนวนจนครบ (บุญชม ศรีสะอาด, 2560)

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม มีขั้นตอนการสร้างและตรวจสอบรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการกลับมาซื้อซ้ำ ดังนี้

1. การศึกษาขอบเขตเนื้อหา แนวคิดและทฤษฎีจากหนังสือ เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามารวบรวมและเรียบเรียงเป็นข้อมูลที่สมบูรณ์แบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้อง
3. นำแบบสอบถามมาศึกษาความเที่ยงตรงและความแม่นยำของแบบสอบถามโดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้อง
4. นำแบบสอบถามไปดำเนินการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ตอน คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ พฤติกรรมการเข้าใช้สถานบันเทิง จำนวน 9 ข้อ เป็นแบบเลือกตอบ ตอนที่ 2 การตลาดเชิงประสบการณ์ จำนวน 12 ข้อ ตอนที่ 3 ส่วนประสมการตลาดบริการ จำนวน 14 ข้อ ตอนที่ 4 การกลับมาใช้บริการซ้ำ จำนวน 5 ข้อ โดยลักษณะเครื่องมือในตอน 2-4 มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ของลิเคิร์ท โดยให้ระดับของการวัดออกเป็น 5 ช่วง รวมทั้งสิ้น 31 ข้อ โดยผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาด้วยเทคนิค IOC จากผู้เชี่ยวชาญ 3 คน แล้วจึงนำไปทดลองใช้ และหาค่าจำแนก มีค่าระหว่าง 0.67 – 1.00 (Nunnally and Bernstein, 1994) หาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตามวิธีของครอนบาค ได้ค่าความเชื่อมั่นของการบริหารประสบการณ์ เท่ากับ 0.892 ส่วนประสมการตลาดบริการ เท่ากับ 0.934 และการกลับมาใช้บริการซ้ำ เท่ากับ 0.869 ซึ่งมีค่าเกิน 0.7 แสดงว่ามีความเชื่อถือได้ (กัลยา วาณิชยบัญชา, 2561)

วิธีการรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองและ การแจกแจงข้อมูลด้วยตนเอง ในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ. 2565 ถึง เดือนมีนาคม พ.ศ. 2565 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งด้วยตนเองโดยนักวิจัย, ผู้ช่วยนักวิจัย ใช้แบบสอบถามในการรวบรวมตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวที่เคยใช้บริการสถานบันเทิงตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น สถานบันเทิง สถานที่ทำงาน ศูนย์การค้า เป็นต้น และเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามทางออนไลน์ซึ่งสร้างแบบสอบถามโดยใช้กูเกิ้ลฟอร์ม โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามด้วยความสมัครใจและผู้วิจัยได้ส่งลิ้งค์แบบสอบถาม (กูเกิ้ลฟอร์ม) ไปตามกลุ่ม เพจ เฟซบุ๊ก ไลน์ อีเมล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ประกอบด้วย การวิเคราะห์ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พฤติกรรมการเข้าใช้สถานบันเทิง ระดับความสำคัญของการตลาดเชิงประสบการณ์ ส่วนประสมการตลาดบริการและการกลับมาใช้บริการซ้ำของสถานบันเทิงในเขตภาคเหนือ โดยใช้ค่าความถี่ และร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. ค่าสถิติวิเคราะห์การตลาดเชิงประสบการณ์ และส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสถานบันเทิงในเขตภาคเหนือโดยใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Regression Analysis)

สรุปผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 51.6 มีช่วงอายุ 20 – 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 49.0 3 มีอาชีพนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 39.9 มีภูมิลำเนาอยู่จังหวัดอุดรธานี คิดเป็นร้อยละ 37.9 มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 7,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.2 เคยเข้าใช้บริการสถานบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 95.8 ซึ่งนิยมไปใช้บริการสถานบันเทิงประเภทร้านเหล้า คิดเป็นร้อยละ 47.1 ในช่วงเวลา 21:01 – 23.00 น. คิดเป็นร้อยละ 65 มีความถี่ในการไปใช้บริการสถานบันเทิงมากที่สุดคือสัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 30.4 เข้าใช้บริการสถานบันเทิงเป็นระยะเวลา 3 ชั่วโมงขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 45.8 ซึ่งส่วนใหญ่นิยมไปดื่มแอลกอฮอล์ คิดเป็นร้อยละ 26.8 มีค่าใช้จ่ายในการเข้าใช้บริการสถานบันเทิงอยู่ที่ 501 – 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.3 เข้าใช้บริการสถานบันเทิงกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 57.2 โดยส่วนใหญ่รู้จักสถานบันเทิงจากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 58.5

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของการตลาดเชิงประสบการณ์ ส่วนประสมการตลาดบริการและการกลับมาใช้บริการซ้ำของสถานบันเทิงในเขตภาคเหนือ

ตารางที่ 1 ระดับความสำคัญของการตลาดเชิงประสบการณ์

การตลาดเชิงประสบการณ์	$\bar{X}$	S.D.	แปลค่า
การให้ความสำคัญกับประสบการณ์	3.77	0.772	มาก
การสังเกตสถานการณ์การบริโภค	3.67	0.803	มาก
ความสมเหตุสมผล	3.75	0.788	มาก
การเลือกใช้วิธีและเครื่องมือ	3.83	0.806	มาก
รวม	3.76	0.792	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสถานบันเทิง ด้านการตลาดเชิงประสบการณ์ของสถานบันเทิงในเขตภาคเหนือ โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.792) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการเลือกใช้วิธีและเครื่องมือมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการให้ความสำคัญกับประสบการณ์ และน้อยที่สุด คือ ด้านการสังเกตสถานการณ์การบริโภค

ตารางที่ 2 ระดับความสำคัญส่วนประสมการตลาดบริการ

ส่วนประสมการตลาดบริการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลค่า
ด้านสิ่งที่ให้บริการหรือบริการที่ธุรกิจเสนอให้กับลูกค้า	3.86	0.787	มาก
การตั้งราคาบริการ	3.72	0.787	มาก
ด้านวิธีการส่งเสริมการขาย	3.86	0.736	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.74	0.787	มาก
ด้านบุคลากร	3.78	0.723	มาก
ด้านกระบวนการในการให้บริการ	3.75	0.788	มาก
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	3.80	0.783	มาก
รวม	3.79	0.770	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสถานบันเทิง ด้านส่วนประสมการตลาดบริการของสถานบันเทิงในเขตภาคเหนือ โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = 0.770) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านสิ่งที่ให้บริการหรือบริการที่ธุรกิจเสนอให้กับลูกค้า และด้านวิธีการส่งเสริมการขายมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และน้อยที่สุด คือ ด้านการตั้งราคาบริการ

ตารางที่ 3 ระดับความสำคัญการกลับมาใช้บริการซ้ำของสถานบันเทิง

การกลับมาใช้บริการซ้ำ	$\bar{X}$	S.D.	แปลค่า
การบริการและการให้ความช่วยเหลือจากพนักงานเป็นอย่างดี	3.85	0.756	มาก
การใช้บริการสถานบันเทิง ได้รับประสบการณ์ที่ดีและตรงตามความคาดหวังของผู้ใช้บริการ	3.81	0.753	มาก
ความปลอดภัยในการใช้บริการทางร้านปฏิบัติตามมาตรการป้องกันสถานการณ์โควิดสิบเก้าเช่น การเว้นระยะห่าง ตรวจวัดอุณหภูมิ ฉีดแอลกอฮอล์ก่อนเข้าร้าน	3.83	0.721	มาก
ภายในสถานบันเทิงสะอาดสะอ้านไม่แออัดมีการจำกัดลูกค้าในการเข้าใช้บริการลูกค้าและพนักงานมีการสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา	3.81	0.766	มาก
สถานที่ตั้งของสถานบันเทิงอยู่ในเขตตัวเมืองสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ	3.87	0.766	มาก
รวม	3.83	0.752	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสถานบันเทิงด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = 0.752) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า สถานที่ตั้งของสถานบันเทิงอยู่ในเขตตัวเมือง สะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ รองลงมา คือ การบริการและการให้ความช่วยเหลือจากพนักงานเป็นอย่างดี และน้อยที่สุด คือ การใช้บริการสถานบันเทิงได้รับประสบการณ์ที่ดีและตรงตามความคาดหวังของผู้ใช้บริการ และ ภายในสถานบันเทิงสะอาดสะอ้านไม่แออัด มีการจำกัดลูกค้าในการเข้าใช้บริการลูกค้าและพนักงานมีการสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาการตลาดเชิงประสบการณ์ และส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสถานบันเทิงในเขตภาคเหนือ

ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและเพื่อพยากรณ์ตัวแปร จากการตรวจสอบเงื่อนไข การแจกแจงของค่าความคาดเคลื่อนมีการกระจายตัวแบบปกติ ค่า Standardized Residual มีลักษณะแบบสุ่มและมีความสมดุล การทดสอบความเป็นอิสระของค่าความคาดเคลื่อนได้เท่ากับ 1.921 (อยู่ระหว่าง 1.5-2.5) การทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรต้น ได้ค่า Tolerance ของการตลาดเชิงประสบการณ์เท่ากับ .672, .386, .366, และ .483-ตามลำดับ (มากกว่า .20) ค่า VIF ที่ได้คือ 1.487, 2.592, 2.735 และ 2.070 ตามลำดับ (น้อยกว่า 10) แสดงว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวไม่มีความสัมพันธ์กัน (Miles and Shevlin., 2001) สรุปว่าผ่านเงื่อนไขทั้ง 4 ข้อ จึงทำการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ ตามขั้นตอนต่อไปได้ โดยเทคนิคการนำตัวแปรเข้าวิธี Enter

ตารางที่ 4 การตลาดเชิงประสบการณ์ที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ

ตัวแปร อิสระ	การตลาดเชิงประสบการณ์ที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ					
	B	SE	Beta	t	p-value	VIF
ค่าคงที่ (Constant)	0.721	0.161		4.484	0.000	
การให้ความสำคัญกับประสบการณ์ (X ₁)	0.043	0.044	0.043	0.968	0.334	1.487
การสังเกตสถานการณ์การบริโภค (X ₂)	0.153	0.055	0.164	2.802	0.005**	2.592
ความสมเหตุสมผล (X ₃)	0.325	0.058	0.337	5.624	0.000**	2.735
การเลือกใช้วิธีและเครื่องมือ (X ₄)	0.305	0.047	0.340	6.513	0.000**	2.070
$R^2 = 0.604$, $Adj R^2 = 0.599$, $SE = 0.386$, $F = 114.85$						

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณรายด้าน พบว่า ตัวแปรอิสระ 3 ตัวแปร ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 คือ ความสมเหตุสมผล โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน 0.325 การเลือกใช้วิธีและเครื่องมือ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน 0.305 และการสังเกตสถานการณ์การบริโภค โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน 0.153 อธิบายความผันแปรของการบริหารประสบการณ์ที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ ได้ร้อยละ 60.4 ($R^2 = 0.604$) ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างสูง

ส่วนประสมทางการตลาดเชิงประสบการณ์ มีค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนสามารถร่วมกันพยากรณ์ (B) เท่ากับ 0.325, 0.305 และ 0.153 ตามลำดับ มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta) เท่ากับ 0.337, 0.340 และ 0.164 ตามลำดับ ตามลำดับ และมีค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ (a) เท่ากับ .245 โดยเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

สามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบได้ดังนี้

$$Y = a + bx$$

$$Y = 0.721 + 0.325(X_3) + 0.305(X_4) + 0.153(X_2)$$

สามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

$$Z_y = 0.337(X_3) + 0.340(X_4) + 0.164(X_2)$$

ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและเพื่อพยากรณ์ตัวแปร จากการตรวจสอบเงื่อนไข การแจกแจงของค่าความคลาดเคลื่อนมีการกระจายตัวแบบปกติ ค่า Standardized Residual มีลักษณะแบบสุ่มและมีความสมดุล การทดสอบความเป็นอิสระของค่าความคลาดเคลื่อนได้เท่ากับ 2.039 (อยู่ระหว่าง 1.5-2.5) การทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรต้น ได้ค่า Tolerance ของส่วนประสมการตลาดบริการเท่ากับ .530, .384, .417, .312, .314, .269 และ .299 ตามลำดับ (มากกว่า .20) ค่า VIF ที่ได้คือ 1.888, 2.605, 2.398, 3.200, 3.186, 3.724 และ 3.345 ตามลำดับ (น้อยกว่า 10) แสดงว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวไม่มีความสัมพันธ์กัน (Miles and Shevlin., 2001) สรุปว่าผ่าน

เงื่อนไขทั้ง 4 ข้อ จึงทำการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ ตามขั้นตอนต่อไปได้ โดยเทคนิคการนำตัวแปรเข้าวิธี Enter

ตารางที่ 5 ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ

ตัวแปร อิสระ	ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ					
	B	SE	Beta	t	p-value	VIF
ค่าคงที่ (Constant)	0.516	0.120		4.299	0.000	
ด้านสิ่งให้บริการหรือบริการที่ธุรกิจเสนอให้กับลูกค้า (X_1)	0.034	0.034	0.039	0.997	0.320	1.888
การตั้งราคาบริการ (X_2)	0.069	0.042	0.076	1.645	0.101	2.605
ด้านวิธีการส่งเสริมการขาย (X_3)	0.035	0.041	0.037	0.840	0.402	2.398
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X_4)	0.011	0.046	0.012	0.244	0.807	3.200
ด้านบุคลากร (X_5)	0.155	0.045	0.174	3.417	0.001**	3.186
ด้านกระบวนการในการให้บริการ (X_6)	0.184	0.048	0.211	3.833	0.000**	3.724
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (X_7)	0.389	0.047	0.429	8.222	0.000**	3.345
$R^2 = 0.758$, Adj $R^2 = 0.752$, SE = 0.303 , F = 133.17						

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณรายด้าน พบว่า ตัวแปรอิสระ 3 ตัวแปร ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 คือ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน 0.389 ด้านกระบวนการในการให้บริการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน 0.184 และ ด้านบุคลากร โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน 0.155 อธิบายความผันแปรของการตลาดเชิงประสบการณ์ที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ ได้ร้อยละ 75.8 ($R^2 = 0.758$) ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างสูง

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนสามารถร่วมกันพยากรณ์ (B) เท่ากับ 0.389, 0.184 และ 0.155 ตามลำดับ มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta) เท่ากับ 0.429, 0.211 และ 0.174 ตามลำดับ ตามลำดับ และมีค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ (a) เท่ากับ .245 โดยเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

สามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบได้ดังนี้

$$Y = a + bx$$

$$Y = 0.516 + 0.389(X_7) + 0.184(X_6) + 0.155(X_5)$$

สามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

$$Z_y = 0.429(X_7) + 0.211(X_6) + 0.174(X_5)$$

อภิปรายผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของการตลาดเชิงประสบการณ์ ส่วนประสบการณ์ตลาดบริการและการกลับมาใช้บริการซ้ำของสถาบันเทিংในเขตภาคเหนือ

ผลการวิจัย พบว่า ระดับความสำคัญของการตลาดเชิงประสบการณ์ เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการเลือกใช้วิธีและเครื่องมือมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการให้ความสำคัญกับประสบการณ์ และน้อยที่สุด คือ ด้านการสังเกตสถานการณ์การบริโภค โดยการดำเนินงานของสถาบันเทিংในปัจจุบัน คือ การที่สถาบันเทিংมีการปรับตัวในการให้บริการ คือ ในสถาบันเทিংจะมีการจัดเตรียมเจลแอลกอฮอล์ให้ทุกจุดบริการ มีการตรวจวัดอุณหภูมิก่อนเข้าใช้บริการทุกครั้งและผู้ใช้บริการสามารถทราบข้อมูลของสถาบันเทিংผ่านช่องทางออนไลน์ นอกจากนี้ ยังพบว่าผู้เข้าใช้บริการสถาบันเทিংเมื่อเข้าไปใช้บริการแล้วรู้สึกว่าได้รับประสบการณ์ที่ดีในการใช้บริการ ทำให้รู้สึกผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน หรือการใช้ชีวิต เนื่องจากเป็นสถานที่ที่สามารถพบปะพูดคุยกับเพื่อน ๆ แต่การเตรียมรับมือของสถาบันเทিংช่วยให้เกิดความเชื่อมั่นและมั่นใจในการเข้าใช้บริการในระดับที่คาดหวัง สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรงค์สิทธิ์ สิงห์ดำรง และชาญชัย จิตรเหล้าอาพร (2564) พบว่า สถาบันเทিংมีระดับการนำนโยบายการป้องกันและควบคุมการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ไปปฏิบัติในกรณีสถาบันเทিংอยู่ในระดับปานกลาง และปัจจัยนโยบาย ปัจจัยผู้ใช้บริการสถานบริการ และปัจจัยสภาพแวดล้อมส่งผลเชิงบวกและสามารถร่วมกันพยากรณ์การนำนโยบายการจัดระเบียบสถานบริการไปปฏิบัติอย่างมีความสำคัญในระดับที่ 0.05 และสอดคล้องกับจุฑาทิพย์ พรหมวงศ์ โอนทัย งามวิชัยกิจ และ ยุทธนา ธรรมเจริญ (2561) ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ได้แก่รสชาติของอาหารอร่อย คนตรีที่เปิดหรือเล่นไฟเราะถูกใจบรรยากาศเป็นกันเอง และตอบสนองความต้องการส่วนตัวตลอดจนแสดงถึงรสนิยมของตน

ระดับความสำคัญของด้านส่วนประสบการณ์ตลาดบริการของสถาบันเทিংในเขตภาคเหนือ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านสิ่งที่ให้บริการหรือบริการที่ธุรกิจเสนอให้กับลูกค้า และด้านวิธีการส่งเสริมการขายมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และน้อยที่สุด คือ ด้านการตั้งราคาบริการ สอดคล้องกับการวิจัยครั้งนี้ คือ การนำเสนอบริการให้กับลูกค้าภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 เป็นเหตุให้สถาบันเทিংต้องทำให้ผู้เข้าใช้บริการเกิดความ รู้สึกปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ทั้งนี้ ผู้ใช้บริการจะเลือกใช้บริการเฉพาะสถาบันเทিংที่มีการปฏิบัติตามมาตรการป้องกันโควิด 19 อย่างเคร่งครัด อีกทั้งสถาบันเทিংต้องมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารหรือการจัดโปรโมชั่นผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการอยากเข้าใช้บริการเพิ่มมากขึ้น รวมถึงการจัดกิจกรรมสมนาคุณในโอกาสพิเศษต่าง ๆ ก็จะช่วยให้เกิดการตอบโต้ของผู้บริโภคอีกด้วย สอดคล้องกับแนวคิดของ สมหมาย ไ้วสกุล อุษณีย์ เสวกวัชร และชาญชัย บัญชาพัฒนาศักดา (2563) กล่าวว่า การให้บริการของสถาบันเทিং หรือสถานบริการต่าง ๆ สิ่งที่จะทำให้ได้เปรียบทางการแข่งขันจะเกิดจากสิ่งที่น่าสนใจต่อผู้ใช้บริการ คือ การมีความไพเราะของเสียงเพลงและแนวเพลงที่หลากหลายที่ทางร้านเตรียมไว้คอยบริการลูกค้า คือ ปัจจัยสำคัญของความได้เปรียบทางการแข่งขัน นอกจากนี้ ยังเกิดจากการให้บริการที่ดี การตกแต่งบรรยากาศภายในร้าน และอาหารอร่อย ก็จะ

สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่ต้องการเข้าใช้บริการสถานบันเทิงได้ และจากการศึกษาของ ทิชากร เกสรบัว (2564) พบว่า การสื่อสารแบบปากต่อปากและสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการสถานบันเทิงยามค่ำคืน โดยการสื่อสารแบบปากต่อปากนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการตลาดด้วยการสื่อสารแบบปากต่อปาก เพราะจะทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีและส่งผลต่อการเกิดความพึงพอใจต่อการใช้บริการของนักท่องเที่ยวด้วยการสร้างความประทับใจครั้งแรกให้นักท่องเที่ยวและเมื่อมีประสบการณ์ที่ดีทางบวกจะแนะนำและบอกต่อให้กับบุคคลอื่นมาท่องเที่ยว ก็จะเกิดการบอกต่อประสบการณ์ในทางบวกและส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำได้ (Mascarenhas, Kesavan and Bernacchi, 2006) และสอดคล้องกับ มนจิรดา ทองเกิด (2565) กล่าวว่า นวัตกรรมบริการลูกค้า ประกอบด้วย การสร้างภาพลักษณ์ การเข้าถึงลูกค้าและบริการเสริม เช่น การใช้ FAQ หรือ Frequently Asked Questions คือคำถามที่มักถูกถามเป็นประจำ โดย FAQ จะเป็นข้อมูลที่ผู้ขายหรือให้บริการเตรียมไว้สำหรับสิ่งที่ลูกค้ามักจะเกิดข้อสงสัยในสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ช่วยให้เกิดความสะดวกแก่ลูกค้า และยังประหยัดทรัพยากรของธุรกิจที่ไม่ต้องตอบคำถามซ้ำ ๆ อีกด้วย

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาการตลาดเชิงประสบการณ์ และส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสถานบันเทิงในเขตภาคเหนือ

ผลการวิจัย ตามสมมติฐานที่ 1 การตลาดเชิงประสบการณ์มีอิทธิพลเชิงบวกทางตรงต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสถานบันเทิงในเขตภาคเหนือ พบว่า ตัวแปรอิสระ 3 ตัวแปร ได้แก่ ความสมเหตุสมผล การเลือกวิธีและเครื่องมือ และการสังเกตสถานการณ์การบริโภค ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 โดยความสมเหตุสมผล คือ สถานบันเทิง ต้องมีการกำหนดเวลาเปิด-ปิดที่เหมาะสม มีการจัดเตรียมอาหารที่มีรสชาติอร่อย ดนตรีเพราะ และบรรยากาศต้องเป็นกันเองให้กับผู้เข้าใช้บริการ นอกจากนี้ ต้องมีการจัดการเว้นระยะห่างภายในร้านอย่างเหมาะสม การเลือกวิธีและเครื่องมือ คือ ต้องมีจุดสำหรับวางเจลแอลกอฮอล์ทุกจุดบริการ มีการวัดอุณหภูมิก่อนเข้าสถานบันเทิงและต้องแจ้งข้อมูลให้ทราบ เช่น พนักงานมีการฉีดวัคซีน หรือ กรณีต้องหยิบหรือจับสิ่งของร่วมกันก็มีถุงมือพลาสติกคอยให้บริการ ซึ่งจะช่วยให้เกิดประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้เข้าใช้บริการ สอดคล้องกับ อุมาวรรณ วาทกิจ (2565) พบว่าคุณค่าความสัมพันธ์ และประสบการณ์ การนำเสนอเป็นแนวทางการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ประกอบไปด้วย กระบวนการที่สำคัญได้แก่ การส่งมอบคุณค่า การสร้างความสัมพันธ์ และการสร้างประสบการณ์ลูกค้า สอดคล้องกับ Aliedam, Sobaih and Elshaer (2021) พบว่า ประสบการณ์เป็นตัวแปรกลางที่มีอิทธิพลส่งผ่านคุณภาพงาน ไปยังความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ส่วนการศึกษาของพิรพงศ์ แทนวิทยานนท์ และคณะ (2562) พบว่า การบริหารประสบการณ์ลูกค้า สามารถจัดการผ่านการตลาดบริการ และการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าตามความคาดหวัง มีการให้บริการอย่างทันเวลา และเพียงพอ มีคุณค่าในสายตาของลูกค้า โดยลูกค้าจะประเมินสินค้าและบริการที่ตนเองเข้ารับบริการ หากลูกค้ามีความพึงพอใจก็จะกลับมาใช้บริการซ้ำหรือบอกต่อ และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Babak Taheri, Shab Pourfakhimi, Girish Prayag, Martin J. Ganon and Jörg Finsterwalder (2021) พบว่า การเพิ่มการรับรู้ของผู้บริโภค

การกระตุ้นการพูดปากต่อปากในกลุ่มเพื่อนจะถือเป็นสื่อกลางในความสัมพันธ์บางอย่างที่ทำให้ความรู้สึกที่ดีส่วนตัวแปรที่ไม่ส่งผลต่อตัวแปรตาม คือ การให้ความสำคัญกับประสบการณ์ เนื่องจากการท่องเที่ยวสถานบันเทิงส่วนใหญ่ลูกค้าจะเริ่มต้นจากการทดลองเข้าไปใช้บริการโดยเฉพาะสถานบันเทิงที่เปิดใหม่ เพราะลูกค้าต้องการได้รับประสบการณ์เกี่ยวกับการให้บริการ การจัดสถานที่ การเล่นดนตรี หรือกลุ่มของลูกค้าที่เข้าไปใช้บริการ ดังนั้น จึงขาดการให้ความสำคัญกับประสบการณ์เพราะพื้นฐานการให้บริการของสถานบันเทิงแต่ละที่ไม่มีความแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ส่วนประสมการตลาดบริการมีอิทธิพลเชิงบวกทางตรงต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสถานบันเทิงในเขตภาคเหนือ พบว่า ตัวแปรอิสระ 3 ตัวแปร ได้แก่ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านกระบวนการในการให้บริการ และด้านบุคลากร ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 โดยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ คือ การที่ร้านมีความปลอดภัยในการเข้าใช้บริการ เช่น มีการตรวจหาอาวุธ การตรวจวัดอุณหภูมิ ฉีดแอลกอฮอล์ก่อนเข้าใช้บริการ และพื้นที่ของร้านมีความกว้างขวางไม่แออัด ใกล้ชิดกันจนเกินไป ด้านกระบวนการในการให้บริการ คือ สถานบันเทิงมีขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากและรวดเร็ว และมีความรวดเร็วในการให้บริการหาโต๊ะ ที่นั่ง การรับออเดอร์ การเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่มในระยะเวลาที่เหมาะสม รวมถึงนวัตกรรมบริการลูกค้า ด้านบุคลากร คือ พนักงานเพียงพอในการให้บริการแก่ลูกค้า มีความเอาใจใส่ สามารถให้คำแนะนำ แก้ปัญหาและช่วยเหลือลูกค้าในการรับบริการ และพนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย พุดจาสุภาพและมีอัธยาศัยดี มีพนักงานเพียงพอในการให้บริการแก่ลูกค้า

ทั้งนี้ สำหรับสิ่งสำคัญที่ผู้เข้าใช้บริการต้องการท่องเที่ยวสถานบันเทิงในช่วงโควิด 19 คือ ต้องการสิ่งแวดล้อมภายในร้านที่ให้ความมั่นใจต่อการเฝ้าระวังโรคระบาด มีกระบวนการให้บริการที่สะดวกรวดเร็วและพนักงานให้ความช่วยเหลือหรือให้บริการที่รวดเร็วและถูกต้อง สอดคล้องกับ Kotler (2019) กล่าวว่า ส่วนประสมการตลาดบริการว่าเป็นตัวแปรที่สามารถจะควบคุมได้โดยทางการตลาดหมายถึงการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจได้ประกอบด้วย 7 ด้าน คือ ด้านบริการ คือ สิ่งที่คุณต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์จากผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ด้านบุคลากรหรือพนักงานต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างและเหนือกว่าคู่แข่ง ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ เป็นการนำเสนอรูปแบบการให้บริการด้วยทางกายภาพ เช่น การตกแต่งสถานที่ และด้านกระบวนการที่นำเสนอให้กับผู้ให้บริการได้อย่างถูกต้อง รวดเร็วและเสมอภาค ซึ่งสอดคล้องกับ Yogesh et, al. (2018) ได้กล่าวว่า การตลาดบริการถือเป็นสินค้าที่จับต้องไม่ได้ และไม่สามารถแยกออกจากสินค้าได้ ดังนั้น เพื่อให้เกิดการตลาดบริการที่ดีต้องหมายรวมถึงการมีคุณภาพการบริการด้วย จึงจะทำให้เกิดประสิทธิผลในการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม ส่วนพนิตสุภา ธรรมประมวล (2563) ได้กล่าวถึง ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับการบริการ ด้านบุคคล เป็นผู้ที่มีส่วนร่วมในกระบวนการให้บริการหรือให้คำแนะนำดูแลเอาใจใส่ และลูกค้าที่มาใช้บริการ ด้านกระบวนการ คือ ขั้นตอนและวิธีการในการให้บริการ รวมถึงระเบียบวิธีการทำงานซึ่งเกี่ยวข้องกับการได้นำเสนอบริการให้กับลูกค้าให้เป็นที่พึงพอใจ นอกจากนี้ Thakur (2019) พบว่า การมีส่วนร่วมของลูกค้าและ

การใช้แอปบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ช่วยให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่นักการตลาดสามารถนำไปปฏิบัติได้ ทำให้มีกลไกในการแบ่งกลุ่มลูกค้าตามระดับการมีส่วนร่วมและพิจารณาระดับความพึงพอใจในกลุ่ม ต่าง ๆ ดังนั้น จะเห็นได้ว่า การนำเสนอส่วนประสบการณ์การตลาดบริการ จะช่วยให้ผู้เข้าใช้บริการสามารถเลือกหรือเปรียบเทียบสถานบันเชิงต่าง ๆ ก่อนการตัดสินใจเข้าใช้บริการ และหากมีประสบการณ์ในการเข้าใช้บริการแล้วเกิดความประทับใจ หรือ เกิดความพึงพอใจย่อมตัดสินใจในการกลับมาใช้บริการซ้ำในครั้งต่อไป ส่วนตัวแปรที่ไม่ส่งผลต่อตัวแปรตาม ได้แก่ สิ่งที่ทำให้บริการหรือบริการที่ธุรกิจเสนอให้กับลูกค้า การตั้งราคาบริการ วิธีการส่งเสริมการขาย และช่องทางการจัดจำหน่าย โดยตัวแปรเหล่านี้มีผลหรือมีค่าความสัมพันธ์น้อย กล่าวคือนักท่องเที่ยวสถานบันเชิงมีความตั้งใจที่ออกเที่ยวตามสถานบันเชิงอยู่แล้วจึงมีความพร้อมและเต็มใจที่จะจ่ายเงินเพื่อบริการเหล่านั้น อีกทั้งการนำเสนอของสถานบันเชิง การกำหนดราคา การส่งเสริมการขายและช่องทางการจัดจำหน่ายของแต่ละแห่งไม่แตกต่างกันมากนัก ดังนั้น เมื่อต้องเข้าไปใช้บริการสถานบันเชิงลูกค้าส่วนใหญ่จะเน้นการให้ความสำคัญกับกระบวนการให้บริการ หรือพนักงานเสิร์ฟที่จะเข้ามาดูแลหรือคอยอำนวยความสะดวกรวมถึงสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ นอกจากนี้การจัดสภาพแวดล้อมที่มีความปลอดภัยและน่าเชื่อถือในสถานการณ์โควิดย่อมเป็นสิ่งที่ลูกค้าให้ความสำคัญเป็นอันดับต้น ๆ

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1. เนื่องจากระดับความสำคัญของการตลาดเชิงประสบการณ์ด้านการสังเกตสถานการณ์การบริโภค และด้านความสมเหตุสมผล ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับ การสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอภาพลักษณ์ที่มีความปลอดภัยต่อการให้บริการในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 การจัดหาพนักงานที่เข้ากับกลุ่มเป้าหมาย การให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมของร้าน ทั้งนี้เพื่อการตอบสนองสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า โดยการนำไปออกแบบ วางแผนกลยุทธ์ แผนงานและกิจกรรมของตน
2. ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาในเรื่องการตลาดเชิงประสบการณ์ ส่วนประสบการณ์ทางการตลาดบริการและการกลับมาใช้บริการซ้ำ เท่านั้น การศึกษาวิจัยในอนาคตควรต่อยอดและสร้างองค์ความรู้ใหม่สู่การพัฒนาธุรกิจนี้ในประเด็นที่ทันต่อสถานการณ์การแข่งขันหรือการเปลี่ยนแปลง เช่น กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อการแข่งขัน หรือ สร้างความได้เปรียบในยุคดิจิทัล เป็นต้น
3. เนื่องจากผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณเท่านั้น โดยมุ่งเน้นกลุ่มผู้ให้บริการของสถานบันเชิง ดังนั้น การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาในมุมมองของผู้ประกอบการทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลและเห็นประเด็นที่ศึกษาในเชิงลึกมากขึ้น

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. ผู้ประกอบการสถานบันเทิงควรให้ความสำคัญในการเลือกใช้วิธีและเครื่องมือ ที่จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความมั่นใจ เชื่อมั่นและเกิดความประทับใจในการเข้าใช้บริการ โดยเฉพาะในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งต้องดำเนินการตามมาตรการที่กำหนดของรัฐบาลและสาธารณสุข ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ และพึงพอใจในบริการจนทำให้เกิดการบอกต่อแบบปากต่อปาก จนถึง การกลับมาใช้บริการซ้ำในครั้งต่อ ๆ ไป

2. ผู้ประกอบการสถานบันเทิงควรตระหนักถึงความสำคัญของการนำเสนอบริการที่ดีให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านคุณภาพการให้บริการ การจัดสถานที่แบบเว้นระยะห่าง การให้บริการที่เป็นมิตรและสุภาพ การปฏิบัติตามมาตรการโควิด 19 อย่างเคร่งครัด เพื่อสร้างความมั่นใจต่อการเข้าใช้บริการแก่ลูกค้า พิจารณา การตั้งราคาบริการในการจัดกิจกรรมพิเศษ การลดราคา การแถมเครื่องดื่มสำหรับกระดุนยอดขาย ควรตระหนักถึงการให้บริการที่สมเหตุสมผล ด้วยการออกแบบการให้บริการรูปแบบใหม่ที่ทันต่อสถานการณ์ในปัจจุบัน ให้ความสำคัญกับการจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพให้เหมาะสมและปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของผู้ใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงการสังเกตสถานการณ์การบริโภคเพื่อให้เกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำในครั้งต่อ ๆ ไป

เอกสารอ้างอิง

- กรุงเทพมหานคร. (2565). *เช็คประกาศ กทม.ฉบับ 49 กำหนดนั่งดื่มเหล้าในร้านอาหาร SHA PLUS ไม่เกิน 3 ทุ่ม*. สืบค้นเมื่อ 10 มกราคม 2565 จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/981569>.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2561). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จุฑาทิพย์ พรหมวงศ์, อโณทัย งามวิชัย และ ยุทธนา ธรรมเจริญ. (2561). พฤติกรรมการใช้บริการผับและสถานบันเทิงรอบสถานศึกษาของนักศึกษามหาวิทยาลัย ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 12(1), 23-37.
- ซัชนณ สีนภัทรชาติ. (2562). การศึกษาเปรียบเทียบการกลับมาใช้บริการซ้ำของบัตเจ็ทไฮเทลและโฮสเทลของเมืองท่องเที่ยวหลักในประเทศไทย. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 13(1), 139-154.
- ถิรวรรณ สกุลวงศ์ศิริโชค และ ณัฐสพันธ์ เผ่าพันธุ์. (2563). การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน : การตลาดเชิงประสบการณ์กับการ สนับสนุนแบรนด์ของอุตสาหกรรมเครื่องสำอางในประเทศไทย. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์*, 7(3), 126-141.
- ทิชากร เกสรบัว. (2564). โมเดลเชิงสาเหตุของการสื่อสารแบบปากต่อปาก และสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานบันเทิงยามค่ำคืนในเขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา*, 16(1), 79-88.

ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยู่ธยา. (2563). *การตลาดบริการ : แนวคิดและกลยุทธ์ = Service*

Marketing : Concepts and Strategies (พิมพ์ครั้งที่ 6, ฉบับปรับปรุง). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

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

ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2565). *สถาบันเทিংปรับเป็นร้านอาหาร ต้มเหล้าได้ ต้องทำอย่างไร. สืบค้นเมื่อ* 20 มกราคม 2565 จาก <https://www.prachachat.net/general/news-846584>.

พนิตสุภา ธรรมประมวล. (2563). *การตลาดบริการ* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: พี.เอ.ลีฟวิ่ง.

พิรพงศ์ แทนวิทยานนท์, เกศรา สุกเพชร และโชคชัย สุเวชวัฒนกุล. (2562). *การบริหาร*

ประสบการณ์ลูกค้า คุณค่า และความพึงพอใจลูกค้าธุรกิจท่องเที่ยวต่างประเทศ : ความสัมพันธ์เชิงทฤษฎี. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 13(1), 107-122.

มนชิตดา ทองเกิด. (2565). *นวัตกรรมบริการ: กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างของธุรกิจบริการ.*

วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 12(1), 114-129.

ลีซื่อ อ้าย. (2564). *ปัจจัยการตลาดเชิงประสบการณ์(Experiential Marketing) ที่ส่งผลต่อการ*
ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ หัวย่อยในกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิตสาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).

วงศ์สิทธิ์ สิงห์ดำรง และ ชาญชัย จิตรเหล้าอาพร. (2564). *การนำนโยบายการป้องกัน และควบคุมการ*
แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ไปปฏิบัติในกรณีสถานบันเทิงบนถนนข้าวสาร.
วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์, 4(4), 75-84.

วรวรรณ วิมลอุดมสิทธิ์. (2564). *ปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาน*
บันเทิงย่านเอกมัย ของผู้ใช้บริการสถานบันเทิงในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญา
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).

วรสิริญา ศุภธนโชติพงศ์. (2562). *คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการซ้ำของ*
ลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาพื้นที่ส่วนกลางกรุงเทพมหานคร ภาค 203.
(วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัย
ศิลปากร).

สมหมาย โง้วสกุล อุษณีย์ เสวกวัชร และ ชาญชัย บัญชาพัฒนาศักดา. (2563). *การสร้างรายได้เปรียบใน*
การแข่งขันของภาคธุรกิจบริการ : กรณีศึกษาสถานบันเทิงในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารคุณภาพ
ชีวิตและกฎหมาย, 15(1), 35-47.

อุมาวรรณ วาทกิจ. (2565). *แนวทางการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์สำหรับผู้จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค*
ในประเทศไทย. วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. 12(1), 288-302.

- Aliedan, M.M., Sobaih, A.E.E., Elshaer, I.A. (2021). Influence of Cities-Based Entertainment on Tourist Satisfaction: Mediating Roles of Destination Image and Experience Quality. *Sustainability*, 13, 11086.
- Kotler, Philip.; Keller, Kevin Lane. (2019). *Marketing management* (13th ed). New Jersey: Pearson Education Inc.
- Mascarenhas, O. A., Kesavan, R., Bernacchi, M. (2006). Lasting customer loyalty: A total customer experience approach. *Journal of Consumer Marketing* 23(7), 397–405.
- Miles, J. and Shevlin, M. (2001). Applying Regression and Correlation. *Journal of the Royal Statistical Society. Series D (The Statistician)*, 50(4) DOI:10.2307/2681241.
- Nunnally, J.C. and Bernstein, I.H. (1994). The Assessment of Reliability. *Psychometric Theory*, 3, 248-292.
- Taheri, B., Pourfakhimi, S., Prayag, G., Gannon, M.J. and Finsterwalder, J. (2021). Towards co-created food well-being: culinary consumption, braggart word-of-mouth and the role of participative co-design, service provider support and C2C interactions. *European Journal of Marketing*, 55(9), 2464-2490.
- Thakur, R. (2019). The moderating role of customer engagement experiences in customer satisfaction–loyalty relationship. *European Journal of Marketing*, 53(7), 1278-131.
- Yamane, T. (2010). *Statistics: An Introductory Analysis*. New York: Harper and Row.
- Yogesh Hole, Snehal Pawar and Mahesh P Bhaskar. (2018). Service Marketing and Quality Strategies. *Periodicals of Engineering and Natural Sciences*, 6(1), 182-196 .

**ผลกระทบของความผันผวนกระแสเงินสดและความผันผวนกำไรสุทธิ
ต่อมูลค่ากิจการบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย**
**The Impact of Cash Flow Volatilities and Earning Volatilities
on Firm Value of Listed Companies in the Shock Exchange of Thailand**

พิมพ์ผกา ใจมุข

Phimpaka Jaimuk

อาจารย์ประจำหลักสูตรบัญชีบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

อีเมล: pimpaka.j@chandra.ac.th

วันที่รับบทความ (Received)

25 พฤษภาคม 2565

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

4 กันยายน 2565

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

10 กันยายน 2565

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาผลกระทบของความผันผวนของกระแสเงินสดที่มีต่อมูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาผลกระทบของความผันผวนของกำไรสุทธิที่มีต่อมูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และ 3) เพื่อศึกษาผลกระทบของความผันผวนของกระแสเงินสด และความผันผวนของกำไรสุทธิที่มีต่อมูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ได้แก่ 1) กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร 2) กลุ่มทรัพยากร 3) กลุ่มเทคโนโลยี 4) กลุ่มบริการ 5) กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม 6) กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค 7) กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง รวมจำนวนทั้งสิ้น 343 บริษัท 686 ข้อมูล ประจำปี พ.ศ. 2560–2561 การวิเคราะห์ข้อมูลทฤษฎี ใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา และวิเคราะห์ การถดถอยเชิงพหุ ผลการวิจัยพบว่าความผันผวนของกระแสเงินสด และความผันผวนของกำไรสุทธิมีผลกระทบ เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่มีต่อมูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ดังนั้นผลกระทบความผันผวนของกระแสเงินสด และความผันผวนของกำไรสุทธิมีความผันผวนสูงสะท้อนต่อมูลค่ากิจการสูงย่อมส่งผลถึงการเติบโตของกิจการในอนาคต ทำให้นักลงทุนเลือกลงทุนในกิจการที่มีมูลค่ากิจการที่สูง และความผันผวนของกำไรเป็นส่วนหนึ่งของความผันผวนของกระแสเงินสด และกลายเป็นสิ่งที่ช่วยเพิ่มมูลค่ากิจการ

คำสำคัญ: ความผันผวนของกระแสเงินสด, ความผันผวนของกำไรสุทธิ, มูลค่ากิจการ,
บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ABSTRACT

This research aimed to study 1) the impact of cash flow volatilities on the firm value of listed companies on the stock exchange of Thailand, 2) the impact of earning volatilities of the firm value on the firm value of o listed companies in the stock exchange of Thailand and 3) the impact of cash flow volatilities and earning volatilities of the firm value of listed companies on the stock exchange of Thailand. The sample group consisted of 1) Agro & food industry group 2) Resources group 3) Technology group 4) Service groups 5) Industrials group 6) Consumer products group 7) Property and construction group, 343 Thai listed companies with 686 data during 2017 - 2018. Descriptive statistics and multiple regression analysis were used in this research. The results of the study impact showed that cash flow volatility and earning volatilities had a statistically significant positive of the firm value of listed companies on the stock exchange in Thailand. Therefore, the impact on cash flow volatility and earning volatility is highly volatile. The firm value is highly volatile. This results in high business value growth of the business in the future. Investors choose to invest in businesses with high business values. The earning volatility is part of cash flow volatility and becomes causes that increases the value of the business.

Keywords: Cash Flow Volatilities, Earning Volatilities, Firm Value,
Listed Companies in the Shock Exchange of Thailand

บทนำ

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปัจจุบันจึงเป็นศูนย์กลางที่สำคัญในการซื้อขายหลักทรัพย์ รวมถึงเป็นแหล่งข้อมูลที่รายงานทางการเงินของผลการดำเนินงานกิจการที่ต้องเปิดเผยข้อมูลของงบการเงิน เพื่อให้ผู้ใช้งบการเงินนำข้อมูลทางบัญชีนำไปวิเคราะห์ในการตัดสินใจ การวางแผน การประเมินสภาพคล่องของกิจการ และเป็นตัววัดความสามารถในการสร้างมูลค่ากิจการจากการดำเนินงานของบริษัท ดังนั้นข้อมูลทางการเงินที่เป็นตัวเลขของกระแสเงินสด และตัวเลขทางกำไรสุทธิ โดยเป็นส่วนหนึ่งในการสะท้อนถึงผลการดำเนินงานของกิจการที่มีความสำคัญ และเป็นเครื่องมือในการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจต่อผู้มีส่วนได้เสียที่แสดงถึงฐานะทางการเงินของกิจการ ตลอดจนผลการดำเนินงานของกิจการ และการเลือกใช้นโยบายทางการเงินบัญชีจึงมีความสำคัญของตัวเลขของกระแสเงินสด และกำไรสุทธิ

โดยแสดงตัวเลขเพื่อสร้างรายงานทางการเงินของผลการดำเนินงานให้อยู่ในระดับที่ส่งผลดีต่อกิจการมากที่สุด

อย่างไรก็ตามข้อมูลของความผันผวนของกำไรสุทธิ และความผันผวนของกระแสเงินสด โดยนำตัวเลขจากรายงานทางการเงิน ซึ่งถือเป็นข้อมูลทางบัญชีที่สำคัญเป็นเครื่องมือที่วัดความผันผวนและความสามารถในการเพิ่มหรือการลดที่มีต่อมูลค่ากิจการจากการดำเนินงานซึ่งจะมีผลโดยตรงต่อการตัดสินใจของตลาดทุน ในขณะที่งานวิจัย กัญญาวิรุฑ์ ทิพย์ธนะกาญจน์ (2559) กล่าวว่าความผันผวนของกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน และความผันผวนของผลการดำเนินงานมีความสัมพันธ์ต่อมูลค่ากิจการ Froot, Scharfstein & Stein (1993) พบว่าบริษัทที่มีกระแสเงินสดที่รักษาระดับที่มีความสม่ำเสมอ นั้นจะสามารถพึ่งพาแหล่งเงินทุนจากภายในกิจการหากต้องการลงทุน และลดต้นทุนทางการเงินจากแหล่งเงินทุนภายนอก John & Clifford (1999) กล่าวว่าความผันผวนทางการเงินนั้นทำให้ผู้บริหารป้องกันความเสี่ยงของผลกระทบ โดยเฉพาะความผันผวนของรายได้ที่ส่งผลให้มูลค่ากิจการเพิ่มขึ้นหรือลดลง ซึ่ง Pástor & Stambaugh (2003) ยังพบว่าความผันผวนกำไรสุทธิ และความผันผวนของกระแสเงินสดของกิจการในการตรวจสอบสภาพคล่องของกิจการนั้น สะท้อนถึงโอกาสในการเติบโตของกิจการในอนาคต ยิ่งกิจการมีความผันผวนมากยิ่งมีโอกาสนในการเติบโตสูง เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Brealey (2000) กล่าวว่า ผลการดำเนินงานกิจการควรที่จะกำหนดเป้าหมายทางการเงินที่มีต่อมูลค่ากิจการเน้นที่มูลค่าปัจจุบันสุทธิในระดับที่สูงสุด แต่ถ้ากำไรเชิงเศรษฐศาสตร์ของมูลค่ากิจการต่อกำไรสุทธิ และกระแสเงินสดทางการเงินบัญชีมีข้อจำกัดด้านการบันทึกบัญชี โดยจะเป็นการคำนวณกำไร อัญญา ชันธวิทย์, ศิลพร ศรีจันทเพชร และเดือนเพ็ญ จันทร์ศิริศรี (2552) กล่าวว่าผู้ถือหุ้นจะทำกิจกรรมต่าง ๆ ของบริษัทเพื่อสร้างความสามารถในการทำกำไร และมูลค่ากิจการสูงอย่างต่อเนื่องสร้างความน่าเชื่อถือให้กับกิจการในระยะยาวตลอดจนสามารถแข่งขันในตลาดทุนเพิ่มมูลค่าสูงสุดให้กับกิจการ ไพสรณ์ สูงสมบัติ (2561) กำไรสุทธิมีค่าเพิ่มขึ้นส่งผลทำให้มูลค่ากิจการนั้นจะมีค่าเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ญัฐชา วัฒนวิไล (2554) พบว่าความผันผวนทางเศรษฐศาสตร์ โดยวัดมูลค่ากิจการสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มของกิจการสูงกว่าต้นทุนเงินลงทุน และผู้บริหารตั้งเป้าหมายไว้สูงถือว่าประสบความสำเร็จ แต่ถ้าหากผู้บริหารตั้งเป้าหมายต่ำจึงต้องปรับกลยุทธ์ และกำหนดนโยบายทางการเงินบัญชี เพื่อสร้างมูลค่ากิจการ Pástor & Stambaugh, (2003) พบว่าความผันผวนของกระแสเงินสด และกำไรสุทธิสะท้อนถึงโอกาสการเติบโตของกิจการในอนาคต ยุวดี วงค์แว่น้อย (2563) กล่าวว่ากิจการที่มีกำไรสูงก็ส่งผลที่มีต่อสินทรัพย์ของกิจการสูง โดยจะส่งผลต่ออัตราการเติบโตของกำไรสูงทำให้ความผันผวนของกำไรสูง และส่งผลให้กิจการจะมีความสามารถเพิ่มมูลค่ากิจการของกระแสเงินสด วาสนา แก้วคำ (2562) พบว่า ในช่วงหลังเกิดวิกฤตเศรษฐกิจทำให้สภาวะทางเศรษฐกิจไม่ปกติ สามารถพยากรณ์ได้ว่ามีผลกระทบต่อความผันผวนของ

กระแสเงินสดและผลกระทบของกำไรสุทธิมีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่ากิจการ เนื่องจากปัจจัยทางด้านสถานะทางเศรษฐกิจไม่ปกติ

ดังนั้นการวิเคราะห์มูลค่ากิจการไม่เพียงแต่พิจารณาตัวเลขอย่างเดียวต้องคำนึงถึงปัจจัยจากสาเหตุดังกล่าวที่เกิดจากการผันผวนของกระแสเงินสด และความผันผวนของกำไรสุทธิที่เกิดขึ้น ซึ่งเป็นตัววัดประสิทธิภาพของกิจการ และสะท้อนสภาพคล่องทางการเงินจึงอาศัยข้อมูลทางการเงินในอดีตเพื่อพยากรณ์ทางการเงินยังไม่เพียงพอ เนื่องจากรายงานทางการเงินอาจมีช่องโหว่ และข้อมูลบิดเบือน รวมถึงในการจัดการกำไรทางการเงิน ศิลปพร ศรีจันทเพชร (2551) พบว่าการวัดผลการดำเนินงานของการวัดมูลค่ากิจการโดยใช้ Tobin's Q สะท้อนถึงการวัดมูลค่ากิจการ Alshimmiri (2004) พบว่าการวัดมูลค่ากิจการที่มีผลกระทบต่อการวัดมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐศาสตร์ทำให้มูลค่ากิจการสูง Pham, Suchard & Zein (2011) การวัดมูลค่ากิจการโดยใช้ตัววัดค่า Tobin's Q การวัดมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐศาสตร์ และการวัดมูลค่ากิจการในระยะยาว โดยมูลค่ากิจการย่อมมีผลต่อการตัดสินใจลงทุน และช่วยสร้างความเชื่อมั่น แต่ถ้าธุรกิจนั้นมีความเสี่ยงในการลงทุนต่ำหลักทรัพย์จะมีอัตราส่วนราคาหุ้นต่อกำไรสูงมีความเสี่ยงในการลงทุนสูงส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุน

ทั้งนี้จากการศึกษาข้อมูลในอดีตของบริษัทจดทะเบียนในต่างประเทศส่วนใหญ่เป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว เนื่องจากเป็นข้อมูลขนาดกิจการที่มีขนาดใหญ่ จึงทำให้ข้อมูลนั้นมีอัตราการเติบโตค่อนข้างคงที่ แต่สำหรับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยนั้นเป็นกิจการมีขนาดปานกลางจนถึงกิจการขนาดใหญ่มีอัตราการเติบโตตามลำดับ และอาจจะทำให้ความสัมพันธ์ดังกล่าวได้ผลลัพธ์ที่แตกต่างกันในบริบทแต่ละอุตสาหกรรม นอกจากนี้งานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ศึกษาในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยยังไม่ครอบคลุมอุตสาหกรรมทุกกลุ่มอุตสาหกรรมเท่าที่ควร รวมถึงผลการวิจัยในอดีตยังมีความหลากหลายไม่ชัดเจนที่มีต่อบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และเป็นสาเหตุเลือกศึกษาเฉพาะบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจากกลุ่มอุตสาหกรรม 7 กลุ่ม ประกอบไปด้วย 1) กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร 2) กลุ่มทรัพยากร 3) กลุ่มเทคโนโลยี 4) กลุ่มบริการ 5) กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม 6) กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค 7) กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง โดยกลุ่มอุตสาหกรรมทั้ง 7 กลุ่มดังกล่าว มีแนวโน้มการเติบโตอย่างมากในช่วงปี พ.ศ. 2560-2561 จากการเก็บข้อมูล (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET), 2563) ดังนั้นผู้วิจัยสนใจที่ศึกษาผลกระทบของความผันผวนของกระแสเงินสด และความผันผวนกำไรสุทธิที่มีต่อมูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

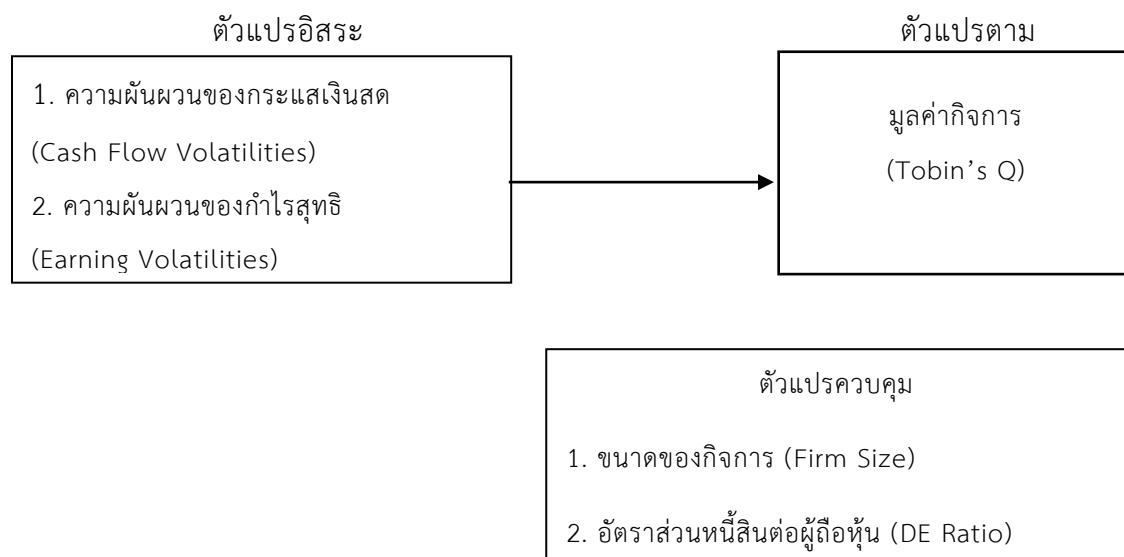
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาผลกระทบของความผันผวนของกระแสเงินสดที่มีผลต่อมูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาผลกระทบของความผันผวนของกำไรสุทธิที่มีผลต่อมูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาผลกระทบของความผันผวนของกระแสเงินสดและความผันผวนของกำไรสุทธิที่มีผลต่อมูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สมมติฐานการวิจัย

1. ความผันผวนของกระแสเงินสดที่ส่งผลกระทบต่อเชิงบวกที่มีต่อมูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2. ความผันผวนของกำไรสุทธิที่ส่งผลกระทบต่อเชิงบวกที่มีต่อมูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
3. ความผันผวนของกระแสเงินสดและความผันผวนของกำไรสุทธิมีผลกระทบต่อเชิงบวกที่มีต่อมูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัยที่ประกอบด้วยตัวแปรอิสระ ตัวแปรตาม และตัวแปรควบคุม

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับกระแสเงินสด

แนวคิดเกี่ยวกับกระแสเงินสดเป็นการพยากรณ์ เพื่อสะท้อนถึงผลการดำเนินงานของกิจการที่มีกระแสเงินทุนหมุนเวียนมากเท่าไรก็จะสะท้อนความสามารถในการทำกำไร งบกระแสเงินสดจึงเป็นเครื่องมือบ่งชี้ถึงทิศทางของกระแสเงินสดที่ได้มาของกิจกรรมดำเนินงาน กิจกรรมจัดหาเงิน และกิจกรรมลงทุน (Fama & French, 1995) เช่นเดียวกับงานวิจัย ปรานญาดา สถาปนรัตน์กุล และประยูร โตสงวน (2558) รายงานกระแสเงินสดมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับราคาตลาดของหลักทรัพย์ แต่ในทางตรงกันข้ามกระแสเงินสด และอัตราส่วนความสามารถในการทำกำไรอื่น ๆ กลับไม่พบความสัมพันธ์กับราคาตลาดของหลักทรัพย์ ปิยาภิศศักดิ์ เจียรสุคนธ์ และสุริย์ โปษกรณัฐ (2561) พบว่ากระแสเงินสดมีความสัมพันธ์ และอิทธิพลในทิศทางบวกกับราคาตลาดต่อกำไร เนื่องจากงบกระแสเงินสดนั้นแสดงถึงแหล่งที่มาแหล่งที่ใช้ไปของเงินสด Allen (2000) กล่าวว่าความสามารถของกิจการก่อให้เกิดกระแสเงินสดจากการดำเนินงานในการตัดสินใจลงทุน และแหล่งเงินทุนก็มีความเชื่อมั่นในการปล่อยสินเชื่อให้แก่กิจการ Al-Harbi (2003) พบว่ากระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับมูลค่ากิจการ และ Cohen & Lys (2006) พบว่ากระแสเงินสดมีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันกับผลตอบแทนของหลักทรัพย์

2. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพกำไร

คุณภาพกำไรสะท้อนความมีเสถียรภาพของกำไร เพื่อให้กำไรนั้นมีคุณภาพอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ โดยคุณภาพของกำไรจึงเป็นคุณลักษณะที่มีผลต่อมูลค่ากิจการในการพยากรณ์ ซึ่งจะส่งผลทำให้กิจการเกิดความมั่งคั่งในอนาคต คุณภาพกำไรจึงมีความสัมพันธ์กับมูลค่ากิจการ ยิ่งคุณภาพกำไรมีความสัมพันธ์กับมูลค่ากิจการมากขึ้นเท่าไร กำไรก็ยิ่งมีคุณภาพมากขึ้นเท่านั้น (วรศักดิ์ ทุมมานนท์, 2548) คุณภาพกำไรจึงเป็นแนวคิดที่เกิดขึ้นในช่วง ค.ศ. 1930 ในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่าเป็นหลักทรัพย์ที่มีมูลค่าสูงหรือต่ำกว่ามูลค่าที่แท้จริงจะสามารถตรวจสอบได้จากงบการเงินของกิจการ ดังนั้นคำนิยามที่ว่ากำไรที่มีคุณภาพจึงอยู่ระหว่างกำไรสุทธิทางบัญชี กับกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน และคุณภาพกำไรคือตัวเลขกำไรในอดีตในการพยากรณ์ และถ้ามีการจัดการกำไรจะทำให้กำไรด้อยคุณภาพ จึงต้องใช้หลักความระมัดระวังทางบัญชีของเกณฑ์คงค้างในการวัดคุณภาพกำไรของกิจการ (Schipper & Vincent, 2003) กำไรประกอบด้วยรายการคงค้างที่เป็นเงินสด ดังนั้นกำไรขาดทุนที่มีความผันผวนในอดีตนำมาพยากรณ์กำไรขาดทุนในอนาคต (Daraghma, 2013) ในขณะที่ Kanagaretnam, Mathieu & Shehata, (2009) พบว่ากำไรสุทธิมีความสามารถในการพยากรณ์ความผันผวนของกำไรในอนาคตได้ ดังนั้นการรายงานงบการเงินต่อสาธารณชนต้องมีความโปร่งใสไม่บิดเบือนความจริง และสะท้อนถึงข้อมูลทางการเงินที่มีความน่าเชื่อถือ (Francis, Olsson & Schipper, 2008) พบว่าตัวเลขทางกำไรยังไม่สะท้อนต่อผลการดำเนินงานของบริษัทผู้บริหารมักจะเลือกใช้ดุลยพินิจและใช้นโยบายทางการเงินบัญชี เพื่อจัดการกำไรทางบัญชี

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ Tobin Q

มูลค่ากิจการซึ่งจะสะท้อนถึงการเติบโตของบริษัท ผู้บริหารมีหน้าที่ในการสร้างมูลค่ากิจการให้สูงขึ้นให้กับผู้มีส่วนได้เสียขององค์กร ตามแนวคิด Tobin's Q เป็นการวัดมูลค่ากิจการ ของ Professor James T. Tobin ศาสตราจารย์แห่งมหาวิทยาลัย Yale ผู้ที่ได้รับรางวัลโนเบลสาขาเศรษฐศาสตร์ในปี ค.ศ.1981 ได้เสนอเครื่องมือการวัดของกิจการเกี่ยวกับแนวคิดชื่อว่า Tobin's Q เป็นทฤษฎี Tobin's Q เป็นตัววัดผลการปฏิบัติงานการผสมผสานข้อมูลจากงบการเงิน และมูลค่าทางการตลาด Professor James T. Tobin เชื่อว่าค่า Tobin's Q เป็นตัววัดที่สะท้อนถึงมูลค่ากิจการที่สามารถคาดการณ์การตัดสินใจลงทุนในอนาคต Tobin's Q (วรภาพ เสือพลาย, 2554) กล่าวว่า Tobin's Q สูงจะสะท้อนกิจการที่มีความสามารถในการใช้ทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมูลค่าทางการตลาดมีค่ามากกว่ามูลค่าของสินทรัพย์ที่ใช้ไป แต่ถ้าค่า Tobin's Q ต่ำสะท้อนถึงกิจการที่ไม่มีความสามารถให้สินทรัพย์ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

การใช้ทฤษฎี Tobin's Q เป็นตัววัดผลการปฏิบัติงานเชิงเศรษฐศาสตร์ระหว่างด้านการบัญชีด้านการเงิน ด้านเศรษฐศาสตร์ และมูลค่าตลาดของหุ้นรวมถึงหนี้สินต่อราคาตามบัญชีของสินทรัพย์ที่จะสะท้อนถึงมูลค่ากิจการที่เกิดขึ้นในอดีตสามารถตัดสินใจ และคาดคะเนโอกาสการลงทุน Borhan, Mohamed & Azmi, (2014) พบว่าอัตราส่วนกำไรสุทธิมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อประสิทธิภาพทางการเงินของกิจการ (สหราชอาณาจักร, 2558) แนวคิดของการคำนวณ Tobin's Q มีดังนี้ 1) Tobin's Q ตามแนวคิดของ Lingenderg and Ross ปี ค.ศ.1981 ใช้การวัดมูลค่าทางการตลาดของกิจการ 2) Tobin's Q ตามแนวทางของ NBER ปี ค.ศ.1988 National Bureau of Economic Research โดย Hall และคณะ ได้ศึกษาข้อมูลของค่าใช้จ่ายในการทำวิจัยและการพัฒนาของบริษัทในสหรัฐอเมริกา 3) Tobin's Q ตามแนวคิดของ Lewallen และ Badrinath ปี ค.ศ.1997 ได้ศึกษาเกี่ยวกับการคำนวณ Tobin's Q ของมูลค่าทางการตลาดของหุ้นสามัญ 4) คำนวณมูลค่าทางการตลาดของหนี้สินระยะยาวเมื่อเทียบกับมูลค่าทางการตลาดเมื่ออายุครบ 20 ปี ของอัตราดอกเบี้ยจะมีระดับความน่าเชื่อถือ (Credit Rating)

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

เป็นบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีรอบระยะเวลาบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม ในวันสิ้นงวดรอบระยะบัญชี ระหว่างปี พ.ศ. 2560-2561 ในช่วงที่ทำการศึกษา และศึกษาเฉพาะบริษัทที่มีข้อมูลตรงตามสมมติฐานของการวิจัย และต้องไม่เป็นบริษัทไม่ถูกจำกัดให้อยู่ในกลุ่มบริษัทอันประกอบด้วย 1) กลุ่มเงินทุนหลักทรัพย์ 2) กลุ่มธนาคาร 3) กลุ่มประกันชีวิต 4) กลุ่มที่อยู่ระหว่างฟื้นฟูกิจการ และ 5) กลุ่มกองทุนและธุรกิจขนาดกลาง (MAI) เนื่องจากกลุ่มบริษัทดังกล่าวต้องปฏิบัติตามข้อตกลงเฉพาะในการกำกับดูแลนอกเหนือจากกฎเกณฑ์ (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

(SET), 2563) จากการเลือกข้อมูลตามเกณฑ์การคัดเลือกข้อมูลให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาทั้งสิ้น หลังจากหักกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าผิดปกติแล้ว โดยข้อมูลที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างรวมเป็นจำนวน 343 บริษัท 686 ข้อมูล (2 ปี) มีจำนวนทั้งหมด 7 กลุ่มอุตสาหกรรมได้แก่ 1) กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร จำนวน 45 บริษัท 2) กลุ่มทรัพยากร จำนวน 31 บริษัท 3) กลุ่มเทคโนโลยี จำนวน 28 บริษัท 4) กลุ่มบริการ จำนวน 68 บริษัท 5) กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม จำนวน 65 บริษัท 6) กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค จำนวน 32 บริษัท 7) กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง จำนวน 74 บริษัท

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ประกอบด้วย ฐานข้อมูลของงบการเงินรวมรายปี (56-1) และหมายเหตุประกอบงบการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามที่มีความสัมพันธ์เชิงเส้น เพื่อประมวลผลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ

วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากการทบทวนเอกสาร ฐานข้อมูลของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยศึกษาข้อมูลอุตสาหกรรม (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET), 2563) เป็นข้อมูลสาธารณะซึ่งรวบรวมจากงบการเงิน รายงานประจำปี เว็บไซต์ แหล่งรวบรวมข้อมูลด้านการเงินในระบบ SETSMART (SET Market Analysis and Reporting Tool) และการลงทุน Set trade (www.settrade.com) อยู่ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2560–2561 ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าสูงสุด (Maximum) ค่าต่ำสุด (Minimum) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) การทดสอบสมมติฐาน โดยตั้งระดับนัยสำคัญที่ .01 หรือ ณ ระดับความเชื่อมั่น 99% และระดับนัยสำคัญที่ .05 หรือ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% มีสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานประกอบด้วย การหาสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน โดยการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ

ตารางที่ 1 คาดการณ์ความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

สัญลักษณ์	ตัวแปร	วิธีการวัดค่า
Tobin's Q	มูลค่ากิจการ	มูลค่าตลาดหุ้นสามัญบวกหนี้สินรวมหารด้วยสินทรัพย์ทั้งหมด
CFV	ความผันผวนของกระแสเงินสด (Cash Flow Volatilities)	กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงานลบ กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงานปี t-1 หารด้วยกระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงานของปีที่ t -1
EARV	ความผันผวนของกำไรสุทธิ (Earning Volatilities)	กำไรสุทธิ ลบ กำไรสุทธิปี t-1 หารกำไรสุทธิที่ t -1
SIZE	ขนาดของกิจการ (Firm Size)	สินทรัพย์รวม
DE	อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวม (DE Ratio)	หนี้สินรวมหารส่วนผู้ถือหุ้น

สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์เบื้องต้นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเพื่อทดสอบสมมติฐานของสมการซึ่งเป็นการแสดงผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา และเชิงอนุมาน ดังนี้

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา

Variable	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CFV	-1.11	3.06	2.94	1.77
EARV	-5.15	1.85	1.72	1.06
Tobin's Q	2.28	1.31	2.96	1.01
SIZE	2.82	2.36	3.36	1.45
DE	-9.42	2.38	1.10	1.62

Valid N (listwise) : 686 data

จากตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยของผลการวิจัยพบว่าความผันผวนของกระแสเงินสดอัตราค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94 โดยกิจการมีความผันผวนของกระแสเงินสดที่ค่าสูงสุดเท่ากับ 3.06 และมีค่าต่ำสุดเท่ากับ -1.11 เมื่อพิจารณาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.77 และความผันผวนของกำไรสุทธิ โดยมีอัตราค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.72 มีค่าสูงสุดเท่ากับ 1.85 ค่าต่ำสุดเท่ากับ -5.15 เมื่อพิจารณาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.06 และมูลค่ากิจการโดยมีอัตราค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96 ของมูลค่ากิจการและค่าสูงสุดเท่ากับ 1.31 ค่าต่ำสุดเท่ากับ 2.28 และพิจารณาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.01 ขนาดของกิจการอัตราค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 โดยมีค่าสูงสุดเท่ากับ 2.36 และมีค่าต่ำสุดเท่ากับ 2.82 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.45 และอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.10 ค่าสูงสุดเท่ากับ 2.38 ค่าต่ำสุดเท่ากับ -9.42 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.62 โดยรวมอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวมมีค่าเฉลี่ยที่ต่ำทำกิจการมีสภาพคล่องดีไม่พึ่งพาแหล่งเงินทุนภายนอก

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) ทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ผลการทดสอบความสัมพันธ์ให้ผลลัพธ์ดังตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation)

Variable	CFV	EARV	Tobin's Q	SIZE	DE
CFV	1				
EARV	.932**	1			
Tobin's Q	.886**	.857**	1		
SIZE	.948**	.918**	.879**	1	
DE	.035	.011	.056	.061	1
n	686	686	686	686	686

** ระดับนัยสำคัญที่ .01 หรือ ณ ระดับความเชื่อมั่น 99%

* ระดับนัยสำคัญที่ .05 หรือ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

จากตารางที่ 3 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพียร์สันของความผันผวนของกระแสเงินสดมีผลกระทบเชิงบวกที่มีต่อมูลค่ากิจการ อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 หรือ ณ ระดับความเชื่อมั่น 99% โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.886 ความผันผวนของกำไรสุทธิ มีระดับผลกระทบเชิงบวกที่มีต่อมูลค่ากิจการ อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 หรือ ณ ระดับความเชื่อมั่น 99% โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.857 ขนาดของกิจการเป็นตัวแปรควบคุมมีผลกระทบเชิงบวกที่มีต่อมูลค่ากิจการ อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 หรือ ณ ระดับ

ความเชื่อมั่น 99% โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.879 และอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวมเป็นตัวแปรควบคุมมีผลกระทบเชิงลบที่มีต่อมูลค่ากิจการ มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.56

การทดสอบสมมติฐานที่ 1 ความผันผวนของกระแสเงินสดที่ส่งผลกระทบต่อเชิงบวกที่มีต่อมูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

$$\text{Tobin 'Q}_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 \text{CFV}_{i,t} + \beta_2 \text{SIZE}_{i,t} + \beta_3 \text{DE}_{i,t} + \varepsilon \dots\dots\dots (1)$$

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบผลกระทบของความผันผวนของกระแสเงินสดที่มีต่อมูลค่ากิจการ

Variable	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t-test	P-Value
	Beta	Std. Error	Beta			
(Constant)	1.088	2.135			5.096	.000
CFV	3.000	.310	.525		9.680	.000**
SIZE	.266	.038	.380		6.990	.000
DE	8.877	1.079	.017		.823	.441
R ²	0.800					

a. Dependent Variable: Tobin 'Q ** ระดับนัยสำคัญที่ .01 หรือ ณ ระดับความเชื่อมั่น 99%

* ระดับนัยสำคัญที่ .05 หรือ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

จากตารางที่ 4 พบว่าทิศทางผลกระทบของความผันผวนของกระแสเงินสดนั้นมีผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่มีต่อมูลค่ากิจการที่ระดับนัยสำคัญที่ .01 หรือ ณ ระดับความเชื่อมั่น 99% และ R Square เท่ากับ 0.800 ดังนั้นผลกระทบของความผันผวนของกระแสเงินสดยิ่งสูงเท่าไรก็ยิ่งสะท้อนถึงมูลค่ากิจการมากเท่านั้น อธิบายได้ว่าความผันผวนของกระแสเงินสดสูง ยิ่งเป็นตัวชี้วัดว่ามูลค่ากิจการที่สูงตาม เนื่องจากกระแสเงินสดเป็นข้อมูลที่แสดงถึงนโยบายเกี่ยวกับการจัดการเงินสด การวางแผนทางการเงินของกิจการ โดยงบกระแสเงินสดจะช่วยให้ผู้บริหาร และนักลงทุนทราบข้อมูลที่แท้จริงของกิจการ เพื่อให้ให้นักลงทุนมีความเชื่อมั่นในความสามารถในการทำกำไรในอนาคต

การทดสอบสมมติฐานที่ 2 ความผันผวนของกำไรสุทธิส่งผลกระทบต่อเชิงบวกที่มีต่อมูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

$$\text{Tobin 'Q}_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 \text{EARV}_{i,t} + \beta_2 \text{SIZE}_{i,t} + \beta_3 \text{DE}_{i,t} + \varepsilon \dots\dots\dots (2)$$

ตารางที่ 5 ผลการทดสอบผลกระทบของความผันผวนกำไรสุทธิที่มีต่อมูลค่ากิจการ

Variable	Unstandardized		Standardized		
	Coefficients		Coefficients		
	Beta	Std. Error	Beta	t-test	P-value
(Constant)	9.489	2.186		4.340	.000
EARV	3.094	.428	.323	7.227	.000**
SIZE	.402	.031	.581	12.995	.000
DE	1.035	1.113	.017	.930	.353
R ²	0.788				

a. Dependent Variable: Tobin 'Q ** ระดับนัยสำคัญที่ .01 หรือ ณ ระดับความเชื่อมั่น 99%

* ระดับนัยสำคัญที่ .05 หรือ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

จากตารางที่ 5 พบว่าความผันผวนของกำไรสุทธินั้นมีผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่มีต่อมูลค่ากิจการ ระดับนัยสำคัญที่ .01 หรือ ณ ระดับความเชื่อมั่น 99% และ R Square เท่ากับ 0.800 อธิบายได้ว่าหากความผันผวนของกำไรสุทธิสูงแสดงถึงมูลค่ากิจการสูงตาม เนื่องจากผลกำไรของกิจการสะท้อนถึงผลการดำเนินงานของกิจการ ดังนั้นความผันผวนของกำไรสุทธิสูงมากเท่าไรก็จะทำให้มูลค่ากิจการที่มีผลต่อมูลค่าหุ้น และสินทรัพย์ทั้งหมดของกิจการสูงตามทำให้นักลงทุนเลือกตัดสินใจที่จะลงทุนในกิจการที่มีกำไรสุทธิสูงจะได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนที่สูง

การทดสอบสมมติฐานที่ 3 ความผันผวนของกระแสเงินสด และความผันผวนของกำไรสุทธิมีผลกระทบเชิงบวกที่มีต่อมูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

$$\text{Tobin 'Q}_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 \text{CFV}_{i,t} + \beta_2 \text{EARV}_{i,t} + \beta_3 \text{SIZE}_{i,t} + \beta_4 \text{DE}_{i,t} + \varepsilon \dots\dots(3)$$

ตารางที่ 6 ผลการทดสอบผลกระทบของความผันผวนของกระแสเงินสด และความผันผวนของกำไรสุทธิที่มีต่อมูลค่ากิจการ

Variable	Unstandardized		Standardized		
	Coefficients		Coefficients		
	Beta	Std. Error	Beta	t-test	P-value
(Constant)	1.084	2.122		5.106	.000
CFV	2.463	.355	.431	7.002	.000**

ตารางที่ 6 ผลการทดสอบผลกระทบของความผันผวนของกระแสเงินสด และความผันผวนของกำไรสุทธิที่มีต่อมูลค่ากิจการ (ต่อ)

Variable	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t-test	P-value
	Beta	Std. Error	Beta			
EARV	1.496	.473	.156		3.162	.002*
SIZE	.228	.040	.326		5.750	.000
DE	1.191	1.076	.019		1.107	.269
R ²	0.803					

a. Dependent Variable: Tobin 'Q

** ระดับนัยสำคัญที่ .01 หรือ ณ ระดับความเชื่อมั่น 99%

* ระดับนัยสำคัญที่ .05 หรือ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

จากตารางที่ 6 พบว่าความผันผวนของกระแสเงินสด และความผันผวนของกำไรสุทธิ มีผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่มีต่อมูลค่ากิจการ อยู่ในระดับนัยสำคัญที่ .01 หรือ ณ ระดับความเชื่อมั่น 99% และ R Square เท่ากับ 0.803 แสดงให้เห็นว่าความผันผวนของกระแสเงินสด และความผันผวนของกำไรสุทธิสูง ส่งผลกระทบที่มีต่อมูลค่ากิจการ ซึ่งสะท้อนถึงความมั่งคั่งของกิจการ และนำไปสู่การเติบโตในอนาคตทำให้นักลงทุนเลือกลงทุนในกิจการที่มีมูลค่ากิจการที่สูง

อภิปรายผลการวิจัย

1. ความผันผวนของกระแสเงินสดนั้นมีผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่มีต่อมูลค่ากิจการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ตามแนวคิดกระแสเงินสดเมื่อกระแสเงินสดเพิ่มขึ้นจะส่งผลให้มูลค่ากิจการสูงตาม สอดคล้องกับงานวิจัย Galogah, Pouraghajan & Makrani (2013); Pástor & Stambaugh (2003) ได้อธิบายว่าความผันผวนของกระแสเงินสดจะสะท้อนถึงโอกาสการเติบโตของกิจการ และสร้างการแข่งขันในกลุ่มอุตสาหกรรม และเพิ่มศักยภาพของกิจการในการเติบโตในอนาคต เช่นเดียวกับงาน Rountree, Weston & Allayannis (2008) และยูติ วงศ์แว่น้อย (2563) พบว่ากระแสเงินสดเพิ่มขึ้นจะส่งผลให้มูลค่ากิจการเพิ่มขึ้น และถ้าหากกิจการมีกระแสเงินสดที่ดีก็จะแสดงถึงความสามารถของกิจการในการบริหารจัดการทางการเงิน และสร้างความน่าเชื่อถือ และในขณะเดียวกันก็ขัดแย้งกับงานวิจัยของ วาสนา แก้วคำ (2562) พบว่าถ้ากิจการมีความผันผวนของกระแสเงินสดสูงจะส่งผลทำให้มูลค่ากิจการลดลง เนื่องจากนักลงทุนเลือกลงทุนกิจการที่มีความผันผวนต่ำ สรุป

ได้ว่ายิ่งกิจการที่มีความผันผวนของกระแสเงินสดสูงก็จะส่งผลให้มูลค่ากิจการสูงตามไปด้วย ซึ่งความผันผวนของกระแสเงินสดเป็นตัวชี้ว่ามูลค่ากิจการสะท้อนถึงความมั่งคั่งของกิจการ โดยกิจการให้ความสำคัญของทิศทางของกระแสเงินสดทำให้กิจการมีโอกาสเติบโตในอนาคต รวมถึงนักลงทุนมีความเชื่อมั่นในความสามารถในการทำกำไรในอนาคต

2. ความผันผวนของกำไรสุทธิมีผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่มีต่อมูลค่ากิจการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นั้นแสดงให้เห็นว่าความผันผวนของกำไรสุทธิสูงส่งผลกระทบท่อมูลค่ากิจการสูง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐวรรณ มาเพิ่มผล (2561) พบว่า ความผันผวนของกำไรเป็นตัวชี้วัดผลการดำเนินงานของกิจการภายในองค์กร และสร้างมูลค่ากิจการ จึงทำให้ผู้ถือหุ้นสามารถกำหนดอัตราผลตอบแทนในรูปแบบของเงินปันผล และส่งผลให้ราคาหุ้นของกิจการที่มีความผันผวนตามไปด้วย Hunt, Moyer & Shevlin (2000) พบว่าความผันผวนของกำไรสุทธิสูงส่งผลให้มูลค่ากิจการสูง เนื่องจากผลกำไรสุทธิของกิจการนั้นเป็นเครื่องมือบ่งชี้ถึงมูลค่ากิจการ ขัดแย้งกับงานวิจัยของ (Francis, Olsson, & Schipper, 2008) อธิบายว่าหากกำไรสุทธิไม่ได้สะท้อนผลการดำเนินงานที่มีต่อมูลค่ากิจการที่แท้จริงของบริษัท เนื่องจากผู้บริหารใช้ดุลยพินิจในการเลือกใช้นโยบายทางการเงินบัญชีเพื่อจัดการกำไร ดังนั้นเมื่อความผันผวนของกำไรสุทธิสูงสะท้อนถึงมูลค่ากิจการสูง โดยส่งผลให้สินทรัพย์ของกิจการสูง มูลค่ากิจการในการทำกำไรของสินทรัพย์ทั้งหมดจากการดำเนินกิจการส่งผลให้ผลตอบแทนของมูลค่าหุ้นรวมถึงโครงสร้างของแหล่งเงินทุนในการดำเนินกิจการ

3. ความผันผวนของกระแสเงินสด และความผันผวนของกำไรสุทธิมีผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อมูลค่ากิจการ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงให้เห็นว่าความผันผวนของกระแสเงินสด และความผันผวนของกำไรสุทธิสูงมีผลกระทบต่่อมูลค่ากิจการสูง สอดคล้องกับ Pástor & Stambaugh (2003) ความผันผวนของกระแสเงินสด และความผันผวนของกำไรสุทธิสูงนั้นทำให้กิจการมีโอกาสเติบโตในอนาคตที่ก่อให้เกิดรายได้หลักของกิจการ ในขณะที่มุมมองของนักลงทุนเลือกลงทุนในกิจการที่มีมูลค่ากิจการสูง ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการดำเนินงานของกิจการก็จะสูงขึ้นตาม ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ กัญญาวิรี ทิพย์ธนะกาญจน์ (2559) พบว่าความผันผวนของกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน และความผันผวนของผลการดำเนินงานมีความสัมพันธ์เชิงลบต่อมูลค่ากิจการ Baker & Barbu (2007) พบว่าตลาดทุนเกิดความผันผวนของกระแสเงินสด และความผันผวนของกำไรสุทธิส่งผลทำให้สภาพคล่องของตลาดต่ำระดับความเชื่อมั่นของนักลงทุน และความน่าเชื่อถือของข้อมูลในกิจการจะลดลง ดังนั้นเมื่อผลกระทบของความผันผวนของกระแสเงินสด และความผันผวนของกำไรสุทธิสูงที่มีต่อมูลค่ากิจการก็ย่อมทำให้เกิดการสร้างโอกาสการเติบโตในอุตสาหกรรมที่สะท้อนมูลค่ากิจการ ถึงศักยภาพในการเติบโตของกิจการ และความผันผวนของกำไรเป็นส่วนหนึ่งของความผันผวนของกระแสเงินสด และกลายเป็นสิ่งที่ช่วยเพิ่มมูลค่ากิจการ

ข้อเสนอแนะ

1) ผู้บริหารควรคำนึงถึงความเสี่ยงของมูลค่ากิจการที่จะเกิดในอนาคตจากความผันผวนของกำไรสุทธิ และกระแสเงินสดที่อาจจะเกิดขึ้น 2) นักลงทุนควรพิจารณาถึงโอกาสของผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมของความผันผวนกระแสเงินสด และกำไรสุทธิที่มีต่อมูลค่ากิจการ 3) นักวิชาการควรมีการศึกษาเชิงลึกเพิ่มมากขึ้นในทุกมิติของความผันผวนของกระแสเงินสด และกำไรสุทธิในแนวความคิดด้านเศรษฐศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับทางบัญชีของมูลค่ากิจการ 4) แยกการวิเคราะห์แต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เพื่อนำผลการวิเคราะห์มาเปรียบเทียบ 5) ทำการวิจัยรูปแบบการผสมผสานวิจัยเชิงปริมาณและวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ผลงานวิจัยน่าสนใจมากขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีผู้วิจัยขอขอบคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษมที่สนับสนุนงบประมาณอุดหนุนทุนวิจัยในครั้งนี้ ขอขอบคุณสถาบันวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษมที่ให้ความช่วยเหลือและให้คำปรึกษาแนะนำขั้นตอนในการทำวิจัย ขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ปรึกษางานวิจัย ตลอดจนเจ้าหน้าที่งานวิจัย และบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่กรุณาให้เก็บรวบรวมข้อมูลสารสนเทศ จึงทำให้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จสมบูรณ์

เอกสารอ้างอิง

- กัญญาวิรี ทิพย์ธนะกาญจน์. (2559). ความผันผวนของกระแสเงินสดความผันผวนการดำเนินงานต่อมูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ. (การค้นคว้าอิสระปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)
- ณัฐชา วัฒนวิไล. (2554). มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐศาสตร์ (Economic Value Added: EVATM) KPI ที่บ่งชี้ผลงานได้อย่างเหมาะสม. *วารสารนักบริหาร*. 31(3), 164-170.
- ณัฐวรรณ มาเพิ่มผล. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดกับกำไรเชิงเศรษฐศาสตร์ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่ม SET 100. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2563). ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 25 มีนาคม 2563, จาก https://www.set.or.th/th/regulations/simplified_regulations/industry_sector_p1.html

- ปราณญาตา สถาปนรัตนกุล และประยูร โตสงวน. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดและความสามารถในการทำกำไรที่มีต่อราคาตลาดของหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. ใน *การประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ "สร้างสรรค์และพัฒนา เพื่อก้าวหน้าสู่ประชาคมอาเซียน"* ครั้งที่ 2. นครราชสีมา. วิทยาลัยนครราชสีมา.
- ปิยาภิศศักดิ์ เจียรสุคนธ์ และสุรีย์ โขษกรณัญ. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างความเสี่ยงด้านบุคคล ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบกับความเสี่ยงการรายงานทางการเงิน:กรณีศึกษาจากผู้ตรวจสอบภาครัฐ. *วารสารวิทยาการจัดการ*, 36(1), 30-57.
- ไพสรณ์ สูงสมบัติ. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราความสามารถในการทำกำไรและราคาตลาดของหลักทรัพย์ของกลุ่มขนส่งและโลจิสติกส์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 8(2), 16-25.
- ยุวดี วงศ์แว่นน้อย. (2563). ผลกระทบของกระแสเงินสดและคุณภาพงานสอบบัญชีที่มีผลต่อการจัดการกำไรผ่านรายการคงค้างของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย: กรณีศึกษา กลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง. *วารสารมหาจุฬานาครินทร์*, 7(7), 105-119.
- วรภพ เสือพลาย. (2554). *ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพกำไรกับมูลค่าบริษัท*. (การค้นคว้าอิสระปริญญา บัญชีมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)
- วรศักดิ์ ทุมมานนท์. (2548). *มูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐกิจ: มิติใหม่ของการสร้างมูลค่ากิจการและการสร้างผลตอบแทนพนักงาน*. กรุงเทพฯ: ธรรมนิติเพรส.
- วาสนา แก้วคำ. (2562). *การศึกษาผลกระทบของความผันผวนของกระแสเงินสดและผลกำไรต่อมูลค่าบริษัท โดยวัดจากอัตราส่วนราคาตลาดต่อมูลค่าตามบัญชี ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. (สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต, วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล)
- ศิลปพร ศรีจันเพชร. (2551). "ความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัท โครงสร้างของผู้ถือหุ้นกับมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐกิจ". *วารสารวิชาชีพบัญชี*, 4(10), 26-39.
- สหราช จันทอม. (2558). *ผลกระทบของขนาดคุณลักษณะและความรับผิดชอบต่อคณะกรรมการต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบัญชียามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์)
- อัญญา ชันธวิทย์, ศิลปพร ศรีจันเพชร และเดือนเพ็ญ จันทศิริศรี. (2552). *การกำกับดูแลเพื่อสร้างมูลค่ากิจการ*. กรุงเทพฯ : ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.
- Al-Harbi, A. D. (2003). *Do investors attach higher valuation weights to cash flow-based measures than to accrual-based measures in valuing intangible-intensive, high-technology stocks?*. Florida: Florida Atlantic University.

- Allen, P. W. (2000). Assessing the usefulness of an opinion leadership scale to the diffusion of new accounting services. *Journal of Professional Services Marketing*, 21(2), 149-149.
- Alshimmiri, T. (2004). Board composition, executive remuneration and corporate performance: the case of REITS. *Corporate Ownership and Control*, 2(1), 104-118.
- Baker, C. R. and Barbu, E. M. (2007). Trends in research on international accounting harmonization. *The International Journal of Accounting*, 42(3), 272-304.
- Borhan, H., Mohamed, R. N. and Azmi, N. (2014). The impact of financial ratios on the financial performance of a chemical company. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 10(2), 154-160.
- Brealey, R. A. (2000). Firm valuation and accounting numbers. *Estudos de Gestão*, (2), 111-126.
- Cohen, D. A., and Lys, T. Z. (2006). Weighing the evidence on the relation between external corporate financing activities, accruals and stock returns. *Journal of accounting and economics*, 42(1-2), 87-105.
- Daraghma, A. M. (2013). *Computer visualization for improving user participation in the early stage of architectural design process*. Doctoral dissertation. Cyberjaya Malaysia: Multimedia University.
- Fama, E. F., and French, K. R. (1995). Size and book-to-market factors in earnings and returns. *The journal of finance*, 50(1), 131-155.
- Francis, J., Olsson, P. and Schipper, K. (2008). Earnings quality. *Fundamental and Trend in Accounting*, 1(4), 259-340.
- Froot, K., Scharfstein, D. and Stein, J. (1993). Risk Management: Coordinating Corporate Investment and Financing Policies. *Journal of Finance*, 48, 1624-1658.
- Galogah, A. S., Pouraghajan, A. and Makrani, K. F. (2013). The Investigation of Relationship between Free Cash Flows and Stock Return: Evidence from Tehran Stock Exchange. *World of Sciences Journal*, 1(12), 62-69.
- Hunt, A., Moyer, S. and Shevlin, T. (2000). *Earnings volatility, earnings management, and equity value*. Unpublished working paper. Washington: University of Washington.
- John R. Graham and Clifford W. Smith, Jr. (1999). Tax Incentives to Hedge. *Journal of Finance*, 54, 2241-2262.

- Kanagaretnam, K., Mathieu, R. and Shehata, M. (2009). Usefulness of comprehensive income reporting in Canada. *Journal of Accounting and Public Policy*, 28(4), 349-365.
- Pástor, L. and Stambaugh, R. F. (2003). Liquidity risk and expected stock returns. *Journal of Political economy*, 111(3), 642-685.
- Pham, P. K., Suchard, J. A. and Zein, J. (2011). Corporate governance and alternative performance measures: evidence from Australian firms. *Australian Journal of Management*, 36(3), 371-386.
- Rountree, B., Weston, J. P. and Allayannis, G. (2008). Do investors value smooth performance?. *Journal of Financial Economics*, 90(3), 237-251.
- Schipper, K. and Vincent, L. (2003). Earnings quality. *Accounting horizons*, 17, 97-110.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนตราสินค้า กรณีศึกษา ผู้บริโภคสินค้าแกดเจ็ต

Factors Affecting Brand Advocacy: A Case Study of Gadgets Consumers

อรณิข กำเกลี้ยง¹ และอานนท์ คำวรรณ²

Oranich Kumgliang¹ and Anon Khamwon²

^{1,2} คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

อีเมล: oranich.k@kkumail.com

วันที่รับบทความ (Received)

7 กันยายน 2565

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

13 กันยายน 2565

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

23 กันยายน 2565

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาอิทธิพลของความเป็นผู้นำในตราสินค้าที่มีต่อคุณภาพความสัมพันธ์ต่อตราสินค้า 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพความสัมพันธ์ต่อตราสินค้าที่มีต่อการสนับสนุนตราสินค้า และ 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของความเป็นผู้นำในตราสินค้าที่มีต่อการสนับสนุนตราสินค้า กรณีศึกษาตราสินค้าแกดเจ็ตบนธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ประเทศไทย โดยรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณจากลูกค้าที่ใช้ตราสินค้าแกดเจ็ตชั้นนำ 400 ราย ทำการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์แบบจำลองสมการเชิงโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่าผู้นำตราสินค้ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณภาพความสัมพันธ์ต่อตราสินค้า และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการสนับสนุนตราสินค้าผ่านคุณภาพความสัมพันธ์ต่อตราสินค้า นักการตลาดสามารถใช้ผลการวิจัยเพื่อพัฒนากลยุทธ์การสร้างตราสินค้าในบริบทปัจจุบันเพื่อความสำเร็จที่ยั่งยืน

คำสำคัญ : ความเป็นผู้นำในตราสินค้า, คุณภาพความสัมพันธ์ต่อตราสินค้า, การสนับสนุนตราสินค้า, แกดเจ็ต

ABSTRACT

The research aimed to 1) study the influence of brand leadership on brand relationship quality, 2) to study the influence of brand relationship quality on brand advocacy and 3) to study the influence of brand leadership on brand advocacy, a case study of gadgets brand on e-commerce business in Thailand. The online questionnaires using convenience sampling were used to collect data from 400 customers using gadgets. The results of the study were analyzed through structural equation model. The finding showed that brand leadership had a direct influence on brand relationship quality, and had an indirect influence on brand advocacy through brand relationship quality. Marketers can improve branding strategies with applying the research results for sustainable success.

Keywords: Brand Leadership, Brand Relationship Quality, Brand Advocacy, Gadgets

บทนำ

ในยุคปัจจุบันที่เทคโนโลยีสนับสนุนการทำการตลาดออนไลน์ ตรายี่ห้อต่างมุ่งเข้าหาแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บริการและตรายี่ห้อของตนเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และพยายามสร้างการสนับสนุนตรายี่ห้อ (Yasin, Porcu, and Cabanillas, 2019) โดยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตรายี่ห้อของตนเพื่อให้ลูกค้าสนับสนุนผลิตภัณฑ์และตรายี่ห้อ อีกทั้งยังสร้างทัศนคติเชิงบวกของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และท้ายที่สุด ผู้บริโภคจะทำการแนะนำผลิตภัณฑ์นั้นให้กับผู้อื่น ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าว คือ การสนับสนุนตรายี่ห้อ (Brand Advocacy) (Hassan, Rafi, and Kazmi, 2016) ซึ่งจากแนวคิดดังกล่าวที่กล่าวมา การจะทำให้เกิดการสนับสนุนตรายี่ห้อของผู้บริโภคนั้น เจ้าของตรายี่ห้อหรือผู้ประกอบการมีบทบาทที่ขาดไม่ได้ในการสร้างตรายี่ห้อเช่นเดียวกัน ธุรกิจจำนวนมากมักจะเริ่มต้นจากธุรกิจขนาดเล็กและพึ่งพาความเป็นผู้นำ ความกระตือรือร้น ความคิดสร้างสรรค์ และบุคลิกภาพที่แข็งแกร่งของผู้ประกอบการหรือผู้ก่อตั้ง เพื่อผลักดันธุรกิจตนเองสู่ระดับความสำเร็จในขั้นต่อไป (Ahmad et al., 2014) และเนื่องจากปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงของตลาดมีความเข้มข้นและซับซ้อนเนื่องจากความสัมพันธ์ทางการแข่งขันระหว่างตรายี่ห้อชั้นนำและตรายี่ห้อระดับรองลงมาที่เป็นคู่แข่ง ทั้งผู้ประกอบการและนักวิชาการจึงพัฒนาให้มีกระบวนการทัศน์ใหม่ในการสร้างตรายี่ห้อเพื่อตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ท้าทายนี้ (Chang and Ko, 2014) ซึ่งคือแนวคิดเรื่องการเป็นผู้นำในตรายี่ห้อ (Brand Leadership)

อย่างไรก็ตาม การมุ่งเน้นความเป็นผู้นำในตรายี่ห้อเพียงอย่างเดียวอาจจะเป็นเรื่องที่ยากและใช้เวลานานในการสร้างการสนับสนุนตรายี่ห้ออย่างยั่งยืน เจ้าของตรายี่ห้อจึงควรบูรณาการแนวคิดทางการตลาดอื่นร่วมด้วย เพื่อสร้างการสนับสนุนตรายี่ห้อที่มีประสิทธิภาพ นักวิชาการจึงทุ่มเทความพยายามในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตรายี่ห้อและผู้บริโภค และนักการตลาดก็พยายามสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างตรายี่ห้อและผู้บริโภคมากขึ้น ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงแนวคิดทางการตลาดด้านคุณภาพของความสัมพันธ์ดังกล่าว นั่นคือ แนวคิดคุณภาพความสัมพันธ์ต่อตรายี่ห้อ (Brand Relationship Quality) และโมเดลคุณภาพความสัมพันธ์ต่อตรายี่ห้อ ได้รับการศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุและปัจจัยผลในมิติที่หลากหลายเพิ่มมากขึ้น (Tho, Trang, and Olsen, 2016)

จะเห็นว่าการศึกษเกี่ยวกับทฤษฎีความสัมพันธ์ของผู้บริโภคกับตรายี่ห้อได้รับอิทธิพลต่อการดำเนินการวิจัยทางการตลาดมานานนับสามทศวรรษ (Khan, Rahman, and Fatma, 2016) ด้วยแนวคิดอธิบายว่าผู้บริโภคเติมเต็มคุณค่าของพวกเขามาผ่านความสัมพันธ์ของพวกเขากับตรายี่ห้อ (Bagozzi et al., 2012; Schau, Muniz, and Arnould, 2009) และงานวิจัยหลายงานแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคและตรายี่ห้อที่มีสัญลักษณ์บางอย่างที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์ของพวกเขามาจากความสำคัญนี้ ตรายี่ห้อที่มีคุณภาพจะมุ่งให้ความสำคัญกับแนวคิดดังกล่าวในการปรับตัวและนำไปใช้ในการสร้างการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ (Morandini, Bagozzi, and Bergami, 2013) การทบทวนงานวิจัยหลายชิ้นในอดีตแสดงให้เห็นว่าการมีส่วนร่วมของลูกค้า

กับตราสินค้าเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งยิ่งขึ้นระหว่างตราสินค้าและผู้บริโภค (Hollebeek, 2011; Verhoef, Reinartz, and Krafft, 2010) และยังเป็นตัวชี้วัดหลักในการปรับปรุงประสิทธิภาพของตราสินค้าอีกด้วย จากที่กล่าวมา กลยุทธ์การตลาดเชิงความสัมพันธ์จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง และยังมีความสำคัญต่อการสร้างฐานลูกค้าที่ภักดี สนับสนุนตราสินค้าและเป็นการรับประกันรายได้ระยะยาวของบริษัท ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาอิทธิพลของความเป็นผู้นำตราสินค้าที่มีต่อคุณภาพความสัมพันธ์ต่อตราสินค้า และการสนับสนุนตราสินค้าในบริบทของตราสินค้าแกดเจ็ตซึ่งเป็นสินค้าที่เติบโตขึ้นในยุคปัจจุบัน เนื่องจากเป็นอุปกรณ์เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ช่วยสนับสนุนการทำงาน และการทำธุรกิจได้อย่างดี โดยเฉพาะในยุคหลังการแพร่ระบาดของ Covid-19 ที่หลายองค์กรได้ทำการปรับธุรกิจในการใช้เทคโนโลยีมาช่วยในการทำงานมากยิ่งขึ้น (อุมาวรรณ วาทกิจ, 2565) อุปกรณ์เหล่านี้เติบโตสวนกระแสจากผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นในยุคของการระบาดนี้ โดยเฉพาะช่องทางการซื้อออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์ ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Marketplace) เช่น Shopee Lazada หรือการทำการค้าด้วยสื่อสังคมออนไลน์ (Social Commerce) และโดยเฉพาะการซื้อขายบนช่องทางการค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Kumar et al., 2020) จากการรายงานของ Statista Research Department (2020) ซึ่งจัดทำรายงาน “Global Retail E-commerce Sales 2014-2023” แสดงให้เห็นว่าการเติบโตของอุตสาหกรรมนี้เป็นไปอย่างรวดเร็วจาก 1.3 ล้านล้านดอลลาร์ในปี 2014 เป็น 3.5 ล้านล้านดอลลาร์ในปี 2019 อย่างไรก็ตาม ตัวเลขดังกล่าวคาดว่าจะเติบโตอย่างต่อเนื่อง และคาดว่าจะมีมูลค่ามากกว่า 6.5 ล้านล้านเหรียญสหรัฐในปี 2023 ทั้งนี้ การวิจัยนี้จะสามารถเป็นแนวทางให้กับนักการตลาดในการต่อยอดองค์ความรู้ด้านการตลาดดิจิทัลแบบองค์รวมในการสร้างความเป็นผู้นำตราสินค้า คุณภาพความสัมพันธ์ต่อตราสินค้า และการสนับสนุนตราสินค้าซึ่งเป็นโอกาสในการสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรม

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความเป็นผู้นำในตราสินค้าที่มีต่อคุณภาพความสัมพันธ์ต่อตราสินค้าของตราสินค้าแกดเจ็ตบนธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพความสัมพันธ์ต่อตราสินค้าที่มีต่อการสนับสนุนตราสินค้าของตราสินค้าแกดเจ็ตบนธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความเป็นผู้นำในตราสินค้าที่มีต่อการสนับสนุนตราสินค้าของตราสินค้าแกดเจ็ตบนธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

กรอบแนวคิดการวิจัย

แนวคิดของความเป็นผู้นำตราสินค้าสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขันของบริษัทเหนือตราสินค้าอื่น ๆ เมื่อการรับรู้ความเป็นผู้นำตราสินค้าได้รับการพัฒนาขึ้นในกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย สิ่งนี้จะช่วยเพิ่มและรักษาลูกค้าที่ภักดีได้มากขึ้น (Chang and Ko, 2014) และความเป็นผู้นำในตราสินค้าไม่เพียงเกิดขึ้น

จากการนำเสนอนวัตกรรมที่สม่ำเสมอ แต่ยังเกิดจากลักษณะหลายๆ อย่าง ได้แก่ ส่วนแบ่งการตลาดที่สูงขึ้น การปรากฏตัวในระดับสากล ความสามารถในการนำเสนอทางเลือกที่หลากหลายแก่ผู้บริโภคและอื่น ๆ (Sahyaja and Rao, 2018) โดยจากการทบทวนวรรณกรรม การศึกษาของ Burmann and Zeplin (2005) กล่าวว่าความมุ่งมั่นของตราสินค้า ส่วนใหญ่เกิดจากความเป็นผู้นำของตราสินค้า ซึ่งความมุ่งมั่นในตราสินค้าเป็นองค์ประกอบหลักของคุณภาพความสัมพันธ์ งานวิจัยของ Chiu and Cho (2021) ยังกล่าวอีกว่า ผู้บริโภคจะชื่นชอบตราสินค้าที่มีความเป็นผู้นำเพราะตราสินค้านำเสนอคุณภาพและคุณค่าที่ดีกว่าตราสินค้าอื่น และตราสินค้าผู้นำเหล่านั้นยังนำเสนอความเป็นตนเองที่มีความสอดคล้องกับภาพลักษณ์ของตราสินค้า ดังนั้นการเป็นผู้นำในตราสินค้าจึงนำไปสู่ความเชื่อมั่นของผู้บริโภค เกิดความเชื่อมโยงตนเองกับตราสินค้าด้วยความรู้สึกที่ดี และตราสินค้าที่มีความเป็นผู้นำยังสามารถเชื่อมโยงและถ่ายทอดความเป็นตัวตนของผู้บริโภคได้อีกด้วย ทั้งนี้จึงนำไปสู่การตั้งสมมติฐานการวิจัยที่ 1 ดังนี้

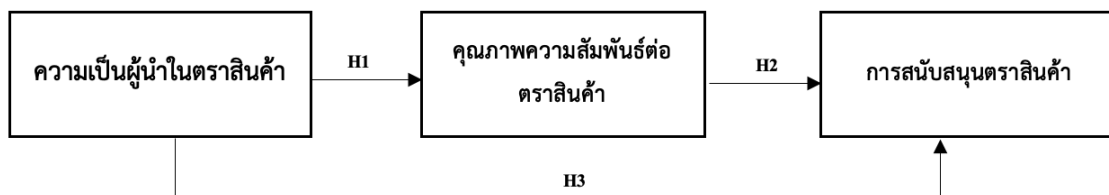
สมมติฐานที่ 1 ความเป็นผู้นำในตราสินค้ามีอิทธิพลทางบวกกับคุณภาพความสัมพันธ์ต่อตราสินค้า

คุณภาพความสัมพันธ์ต่อตราสินค้า (Brand Relationship Quality) คือ คุณค่าทางอารมณ์ที่เป็นผลลัพธ์ที่เกิดจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างตราสินค้าและผู้บริโภค นับว่าเป็นแนวคิดที่ดีที่สุดในแง่ของการเป็นตัวชี้วัดความแข็งแกร่งและความลึกซึ้งของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและตราสินค้า (Nguyen and Nguyen, 2011; Hudson et al., 2015) จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบงานวิจัยเชิงประจักษ์ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพความสัมพันธ์ต่อตราสินค้าและการสนับสนุนตราสินค้า โดยพบว่าการสร้างคุณภาพความสัมพันธ์ต่อตราสินค้ามีผลต่อการสนับสนุนในรูปแบบของการสื่อสารแบบปากต่อปากแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Chu and Sung, 2015; Akrouf and Nagy, 2018; Nawas, Altarifi, and Ghantous, 2021) มากไปกว่านั้น คุณภาพของความสัมพันธ์ที่ดียังส่งผลให้เกิดความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการซื้อของผู้บริโภคอีกด้วย จึงนำไปสู่การตั้งสมมติฐานที่ 2 ได้แก่

สมมติฐานที่ 2 คุณภาพความสัมพันธ์ต่อตราสินค้ามีอิทธิพลทางบวกกับการสนับสนุนตราสินค้า

การสนับสนุนตราสินค้าในผลิตภัณฑ์และบริการมีบทบาทสำคัญในการตลาด (Turri, Smith, and Kemp, 2013) มักถูกอธิบายว่าเป็นผลลัพธ์เชิงบวกของความสัมพันธ์ของตราสินค้ากับผู้บริโภคที่แข็งแกร่ง โดยได้รับการสะท้อนมุมมองผ่านทฤษฎีอัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity Theory) (Wilk, Harrigan, and Soutar, 2018) โดยทั่วไปแล้วการสนับสนุนตราสิน้ามักถูกมองว่าเป็นการส่งเสริมการขาย การสนับสนุนหรือการปกป้องตราสินค้าโดยผู้บริโภคต่อผู้บริโภคคนอื่น นอกจากนี้ยังหมายถึงการที่ผู้คนยินดีสละเวลาและความพยายามในการแนะนำและสนับสนุนตราสินค้าอย่างกระตือรือร้น (Wilk et al., 2018; Wilk, Soutar, and Harrigan, 2019) อีกทั้ง การศึกษายังพบงานวิจัยเชิงประจักษ์ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้นำในตราสินค้า และการสนับสนุนตราสินค้า โดยเฉพาะในองค์ประกอบของการแนะนำบอกต่อ โดยงานวิจัยของ Chang, Ko, and Leite (2016) พบว่า การรับรู้ความเป็นผู้นำของตราสินค้านั้นเกี่ยวข้องกับเชิงบวกกับการแนะนำบอกต่อเรื่องราวของการบริการของตราสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hanaysha (2016) และ Bhati and Verma (2020) และนำไปสู่การตั้งสมมติฐานที่ 3 ได้แก่

สมมติฐานที่ 3 ความเป็นผู้นำในตราสินค้ามีอิทธิพลทางบวกกับการสนับสนุนตราสินค้า
จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น จึงนำไปสู่การสร้างกรอบแนวคิดการวิจัย ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่เคยซื้อสินค้าของตราสินค้าชั้นนำอุปกรณ์เสริมอิเล็กทรอนิกส์หรือแกดเจ็ตบนช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผู้วิจัยทำการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เป็นวิธีที่เก็บข้อมูลโดยอาศัยความสะดวกของผู้วิจัยเป็นหลัก ซึ่งมีข้อคำถามในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างในส่วนคำถามเบื้องต้น การกำหนดคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ที่เคยซื้อสินค้าของตราสินค้าชั้นนำอุปกรณ์เสริมอิเล็กทรอนิกส์หรือแกดเจ็ตบนช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ แพลตฟอร์มตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เว็บไซต์ของตราสินค้า และสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการคำนวณจากสูตรสำเร็จของ Cochran (1977) คำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง กรณีไม่ทราบจำนวนประชากร เพื่อให้การวิจัยได้กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งเป็นเครื่องมือในการวิจัยที่เข้าถึงผู้คนได้ง่าย ประหยัดเวลา และลดต้นทุนในการทำการวิจัย เนื่องจากผู้คนใช้อินเทอร์เน็ตในการสื่อสารและเข้าถึงข้อมูลจำนวนมาก และสามารถเข้าถึงกลุ่มชุมชนออนไลน์สินค้าแกดเจ็ตได้สะดวก (Wright, 2005) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของข้อคำถามในแบบสอบถาม โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Index of Congruence: IOC) แล้วคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ตั้งแต่ 0.60 (Rovinelli and Hambleton, 1977) โดยแบบสอบถามประกอบด้วยคำถาม 5 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 คำถามเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าแกดเจ็ต ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนที่ 3 ความเป็นผู้นำในตราสินค้า ปรับปรุงจาก Chang and Ko (2014) ส่วนที่ 4 คุณภาพความสัมพันธ์ต่อตราสินค้า ปรับปรุงจาก Kim, Lee, and Lee (2005) และส่วนที่ 5

การสนับสนุนตราสินค้า ปรับปรุงจาก Wilk et al. (2019) ซึ่งทำการเก็บข้อมูลเมื่อวันที่ 15 ธันวาคม พ.ศ. 2564 - 15 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการวิเคราะห์แบบสอบถามส่วนที่ 1 และ 2 และการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistics) ในการวิเคราะห์แบบสอบถามส่วนที่ 3, 4 และ 5 เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยทำการวิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling Analysis) ซึ่งเป็นเทคนิคการวิเคราะห์สมมติฐานระหว่างปัจจัยแฝงหลายๆ ปัจจัยพร้อมกัน

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการณ์การซื้อสินค้าแกดเจ็ต

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการณ์การซื้อสินค้าแกดเจ็ต

พฤติกรรมการณ์การซื้อสินค้าแกดเจ็ต	จำนวน	ร้อยละ
ประสบการณ์การซื้อแกดเจ็ตผ่านช่องทางออนไลน์เคย	400	100.00
ประสบการณ์การซื้อแกดเจ็ตผ่านช่องทางใดบนธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce)		
1. Shopee/Lazada	346	86.50
2. เว็บไซต์ของตราสินค้าโดยตรง	143	35.75
3. Social Media	113	28.25
ตราสินค้าแกดเจ็ตที่เคยซื้อผ่านช่องทางออนไลน์		
1. เสี่ยวมี (Xiaomi)	87	21.75
2. แอปเปิ้ล (Apple)	275	68.75
3. หัวเหว่ย (Huawei)	44	11.00
4. ซัมซุง (Samsung)	131	32.75
5. อื่นๆ	40	10.00
ประเภทของสินค้าแกดเจ็ตที่ซื้อผ่านช่องทางออนไลน์		
1. แกดเจ็ตความสวย/ความงาม เช่น เครื่องสำอาง เครื่องนวดหน้า	166	41.50
อิตโนมิตี		

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อสินค้าแกดเจ็ต (ต่อ)

พฤติกรรมการซื้อสินค้าแกดเจ็ต	จำนวน	ร้อยละ
2. แกดเจ็ตเกมส์ เช่น จอยสติ๊ก	85	21.25
3. แกดเจ็ตคอมพิวเตอร์ เช่น แผ่นรองเมาส์ หูฟัง/ลำโพง	224	56.00
4. แกดเจ็ตมือถือ เช่น พาวเวอร์แบงค์ การชาร์ตไร้สาย หูฟังบลูทูธ	275	68.75
กล้องเสริม		
5. แกดเจ็ตสุขภาพ เช่น สมาร์ทวอร์ช หูฟังออกกำลังกาย	91	22.75
6. แกดเจ็ตการศึกษา/การทำงาน เช่น แล็บท็อป/ไอแพด ปากกา	140	35.00
7. แกดเจ็ตอื่นๆ เช่น กล้องดิจิทัล ขาตั้งกล้อง	81	20.25
ความถี่ในการซื้อแกดเจ็ตผ่านช่องทางออนไลน์		
1. 1-3 ครั้ง/เดือน	315	78.75
2. 4-6 ครั้ง/เดือน	50	12.50
3. มากกว่า 6 ครั้ง/เดือน	35	8.75
การเข้าร่วมหรือติดตามช่องทางที่แบ่งปันข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า		
ประเภทแกดเจ็ต		
1. กลุ่มปิด Facebook	161	40.25
2. กระดานข่าวของเว็บไซต์	80	20.00
3. Youtube Channel	214	53.50
4. Pantip	56	14.00
5. Facebook Fanpage	225	56.25
6. Line OA/ Line Open Chat	72	18.00
7. อื่นๆ	6	1.50

จากตารางที่ 1 ในส่วนของคำถามเบื้องต้นเพื่อคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยซื้อสินค้าแกดเจ็ตผ่านช่องทางออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 100.00 เป็นช่องทางบนธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ซื้อผ่านแอปพลิเคชัน Shopee/Lazada คิดเป็นร้อยละ 86.50 รองลงมา คือ เว็บไซต์ของตราสินค้าโดยตรง คิดเป็นร้อยละ 35.75 และสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) คิดเป็นร้อยละ 28.25 ตามลำดับ

ตราสินค้าแกดเจ็ตที่เคยซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อตราสินค้าแอปเปิล (Apple) คิดเป็นร้อยละ 68.75 รองลงมาคือ ซัมซุง (Samsung) คิดเป็นร้อยละ 32.75 เสี่ยวมี่ (Xiaomi) คิดเป็นร้อยละ 21.75 หัวเหว่ย (Huawei) คิดเป็นร้อยละ 11.00 ในส่วนของประเภทของแกดเจ็ตที่เคยซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อสินค้าประเภทแกดเจ็ตมือถือ เช่น พาวเวอร์แบงค์ การชาร์ต

ไร้สาย หูฟังบลูทูธ กล้องเสริม คิดเป็นร้อยละ 68.75 รองลงมา คือแกดเจ็ตคอมพิวเตอร์ เช่น แผ่นรองเมาส์ หูฟัง/ลำโพง คิดเป็นร้อยละ 56.00 แกดเจ็ตความสวย/ความงาม เช่น เครื่องล้างหน้า เครื่องนวดหน้าอัตโนมัติ คิดเป็นร้อยละ 41.50 แกดเจ็ตการศึกษา/การทำงาน เช่น แล็บท็อป/ไอแพด ปากกา คิดเป็นร้อยละ 35.00 แกดเจ็ตสุขภาพ เช่น สมาร์ทวอร์ช หูฟังออกกำลังกาย คิดเป็นร้อยละ 22.75 แกดเจ็ตเกมส์ เช่น จอยสติ๊ก คิดเป็นร้อยละ 21.25 และแกดเจ็ตอื่นๆ เช่น กล้องดิจิทัล ขาตั้งกล้อง คิดเป็นร้อยละ 20.25 ตามลำดับ

ความถี่ในการซื้อแกดเจ็ตผ่านช่องทางออนไลน์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อ 1-3 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 78.75 ในส่วนของช่องทางที่แบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าประเภทแกดเจ็ตที่กลุ่มตัวอย่างได้เข้าร่วมหรือติดตาม พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ติดตาม Facebook Fanpage คิดเป็นร้อยละ 56.25 รองลงมา คือ Youtube Channel คิดเป็นร้อยละ 53.50 กลุ่มปิด Facebook คิดเป็นร้อยละ 40.25 กระดานข่าวของเว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 20.00 Line OA/ Line Open Chat คิดเป็นร้อยละ 18.00 Pantip คิดเป็นร้อยละ 14.00 ตามลำดับ โดยแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

คุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
1. หญิง	284	71.00
2. ชาย	116	29.00
อายุ		
1. 18 - 20 ปี	121	30.25
2. 21 - 37 ปี	255	63.75
3. 38 - 53 ปี	24	6.00
สถานภาพ		
1. โสด	315	78.75
2. มีแฟนแล้ว/สมรส	85	21.25
อาชีพ		
1. ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	29	7.25
2. พนักงานรัฐวิสาหกิจ	8	2.00
3. พนักงานบริษัทเอกชน	127	31.75
4. ธุรกิจส่วนตัว	107	26.75
5. นักเรียน/นักศึกษา	102	25.50
6. เกษตรกร	14	3.50
7. อื่น ๆ	13	3.25

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

คุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษาที่สำเร็จหรือกำลังศึกษาอยู่		
1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	52	13.00
2. ปริญญาตรี	332	83.00
3. ปริญญาโท	12	3.00
4. ปริญญาเอก	4	1.00
รายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน		
1. น้อยกว่า 10,000 บาท	89	22.25
2. 10,000 -20,000 บาท	254	63.50
3. 20,001 -30,000 บาท	26	6.50
4. 30,001 – 40,000 บาท	16	4.00
5. 40,001-50,000 บาท	6	1.50
6. มากกว่า 50,000 บาท	9	2.25
รวม	400	100.00

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คือ เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 71.00 อายุ มีอายุ 21-37 ปี คิดเป็นร้อยละ 63.75 มีสถานะโสด คิดเป็นร้อยละ 78.75 ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 31.75 มีการศึกษาหรือสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 83.00 มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน 10,000 -20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 63.50

การวิเคราะห์การกระจายของข้อมูล โดยการวิเคราะห์ค่าความเบ้ และความโด่ง พบว่า ค่าความเบ้ต่ำสุดเท่ากับ -.883 และค่าสูงสุดเท่ากับ -.195 ส่วนค่าความโด่งมีค่าต่ำสุดเท่ากับ -.547 และค่าสูงสุดเท่ากับ .851 ซึ่งค่าทั้งหมดอยู่ระหว่าง -2 ถึง 2 แสดงว่าข้อมูลมีการกระจายแบบปกติ (Normality) (Tabachnick and Fidell, 2007) ส่วนค่าความแปรปรวนของค่าประมาณของสัมประสิทธิ์ของพหาวิเคราะห์ (VIF) มีค่าอยู่ระหว่าง 2.444 ถึง 4.744 และค่าการยอมรับ (Tolerance) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.211 ถึง 0.409 ซึ่งแสดงว่าข้อมูลที่ได้ไม่มีปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Multicollinearity) (Stevens, 2009)

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันตัวแปรเชิงทฤษฎีความเป็นผู้นำในตราสินค้า ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การรับรู้คุณภาพ 2) การรับรู้ความเป็นนวัตกรรม 3) การรับรู้คุณค่า และ 4) การรับรู้ความนิยม การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันตัวแปรเชิงทฤษฎีคุณภาพความสัมพันธ์ต่อตราสินค้า ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ความเชื่อมโยงกับความเป็นตนเอง 2) ความพึงพอใจ 3) ความมุ่งมั่นทางพฤติกรรม 4) ความเชื่อมั่น และ 5) ความใกล้ชิดทางอารมณ์ และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

ตัวแปรเชิงทฤษฎีการสนับสนุนตราสินค้า ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การป้องกันตราสินค้า 2) การสื่อสารตราสินค้าในเชิงบวก 3) การแบ่งปันข้อมูลตราสินค้า และ 4) การแสดงออกโดยสัญลักษณ์ โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาด้วยวิธีของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (AVE) ค่าความเชื่อมั่นรวมของตัวแปรแฝง และค่าน้ำหนักองค์ประกอบพบว่าผ่านเกณฑ์ทุกค่าที่กำหนด ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาด้วยวิธีของครอนบาค ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ และค่าความเชื่อมั่นรวมของตัวแปรแฝง

ตัวแปร	AVE	CR	α
ความเป็นผู้นำในตราสินค้า			
1. การรับรู้คุณภาพ	.702	.876	.859
2. การรับรู้ความเป็นนวัตกรรม	.655	.851	.852
3. การรับรู้คุณค่า	.695	.872	.876
4. การรับรู้ความนิยม	.701	.824	.827
คุณภาพความสัมพันธ์ต่อตราสินค้า			
1. ความเชื่อมโยงกับความเป็นตนเอง	.650	.788	.789
2. ความพึงพอใจ	.645	.879	.884
3. ความมุ่งมั่นทางพฤติกรรม	.658	.885	.888
4. ความเชื่อมั่น	.651	.848	.833
5. ความใกล้ชิดทางอารมณ์	.620	.765	.765
การสนับสนุนตราสินค้า			
1. การป้องกันตราสินค้า	.632	.837	.853
2. การสื่อสารตราสินค้าในเชิงบวก	.659	.853	.866
3. การแบ่งปันข้อมูลตราสินค้า	.677	.893	.881
4. การแสดงออกโดยสัญลักษณ์	.720	.837	.834

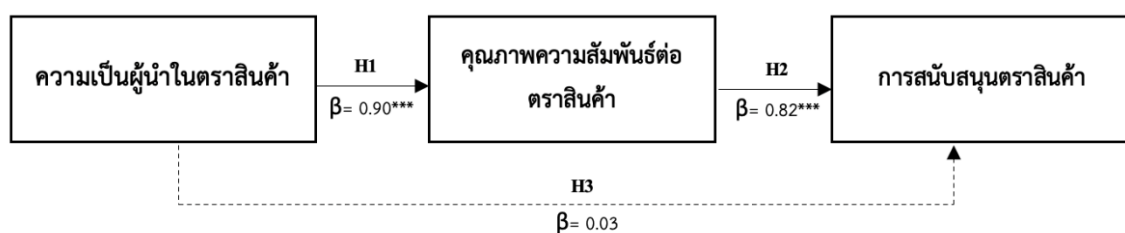
การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง และการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง พบว่า โมเดลสมการโครงสร้าง มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยการพิจารณาค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนทั้ง 5 ค่าที่ผ่านเกณฑ์การยอมรับ คือค่า $\chi^2/df = 1.476$, GFI = .902, CFI = .977, RMSEA = .035 และ SRMR = .035 ดังนั้น จึงถือได้ว่าโมเดล

สมการโครงสร้างมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าโมเดลสมการโครงสร้างมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

ค่าดัชนีความสอดคล้อง	เกณฑ์การยอมรับ	ค่าจากผลการวิเคราะห์	สรุปผล
ค่า χ^2/df	ค่าน้อยกว่า 5 ถือว่าเป็นค่าที่ดี (Schumacker and Lomax, 2010)	1.476	ยอมรับ
ค่า GFI (Goodness of Fit Index)	ค่า .90 – .95 ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ดี (Byrne, 2010)	.902	ยอมรับ
ค่า CFI (Comparative Fit Index)	ค่ามากกว่า .95 ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ดีมาก (Kline, 2010)	.977	ยอมรับ
ค่า RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation)	ค่าน้อยกว่า .08 ถือว่ามีความสอดคล้องดีมาก (Kline, 2010)	.035	ยอมรับ
ค่า SRMR (Standardized Root Mean Square Residual)	ค่าน้อยกว่า .05 ถือว่ามีความสอดคล้องดีมาก (Byrne, 2010)	.035	ยอมรับ



ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย จะเห็นได้ว่า มีการยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ 2 สมมติฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ความเป็นผู้นำในตราสินค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพความสัมพันธ์ต่อตราสินค้า และคุณภาพความสัมพันธ์ต่อตราสินค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อการสนับสนุนตราสินค้า และปฏิเสธ 1 สมมติฐาน ได้แก่ ความเป็นผู้นำในตราสินค้าไม่มีอิทธิพลทางบวกต่อการสนับสนุนตราสินค้า จากผลการวิจัย พบว่า

ความเป็นผู้นำในตราสินค้ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณภาพความสัมพันธ์ต่อตราสินค้าแก่เจ็ต ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับการศึกษาของ Hanaysha (2016) ที่ระบุว่าคุณภาพความสัมพันธ์เป็นตัวชี้วัดสำคัญของความเป็นผู้นำในตราสินค้า โดยตราสินค้าที่มีความเป็นผู้นำจะพยายามพัฒนาความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บริโภค โดยการนำเสนอสินค้าและบริการที่เพิ่มคุณค่าที่แตกต่างจากคู่แข่ง มากไปกว่านั้น งานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องยังยืนยันว่าความเป็นผู้นำในตราสินค้ามีความสัมพันธ์ต่อองค์ประกอบต่าง ๆ ของคุณภาพความสัมพันธ์ต่อตราสินค้า (Chang and Ko, 2014; Chiu and Cho, 2021) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคตราสินค้าแก่เจ็ตที่รับรู้ด้านคุณภาพและความเป็นเลิศในการให้บริการ รับรู้ถึงความกระตือรือร้นในการปรับปรุงพัฒนาการบริการและนวัตกรรมใหม่ๆ รวมไปถึงความคุ้มค่าและการยอมรับตราสินค้า ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างตราสินค้าและลูกค้าที่เข้มแข็ง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการสะท้อนความเป็นตัวตนของลูกค้า ความพึงพอใจที่สินค้าเติมเต็มความต้องการจริง พึงพอใจกับความสัมพันธ์ที่ส่งผลให้อยากจะซื้อตราสินค้าเดิมนี้ในอนาคต และความสะดวกสบายเมื่อใช้ตราสินค้า

อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า การสร้างความเป็นผู้นำในตราสินค้าแก่เจ็ตในธุรกิจ e-commerce ไม่สามารถสร้างการสนับสนุนตราสินค้าได้โดยตรง แต่ต้องสร้างผ่านการพัฒนาคุณภาพความสัมพันธ์ระหว่างตราสินค้าและลูกค้า จึงจะสามารถสร้างการสนับสนุนตราสินค้าได้ กล่าวคือ การสร้างการรับรู้องค์ประกอบต่างๆ ของความเป็นผู้นำในตราสินค้าในสื่อต่าง ๆ ยังไม่เพียงพอต่อการสร้างกลุ่มลูกค้าที่จะสนับสนุนตราสินค้า ตราสินค้าต้องให้ความสำคัญกับการสร้างความเชื่อมั่นให้กับตราสินค้าด้วย เช่น การโพสต์เนื้อหาเกี่ยวกับการใช้สินค้าในการแก้ปัญหาต่าง ๆ เพื่อสร้างการรับรู้ถึงคุณค่าสินค้า การโพสต์ข้อคิดเห็นของลูกค้าคนอื่นๆ เพื่อแสดงถึงความน่าเชื่อถือของตราสินค้าและสร้างการรับรู้เรื่องความนิยมของตราสินค้า อีกทั้งยังต้องสร้างความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้าด้วยการพัฒนาสินค้าที่มีคุณภาพ และสื่อสารการตลาดให้ตรงตามความต้องการ โดยเฉพาะองค์ประกอบเรื่องความใกล้ชิดทางอารมณ์ ที่ตราสินค้าต้องให้ความสำคัญในการสื่อสารเกี่ยวกับความสบายใจและความสะดวกสบายที่ลูกค้าได้รับจากสินค้าแก่เจ็ต ตราสินค้าที่พัฒนาการรับรู้ด้านความเป็นผู้นำพร้อมสร้างคุณภาพความสัมพันธ์ระหว่างตราสินค้าและลูกค้า จะนำไปสู่การได้รับการสนับสนุนจากผู้บริโภคได้สูง ดังที่ Kitjaroenchai and Chaipoopiratan (2022) กล่าวว่า เมื่อผู้บริโภครับรู้ พึงพอใจ เชื่อมั่นต่อตราสินค้า และมีความสัมพันธ์ที่มีคุณภาพ เมื่อตราสินค้าจัดกิจกรรมหรือโปรโมชั่นที่น่าสนใจ พวกเขาเหล่านั้นจะบอกต่อข้อมูลไปยังบุคคลอื่น และหากมีผู้ใดมาต่อว่าหรือกล่าวถึงตราสินค้านั้นในทางลบหรือเข้าใจผิด พวกเขาจะรีบออกมาแสดงตัวตน เสนอแนะการแก้ปัญหาและให้บริการแทนตราสินค้า และแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้าให้กับตราสินค้าได้ ซึ่งนับว่าเป็นพฤติกรรมการณ์การสนับสนุนของผู้บริโภคที่นักการตลาดและตราสินค้าต้องการเป็นอย่างมาก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

งานวิจัยนี้นำเสนอข้อค้นพบใหม่ในการพัฒนาความเป็นผู้นำในตราสินค้า คุณภาพความสัมพันธ์ต่อตราสินค้า และการสนับสนุนตราสินค้า ซึ่งงานวิจัยในอดีตยังมีการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเหล่านี้อยู่อย่างจำกัด โดยเฉพาะในบริบทของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นช่องทางการตลาดที่สำคัญในปัจจุบัน และอีกทั้งผลการวิจัยยังแสดงถึงการมีอิทธิพลของตัวแปรกลางของคุณภาพความสัมพันธ์ต่อตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนตราสินค้าค่อนข้างสูง เจ้าของตราสินค้าและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ที่ดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ควรมุ่งเน้นสร้างการรับรู้ทางบวกต่อตราสินค้า ไม่ว่าจะเป็นการรับรู้ด้านคุณภาพ ทั้งของสินค้าและบริการ โดยการนำเสนอเนื้อหาบนสื่อออนไลน์ที่แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของสินค้า จัดกิจกรรมเชิญชวนให้สมาชิกในชุมชนตราสินค้าได้แบ่งปันข้อมูลและประสบการณ์การใช้สินค้าเพื่อสร้างการรับรู้ด้านคุณภาพให้รองรับผู้ที่กำลังค้นหาข้อมูลหรือกลุ่มว่าที่ลูกค้า สร้างการรับรู้ความเป็นนวัตกรรมโดยการสร้างสรรค์ความคิดและพัฒนาปรับปรุงสินค้าและบริการอย่างสม่ำเสมอ พัฒนาความสัมพันธ์ที่มีคุณภาพ นำไปสู่การสนับสนุนที่ยั่งยืนจากลูกค้าที่มีต่อตราสินค้า

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

การศึกษาในอนาคต นอกจากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้น ในการทำธุรกิจธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจจะส่งผลถึงความสำเร็จในการเป็นผู้นำและการสนับสนุนตราสินค้าได้อีก เช่น ปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดแต่ละด้าน (Marketing Communication) การปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับตราสินค้า (Consumer - Brand Engagement) หรือบทบาทของผู้มีอิทธิพลบนสื่อออนไลน์ (Influencer) เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- อุมาวรรณ วาทกิจ. (2565). แนวทางการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์สำหรับผู้จัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคในประเทศไทย. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 12(1), 288-302. [อิเล็กทรอนิกส์]. สืบค้นจาก <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/neuarj/article/view/225779/174767>
- Ahmad, F. S., Quoquab, F., Bahrin, R., and Mansor, M. N. M. (2014). Branding Leadership in Malaysian SMEs. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 130(2014), 54–58. doi: 10.1016/j.sbspro.2014.04.007
- Akrout, H., and Nagy, G. (2018). Trust and commitment within a virtual brand community: the mediating role of brand relationship quality. *Information and Management*, 55, 939-955. doi: 10.1016/j.im.2018.04.009

- Bagozzi, R.P., Bergami, M., Marzocchi, G.L., and Morandin, G. (2012). Customer–organization relationships: Development and test of a theory of extended identities. *Journal of Applied Psychology*, 97(1), 63–76. doi: 10.1037/a0024533
- Bhati, R., and Verma, H.V. (2020). Antecedents of customer brand advocacy: a meta-analysis of the empirical evidence. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 14(2), 153–172. doi: 10.1108/JRIM-12-2018-0165
- Burmann, C., and Zeplin, S. (2005). Building brand commitment: A behavioural approach to internal brand management. *Brand Management*, 12(4), 279–300. doi: 10.1057/palgrave.bm.2540223
- Byrne, B.M. (2010). *Structural Equation Modeling with AMOS Basic Concept, Applications, and Programming* (2nd ed). LLC: Taylor and Francis group.
- Chang, Y., and Ko, Y.J. (2014). The brand leadership: Scale development and validation. *Journal of Brand Management*, 1–18. doi: 10.1057/bm.2013.23
- Chang Y., Ko Y., and Leite, W. (2016). The effect of perceived brand leadership on luxury service WOM. *Journal of Services Marketing*, 30(6), 659–671. doi: 10.1108/JSM-01-2015-0005
- Chiu, W., and Cho, H. (2021). E-commerce brand. The effect of perceived brand leadership on consumers' satisfaction and repurchase intention on e-commerce websites. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 33(6), 1339–1362. doi: 10.1108/APJML-10-2018-0403
- Chu, S.C., and Sung, Y. (2015). Using a consumer socialization framework to understand electronic word-of-mouth (eWOM) group membership among brand followers on Twitter. *Electronic Commerce Research and Applications*, 14(4), 251–260. doi: 10.1016/j.elelap.2015.04.002
- Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques* (3rd ed). New York: John Wiley & Sons.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., and Anderson, R.E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed). New Jersey: Pearson Education.
- Hanaysha, J. (2016). The Importance of Social Media Advertisements in Enhancing Brand Equity: A Study on Fast Food Restaurant Industry in Malaysia. *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 7(2), 46–51. doi: 10.18178/ijimt.2016.7.2.643

- Hassan, M., Rafi, A., and Kazmi, S. S. (2016). Impact of Differentiated Customer Service, Brand Trust, Brand Commitment, and Brand Salience on Brand Advocacy. *International Review of Management and Marketing*, 6(4) 232-238. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/366946>
- Hollebeek, L. (2011). Demystifying customer brand engagement: Exploring the loyalty nexus. *Journal of Marketing Management*, 27(7-8), 785-807. doi: 10.1080/0267257X.2010.500132
- Hudson, S., Roth, M. S., Madden, T. J., and Hudson, R. (2015). The effects of social media on emotions, brand relationship quality, and word of mouth: An empirical study of music festival attendees. *Tourism Management*, 47, 68-76. doi: 10.1016/j.tourman.2014.09.001
- Khan, I., Rahman, Z., and Fatma, M. (2016). The concept of online corporate brand experience: an empirical assessment. *Marketing Intelligence and Planning*, 34(5). doi: 10.1108/MIP-01-2016-0007
- Kim, H.K., Lee, M., and Lee, Y.W. (2005). Developing a scale for measurement brand relationship quality. *AP - Asia Pacific Advances in Consumer Research*, 6, 118-126. Retrieved from <https://www.acrwebsite.org/volumes/11877>
- Kitjaroenchai, M., and Chaipooiratana, S. (2022). Mixed method: antecedents of online repurchase intention of generation Y towards apparel products on e-commerce in Thailand. *ABAC Journal*, 42(1), 73-95. <http://www.assumptionjournal.au.edu/index.php/abacjournal/article/view/6078/3338>
- Kline, R.B. (2010). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling* (3rd ed). New York: Guilford.
- Kumar, T., Braeken, A., Jurcut, A.D., Liyanage, M., and Ylianttila, M. (2020). AGE: Authentication in gadget-free healthcare environments. *Information Technology and Management*, 21(2), 95-114. doi : 10.1007/s10799-019-00306-z
- Morandin, G., Bagozzi, R.P., and Bergami, M. (2013). Brand community membership and the construction of meaning. *Scandinavian Journal of Management*, 29, 173-183. doi: 10.1016/j.scaman.2013.03.003

- Nawas, I.A., Altarifi, S., and Ghantous, N. (2021). E-retailer cognitive and emotional relationship quality: their experiential antecedents and differential impact on brand evangelism. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 0959-0552. doi: 10.1108/IJRDM-07-2020-0239
- Nguyen, T.D., and Nguyen, T.T.M. (2011). An Examination of Selected Marketing Mix Elements and Brand Relationship Quality in Transition Economies: Evidence From Vietnam. *Journal of Relationship Marketing*, 10(1), 43-56. doi: 10.1080/15332667.2011.549018
- Rovinelli, R.J. and 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, 49-60.
- Sahyaja, C., and Rao, K.S.S. (2018). New leadership in the digital era-a conceptual study on emotional dimensions in relation with intellectual dimensions. *International Journal of Civil Engineering and Technology*, 9(1), 738-747. Retrieved from <http://www.iaeme.com/ijciyet/issues.asp?JType=IJCIET&VType=9&IType=1>
- Schau, H.J., Muniz, A.M., and Arnould, E.J. (2009). How brand community practices create value. *Journal of Marketing*, 73(5), 30-51. doi: 10.1509/jmkg.73.5.30
- Schumacker, R.E., and Lomax, R.G. (2010). *A beginner's guide to structural equation modeling*. (3rd ed). New York: Routledge/Taylor and Francis Group.
- Statista Research Department (2020). *Global retail e-commerce sales 2014-2023*. Retrieved June 5, 2022, from <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/>
- Stevens, J.P. (2009). *Applied Multivariate Statistics for the Social Sciences* (5th ed). New York: Taylor & Francis Group.
- Tabachnick, B.G., and Fidell, L.S. (2007). *Using Multivariate Statistics*. Boston: Pearson Education.
- Tho, N.D., Trang, N.T.M., and Olsen, S.O. (2016). Brand personality appeal, brand relationship quality and WOM transmission: a study of consumer markets in Vietnam. *Asia Pacific Business Review*, 22(2), 307-324. doi: 10.1080/13602381.2015.1076655
- Turri, A. M., Smith, K. H., and Kemp, E. (2013). Developing affective brand commitment through social media. *Journal of Electronic Commerce Research*, 14(3), 201-214. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/265964055>

- Verhoef, P.C., Reinartz, W.J. and Krafft, M. (2010). Customer engagement as a new perspective in customer management. *Journal of Service Research*, 13(3), 247-252. doi: 10.1177/1094670510375461
- Wilk, V., Harrigan, P., and Soutar, G.N. (2018). Navigating online brand advocacy (oba): an exploratory analysis. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 26(1-2), 99-116. doi: 10.1080/10696679.2017.1389246
- Wilk, V., Soutar, G.N., and Harrigan, P. (2019). Online brand advocacy (OBA): the development of a multiple item scale. *Journal of Product and Brand Management*, 29(4), 415-429.
- Wright, K.B. (2005). Researching Internet-Based Populations: Advantages and Disadvantages of Online Survey Research, Online Questionnaire Authoring Software Packages, and Web Survey Services. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(3). doi: 10.1111/j.1083-6101.2005.tb00259.x
- Yasin, M., Lucia Porcu, L., and Francisco Cabanillas, F.L. (2019). The Effect of Brand Experience on Customers' Engagement Behavior within the Context of Online Brand Communities: The Impact on Intention to Forward Online Company-Generated Content. *Sustainability* 2019, 11(4649), 1-17. doi: 10.3390/su11174649

ผลกระทบของจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อ
คุณภาพรายงานทางการเงินของนักบัญชีในสำนักงานบัญชีในเขต
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

The Impact of Ethics of Accounting Professional and Efficiency
Performance Affecting Financial Reporting Quality of Accountant
in Accounting Office in the Northeastern Thailand

ผกามาศ บุตรสาลี

Pakamat Butsalee

สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

อีเมล: pakamat.bs@bru.ac.th

วันที่รับบทความ (Received)

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

31 พฤษภาคม 2565

9 กันยายน 2565

23 กันยายน 2565

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อทดสอบผลกระทบของจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของนักบัญชีในสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2) เพื่อทดสอบผลกระทบของจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีกับคุณภาพรายงานทางการเงินของนักบัญชีในสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และ 3) เพื่อทดสอบผลกระทบของประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานกับคุณภาพรายงานทางการเงินของนักบัญชีในสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักบัญชีในสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 172 คน โดยจำนวนกลุ่มตัวอย่างได้มาจากจำนวนนักบัญชีในสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือแห่งละ 1 คน จากจำนวนแบบสอบถามที่ส่งไป จำนวน 253 คน และตอบกลับมา จำนวน 172 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) นักบัญชีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีด้านความเที่ยงธรรม และด้านการรักษาความลับอยู่ในระดับมากที่สุด และด้านความรู้ความสามารถ ด้านความซื่อสัตย์สุจริต และด้านความโปร่งใสอยู่ในระดับมาก 2) นักบัญชีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ด้านความถูกต้องอยู่ในระดับมากที่สุด และด้านความทันต่อเวลา ด้านความมีคุณภาพ ด้านความสำเร็จของงาน และด้านปริมาณงานอยู่ในระดับมาก 3) นักบัญชีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายงานทางการเงิน ด้านความเชื่อถือได้อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านความเข้าใจได้

ด้านความสามารถเปรียบเทียบได้ ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ และด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรมอยู่ในระดับมาก 4) จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ด้านความเที่ยงธรรมมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญ 5) จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ด้านความเที่ยงธรรม ด้านความรู้ความสามารถ ด้านความซื่อสัตย์สุจริต และด้านการรักษาความลับ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานและคุณภาพรายงานทางการเงินอย่างมีนัยสำคัญ และ 6) ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้านความสำเร็จของงานและด้านปริมาณงาน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพรายงานทางการเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี, ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน, คุณภาพรายงานทางการเงิน

ABSTRACT

The objectives of this research were 1) to examine the impact of professional accounting ethics and accountants' performance efficiency in Northeastern Thailand, 2) to examine the impact of professional accounting ethics on the quality of accountants' financial reports in accounting firms in the aforementioned region, and 3) to examine the impact of the performance efficiency on the quality of accountants' financial reports in accounting firms in the aforementioned region The data were collected from a total of 172 samples out of 253 respondents, who comprised one accountant working in each accounting firm in the Northeastern region. The instrument used in this research was a questionnaire. The statistics used for analyzing the data were multiple correlation analysis and multiple regression analysis.

The results revealed that 1) the accountants' opinions on the professional accounting ethics in terms of faithfulness and confidentiality were at the highest level, while knowledge and abilities, integrity, and transparency were at a high level; 2) the accountants' opinions toward the performance efficiency were at the highest level for accuracy, whereas timeliness, quality, work success, and the amount of work were at a high level; 3) the accountants' opinions on the quality of the financial reports in terms of reliability was at the highest level, while understandability, comparability, ability related to decision-making, and representational faithfulness were at a high level; 4) the professional accounting ethics on faithfulness had a significant correlation and positive impact on the performance efficiency; 5) the professional accounting ethics on knowledge and ability, integrity, and confidentiality had a

significant correlation and positive impact on the performance efficiency and the quality of the financial reports, and 6) the performance efficiency in terms of work success and the amount of work had a significant correlation and positive impact on the quality of the financial reports at a statistical level of 0.05.

Keywords: Ethics of Professional Accounting, Efficiency Performance, Financial Reporting Quality

บทนำ

ในปัจจุบันธุรกิจมีการแข่งขันเพิ่มมากขึ้นทำให้ผู้ประกอบการต่างต้องปรับตัวกันไปตามสภาพแวดล้อมอยู่เสมอ รวมถึงนักบัญชีที่จะต้องมีการปรับตัวตามสภาพธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้ทันต่อสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จึงส่งผลให้นักบัญชีมีความสำคัญมากขึ้นจากเดิมที่เป็นเพียงแค่การทำบัญชีรายรับ รายจ่าย แต่ปัจจุบันนักบัญชีถือเป็นฟันเฟืองสำคัญของสถานประกอบการไม่ว่าจะเป็นสถานประกอบการขนาดเล็ก ขนาดกลาง หรือขนาดใหญ่ (จิราพรรณ แซ่ซี, 2562) หรืออาจกล่าวได้ว่าวิชาชีพบัญชีมีความสำคัญและจำเป็นต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมขององค์กรธุรกิจ ซึ่งนักบัญชีจึงจำเป็นที่จะต้องมีการศึกษาอบรมวิชาชีพซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญต่อการนำไปใช้ในการพิจารณาข้อมูลทางการบัญชีและการตัดสินใจเกี่ยวกับผู้ประกอบการอื่นช่วยให้นักบัญชีมีเหตุผลในการตัดสินใจกระทำสิ่งใด ๆ ด้วยความเหมาะสมดังตามจรรยาบรรณผู้ประกอบวิชาชีพ นักบัญชีจึงต้องมีจรรยาบรรณวิชาชีพอันแสดงถึงคุณธรรมและจริยธรรมในการปฏิบัติงาน นอกจากนี้ตามพระราชบัญญัติวิชาชีพบัญชีปี 2547 ได้กำหนดจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพประกอบด้วย ความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม ความซื่อสัตย์สุจริต ความรู้ความสามารถ มาตรฐานในการปฏิบัติงาน ความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ และการรักษาความลับ (ทิพย์อนงค์ พันเอ้ย และประเวศ เพ็ญวุฒิกุล, 2560) จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ซึ่งถือเป็นหลักเกณฑ์และเงื่อนไขความประพฤติปฏิบัติของนักบัญชีที่เป็นหลักให้สมาชิกวิชาชีพนั้นยึดถือปฏิบัติเพื่อรักษาชื่อเสียง และส่งเสริมเกียรติคุณของวิชาชีพตนในด้านการจัดทำบัญชีและการรายงานงบการเงิน ซึ่งจะต้องมีความถูกต้องและครบถ้วนสมบูรณ์เพื่อให้บริการเงินมีความน่าเชื่อถือ เพื่อให้ผู้ที่ใช้งบการเงินสามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์และการตัดสินใจ โดยงบการเงินถือว่ามีสำคัญอย่างยิ่งในการประกอบธุรกิจ เพราะถ้านักบัญชีมีการรายงานงบการเงินที่มีข้อผิดพลาดจะส่งผลโดยตรงกับสถานประกอบการ ดังนั้น นักบัญชีจึงต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์จรรยาบรรณทางการบัญชีเพื่อให้มีประสิทธิภาพในการทำงานยิ่งขึ้น (ปัทมญา ผิวอ่อน และดิษยาภา เนียมถนอม, 2562)

ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานก็เป็นอีกหนึ่งสิ่งที่สำคัญที่นักบัญชีจะต้องถือปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพและต้องมุ่งเน้นให้เกิดขึ้นกับการปฏิบัติงานอย่างผู้ประกอบวิชาชีพ จึงกล่าวได้ว่าการปฏิบัติงานที่สำเร็จที่มีประสิทธิภาพแล้วย่อมส่งผลต่อการมีภาพลักษณ์ที่ดีในศักยภาพทางวิชาชีพ

เป็นที่ยอมรับของเพื่อนร่วมงานและผู้บริหาร ให้เกิดความคุ้มค่าลดการสูญเสียของทรัพยากรให้น้อยที่สุด ตลอดจนการนำเสนอรายงานทางการเงินที่มีความน่าเชื่อถือทันต่อเวลาที่กำหนด และการนำไปใช้ของผู้ใช้ข้อมูลทางการบัญชีซึ่งประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ประกอบด้วย ด้านความพึงพอใจของผู้รับบริการ ด้านการประหยัดต้นทุน ด้านการทำงานเสร็จทันตามกำหนด และด้านคุณภาพของงาน (บุญช่วง ศรีธรรมราช และอารยะรัตน์ ชารีแสน, 2563) ดังนั้น หากนักบัญชีมีการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพจะส่งผลให้เกิดการรายงานงบการเงินที่มีประสิทธิภาพตามไปด้วย โดยงบการเงินที่มีคุณภาพจะสะท้อนให้เห็นถึงการนำความรู้ ความสามารถ ทักษะและประสบการณ์ในการปฏิบัติงานด้วยความมุ่งมั่นและทุ่มเทของนักบัญชีเข้ามาใช้ เพื่อให้สามารถนำเสนอรายงานข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการนำไปใช้ในการตัดสินใจ ตลอดจนการวางแผนการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ อันส่งผลต่อผลสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กรที่กำหนดไว้ ดังนั้น คุณภาพรายงานทางการเงินของนักบัญชีที่ได้นำเสนอจึงถือเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจของผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งรายงานทางการเงินที่มีคุณภาพนั้นจะต้องประกอบด้วย ความเข้าใจได้ ความเชื่อถือได้ ความเกี่ยวข้องต่อการตัดสินใจ และความเปรียบเทียบกันได้ โดยผู้บริหารสามารถเลือกนโยบายการบัญชีที่ทำให้สังคมภายนอกรับรู้ถึงความรับผิดชอบขององค์กรต่อสังคมโดยรวม อันส่งผลต่อประสิทธิภาพให้องค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดี และทำให้บุคคลทั่วไปเกิดความเชื่อมั่นในการรายงานข้อมูลทางการเงิน (อมร โททำ, 2562)

สำหรับจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากผลงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่า นักบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีจรรยาบรรณในด้านการรักษาความลับ และความโปร่งใสในการปฏิบัติงานมากที่สุด และสิ่งที่นักบัญชีจะต้องมีการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้การปฏิบัติงานนั้นเป็นได้อย่างมีประสิทธิภาพคือ การที่นักบัญชีขาดความเป็นอิสระในการปฏิบัติงานหรือมีการปฏิบัติงานโดยปราศจากการควบคุมที่ไม่เหมาะสม (สุพัตรา รักการศิลป์ และคณะ, 2565) จึงจำเป็นต้องศึกษาผลกระทบของจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของนักบัญชีในสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพื่อทราบถึงปัจจัยที่จะทำให้ให้นักบัญชีมีการปฏิบัติงานที่เป็นไปตามจรรยาบรรณวิชาชีพอันส่งผลให้เกิดการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งจัดทำบัญชีและนำเสนอข้อมูลรายงานทางการเงินที่ถูกต้อง มีคุณภาพ และมีความน่าเชื่อถือต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อทดสอบผลกระทบของจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของนักบัญชีในสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. เพื่อทดสอบผลกระทบของจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีกับคุณภาพรายงานทางการเงินของนักบัญชีในสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

3. เพื่อทดสอบผลกระทบของประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานกับคุณภาพรายงานทางการเงินของนักบัญชีในสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

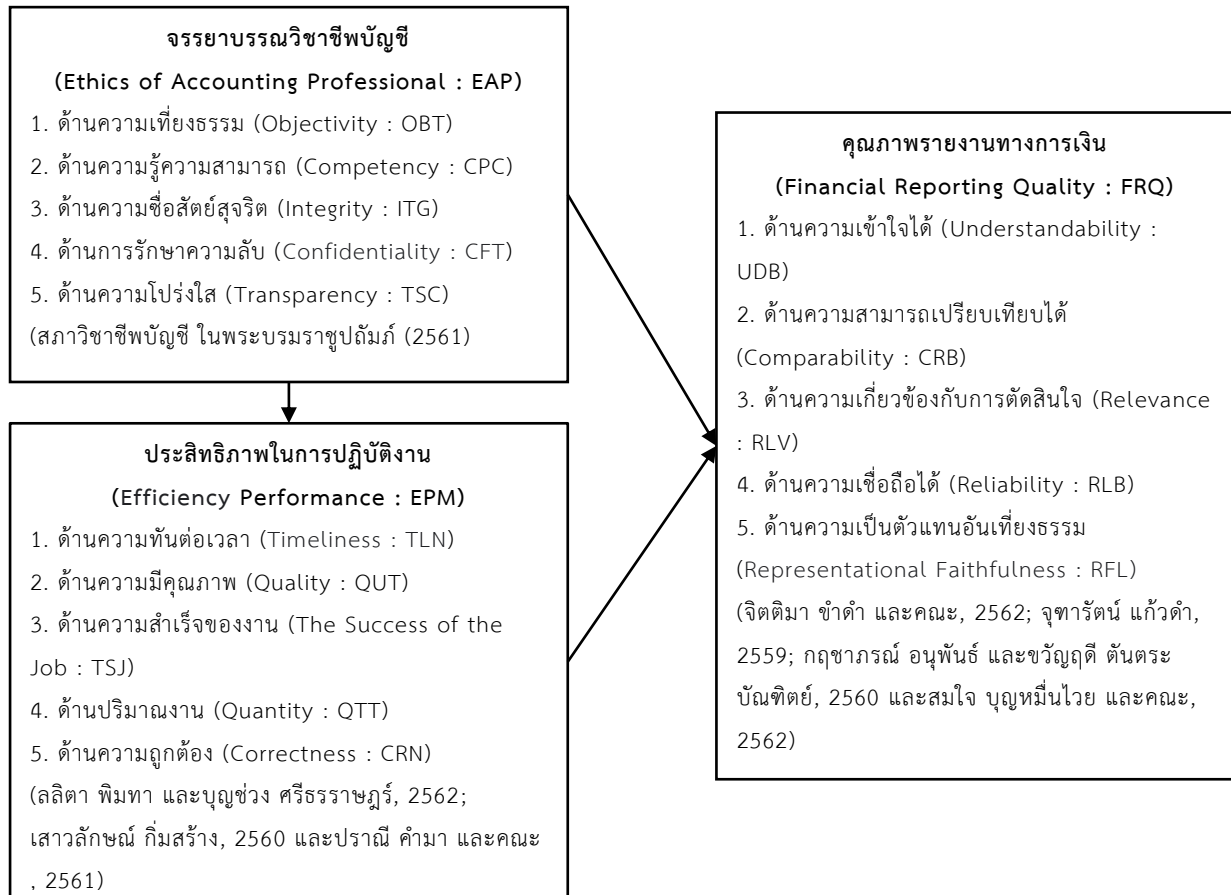
แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี (Ethics of Accounting Professional) ซึ่งถือเป็นสิ่งที่ควบคุมจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีให้มีการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพและไปในทิศทางที่เหมาะสม หรือถือได้ว่าจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีเป็นสิ่งที่กำหนดความประพฤติปฏิบัติ เป็นข้อกำหนดหลักการของแนวปฏิบัติเกี่ยวกับความประพฤติที่พึงงามที่ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีจะต้องยึดถือเพื่อดำรงไว้ซึ่งความเชื่อมั่น คุณภาพของงานบริการ และความเชื่อถือได้ในผลงานจากผู้รับบริการ ซึ่งสภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์ (2561) ; สิริพร กรรณสร และประเวศ เพ็ญวุฒิกุล (2564) ได้อธิบายว่าผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีต้องปฏิบัติตามหลักการพื้นฐานของจรรยาบรรณ อันได้แก่ ความซื่อสัตย์สุจริต ความเที่ยงธรรมและความเป็นอิสระ ความรู้ ความสามารถ ความเอาใจใส่ และการรักษามาตรฐานในการปฏิบัติงาน การรักษาความลับ พฤติกรรมทางวิชาชีพ และความโปร่งใส ซึ่งหากนักบัญชีมีการปฏิบัติงานที่เป็นไปตามหลักการพื้นฐานของจรรยาบรรณวิชาชีพจะส่งผลให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะนำมาซึ่งคุณภาพของรายงานทางการเงิน

สำหรับการศึกษาทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน (Efficiency Performance) เป็นผลจากการใช้เทคนิคหรือวิธีการปฏิบัติงานที่แสดงถึงศักยภาพในการปฏิบัติงานที่บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ของแต่ละบุคคลเพื่อสามารถสร้างความน่าเชื่อถือ โดยวิชากรณ์ เลิศสุบินรักษ์ อาริรัตน์ ปานสุขวัชร และพลอยชมพู กิตติกุลโชติวุฒิ (2562) ได้กล่าวถึงประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานมีความสำคัญกับการปฏิบัติงานและจำเป็นต้องอาศัยการปรับเปลี่ยนและส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรในองค์กร โดยเริ่มจากความรู้ ความคิด หลักการและแนวปฏิบัติ ช่วยเพิ่มความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานให้มีคุณภาพ มีมาตรฐาน และเชื่อถือได้ อันทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ ซึ่งประกอบด้วย ความทันต่อเวลา ความมีคุณภาพ ความสำเร็จของงาน ปริมาณงาน และความถูกต้อง

นอกจากนี้การศึกษาทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับคุณภาพรายงานทางการเงิน (Financial Reporting Quality) ถือเป็นคุณสมบัติที่ทำให้รายงานทางการเงินมีประโยชน์ต่อผู้ใช้งายงานทางการเงินในการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจและมีความน่าเชื่อถือในลักษณะเชิงคุณพื้นฐาน และลักษณะเชิงคุณภาพเสริมของรายงานทางการเงิน อรอุมา สุวรรณ (2561) ; อรรถพร ดันพิพัฒน์อารีย์ (2560) ได้กล่าวถึงคุณภาพรายงานทางการเงินเป็นคุณสมบัติของข้อมูลในรายงานทางการเงินที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้งายงานทางการเงิน และเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจ โดยสามารถประเมินเหตุการณ์ในอดีต ปัจจุบันและอนาคตและรวมทั้งยืนยันหรือชี้ข้อผิดพลาด มีความเข้าใจได้ สามารถเปรียบเทียบได้

เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ เชื่อถือได้ และเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรมให้สำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งจากการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักบัญชีในสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 750 คน (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2563) และกลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักบัญชีในสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 253 คน โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้มาจากการเปิดตาราง Krejcie & Morgan และใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) (Krejcie & Morgan, 1970).

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 6 ขั้นตอน ดังนี้ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบ

รายการ (Checklist) ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงาน และเงินเดือน 2) ข้อมูลทั่วไปของสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ประกอบด้วย ประเภทนิติบุคคล ลักษณะของธุรกิจ ระยะเวลาการดำเนินงาน และจำนวนพนักงาน 3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีของนักบัญชีในสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยครอบคลุมเนื้อหาจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ด้านความเที่ยงธรรม ด้านความรู้ความสามารถ ด้านความซื่อสัตย์สุจริต ด้านการรักษาความลับ และด้านโปรงใส 4) ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของนักบัญชีในสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยครอบคลุมเนื้อหาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ด้านความทันต่อเวลา ด้านความมีคุณภาพ ด้านความสำเร็จของงาน ด้านปริมาณของงาน และด้านความถูกต้อง 5) ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายงานทางการเงินของนักบัญชีในสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยครอบคลุมเนื้อหาคุณภาพรายงานทางการเงิน ด้านความเข้าใจได้ ด้านความสามารถเปรียบเทียบได้ ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ด้านความเชื่อถือได้ และด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม และ 6) ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

ในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการต่อไปนี้ 1) ศึกษาเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดเกี่ยวกับความมีผลกระทบของจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของนักบัญชีในสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม 2) จัดทำโครงร่างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดที่กำหนด โดยพิจารณาเนื้อหาให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิด วัตถุประสงค์ของการวิจัย และสมมติฐานการวิจัย 3) จัดประชุมระดมสมองอาจารย์สาขาวิชาการบัญชี จำนวน 7 ท่าน เพื่อพิจารณาความเหมาะสม ความถูกต้องของการใช้ภาษาและครอบคลุมเนื้อหาของการวิจัยในแบบสอบถาม รวมถึงการปรับแก้ไขแบบสอบถาม 4) ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามที่ได้จากการจัดประชุมระดมสมองอาจารย์สาขาวิชาการบัญชี แล้วนำแบบสอบถามมาจัดประชุมระดมสมองกับผู้บริหารสำนักงานบัญชีในจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 2 ท่าน และนักบัญชีของสำนักงานบัญชีในจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามเพื่อให้ครอบคลุมเนื้อหาของงานวิจัยเกี่ยวกับจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน และคุณภาพรายงานทางการเงิน และเพื่อให้ได้ข้อมูลสะท้อนกับบริบทตามประเด็นการวิจัย 5) ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำไปตรวจสอบหาคุณภาพของแบบสอบถาม ดังนี้ 5.1) นำแบบสอบถามไปทดสอบใช้ (Try - Out) กับนักบัญชีในบริษัทจำกัดในจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 30 คน 5.2) นำแบบสอบถามไปหาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเป็นราย

ข้อ โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation ซึ่งจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี มีค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 0.731-0.856 ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน มีค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 0.722-0.854 และคุณภาพรายงานทางการเงิน มีค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 0.757-0.837 ซึ่งสอดคล้องกับ Rovinelli and Hambleton (1977) แสดงให้เห็นว่าค่าอำนาจจำแนกมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ถือว่ารายข้อของแบบสอบถามมีความสอดคล้องกันระหว่างรายข้อของแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัด และ 5.3) นำแบบสอบถามหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.777-0.844 ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.790-0.844 และคุณภาพรายงานทางการเงิน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.807-0.836 ซึ่งสอดคล้องกับ Hair et al. (2010) แสดงให้เห็นว่า ค่า Alpha มากกว่า 0.7 เป็นค่าที่ยอมรับได้สามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างได้ และ 6) นำผลที่ได้จากการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามปรับปรุงแก้ไข แล้วจัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยส่งแบบสอบถามไปตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนและวิธีการ ดังนี้

- 1) ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยพร้อมตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วน และความสมบูรณ์ของเอกสารเตรียมนำเสนอทางไปรษณีย์
- 2) ขออนุญาตจากคณะกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ โดยแนบพร้อมกับแบบสอบถามที่ส่งไปยังกลุ่มตัวอย่าง คือ สำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อขอความอนุเคราะห์และความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม
- 3) ดำเนินการจัดส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ถึงสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 253 ฉบับ ตาม ชื่อ ที่อยู่ ตามที่ได้รับข้อมูลอีเมลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า โดยแนบซองจดหมายตอบกลับไปพร้อมกับแบบสอบถาม ซึ่งกำหนดให้ส่งจดหมายตอบกลับทางไปรษณีย์ ภายใน 30 วัน
- 4) เมื่อครบกำหนด 30 วัน มีแบบสอบถามตอบกลับมา จำนวน 172 ฉบับ และมีจำนวนแบบสอบถามที่ถูกตีกลับเนื่องจากไม่มีผู้รับ และย้ายที่อยู่ไม่ทราบที่อยู่ใหม่ จำนวน 8 ฉบับ และติดต่อไม่ได้เลย 73 ฉบับ
- 5) ตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับตอบกลับมา พบว่ามีความสมบูรณ์ จำนวน 172 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 67.98 ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar & Day (2012) ได้นำเสนอว่าการส่งแบบสอบถามต้องมีอัตราตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงจะถือว่ายอมรับได้ว่ามีขนาดตัวอย่างที่ได้มีความเหมาะสมและเพียงพอที่จะใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป
- 6) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่มีความครบถ้วนสมบูรณ์เพื่อนำไปวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลต่อไป

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม โดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ 1) การทดสอบผลกระทบของจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานที่ของนักบัญชีในสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์สหพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ 2) การทดสอบผลกระทบของจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีที่ส่งผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของนักบัญชีในสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์สหพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ และ 3) การทดสอบผลกระทบของประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของนักบัญชีในสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์สหพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย 1) สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2) สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ได้แก่ การหาค่าอำนาจจำแนกแบบสอบถามเป็นรายข้อ โดยใช้เทคนิค Item - total Correlation และการหาค่าความเชื่อมั่นของข้อมูล โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) 3) การทดสอบคุณลักษณะตัวแปร คือ การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ โดยหาค่า Variance Inflation Factors (VIFs) และ 4) สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์สหพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ซึ่งสามารถเขียนสมการได้ ดังนี้

$$\text{สมการที่ 1 } EPM = \theta_0 + \theta_1OBT + \theta_2CPC + \theta_3ITG + \theta_4CFT + \theta_5TSC + \mathcal{E}$$

$$\text{สมการที่ 2 } FRQ = \theta_0 + \theta_1OBT + \theta_2CPC + \theta_3ITG + \theta_4CFT + \theta_5TSC + \mathcal{E}$$

$$\text{สมการที่ 3 } FRQ = \theta_0 + \theta_1TLN + \theta_2QUTT + \theta_3TSJ + \theta_4QTT + \theta_5CRN + \mathcal{E}$$

ผลการวิจัย

1. นักบัญชีในสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ น้อยกว่า 30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประสบการณ์การทำงาน 1 - 5 ปี และเงินเดือน 15,000 - 20,000 บาท
2. สำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนใหญ่เป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด ลักษณะของธุรกิจเป็นธุรกิจให้บริการ ระยะเวลาการดำเนินงานของธุรกิจ 10 ปีขึ้นไป และจำนวนพนักงานต่ำกว่า 20 คน
3. ผลการทดสอบผลกระทบของจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของนักบัญชีในสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การทดสอบผลกระทบของจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน
ของนักบัญชีในสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี	ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน		t	Sig
	สัมประสิทธิ์ การถดถอย	ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.253	0.368	0.686	0.494
ด้านความเที่ยงธรรม (OBT)	0.187	0.073	2.579	0.011*
ด้านความรู้ความสามารถ (CPC)	0.330	0.076	4.328	0.000*
ด้านความซื่อสัตย์สุจริต (ITG)	0.169	0.076	2.226	0.027*
ด้านการรักษาความลับ (CFT)	0.213	0.086	2.487	0.014*
ด้านความโปร่งใส (TSC)	0.068	0.076	0.898	0.371
F = 28.982 p = 0.000 ^a Adjusted R ² = 0.450				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ด้านความเที่ยงธรรม (OBT) ด้านความรู้ความสามารถ (CPC) ด้านความซื่อสัตย์สุจริต (ITG) และด้านการรักษาความลับ (CFT) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานโดยรวม (EPM) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับจรรยาบรรณวิชาชีพ ด้านความโปร่งใส (TSC) ไม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานโดยรวม (EPM)

เมื่อนำจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ด้านความเที่ยงธรรม (OBT) ด้านความรู้ความสามารถ (CPC) ด้านความซื่อสัตย์สุจริต (ITG) และด้านการรักษาความลับ (CFT) ไปสร้างสมการพยากรณ์ของประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานโดยรวม (EPM) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง (AdjR²) เท่ากับ 4.347 โดยได้สมการพยากรณ์ ดังนี้

$$EPM = 0.315 + 0.198(OBT) + 0.337(CPC) + 0.178(ITG) + 0.240(CFT)$$

4. ผลการทดสอบผลกระทบของจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีกับคุณภาพรายงานทางการเงิน
ของนักบัญชีในสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การทดสอบผลกระทบของจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีกับคุณภาพรายงานทางการเงินของนักบัญชีในสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี	คุณภาพรายงานทางการเงิน		t	Sig
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.369	0.356	1.036	0.302
1. ด้านความเที่ยงธรรม (OBT)	0.090	0.070	1.282	0.202
2. ด้านความรู้ความสามารถ (CPC)	0.305	0.074	4.138	0.000*
3. ด้านความซื่อสัตย์สุจริต (ITG)	0.154	0.074	2.094	0.038*
4. ด้านการรักษาความลับ (CFT)	0.299	0.083	3.603	0.000*
5. ด้านความโปร่งใส (TSC)	0.074	0.073	1.007	0.315
F = 28.660 p = 0.000 ^a Adjusted R ² = 0.447				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ด้านความรู้ความสามารถ (CPC) ด้านความซื่อสัตย์สุจริต (ITG) และด้านการรักษาความลับ (CFT) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพรายงานทางการเงิน โดยรวม (FRQ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ด้านความเที่ยงธรรม (OBT) และด้านความโปร่งใส (TSC) ไม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับคุณภาพรายงานทางการเงิน โดยรวม (FRQ)

เมื่อนำจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ด้านความรู้ความสามารถ (CPC) ด้านความซื่อสัตย์สุจริต (ITG) และด้านการรักษาความลับ (CFT) ไปสร้างสมการพยากรณ์ของคุณภาพรายงานทางการเงิน โดยรวม (FRQ) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง (AdjR²) เท่ากับ 0.443 โดยได้สมการพยากรณ์ ดังนี้

$$FRQ = 0.597 + 0.343(CPC) + 0.183(ITG) + 0.345(CFT)$$

5. ผลการทดสอบผลกระทบของประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานกับคุณภาพรายงานทางการเงินของนักบัญชีในสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การทดสอบผลกระทบของประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานกับคุณภาพรายงานทางการเงิน
ของนักบัญชีในสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน	คุณภาพรายงานทางการเงินโดยรวม		t	Sig
	สัมประสิทธิ์ การถดถอย	ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.613	0.329	1.859	0.065
1. ด้านความทันต่อเวลา (TLN)	0.125	0.073	1.714	0.088
2. ด้านความมีคุณภาพ (QUT)	0.146	0.075	1.960	0.052
3. ด้านความสำเร็จของงาน (TSJ)	0.281	0.077	3.634	0.000*
4. ด้านปริมาณงาน (QTT)	0.233	0.077	3.020	0.003*
5. ด้านความถูกต้อง (CRN)	0.086	0.081	1.066	0.288
F = 29.617 p = 0.000 ^b Adjusted R ² = 0.456				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 3 พบว่า ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ด้านความสำเร็จของงาน (TSJ) และด้านปริมาณงาน (QTT) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพรายงานทางการเงินโดยรวม (FRQ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้านความทันต่อเวลา (TLN) ด้านความมีคุณภาพ (QUT) และด้านความถูกต้อง (CRN) ไม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับคุณภาพรายงานทางการเงินโดยรวม (FRQ)

เมื่อนำประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ด้านความสำเร็จของงาน (TSJ) และด้านปริมาณงาน (QTT) ไปสร้างสมการพยากรณ์ของคุณภาพรายงานทางการเงินโดยรวม (FRQ) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง (AdjR²) เท่ากับ 0.418 โดยได้สมการพยากรณ์ ดังนี้

$$FRQ = 1.194 + 0.419(TSJ) + 0.325(QTT)$$

อภิปรายผล และสรุปผลการวิจัย

จากวิจัยเรื่อง ผลกระทบของจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของนักบัญชีในสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สามารถอภิปรายผล และสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ด้านความเที่ยงธรรม ด้านความรู้ความสามารถ ด้านความซื่อสัตย์สุจริต และด้านการรักษาความลับ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับงานวิจัยของสุพัตรา รักการศิลป์, เอมอร แสงวงโรตม์ และผกามาศ บุตรสาลี (2565) ที่พบว่า 1) จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ด้าน

ความซื่อสัตย์สุจริต และด้านความรู้ความสามารถมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการทำงาน โดยรวม ด้านคุณภาพงาน ด้านความทันเวลา และด้านปริมาณงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 2) จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ด้านการรักษาความลับ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการทำงาน ด้านความทันเวลา ด้านปริมาณงาน และด้านความถูกต้องของงบการเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ด้านความรู้ความสามารถ ด้านความซื่อสัตย์สุจริต และด้านการรักษาความลับมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพรายงานทางการเงินโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับงานวิจัยของอมร โททำ (2562) ที่พบว่า จรรยาบรรณวิชาชีพทางบัญชี ด้านความโปร่งใส ด้านความรู้ความสามารถทางวิชาชีพ และด้านความรับผิดชอบต่อเพื่อนร่วมวิชาชีพและจรรยาบรรณทั่ว มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพรายงานทางการเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3. ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ด้านความสำเร็จของงานและด้านปริมาณงาน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพรายงานทางการเงินโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับงานวิจัยของทัดดาว สิทธิรักษ์ (2557) ที่พบว่า ศักยภาพของนักบัญชีด้านความมีเหตุผลเชิงจริยธรรม ด้านการตระหนักถึงผู้มีส่วนได้เสีย ด้านความรู้ความเข้าใจในมาตรฐานการบัญชี ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและทักษะการสื่อสาร และด้านการตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพส่งผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพรายงานทางการเงิน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้

1.1 สำนักงานบัญชีใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีในประเด็นเกี่ยวกับความรู้ความสามารถของนักบัญชี และประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานในประเด็นเกี่ยวกับความมีคุณภาพเนื่องจากเป็นประเด็นที่มีระดับค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด อันส่งผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม ควรได้รับการส่งเสริมให้มีการอบรมหรือพัฒนาตนเองในรูปแบบที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มพูนความรู้มากยิ่งขึ้น

1.2 นักบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ควรใช้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการทำบัญชีเพื่อความถูกต้องครบถ้วนของงาน

1.3 สำนักงานบัญชีใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา ส่งเสริมและให้ความสำคัญแก่นักบัญชีให้ปฏิบัติอย่างมีจรรยาบรรณ เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพและความน่าเชื่อถือขององค์กร

2. ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

2.1 ควรศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงานของนักบัญชีในสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

2.2 นอกจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามแล้ว ควรใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีอื่นบ้าง เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth - Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลรายละเอียดที่ตรงประเด็นและสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์ตรงตามวัตถุประสงค์มากที่สุด

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2563). รายชื่อสำนักงานบัญชี. สืบค้นเมื่อ 16 พฤษภาคม 2563, จาก <https://www.dbd.go.th/index.php>.
- จิราพรรณ แซ่ซี. (2562). ความสัมพันธ์จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของนักบัญชี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย).
- หัตตดาว สิทธิรักษ์. (2557). ผลกระทบศักยภาพของนักบัญชีที่มีต่อคุณภาพรายงานทางการเงินกรณีศึกษาเชิงประจักษ์นักบัญชีในประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์).
- ทิพย์อนงค์ พันเอ้ย และ ประเวศ เพ็ญวุฒิกุล. (2560). อิทธิพลของจรรยาบรรณวิชาชีพต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของนายทหารบัญชีในสังกัดกองทัพบก. ใน รายงานการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (NEUNI). (21 กรกฎาคม 2560). ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.
- บุญช่วง ศรีธรรมาภรณ์ และ อารยะรัตน์ ชารีแสน. (2563). อิทธิพลของความรู้ความสามารถด้านวัดกรรมที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชีบริษัทในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์, 15(1), 51-63.
- ปัทมชญา ผิวอ่อน และ ดิษยาภา เนียมถนอม. (2562). แนวทางการปฏิบัติตามจรรยาบรรณเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีในจังหวัดระยอง. วารสารบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม, 1(1), 83-96.
- ลลิตา พิมทา และบุญช่วง ศรีธรรมาภรณ์. (2562). ผลกระทบของจริยธรรมทางการบัญชีที่มีต่อความสำเร็จในการทำงานของนักบัญชีบริษัทในจังหวัดร้อยเอ็ด. วารสารการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา, 8(2), 119-141.
- วิชชาภรณ์ เลิศสุนัรักษ์, อาริรัตน์ ปานศุภวัชร และพลอยชมพู กิตติกุลโชติวุฒิ. (2562). ผลกระทบของความเป็นเลิศในการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องที่มีต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรการประปาส่วนภูมิภาค เขต 8. วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 11(1), 162-174.
- สิริพร กรรณศร และประเวศ เพ็ญวุฒิกุล. (2564). คุณค่าทางวิชาชีพและจรรยาบรรณที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของนักบัญชีในเขตภาคกลาง. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ, 15(2), 1-18.

- สุพัตรา รักการศิลป์ เอมอร์ แสงวอดรตม์ และผกาภาศ บุตรสาลี. (2565). ความสัมพันธ์ระหว่าง จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีกับประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีในเขตภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารมนุษยสังคมสาร (มสส.) มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์*, 20(1), 237-257.
- เสาวลักษณ์ กิมสร้าง. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีของผู้ทำบัญชีในธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในประเทศไทย. (การค้นคว้าอิสระปริญญา บัญชีมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม).
- อมร โททำ. (2562). ผลกระทบของความรู้ความสามารถทางวิชาชีพบัญชีและจรรยาบรรณวิชาชีพ บัญชีที่มีต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของบริษัทจำกัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 11(2), 85-99.
- อรรถพร ตันพิพัฒน์อารีย์. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของวิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม).
- อรอุมา สุวรรณ. (2561). ปัจจัยความเป็นมืออาชีพของนักบัญชีที่มีผลกระทบต่อคุณภาพงบการเงิน ของรัฐวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคตะวันออก. (วิทยานิพนธ์ ปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม).
- Aaker, D.A., V. Kumar., and G.S. Day. (2012). *Marketing research* (11thed). New York : John Wiley & Sons.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. and Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective* (7thed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Krejcie, R. V. and Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- Rovinelli, R. J., and 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, 49-60.

ความต้องการจำเป็นในการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหาร
สถานศึกษาเอกชน สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น

The Needs for Developing Creative Leadership of Private School
Administration under Vocational Education Khon Kaen

ศรัญญา แยมะมัง¹ และวิเชียร รุ้ยนียง²

Saranya Yamkamang¹ and Wichian Rooyuenyong²

มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

อีเมล: saranya270225@gmail.com

วันที่รับบทความ(Received) วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)
4 กรกฎาคม 2565 26 กรกฎาคม 2565 30 กรกฎาคม 2565

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาเอกชน สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น 2) เพื่อศึกษาความต้องการจำเป็นในการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาเอกชน สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น
ระเบียบวิธีวิจัยการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย สถานศึกษาเอกชนสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น ได้แก่ จำนวน 17 แห่ง ผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วย ผู้บริหารและครูจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 219 คน โดยวิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีค่า IOC 1.0 ค่าความเชื่อมั่น 0.945 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการประเมินความต้องการจำเป็น (PNI Modified)

ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาเอกชน สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น สภาพปัจจุบันโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง สภาพที่พึงประสงค์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด 2) ความต้องการจำเป็นในการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาเอกชน สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น เรียงตามลำดับดังนี้ (1) ด้านวิสัยทัศน์ มี 6 ตัวชี้วัด (2) ด้านจินตนาการ มี 5 ตัวชี้วัด (3) ด้านความไว้วางใจ มี 3 ตัวชี้วัด (4) ด้านการแก้ปัญหา มี 1 ตัวชี้วัด และ (5) ด้านความยืดหยุ่น มี 2 ตัวชี้วัด

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์, ผู้บริหารสถานศึกษาเอกชน, การพัฒนา

ABSTRACT

The purposes of this research were 1) to study current conditions and desirable conditions of the creative Leadership of Private School Administration under Vocational Education, Khon Kaen province, and 2) to explore needs for developing creative Leadership of Private School Administration under Vocational Education, Khon Kean province. The methodology used was the Descriptive Research. The sample groups were 219 administrators and teachers from the private school's administration under the office of vocational education at Khon Kean province in 17 schools by Random Sampling technique. The instruments were 5-level rating scale questionnaires with an IOC at 1.0 and Confidence at 0.945. The data were analyzed through the frequency, the percentage, the mean, standard deviation and the modified priority needs index.

The results shown; 1) The current conditions with its overall picture were at a moderate level and the desirable conditions were at its highest level. 2) Necessary needs like vision, imagination, trust, problem solving and flexibility in developing creative leadership of private school administration under vocational education at Khon Kean were shown; (1) there were 6 indicators in vision has, (2) there were 5 indicators in imagination, (3) there were 3 indicators in trust, (4) There was 1 indicator in solving problem, and (5) there were 2 indicators in flexibility.

Keywords: Creative Leadership, Private School Administrators, Development

บทนำ

ประเทศไทยได้กำหนดยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี พ.ศ. 2560 – 2579 (กระทรวงศึกษาธิการ, 2545) จึงทำให้แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560 – 2579 ได้กำหนดเป้าหมายไว้ 5 ด้าน ด้านประกอบ 1) ประชากรทุกคนเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพและมาตรฐานอย่างทั่วถึง 2) ผู้เรียนทุกกลุ่มเป้าหมายได้รับบริการทางการศึกษาอย่างเสมอภาคและเท่าเทียม 3) ระบบการศึกษาที่มีคุณภาพและสามารถพัฒนาผู้เรียนให้บรรลุขีดความสามารถและเต็มตามศักยภาพ 4) ระบบการบริหารจัดการศึกษาที่มีประสิทธิภาพเพื่อการพัฒนาผู้เรียนอย่างทั่วถึงและมีคุณภาพ และการลงทุนทางการศึกษาที่คุ้มค่าและบรรลุเป้าหมาย 5) ระบบการศึกษาที่สนองตอบและก้าวทันการเปลี่ยนแปลงของโลกที่เป็นพลวัตและประเทศไทยมีเป้าหมายการพัฒนาประเทศตามแนวทางนโยบายแห่งรัฐสอดคล้องกับการพัฒนาที่แท้จริงกล่าวคือ มุ่งพัฒนาประเทศให้มีความมั่นคงและยั่งยืนและในการจัดการศึกษาที่มีหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการศึกษาในระดับใด แต่ละรูปแบบพัฒนาขึ้นจากองค์ประกอบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องตั้งแต่สภาพทางเศรษฐกิจ สังคม ตลอดจนถึงการเมืองของ

ประเทศนั้นๆ และมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา ในส่วนของประเทศซึ่งปัจจุบันแบ่งการศึกษาเป็นสามัญและสายอาชีพก็เช่นเดียวกับที่มีการปรับเปลี่ยนตลอดมา แต่ส่วนใหญ่จะเป็นในส่วนของโครงสร้างการบริหาร ทำให้เกิดข้อข้องใจในคุณภาพการศึกษาของผู้ที่จบการศึกษาสาขาต่างๆรวมถึงขาดแคลนกำลังคนในบางสาขาวิชา เช่น อาชีวศึกษาทางด้านอุตสาหกรรม ฯลฯ จึงต้องมีการปฏิรูปการศึกษาทั้งระบบอย่างเร่งด่วน เพื่อสนองตอบต่อความต้องการกำลังคนรุ่นใหม่ที่มีคุณภาพเหมาะสมกับการพัฒนาประเทศในโลกยุคดิจิทัลและการสื่อสารที่ไร้พรมแดน การปฏิรูปการศึกษาตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปีครั้งนี้ประสบความสำเร็จตั้งแต่การจัดการศึกษาในระบบโรงเรียนนอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัยแล้วละเลยผู้ขาดโอกาสในวัยแรงงาน ผู้สูงอายุ สตรี และเด็ก การจัดการศึกษาขาดเอกภาพในการจัดอย่างครอบคลุม และมีความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงสื่อและกระบวนการเรียนรู้ (พิระพงษ์ สิทธิอมร, 2561)

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2545 (ฉบับที่ 3) พ.ศ.2553 และ (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562 ความมุ่งหวังและหลักการในการจัดการศึกษาต้องเป็นไปเพื่อพัฒนาคนไทยให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ ทั้งร่างกาย จิตใจ สติปัญญา ความรู้ และคุณธรรม มีจริยธรรมและวัฒนธรรมในการดำรงชีวิตสามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข ในกระบวนการเรียนรู้ต้องมุ่งปลูกฝังจิตสำนึกที่ถูกต้องเกี่ยวกับการเมืองการปกครอง ในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข รู้จักรักษาและส่งเสริมสิทธิหน้าที่เสรีภาพความเคารพกฎหมาย ความเสมอภาค และศักดิ์ศรี ความเป็นมนุษย์ มีความภาคภูมิใจความเป็นไทยกระทรวงศึกษาธิการมุ่งมั่นดำเนินการภารกิจหลักตามแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) ในฐานะหน่วยงานเจ้าภาพขับเคลื่อนทุกแผนย่อยในประเด็น 12 การพัฒนาการเรียนรู้ และแผนย่อยที่ 3 ในประเด็น 11 ศักยภาพคนตลอดช่วงชีวิต รวมทั้งแผนการปฏิรูปประเทศด้านการศึกษา และนโยบายรัฐบาลทั้งในส่วนนโยบายหลักด้านการปฏิรูปกระบวนการเรียนรู้ และการพัฒนาศักยภาพของคนไทยทุกช่วงวัย และนโยบายเร่งด่วน เรื่องการเตรียมคนไทยสู่ศตวรรษที่ 21 นอกจากนี้ ยังสนับสนุนการขับเคลื่อนแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติประเด็นอื่นๆ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2561 – 2564) นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ (พ.ศ. 2562 – 2565)

ดังนั้นผู้นำจึงเป็นบุคคลที่บริหารจัดการตามการปฏิรูปในการเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์ (พ.ศ. 2552-2561) ได้มีการปฏิรูป 4 มิติสำคัญ ได้แก่ มิติการปฏิรูปนักเรียนยุคใหม่ การปฏิรูปครูยุคใหม่ การปฏิรูปโรงเรียนหรือแหล่งการเรียนรู้ยุคใหม่และการปฏิรูประบบการบริหารจัดการยุคใหม่ ซึ่งต้องอาศัยผู้นำเชิงสร้างสรรค์เป็นสำคัญ ซึ่งผู้นำเชิงสร้างสรรค์จะเป็นผู้นำที่มีการแสดงพฤติกรรมที่ตอบสนองเชิงจินตนาการโดยการคิดไตร่ตรองอย่างละเอียดถี่ถ้วนในสถานการณ์ต่างๆ และประเด็นต่างๆ ที่ท้าทาย ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์เป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งที่จะศึกษาค้นคว้าด้วยวิธีการวิจัยทั้งในเชิงแนวคิด รูปแบบ และกระบวนการเพื่อฝ่าวงล้อมและขยายขอบเขตของการมองปัญหาทะลุวงไปจากแนวทางแบบเดิม ๆ จึงจะสามารถแก้ปัญหา สร้างสิ่งที่ดีและยั่งยืนในอนาคต สอดคล้องกับทัศนะของสโตนและทิมเปอร์เลย์ (Stoll & Temperley) กล่าวว่าภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์คือการมีปฏิริยาตอบสนองเชิงจินตนาการในโลกแห่งอนาคต

โดยการคิดไตร่ตรองอย่างละเอียดรอบคอบ ในสถานการณ์ต่างๆ ที่มีความกดดันและท้าทายความสามารถ (ไพฑูรย์ สีนารัตน์ , 2553) ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ไว้ดังต่อไปนี้ 1) สติปัญญา 2) แรงจูงใจ 3) ความสามารถในการแก้ปัญหา และ 4) ความยืดหยุ่น ผู้นำจึงเป็นบุคคลที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จในทุกระดับของสังคม เพราะผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ ความยืดหยุ่นมีจินตนาการ สามารถแก้ปัญหาได้เพื่อนำพาองค์กรไปยังเป้าหมาย (แพรวลิตา ภูมิภาศ, 2561) การเป็นผู้นำในยุคโลกาภิวัตน์นี้ ต้องคำนึงการเป็นผู้มีความรู้ความสามารถจนเป็นที่ยอมรับของบุคคลทั่วไปแล้วยังต้องให้ความสำคัญแก่การมีภาพลักษณ์ที่ดีและในปัจจุบันสิ่งที่องค์กรต่าง ๆ ต้องการ นั่นคือ “ผู้นำที่มีภาวะผู้นำ” (Leadership) คือการเป็นบุคคลที่มีบุคลิกลักษณะดีทั้งภายนอกและภายใน ได้แก่การเป็นผู้มีบุคลิกภาพที่เหมาะสม มีอุปนิสัยใจคอดี มีความประพฤติหรือพฤติกรรมและการปฏิบัติตนที่ดีแสดงความคิดเห็นเชิงบวก มีความสามารถในการเข้าใจผู้อื่นและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น สามารถกระตุ้นจูงใจผู้ใต้บังคับบัญชาได้ เป็นนักคิดและนักวางแผนที่ดีมีความสามารถในการแก้ปัญหาและการตัดสินใจได้อย่างฉลาดและยุติธรรม (รอชีเยร์ห์ ลาเต๊ะ, 2561) มีความรู้ความสามารถในการเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงหรือบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงด้วยความมีวิสัยทัศน์ จินตนาการกว้างไกล มีความยืดหยุ่นการตัดสินใจในการแก้ปัญหาเพื่อยุติความขัดแย้งสร้างความไว้วางใจให้แก่ผู้ใต้บังคับบัญชา (เตือนใจ สุนกุล, 2562)

ปัจจุบันสภาพปัญหาของอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่นพบว่า ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาที่ไม่สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ในปัจจุบัน ยังยึดติดกับกรอบแนวคิดเดิมไม่ทันต่อยุคสมัย มีมุมมองที่แคบไม่กว้างไกลขาดทักษะการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นเฉพาะหน้าได้ไม่ทันถ่วงที ซึ่งจะนำมาให้เกิดข้อข้องใจในองค์กรขาดความเชื่อมั่นและศรัทธาต่อสมาชิกในองค์กรเป็นผลทำให้ผู้ใต้บังคับบัญชาขาดการจินตนาที่สร้างสรรค์ในตัวผู้บริหารในการนำพาองค์กรไปสู่ผลสำเร็จที่มุ่งหวังไว้ ผู้บริหารที่ขาดทักษะทางด้านกระบวนการความคิดอย่างสร้างสรรค์ ขาดความยืดหยุ่นต่อการปรับตัวในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ไม่สามารถแก้ปัญหาได้ทันถ่วงทีที่มีอิทธิพลต่อบุคคลหรือสถานศึกษาที่ก่อให้เกิดการจินตนาการอย่างสร้างสรรค์ในการร่วมทำกิจกรรม ส่งผลต่อการความไว้วางใจของสมาชิกในองค์กรทำให้การบริหารงานของสถานศึกษาไม่บรรลุวัตถุประสงค์ของสถานศึกษาที่คาดหวังไว้ ดังที่สอดคล้องกับแนวคิดของ สุรรัตน์ โตเขียว (2560) จากประเด็นการรายงานผลการจัดการศึกษาของสถานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น การประเมินคุณภาพการจัดการศึกษาเพื่อจัดระดับคุณภาพสถานศึกษาอาชีวศึกษาตามกรอบแนวคิดการบริหารจัดการสถานศึกษาเชิงระบบที่ส่งผลต่อคุณภาพสถานศึกษา 3 ด้านประกอบด้วยการบริหารจัดการสถานศึกษา (Management) จำนวน 4 ตัวบ่งชี้ การจัดการเรียนการสอน (Instructional Management) จำนวน 3 ตัวบ่งชี้ และผลการจัดการศึกษาและผลดีเด่นของสถานศึกษา (The Results of Educational Management and School Excellence) จำนวน 9 ตัวบ่งชี้รวม 16 ตัวบ่งชี้ จำนวน 28 แห่ง พบว่ามีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงด้านประเมินคุณภาพการศึกษา โดยมีปัจจัยหลายด้านทำให้การประเมินคุณภาพทางด้านการศึกษาลดลงเนื่องด้วยการบริหารจัดการภายในสถานศึกษาผู้บริหารสถานศึกษาขาดความเป็นผู้นำ ทางด้านความยืดหยุ่น มีวิสัยทัศน์ ไม่สามารถแก้ปัญหาเพื่อสร้างความไว้วางใจแก่องค์กรได้ ด้วยการมีจินตนาที่กว้างไกลอย่างสร้างสรรค์เพื่อให้

ผ่านพ้นวิกฤตปัญหาที่จะเกิดขึ้น เพื่อนำพาสถานศึกษาให้บรรลุตามเป้าหมาย คณะกรรมการ การบริหารสถานศึกษา คือ การดำเนินงานของกลุ่มบุคคลที่จัดกิจกรรมทางการศึกษาโดยมีผู้บริหารสถานศึกษาปฏิบัติภารกิจอย่างเป็นระบบและบริหารงานในสถานศึกษาทุกด้าน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายตามที่สถานศึกษากำหนดไว้ (สำนักงานการอาชีวศึกษา, 2563) ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ต้องเป็นผู้มีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล มีความยืดหยุ่น สร้างจินตนาการ มีความรอบรู้ แสวงหาความรู้ที่หลากหลาย สร้างความไว้วางใจต่อสมาชิกและผู้เกี่ยวข้อง รวมถึงสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้เพื่อไปสู่เป้าหมายที่กำหนดจะเห็นได้ว่า แผนพัฒนาการศึกษาขั้นพื้นฐาน 4 ปี (2559–2562) ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพของผู้บริหารสถานศึกษาในสังกัด โดยมีการจัดโครงการเสริมสร้างศักยภาพผู้บริหารสถานศึกษาในด้านต่าง ๆ เพื่อให้พร้อมต่อการเป็นองค์กรแห่งความเป็นเลิศ และมีคุณภาพตามมาตรฐานการศึกษาสู่ระดับสากล ผู้บริหารสถานศึกษานับว่ามีความสำคัญต่อการจัดการทางการศึกษา

ผู้บริหารสถานศึกษาที่มีความเป็นผู้นำจะส่งผลต่อการพัฒนาการศึกษาเป็นอย่างมากภาวะผู้นำมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินงานของผู้บริหาร ที่จะพัฒนาความเจริญก้าวหน้าให้กับองค์กร และเป็นปัจจัยสำคัญของผู้นำที่จะนำพาองค์กรสู่ความสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ “ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์” เป็นความสามารถหรือพฤติกรรมของผู้บริหาร การกระตุ้นหรือจูงใจผู้ใต้บังคับบัญชาได้พัฒนาความสามารถและศักยภาพในการทำงาน โดยการนำผู้ใต้บังคับบัญชา ด้วยความรู้ แนวทาง เทคนิคหรือวิธีการแบบใหม่เพื่อส่งเสริม กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ให้ผู้ใต้บังคับบัญชา ได้พัฒนาความสามารถและพัฒนาศักยภาพ ให้เป็นคนที่มีความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อองค์กร จากการศึกษาผู้ศึกษาได้สังเคราะห์องค์ประกอบภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์จากนักวิชาการและนักการศึกษาทั้งในประเทศและต่างประเทศ และได้กำหนดกรอบแนวคิดมาเพื่อศึกษาในครั้งนี้จำนวนองค์ประกอบ 5 องค์ประกอบ คือ 1) ด้านความยืดหยุ่น 2) ด้านวิสัยทัศน์ 3) ด้านการแก้ปัญหา 4) ด้านความไว้วางใจ และ 5) ด้านจินตนาการ (ไพฑูรย์ สินลารัตน์, 2553) ผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์ ความยืดหยุ่น มีจินตนาการอย่างสร้างสรรค์ สร้างความไว้วางใจต่อสมาชิกในองค์กร ทำให้ในงานที่ตั้งหวังไว้เกิดผลสำเร็จ (Bennis, 2002)

จากสภาพปัญหาและความสำคัญดังที่กล่าวมา ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถาน และเพื่อศึกษาความต้องการจำเป็นในการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาเอกชน สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น เพื่อนำผลวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการบริหารงานของสถานศึกษาต่อไป

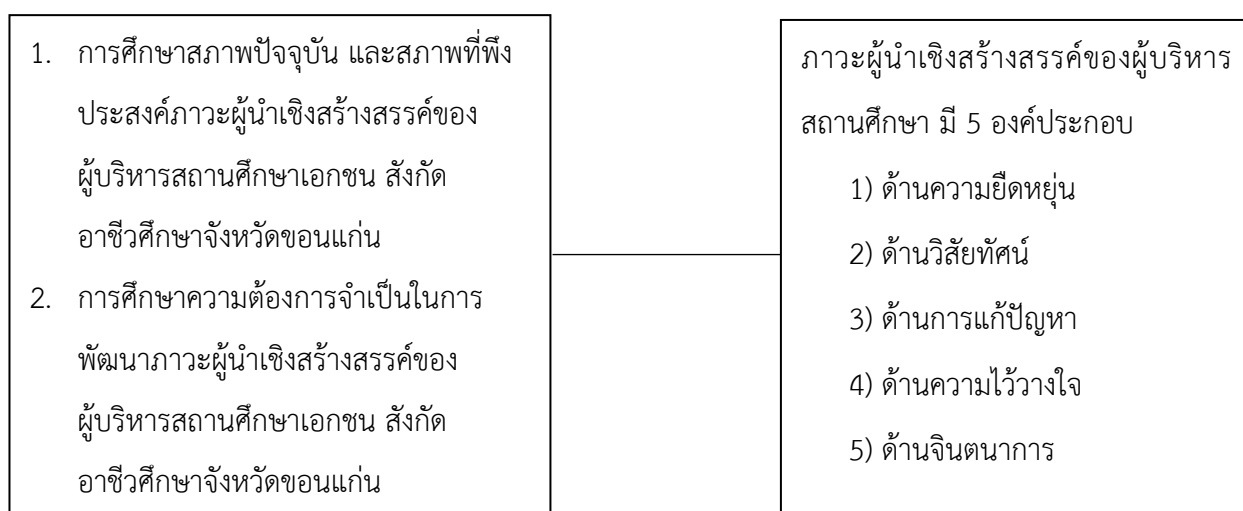
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันสภาพที่พึงประสงค์ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาเอกชน สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น

2. เพื่อศึกษาความต้องการจำเป็นในการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาเอกชน สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วยแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความต้องการจำเป็นในการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา ได้สังเคราะห์แนวคิดที่สอดคล้อง เพื่อนำมาทำกรอบแนวคิดกับความต้องการจำเป็นในการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาเอกชน สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิด

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการวิจัยเรื่องความต้องการจำเป็นในการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาเอกชน สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น ซึ่งมีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาเอกชน สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น 2) เพื่อศึกษาความต้องการจำเป็นในการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาเอกชน สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น โดยมุ่งหวังสำหรับเพื่อที่จะได้นำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยมาเป็นประโยชน์ในสถานศึกษา โดยใช้การวิจัยวิธีการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการ 2 ระยะดังนี้

ระยะที่ 1 ศึกษาสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาเอกชนสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษา วิเคราะห์ สังเคราะห์วรรณกรรม เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาเอกชน สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น เพื่อนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาเอกชน สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น

ระยะที่ 2 ความต้องการจำเป็นในการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาเอกชน สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น

โดยการนำผลการวิจัยจากระยะที่ 1 มาคำนวณหาความต้องการจำเป็นในการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาเอกชน สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้จำแนกเป็น ผู้บริหาร และครูผู้สอน ในสถานศึกษาเอกชนสังกัด อาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น ประจำปีการศึกษา 2564 จำนวน 17 สถานศึกษา รวมทั้งสิ้น 482 คน

2) กลุ่มตัวอย่าง (Sample) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ผู้บริหาร และครูผู้สอนในสถานศึกษาเอกชน สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตรสำเร็จของทาโรยามาเน (Yamane ,1973) ด้วยวิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling)

ตารางที่ 1 ตำแหน่งของกลุ่มตัวอย่าง

ตำแหน่ง	จำนวน	ร้อยละ
ผู้บริหาร (ผู้อำนวยการ,รองผู้อำนวยการ)	32	14.68
ครู	187	85.32
รวม	219	100

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 219 คน เป็นผู้บริหาร (ผู้อำนวยการ, รองผู้อำนวยการ) จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 14.68 และเป็นครู จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 85.32

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาเอกชน สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบ จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอนในสถานศึกษาเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาเอกชน สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น

แบบสอบถามเป็นแบบ มาตรฐานประมาณค่า (Rating Scale) แบบสอบถามเป็นแบบมาตรฐานประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามวิธีคิดของลิเคิร์ท (Likert's) มีจำนวน 29 ข้อ จำแนกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความยืดหยุ่น 2) ด้านวิสัยทัศน์ 3) ด้านการแก้ปัญหา 4) ด้านความไว้วางใจ และ 5) ด้านจิตนาการ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามวิธีการและขั้นตอน ดังนี้

1. ขออนุญาตเพื่อขออนุญาตและขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากคณะศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทำหนังสือถึงผู้บริหารในสถานศึกษาอาชีวศึกษาเอกชน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น เพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูลในการทำค้นคว้าอิสระ

2. เข้าพบผู้บริหารในสถานศึกษาอาชีวศึกษาเอกชน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์และขออนุญาตเก็บข้อมูล จำนวน 219 คน

3. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองและตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ ของแบบสอบถามทุกชุดภายหลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลและนำแบบสอบถามไปวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นต่อไป โดยในการเก็บแบบสอบถามต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยใช้แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ทุกฉบับหลังจากได้รับแบบสอบถามครบถ้วนแล้ว ใช้แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์มาวิเคราะห์และใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นรายละเอียดเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการหาค่าความถี่และร้อยละ

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ความในการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาเอกชน สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาใช้ค่าสถิติ ดังนี้ สถิติที่ใช้ได้แก่ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) แล้วแปลความหมายค่าเฉลี่ย

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1

ศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาเอกชน สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์สภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา
เอกชน สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น

ที่	สภาพปัจจุบัน ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของ ผู้บริหารสถานศึกษาเอกชน สังกัด อาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น	สภาพปัจจุบัน				สภาพที่พึงประสงค์			
		$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ
1	ความยืดหยุ่น	3.26	0.29	ปานกลาง	1	4.58	0.34	มากที่สุด	5
2	วิสัยทัศน์	2.78	0.30	ปานกลาง	5	4.79	0.24	มากที่สุด	2
3	แก้ปัญหา	3.24	0.52	ปานกลาง	2	4.62	0.29	มากที่สุด	4
4	ความไว้วางใจ	3.09	0.56	ปานกลาง	3	4.79	0.32	มากที่สุด	3
5	จินตนาการ	2.82	0.50	ปานกลาง	4	4.83	0.23	มากที่สุด	1

ตารางที่ 2 สภาพปัจจุบันภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาเอกชน โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.04$, S.D. = 0.23) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านความยืดหยุ่น ($\bar{X} = 3.26$, D. = 0.29) รองลงมาด้านแก้ปัญหา ($\bar{X} = 3.24$, S.D. = 0.52) และด้านความไว้วางใจ ($\bar{X} = 3.09$ S.D. = 0.56) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุดคือ ด้านวิสัยทัศน์ ($\bar{X} = 2.78$, S.D. = 0.30)

สภาพที่พึงประสงค์ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาเอกชน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.72$, S.D. = 0.25) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านจินตนาการ ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.23) รองลงมาด้านวิสัยทัศน์ ($\bar{X} = 4.79$, S.D. = 0.24) และด้านความไว้วางใจ ($\bar{X} = 4.79$, S.D. = 0.32) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุดคือ ด้านความยืดหยุ่น ($\bar{X} = 4.58$, S.D. = 0.34)

วัตถุประสงค์ที่ 2

ศึกษาความต้องการจำเป็นในการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาเอกชน สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น

ตารางที่ 3 วิเคราะห์ความต้องการจำเป็นในการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา
เอกชน สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น

ที่	ความต้องการจำเป็นในการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของ ผู้บริหารสถานศึกษาเอกชน สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัด ขอนแก่น	สภาพปัจจุบัน		สภาพที่พึงประสงค์		ความต้องการจำเป็น	
		$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	PNI modified	ลำดับ
1	ความยืดหยุ่น	3.26	0.29	4.58	0.34	0.41	5
2	วิสัยทัศน์	2.78	0.30	4.79	0.24	0.72	1
3	แก้ปัญหา	3.24	0.52	4.62	0.29	0.42	4
4	ความไว้วางใจ	3.09	0.56	4.79	0.32	0.55	3
5	จินตนาการ	2.82	0.50	4.83	0.23	0.71	2
รวม		3.04	0.23	4.72	0.25	0.65	

ตารางที่ 3 พบว่าความต้องการจำเป็น (PNI modified) ในการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาเอกชน สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น โดยเรียงลำดับความสำคัญเป็น ดังนี้

1) วิสัยทัศน์ (PNI modified = 0.72) , 2) จินตนาการ (PNI modified = 0.71) , 3) ความไว้วางใจ (PNI modified = 0.55) 4) แก้ปัญหา(PNI modified = 0.42) และ 5. ความยืดหยุ่น (PNI modified = 0.41)

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาความต้องการจำเป็นในการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาเอกชน สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น มีประเด็นสำคัญที่ค้นพบสามารถนำมาอภิปรายเพื่อให้เกิดความชัดเจนต่อการนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังต่อไปนี้

1. ผลการศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาเอกชน สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น

สภาพปัจจุบันภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาเอกชน สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น พบว่าอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะว่าผู้บริหารไม่แสดงออกถึงบทบาทในการสื่อสารวิสัยทัศน์และจินตนาการที่จะนำความรอบรู้ ความคิดมาใช้เพื่อแก้ปัญหา กระตุ้นให้บุคคลากรร่วมมือปฏิบัติหน้าที่ให้บรรลุตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ด้วยความคิดที่หลากหลายและสร้างสรรค์ สอดคล้องกับรอยชียะห์ ลาเต๊ะ (2561) ได้ศึกษาวิจัยภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาในโรงเรียนเอกชนสอนศาสนาอิสลาม จังหวัดปัตตานี ผลการวิจัยพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด มีองค์ประกอบเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ มีความยืดหยุ่น วิสัยทัศน์ และจินตนาการ

สภาพที่พึงประสงค์ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาเอกชน สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น พบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะว่าในบทบาทของผู้บริหารสถานศึกษาจะต้องแสดงออกถึงความมีจินตนาการ และวิสัยทัศน์ ที่โดดเด่นเพื่อแสดงให้ถึงความรอบรู้

ความคิดใหม่ๆ มาใช้ในการแก้ปัญหา สามารถกระตุ้นให้บุคลากรปฏิบัติหน้าที่ให้บรรลุตามเป้าหมายอย่างสร้างสรรค์ สอดคล้องกับ เสาวนีย์ สมบูรณ์ศิริรัตน์ (2562) การศึกษาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 2 ผลการวิจัยพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด มีองค์ประกอบเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ด้านจินตนาการ วิสัยทัศน์ รองลงมาความไว้วางใจ และด้านความยืดหยุ่น

2. ผลการศึกษาความต้องการจำเป็นในการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาเอกชน สังกัดสำนักงานอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น โดยเรียงลำดับความสำคัญเป็น ดังนี้ 1) ด้านวิสัยทัศน์ 2) ด้านจินตนาการ 3) ด้านความไว้วางใจ 4) ด้านการแก้ปัญหา และ 5) ด้านความยืดหยุ่น ทั้งนี้ เนื่องจาก การเสริมสร้างศักยภาพผู้บริหารสถานศึกษา จำเป็นจะต้องพัฒนาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ ทั้ง 5 องค์ประกอบ โดยเฉพาะด้านวิสัยทัศน์และด้านจินตนาการ ที่มีความต้องการสูงสุด 2 อันดับแรก เพื่อให้ผู้บริหารสถานศึกษามีความพร้อมต่อการพัฒนาสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศและมีคุณภาพตามมาตรฐานการศึกษา สอดคล้องกับแผนพัฒนาการศึกษาขั้นพื้นฐาน (2562) เกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพของผู้บริหารสถานศึกษาในสังกัด โดยมีการจัดโครงการเสริมสร้างศักยภาพผู้บริหารสถานศึกษาในด้านต่าง ๆ เพื่อให้พร้อมต่อการเป็นองค์กรแห่งความเป็นเลิศ และมีคุณภาพตามมาตรฐานการศึกษาสู่ระดับสากล พบว่าผู้บริหารสถานศึกษานับว่ามีความสำคัญต่อการจัดการทางการศึกษาความสามารถของผู้บริหารที่มีทักษะกระบวนการคิด โดยอาศัยสติปัญญา ความคิดและประสบการณ์เดิมทั้งทางตรงและทางอ้อมมาเป็น พื้นฐานในการคิดแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างหลากหลาย เหมาะสมและถูกต้อง สร้างความร่วมมือกับผู้ใต้บังคับบัญชาาร่วมกัน แก้ไขปัญหาเปิดโอกาสและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น เพื่อนำมาคิดพิจารณาแก้ปัญหาอย่างตรงจุดและสร้างสรรค์

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1) จากผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ด้านวิสัยทัศน์อยู่ในระดับปฏิบัติต่ำมาก และมีความต้องการจำเป็นอยู่ในลำดับที่ 1 ผู้บริหารจะต้องจำเป็นพัฒนาด้านวิสัยทัศน์ เพื่อให้มีกระบวนการคิดที่เป็นไปได้ในอนาคตที่จะนำสถานศึกษาสู่ความสำเร็จ

2) จากผลการวิจัย พบว่า ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ด้านจินตนาการอยู่ในระดับปฏิบัติต่ำ และมีความต้องการจำเป็นอยู่ในลำดับที่ 2 ผู้บริหารจะต้องพัฒนาด้านจินตนาการเพื่อให้ภาพลักษณ์ในอนาคตของสถานศึกษามีความชัดเจน และสามารถคิดวิเคราะห์องค์ประกอบย่อยของภารกิจที่จะดำเนินงานได้อย่างชัดเจน มอบหมายงานให้เหมาะสมกับความสามารถของบุคลากร

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไป

ควรมีการทำวิจัยเกี่ยวกับ การวางแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาสถานศึกษา ทำให้ผู้บริหารสถานศึกษาสามารถกำหนดวิสัยทัศน์ของสถานศึกษา

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2545). พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2561 – 2564.
- เตือนใจ สุนกุล. (2562). *ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา มัธยมศึกษา เขต 2*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี)
- พีระพงษ์ สิทธิอมร. (2561). *การจัดการศึกษาที่หลากหลาย เพื่อแสวงหาแนวทางปฏิรูป*. (มติชนออนไลน์). สืบค้นเมื่อ 23 มิถุนายน พ.ศ. 2565, จาก <http://www.matichon.co.th/education/new>.
- แพรวลิตา ภูมิภาศ. (2561). *ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาเอกชน ตามความคิดเห็นของครูสังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร)
- ไพฑูรย์ สินลารัตน์. (2553). *ผู้นำเชิงสร้างสรรค์และผลผลิตภาพ : กระบวนทัศน์ใหม่และผู้นำใหม่ทางการศึกษา*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รอชียะห์ ลาเต๊ะ. (2561). *ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาในโรงเรียนเอกชนสอนศาสนาอิสลามจังหวัดปัตตานี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์).
- สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. (2563). *การประเมินคุณภาพการจัดการศึกษาเพื่อยกระดับคุณภาพสถานศึกษาอาชีวศึกษา*. สืบค้นเมื่อ 21 มิถุนายน พ.ศ. 2561. จาก <http://bsq2.vec.go.th/document/>.
- สุริรัตน์ โตเขียว. (2560). *รูปแบบภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในศตวรรษที่ 21*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์).
- เสาวนีย์ สมบูรณ์ศิริรัตน์. (2562). *การศึกษาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 2*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- Bennis W., and Nanus B. (1985). *Leader: The strategies for taking change*. New York: Harper & Row.
- Yamane, Taro. (1973). *Statistics. An introductory analysis (3rd ed)*. New York: Harper And Row.

การประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานขององค์กรจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
ภายนอก กรณีศึกษาสถาบันการเงินของรัฐ

Assessing the Integrity and Transparency of the Organization's Operations of
External Stakeholders Case Study of Public Financial Institutions

ธีระพงศ์ มลิวัลย์

Teerapong Maliwan

อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ วิทยาลัยนครราชสีมา

อีเมล: teerapong@nmc.ac.th

วันที่รับบทความ (Received)

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

25 สิงหาคม 2565

13 กันยายน 2565

23 กันยายน 2565

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยคือ 1) เพื่อประเมินผลระดับคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของสถาบันการเงินของรัฐ ที่เข้าร่วมการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ และนำผลการประเมินไปใช้ประโยชน์ในการกำหนดนโยบายการบริหารงานของสถาบันการเงินของรัฐ และ 2) เพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุง/พัฒนาคุณธรรมและความโปร่งใสของสถาบันการเงินของรัฐ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษางานวิจัยผู้วิจัยได้กำหนดจำนวนโดยใช้ตาราง Taro Yamane ขนาดประชากรไม่จำกัด ระดับความคลาดเคลื่อน $\pm 2\%$ ได้จำนวนประชากรไม่ต่ำกว่า 2,500 ราย ซึ่งก็คือ ผู้ที่ใช้บริการด้านต่าง ๆ ของสถาบันการเงินของรัฐทั่วประเทศ เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเป็นการให้ผู้ตอบแบบสอบถามผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยใช้ Google Form สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยแบบสอบถามดังกล่าว ได้ผ่านการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา โดยอาศัยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน เมื่อทดสอบค่า IOC พบว่ามีคะแนน $IOC > 0.5$ ทุกข้อ

ระดับคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของสถาบันการเงินของรัฐ ที่เข้าร่วมการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ พบว่า อยู่ในระดับ AA (ระดับดีเยี่ยม) ผู้ใช้บริการสถาบันการเงินของรัฐส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จบการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยติดต่อกับสถาบันการเงินของรัฐในฐานะบุคคลทั่วไป ซึ่งระดับคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของสถาบันการเงินของรัฐที่เข้าร่วมการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ พบว่าตัวชี้วัดที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ด้านคุณภาพการดำเนินงาน ด้านประสิทธิภาพการสื่อสาร และด้านการปรับปรุงการทำงานตามลำดับ เพราะผู้ใช้บริการสถาบันการเงินของรัฐ มีความต้องการที่จะให้สถาบันการเงินของรัฐมีการดำเนินงานอย่างมีคุณธรรมและความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ ประกอบกับมีความใส

ใจในการเรียนรู้สิ่งใหม่ และปรับตัวอยู่ตลอดเวลา พร้อมยอมรับฟังความคิดเห็นโดยคำนึงถึงลูกค้าด้วยความซื่อสัตย์สุจริตอย่างสม่ำเสมอ และสอดคล้องกับการดำเนินชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) รู้จักปรับใช้อุปกรณ์และเทคโนโลยีให้ทันสมัย รวมทั้งต้องมีการวางแผน วิเคราะห์การบริหารจัดการ มีขั้นตอนการทำงานที่เหมาะสมมีการจัดการข้อร้องเรียน หรือตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นการต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบ (พ.ศ.2561-2580) และยกระดับดัชนีชี้วัดภาพลักษณ์ปัญหาคอร์รัปชัน (Corruption Perception index : CPI) ของประเทศไทยต่อไป

คำสำคัญ: สถาบันการเงินของรัฐ, มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก, ดัชนีชี้วัดภาพลักษณ์ปัญหาคอร์รัปชัน, คุณธรรม

ABSTRACT

The purposes of this paper were 1) to assess the level of integrity and transparency in the operation of public financial institutions which participating in the assessment of integrity and transparency in the operation of government agencies and applying the assessment results in formulating management policies of state financial institutions and 2) to obtain recommendations for improvement/development of morality and transparency of state financial institutions. The samples used in the research study were determined by the researcher using the Taro Yamane table with unlimited population size and the discrepancy level $\pm 2\%$ which leading to have a population of the study at least 2,500, which were the people who use various services of government financial institutions throughout the country. The tools used to collect data was the online questionnaire from Google Form. The statistic used were percentage, mean and standard deviation. The questionnaire was verified by 3 experts with the IOC scores > 0.5 .

The results shown that most government financial users were female who graduated from bachelor's degree level and they had the contact with government financial institutions as others. The indicators that users pay attention were the operational quality, the communication efficiency and the work improvement orderly. Since, the users required to see morality, transparency and can be checking of the government financial institutions. In addition, the users also would like to see their attention on learning new knowledge, their adaptation, their accepting on other opinions, their honesty and their relation to new ways of life (New Normal). Moreover, they should learn how to used modern equipments and technology, having plan management, knowing how to analyze administration management,

having working procedure suitably, managing the comments and suggestion or responding to the needs of users effectively in order to correspond to the national strategic plan about anti-corruption and misconduct issues (2018-2037) and further upgrade the corruption perception index (CPI) of Thailand.

Keywords: Government Financial Institution, External Stakeholder,
Corruption Perception Index: CPI.

บทนำ

การปฏิรูประบบราชการไทยเมื่อปี พ.ศ. 2545 และการประกาศพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546 ทำให้หน่วยงานภาครัฐได้มีการปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องและตอบสนองกับความต้องการของประชาชนอย่างต่อเนื่อง และมีการนำแนวคิดวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี หรือหลักธรรมาภิบาล (Good Governance) มาใช้ในการบริหารราชการแผ่นดิน (พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546, 2546) โดยพบว่าช่วงทศวรรษที่ผ่านมา สถานการณ์การขาดความโปร่งใสและการร้องเรียนเรื่องทุจริตในการรับบริการของหน่วยงานภาครัฐจากประชาชนมีอย่างต่อเนื่อง และขณะเดียวกันประเทศไทยถูกจัดลำดับภาพลักษณ์การทุจริต (Corruptions Perception Index: CPI) โดยองค์การเพื่อความโปร่งใสนานาชาติ (Transparency International: TI) ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลดัชนีวัดภาพลักษณ์คอร์รัปชันขององค์กรระหว่างประเทศด้านความโปร่งใส (Transparency International Organization) ที่ถือเป็นกระจกบานใหญ่สะท้อนภาพลักษณ์การทุจริตประเทศต่างๆ ทั่วโลก พบว่า ในปี ค.ศ. 2015 ประเทศไทยยังคงมีปัญหาการทุจริตคอร์รัปชันในระดับค่อนข้างรุนแรงและเป็นปัญหาเรื้อรังมาโดยตลอด โดยมีดัชนีภาพลักษณ์คอร์รัปชันอยู่ในอันดับที่ 110 (ได้คะแนนเท่ากับ 35) จาก 180 ประเทศ (Transparency International Organization, 2021)

สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช.) ได้ตระหนักผลกระทบจากปัญหาการทุจริตภายในประเทศ การรับรู้ของประชาชน ตลอดจนนักธุรกิจ นักลงทุนต่างประเทศ สำนักงาน ป.ป.ช. จึงได้เริ่มพัฒนารอบแนวคิดการทำงานและเครื่องมือการวัดระดับ ความโปร่งใสกับหน่วยงานภาครัฐ อันจะนำไปสู่การพัฒนารอบแนวคิดในการประเมินผลความโปร่งใส ที่สามารถใช้เป็นเครื่องมือทางการบริหารในการขับเคลื่อนหน่วยงานภาครัฐให้มีการดำเนินงานตามหลักธรรมาภิบาลและกระบวนการเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Management) ที่มีความโปร่งใสมากยิ่งขึ้น ซึ่งเรียกเครื่องมือนี้ว่า “การประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (Integrity and Transparency Assessment)” ซึ่งในเวลาต่อมาเกิดความร่วมมือในการพัฒนาระบบการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐกับสาธารณรัฐเกาหลีเพื่อสร้างและพัฒนาเครื่องมือวัดระดับการทุจริตจากความคิดเห็นและประสบการณ์โดยตรงของประชาชน (Perception-based) และจาก

หลักฐานการดำเนินงานเชิงประจักษ์ (Evidence-based) ซึ่งได้มีการลงนามในบันทึกข้อตกลงความร่วมมือกับ คณะกรรมการต่อต้านการทุจริตและ สติพิพเมืองสาธารณรัฐเกาหลี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเป็น หุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์ตลอดจนพัฒนาโครงการการประเมินคุณธรรมและโปร่งใสระหว่างทั้งสองฝ่ายร่วมกัน อันจะสนับสนุนเป้าหมายหลักในการป้องกันและต่อต้านการทุจริตของทั้งสองฝ่ายประสบความสำเร็จ (พระราชบัญญัติมาตรการของฝ่ายบริหารในการป้องกันและปราบปรามการทุจริต พ.ศ.2551, 2551) และ ภายหลังจากบันทึกข้อตกลงความร่วมมือได้มีการพัฒนาและแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับระบบการประเมิน คุณธรรมในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (Integrity Assessment: IA) อย่างต่อเนื่อง และได้มีการนำ ผลการศึกษามาปรับปรุงและพัฒนาให้สอดคล้องกับบริบทของประเทศไทยแล้วสร้างเครื่องมือการประเมินผลที่ วัดระดับคุณธรรมในการดำเนินงานและการทุจริตของประเทศไทย อย่างไรก็ตาม การประเมินผลตามดัชนีวัด ความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐเป็นเครื่องมือต่อต้านการทุจริตที่ใช้ในการประเมิน ความพยายามของหน่วยงานภาครัฐ ในการต่อต้านการทุจริต จากข้อเท็จจริงในการดำเนินงานที่สามารถ ตรวจสอบได้จากเอกสารหลักฐานเชิงประจักษ์ ขณะที่การประเมินคุณธรรมการดำเนินงานเป็นเครื่องมือ ต่อต้านการทุจริตที่ใช้วัดระดับการทุจริตในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (พระราชกฤษฎีกาว่าด้วย หลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546, 2546) ซึ่งคณะรัฐมนตรีในการประชุมเมื่อวันที่ 4 มกราคม 2565 ได้มีมติเห็นชอบข้อเสนอเชิงกลยุทธ์ โดยให้หน่วยงานภาครัฐต้องให้ความร่วมมือและเข้าร่วม การประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 – 2570 โดยการกำหนดกลุ่มเป้าหมายหน่วยงานที่เข้าร่วมการประเมินฯ แนวทางการประเมินฯ และเครื่องมือ การประเมินฯ ให้เป็นไปตามที่สำนักงาน ป.ป.ช. กำหนด

ประกอบกับในปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 ประเทศไทยยังคงต้องเผชิญกับปัญหาวิกฤตการณ์การแพร่ ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ซึ่งหน่วยงานภาครัฐทั่วประเทศจะต้องมีการปรับตัวใน การดำเนินงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปสู่ความเป็นดิจิทัลมากขึ้น การปรับรูปแบบ แนวทางการทำงานภายในส่วนราชการ และการให้บริการประชาชน โดยนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ใน การทำงาน รวมถึงปรับปรุงระบบงานบริการให้อยู่ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Service) มากขึ้น โดยในปี 2564 ส่วนราชการร้อยละ 97.44 ได้ปรับรูปแบบการทำงานเป็นแบบออนไลน์ และร้อยละ 61.10 ได้ปรับ วิธีการให้บริการประชาชนให้อยู่ในรูปแบบ e-Service (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ, 2565) โดยในทุกหน่วยงานมีปัจจัยที่สำคัญที่สุดคือทรัพยากรมนุษย์ ที่จะทำให้องค์กรมีความเจริญรุ่งเรืองหรือไม่ ประสบผลสำเร็จได้ อันเนื่องมาจากมนุษย์เป็นปัจจัยที่มีหน้าที่รวบรวมปัจจัยอื่น ๆ ทั้งหมด อาทิ เงินหรือ งบประมาณ วัตถุดิบวัสดุ เครื่องมือเครื่องใช้ลูกค้า การจัดการเกี่ยวกับเวลา และเทคนิควิธีการบริหารงาน เพื่อให้เกิดสภาพทางการบริหารขึ้น กล่าวคือเป็นกลไกการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ กำหนดไว้ ซึ่งถ้าหากองค์กรใดมีบุคลากรที่มีคุณภาพ มีความรู้ความสามารถ มีความกระตือรือร้นตั้งใจและเต็ม ใจทำงาน ซึ่งจะทำให้องค์กรนั้นบรรลุถึงความสำเร็จตามเป้าหมายด้วยความร่วมมือร่วมใจของผู้ปฏิบัติงานใน การทำงาน ด้วยเหตุนี้ทุกองค์กรจึงต้องการให้บุคลากรของตนเป็นบุคลากรที่มีคุณภาพ และมีจิตสำนึก

มีคุณธรรมและความโปร่งใสในการปฏิบัติงานในหน้าที่ของตนอย่างเต็มที่ (ธีรพงศ์ บุญญรัตน์, รุ่งนภา กิตติลาภ และรัชดา ภักดิ์ยิ่ง, 2562) และเพื่อให้ไม่ให้เกิดผลกระทบต่อขีดความสามารถของหน่วยงานหรือการให้บริการประชาชน ซึ่งเป็นเรื่องที่ทำลายเป็นอย่างมากในการปรับตัวเพื่อเผชิญกับปัญหาวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) และพัฒนาระบบการทำงานให้มีประสิทธิภาพควบคู่ไปกับเรื่องคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงาน ให้องค์กรสามารถดำเนินการได้ตามหลักเกณฑ์คุณธรรมและความโปร่งใสอย่างถูกต้อง สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับเป้าหมายตามแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นการต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบ โดยเปิดโอกาสให้ภาคส่วนต่าง ๆ ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณธรรมและความโปร่งใสของสถาบันการเงินของรัฐ อีกทั้งยังเป็นการประเมินประสิทธิภาพการปฏิบัติงานและการให้บริการประชาชน เพื่อให้ทราบถึงช่องว่างของความไม่เป็นธรรมและความด้อยประสิทธิภาพ สำหรับนำไปจัดทำแนวทางมาตรการต่าง ๆ ในการป้องกันการทุจริตและประพฤติมิชอบในระบบการบริการประชาชนของสถาบันการเงินของรัฐ อีกทั้งยังเป็นส่วนหนึ่งของของแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ช่วงระยะที่ 1 (พ.ศ. 2561 – 2565) ประเด็นการต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบ

ดัชนีความโปร่งใส (Transparency Index) ความหมายของคำว่า “ความโปร่งใส” ยังไม่มีนิยามที่ตายตัวขึ้นอยู่กับบริบททางสังคม ค่านิยม และวัฒนธรรมของสังคมนั้นๆ อย่างไรก็ตามนักวิชาการและองค์กรระหว่างประเทศต่างๆ ได้มีความพยายามที่จะกำหนดความหมาย ความโปร่งใส เพื่อให้ง่ายต่อการวัด อาทิ Richard W. Oliver ได้เขียนหนังสือ “What is Transparency” ซึ่งให้ความหมายความโปร่งใสที่สั้นและกระชับ กล่าวคือ ความโปร่งใส หมายถึง ความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวก (Oliver, 2004) หรือ Ferranti et al. (2009) อธิบายความโปร่งใสของรัฐบาลว่า รัฐบาลมีหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับทางเลือกนโยบาย เพิ่มการไหลเวียนของข้อมูลต่างๆ ให้สาธารณชนสามารถเข้าถึงได้ตามความต้องการ โดยข้อมูลต้องมีคุณภาพ เชื่อถือได้ และเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่างๆ ของรัฐบาล ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า ความโปร่งใส เกี่ยวข้องกับการเปิดเผยข้อมูล นโยบายสาธารณะ และกระบวนการทำงานให้ผู้มีส่วนได้เสียได้ทราบ โดยการวัดดัชนีความโปร่งใสครั้งนี้ เป็นการวัดระดับการปฏิบัติตามเงื่อนไขของกระบวนการทำงานอย่างโปร่งใสและมีความเป็นธรรมในการปฏิบัติงาน ซึ่งมีตัวชี้วัดย่อย ประกอบด้วย 1) การดำเนินงานขององค์กร เป็นการวัดหลักเกณฑ์ ขั้นตอน วิธีการปฏิบัติตามกฎหมาย ตามโครงสร้างและหน้าที่ความรับผิดชอบที่กฎหมายกำหนด และ 2) ระบบการร้องเรียนขององค์กร เป็นการวัดถึงการทำงานที่เกี่ยวข้องกับช่องทางการร้องเรียนและการตอบสนองข้อร้องเรียน (สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตในภาครัฐ, 2557)

การประเมินนี้ถือเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจเพื่อให้ได้รับทราบข้อมูลอันส่งผลให้เกิดความตระหนักและปรับปรุงการบริหารงานและกำกับดูแลการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ เกิดประโยชน์ต่อประชาชน และให้ความสำคัญกับด้านคุณธรรมและความโปร่งใสขององค์กรตนเองมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการของสถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐในทางปฏิบัติอย่างเห็น

ได้ชัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งความตื่นตัวและหันมาให้ความสนใจต่อการพัฒนาแพลตฟอร์มอิเล็กทรอนิกส์ให้ทันสมัยและน่าสนใจมากขึ้น ที่สำคัญคือส่งผลให้หน่วยงานมีการจัดการข้อมูลข่าวสารอย่างเป็นระบบระเบียบ และเตรียมความพร้อมในการเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณะให้ได้รับทราบและส่งเสริมให้เกิดการตรวจสอบอีกด้วย นอกจากนี้ ในด้านของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกถือเป็นเครื่องมือที่ทุกคนจะได้มีส่วนร่วมในการสะท้อนความคิดเห็นเพื่อนำไปสู่พัฒนาการบริหารงานของสถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐ เพื่อให้ประชาชนคนไทยได้รับบริการที่ดีขึ้น ตลอดจนมีคุณธรรมและความโปร่งใสมากขึ้นด้วย

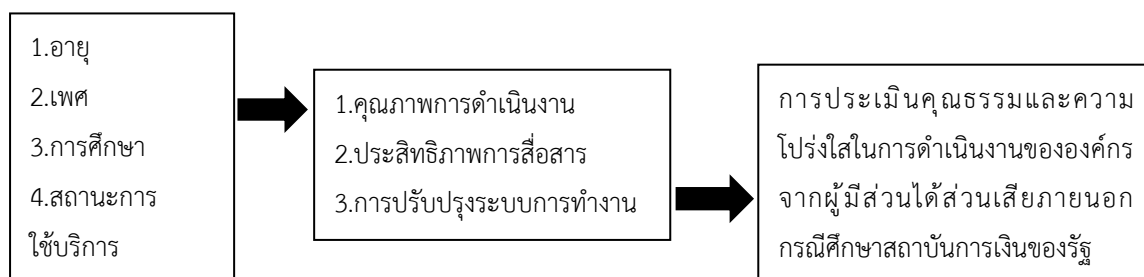
จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาระดับคะแนนของการดำเนินงานด้านคุณธรรมและความโปร่งใสของผู้ให้บริการภายนอกที่มีต่อสถาบันการเงินของรัฐผ่านระบบเพื่อตอบสนองกับยุทธศาสตร์การป้องกันและปราบปรามการทุจริตระยะที่ 1 (พ.ศ. 2561 – 2565) ประเด็นการต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบ และแผนยุทธศาสตร์ชาติประเด็นการต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบ (พ.ศ.2561-2580) อันจะนำไปสู่การยกระดับดัชนีชี้วัดภาพลักษณ์ปัญหาคอร์รัปชัน (Corruption Perception index : CPI) ของประเทศไทยให้สูงขึ้น อย่างยั่งยืนต่อไป โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษางานวิจัยผู้วิจัยได้กำหนดจำนวนโดยใช้ตาราง Taro Yamane ขนาดประชากรไม่จำกัด ระดับความคลาดเคลื่อน $+2\%$ ได้จำนวนประชากรไม่ต่ำกว่า 2,500 ราย ซึ่งก็คือ ผู้ที่ใช้บริการด้านต่าง ๆ ของสถาบันการเงินของรัฐทั่วประเทศ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อประเมินผลระดับคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของสถาบันการเงินของรัฐที่เข้าร่วมการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ และนำผลการประเมินไปใช้ประโยชน์ในการกำหนดนโยบายการบริหารงานของสถาบันการเงินของรัฐต่อไป
2. เพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุง/พัฒนาคุณธรรมและความโปร่งใสของสถาบันการเงินของรัฐ

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎี วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ ผู้วิจัยได้บูรณาการและสังเคราะห์เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่อง “การประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานขององค์กรจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก กรณีศึกษาสถาบันการเงินของรัฐ” ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

การประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของสถาบันการเงินของรัฐจะใช้วิธีการวิจัยจากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง (Sample Survey Research) โดยจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับข้อคิดเห็น การรับรู้ และประสบการณ์จากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบคำถามตามแบบสำรวจความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก External Integrity and Transparency Assessment เกี่ยวกับคุณภาพการดำเนินงาน ประสิทธิภาพการสื่อสาร และการปรับปรุงระบบการทำงาน (สำนักประเมินคุณธรรมและความโปร่งใส สำนักงาน ป.ป.ช., 2565) ของสถาบันการเงินของรัฐโดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างให้สอดคล้องและเหมาะสม มีลักษณะของความเป็นตัวแทนที่ดี โดยใช้ตาราง Taro Yamane ขนาดประชากรไม่จำกัด ระดับความคลาดเคลื่อน $+2\%$ ได้จำนวนประชากรไม่ต่ำกว่า 2,500 รายโดยแบบสอบถามดังกล่าว ได้ผ่านการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา โดยอาศัยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน เมื่อทดสอบค่า IOC พบว่ามีคะแนน $IOC > 0.5$ ทุกข้อ โดยทั้ง 3 ตัวชี้วัดมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. คุณภาพการดำเนินงาน เป็นตัวชี้วัดที่มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินการรับรู้ของผู้รับบริการ ผู้มาติดต่อ หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของหน่วยงานต่อการคุณภาพการดำเนินงาน ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ โดยยึดหลักตามมาตรฐาน ขั้นตอน และระยะเวลาที่กำหนดไว้อย่างเคร่งครัด และจะต้องเป็นไปอย่างเท่าเทียมกันไม่เลือกปฏิบัติ รวมถึงจะต้องให้ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินการ/ให้บริการของหน่วยงานแก่รับบริการ ผู้มาติดต่อ หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยตรงไปตรงมา ไม่ปิดบังหรือบิดเบือนข้อมูล ซึ่งสะท้อนถึงการปฏิบัติหน้าที่อย่างมีคุณธรรม และยังประเมินการรับรู้เกี่ยวกับประสบการณ์ตรงในการถูกเจ้าหน้าที่เรียกรับเงิน ทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่น ๆ เพื่อแลกกับการปฏิบัติหน้าที่ด้วย นอกจากนี้ ยังประเมินการรับรู้เกี่ยวกับการบริหารงานและการดำเนินงานในภาพรวมของหน่วยงาน ที่จะต้องคำนึงถึงประโยชน์ของประชาชนและส่วนรวมเป็นหลัก ไม่มีการเอื้อประโยชน์ให้กับบุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง

2. ประสิทธิภาพการสื่อสาร เป็นตัวชี้วัดที่มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินการรับรู้ของผู้รับบริการ ผู้มาติดต่อ หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของหน่วยงานต่อประสิทธิภาพการสื่อสาร ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่ข้อมูลของหน่วยงานในเรื่องต่าง ๆ ต่อสาธารณชน ผ่านช่องทางที่หลากหลาย สามารถเข้าถึงได้ง่าย และไม่ซับซ้อน โดยข้อมูลที่เผยแพร่จะต้องครบถ้วนและเป็นปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลการดำเนินงานของหน่วยงานและข้อมูลที่สาธารณชนควรรับทราบ รวมถึงการจัดให้มีช่องทางให้ผู้รับบริการ ผู้มาติดต่อ หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สามารถส่งคำติชมหรือความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงาน/การให้บริการ และมีการชี้แจงในกรณีที่มีข้อกังวลสงสัยได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ ยังประเมินการรับรู้เกี่ยวกับการจัดให้มีช่องทางให้ผู้มาติดต่อสามารถร้องเรียนการทุจริตของเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานด้วย ซึ่งสะท้อนถึงการสื่อสารกับผู้รับบริการ ผู้มาติดต่อ หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างมีประสิทธิภาพ

3. การปรับปรุงระบบการทำงาน เป็นตัวชี้วัดที่มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินการรับรู้ของผู้รับบริการ ผู้มาติดต่อ หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของหน่วยงานต่อการปรับปรุงระบบการทำงาน ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการปรับปรุงพัฒนาหน่วยงาน ทั้งการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่และกระบวนการทำงานของหน่วยงานให้ดียิ่งขึ้น

รวมไปถึงการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินงานเพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น โดยควรมีกระบวนการเปิดโอกาสให้ผู้รับบริการหรือผู้มาติดต่อ เข้ามามีส่วนร่วมในการปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงาน เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการด้วย ทั้งนี้ นอกจากหน่วยงานจะต้องปรับปรุงพัฒนา การดำเนินงานให้ดีขึ้นแล้ว ยังควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงการดำเนินงานให้มีความโปร่งใสมากขึ้นอีกด้วย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานขององค์กรของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกกรณีศึกษาสถาบันการเงินของรัฐได้กำหนดกลุ่มประชากรเป้าหมายในการศึกษา โดยใช้ตาราง Taro Yamane ขนาดประชากรไม่จำกัด ระดับความคลาดเคลื่อน $\pm 2\%$ ได้จำนวนประชากรไม่ต่ำกว่า 2,500 ราย ซึ่งก็คือ ผู้ที่ใช้บริการด้านต่าง ๆ ของสถาบันการเงินของรัฐทั่วประเทศ ได้แก่ ผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของสถาบันการเงินของรัฐ 8 แห่ง (ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ธนาคารออมสิน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม และบริษัทตลาดรองสินเชื่อที่อยู่อาศัย)

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษาในครั้งนี้คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งได้ผ่านการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา โดยอาศัยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน เมื่อทดสอบค่า IOC พบว่ามีคะแนน $IOC > 0.5$ ทุกข้อ ผู้วิจัยจึงนำแบบสอบถามดังกล่าวไปสร้างขึ้นเพื่อใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเก็บข้อมูล โดยอาศัย Google form ทั้งนี้ เพื่อลดโอกาสในการสัมผัส เพื่อเป็นการป้องกันการแพร่กระจายของไวรัสโควิด 2019 โดยการอ้างอิงจากการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐของสำนักงานป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (สำนักงาน ป.ป.ช.) ซึ่งมีทั้งหมด 2 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการภายนอกประกอบด้วยคำถามแบบปลายปิดจำนวน 7 คำถามจำแนกเป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้นของผู้ใช้บริการจากภายนอกคำถามส่วนใหญ่กำหนดเป็นคำถามแบบเลือกตอบเช่นคำถามด้านอายุ เพศ วุฒิการศึกษา ประเภทการใช้บริการ เป็นต้น

ตอนที่ 2 รายละเอียดของแบบวัดการรับรู้เรื่องคุณธรรมและความโปร่งใสเป็นคำถามที่เกี่ยวกับการประเมินการรับรู้ของผู้รับบริการ ผู้มาติดต่อ หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยแบบสอบถามจำนวน 2 ตัวเลือก และ 4 ตัวเลือก จำแนกออกเป็น 3 ดังนี้ ได้แก่

1. คุณภาพการดำเนินงาน
2. ประสิทธิภาพการสื่อสาร
3. การปรับปรุงระบบการทำงาน

ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคำนวณทางคอมพิวเตอร์

วิธีรวบรวมข้อมูล ทางผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมโดยให้ผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของสถาบันการเงินของรัฐ ได้ดำเนินการประเมินโดยการตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self- Administered)

Questionnaire Survey) ผ่านทาง Google form รวมถึงการสัมภาษณ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face Interview) ตามความเหมาะสม

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

สรุปผลการวิจัย

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มาใช้บริการสถาบันการเงินของรัฐส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 58.67) ประกอบการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา (ร้อยละ 33.58) มีอายุระหว่าง 40- 50 ปี (ร้อยละ 34.34) มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า (ร้อยละ 72.23) ส่วนใหญ่ติดต่อกับสถาบันการเงินของรัฐในฐานะบุคคลทั่วไป (ร้อยละ 91.58)

ทั้งนี้ สถาบันการเงินของรัฐมีผลการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานอยู่ในระดับที่ดีเยี่ยม (ระดับ AA) และบรรลุค่าเป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องและเป็นไปตามแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ในประเด็น การต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบ ที่มีเป้าหมายหลักเพื่อให้หน่วยงานภาครัฐมีความโปร่งใสปลอดการทุจริตและประพฤติมิชอบ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. การประเมินผลระดับคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของสถาบันการเงินของรัฐ ได้ระดับคะแนนอยู่ที่ 99.50 คะแนน ซึ่งอยู่ในระดับดีเยี่ยม สะท้อนให้เห็นว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มาใช้บริการสถาบันการเงินของรัฐ มีความเชื่อมั่นว่าสถาบันการเงินของรัฐมีการดำเนินงานที่มีคุณธรรมและมีความโปร่งใสสามารถตรวจสอบได้

2. จากการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของสถาบันการเงินของรัฐ จากทั้ง 3 ดัชนี ทางผู้วิจัยได้มีข้อเสนอแนะในการปรับปรุง/พัฒนาคุณธรรมและความโปร่งใสของสถาบันการเงินของรัฐ โดยจำแนกเป็นรายตัวชี้วัดดังต่อไปนี้

- 1.1 คุณภาพการดำเนินงาน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกได้ประเมินการรับรู้ของผู้รับบริการในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่โดยยึดหลักตามมาตรฐาน ขั้นตอน และระยะเวลาที่กำหนดไว้อย่างเคร่งครัด และจะต้องเป็นไปอย่างเท่าเทียมกันไม่เลือกปฏิบัติรวมถึงจะต้องให้ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินการ การให้บริการของหน่วยงานแก่ผู้รับบริการ ผู้มาติดต่อ หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างตรงไปตรงมา ไม่ปิดบังหรือบิดเบือนข้อมูล ซึ่งสะท้อนถึงการปฏิบัติหน้าที่อย่างมีคุณธรรม และยังประเมินการรับรู้เกี่ยวกับประสบการณ์ตรงในการถูกเจ้าหน้าที่เรียกรับเงิน ทรัพย์สิน หรือประโยชน์อื่น ๆ เพื่อแลกกับการปฏิบัติหน้าที่ด้วย นอกจากนี้ยังประเมินการรับรู้เกี่ยวกับการบริหารงานและการดำเนินงานในภาพรวมของหน่วยงาน ที่ต้องคำนึงถึงประโยชน์ของประชาชนและส่วนรวมเป็นหลัก ไม่มีการเอื้อประโยชน์ให้กับบุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ซึ่งจากการสำรวจสถาบันการเงินของรัฐ ได้คะแนนเฉลี่ยสำหรับดัชนีชี้วัดนี้เท่ากับ 99.52 คะแนน และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.42

- 1.2 ประสิทธิภาพการสื่อสาร ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกได้ประเมินการรับรู้ของผู้รับบริการผู้มาติดต่อหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของสถาบันการเงินของรัฐต่อประสิทธิภาพการสื่อสารในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ

การเผยแพร่ข้อมูลของหน่วยงานในเรื่องต่าง ๆ ต่อสาธารณชนผ่านช่องทางที่หลากหลายสามารถเข้าถึงได้ง่าย และไม่ซับซ้อนโดยข้อมูลที่เผยแพร่จะต้องครบถ้วนและเป็นปัจจุบันโดยเฉพาะอย่างยิ่งผลการดำเนินงานของหน่วยงานและข้อมูลที่สาธารณชนควรรับทราบ รวมถึงการจัดให้มีช่องทางให้ผู้รับบริการผู้มาติดต่อหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สามารถส่งคำติชมหรือความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงาน/การให้บริการ และมีการชี้แจงในกรณีที่มีข้อกังวลสงสัยได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ยังประเมินการรับรู้เกี่ยวกับการจัดให้มีช่องทางให้ผู้มาติดต่อสามารถร้องเรียนการทุจริตของเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานด้วย ซึ่งสะท้อนถึงการสื่อสารกับผู้รับบริการผู้มาติดต่อหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจากการสำรวจสถาบันการเงินของรัฐ ได้คะแนนเฉลี่ยสำหรับดัชนีชี้วัดนี้เท่ากับ 99.51 คะแนน และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.39

1.3 การปรับปรุงระบบการทำงาน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกประเมินการรับรู้ของผู้รับบริการผู้มาติดต่อหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของหน่วยงานต่อการปรับปรุงระบบการทำงาน ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการปรับปรุงพัฒนาหน่วยงาน ทั้งการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ และกระบวนการทำงานของหน่วยงานให้ดียิ่งขึ้น รวมไปถึงการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินงาน เพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น โดยควรมีกระบวนการเปิดโอกาสให้ผู้รับบริการหรือผู้มาติดต่อ เข้ามามีส่วนร่วมในการปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงาน เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการด้วย ทั้งนี้นอกจากหน่วยงานจะต้องปรับปรุงพัฒนา ซึ่งจากการสำรวจสถาบันการเงินของรัฐ ได้คะแนนเฉลี่ยสำหรับดัชนีชี้วัดนี้เท่ากับ 99.48 คะแนนและมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.28

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของสถาบันการเงินของรัฐ ซึ่งอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาในภาพรวมแล้ว พบว่า

1. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกที่มาใช้บริการสถาบันการเงินของรัฐส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จบการศึกษาระดับปริญญาตรี อายุระหว่าง 31-40 ปี และใช้บริการในฐานะบุคคลทั่วไป
2. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกที่มาใช้บริการสถาบันการเงินของรัฐ มีความไว้วางใจและเชื่อมั่นว่าสถาบันการเงินของรัฐมีการดำเนินงานอย่างมีคุณธรรมและความโปร่งใสอยู่ในระดับที่สูง
3. เมื่อพิจารณาจากระดับคะแนนของทั้ง 3 ดัชนีชี้วัดนี้แล้วจะเห็นว่า สามารถนำไปเป็นแนวทางการประเมินด้านคุณธรรมและความโปร่งใสของหน่วยงานทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐและเอกชน เพื่อเป็นการยกระดับดัชนีชี้วัดภาพลักษณ์ปัญหาคอร์รัปชัน (Corruption Perception index : CPI) ของประเทศไทยเพื่อสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือให้กับต่างประเทศ ในการสร้างความเชื่อมั่นที่จะทำธุรกรรมกับประเทศไทยต่อไป ทั้งนี้ การเก็บข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกสามารถทำได้มากขึ้นเป็นผลมาจากการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เข้ามาช่วยในการเก็บข้อมูลในยุคที่มีการระบาดของไวรัสโคโรนา (COVID-19) จะเห็นได้ จากที่สามารถเก็บข้อมูลได้จำนวนมากกว่าปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นเพราะว่าได้รับความไว้วางใจและความปลอดภัยกว่าการเก็บข้อมูลจากผู้ตอบโดยตรง โดยรายละเอียดการประเมินของทั้ง 3 ดัชนี มีดังต่อไปนี้

1) คุณภาพการดำเนินงาน ได้รับคะแนนการประเมินในภาพรวมสำหรับข้อนี้ อยู่ที่ 99.52 คะแนน ซึ่งมีข้อที่ได้คะแนนน้อยที่สุดคือหัวข้อ “การปิดบังหรือบิดเบือนข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินการ/ให้บริการ” ได้คะแนน 99.36 ถึงแม้จะเป็นข้อที่ได้คะแนนน้อยที่สุด แต่ก็ยังอยู่ในระดับที่สูง อย่างไรก็ตามจึงควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินการ/ให้บริการขององค์กร ให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้ทราบอย่างถูกต้องและเหมาะสม

2) ประสิทธิภาพการสื่อสาร ได้รับคะแนนการประเมินในภาพรวมที่ 99.51 คะแนน ซึ่งมีข้อที่ได้คะแนนน้อยที่สุดคือหัวข้อ “การเผยแพร่ผลงานหรือข้อมูลที่สาธารณชนควรรับทราบอย่างชัดเจน” ได้คะแนน 99.42 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่สถาบันการเงินของรัฐต้องการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่อย่างไรก็ตามควรมีการสื่อสารช่องทางใหม่ ๆ เช่น Social Media เพื่อให้ครอบคลุมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้อย่างกว้างขวางมากขึ้น

3) การปรับปรุงระบบการทำงาน ได้รับคะแนนการประเมินในภาพรวมที่ 99.48 คะแนน ซึ่งเป็นดัชนีที่ได้คะแนนน้อยที่สุด แต่หากพิจารณาแล้วจะพบว่าถึงแม้เป็นดัชนีที่ได้คะแนนน้อยที่สุด แต่ก็ยังคงอยู่ในระดับสูง และเมื่อพิจารณาประเด็นในข้อย่อย จะพบว่าข้อที่ได้คะแนนน้อยที่สุดคือ “การปรับปรุงคุณภาพการปฏิบัติงาน/การให้บริการให้ดีขึ้น” ได้คะแนน 99.40 แสดงให้เห็นถึงความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการปรับปรุงภาพการปฏิบัติงาน/การให้บริการ ของสถาบันการเงินของรัฐในระดับที่สูง

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ โชคดี นพวรรณ เรื่อง การประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐกับการป้องกันคอร์รัปชันทุกรูปแบบ พบว่า การประเมินดังกล่าวเป็นการประเมินในเชิงบวก เพื่อกระตุ้นให้เกิดการปรับปรุงกระบวนการด้านคุณธรรมและความโปร่งใสในหน่วยงาน (โชคดี นพวรรณ, 2565)

ข้อเสนอแนะ

จากการวิเคราะห์และสังเคราะห์ผลคะแนนการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของสถาบันการเงินของรัฐรายดัชนี ทั้ง 3 ดัชนี ได้แก่ คุณภาพการดำเนินงาน ประสิทธิภาพการสื่อสาร และการปรับปรุงระบบการทำงาน ซึ่งเป็นการประเมินจากข้อมูลการรับรู้ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐ โดยผลที่ได้จากการประเมินจะทำให้ได้แนวทางการพัฒนาคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงาน ทั้งนี้ผู้จัดทำได้เสนอแนวทางปฏิบัติตามผลการประเมินรายละเอียดดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ข้อเสนอเชิงนโยบาย ภาพลักษณ์ด้านคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของสถาบันการเงินของรัฐ มีความสำคัญอย่างมากในการสร้างความเชื่อมั่นไว้วางใจแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน การประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสจึงเป็นเครื่องมือรวบรวมข้อมูลการรับรู้จากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Perception – Base) ให้ภาพสะท้อนการดำเนินงานของสถาบันการเงินของรัฐที่ไม่เสมอภาคกันเท่าที่ควร ทั้งนี้ เพราะจากการรับรู้ของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Perception – Base) ภาพลักษณ์ด้านคุณธรรมและ

ความโปร่งใสในการดำเนินงานของสถาบันการเงินของรัฐค่อนข้างดี และมีความโปร่งใสในการดำเนินงานหลายอย่าง แต่ยังคงขาดความเป็นระบบที่ชัดเจนในกระบวนการขั้นตอนการดำเนินการ ซึ่งเกิดจากข้อมูลที่ได้ทำการสำรวจและประเมินที่สามารถทำไปสู่อ้างอิงและนโยบายได้ดังต่อไปนี้

1) ควรมีนโยบายพัฒนาการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจต่อการทุจริตคอร์รัปชันโดยการสร้างระบบและกลไกการป้องกันการทุจริตคอร์รัปชันทุกระดับ ถึงคุณและโทษและผลที่เกิดกับสังคมและประเทศ

2) องค์การควรมีการออกกฎจรรยาบรรณ (Code of Conduct) ของหน่วยงานในสถาบันการเงินของรัฐอย่างชัดเจน

3) ควรมีนโยบายพัฒนาความร่วมมือจากประชาชน และสังคม นักวิชาการ เป็นต้น เพื่อให้เกิดเครือข่ายความร่วมมือเชิงนโยบายและการปฏิบัติในการติดตาม ตรวจสอบ การทุจริตคอร์รัปชัน ทั้งนี้เพื่อภาพลักษณ์ที่ดีต่อการทุจริตคอร์รัปชัน

2. ข้อเสนอแนะตามดัชนีความโปร่งใส

1) คุณภาพการดำเนินงาน ควรพัฒนาความตระหนักและสำนึกที่ดีต่อการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานในสถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐผ่านกฎจรรยาบรรณ (Code of Conduct) ของหน่วยงาน อีกทั้งควรพัฒนาการปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบอย่างโปร่งใสตามกฎหมาย-กฎเกณฑ์ต่าง ๆ อย่างเคร่งครัด เป็นกระบวนการและขั้นตอนชัดเจนตามเวลาที่กำหนด

2) ประสิทธิภาพการสื่อสาร ควรมีการวิเคราะห์ถึงกลุ่มของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ครบถ้วนอย่างรอบด้าน จากนั้นในมาพิจารณาช่องทางที่ใช้ในการสื่อสารไปยังกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่มนั้นเหมาะสมหรือไม่ จากนั้นจึงจัดทำแผนการดำเนินงานให้เหมาะสมต่อไป

3) การปรับปรุงระบบการทำงาน ควรพัฒนาระบบการทำงานโดยให้พนักงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีส่วนร่วมในการปรับปรุงกระบวนการทำงาน ยอมรับความคิดและความเห็นที่แตกต่างในการทำงาน โดยการมองเป้าหมายสุดท้ายของงานและประชาชน

ข้อเสนอแนะในการทบทวนครั้งต่อไป

จากผลการประเมินโดยภาพรวมที่พบว่า มีผลการประเมินอยู่ในระดับสูงนั้น เป็นเพราะสถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐ ได้ให้ความตระหนักและเห็นความสำคัญ ในการตอบสนองแนวคิดแนวคิดการประเมินคุณธรรมและ ความโปร่งใสในการดำเนินงาน และนโยบายการยกระดับดัชนีการรับรู้การทุจริตที่สูงขึ้นตามนโยบายยุทธศาสตร์การป้องกันและปราบปรามการทุจริตระยะที่ 1 (พ.ศ. 2561 – 2565) ประเด็นการต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบ และแผนยุทธศาสตร์ชาติประเด็นการต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบ (พ.ศ.2561-2580) จึงทำให้มองเห็นแนวทางในการนำผลการประเมินนี้ไปปรับปรุงและพัฒนาแนวทางการดำเนินงานให้มีคุณธรรมและความโปร่งใสยิ่งขึ้น ดังต่อไปนี้

1. จะต้องมีการขยายการเก็บรวบรวมข้อมูลไปยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน เพื่อให้การประเมินประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานขององค์กร สามารถวิเคราะห์ได้อย่างครบถ้วน

2. ควรทำอย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี เพื่อยกระดับดัชนีชี้วัดภาพลักษณ์ปัญหาคอร์รัปชัน (Corruption Perception index: CPI) ของประเทศไทยอย่างยั่งยืน

3. ควรมีการวิเคราะห์กลุ่มของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ครอบคลุมกับการดำเนินงานของธนาคารอย่างครบถ้วน และดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียครบทุกกลุ่ม เพื่อความถูกต้องของข้อมูลสำหรับการประเมิน

4. ควรทำการสำรวจในองค์กรทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อเป็นการสำรวจในภาพรวมระดับประเทศ

นอกจากนี้แล้ว จากการศึกษาเพิ่มเติมยังพบว่า หน่วยงานมีระบบและกลไกในการดำเนินงานที่เป็นระบบชัดเจน สามารถเป็นต้นแบบในการดำเนินงานให้กับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนอื่นได้ เนื่องจากเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานตามภารกิจหลัก มีการแต่งตั้งคณะกรรมการติดตามผลและประเมินผลการดำเนินงาน มีตัวแทนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานกับบุคลากรภายในองค์กร ซึ่งมีการกำหนดบทบาทหน้าที่ไว้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ยังมีการบันทึกรายงานการประชุม และมีการจัดเก็บหลักฐานการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง มีการปฏิบัติงานตามคู่มือหรือมาตรฐานการปฏิบัติงานตามภารกิจหลัก ตลอดจนมีการรายงานผลการดำเนินงานตามคู่มือหรือมาตรฐาน มีความเป็นธรรมในการให้บริการด้วยการแสดงขั้นตอนการปฏิบัติงานแก่ผู้รับบริการ และมีระบบการป้องกันหรือการตรวจสอบเพื่อป้องกันการละเว้นการปฏิบัติหน้าที่ มีสื่อประชาสัมพันธ์และช่องทางให้ประชาชนเข้าถึง ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานที่หลากหลายที่เหมาะสมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแต่ละกลุ่มอย่างเหมาะสม ทั้งเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก เสียงตามสาย และวารสาร และมีระบบการจัดการเรื่องร้องเรียนที่ดี จึงทำให้มีผลการประเมินในระดับที่สูงมาก

เอกสารอ้างอิง

โชคดี นพวรรณ. (2565). การประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐกับการป้องกันคอร์รัปชันรูปแบบต่างๆ. *วารสารผู้ตรวจการแผ่นดิน*, 31(1), 157-189.

ธีรพงศ์ บุญญรัตน์, รุ่งนภา กิตติลาภ และ รัชดา ภักดิ์ยิ่ง. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารออมสินในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 9(2), 107-117.

พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546. (2546, 9 ตุลาคม).

ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ 120 ตอนที่ 100ก. หน้า 1.

พระราชบัญญัติมาตรการของฝ่ายบริหารในการป้องกันและปราบปรามการทุจริต พ.ศ. 2551. (2551, 23 มกราคม). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่มที่ 125 ตอนที่ 21ก. หน้า 1.

- สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตในภาครัฐ. (2557). คู่มือการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ ปีงบประมาณ 2558.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. (2565). *ถอดบทเรียนในการรับมือกับ COVID-19 ของส่วนราชการและจังหวัด*. (ออนไลน์). สืบค้นเมื่อ 26 เมษายน 2565, จาก <https://www.opdc.go.th/content/NzM4OA>. 26 เมษายน 2565.
- สำนักประเมินคุณธรรมและความโปร่งใส สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ. (2565). *คู่มือการประเมิน ITA 2565 การประเมินคุณธรรมและความโปร่งใส การดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ Integrity and Transparency Assessment*. นนทบุรี: สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ.
- Ferranti et al. (2009). *How to Improve Governance: A New Framework for Analysis and Action*. Washington. Washington, D.C: Brookings Institution.
- Oliver, R. W. (2004). *What is Transparency?*. New York: The McGraw-Hill.
- Transparency International Organization. (2021). *Corruption perceptions index 2015*. Retrieved July 22, 2021 from [Http://www.transparency.org/cpi2021#downloads](http://www.transparency.org/cpi2021#downloads).

การจัดการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือ เพื่อเปรียบเทียบทักษะการเรียนรู้ และ
ประเมินความพึงพอใจ ของนักเรียนระดับประถมศึกษา ในพื้นที่จังหวัดศรีสะเกษ
Learning Management by Cooperative Learning for Comparing Learning Skills
and Satisfaction Assessment of Elementary School Students in Sisaket Province

دنۇفل سىبساړاڼۇ

Danupon Suebsurman

สาขาวิชาวิทยาศาสตร์ทั่วไป คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ¹

อีเมล: danupon.s@sskru.ac.th

วันที่รับบทความ(Received) วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)
29 ตุลาคม 2564 27 กรกฎาคม 2565 1 กันยายน 2565

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการจัดการเรียนรู้ โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือเพื่อเปรียบเทียบทักษะการเรียนรู้ และประเมินความพึงพอใจ ของนักเรียนระดับประถมศึกษาในพื้นที่จังหวัดศรีสะเกษ การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เปรียบเทียบทักษะการเรียนรู้ของนักเรียนจากการจัดการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือก่อนเรียน และหลังเรียน และ 2) ประเมินความพึงพอใจของนักเรียนต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือ กลุ่มเป้าหมาย เป็นนักเรียนระดับประถมศึกษาชั้นปีที่ 1-6 ในจังหวัดศรีสะเกษ จำนวน 20 โรงเรียน จำนวนนักเรียนทั้งสิ้น 2,157 คน ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2563 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย แผนการจัดการเรียนรู้ จำนวน 6 แผน แบบวัดความรู้โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือ และแบบประเมินความพึงพอใจของนักเรียนต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ t-test (Dependent Samples)

ผลการวิจัย พบว่า 1) การเปรียบเทียบทักษะการเรียนรู้ของนักเรียนด้านการเรียนรู้ โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือของนักเรียน หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 2) ความพึงพอใจของนักเรียนต่อการจัดการเรียนรู้ โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือ มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ: การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือ, ทักษะการเรียนรู้

ABSTRACT

The learning management by cooperative learning for comparing learning skills and satisfaction assessment of elementary school students aimed 1) to compare the pretest-posttest scores of students 'learning skills through learning management using cooperative learning, and 2) to evaluate students' satisfaction with learning management using cooperative learning. The sample groups were 1-6 elementary students in Sisaket province from 20 schools. The participants were 2,157 students in the second semester of the academic year 2020. The research tools were the 6 lesson plans, the assessment form of collaboration skill, the example of development of learning skills and students' satisfaction assessment from learning management by using cooperative learning. The data were analyzed by using mean, standard deviation and t-test (Dependent sample) for the hypothesis testing.

The finding indicated that 1) the comparison of students' learning skills from learning management using cooperative learning was higher at the statistical significance .05 level. In addition, 2) students' satisfaction assessment with learning management using cooperative learning, was in the highest level.

Keyword: Cooperative Learning, Learning Skills

บทนำ

ในยุคปัจจุบันเป็นยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization) ที่มีความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information technology) อย่างรวดเร็ว มนุษย์มองเห็นคุณค่าของการศึกษา เพื่อการมีชีวิตในทางที่ดีขึ้น ในศตวรรษใหม่ในวงการศึกษาคความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทำให้เกิดการเผชิญกับข้อมูลมหาศาล ไม่สามารถจัดการกับข้อมูล และใช้ข้อมูลเหล่านั้นให้เกิดประโยชน์ได้ การเปลี่ยนแปลงและปัญหาที่เกิดขึ้น ทำให้ต้องปรับตัวเพื่อการอยู่ได้อย่างมีคุณภาพ จึงทำให้เกิดการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ใหม่ และทักษะชีวิตใหม่ ๆ (ทิตินา แชมมณี, 2555) อีกทั้งปัจจุบันมนุษย์อยู่ในยุคที่ไม่มี ความแน่นอน ทักษะเดิม ๆ ที่มนุษย์มี และใช้ได้ผลใน โลกยุคก่อน ๆ จึงไม่สามารถนำมาใช้ได้กับยุคปัจจุบัน และอนาคตต้องเรียนรู้ทักษะใหม่ ๆ เพื่อความอยู่รอดในสังคม

การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือ เป็นการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยใช้กระบวนการกลุ่ม ผู้เรียนมีโอกาสร่วมกัน และเกิดความสำเร็จร่วมกัน ซึ่งการเรียนแบบร่วมมือ ไม่เพียงจัดให้ผู้เรียนทำงานเป็นกลุ่ม แต่ผู้สอนจะต้องใช้เทคนิควิธีการต่าง ๆ ที่ให้ผู้เรียนได้ใช้กระบวนการประมวลผลจากการทำกิจกรรม นำมาจัดระบบความรู้ สรุปลงเป็นองค์ความรู้ด้วยตนเอง (พิมพ์พันธ์ เดชะคุปต์, 2544) ดังนั้น การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือ ผู้สอนจะต้องเลือกเทคนิค

การจัดการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับผู้เรียน และผู้เรียนจะต้องมีความพร้อมที่จะร่วมทำกิจกรรม รับผิดชอบงานของกลุ่มด้วยกัน โดยกลุ่มจะประสบความสำเร็จได้หรือไม่ ขึ้นกับสมาชิกทุกคน นั่นคือ การเรียนเป็นกลุ่ม หรือการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมืออย่างมีประสิทธิภาพ

ทักษะพื้นฐานในศตวรรษที่ 21 ที่ต้องเรียน เพราะโลกมีเปลี่ยนแปลงรวดเร็วขึ้น และมีความซับซ้อนมากขึ้น บุคคลที่ขาดทักษะด้านการเรียนรู้ และนวัตกรรม จะตามโลกไม่ทัน ผู้สอน หรือครูจึงต้องเอาใจใส่ในการพัฒนาขีดความสามารถของตนในด้านนี้ เพื่อให้สามารถออกแบบการเรียนรู้ให้กับนักเรียนได้เรียนรู้ และพัฒนาทักษะของตนเองในด้านการเรียนรู้ และนวัตกรรม วิธีการออกแบบการเรียนรู้ให้นักเรียนมีทักษะเหล่านี้ ต้องมีการเรียนรู้แบบที่นักเรียนมีส่วนร่วมในสร้างความรู้เอง คือ เรียนรู้โดยการสร้างความรู้ และเรียนรู้เป็นทีม หรือการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือนั่นเอง

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกชอบ หรือพอใจที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือต่อองค์ประกอบ และสิ่งจูงใจในด้านต่าง ๆ ซึ่งเป็นผลมาจากความสนใจ ส่งผลให้มีทัศนคติที่ดี เมื่อได้รับการตอบสนองตามความต้องการของตนเอง

เนื่องด้วยนักเรียนระดับประถมศึกษา ยังขาดทักษะการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือ หรือการเรียนรู้เป็นทีม และขาดทักษะการเรียนรู้แบบที่นักเรียนมีส่วนร่วมในสร้างความรู้ด้วยตนเอง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเรื่อง การจัดการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือเพื่อเปรียบเทียบทักษะการเรียนรู้ และประเมินความพึงพอใจของนักเรียนระดับประถมศึกษา ในพื้นที่จังหวัดศรีสะเกษ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการเรียนรู้ของนักเรียน และช่วยพัฒนาการจัดการเรียนรู้ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบทักษะการเรียนรู้ของนักเรียนจากการจัดการเรียนรู้ก่อนเรียน และหลังเรียน โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือ
2. เพื่อประเมินความพึงพอใจของนักเรียน จากการจัดการเรียนรู้ โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือ

สมมติฐานของการวิจัย

1. ทักษะการเรียนรู้ ของนักเรียนจากการจัดการเรียนรู้ โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือ หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การจัดการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือ เป็นการเรียนรู้ที่ทำให้ผู้เรียนเรียน และทำงานด้วยกันเป็นกลุ่ม ตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป สมาชิกในกลุ่มจะมีความสามารถที่แตกต่างกัน เพื่อที่จะให้ช่วยเหลือกัน และกันในการเรียนรู้ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของกลุ่มทางด้านวิชาการ ด้านกระบวนการทักษะทางสังคม และมีขั้นตอนการนำไปใช้ สมาชิกในกลุ่มมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม เน้นการให้สมาชิกช่วยกันในกลุ่ม และมีการจัด

กิจกรรมที่ให้มีการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน มีการปรึกษาหารือกัน มีการทำงานร่วมกัน มีการวิเคราะห์กระบวนการร่วมกัน และมีการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบงานร่วมกัน

นักการศึกษาได้นำทฤษฎี Cooperative learning มาใช้ และตั้งชื่อว่า “รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือ” นักการศึกษาทั่วโลกได้ให้ความหมายการเรียนรู้แบบร่วมมือไว้ เช่น

Artzt & Newman (1990) ให้ความเห็นว่า การเรียนรู้จัดการเรียนรู้รูปแบบร่วมมือ เป็นการเรียนรู้แบบกลุ่มเพื่อร่วมกันแก้ปัญหา และต้องทำงานจนประสบความสำเร็จ และสิ่งที่สำคัญ คือ ต้องมีทักษะทางสังคมร่วมด้วย การเรียนรู้รูปแบบร่วมมือ เป็นการจัดการเรียนการสอนที่เน้นให้ผู้เรียนลงมือปฏิบัติงานเป็นกลุ่มย่อย โดยมีสมาชิกกลุ่มที่มีความสามารถที่แตกต่างกัน เพื่อเสริมสร้างสมรรถภาพ การเรียนรู้ของแต่ละบุคคล ส่งเสริมให้มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกันจนบรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ นอกจากนี้ ยังเป็นการส่งเสริมให้ผู้เรียนพัฒนาทักษะการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม ตามระบอบประชาธิปไตย และเป็นการพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์ที่สามารถปรับตัวอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข

กลุ่มนักการศึกษาที่มีบทบาทในการเผยแพร่แนวคิดของการเรียนรู้แบบ Cooperative learning คือ

Slavin (1995) and Johnson, Johnson & Holubec (1990) มีความเห็นสอดคล้องกันว่า จุดมุ่งหมายของการเรียนแบบ Cooperative learning คือ การเรียนรู้แบบกลุ่มเพื่อทำกิจกรรมร่วมกันแก้ปัญหา และทำงานร่วมกันจนสำเร็จ และสิ่งสำคัญ คือ ต้องมีกระบวนการทักษะทางสังคมร่วมด้วย เพื่อให้สมาชิกในกลุ่มมีความสามารถเพิ่มขึ้น บทบาทของสมาชิกในกลุ่มมีหน้าที่รับผิดชอบการเรียนรู้ของตนเอง และต้องช่วยเหลือเพื่อนในกลุ่ม ให้เรียนรู้ด้วยรูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือ มีรูปแบบการตั้งชื่อวิธีการ ลักษณะหรือขั้นตอนแตกต่างกันไปตามหลักการแนวคิดของนักการศึกษาที่ออกแบบ

นาฏยา ปั่นอยู่ (2543) ได้ทำการศึกษาผลของการเรียนแบบร่วมมือโดยใช้เทคนิคแบบแบ่งกลุ่มตามผลสัมฤทธิ์ที่มีต่อเชาว์อารมณ์ และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในวิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ซึ่งได้รับการเรียนแบบร่วมมือแบบแบ่งกลุ่มตามผลสัมฤทธิ์ (STAD) และกลุ่มควบคุมเรียนแบบปกติ กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 จำนวน 36 คน นักเรียนทุกคนได้รับการวัดเชาว์อารมณ์ และทัศนคติต่อวิชาคณิตศาสตร์ก่อนการทดลอง ผลการวิจัย พบว่า นักเรียนที่เรียนด้วยวิธีการเรียนแบบร่วมมือแบบแบ่งกลุ่มตามผลสัมฤทธิ์ (STAD) มีเชาว์อารมณ์ และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคณิตศาสตร์สูงกว่านักเรียนที่เรียนแบบปกติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

โสรัจจ์ แสนคำ (2560) ได้ศึกษาการพัฒนาจิกรรรมการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยเทคนิค LT ที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาวิทยาศาสตร์ เรื่องสารในชีวิตประจำวัน ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ผลการวิจัย พบว่า ชุดกิจกรรมการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยเทคนิค LT มีประสิทธิภาพสูงกว่าเกณฑ์ นักเรียนที่เรียนด้วยชุดกิจกรรมการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยเทคนิค LT มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาวิทยาศาสตร์ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 เรื่อง สารในชีวิตประจำวันหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และนักเรียนมีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยเทคนิค LT อยู่ในระดับมาก

วีรวิทย์ เลิศรัตนธำรงกุล (2563) ได้ศึกษาการพัฒนาบทเรียนบนเว็บที่ใช้วิธีการเรียนรู้แบบร่วมมือ วิชากฎหมายเทคโนโลยีสารสนเทศที่ส่งเสริมทักษะการคิดอย่างมีวิจารณญาณ ของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการวิจัย พบว่า 1) บทเรียนบนเว็บที่ใช้วิธีการเรียนรู้แบบร่วมมือ วิชากฎหมายเทคโนโลยีสารสนเทศที่ส่งเสริมทักษะการคิดอย่างมีวิจารณญาณ มีประสิทธิภาพสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด และมีองค์ประกอบที่สำคัญอยู่ 6 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) สถานการณ์ปัญหา และภารกิจการเรียนรู้ (2) แหล่งทรัพยากรความรู้ (3) ศูนย์ส่งเสริมทักษะการคิดอย่างมีวิจารณญาณ (4) สถานิแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (5) คลังอาวุธทางปัญญา และ (6) ศูนย์การช่วยเหลือ 2) นักศึกษามีพัฒนาการของทักษะทางด้านการคิดอย่างมีวิจารณญาณเพิ่มสูงขึ้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3) นักศึกษามีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเพิ่มสูงขึ้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 4) นักศึกษามีความพึงพอใจต่อบทเรียนบนเว็บที่ใช้วิธีการเรียนรู้แบบร่วมมือที่ส่งเสริมทักษะการคิดอย่างมีวิจารณญาณในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัย เป็นนักเรียนระดับประถมศึกษาชั้นปีที่ 1-6 ในจังหวัดศรีสะเกษ ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2563 จำนวน 20 โรงเรียน ได้แก่ 1) โรงเรียนบ้านขุนหาญ ป.1-6 จำนวน 109 คน 2) โรงเรียนบ้านบักดอง ป.1-6 จำนวน 105 คน 3) โรงเรียนบ้านตาเล็ด ป.1-6 จำนวน 104 คน 4) โรงเรียนองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ป.1-6 จำนวน 108 คน 5) โรงเรียนบ้านภูดินพัฒนา ป.1-6 จำนวน 109 คน 6) โรงเรียนบ้านโนนแฝก ป.1-6 จำนวน 108 คน 7) โรงเรียนบ้านม่วงแยก ป.1-6 จำนวน 112 คน 8) โรงเรียนบ้านดอนข่า ป.1-6 จำนวน 104 คน 9) โรงเรียนบ้านสมอ ป.1-6 จำนวน 106 คน 10) โรงเรียนบ้านหนองพาดาน ป.1-6 จำนวน 105 คน 11) โรงเรียนกระต่ายดอนวิทยา ป.1-6 จำนวน 111 คน 12) โรงเรียนบ้านดอนหลี่ ป.1-6 จำนวน 117 คน 13) โรงเรียนบ้านขามทับซอน ป.1-6 จำนวน 102 คน 14) โรงเรียนบ้านตาเปียง ป.1-6 จำนวน 103 คน 15) โรงเรียนบ้านไฮเลิง ป.1-6 จำนวน 110 คน 16) โรงเรียนบ้านหนองเชียงทูน ป.1-6 จำนวน 114 คน 17) โรงเรียนบ้านกำแมด ป.1-6 จำนวน 101 คน 18) โรงเรียนบ้านหนองบัวเลน ป.1-6 จำนวน 108 คน 19) โรงเรียนบ้านมัตถกานกหาขุมปูน ป.1-6 จำนวน 111 คน และ 20) โรงเรียนบ้านบ่อ ป.1-6 จำนวน 110 คน รวมจำนวนนักเรียนทั้งสิ้น 2,157 คน โดยใช้นักเรียนทุกคนเป็นกลุ่มเป้าหมายในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เป็นนักเรียนระดับประถมศึกษาชั้นปีที่ 1-6 ในจังหวัดศรีสะเกษ จำนวน 20 โรงเรียน จำนวนนักเรียนทั้งสิ้น 2,157 คน ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2563

เครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง ได้แก่

1. แผนการจัดการเรียนรู้ จำนวน 6 แผน (ระดับชั้นละ 1 แผน) แผนละ 12 ชั่วโมง ตามมาตรฐานการเรียนรู้ และตัวชี้วัด กลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2560) ตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551

2. แบบวัดความรู้ โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือ แบบ Student Teams-Achievement Division (STAD) โดยใช้ข้อสอบแบบอัตนัย ระดับชั้นละ 10 ข้อ คะแนนเต็ม 50 คะแนน

3. แบบประเมินความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือ แบบ Student Teams-Achievement Division (STAD)

ขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 และมาตรฐานการเรียนรู้และตัวชี้วัดฯ (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2560) กลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2560) ตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551

2. วิเคราะห์เนื้อหา วัตถุประสงค์ กระบวนการจัดการเรียนรู้ กลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2560) ตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551

3. วิเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการจัดการเรียนรู้ตามรูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือ

4. เขียนแผนการจัดการเรียนรู้ตามรูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือ แบบ Student Teams-Achievement Division (STAD) จำนวน 6 แผน แผนละ 12 ชั่วโมง (ระดับชั้นละ 1 แผน) มีขั้นตอน ดังนี้

4.1 การเขียนแผนการจัดการเรียนรู้ตามรูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือ แบบ Student Teams-Achievement Division (STAD) โดยเริ่มด้วยการจัดทำแผนการจัดการเรียนรู้จากการวางแผน และสร้างเป็นแผนการสอนย่อย ๆ และได้กำหนดองค์ประกอบที่สำคัญของแผนการจัดการเรียนรู้ เพื่อให้สอดคล้องกับกิจกรรมการเรียนการสอนในแต่ละระดับชั้น (ป. 1-6) โดยได้กำหนดองค์ประกอบที่สำคัญไว้ ได้แก่

1) สาระสำคัญ (Concept) เป็นความคิดรวบยอด หรือหลักการของเรื่องหนึ่งที่ต้องการให้เกิดกับนักเรียน เมื่อเรียนตามแผนการสอนแล้ว

2) จุดประสงค์การเรียนรู้ (Learning Objective) เป็นการกำหนดจุดประสงค์ที่ต้องการให้เกิดกับผู้เรียน เมื่อเรียนจบตามแผนการสอนแล้ว

3) เนื้อหา (Content) เป็นเนื้อหาที่จัดกิจกรรม และต้องการให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้

4) กิจกรรมการเรียนการสอน (Instructional Activities) เป็นการสอนขั้นตอน หรือกระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน ซึ่งนำไปสู่จุดประสงค์ที่กำหนด

5) สื่อ และอุปกรณ์ (Instructional Media) เป็นสื่อ และอุปกรณ์ที่ใช้ในกิจกรรมการเรียนการสอนที่กำหนดไว้ในแผนการสอน

6) การวัดผล และประเมินผล (Measurement and Evaluation) เป็นการกำหนดขั้นตอน หรือวิธีการวัด และประเมินผลว่านักเรียนบรรลุจุดประสงค์ตามที่ระบุไว้ในกิจกรรมการเรียนการสอน แยกเป็นก่อนสอน ระหว่างสอน และหลังสอน

7) กิจกรรมเสนอแนะ เป็นกิจกรรมที่บันทึกการตรวจแผนการสอน

8) ข้อเสนอแนะของครูพี่เลี้ยง เป็นการบันทึกตรวจแผนการสอนเพื่อเสนอแนะหลังจากได้ตรวจสอบความถูกต้อง การกำหนดรายละเอียดในหัวข้อต่าง ๆ ในแผนการสอน

9) บันทึกการสอน เป็นการบันทึกของผู้สอน หลังจากนำแผนการสอนไปใช้แล้วเพื่อเป็นการปรับปรุง และใช้ในคราวต่อไป

4.2 การสอนตามรูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือ แบบ Student Teams-Achievement Division (STAD) เป็นการเรียนแบบร่วมมือที่กำหนดให้นักเรียนที่มีความสามารถต่างกันทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม กลุ่มละ 4-5 คน ซึ่งประกอบด้วย นักเรียนที่เรียนเก่ง 1 คน นักเรียนที่เรียนปานกลาง 2-3 คน และนักเรียนที่เรียนอ่อน 1 คน มีขั้นตอนการสอน ดังนี้

1) ขั้นเตรียม เป็นขั้นที่นักเรียนแต่ละกลุ่มเลือกสมาชิกที่จะทำหน้าที่ต่าง ๆ ในการทำงานร่วมกัน

2) ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน เป็นขั้นที่ผู้สอนกระตุ้นความสนใจ และความพร้อมของนักเรียน หรือทบทวน ความรู้ที่จำเป็น

3) ขั้นเสนอบทเรียน เป็นขั้นที่ผู้สอนดำเนินการสอนเนื้อหาในบทเรียน โดยใช้สื่อการสอนประกอบ เช่น แผนภาพ บัตรจำนวน เป็นต้น

4) ขั้นฝึกทักษะ เป็นขั้นที่นักเรียนแต่ละกลุ่มร่วมกันทำแบบฝึกหัด นักเรียนจะได้รับแบบฝึกหัด และ บัตรเฉลย นักเรียนจะผลัดกันทำหน้าที่ มีการอภิปราย และตรวจสอบว่ากลุ่มมีข้อผิดพลาดในการทำอย่างไร แล้วแก้ไข ข้อผิดพลาดลงในแบบฝึกหัด

5) ขั้นทดสอบหลังเรียน เป็นขั้นที่นักเรียนทดสอบเป็นรายบุคคล

6) ขั้นสรุป และประเมินผล เป็นขั้นที่ผู้สอน และนักเรียนช่วยกันสรุปบทเรียน ข้อดี ข้อบกพร่องที่ควร แก้ไขในการทำงานร่วมกัน ผู้สอนประเมินผลการเรียนของนักเรียนโดยนำคะแนนสอบหลังเรียนของนักเรียนแต่ละคน มาเปรียบเทียบกับคะแนนฐาน เพื่อหาคะแนนพัฒนาของแต่ละคน นำคะแนนพัฒนาเทียบเป็นคะแนนกลุ่มจากตาราง แล้วนำคะแนนที่ทุกคนทำในกลุ่มมาเฉลี่ย กลุ่มใดมีคะแนนกลุ่มผ่านเกณฑ์จะได้รับรางวัลทั้งกลุ่มตามที่กำหนด

เขียนแผนการจัดการเรียนรู้โดยผู้วิจัย และทำการสอนโดยนักศึกษาชั้นปีที่ 4 สาขาวิชาวิทยาศาสตร์ทั่วไป ที่ออกฝึกปฏิบัติวิชาชีพครูระหว่างเรียน 2 ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2563 จำนวน 20 โรงเรียน

5. นำแผนการจัดการเรียนรู้ตามรูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือ แบบ Student Teams-Achievement Division (STAD) ที่สร้างขึ้นเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน พิจารณาแผนการจัดการเรียนรู้ ด้วยแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ คือ แบบวัดทักษะมีความเหมาะสมมากที่สุด (5) เหมาะสมมาก (4) เหมาะสมปานกลาง (3) เหมาะสมน้อย (2) และเหมาะสมน้อยที่สุด (1) และนำ คะแนนเฉลี่ยการประเมินความเหมาะสมของผู้เชี่ยวชาญมาหาค่าน้ำหนักคะแนนเฉลี่ยทั้ง 6 แผน (ป.1-6) เท่ากับ 3.56

6. ปรับปรุง และแก้ไขแผนการจัดการเรียนรู้ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ และนำแผนการจัดการเรียนรู้ ไปทดลองใช้ (Try out) กับนักเรียนระดับประถมศึกษาชั้นปีที่ 1-6

7. ปรับปรุง และแก้ไข และจัดทำแผนการจัดการเรียนรู้ฉบับสมบูรณ์ เพื่อนำไปใช้จริง

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

1. เก็บรวบรวมข้อมูลจากคะแนนของแบบวัดความรู้ โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือ แบบ Student Teams-Achievement Division (STAD) โดยใช้ข้อสอบแบบอัตนัย ระดับชั้นละ 10 ข้อ (ข้อละ 0-5 คะแนน) คะแนนเต็ม 50 คะแนน มีหลักเกณฑ์ ดังนี้

- 5 คะแนน หมายความว่า คำตอบถูกต้อง ครบถ้วน ตรงประเด็น มากที่สุด
- 4 คะแนน หมายความว่า คำตอบถูกต้อง ครบถ้วน ตรงประเด็น มาก
- 3 คะแนน หมายความว่า คำตอบถูกต้อง ครบถ้วน ตรงประเด็น ปานกลาง
- 2 คะแนน หมายความว่า คำตอบถูกต้อง ครบถ้วน ตรงประเด็น น้อย
- 1 คะแนน หมายความว่า คำตอบถูกต้อง ครบถ้วน ตรงประเด็น น้อยที่สุด
- 0 คะแนน หมายความว่า คำตอบไม่ถูกต้อง

2. แบบประเมินความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือ ระดับการประเมิน 4 ระดับ มีหลักเกณฑ์ ดังนี้

- ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51-4.00 หมายความว่า ระดับมากที่สุด
- ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.51-3.50 หมายความว่า ระดับมาก
- ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.51-2.50 หมายความว่า ระดับน้อย
- ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.00-1.50 หมายความว่า ระดับน้อยที่สุด

3. นำคะแนนมาตรวจสอบความถูกต้อง และนำไปวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย

1. การหาค่าสถิติพื้นฐาน คำนวณค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของแบบวัดทักษะการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือ และแบบประเมินความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือ

2. การวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบของแบบวัดความรู้ ก่อน และหลังการจัดการเรียนรู้ โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือ แบบ Student Teams-Achievement Division (STAD) ด้วยการทดสอบค่าที่ t-test (Dependent Samples)

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 การเปรียบเทียบทักษะการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือ ก่อน และหลัง
การจัดการเรียนรู้ ของนักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 1-6

ตารางที่ 1 การเปรียบเทียบทักษะการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือ ก่อน และหลัง
การจัดการเรียนรู้ ของนักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 1-6

ทักษะการเรียนรู้	ระดับชั้น	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
ก่อนเรียน	ป.1	381	21.08	0.5666	311.324	.000
หลังเรียน		381	41.82	1.1434		
ก่อนเรียน	ป.2	389	21.40	0.8686	289.225	.000
หลังเรียน		389	42.04	1.1529		
ก่อนเรียน	ป.3	345	21.57	1.1795	255.750	.000
หลังเรียน		345	42.46	1.3650		
ก่อนเรียน	ป.4	362	21.63	1.2428	257.086	.000
หลังเรียน		362	42.47	1.3521		
ก่อนเรียน	ป.5	378	21.38	0.8624	287.663	.000
หลังเรียน		378	42.04	1.1417		
ก่อนเรียน	ป.6	302	21.54	1.1593	242.384	.000
หลังเรียน		302	42.52	1.3468		
รวมก่อนเรียน	ป.1-6	2,157	21.43	0.9799	273.905	.000
รวมหลังเรียน		2,157	42.23	1.2503		

$P < 0.05$

จากตารางที่ 1 การเปรียบเทียบทักษะการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือ พบว่า นักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 1 ก่อนเรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 21.08 หลังเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 41.82 นักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 2 ก่อนเรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 21.40 หลังเรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 42.04 นักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 3 ก่อนเรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 21.57 หลังเรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 42.46 นักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 4 ก่อนเรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 21.63 หลังเรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 42.47 นักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 5 ก่อนเรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 21.38 หลังเรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 42.04 และนักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 6 ก่อนเรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 21.54 หลังเรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 42.52 ค่าเฉลี่ยรวมของนักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 1-6 ก่อนเรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 21.43 หลังเรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 42.23 ตามลำดับ

ดังนั้น ทักษะการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือ ของนักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 1-6 หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตอนที่ 2 ประเมินความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือ ของนักเรียน
ระดับประถมศึกษาปีที่ 1-6

ตารางที่ 2 ความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือ ของนักเรียนระดับ
ประถมศึกษาปีที่ 1-6

ความพึงพอใจของนักเรียน	จำนวนนักเรียน	$\bar{X}$	S.D.
ป.1	381	3.92	.27
ป.2	389	3.91	.28
ป.3	345	3.92	.50
ป.4	362	3.92	.50
ป.5	378	3.92	.50
ป.6	302	3.92	.50
รวม	2,157	3.92	.43

จากตารางที่ 2 ความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือ พบว่า นักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 1 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 นักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 2 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 นักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 นักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 4 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 นักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 5 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 และนักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 6 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92

ความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือ โดยรวม พบว่า นักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 1-6 มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.92 มีความพึงพอใจ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

สรุปผล

การเปรียบเทียบการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือ

1. การเปรียบเทียบการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือ ก่อนเรียน และหลังเรียน ของนักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 1 พบว่า หลังเรียน สูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
2. การเปรียบเทียบการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือ ก่อนเรียน และหลังเรียน ของนักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 2 พบว่า หลังเรียน สูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
3. การเปรียบเทียบการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือ ก่อนเรียน และหลังเรียน ของนักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 3 พบว่า หลังเรียน สูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
4. การเปรียบเทียบการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือ ก่อนเรียน และหลังเรียน ของนักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 4 พบว่า หลังเรียน สูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. การพัฒนาทักษะการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือ ก่อนเรียน และหลังเรียน ของนักเรียน ระดับประถมศึกษาปีที่ 4 หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน เป็นผลมาจากการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่ผู้เรียนมีความสามารถต่างกัน ร่วมมือกันทำงานกลุ่มด้วยความตั้งใจ และตั้งใจรับผิดชอบหน้าที่ของตนเองภายในกลุ่ม ทำให้กิจกรรมของกลุ่มดำเนินไปสู่จุดหมายได้

5. การพัฒนาทักษะการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือ ก่อนเรียน และหลังเรียน ของนักเรียน ระดับประถมศึกษาปีที่ 5 หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน เป็นผลมาจากการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่ผู้เรียนมีความสามารถต่างกัน ร่วมมือกันทำงานกลุ่มด้วยความตั้งใจ และตั้งใจรับผิดชอบหน้าที่ของตนเองภายในกลุ่ม ทำให้กิจกรรมของกลุ่มดำเนินไปสู่จุดหมายได้

6. การพัฒนาทักษะการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือ ก่อนเรียน และหลังเรียน ของนักเรียน ระดับประถมศึกษาปีที่ 6 หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน เป็นผลมาจากการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่ผู้เรียนมีความสามารถต่างกัน ร่วมมือกันทำงานกลุ่มด้วยความตั้งใจ และตั้งใจรับผิดชอบหน้าที่ของตนเองภายในกลุ่ม ทำให้กิจกรรมของกลุ่มดำเนินไปสู่จุดหมายได้

การพัฒนาทักษะการเรียนรู้ของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-6 ซึ่งสอดคล้องกับ ชูติพัทธ์ ช่างประดิษฐ์ (2559) ได้ศึกษาการพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน โดยการสอนแบบร่วมมือด้วยเทคนิค STAD วิชาความรู้เกี่ยวกับงานอาชีพ ของผู้เรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 2 สาขา ภาษาต่างประเทศ ผลการวิจัย พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนหลังจากที่เรียนด้วยการเรียน การสอนแบบร่วมมือ โดยใช้เทคนิค STAD สูงกว่าก่อนเรียนอย่างชัดเจน และสอดคล้องกับ ชยปภา ทยาพัชร (2559) ได้ศึกษาการศึกษาผลสัมฤทธิ์ และความพึงพอใจในการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค STAD เรื่องตัวประกอบของจำนวนนับ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ผลการวิจัย พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ เรื่อง ตัวประกอบของจำนวนนับของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ก่อนเรียน และหลังเรียน ได้รับการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค STAD แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 โดยผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน และสอดคล้องกับ วลัยยา บุญอากาศ (2556) ได้ศึกษาผลการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือ เทคนิค STAD ที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และทักษะการคิดวิเคราะห์วิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้น ประถมศึกษาปีที่ 6 ผลการวิจัย พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนที่ได้รับการจัดการเรียนรู้แบบ ร่วมมือ เทคนิค STAD สูงกว่านักเรียนที่ได้รับการจัดการเรียนรู้แบบปกติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และทักษะการคิดวิเคราะห์ของนักเรียนหลังได้รับการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือ เทคนิค STAD สูงกว่านักเรียนที่ได้รับการจัดการเรียนรู้แบบปกติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสอดคล้องกับ จุฬารัตน์ บุญชู (2556) การศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาวิทยาศาสตร์ และเจตคติทางวิทยาศาสตร์ ของนักเรียนชั้น มัธยมศึกษาปีที่ 4 ที่ได้รับการเรียนรู้แบบร่วมมือ เทคนิค STAD ผลการวิจัย พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน วิชาวิทยาศาสตร์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 หลังการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือ เทคนิค STAD สูงกว่า ก่อนการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือ เทคนิค STAD อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้ของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-6 ซึ่งสอดคล้องกับ ชูติพัทธ์ ช่างประดิษฐ์ (2559) ได้ศึกษาการพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน โดยการสอนแบบร่วมมือด้วยเทคนิค STAD วิชาความรู้เกี่ยวกับงานอาชีพ ของผู้เรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 สาขาภาษาต่างประเทศ ผลการวิจัย พบว่า ผู้เรียนมีความพึงพอใจโดยรวมสูงที่สุดต่อการเรียนการสอนแบบร่วมมือ ด้วยเทคนิค Student Team Achievement Division (STAD) และสอดคล้องกับ ชยปภา ทยาพัชร (2559) ได้ศึกษา การศึกษาผลสัมฤทธิ์ และความพึงพอใจในการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค STAD เรื่อง ตัวประกอบของจำนวน นับ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ผลการวิจัย พบว่า ความพึงพอใจต่อการเรียนวิชาคณิตศาสตร์ที่ได้รับจาก การเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค STAD โดยภาพรวมระดับความพึงพอใจของนักเรียน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.52 และสอดคล้องกับ จุฬารัตน์ บุญชู (2556) การศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาวิทยาศาสตร์ และเจตคติทางวิทยาศาสตร์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ที่ได้รับการเรียนรู้แบบร่วมมือ เทคนิค STAD ผลการวิจัย พบว่า เจตคติทางวิทยาศาสตร์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 หลังการจัดการเรียนรู้แบบ ร่วมมือ เทคนิค STAD สูงกว่าก่อนการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือ เทคนิค STAD อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. ในการจัดการเรียนการสอน ผู้สอนควรให้ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมตามรูปแบบการเรียนรู้ แบบร่วมมือ พร้อมทั้งให้คำแนะนำ และกระตุ้นให้นักเรียนทำกิจกรรมตามรูปแบบการเรียนรู้ดังกล่าว เพื่อให้ ผู้เรียนมีความตื่นตัว สนุกสนานกับการเรียนรู้
2. ในขณะทำงานกลุ่ม ผู้สอนควรมีการกระตุ้นให้นักเรียนทุกคนได้แสดงบทบาท และหน้าที่ของ ตนเองอย่างเต็มที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเรียนรู้ในแผนการจัดการเรียนรู้แรก ๆ ซึ่งเป็นการเริ่มต้นเรียนรู้ตาม รูปแบบการเรียนรู้แบบร่วมมือ
3. ผู้สอนควรกระตุ้นให้นักเรียนรู้สึกชอบ หรือมีความพึงพอใจในเรื่องที่กำลังเรียน หรือสร้างแรงจูงใจ เพื่อให้นักเรียนเกิดความสนใจ ซึ่งส่งผลให้นักเรียนมีทัศนคติที่ดี และมีเจตคติที่ดีต่อวิชาวิทยาศาสตร์

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้สอนจะต้องกระตุ้นให้ผู้เรียนมีความเอาใจใส่รับผิดชอบตนเอง และกลุ่มร่วมกับเพื่อนสมาชิก เพราะถ้าผู้เรียนขาดความรับผิดชอบ จะส่งผลให้งานกลุ่ม และการเรียนรู้ไม่ประสบความสำเร็จ
2. ผู้สอนควรจัดกลุ่มให้ผู้เรียนที่มีความสามารถต่างกันได้ร่วมมือกันเรียนรู้
3. ผู้สอนควรส่งเสริมให้ผู้เรียนผลัดกันเป็นผู้นำ เพื่อให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ทักษะทางสังคม
4. ผู้สอนจะต้องเตรียมการ และดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดีจึงจะได้ผล และอาจทำให้ผู้สอน มีภาระงาน เพิ่มขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- จุฬารัตน์ บุญชู. (2556). การศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาวิทยาศาสตร์ และเจตคติทางวิทยาศาสตร์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ที่ได้รับการเรียนรู้แบบร่วมมือ เทคนิค STAD. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์ คณะครุศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา).
- ชยปภา ทยาพัชร. (2559). การศึกษาผลสัมฤทธิ์ และความพึงพอใจในการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค STAD เรื่อง ตัวประกอบของจำนวนนับ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทสาขาคณิตศาสตร์ศึกษา คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).
- ชุติพัทธ์ ช่างประดิษฐ์. (2559). การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน โดยการสอนแบบร่วมมือด้วยเทคนิค STAD วิชาความรู้เกี่ยวกับงานอาชีพ ของผู้เรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 สาขาภาษาต่างประเทศ. (รายงานวิจัย). กรุงเทพฯ: วิทยาลัยอาชีวศึกษาสันติราษฎร์ ในพระอุปถัมภ์ฯ.
- ทิตนา แหมมณี. (2555). ศาสตร์การสอน : องค์ความรู้เพื่อการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นาฏยา ปั่นอยู่. (2543). ผลของการเรียนแบบร่วมมือโดยใช้เทคนิคการแบ่งกลุ่มผลสัมฤทธิ์ที่มีต่อเชาว์อารมณ์และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในวิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชามัธยมศึกษา คณะครุศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- พิมพ์นธ์ เตชะคุปต์. (2544). การเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ : แนวคิด วิธี และเทคนิค การสอน 1. กรุงเทพฯ: บริษัทเดอะมาสเตอร์กรุ๊ปแมนเนจเม้น จำกัด.
- วัลยา บุญอากาศ. (2556). ผลการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือ เทคนิค STAD ที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และทักษะการคิดวิเคราะห์วิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาหลักสูตรและการสอน คณะครุศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี).
- วีรวิทย์ เลิศรัตน์ธำรงกุล. (2563). การพัฒนาบทเรียนบนเว็บที่ใช้วิธีการเรียนรู้แบบร่วมมือ วิชากฎหมายเทคโนโลยีสารสนเทศที่ส่งเสริมทักษะการคิดอย่างมีวิจารณญาณของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วารสารวิชาการ และวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 10(2), 22-40.
- โสรัจจ์ แส่นคำ. (2560) การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยเทคนิค LT ที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาวิทยาศาสตร์ เรื่องสารในชีวิตประจำวันของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6. วารสารวิชาการ ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ มหาวิทยาลัยศิลปากร, 10(1), 1506-1522.
- Artzt, Alice F. and Newman, Claire M. (1990). Cooperative Learning. *The Mathematics Teacher*, 83(6), 488-452.

- Johnson, D.W., Johnson, R.T., & Holubec, E.J. (1990). *Cooperation in the Classroom*. Edina, Minnesota: Interaction Book Co.
- Slavin, Robert E. (1995). *Cooperative Learning: Theory, Research and Practice*. Massachusetts: A Divisions of Simon & Schuster.

การศึกษาศักยภาพการให้บริการสปาล้านนา แบบไทยสับปายะ
เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงราย

The Potential Study of Lanna Spa Services in Thai Sapaya Style to Promote
Healthy Tourism in Chiang Rai Province

นภเรศ อุทธะยา¹ และ สุรัชณี ยลธะศาสตร์²

Nakharet Utchaya¹ and Suratchanee Yolthasart²

สาขาการโรงแรม สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

อีเมล: nakharet.utc@cr.rajabhat.ac.th

วันที่รับบทความ (Received)

25 กรกฎาคม 2565

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised)

21 กันยายน 2565

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

29 กันยายน 2565

บทคัดย่อ

บทความนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาศักยภาพการให้บริการสปาล้านนา แบบไทยสับปายะ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพการให้บริการสปาล้านนาแบบไทยสับปายะ จังหวัดเชียงราย และ 2) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการให้บริการสปาล้านนาแบบไทยสับปายะ ของจังหวัดเชียงราย โดยใช้กระบวนการวิจัย (Research Methodology) ทางสังคมศาสตร์ ด้วยวิธีการแบบผสมผสาน (Mix Method) ทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างประชากรจำนวน 286 ชุด และทำการลงพื้นที่สังเกตการณ์พร้อมเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ (key informant) ซึ่งเป็นผู้ประกอบการและตัวแทนหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

ผลการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างประชากรส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากทั้งด้านศักยภาพของการให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการจัดสถานที่ ด้านการให้สัมผัสถึงวัฒนธรรมแบบไทยสับปายะ ด้านสุขอนามัยในสถานที่ให้บริการ ด้านอัตลักษณ์ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมล้านนา ด้านนวัตกรรมบริการสปาล้านนา ด้านประสบการณ์ของผู้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ 2) แนวทางการพัฒนาการให้บริการสปาล้านนา แบบไทยสับปายะ ของจังหวัดเชียงราย ควรประกอบด้วย การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี การมีระบบหรือกลไกรักษามาตรฐานโดยรวม การนำเสนอองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น การสร้างการรับรู้ในภูมิปัญญาและสรรพคุณที่ใช้ การตกแต่งสถานที่ให้มีความกลมกลืนกับบริบทสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น ความหลากหลายของกิจกรรมสปาล้านนาเพื่อสร้างทางเลือก และการมีมาตรฐานกำกับที่ชัดเจน ทั้งนี้ภาครัฐควรมีกลไกขับเคลื่อนการพัฒนาผู้ประกอบการในระดับชุมชนเพื่อต่อยอดอัตลักษณ์พื้นที่ใน

ทุกระดับ อันเป็นการสร้างกระบวนการขับเคลื่อนการมีส่วนร่วมการพัฒนาทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์ทั้งเชิงพาณิชย์และสังคมวัฒนธรรมของจังหวัดเชียงรายต่อไป

คำสำคัญ : ไทยสับปายะ, สปาไทย, การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ABSTRACT

The Potential Study of Lanna Spa Services in Thai Sapaya Style to Promote Health Tourism in Chiang Rai Province. The objectives are aimed to 1) to study the potential of Lanna spa services in Thai Sapaya, Chiang Rai province and 2) to study the development of Lanna spa services guidelines. The Thai Sapaya model of Chiang Rai province, using the research methodology of social sciences by mixing methods, both of quantitative and quality, collected data from a sample of 286 populations and conducted observation areas with data collected from key informants, entrepreneurs and representatives of relevant government agencies.

The results showed that 1) The majority of the population sample was highly desirable in terms of the potential of the service, the facilities, the placement, the sense of Thai culture, the Sapaya, the hygiene on the property, the identity, wisdom and Lanna culture. Innovation in Lanna Spa Services, Service Experience and Physical Environment. 2) Guidelines for the development of Lanna spa services in Thai Sapaya style of Chiang Rai province should consist of the application of technology, having an overall health system or mechanism Presentation of local knowledge and wisdom raising awareness in the wisdom and properties used decorating the premises in harmony with social contexts local culture and environment a variety of Lanna spa activities to create alternatives and clear regulatory standards. The government should have a mechanism to drive entrepreneurial development at the community level to reinforce the area's identity at all levels. This is the process of driving participation in the development of existing resources to benefit both commercial and social and cultural benefits of Chiang Rai province.

Keywords: Thai Subpaya, Thai Spa, Wellness Tourism

บทนำ

ปัจจุบันมีรูปแบบการท่องเที่ยวเกิดขึ้นมากมายที่เป็นที่นิยม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพก็มีการเติบโตอย่างรวดเร็วจากกระแสการเอาใจใส่ในสุขภาพของผู้คน ทั้งยังได้รับการสนับสนุนจากหลายหน่วยงานทั้งในภาครัฐและเอกชน ซึ่งในประเทศไทยได้มีการดำเนินธุรกิจสปาอยู่หลายแห่งทั่วประเทศ และมีผู้เข้ารับบริการเป็นจำนวนมาก ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เนื่องจากสปาช่วยให้สภาพร่างกาย และจิตใจ ผ่อนคลายจากความเครียดได้ ทั้งยังสามารถช่วยบำบัด และรักษาสภาพร่างกาย และจิตใจ ที่ทรุดโทรมจากการทำงาน และความเครียด ให้กลับคืนสู่สภาวะปกติที่สมบูรณ์โดยอาศัยวิธีการบำบัดและรักษาด้วยวิธีธรรมชาติ เช่น การนวดไทย การทำสมาธิ โยคะ การอบสมุนไพร เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นการบริการสปาเพื่อสุขภาพที่ได้รับความนิยมทั้งสิ้น

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสามารถแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการแบ่งเวลาทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ เช่น การทำสปา นวดเพื่อสุขภาพ หรือเพื่อเสริมสวย การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ การเข้าร้านอาหารเพื่อสุขภาพ เป็นต้น และ 2) การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) เป็นการท่องเที่ยวและแบ่งเวลาไปบำบัดรักษาสุขภาพ การรักษา และฟื้นฟูสุขภาพตามโรงพยาบาล คลินิก ศูนย์แพทย์หรือสถานพยาบาลที่มีคุณภาพหรือมาตรฐาน (Arrun Boonchai & Jinna Tansaraviput, 2003) และปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็น 1 ใน 10 อุตสาหกรรมเป้าหมายที่เป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจอนาคตของโลกและของประเทศไทยที่มีมูลค่าการตลาดสูงเป็นอันดับ 4 รองจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงอาหาร และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพคิดเป็นร้อยละ 15.6 จากรายได้ของการท่องเที่ยวทั้งหมด (กรุงเทพมหานคร, 2563)

ปัจจุบันอัตลักษณ์และภูมิปัญญาล้านนาได้ถูกนำมาผนวกเข้ากับการบริการสปาออกมาเป็นสปาเพื่อสุขภาพบนพื้นฐานของอัตลักษณ์ในท้องถิ่นล้านนา ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในปัจจุบัน ซึ่งจังหวัดเชียงรายมีศักยภาพที่ครอบคลุมในการบริการสปาล้านนาแบบไทยสับปายะ ครบทั้ง 5 ด้านได้แก่ 1) รูป 2) รส 3) กลิ่น 4) เสียง และ 5) สัมผัส ที่มีลักษณะโดดเด่น และมีการถ่ายทอดองค์ความรู้ที่เป็นอัตลักษณ์ล้านนาในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน จากเหตุผลที่ได้กล่าวมาข้างต้นนี้คณะผู้วิจัยจึงได้เล็งเห็นและตระหนักถึงความสำคัญจึงนำไปสู่การศึกษาวิจัยในหัวข้อการศึกษาศักยภาพการให้บริการสปาล้านนา แบบไทยสับปายะเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงราย อันจะเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงราย ทั้งยังเป็นการสืบสาน รักษา และต่อยอดอัตลักษณ์และภูมิปัญญาล้านนาให้ยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพการให้บริการสปาล้านนา แบบไทยสับปายะ จังหวัดเชียงราย
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการให้บริการสปาล้านนา แบบไทยสับปายะ ของจังหวัดเชียงราย

วิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษาศักยภาพการให้บริการสปาล้านนาแบบไทยสับปายะ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงรายครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mix Methods) การกำหนดกลุ่มตัวอย่างการศึกษาวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเพื่อการศึกษาศักยภาพการให้บริการสปาล้านนาแบบไทยสับปายะ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดเชียงราย ได้แก่ 1) การกำหนดกลุ่มตัวอย่างเพื่อตอบแบบสอบถาม จากจำนวนผู้เข้ารับบริการ ทำกิจกรรม และศึกษาดูงานที่สถานบริการสปาล้านนาแบบไทยสับปายะ ในจังหวัดเชียงราย ในปี พ.ศ. 2562 จำนวน 1,000 คน โดยสัมภาษณ์จากผู้ดูแลสถานบริการสปาล้านนา แบบไทยสับปายะ ในจังหวัดเชียงราย ตามสูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างประชากรของ Taro Yamane มีขนาดประชากรทั้งหมดจำนวน 1,000 คน และมีความคลื่อนร้อยละ 5 หรือ 0.05 จำนวนของกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นจำนวนทั้งสิ้น 286 คน 2) การกำหนดกลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพเพื่อการสัมภาษณ์เชิงลึก คือผู้รับบริการ ผู้ก่อตั้งและผู้ให้บริการ เจ้าหน้าที่สาธารณสุข และมัคคุเทศก์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถามสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ารับบริการและศึกษาดูงานของสถานบริการสปาล้านนา แบบไทยสับปายะในจังหวัดเชียงรายและแบบสัมภาษณ์ตามกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

การวิเคราะห์ข้อมูล

1) แบบสอบถาม วิเคราะห์ด้วยค่าสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วยจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในประเด็นคำถามต่างๆด้านศักยภาพของการบริการ และการใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพสังเกตภาคสนาม ตลอดจนสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างกับผู้ประกอบการในประเด็นรูปแบบการให้บริการของสปาล้านนาแบบไทยสับปายะของจังหวัดเชียงราย

2) แบบสัมภาษณ์เชิงลึกสำหรับกลุ่มประชากรที่เกี่ยวข้อง รวมถึงประเด็นข้อเสนอแนะต่างๆ และใช้การวิเคราะห์เนื้อหา โดยการตีความวิเคราะห์และสังเคราะห์ด้วยหลักการและเหตุผล อภิปรายและสรุปข้อเท็จจริงตามที่ได้สัมภาษณ์ค้นพบตามสภาพการณ์และประเด็นสำคัญตามประเด็นที่ทำการศึกษา

ผลจากการศึกษาวิจัย

ผลจากการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ

คณะผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถาม คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย จำนวน 286 ชุด โดยวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้บริการหรือศึกษาดูงานของสถานบริการสปาล้านนา แบบไทยสับปายะ ในจังหวัดเชียงราย เพศ อายุ ภูมิสำเนา อาชีพ รายได้ ต่อเดือน ความถี่ในการใช้บริการสปาล้านนา กิจกรรมใดที่ท่านเลือกใช้บริการในสถานบริการสปาล้านนา แบบไทยสับปายะในจังหวัดเชียงราย ราคาที่ท่านใช้จ่ายต่อครั้งเมื่อใช้บริการในสถานบริการสปาล้านนา แบบไทยสับปายะ ในจังหวัดเชียงรายได้ผลออกมาดังนี้

จากกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวที่เคยใช้บริการหรือศึกษาดูงานของสถานบริการสปาล้านนา แบบไทยสับปายะ ในจังหวัดเชียงรายส่วนใหญ่เคยใช้บริการหรือศึกษาดูงานของสถานบริการ สปาล้านนา แบบไทยสับปายะ ในจังหวัดเชียงราย จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 68.18 ไม่เคย 91 คน คิดเป็นร้อยละ 31.82 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 42.31 เพศชาย จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 38.46 เพศทางเลือก จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 19.23 ส่วนใหญ่อายุ 31-40 ปี จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 27.62 ส่วนใหญ่อยู่ภูมิลำเนาภาคเหนือ จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 52.80 ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัท จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 24.82 ส่วนใหญ่รายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 31.28 ส่วนใหญ่ความถี่ในการใช้บริการสปาล้านนาครั้งแรก จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 39.49 ส่วนใหญ่กิจกรรมที่เลือกใช้บริการในสถานบริการสปาล้านนา คือ การนวดไทย จำนวน 61 คน คิดเป็น ร้อยละ 24.21 ส่วนใหญ่ราคาที่ใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการในสถานบริการสปาล้านนา แบบไทยสับปายะ ในจังหวัดเชียงราย ราคา 501-1,000 บาท จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 47.69

ในส่วนของคุณค่าเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อกิจกรรมของการใช้บริการของสถานบริการสปาล้านนา แบบไทยสับปายะ ในจังหวัดเชียงราย ผลปรากฏว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของพนักงานสปา อยู่ในระดับ ($\bar{X} = 4.48$, S.D.=3.99) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับ ($\bar{X} = 4.42$, S.D.=3.93) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อด้านสถานที่ อยู่ในระดับ ($\bar{X} = 4.47$, S.D.=3.98) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้สัมผัสถึงวัฒนธรรมแบบไทยสับปายะ อยู่ในระดับ ($\bar{X} = 4.53$, S.D.=4.04) และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อด้านสถานที่ อยู่ในระดับ ($\bar{X} = 4.44$, S.D.=3.95)

และในส่วนของคุณค่าเกี่ยวกับรูปแบบการให้บริการของสถานบริการสปาล้านนา แบบไทยสับปายะ ในจังหวัดเชียงราย ผลปรากฏว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อด้านอัตลักษณ์ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมล้านนา อยู่ในระดับ ($\bar{X} = 4.48$, S.D.=3.98) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อด้านนวัตกรรมการให้บริการสปาล้านนา อยู่ในระดับ ($\bar{X} = 4.45$, S.D.=3.96), ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อด้านประสบการณ์ของ

ผู้บริการอยู่ในระดับ ($\bar{X}=4.49$, S.D.=4.00) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ อยู่ในระดับ ($\bar{X}=4.45$, S.D.=3.97) และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อด้านทักษะและบุคลิกภาพของผู้ให้บริการ อยู่ในระดับ ($\bar{X}=4.49$, S.D.=4.00)

ผลจากการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ

คณะผู้วิจัยได้ใช้แบบสัมภาษณ์หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการสปาล้านนาแบบไทยสปปายะ โดยใช้แบบสอบถามแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) เน้นประเด็นคำถามตามหัวข้องานวิจัยไปในทิศทางเดียวกันแต่อาจมีบางข้อที่แตกต่างกันตามบริบทของกลุ่มตัวอย่าง โดยมีประเด็นคำถาม ดังนี้

- 1) ประเด็นด้านกายภาพทั่วไปของสถานบริการสปาล้านนา แบบไทยสปปายะในจังหวัดเชียงราย
- 2) ประเด็นด้านการให้บริการของสถานบริการสปาล้านนา แบบไทยสปปายะในจังหวัดเชียงราย
- 3) ประเด็นด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตามหลัก 5A (สิ่งดึงดูดใจ การเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก ที่พัก และกิจกรรม)
- 4) ประเด็นด้านการมีส่วนร่วมของสถานบริการสปาล้านนา แบบไทยสปปายะในจังหวัดเชียงรายต่อชุมชนในพื้นที่

โดยมีผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยในครั้งนี้จำนวน 15 คน ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้นำวิเคราะห์และจัดกลุ่มข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ตามความหมายที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยได้ผลออกมา ดังนี้

จากการวิเคราะห์ประเด็นด้านกายภาพทั่วไปของสถานบริการสปาล้านนา แบบไทยสปปายะในจังหวัดเชียงราย ผลปรากฏว่า ในการให้บริการด้านสุขภาพทางการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกจะเน้นการรักษา ส่งเสริมสุขภาพ และการนำเอาความเป็นสปาล้านนา ความเป็นเอกลักษณ์ของสมุนไพรเข้ามาผสมผสานเข้าด้วยกันจะทำให้ผู้รับบริการมีสภาวะด้านจิตใจที่ดีขึ้น

จากการวิเคราะห์ประเด็นการให้บริการสปาล้านนา แบบไทยสปปายะในจังหวัดเชียงราย ผลปรากฏว่า มีความสำคัญมากต่อทางด้านมาตรฐานการให้บริการ และอุปกรณ์ที่ใช้ในการบริการ รวมถึงความมั่นใจทั้งต่อสถานที่ และผู้ใช้บริการ มีการเพิ่มคุณค่าให้กับศาสตร์ ภูมิปัญญาด้านการดูแลสุขภาพของสปาล้านนา โดยให้ความสำคัญกับทั้งการดูแลสุขภาพร่างกายและจิตใจ และสะท้อนวัฒนธรรมที่ดีงาม

จากการวิเคราะห์ประเด็นด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตามหลัก 5A ผลปรากฏว่าเอกลักษณ์การบริการที่มาจากภูมิปัญญาท้องถิ่น การประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ การให้ความสะดวกในการติดต่อจองคิวการบริการด้านสุขภาพ ด้านความงาม ผสมผสานการรักษา ความเป็นเอกลักษณ์ในการนวด ความร่มรื่นของธรรมชาติ สิ่งก่อสร้างที่ทำจากวัสดุธรรมชาติ สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ที่มาใช้บริการ และสร้างความประทับใจให้กับผู้ที่มาใช้บริการ รวมถึงการประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ต่างๆ เพื่อที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงการบริการสปาล้านนา

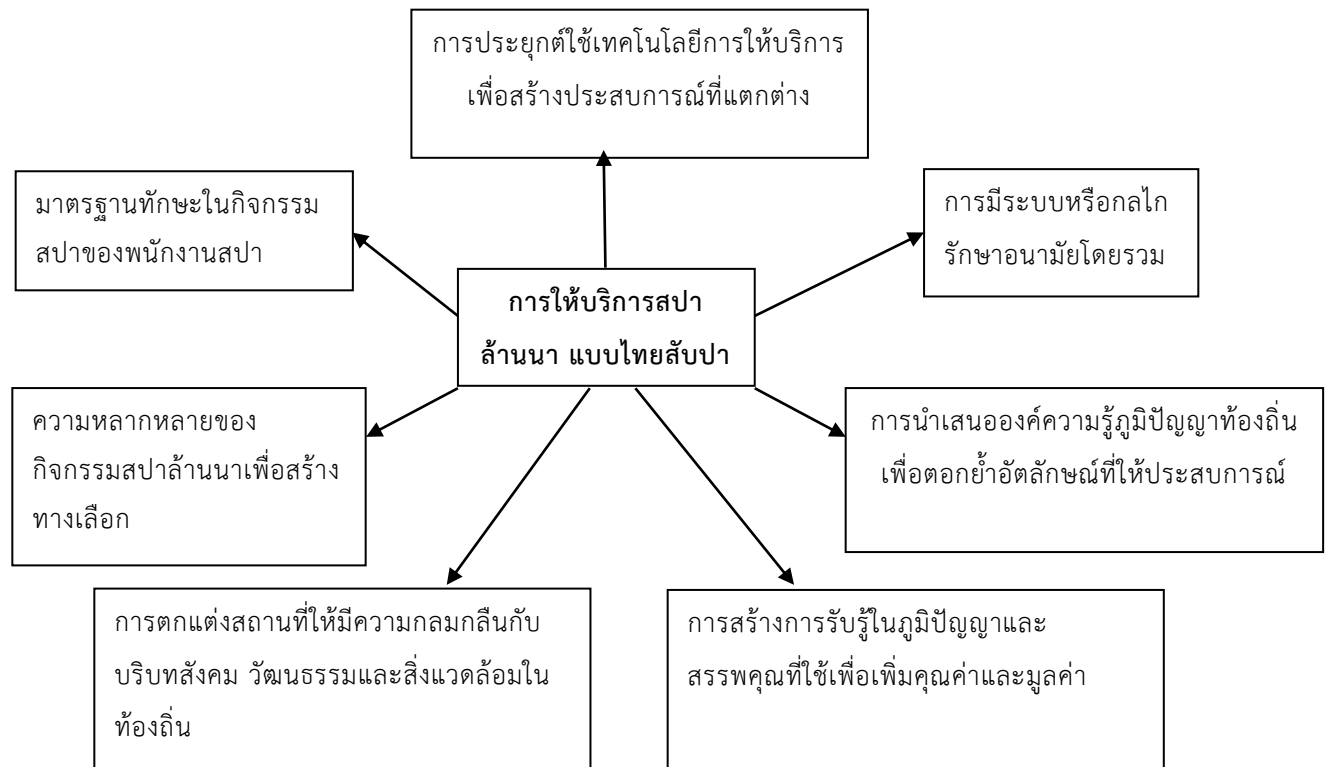
จากการวิเคราะห์ประเด็นด้านการมีส่วนร่วมของสถานบริการสปาล้านนา แบบไทยสับปายะในจังหวัดเชียงรายต่อชุมชนพื้นที่ ผลปรากฏว่า การมีเครือข่ายเป็นการขยายจุดประชาสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน และร่วมพัฒนาทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์ และเป็นการโฆษณาร่วมกันกับทางสถานบริการสปาล้านนา และจะเกิดองค์กรแบบเพื่อนร่วมธุรกิจกันมากขึ้นและบอกต่อให้กับผู้ที่มาใช้บริการ

ตลอดจนมีข้อคิดเห็นเพิ่มเติม คือ อุปกรณ์ที่ใช้ในการตอกเส้น เป็นอุปกรณ์ที่มีความเป็นพิษและเป็นอันตรายที่หายาก การตกแต่งสถานที่แบบล้านนา รวมทั้งเสียงเพลงที่บรรเลง การตกแต่งของบุคลากร และคนท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ล้านนา

แนวทางการพัฒนาการให้บริการสปาล้านนา แบบไทยสับปายะ ของจังหวัดเชียงราย

การเดินทางจากที่พักของตนเองไปยังอีกสถานที่หนึ่งที่มีการวางแผนไว้และจัดสรรเวลาใดเวลาหนึ่งสำหรับทำกิจกรรมเชิงสุขภาพไว้โดยเฉพาะ เพื่อการบำบัดรักษาสุขภาพกายและสุขภาพจิตใจของบุคคลนั้น อันเป็นส่วนหนึ่งของการพักผ่อนหย่อนใจเพื่อความสบายใจ (อารมณ์) ดังการศึกษาครั้งนี้ คณะผู้วิจัยสามารถใช้หลักการการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญต่อสุขภาพของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนจังหวัดเชียงรายโดยแบ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) และ 2) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism)

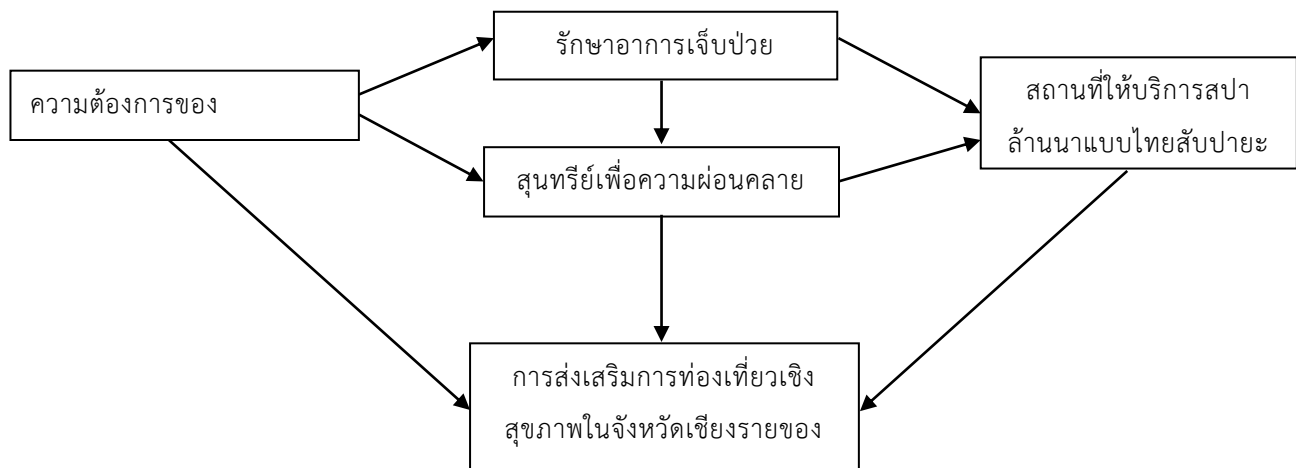
การพัฒนาการให้บริการสปาล้านนา แบบไทยสับปายะ จากข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในฐานะผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ และข้อมูลส่วนผู้ประกอบการรวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้อง สามารถนำมาประมวลสู่การสร้างแนวทางการพัฒนาการให้บริการสปาล้านนา แบบไทยสับปายะ ของจังหวัดเชียงราย ด้วยองค์ประกอบดังแบบจำลองต่อไปนี้



ภาพที่ 1 แบบจำลององค์ประกอบการพัฒนาบริการสปา ลานนาแบบไทยสับปาของจังหวัดเชียงราย

แบบจำลององค์ประกอบการพัฒนาบริการสปา ลานนาแบบไทยสับปาของจังหวัดเชียงราย

จากแบบจำลององค์ประกอบการพัฒนาบริการสปา ลานนาแบบไทยสับปาของจังหวัดเชียงรายที่สร้างขึ้นจากข้อความเห็นของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว ยังมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับการให้บริการของผู้ประกอบการ เนื่องด้วยผู้ประกอบการเป็นผู้กำหนดอัตลักษณ์และให้ความหมายสปา ลานนาแบบไทยสับปาผ่านการสัมผัสทางอายตนะทั้งรูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัส อันเป็นสินค้าบริการที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Product) โดยนักท่องเที่ยวจะต้องเป็นผู้เดินทางมาสัมผัสด้วยตนเอง และสามารถเลือกใช้บริการตามความต้องการของตนเอง คือ เพื่อรักษาอาการเจ็บป่วยหรือเพื่อความผ่อนคลาย ซึ่งสถานที่ให้บริการสปา ลานนาแบบไทยสับปาสามารถตอบสนองต่อความต้องการนั้นได้ทั้งสองแนวทางอันเป็นจุดเด่นที่ควรได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการของนักท่องเที่ยว สถานที่ให้บริการสปาและการสนับสนุน
จากหน่วยงานภาครัฐ

การให้บริการด้านสุขภาพทางการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกที่เน้นการรักษา ส่งเสริมสุขภาพ และการนำเอาความเป็นสปาล้านนา ตลอดจนเอกลักษณ์ของสมุนไพรท้องถิ่นเข้ามาผสมผสานเข้าด้วยกัน จะทำให้ผู้รับบริการนอกจากมีสภาวะด้านจิตใจในเชิงบวกต่อการรับบริการสปาล้านนา แบบไทยสัปปายะในจังหวัดเชียงรายแล้ว ผู้รับบริการยังสามารถเข้าถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่สามารถให้ความประทับใจและสามารถรักษาต่อยอด ภูมิปัญญาท้องถิ่นแบบร่วมสมัยได้

เอกลักษณ์การบริการที่มาจากภูมิปัญญาท้องถิ่น การประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ การให้ความสะดวกในการติดต่อจองคิว การบริการด้านสุขภาพ ด้านความงาม ผสมผสานการรักษา ความเป็นเอกลักษณ์ในการนวด ความร่มรื่นของธรรมชาติ สิ่งก่อสร้างที่ทำจากวัสดุธรรมชาติ ทั้งหมดล้วนเป็นบริบทโดยรวมที่รวมกันแล้วจะสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ที่มาใช้บริการได้ ทั้งนี้เมื่อพิจารณาถึงแนวทางการพัฒนาตามแบบองค์ประกอบข้างต้น จะเห็นว่าการมีเครือข่าย เป็นอีกหนึ่งเงื่อนไขสำคัญที่จะทำให้เป้าหมายการพัฒนาการให้บริการสปาล้านนาแบบไทยสัปปายะบรรลุผลสำเร็จ อีกทั้งยังเป็นการช่วยการประชาสัมพันธ์ที่ดีสำหรับผู้ประกอบการในระดับชุมชน และเป็นช่องทางที่ทุกภาคส่วนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมพัฒนาทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์ทั้งเชิงพาณิชย์และสังคมวัฒนธรรมของจังหวัดเชียงราย

สรุปผลการวิจัย

การให้บริการสปาล้านนา แบบไทยสปปายะ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงราย เป็นการให้บริการที่มีความหลากหลายไม่ว่าจะเป็นการนวดไทย การตอกเส้น การบำบัดด้วยฤๅษีคัตตะน การอบไอน้ำสมุนไพรสมุนไพร การย่ำขาง การย่างไฟ การประคบสมุนไพร การพอกหัวเข่าด้วยสมุนไพร และเป็นที่รู้จักไม่ว่าจะเป็นภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ ภาคตะวันออก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หรือภาคตะวันตก และการนำเอาความเป็นอัตลักษณ์และภูมิปัญญาล้านนาเข้ามาผนวกกับการบริการสปาออกมาเป็นสปาเพื่อสุขภาพ และการมีลักษณะที่โดดเด่น ไม่ว่าจะเป็นการการถ่ายทอดองค์ความรู้ที่เป็นอัตลักษณ์ล้านนาในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน การให้บริการที่มีความเป็นล้านนาผ่านการสัมผัสอายตนะทั้งรูป รส กลิ่น เสียง และการสัมผัสอันเป็นความสุนทรียศาสตร์ที่ให้อารมณ์ความผ่อนคลายทั้งด้านจิตใจและร่างกาย สอดคล้องกับ ลลิตา อีระสิริ (2563) ได้กล่าวว่า สปาล้านนาเป็นการใช้ความร้อนเฉพาะที่ในการรักษาโรค การใช้ความร้อนประคบเหมาะสำหรับอาการปวดข้อต่างๆ ปวดกล้ามเนื้อ ซึ่งสามารถใช้ความร้อนจากน้ำร้อน ลูกประคบสมุนไพร ร้อน และความร้อนจากฝ่ามือ ผ่านกิจกรรมการนวด การกด การแช่ การประคบ หรืออื่นๆ ตามวิธีการของผู้ให้บริการ ดังที่ปานแพร เชาว์ประยูร (2558) กล่าวถึง สปาล้านนาคือการนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นพื้นบ้านล้านนามาประยุกต์ใช้กับการทำสปาที่สะท้อนออกมาเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวและโดดเด่นของสปาล้านนา โดยใช้สมุนไพรที่หาได้ตามพื้นที่ และวิธีการฟื้นฟูสุขภาพต่างๆ ตามแบบแผนหมอเมืองล้านนา

รูปแบบการท่องเที่ยวเกิดขึ้นมากมายที่เป็นที่นิยม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพก็มีการเติบโตอย่างรวดเร็วจากกระแสการเอาใจใส่ในสุขภาพของผู้คน ทั้งยังได้รับการสนับสนุนจากหลายหน่วยงานทั้งในภาครัฐและเอกชน ซึ่งในประเทศไทยได้มีการดำเนินธุรกิจสปาอยู่หลายแห่งทั่วประเทศ และมีผู้เข้ารับบริการเป็นจำนวนมากทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เนื่องจากสปาช่วยให้สภาพร่างกาย และจิตใจ ผ่อนคลายจากความเครียดได้ ทั้งยังสามารถช่วยบำบัด และรักษาสภาพร่างกาย และจิตใจ ที่ทรุดโทรมจากการทำงาน และความเครียด ให้กลับคืนสู่สภาวะปกติที่สมบูรณ์ โดยอาศัยวิธีการบำบัดและรักษาด้วยวิธีธรรมชาติ เช่น การนวดไทย การทำสมาธิ โยคะ การอบสมุนไพร เป็นต้น รูปแบบการท่องเที่ยวดังกล่าวเน้นกิจกรรมทางสุขภาพที่ส่งผลต่อความรู้สึกผ่อนคลายทั้งจิตใจและร่างกาย ซึ่งสถานที่ให้บริการที่มีผลต่อความรู้สึกผ่อนคลายจึงมักอิงกับสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ สอดคล้องกับ กองการแพทย์ทางเลือก (2551) ที่กล่าวว่า สปามีความหมายทั้งเชิงสถานที่ตามธรรมชาติที่ซึ่งสามารถบรรเทาและรักษาอาการเจ็บป่วยจากโรคภัยต่างๆ และมีความหมายในเชิงร่วมสมัยหมายถึงสถานที่ที่อำนวยความสะดวกและได้มาซึ่งสุขภาพที่ดี

การอภิปรายผล

การให้บริการสปาล้านนา แบบไทยสปปายะ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงราย เป็นการให้บริการที่มีความหลากหลายไม่ว่าจะเป็นการนวดไทย การตอกเส้น การบำบัดด้วยฤๅษีคัตตนาการ อบไอน้ำสมุนไพรสมุนไพร การย่ำขาง การย่างไฟ การประคบสมุนไพร การพอกหัวเข่าด้วยสมุนไพร และการนำเอาความเป็นอัตลักษณ์และภูมิปัญญาล้านนาเข้ามาผนวกกับความเชื่อส่วนบุคคลด้านคาถาอาคมที่เชื่อว่าสามารถบรรเทาอาการไม่สบายกายต่างๆ ได้ และยังผสมผสานกับรูปแบบการบริการสมัยใหม่ที่มีลักษณะเฉพาะถิ่นมากขึ้น ผ่านกิจกรรมการถ่ายทอดภูมิปัญญาที่ขึ้นารับรู้ของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการให้สัมผัสถึงอัตลักษณ์สปาไทยสปปายะในจังหวัดเชียงราย โดยการถ่ายทอดดังกล่าวผ่านวิธีการหลากหลายทั้งผ่านการรับรู้ด้วยรูป รส กลิ่น เสียง และการสัมผัส ยังสอดคล้องกับสำนักงานพัฒนาระบบข้อมูลข่าวสารสุขภาพ (2561) ที่กล่าวถึงการตอกเส้น จะต้องมีการตรวจร่างกายวินิจฉัยอาการที่คนไข้เป็นในเบื้องต้นก่อนเริ่มรักษา และการตอกเส้นยังมีการเป่ามนต์เพื่อเพิ่มสัมฤทธิ์ผลการรักษาทั้งอัมพฤกษ์อัมพาต กระตุกทับเส้น เส้นเอ็นตึง ปวดข้อเข่า ซึ่งถือเป็นการให้ประสบการณ์ที่แปลกใหม่สำหรับนักท่องเที่ยวทั้งในเชิงสรีระศาสตร์และจิตใจภายใต้ความเชื่อส่วนบุคคล โดยกิจกรรมดังกล่าวสะท้อนบริบทสังคมท้องถิ่นที่เสริมศักยภาพที่แตกต่างที่สามารถดึงดูดความสนใจได้ และยังสอดคล้องกับ การศึกษาศักยภาพสปาไทยในจังหวัดเชียงรายของ นำขวัญ วงศ์ประทุม และ ดวงศิริ ภูมิวิษณุเวช (2564) ที่พบว่า ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ของตำบลนางแล จังหวัดเชียงราย มีศักยภาพตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่นเดียวกับการเสนอแนวคิดของ ปานแพรว เชาวประยูร (2558) ที่กล่าวถึง สปาล้านนา คือ การนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นพื้นบ้านล้านนามาประยุกต์ใช้กับการทำสปาที่สะท้อนออกมาเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยใช้สมุนไพรที่หาได้ตามพื้นถิ่น และวิธีการฟื้นฟูสุขภาพต่าง ๆ ตามแบบแผนหมอเมืองล้านนา

ประเด็นด้านกายภาพทั่วไปของสถานบริการสปาล้านนา แบบไทยสปปายะในจังหวัดเชียงราย สำหรับการให้บริการด้านสุขภาพทางการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกจะเน้นการรักษา ส่งเสริมสุขภาพ และการนำเอาความเป็นสปาล้านนา ความเป็นเอกลักษณ์ของสมุนไพรเข้ามาผสมผสานเข้าด้วยกัน สามารถทำให้ผู้รับบริการมีสภาวะด้านจิตใจที่ดีขึ้นสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ภาณุวัฒน์ กิจเกษาเจริญ และ พสชนันท์ บุญช่วย (2561) ที่นำเสนอผลการศึกษาเรื่อง “การพัฒนาศักยภาพการตลาดและความต้องการสมุนไพรไทยของธุรกิจสปาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ” พบว่า ข้อมูลด้านปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจสปา คือ การขาดแคลนบุคลากร ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญทั้งในด้านการบริหารธุรกิจสปา อัตราการเข้า-ออกของพนักงานมีสูง และด้านการให้บริการของพนักงานที่มีฝีมือในการให้บริการสปายังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ขณะที่ธุรกิจสปา มีการแข่งขันสูง และมีอุปสรรคด้านทำเลที่ตั้งมีราคาลงทุนสูง อย่างไรก็ตามการศึกษาข้างต้นยังนำเสนอข้อที่น่าสนใจบางประเด็นคือ ประการแรกผู้ประกอบการมีทัศนคติที่ไม่ได้กังวลใจถึงการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาแทนที่การบริการของบุคคล นั้นหมายถึงความสามารถในการให้บริการสปาไทยของพนักงานยังคงมีความสำคัญมากกว่า

เทคโนโลยีใดๆ อันเป็นต้นทุนที่มีราคาสูงเกินจำเป็นอันมีผลต่อราคาขาย มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสปาไทยของนักท่องเที่ยว ประการที่สองธุรกิจสปามีความต้องการสมุนไพรเพื่อใช้ประกอบการให้บริการที่มากขึ้น เช่น ขมิ้น พืช น้ำมันนวด ประคบ มะขาม มะกรูด ยาหม่องน้ำมันหอมระเหย เป็นต้น ปัจจุบันยังไม่มีตลาดสมุนไพร น้ำมันสมุนไพรท้องถิ่นอันเป็นอัตลักษณ์ประการหนึ่งยังคงสามารถตอบสนองต่อความต้องการใช้ที่สูงขึ้นด้วยถือเป็นจุดแข็งด้านวัตถุดิบที่ใช้ของสปาไทยสอดคล้องกับองค์ประกอบของสปาล้านนา แบบไทยสปปายะ คือมีการนำเสนอองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อต่อยอดอัตลักษณ์ที่ให้บริการ สัมพันธ์กับการนำเสนอผลศึกษา ของจุฑาธิปต์ จันทร์เอียด อังสุมาลิน จันทน์ชอบ อรุณ วานิชกร และณัฐพัชร์ มณีโรจน์ (2560) ที่พบว่าศักยภาพด้านอัตลักษณ์ความเป็นไทยของธุรกิจสปาและการนวดแผนไทยเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสู่สากลของพื้นที่ภาคเหนือ คือการนำเสนออัตลักษณ์พื้นบ้านล้านนา ภูมิปัญญาในการดูแลสุขภาพสุขภาพแบบดั้งเดิม เช่น การนวดแบบอัตลักษณ์ล้านนา การตอกเส้น ย่ำขา และการเช็ดแผล (การใช้อุปกรณ์จากเขี้ยวสัตว์ป่า พร้อมบริการคาถาอาคม) รวมถึงการเลือกใช้สีที่สะท้อนความเป็นวัฒนธรรมล้านนาหรือภาคเหนือ ทั้งหมดนี้ถือเป็นอัตลักษณ์ที่มีผลต่อการดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวให้ใช้บริการเพื่อเข้าถึงประสบการณ์เชิงอัตลักษณ์ที่แตกต่างได้

ประเด็นการให้บริการสปาล้านนา แบบไทยสปปายะในจังหวัดเชียงราย มีข้อพิจารณาที่หน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการควรตระหนักถึงคือ มาตรฐานการให้บริการ และอุปกรณ์ที่ใช้ในการบริการ ซึ่งการศึกษาพบว่า มีผลต่อการสร้างความมั่นใจให้แก่นักท่องเที่ยวในการตัดสินใจใช้บริการ ซึ่งมาตรฐานดังกล่าวยังครอบคลุมทั้งมาตรฐานของสถานที่ให้บริการสปาล้านนาแบบไทยสปปายะ และมาตรฐานด้านทักษะของผู้ให้บริการ อันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการ ดังสอดคล้องกับหลักการให้บริการของ เบญจมา แก้วเวชฉาย (2559) และ Kotler & Armstrong (2008) ที่กล่าวถึง การบริการคือการปฏิบัติการใดๆ ที่บุคคลกลุ่มหนึ่งสามารถนำเสนอให้อีกกลุ่มบุคคลหนึ่ง ซึ่งไม่สามารถจับต้องได้ และไม่ได้ส่งผลถึงความเป็นเจ้าของสิ่งใด โดยมีเป้าหมายและความตั้งใจในการส่งมอบบริการนั้นๆ เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ จนนำไปสู่ความพึงพอใจของผู้รับบริการอย่างสูงสุด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

ในการวิจัยครั้งนี้คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นประโยชน์และแนวทางในการนำผลของการวิจัยไปใช้โดยจำแนกเป็นด้านต่าง ๆ ดังนี้

- 1) ด้านวิชาการ หน่วยงานของภาครัฐ เอกชน สถาบันทางการศึกษา อาจารย์ นักศึกษา และประชาชนทั่วไป ที่มีความสนใจด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ สามารถนำผลงานวิจัยที่ได้รวบรวมกิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายนั้น เป็นข้อมูลที่สามารถนำไปต่อยอดเพื่อศึกษาเพิ่มเติม หรือนำไปประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้มีความเหมาะสม

2) ด้านนโยบาย หน่วยงานภาครัฐ เอกชน และส่วนอื่นๆที่เกี่ยวข้อง สามารถนำผลของการวิจัยครั้งนี้ไปเป็นส่วนหนึ่งของการกำหนดนโยบายด้านการพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ได้ตามลักษณะของหน่วยงาน หรือองค์กรนั้นๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางการตลาดจากนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุได้มากขึ้น

3) ด้านบุคลากร พนักงาน บุคลากร หรือเจ้าหน้าที่ทุกระดับที่ปฏิบัติงานและมีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและการบริการ สามารถนำผลของการวิจัยครั้งนี้ไปปรับใช้ในการพัฒนาทักษะ การสร้างแผนการตลาด และรูปแบบกิจกรรมทางการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อตอบสนองความต้องการในการรับบริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ อันจะเป็นการเพิ่มพูนรายได้และผลกำไรให้แก่กิจการที่ตนเองปฏิบัติงานอยู่ได้มากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) การทำงานวิจัยครั้งต่อไปควรเจาะลึกศึกษาแนวโน้มและทิศทางการตลาดสปาล้านนา แบบไทยสัปปายะสำหรับผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงราย

2) การทำงานวิจัยครั้งต่อไปควรกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ เช่น ชาวจีน ชาวเอเชีย ชาวยุโรป เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

กองการแพทย์ทางเลือก กรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก. (2551). *ตำราวิชาการใช้น้ำเพื่อสุขภาพ*. นนทบุรี : สำนักกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.

กรุงเทพธุรกิจ. (2563). *สปาล้านนา” ยกระดับหนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ*. สืบค้นเมื่อ 11 ธันวาคม 2563, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/908686>

จุฑารัตน์ จันทร์เอียด, อังสุมาลิน จำนงชอบ, อริญ วานิชกร และณัฐพัชร มณีโรจน์. (2560). ศักยภาพอัตลักษณ์ความเป็นไทยของธุรกิจสปาและการนวดแผนไทยเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสู่สากล. *วารสารปัญญาวิวัฒน์*, 10(2). 1-16.

นำขวัญ วงศ์ประทุม และ ดวงศิริ ภูมิวิเศษเวช. (2564).รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยชุมชนตามศาสตร์พระราชา. *วารสารศิลปการจัดการ*, 5(2). 299-311.

เบญจภา แฉ่งเวชฉาย. (2559). *คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ใน กรุงเทพมหานคร*. (การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ)

ปานแพร เชาว์นประยูร. (2558). การประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาล้านนาในธุรกิจสปาในภาคเหนือตอนบน. *การประชุมวิชาการระดับนานาชาติจรรยาธรรมในทวีปเอเชีย ครั้งที่ 1 ชีวิต พลัง และจริยธรรม* วันที่ 20-21 สิงหาคม 2558. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.

ภาณุวัฒน์ กิจเกษาเจริญ และ พสชนันท์ บุญช่วย.(2561). *การพัฒนาศักยภาพการตลาดและความต้องการสมุนไพร ไทยของธุรกิจสปา เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ* (รายงานการวิจัย). นครปฐม: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.

ลลิตา ชีระสิริ. (2563). *ความร้อนบำบัด ภูมิปัญญาจากชาวบ้าน*. สืบค้นเมื่อ 11 ธันวาคม 2563, จาก <https://art-culture.cmu.ac.th/Lanna/articleDetail/1749>

สำนักงานพัฒนาระบบข้อมูลข่าวสารสุขภาพ. (2561). *องค์ความรู้ “ตอกเส้น”*. สืบค้นเมื่อวันที่ 11 ธันวาคม 2563, จาก <https://www.hiso.or.th/hiso5/healthy>

Arrun Boonchai & Jinna Tansaraviput. (2003). Health Tourism: New Selling Point of Thai Tourism. *Economic and Social Journal: NESDC*, 40(5), 22–27.

Kotler, P. and Armstrong, G. (2008). *Marketing: An introduction*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice – Hall.

ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับสมรรถนะการทำงานของบุคลากรด้าน
คลินิกของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา
Relationship between Human Resources Management and Works
Competencies of Clinical Staff in the Porphat Hospital
at Nakornratchasima Province

ศศิพรรณ ลายจันทิก¹ และสุวรรณา เตชะธีระปรีดา²

Sasiphan Laichanthuek¹ and Suwanna Tachateerapreda²

¹นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

²อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

อีเมล: sasiphan99@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received)

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

2 กุมภาพันธ์ 2565

3 มิถุนายน 2565

24 มิถุนายน 2565

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของบุคลากรด้านคลินิกของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา 2) สมรรถนะหลักของบุคลากรด้านคลินิกของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา 3) สมรรถนะตามสายงานของบุคลากรด้านคลินิกของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา 4) ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับสมรรถนะหลัก และ 5) ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับสมรรถนะตามสายงานของบุคลากรด้านคลินิกของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา กลุ่มตัวอย่างคือ บุคลากรด้านคลินิกของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 220 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ตัวแปรอิสระคือการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ตัวแปรตามคือ สมรรถนะการทำงานของบุคลากรด้านคลินิกของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ สมรรถนะหลัก และสมรรถนะตามสายงาน สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วยค่าร้อยละ การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระดับนัยสำคัญ 0.01 การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย ผลการวิจัยพบว่า 1) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของบุคลากรด้านคลินิกของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา ด้านที่มีระดับการบริหารสูงสุด คือ ด้านสรรหาและคัดเลือก 2) สมรรถนะหลักของบุคลากรด้านคลินิกของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา ด้านที่มีระดับสูงสุด คือการบริการที่ดี 3) สมรรถนะตามสายงานของบุคลากรด้านคลินิกของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา ด้านที่มีระดับสูงสุด คือ

การตระหนักถึงความปลอดภัยของผู้ป่วย 4) ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับสมรรถนะหลัก โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง ด้านที่มีความสัมพันธ์กับสมรรถนะหลักมากที่สุด คือ ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ 5) ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับสมรรถนะตามสายงานของบุคลากรด้านคลินิกของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง ด้านที่มีความสัมพันธ์กับสมรรถนะตามสายงานมากที่สุด คือ ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

คำสำคัญ: การบริหารทรัพยากรมนุษย์, สมรรถนะหลัก, สมรรถนะตามสายงาน

ABSTRACT

This study aimed 1) to study the human resources management of Clinical Staff in the Porphat Hospital at Nakornratchasima province, 2) to study the core competency of Clinical Staff in the Porphat Hospital at Nakornratchasima province, 3) to study the functional competency of Clinical Staff in the Porphat Hospital at Nakornratchasima province, 4) to study the relationship between human resources management and core competency of Clinical Staff in the Porphat Hospital at Nakornratchasima province and 5) to study the relationship between human resources management and functional competency of Clinical Staff in the Porphat Hospital at Nakornratchasima province. The sample group comprised 220 clinical staff who have worked in the Porphat Hospital at Nakornratchasima province. The questionnaire was used in this research as a tool. The independent variables were human resources management. The dependent variables were the performance of Clinical Staff in the Porphat Hospital at Nakornratchasima province. There were two competencies; core competency and functional competency. The statistics used were percentage, frequency distribution, mean, standard deviation, and Pearson's product moment coefficient of correlation. The statistical significant was at 0.01 level and simple sampling was used. The study indicates that 1) the highest level of human resources management of Clinical Staff in the Porphat Hospital at Nakornratchasima province is the recruiting and selection, 2) the highest level of core competency of Clinical Staff in the Porphat Hospital at Nakornratchasima province is the service mind, 3) the highest

level of functional competency of Clinical Staff in the Porphat Hospital at Nakornratchasima province is the safety awareness for patient, 4) the overall of relationship between human resources management and core competency of Clinical Staff in the Porphat Hospital at Nakornratchasima province is the moderate positive correlation. The most relevant area correlated with core competencies is the human resources development, 5) the overall relationship between human resources management and functional competency of Clinical Staff in the Porphat Hospital at Nakornratchasima province is the moderate positive correlation. The most relevant area correlated with functional competencies is the human resources development.

Keywords: Human Resources Development, Core Competency, Functional Competency

บทนำ

การเกิดโรคอุบัติใหม่และการเจ็บป่วยมีผลต่อการดำเนินชีวิตของผู้คน ทำให้คนในยุคปัจจุบันตระหนักถึงการดูแลสุขภาพ รวมทั้งการเลือกสถานพยาบาลและการได้รับการรักษาจากบุคลากรสาธารณสุขที่มีคุณภาพ ดังนั้น บทบาทของบุคลากรทางการแพทย์ จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการอาศัยความรู้ความสามารถ ความเชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านวิชาชีพ ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาสุขภาพแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ในช่วงปี พ.ศ. 2560 ถึง 2564 ของกระทรวงสาธารณสุขได้กำหนดกรอบยุทธศาสตร์ เพื่อการพัฒนา 4 ด้าน คือ ด้านส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค (Promotion & Prevention Excellence) ด้านบริการสุขภาพ (Service Excellence) ด้านการพัฒนากำลังคน (People Excellence) และด้านการมีธรรมาภิบาล (Governance Excellence) (กระทรวงสาธารณสุข, 2559) สถานพยาบาลทั้งภาครัฐและภาคเอกชนต่างให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ในกลุ่มสาธารณสุข โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์ ตั้งแต่กระบวนการสรรหาคัดเลือกบุคลากรเข้าทำงาน การพัฒนาฝึกอบรมดำรงรักษาให้บุคลากรคงอยู่กับองค์กร และเกี่ยวเนื่องกับการจ่ายค่าตอบแทนและจัดหาสวัสดิการให้แก่บุคลากร การสร้างกลไกและระบบการบริหารจัดการการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ทางด้านการแพทย์ จึงให้ความสำคัญกับการสร้างสมรรถนะการทำงาน โดยใช้สมรรถนะ (Competency) เป็นเครื่องมือพื้นฐานในการสร้างความสำเร็จให้กับองค์กร (สำนักอนามัยกรุงเทพมหานคร, 2564) ในปี 1973 McClelland ได้แสดงแนวคิดเรื่องสมรรถนะไว้ในบทความชื่อ Testing for Competence Rather Than Intelligence ว่า IQ แนวคิดเรื่องสมรรถนะ ของ McClelland กล่าวว่า สมรรถนะหรือความสามารถของบุคคล ส่งผลดีต่อผลการปฏิบัติงานมากกว่า IQ (McClelland, 1973) ซึ่งปัจจุบัน

การพัฒนาสมรรถนะ (Competency) เป็นปัจจัยสำคัญรวมถึงเป็นกลยุทธ์ที่ดีที่สุดอย่างหนึ่งที่จะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันกับองค์กรอื่น ๆ ตลอดจนเป็นกุญแจสำคัญที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จได้ (ธาดา ราชกิจ, 2563)

โรงพยาบาล ป.แพทย์ เป็นสถานพยาบาลเอกชนที่ได้รับความนิยมในการเลือกใช้บริการมากเป็นลำดับต้นๆ ในจังหวัดนครราชสีมา ผู้รับบริการจึงมีความคาดหวังสูงในการเข้ารับบริการ โรงพยาบาลจึงให้ความสำคัญต่อคุณภาพของบุคลากรทางการแพทย์ซึ่งภายในโรงพยาบาลจัดกลุ่มบุคคลเหล่านี้เป็นบุคลากรด้านคลินิก และมีการกำหนดเกณฑ์การประเมินการปฏิบัติงานของบุคลากรด้านนี้ ซึ่งจากข้อมูลการประเมินผลปฏิบัติงานของบุคลากรด้านคลินิกที่ผ่านมา พบว่ายังไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด ดังนั้นเพื่อให้บุคลากรทางคลินิกของโรงพยาบาลมีผลการประเมินปฏิบัติงานตามสมรรถนะที่คาดหวัง ผู้บริหารจึงมีนโยบายกำหนดสมรรถนะที่คาดหวังสำหรับบุคลากรด้านคลินิกไว้ 2 ด้านคือ ด้านสมรรถนะหลัก (Core Competency) เป็นตัวบ่งชี้ความรู้ ความสามารถ ทักษะ ของบุคลากรภายในองค์กร โดยเป็นสิ่งที่กำหนดขึ้นเพื่อให้บุคลากรปฏิบัติ ได้แก่ 1) การยึดมั่นในคุณธรรมและจริยธรรม 2) การสื่อสาร 3) การมุ่งผลสัมฤทธิ์ 4) การบริการที่ดี 5) การส่งเสริมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ และ 6) การทำงานเป็นทีม และสมรรถนะตามสายงานหรือตามลักษณะงาน (Functional Competency) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึง ความรู้ ทักษะและคุณลักษณะเฉพาะของงานในตำแหน่งนั้น ๆ โดยเป็นตัวบ่งชี้ทำให้ปฏิบัติงานในตำแหน่งงานนั้น ๆ ได้เป็นอย่างดี ซึ่งจากการสังเคราะห์แนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะตามสายงาน โดยสรุปได้องค์ประกอบสมรรถนะตามสายงานทั้งหมด 6 ด้าน ได้แก่ 1) การตระหนักถึงความปลอดภัยของผู้ป่วย 2) การยึดมั่นในจรรยาบรรณและกฎหมาย 3) ทักษะการสื่อสารกับผู้ป่วยและญาติ 4) การประกอบเวชปฏิบัติงานบนพื้นฐานของข้อมูลเชิงประจักษ์ 5) ด้านคุณลักษณะเชิงวิชาชีพ 6) เทคโนโลยีและสารสนเทศ

เพื่อให้บุคลากรด้านคลินิกของโรงพยาบาลมีคุณลักษณะตามสมรรถนะหลักและสมรรถนะตามสายงาน ตามที่คาดหวัง จึงจำเป็นต้องอาศัยการขับเคลื่อนโดยกระบวนการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ มีหลักการ 3 ข้อ ได้แก่ 1) การสรรหาและคัดเลือก เป็นการทำหน้าที่ในการสรรหาและคัดเลือกให้ได้ผู้ที่มีคุณสมบัติและคุณภาพตรงตามรายละเอียดของงานและคุณสมบัติเฉพาะตามตำแหน่ง 2) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เป็นการทำหน้าที่ในการจัดการฝึกอบรมและการพัฒนาแก่บุคลากร เพื่อให้มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานที่ทันตามความต้องการของผู้รับบริการ 3) การบริหารค่าตอบแทนและแรงงานสัมพันธ์ เป็นการทำหน้าที่ในการกระจายสิ่งตอบแทนแก่บุคลากรด้วยความยุติธรรมและความเสมอภาค เพื่อการปรับปรุงการปฏิบัติงานและผลิตภาพ (เยาวภา ปิ่นทุพันธุ์, 2554)

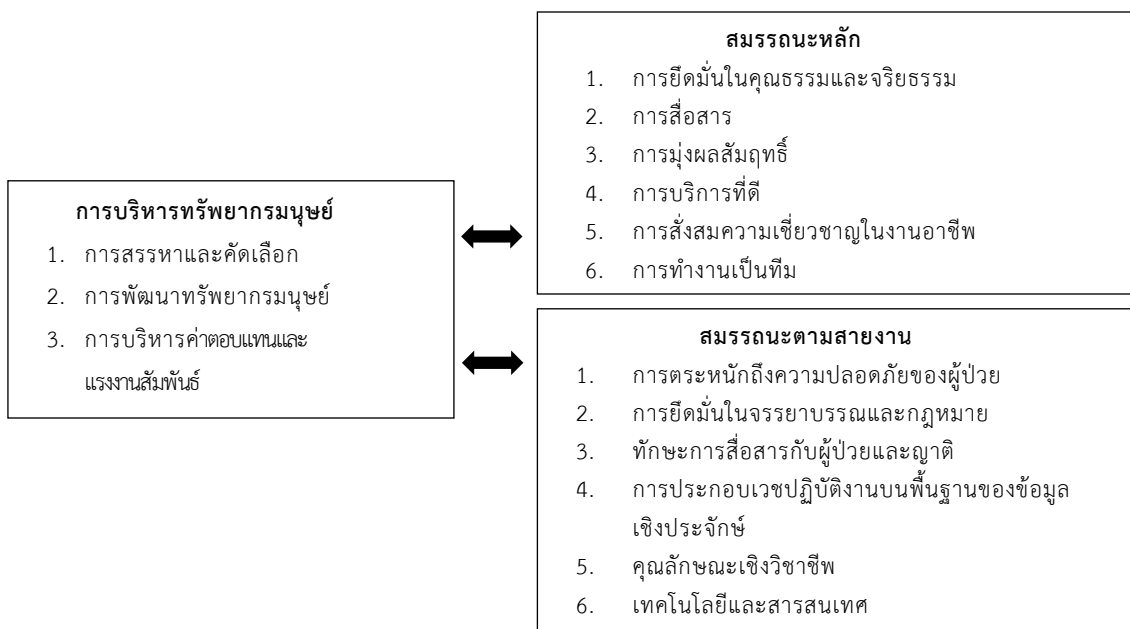
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของบุคลากรด้านคลินิกของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาสมรรถนะหลักของบุคลากรด้านคลินิกของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา
3. เพื่อศึกษาสมรรถนะตามสายงานของบุคลากรด้านคลินิกของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับสมรรถนะหลักของบุคลากรด้านคลินิกของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับสมรรถนะตามสายงานของบุคลากรด้านคลินิกของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา

สมมติฐานการวิจัย

1. การบริหารทรัพยากรมนุษย์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับสมรรถนะหลักของบุคลากรด้านคลินิกของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา
2. การบริหารทรัพยากรมนุษย์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับสมรรถนะตามสายงานของบุคลากรด้านคลินิกของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการและขอบเขตการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากรด้านคลินิกของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ ฝ่ายแพทย์ ฝ่ายพยาบาล และฝ่ายสนับสนุนการแพทย์มีจำนวนทั้งหมด 438 คน ข้อมูล ณ วันที่ 30 เมษายน 2564 ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยคำนวณจากสูตรของ Krejci & Morgan ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และที่ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 (TSIS Team, 2563) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 205 ตัวอย่าง ผู้วิจัยจะใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 220 ตัวอย่าง เพื่อกันความคลาดเคลื่อน ใช้วิธีการเก็บตัวอย่าง แบบง่าย โดยการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น ภูมิ และใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 3 วัน ตั้งแต่วันที่ 16 – 18 สิงหาคม 2564

2. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ โดยมีค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบทั้งฉบับเท่ากับ 0.985 ลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ ลักษณะเครื่องมือเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามวิธีของ Likert ซึ่งแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ ตำแหน่ง ฝ่ายงานที่สังกัด ระดับการศึกษา อายุงาน รายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ และการแจกแจงความถี่

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับระดับของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของบุคลากรด้านคลินิกของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ คือ 1) การสรรหาและคัดเลือก 2) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ 3) การบริหารจัดการสิ่งตอบแทนและแรงงานสัมพันธ์ โดยขึ้นการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสมรรถนะหลัก ได้แก่ 1) การยึดมั่นในคุณธรรมและจริยธรรม 2) การสื่อสาร 3) การมุ่งผลสัมฤทธิ์ 4) การบริการที่ดี 5) การสร้างความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ และ 6) การทำงานเป็นทีม โดยใช้วัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสมรรถนะตามสายงาน ได้แก่ 1) การตระหนักถึงความปลอดภัยของผู้ป่วย 2) การยึดมั่นในจรรยาบรรณและกฎหมาย 3) ทักษะการสื่อสารกับผู้ป่วยและญาติ 4) การประกอบเวชปฏิบัติงานบนพื้นฐานของข้อมูลเชิงประจักษ์ 5) คุณลักษณะเชิงวิชาชีพ และ 6) เทคโนโลยีและสารสนเทศ โดยใช้วัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับสมรรถนะการทำงานของบุคลากรด้านคลินิกของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา คือสถิติเชิงอนุমানค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ซึ่งเป็นการทดสอบข้อสมมติฐาน

3. วิธีรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอนดังนี้

- 1) ผู้วิจัยขอหนังสือจากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา เพื่อขอความร่วมมือในการให้ข้อมูลจากบุคลากรด้านคลินิกของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา
- 2) ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเองกับบุคลากรด้านคลินิกของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา
- 3) ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมา
- 4) จัดหมวดหมู่ของข้อมูลในแบบสอบถาม ทำการลงรหัสเพื่อนำข้อมูลที่ได้เตรียมพร้อมเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

สรุปผลการวิจัย

1. การศึกษาข้อมูลสภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม บุคลากรด้านคลินิกของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา โดยบุคลากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 92.30 มีอายุระหว่าง 31-35 ปี จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 อยู่ในตำแหน่งระดับปฏิบัติการ จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 90.90 ปฏิบัติงานในสังกัดฝ่ายพยาบาล จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 66.40 มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 48.20 มีอายุงานระหว่าง 1-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.60 และมีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 54.00
2. ผลการศึกษาระดับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของบุคลากรด้านคลินิกของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ การสรรหาและคัดเลือก การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และการบริหารค่าตอบแทนและแรงงานสัมพันธ์ ดังตารางที่ 1

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของบุคลากรด้านคลินิกของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา

การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของบุคลากรด้านคลินิก ของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการบริหาร ทรัพยากรมนุษย์	ลำดับที่
1. การสรรหาและคัดเลือก	3.69	0.67	มาก	1
2. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์	3.49	0.83	มาก	2
3. การบริหารค่าตอบแทนและแรงงานสัมพันธ์	3.19	0.94	ปานกลาง	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.46	0.81	มาก	

โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.46$, S.D. = 0.81) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีระดับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของบุคลากรด้านคลินิกของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา สูงสุด คือ ด้านสรรหาและคัดเลือก ($\bar{X} = 3.69$, S.D. = 0.67) รองลงมา คือ ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ($\bar{X} = 3.49$, S.D. = 0.83) และด้านที่มีระดับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของบุคลากรด้านคลินิกของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา น้อยที่สุด คือ ด้านการบริหารค่าตอบแทนและแรงงานสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.19$, S.D. = 0.94)

3. ผลการศึกษาระดับสมรรถนะหลักของบุคลากรด้านคลินิกของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 6 ด้าน ได้แก่ 1) การยึดมั่นในคุณธรรมและจริยธรรม 2) การสื่อสาร 3) การมุ่งผลสัมฤทธิ์ 4) การบริการที่ดี 5) การสร้างความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ และ 6) การทำงานเป็นทีม ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับสมรรถนะหลักของบุคลากรด้านคลินิกของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา โดยภาพรวมและรายด้าน

สมรรถนะหลัก	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ สมรรถนะหลัก	ลำดับที่
การยึดมั่นในคุณธรรมและจริยธรรม	3.97	0.67	มาก	2
การสื่อสาร	3.61	0.75	มาก	6
การมุ่งผลสัมฤทธิ์	3.80	0.65	มาก	5
การบริการที่ดี	3.99	0.66	มาก	1
การสร้างความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ	3.81	0.65	มาก	4
การทำงานเป็นทีม	3.92	0.69	มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.85	0.68	มาก	

โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = 0.68) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีระดับสมรรถนะหลักสูงสุด คือ ด้านการบริการที่ดี ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.66) รองลงมา คือ ด้านการยึดมั่นในคุณธรรมและจริยธรรม ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.67) และด้านที่มีระดับสมรรถนะหลักน้อยที่สุด คือ ด้านการสื่อสาร ($\bar{X} = 3.61$, S.D. = 0.75)

4. ผลการศึกษาระดับสมรรถนะตามสายงานของบุคลากรด้านคลินิกของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 6 ด้าน ได้แก่ 1) ตระหนักถึงความปลอดภัยของผู้ป่วย 2) การยึดมั่นในจรรยาบรรณและกฎหมาย 3) ทักษะการสื่อสารกับผู้ป่วยและญาติ 4) ประกอบเวชปฏิบัติงานบนพื้นฐานของข้อมูลเชิงประจักษ์ 5) คุณลักษณะเชิงวิชาชีพ 6) เทคโนโลยีและสารสนเทศ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับสมรรถนะตามสายงานของบุคลากรด้านคลินิกของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา

สมรรถนะตามสายงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับสมรรถนะตามสายงาน	ลำดับที่
1. การตระหนักถึงความปลอดภัยของผู้ป่วย	4.25	0.70	มาก	1
2. การยึดมั่นในจรรยาบรรณและกฎหมาย	4.16	0.70	มาก	2
3. ทักษะการสื่อสารกับผู้ป่วยและญาติ	4.06	0.65	มาก	3
4. การประกอบเวชปฏิบัติงานบนพื้นฐานของข้อมูลเชิงประจักษ์	4.02	0.63	มาก	4
5. คุณลักษณะเชิงวิชาชีพ	4.00	0.64	มาก	5
6. เทคโนโลยีและสารสนเทศ	3.68	0.72	มาก	6
ค่าเฉลี่ยรวม	4.03	0.67	มาก	

โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.67) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีระดับสมรรถนะตามสายงานสูงสุด คือ การตระหนักถึงความปลอดภัยของผู้ป่วย ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.70) รองลงมา คือ จรรยาบรรณและกฎหมาย ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 0.70) และด้านที่มีระดับสมรรถนะตามสายงานน้อยที่สุด คือ เทคโนโลยีและสารสนเทศ ($\bar{X} = 3.68$, S.D. = 0.72)

5. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับสมรรถนะหลักของบุคลากรด้านคลินิกของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา พบว่า โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง โดยด้านที่มีความสัมพันธ์กับสมรรถนะตามสายงานมากที่สุดคือ ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และด้านที่มีความสัมพันธ์กับสมรรถนะตามสายงานน้อยที่สุดคือ ด้านการบริหารค่าตอบแทนและแรงงานสัมพันธ์ ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับสมรรถนะหลักของบุคลากร
ด้านคลินิกของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา

การบริหาร ทรัพยากร มนุษย์	สมรรถนะหลัก						รวม
	การยึดมั่น	การ	การมุ่งผล	การบริการ	การสั่งสม	การ	
	ใน	สื่อสาร	สัมฤทธิ์	ที่ดี	ความ	ทำงาน	
	คุณธรรม และ จริยธรรม				เชี่ยวชาญ ในงาน อาชีพ	เป็นทีม	
1. การสรรหาและคัดเลือก	0.456**	0.603**	0.566**	0.478**	0.509**	0.509**	0.602**
2. การพัฒนาทรัพยากร มนุษย์	0.558**	0.669**	0.638**	0.521**	0.554**	0.541**	0.672**
3. การบริหารค่าตอบแทน และแรงงานสัมพันธ์	0.450**	0.650**	0.586**	0.425**	0.486**	0.439**	0.587**
รวม	0.548**	0.722**	0.672**	0.530**	0.579**	0.553**	0.696**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

6. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับสมรรถนะตามสายงานของบุคลากรด้านคลินิกของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา พบว่า โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง โดยด้านที่มีความสัมพันธ์กับสมรรถนะตามสายงานมากที่สุดคือด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และด้านที่มีความสัมพันธ์กับสมรรถนะตามสายงานน้อยที่สุดคือด้านการบริหารค่าตอบแทนและแรงงานสัมพันธ์ ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับสมรรถนะตามสายงาน
ของบุคลากรด้านคลินิกของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา

การบริหาร ทรัพยากร มนุษย์	สมรรถนะตามสายงาน						รวม
	การ	การยึดมั่น	ทักษะการ	การประกอบ	คุณ	เทคโนโลยี	
	ตระหนัก	ในจรรยา	สื่อสารกับ	เวช	ลักษณะ	และ	
	ถึงความ	บรรณ	ผู้ป่วยและ	ปฏิบัติงานบน	เชิง	สารสนเทศ	
	ปลอดภัย	และ	ญาติ	พื้นฐานของ	วิชาชีพ	เทศ	
	ของผู้ป่วย	กฎหมาย		ข้อมูลเชิง ประจักษ์			
1. การสรรหาและคัดเลือก	0.335**	0.371**	0.454**	0.471**	0.473**	0.536**	0.497**
2. การพัฒนาทรัพยากร มนุษย์	0.386**	0.405**	0.492**	0.518**	0.506**	0.571**	0.542**
3. การบริหารค่าตอบแทน และแรงงานสัมพันธ์	0.264**	0.268**	0.334**	0.349**	0.374**	0.414**	0.378**
รวม	0.365**	0.385**	0.472**	0.494**	0.501**	0.562**	0.523**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัย เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับสมรรถนะการทำงาน
ของบุคลากรด้านคลินิกของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา สามารถสรุปประเด็นสำคัญมา
อภิปรายผลการวิจัย ได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาระดับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของบุคลากรด้านคลินิกของโรงพยาบาล
ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มี
ระดับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของบุคลากรด้านคลินิกของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา
สูงสุด คือ ด้านสรรหาและคัดเลือก โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มี
ระดับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของบุคลากรด้านคลินิกของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา
ด้านการสรรหาและคัดเลือกสูงสุด คือ การเปิดโอกาสให้บุคลากรภายในองค์กรแนะนำเพื่อนหรือญาติเข้า
สมัครงาน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากกระบวนการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ด้านการสรรหาและคัดเลือกของ
โรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา ได้มีการประกาศรับสมัครตำแหน่งว่างโดยการให้บุคลากร
ภายในช่วยแนะนำพี่น้อง ญาติ เพื่อน สามารถสืบค้นประวัติความเป็นมาของบุคคลนั้น ๆ ผ่านการรับรอง

โดยบุคลากรภายในที่ทำการแนะนำเข้ามาทำงาน ประกอบกับมีนโยบายการสรรหาและคัดเลือก คือ “ดี เก่ง ทำงานร่วมกันได้” จึงมุ่งเน้นสายสัมพันธ์และการรับรองความสามารถผ่านการแนะนำจากบุคลากรภายในเป็นระดับเบื้องต้นของการสรรหาและคัดเลือก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ัญญนันท์ ศรีธรรมนิตย (2561) ศึกษาเรื่องการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิผลของเครือข่ายโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ในเขตกรุงเทพมหานครและในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิผลของโรงพยาบาลที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันโรงพยาบาลในเครือข่ายเขตสุขภาพ ความได้เปรียบในการแข่งขันของโรงพยาบาลในเครือข่าย เช่น การสรรหาและคัดเลือก โดยการสรรหาจากประกาศงานผ่าน Job Advertising หรือ Website ของโรงพยาบาลเองแล้ว ยังมีช่องทางอื่น เช่น เพื่อนชวนเพื่อน โดยผ่านทางพนักงาน ซึ่งตั้งรางวัลสำหรับผู้แนะนำ

2. ผลการศึกษาระดับสมรรถนะหลักของบุคลากรด้านคลินิกของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัด นครราชสีมา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ระดับสมรรถนะหลักของบุคลากรด้านคลินิกสูงสุด ได้แก่ ด้านการบริการที่ดี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีระดับสมรรถนะหลักของบุคลากรด้านคลินิกของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา ด้านการบริการที่ดีสูงสุด คือ การให้บริการโดยยึดความต้องการของผู้รับบริการเป็นหลักด้วยความมุ่งมั่น ตั้งใจในการช่วยเหลือและแก้ปัญหาให้กับผู้รับบริการให้บรรลุความมุ่งหมาย สร้างความพึงพอใจ ไว้วางใจ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา มุ่งเน้นการให้บริการโดยยึดผู้ป่วยเป็นหลัก ซึ่งเป็นการให้ความสำคัญกับผู้ป่วยอย่างเข้าอกเข้าใจในความเจ็บป่วยที่ต้องการการดูแลอย่างใกล้ชิด ด้วยหลักตามมาตรฐานการพยาบาลอย่างปลอดภัย และสร้างความพึงพอใจให้ผู้บริการเกิดความประทับใจจนกระทั่งกลับมาใช้บริการอีกด้วยความร่วมมือร่วมใจของบุคลากรทุกส่วนงาน ดังค่านิยมของโรงพยาบาลที่กำหนดไว้ คือ ผู้ป่วยเป็นหลัก รักษาปลอดภัย ใส่ใจบริการ ทำงานเป็นทีม โดยมีการปลูกฝังค่านิยมให้แก่บุคลากรด้านคลินิกตั้งแต่แรกเข้าจากการปฐมนิเทศพนักงานเข้าใหม่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ัญญพัทธ์ ธนวิรุฬห์โอฬารและคณะ (2563) ศึกษาเรื่องการประเมินสมรรถนะหลักและความต้องการพัฒนาสมรรถนะหลักของบุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านธุรการ งานบริการพยาบาล โรงพยาบาล ศรีนครินทร์ คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่นผลการวิจัยพบว่า สมรรถนะหลักของบุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านธุรการ งานบริการพยาบาล โรงพยาบาลศรีนครินทร์ โดยด้านการบริการที่ดี ระดับสมรรถนะหลักในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยที่บุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านธุรการมีให้บริการด้วยอัธยาศัยไมตรี สุภาพ และใส่ใจผู้รับบริการ เพื่อสร้างค่านิยมร่วมภายในหน่วยงาน และ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาณุวัฒน์ นิลศรี (2564) ได้ศึกษาเรื่องความต้องการจำเป็นในการพัฒนาสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่นผลการวิจัยพบว่า การบริการที่ดีคือ

มีการปรับปรุงระบบการบริการให้มีประสิทธิภาพเพื่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทรพงษ์ สันเทพ (2564) สมรรถนะการปฏิบัติงานของผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอนในสถานศึกษาขั้นพื้นฐานสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 3 ผลการวิจัยพบว่า การบริการที่ดี ให้บริการด้วยความเต็มใจ ใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือ ให้บริการที่รวดเร็วจึงเป็นที่ประทับใจ เป็น One stop service คือไปแห่งเดียวงานสำเร็จ คุ่มค่า ถูกต้องชัดเจน

3. ผลการศึกษาระดับสมรรถนะตามสายงานของบุคลากรด้านคลินิกของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีระดับสมรรถนะตามสายงานของบุคลากรด้านคลินิกสูงสุด คือ การตระหนักถึงความปลอดภัยของผู้ป่วย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีระดับสมรรถนะตามสายงานของบุคลากรด้านคลินิกของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา ด้านการตระหนักถึงความปลอดภัยของผู้ป่วยสูงสุด คือ ปฏิบัติงานโดยคำนึงถึงความปลอดภัยในชีวิตของผู้ป่วยเป็นหลัก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา เป็นสถานที่ให้บริการดูแลชีวิตและรักษาความเจ็บป่วย ดังนั้น ทุกวิชาชีพในการให้บริการจึงถูกกำหนดให้ปฏิบัติตามมาตรฐานวิชาชีพด้วยคุณภาพ โดยคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้ป่วยและให้ความสำคัญมาเป็นลำดับหนึ่ง อีกทั้งโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา สร้างวัฒนธรรมปลูกฝังความปลอดภัยให้กับบุคลากรภายใต้หลักการ ดังนี้ 1) การระบุด่วนเพื่อการรักษาที่ถูกต้อง 2) การวัดสัญญาณชีพได้ตามมาตรฐาน 3) การป้องกันการติดเชื้อในโรงพยาบาล 4) การติดตามอาการ สอดคล้องกับแนวคิดของ มาลี คำคง (2562) ซึ่งเสนอแนวคิดเกี่ยวกับเรื่องความปลอดภัยของผู้ป่วย: แนวทางจัดการเรียนรู้ภาคปฏิบัติทางการพยาบาล ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพและความปลอดภัยของผู้ป่วย จำเป็นต้องสร้างรากฐานการเรียนรู้ตั้งแต่ระยะการศึกษาวิชาชีพพยาบาล จึงควรบูรณาการการจัดการเรียนรู้เรื่องความปลอดภัยของผู้ป่วย เพื่อบ่มเพาะและสร้างรากฐานการเรียนรู้ ปลูกฝังทัศนคติและเสริมสร้างการปฏิบัติอย่างปลอดภัย

4. ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับสมรรถนะหลักของบุคลากรด้านคลินิกของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับสมรรถนะหลักมากที่สุดในความสัมพันธ์เชิงบวกระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มีการเน้นจัดหลักสูตรการฝึกอบรมภายในที่จำเป็นเกี่ยวกับการปฏิบัติงานประจำปี และยังคงส่งเสริมการส่งบุคลากรอบรมภายนอกให้มากขึ้น เพื่อพัฒนาความรู้จากภายนอกควบคู่ไปด้วย ประกอบกับสมรรถนะในด้านต่าง ๆ เป็นเรื่องสำคัญ ซึ่งต้องมีการเพิ่มเติมหลักสูตร Implement สมรรถนะหลักแต่ละด้านที่โรงพยาบาลกำหนด ในการส่งเสริม และกระตุ้นให้บุคลากรได้จดจำ นำไปใช้ในการปฏิบัติงาน เพื่อให้เกิดการบรรลุตามสมรรถนะหลัก และยัง

สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญญนันท์ ศรีธรรมนิตย์ (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่องการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพของเครือโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ในเขตกรุงเทพมหานครและในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า การฝึกอบรมและพัฒนา โรงพยาบาลได้กำหนดแนวทางการพัฒนาโดยใช้กรอบของความสามารถ ประกอบกับผลสำเร็จความจำเป็นในการฝึกอบรม โดยวิธีการพัฒนาทั้งในส่วนของการฝึกอบรมภายนอก และจัดฝึกอบรมภายในที่ครอบคลุม ทั้งด้านการพัฒนาความรู้ การพัฒนาทัศนคติ และการพัฒนาทักษะ

5. ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับสมรรถนะตามสายงานของบุคลากรด้านคลินิกของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับสมรรถนะตามสายงานมากที่สุดในความสัมพันธ์เชิงบวกระดับปานกลาง ทั้งนี้เนื่องจาก การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ต้องมีการเพิ่มเติมในส่วนของหลักสูตรที่เป็นเฉพาะทางตามสายงาน เช่น การอบรมกู้ฟื้นคืนชีพขั้นสูง ทั้งกลุ่มเด็กและผู้ใหญ่ ซึ่งเป็นพื้นฐานที่วิชาชีพต้องรู้เพื่อใช้ในการช่วยชีวิตผู้ป่วย เป็นต้น เพื่อให้บุคลากรด้านคลินิกได้มีการพัฒนาทักษะที่นอกเหนือความรู้จากในโรงพยาบาล และควรมีการจัดให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในวิชาชีพเดียวกัน หรือต่างวิชาชีพ เพื่อเกิดองค์ความรู้ที่สามารถนำมาปรับใช้ในการดูแลรักษาผู้ป่วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Tran thi xuan tam (2015) ได้ทำการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องสมรรถนะหลักของพยาบาลในจังหวัดปทุมธานี โรงพยาบาลทั่วไป ประเทศเวียดนาม ผลการวิจัยพบว่า พยาบาลประจำมีสมรรถนะอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาในแต่ละมิติของพยาบาลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ความสามารถในการสอนและฝึกสอน ความสามารถในการคิดวิเคราะห์และการวิจัย ภาวะความเป็นผู้นำ และสอดคล้องกับทฤษฎีของ Nadler & Wiggs (1989) ได้เสนอว่าการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เป็นกระบวนการที่วางแผนอย่างเป็นระบบ เพื่อพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน และ ปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานขององค์กรให้สูงขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปประยุกต์ใช้

1.1 การบริหารทรัพยากรมนุษย์มีความสัมพันธ์กับสมรรถนะหลักของบุคลากรด้านคลินิกของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา ทั้ง 6 ด้าน ด้านการบริการที่ดีมีความสัมพันธ์เชิงบวกระดับน้อยที่สุด เนื่องจากที่ผ่านมาได้มีการอบรมเรื่องพฤติกรรมบริการเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง และมีแนวทางปฏิบัติ (Code of Practice) เพื่อให้บุคลากรสามารถปฏิบัติได้ในทิศทางเดียวกัน ภายหลังจากที่มีการระบาดของเชื้อ COVID-19 ทำให้การจัดอบรมต้องระงับไป และขาดการควบคุมกำกับดูแลอย่าง

ต่อเนื่อง จากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นควรมีการสนับสนุนให้บุคลากรได้รับการกระตุ้นโดยการสร้าง Content เป็นคลิปวิดีโอที่มีความยาวไม่เกิน 5 นาที โดยเน้นการให้ความรู้งานบริการเฉพาะด้านต่างๆ เช่น เรื่อง การกล่าวทักทายผู้รับบริการ การเรียกผู้รับบริการด้วยสรรพนามต่างๆ ให้บุคลากรสามารถจดจำได้ง่าย ลดระยะเวลา ซึ่งเป็นการอบรมแบบ New Normal อีกทั้งยังสามารถส่งเสริมงานบริการ โดยการสร้าง กิจกรรมตามล่าคำชม เพื่อรับรางวัล เป็นการกระตุ้นให้บุคลากรด้านคลินิกที่ต้องให้บริการมีแรงผลักดันให้เกิดกำลังใจในการให้บริการที่ดี พัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง ซึ่งผลจากการทำดีได้รับรางวัล เพื่อเป็นขวัญ และกำลังใจในการทำงานต่อไป

1.2 การบริหารทรัพยากรมนุษย์มีความสัมพันธ์กับสมรรถนะตามสายงานของบุคลากร ด้านคลินิกของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา การตระหนักถึงความปลอดภัยของผู้ป่วย มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับน้อยที่สุด โรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา โดยหลักมาตรฐานของแต่ละวิชาชีพแตกต่างกันออกไป แต่มีวัตถุประสงค์อย่างเดียวกันคือ ความปลอดภัยของผู้ป่วย จึงควรมีการเน้นปลูกฝังให้บุคลากรตระหนักถึงความปลอดภัยของผู้ป่วย โดยการให้ความรู้ สร้าง ประสบการณ์ในงานให้ปฏิบัติจริงโดยยึดตามหลักมาตรฐานวิชาชีพ แต่งตั้งผู้ตรวจสอบมาตรฐานวิชาชีพ คอยติดตามกำกับดูแลให้เป็นไปตามมาตรฐาน ได้แก่ การจัดสอบปฏิบัติ การตรวจติดตามและประเมินผล ลงในแบบประเมินวิชาชีพ กำหนดคะแนนที่เป็นเกณฑ์ประเมินให้ผ่านตามมาตรฐาน และกำหนด การวัดผลเป็นประจำทุกเดือน

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ เพื่อนำไปสู่การปรับปรุง แก้ไข และหาแนวทางเชิงรุกในพัฒนาสมรรถนะการทำงานของบุคลากรของโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัด นครราชสีมา

2.2 ควรศึกษาเปรียบเทียบความสัมพันธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่อาจส่งผลกระทบต่อ สมรรถนะการทำงานของบุคลากรโรงพยาบาล ป.แพทย์ จังหวัดนครราชสีมา

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงสาธารณสุข. (2559). *แผนพัฒนาสุขภาพแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564)*. กรุงเทพฯ:

คณะกรรมการอำนวยการจัดทำแผนพัฒนาสุขภาพแห่งชาติ ฉบับที่ 12 กระทรวงสาธารณสุข.

ณัฐปภัษร์ ธนวิรุฬห์โอฬาร นิภาพรรณ ฤทธิรอด พชรินทร์ อ้วนไทร และสุดถนอม กมลเลิศ. (2563).

การประเมินสมรรถนะหลักและความต้องการพัฒนาสมรรถนะหลักของบุคลากรที่ปฏิบัติงาน

ด้านธุรการ งานบริการพยาบาล โรงพยาบาลศรีนครินทร์ คณะแพทยศาสตร์

มหาวิทยาลัยขอนแก่น. *วารสารพัฒนาการเรียนรู้สมัยใหม่*, 5(5), 56-66.

- ธัญญนันท์ ศรีธรรมนิตย์. (2561). การบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพของเครือโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ในเขตกรุงเทพมหานครและในจังหวัดเชียงใหม่. *วารสาร โรงพยาบาลสกลนคร*, 21(3), 118-128.
- ธาดา ราชกิจ. (2563). *เสริมสร้างสมรรถนะ (Competency) ให้บุคลากร ส่งเสริมการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรให้มีประสิทธิภาพ*. สืบค้นเมื่อ 15 เมษายน 2564, จาก <https://th.hrnote.asia/>
- ภัทรพงษ์ สันเทพ. (2564). สมรรถนะการปฏิบัติงานของผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอนในสถานศึกษาขั้นพื้นฐานสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 3. *วารสารวิชาการและวิจัยมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 11(3), 243-257.
- ภาณุวัฒน์ นิลศรี. (2564). ความต้องการจำเป็นในการพัฒนาสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่น. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 11(3), 24-37.
- มาลี คำคง. (2562). ความปลอดภัยของผู้ป่วย แนวทางการจัดการเรียนรู้ภาคปฏิบัติทางการพยาบาล. *วารสารเครือข่ายวิทยาลัยพยาบาลและการสาธารณสุขภาคใต้*, 6(1), 216-228.
- เยาวภา ปิ่นทุพันธ์. (2554). *การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในงานสาธารณสุข หน่วยที่ 1-7*. นนทบุรี: สาขาวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สำนักอนามัยกรุงเทพมหานคร. (2564). *คู่มือแผนพัฒนาสมรรถนะตามสายวิชาชีพของสำนักอนามัย*. กรุงเทพฯ: กลุ่มวิจัยและพัฒนาทางสาธารณสุข สำนักงานพัฒนาระบบสาธารณสุข.
- McClelland, D.C. (1973). *Testing for competence rather than for "Intelligence"*. American Psychologist, The United States: Harvard University.
- Nadler, L. and Wiggs, G.D. (1989). *Managing human resources development*. San Francisco, California: Jossey-Bass
- Tran thi xuan tam, (2015). *Core Competency of staff nurses in Binh Dinh Provincial General Hospital, Vietnam*. (Thesis submitted in partial fulfillment of the requirement for the master degree of nursing science, Burapha University)
- TSIS Team. (2563). *การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยตารางสำเร็จรูป*. สืบค้นเมื่อ 17 เมษายน 2564, จาก <https://www.thetsis.com/post/research-tips-sampling>

การศึกษาทักษะการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน โดยใช้

การจัดการเรียนรู้แบบ S-STEM (Social Studies - STEM) ในรายวิชา

ส 22107 สังคมศึกษา ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2

โรงเรียนบ้านสาวิทยาสรรพ์ จังหวัดกาฬสินธุ์

The Study of Creative Problem-solving Skills and Learning Achievement

Using Social Studies-STEM in Social Studies Courses (S 22107)

of Grade 8 Students at Bansawittayasarp School, Kalasin Province

กรรณิการ์ เกศคำขวา¹, ลัดดา ศิลาโนย² และ อังคณา ตุงคะสมิต³

Kannikar Ketkamkhwa¹, Ladda Silanoi² and Angkana Tungkasamit³

¹หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยขอนแก่น

^{2,3}อาจารย์ประจำสาขาวิชาหลักสูตรและการสอน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

อีเมล: kannikarjoy@yahoo.com

วันที่รับบทความ (Received)

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

12 ตุลาคม 2564

22 มิถุนายน 2565

24 มิถุนายน 2565

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบทักษะการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ก่อนและหลังเรียน โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ S-STEM (Social Studies - STEM) และ ศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อการจัดการเรียนรู้แบบ S-STEM (Social Studies - STEM) รายวิชา ส 22107 สังคมศึกษา ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนบ้านสาวิทยาสรรพ์ที่กำลังศึกษาในภาคเรียนที่ 2 จำนวน 29 คน ปีการศึกษา 2562 โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงการทดลองเบื้องต้น เครื่องมือในการวิจัย ประกอบด้วย (1)แผนการจัดการเรียนรู้ด้วยการจัดการเรียนรู้แบบ S-STEM (Social Studies - STEM) (2)แบบทดสอบวัดทักษะการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์, (3)แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และ(4)แบบประเมินความพึงพอใจ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบค่าทีแบบไม่เป็นอิสระต่อกัน ผลการวิจัยพบว่า 1) ทักษะการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 มีคะแนนทดสอบ หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 2) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 มีคะแนนทดสอบหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3) ความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้แบบ S-STEM(Social Studies -STEM) โดยรวมในระดับมาก ค่าเฉลี่ยคือ 4.07 ด้านกิจกรรมการเรียนรู้ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยคือ 4.21 ด้านสื่อการสอนและอุปกรณ์การสอนในระดับมาก ค่าเฉลี่ยคือ 3.97 และด้านการวัดและประเมินผลในระดับมาก ค่าเฉลี่ยคือ 4.04

คำสำคัญ: การจัดการเรียนรู้แบบ S-STEM (Social Studies - STEM),
ทักษะการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์, ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

ABSTRACT

The objectives of this research were to compare the creative problem-solving skills, learning achievement before and after learning by using Social Studies-STEM (S-STEM), and to study the satisfaction by using S-STEM in social studies courses (S 22107) of Grade 8 students. The target group consisted of 29 participants, who were selected from Grade 8 students at Bansawittayasanp School, Kalasin Province, Thailand in the second semester of the academic year 2019. This research design was pre-experimental research. The research instruments included (1) a Social Studies-STEM (S-STEM) learning management plan, (2) creative problem-solving skills test, (3) learning achievement test, and (4) satisfaction assessment form. The data were analyzed by using the mean, standard deviation, and t-test dependent. The results were as follows: 1)The creative problem-solving skills of the Grade 8 students had a statistically significantly higher post-test score than a pretest score at a level of .05. 2)The learning achievement of the Grade 8 students had a statistically significantly higher post-test score than a pretest score at a level of .05. 3)The overall satisfaction of the students toward learning management in S-STEM was at a high level with a mean of 4.07. In terms of learning activities, which was at a high level, the mean was 4.21, teaching media and teaching equipment was at a high level with a mean of 3.97, and for the measurement and evaluation, which was at a high level, the mean was 4.04.

Keywords: Social Studies - STEM, Creative Problem-Solving Skills,
Learning Achievement

บทนำ

เมื่อโลกเดินทางมาถึงศตวรรษที่ 21 ยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว มนุษย์ต้องก้าวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงนี้ จึงกำเนิด "ทักษะแห่งอนาคตใหม่ : การเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21" ที่ได้ถูกพัฒนาขึ้นโดยสหรัฐอเมริกา ส่งผลให้นโยบายแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ด้านการเตรียมพร้อมกำลังคนและการเสริมสร้างศักยภาพของประชากรในทุกช่วงวัย ได้ระบุให้พัฒนาทักษะความรู้ความสามารถของคน มุ่งเน้นการพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตใน

ศตวรรษที่ 21 เน้นการสร้างความรู้และทักษะในการประกอบอาชีพที่สอดคล้องกับตลาดงาน เตรียมความพร้อมของกำลังคนในกลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่จะเปลี่ยนแปลงโลกในอนาคต อย่างสำคัญ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) สถานศึกษาจึงต้องจัดกระบวนการเรียนรู้ที่พัฒนาทักษะการคิด เรียนรู้ผ่านประสบการณ์ตรง ผสมผสานสาระความรู้ ด้านต่าง ๆ อย่างได้สัดส่วนสมดุลกัน สามารถนำความรู้มาประยุกต์ใช้และนำสู่การการแก้ปัญหาได้จริง (กระทรวงศึกษาธิการ, 2553) สอดคล้องกับทักษะแห่งการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ที่เด็กและเยาวชนควรมีคือ ทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม หรือ 3R และ 8C โดยมุ่งเน้นทักษะการคิดแก้ปัญหาได้และการคิดอย่างสร้างสรรค์ (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2562)

จากรายงาน ความสามารถในการแข่งขัน และสมรรถนะทางการศึกษาของไทย คณะเนน โครงสร้างพื้นฐานด้านการศึกษา วิจัย วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี โดยสถาบัน International Institute for Management Development: IMD ในปี 2019 ไทยยังอยู่ในลำดับท้าย ๆ ซึ่งมีปัจจัยมาจาก หลักสูตรการเรียนการสอนที่เน้นการท่องจำ อันจะนำไปสู่การขาดทักษะการคิดวิเคราะห์ ทักษะ การแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ ส่งผลให้ไม่สามารถนำความรู้ที่มีไปใช้ได้จริง (สำนักงานเลขาธิการ สภาการศึกษา, 2562) ดังนั้นการพัฒนาทักษะการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ จึงมีความจำเป็นต่อ ผู้เรียนในโลกแห่งการเปลี่ยนแปลง

จากรายงานผลการประเมินตนเองของสถานศึกษา (Self – Assessment Report : SAR) ของโรงเรียนบ้านสาวิทยาสรพ์ ในปีการศึกษา 2561 พบว่า ผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ทุกรายวิชาในระดับ 3 ขึ้นไป คือ ร้อยละ 27.83 และมีผลการประเมินสมรรถนะสำคัญของผู้เรียน ด้านความสามารถในการแก้ปัญหา ที่ได้รับระดับดีขึ้น คือ ร้อยละ 13.50 ซึ่งต่ำกว่าค่าเป้าหมายที่ โรงเรียนได้กำหนดไว้ ผลการประเมินชี้ให้เห็นว่าผู้เรียนขาดความสามารถในการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ และการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ ไม่สามารถนำเอาความรู้ในห้องเรียนไปประยุกต์ใช้ในการแก้ปัญหาได้จริง (โรงเรียนบ้านสาวิทยาสรพ์, 2562) ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหาต่าง ๆ มากมาย ดังนั้นจึงต้องเอาใจใส่ รวมทั้งให้ความสำคัญกับการส่งเสริมทักษะชีวิต การแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ มากขึ้น

ดังนั้นจึงควรพัฒนาผู้เรียนด้วยการปรับปรุงการจัดการเรียนรู้ที่มุ่งให้ผู้เรียนวิเคราะห์เป็น รู้จัก แก้ปัญหา เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเองจากการฝึกปฏิบัติจริง เพื่อเกิดทักษะในการแก้ปัญหา อย่างสร้างสรรค์ ก้าวทันโลกด้านเทคโนโลยี ยกกระดับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนให้สูงขึ้น และนำไปสู่การ สร้างชิ้นงานที่ใช้ได้จริง ภายใต้งานและข้อจำกัดของทรัพยากรในท้องถิ่น ที่จะสามารถพัฒนา นำไปใช้ประกอบอาชีพเลี้ยงตนได้ในอนาคต ซึ่ง STEM Education เป็นการจัดการกิจกรรมการเรียนรู้ เชิงรุกที่เหมาะสมและทำได้จริงสามารถเรียนรู้ในเวลาที่มีจำกัดได้ (แสงสุรีย์ ดวงคำน้อย, 2561) เนื่องจากการจัดการเรียนรู้แบบ STEM Education เป็นแนวคิดการจัดการเรียนรู้ที่บูรณาการ ในวิชา วิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์ และเทคโนโลยี เชื่อมโยงในกระบวนการเรียนรู้

การสร้างสรรคผลงาน จากการคิดค้น การแก้ปัญหาการคิดวิเคราะห์ เน้นการนำความรู้ไปใช้ในการแก้ปัญหาในชีวิตจริง รวมทั้งการพัฒนากระบวนการผลิตใหม่ ที่มีประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิต และการทำงาน (สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 2558) เมื่อนำมาบูรณาการศาสตร์ในวิชาสังคมศึกษาขึ้นมาใหม่เป็น S-STEM หมายถึง การจัดกิจกรรมการเรียนรู้วิชาสังคมศึกษา โดยการบูรณาการแบบสะเต็มศึกษา (กนก จันทร์ทอง, 2560) คือ การนำเอาเนื้อหาของวิชาสังคมศึกษาที่เหมาะสมกับการจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา มาประยุกต์ใช้กับขั้นตอนของ STEM Education โดยจัดการเรียนรู้แบบโครงงานเป็นฐาน (Project-based learning) เพื่อให้นักเรียนเกิดทักษะการเรียนรู้ การแก้ปัญหา การทำงานเป็นทีม การสื่อสาร การใช้เครื่องมือและเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนำไปสู่การสร้างนวัตกรรมหรือชิ้นงานของนักเรียน ผู้วิจัยจึงมีความสนใจแนวคิด S-STEM และนำแนวคิดนี้มาประยุกต์ใช้ในการวิจัย ซึ่งได้ปรับปรุงแบบการจัดการเรียนรู้ให้เหมาะสมกับบริบทของสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม และการสร้างสรรค์ชิ้นงานที่เป็นรูปธรรมเพิ่มขึ้น เป็นรูปแบบ S-STEM (Social Studies - STEM) ซึ่งมีความคาดหวังว่าจะทำให้สามารถพัฒนาทักษะการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ได้เป็นอย่างดี และยกระดับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนให้สูงขึ้นได้ นำไปสู่การสร้างสรรค์ชิ้นงานเพื่อนำไปประกอบอาชีพในอนาคต และแก้ปัญหาผู้เรียนตามวัตถุประสงค์ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบทักษะการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ก่อนและหลังเรียน โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ S-STEM (Social Studies - STEM) รายวิชา ส 22107 สังคมศึกษา ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2
2. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนและหลังเรียน โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ S-STEM (Social Studies -STEM) รายวิชา ส 22107 สังคมศึกษา ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจ ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้แบบ S-STEM (Social Studies - STEM) รายวิชา ส 22107 สังคมศึกษา ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2

สมมติฐานการวิจัย

1. ทักษะการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ จากการจัดการเรียนรู้ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนบ้านสาวิทยาสรพ์ รายวิชา ส 22107 สังคมศึกษา แบบ S-STEM (Social Studies - STEM) หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
2. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน จากการจัดการเรียนรู้ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนบ้านสาวิทยาสรพ์ รายวิชา ส 22107 สังคมศึกษา แบบ S-STEM (Social Studies - STEM) หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการการศึกษาข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ (1)หลักสูตรสถานศึกษาโรงเรียนบ้านสาวิทยาสรรค์ พุทธศักราช 2561 กลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม ศึกษา (2)แนวทางการจัดการเรียนรู้แบบ S-STEM ของ กนก จันทร์ทอง (2560) ซึ่งมีหลักการคือการนำเอาเนื้อหาของสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม ที่เหมาะสมกับการจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา มาประยุกต์ใช้กับขั้นตอนของ STEM Education โดยจัดการเรียนรู้แบบโครงการเป็นฐาน (Project-based learning) ใช้ขั้นตอนการจัดการเรียนรู้แบบ S-STEM (3)ทักษะการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ตามแนวคิดของ Osborn and Parnes (1966) ซึ่งมี 5 ขั้นตอน ขั้นที่หนึ่ง การค้นหาความจริง เป็นการรวบรวมข้อมูล ข้อเท็จจริงต่าง ๆ เพื่อนำมาระบุหรือทราบประเด็นปัญหา ขั้นที่สอง การค้นหาปัญหา เป็นการนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาพิจารณาและแจกแจงสาเหตุของปัญหา ขั้นที่สาม การค้นหาความคิด เป็นการค้นหาวิธีการแก้ปัญหา และหาทางเลือกที่หลากหลาย และสร้างสรรค์ ขั้นที่สี่ การค้นหาคำตอบ เป็นการพิจารณาเลือกทางเลือกของการแก้ปัญหาที่เหมาะสมที่สุดกับเงื่อนไข และขอบเขตของปัญหา และขั้นที่ห้า การค้นหาคำตอบที่เป็นที่ยอมรับ (Acceptance Finding) เป็นการนำเสนอผลงาน ด้วยวิธีที่สร้างสรรค์ เพื่อช่วยกันประเมินผลและอภิปรายผลงาน (4)ความพึงพอใจ และ(5)งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดตามแบบ S-STEM ของ กนก จันทร์ทอง มาประยุกต์แนวทางการจัดการเรียนรู้เพิ่มเติม เป็น S-STEM (Social Studies - STEM) โดยปรับให้เข้ากับบริบทของการนำไปใช้จริง ในการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ และการพัฒนาในรูปแบบให้มีความเป็นรูปธรรมมากกว่า โดยเน้นทักษะการตั้งประเด็นคำถาม การรวบรวมข้อมูล การทำงานเป็นกลุ่ม การคิดวิเคราะห์ การคิดสร้างสรรค์ การนำความรู้ไปใช้แก้ปัญหาในชีวิตจริง เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ทักษะชีวิต โดยได้กำหนดกรอบแนวทางปฏิบัติตามตัวชี้วัดของทักษะทางด้านสังคมศึกษา วิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์ และเทคโนโลยี ให้ชัดเจนเพิ่มเติม ตามตาราง ที่ 1

ตารางที่ 1 กำหนดตัวชี้วัดของทักษะ 5 สาขาวิชา ในการจัดการเรียนรู้แบบ S-STEM (Social Studies - STEM)

ทักษะ	กรอบแนวทางปฏิบัติตามตัวชี้วัดของทักษะ
ทักษะทางสังคมศึกษา (Social studies skills : S)	ด้านการอ่านเพื่อแปลความ การใช้ศัพท์ทางสังคมศึกษาที่เหมาะสม การใช้แผนภูมิ กราฟฟิกและการดูสอดคล้องกับเนื้อหา การตั้งคำถามเกี่ยวกับปัญหาชัดเจน ครอบคลุม การทำงานเป็นกลุ่ม การตัดสินใจ (ลัดดา ศิลาน้อย, 2534)
ทักษะทางวิทยาศาสตร์ (Science skills: S)	การสังเกต การจำแนกประเภท และสื่อความหมายข้อมูล การพยากรณ์ การตั้งสมมติฐาน การกำหนดและควบคุมตัวแปร การทดลอง การตีความหมาย ข้อมูลและการลงข้อสรุป (สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 2554)

ตารางที่ 1 กำหนดตัวชี้วัดของทักษะ 5 สาขาวิชา ในการจัดการเรียนรู้แบบ S-STEM (Social Studies - STEM) (ต่อ)

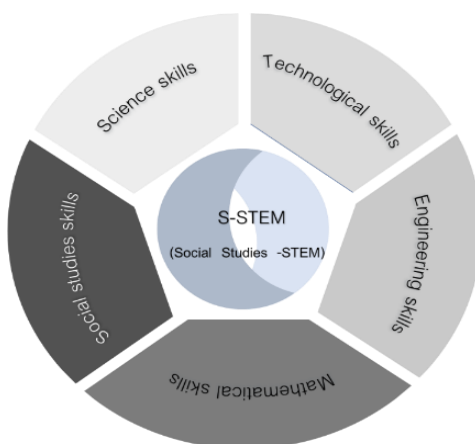
ทักษะ	กรอบแนวทางปฏิบัติตามตัวชี้วัดของทักษะ
ทักษะทางเทคโนโลยี (Technological skills: T)	การนำเครื่องมือ อุปกรณ์และเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีอยู่ในปัจจุบัน มาใช้ประโยชน์ ในการสื่อสาร กระบวนการทำงาน และการสร้างชิ้นงาน ให้มีความทันสมัยและมีประสิทธิภาพได้เหมาะสม (สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, 2561)
ทักษะทางวิศวกรรมศาสตร์ (Engineering skills: E)	การออกแบบ(จัดทำแบบรูป และกำหนดวัสดุอุปกรณ์) ควบคุมการสร้างหรือการผลิต การวิเคราะห์ตรวจสอบ การแก้ไขปัญหาบำรุงรักษาจัดการคุณภาพ (วิศวกรรมสถานแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์, 2556)
ทักษะทางคณิตศาสตร์ (Mathematical skills: M)	จำนวนและพีชคณิต (การนับจำนวน อัตราส่วน ร้อยละ การคำนวณ การวัดกำไร ขาดทุน ดอกเบี้ย เป็นต้น) การวัดและเรขาคณิต (ความยาว ระยะทาง น้ำหนัก พื้นที่ ปริมาตรและความจุ เงิน เวลา หน่วยวัด สมบัติของรูปเรขาคณิต เป็นต้น) การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติและความน่าจะเป็น (กระทรวงศึกษาธิการ, 2560)

และเพื่อไปสู่การสร้างนวัตกรรมใหม่ การสร้างชิ้นงาน ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็น S-STEM (Social Studies -STEM) เป็นการนำองค์ความรู้ในวิชาสังคมศึกษาที่เป็นนามธรรมให้เกิดเป็นรูปธรรม หรือ การนำภาคทฤษฎีในวิชาสังคมศึกษา มาเรียนรู้โดยผ่านศาสตร์ทั้ง 4 ในรูปแบบและกระบวนการจัดการเรียนรู้ของ STEM Education ที่ได้ปรับปรุงรายละเอียดขั้นตอนวิธีการจัดการเรียนรู้ 5 ขั้นตอน เพิ่มเติมในการวิจัย มาบูรณาการในการจัดการเรียนรู้แบบ S-STEM (Social Studies -STEM) ตามตารางเปรียบเทียบวิธีการจัดการเรียนรู้ ระหว่างแบบ STEM Education และ แบบ S-STEM (Social Studies -STEM) ดังนี้

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบวิธีการจัดการเรียนรู้ ระหว่างแบบ STEM Education และ แบบ S-STEM (Social Studies -STEM)

STEM Education	S-STEM(Social Studies - STEM)
วิธีการจัดการเรียนรู้	วิธีการจัดการเรียนรู้
1. การระบุปัญหา (Identify a Challenge)	ขั้นที่ 1 ระบุปัญหา (Problem Identification)
2. การค้นหาแนวคิดที่เกี่ยวข้อง (Explore Ideas)	ขั้นที่ 2 รวบรวมข้อมูลและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับปัญหา (Related Information Search)
3. การวางแผนและพัฒนา (Plan and Develop)	2.1 การรวบรวมข้อมูล 2.2 การค้นหาแนวคิด
4. การทดสอบและประเมินผล (Test and Evaluate)	ขั้นที่ 3 การวางแผนและการพัฒนา (Planning and Development)
5. การนำเสนอผลลัพธ์ (Present the Solution)	ขั้นที่ 4 การตรวจสอบและประเมินผล (Test and Evaluation) ขั้นที่ 5 การนำเสนอผลลัพธ์ (Present the solution)

ซึ่งผู้วิจัยคาดหวังว่ากระบวนการจัดการเรียนรู้จะสามารถทำให้ผู้เรียนเกิดองค์ความรู้ในเนื้อหาได้เร็วขึ้น และเข้าใจลึกซึ้งมากขึ้น สามารถแสดงเป็นภาพ ได้ดังนี้



ภาพที่ 1 โมเดล S-STEM (Social Studies - STEM) (กรรณิการ์ เกศคำขวา, 2562)

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย: นักเรียนโรงเรียนบ้านสาวิทยาสรรค์ ตำบลคลองขาม อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาฬสินธุ์ เขต 2 ที่กำลังศึกษาในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2562 ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ทั้งหมด จำนวนทั้งสิ้น 29 คน

กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย: นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนบ้านสาวิทยาสรรค์ ตำบลคลองขาม อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาฬสินธุ์ เขต 2 ที่กำลังศึกษาในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2562 จำนวน 1 ห้องเรียน นักเรียน 29 คน

ตัวแปรที่ทำการวิจัย

ตัวแปรต้น : การจัดการเรียนรู้แบบ S-STEM (Social Studies - STEM) ในรายวิชา ส 22107 สังคมศึกษา ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2

ตัวแปรตาม : ทักษะการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์, ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และความพึงพอใจของนักเรียน โดยการจัดการเรียนรู้แบบ S-STEM (Social Studies - STEM) ในรายวิชา ส 22107 สังคมศึกษา ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2

รูปแบบการวิจัย

การทดลองเบื้องต้น (Pre-Experimental research)

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

1. แผนการจัดการเรียนรู้ด้วยการจัดการเรียนรู้แบบ S-STEM (Social Studies - STEM) จำนวน 9 แผนการจัดการเรียนรู้ ประเมินคุณภาพตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) โดยมีค่าเฉลี่ยการประเมินคุณภาพโดยรวมเท่ากับ 4.62 แปลผลได้ว่า มีความเหมาะสมมากที่สุด
2. แบบทดสอบวัดทักษะการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ แบบอัตนัย จำนวน 5 ข้อ มีตัวอย่างสถานการณ์ 5 เหตุการณ์ ประเมินคุณภาพหาค่าความเชื่อมั่น (α) ของครอนบาค (Cronbach) ได้เท่ากับ 0.84
3. แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง เศรษฐกิจใกล้ตัว รอบรู้บ้านฉัน รายวิชาสังคมศึกษา รายวิชา สังคมศึกษา สาระเศรษฐศาสตร์ กลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม แบบปรนัยชนิด 4 ตัวเลือก จำนวน 40 ข้อ ประเมินคุณภาพคำนวณค่าความเชื่อมั่นด้วยสูตรของ Kuder Richardson (KR -20) ได้เท่ากับ 0.91
4. แบบประเมินความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้แบบ S-STEM (Social Studies - STEM) 3 ด้าน รวมจำนวน 15 ข้อ ประเมินคุณภาพหาค่าความเชื่อมั่น (α) ของครอนบาค (Cronbach) ได้เท่ากับ 0.844

วิธีรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ มีขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูลดังต่อไปนี้

1. ปฐมนิเทศนักเรียนชี้แจง แนะนำและให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดกิจกรรมการจัดการเรียนรู้แบบ S-STEM (Social Studies - STEM)
2. ทดสอบก่อนเรียน (Pre-test) โดยแบบทดสอบวัดทักษะการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์และแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น
3. ดำเนินการสอน โดยใช้แผนการจัดการเรียนรู้ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ตามการจัดการเรียนรู้แบบ S-STEM (Social Studies - STEM รวม 9 แผนการจัดการเรียนรู้
4. ทดสอบหลังเรียน (Post-test) ด้วยแบบทดสอบวัดทักษะการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ และแบบประเมินความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้แบบ S-STEM (Social Studies - STEM)
5. เก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมด จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์ตามวิธีการทางสถิติ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล .

1. การวิเคราะห์ข้อมูลจากการทดสอบวัดทักษะการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ นำผลคะแนนการทดสอบวัดทักษะการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ก่อนและหลังเรียน มาเปรียบเทียบก่อนและหลังเรียน โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบค่าทีแบบไม่เป็นอิสระต่อกัน

2. การวิเคราะห์ข้อมูลจากผลคะแนนการทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเปรียบเทียบก่อนและหลังเรียน โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบค่าทีแบบไม่เป็นอิสระต่อกัน

3. วิเคราะห์ข้อมูลจากการประเมินความพึงพอใจในการจัดการเรียนรู้แบบ S-STEM (Social Studies - STEM) ในรูปแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ หลังการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เสร็จสิ้นทุกแผน นำแบบประเมินความพึงพอใจในการจัดการเรียนรู้ที่นักเรียนทำ โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ และหาระดับความพึงพอใจที่มีต่อการจัดการเรียนรู้ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านกิจกรรมการเรียนรู้ 2) ด้านสื่อการสอนและอุปกรณ์การสอน 3) ด้านการวัดและประเมินผล

ผลการวิจัย

1. ผลการเปรียบเทียบทักษะการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ก่อนและหลังเรียน โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ S-STEM (Social Studies - STEM)

ตารางที่ 3 แสดงผลการเปรียบเทียบทักษะการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ก่อนและหลังเรียน
ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนบ้านสาวทวยหาสรณ์ อำเภอยางตลาด
จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ S-STEM (Social Studies - STEM)

การทดสอบ ทักษะการ แก้ปัญหาอย่าง สร้างสรรค์	จำนวน นักเรียน (N)	คะแนน เต็ม	ค่าเฉลี่ยของ คะแนน ($\bar{X}$)	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	t	df	Sig.
ก่อนเรียน	29	50	20.90	3.14	38.74	28	0.00
หลังเรียน	29	50	36.62	4.54			

จากตารางที่ 3 พบว่าทักษะการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ S-STEM (Social Studies - STEM) ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ก่อนและหลังเรียนมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 20.90 คะแนน และ 36.62 คะแนน ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบคะแนนระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียนพบว่า คะแนนทดสอบทักษะการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ซึ่งสามารถเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยรายด้านของทักษะการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ทั้ง 5 ด้าน หลังเรียนโดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ S-STEM (Social Studies - STEM) ได้ตามตารางที่ 3

ตารางที่ 4 แสดงผลคะแนนเฉลี่ยรายด้านของทักษะการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์

ทักษะการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์	จำนวนนักเรียน	คะแนนเต็ม	ค่าเฉลี่ยคะแนน
การค้นหาคำจริง (fact finding)	29	10	7.38
การค้นหาปัญหา(Problem Finding)	29	10	7.28
การค้นหาคำคิด (Idea Finding)	29	10	6.44
การค้นหาคำตอบ (Solution Finding)	29	10	7.72
การค้นหาคำตอบที่เป็นที่ยอมรับ (Acceptance Finding)	29	10	8

จากตารางที่ 4 พบว่าค่าเฉลี่ยคะแนนทักษะการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 หลังเรียนโดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ S-STEM (Social Studies - STEM) ด้านการค้นหาคำตอบที่เป็นที่ยอมรับ (Acceptance Finding) มีค่าสูงสุด และด้านการค้นหาคำคิด (Idea Finding) มีค่าต่ำสุด มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 8.00 คะแนน และ 6.44 คะแนน ตามลำดับ

2. ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ก่อนและหลังเรียน โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ S-STEM (Social Studies - STEM)

ตารางที่ 5 แสดงผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนและหลังเรียน ของนักเรียนชั้น

มัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนบ้านสาวิทยาสรพร อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์
โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ S-STEM (Social Studies - STEM)

การทดสอบ ผลสัมฤทธิ์ ทางการเรียน	จำนวน นักเรียน (N)	คะแนน เต็ม	ค่าเฉลี่ยของ คะแนน ($\bar{X}$)	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	t	df	Sig.
ก่อนเรียน	29	40	16.10	2.33	30.23	28	0.00
หลังเรียน	29	40	28.10	3.68			

จากตารางที่ 5 พบว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนโดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ S-STEM (Social Studies - STEM) ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ก่อนและหลังเรียนมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 16.10 คะแนน และ 28.10 คะแนน ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบคะแนนระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียนพบว่า คะแนนทดสอบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ผลการศึกษาความพึงพอใจ ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้แบบ S-STEM (Social Studies - STEM)

ตารางที่ 6 แสดงผลการศึกษาความพึงพอใจ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนบ้านสาวิทยาสรรรพ์ อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์
โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ S-STEM (Social Studies - STEM)

รายการการศึกษาความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
ด้านกิจกรรมการเรียนรู้	4.21	มาก
ด้านสื่อการสอนและอุปกรณ์การสอน	3.97	มาก
ด้านการวัดและประเมินผล	4.04	มาก
รวมทุกด้าน	4.07	มาก

จากตารางที่ 6 พบว่าความพึงพอใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนบ้านสาวิทยาสรรรพ์ อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้แบบ S-STEM (Social Studies - STEM) ในรายวิชา ส 22107 สังคมศึกษา กลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม สาระเศรษฐศาสตร์ จำนวน 29 คน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวม ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย คือ 4.07 แยกเป็นรายด้านเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านกิจกรรมการเรียนรู้ ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย คือ 4.21 ด้านการวัดและประเมินผล ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย คือ 4.04 และด้านสื่อการสอน และอุปกรณ์การสอน ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย คือ 3.97

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาทักษะการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และ ความพึงพอใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนบ้านสาวิทยาสรรรพ์ อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้แบบ S-STEM (Social Studies - STEM) ในรายวิชา ส 22107 สังคมศึกษา กลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม สาระเศรษฐศาสตร์ สามารถนำมาสรุปได้ดังนี้

1. ผลการเปรียบเทียบทักษะการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ของนักเรียน พบว่า ผลการทดสอบทักษะการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญอยู่ที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย
2. ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนและหลังเรียน ของนักเรียน พบว่า ผลผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญอยู่ที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้
3. ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักเรียน มีค่าความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ค่าเฉลี่ย คือ 4.07 แยกเป็นรายด้านเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านกิจกรรมการเรียนรู้ ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย คือ 4.21 ด้านการวัดและประเมินผล ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย คือ 4.04 และด้านสื่อการสอน และอุปกรณ์การสอนในระดับมาก ค่าเฉลี่ย คือ 3.97

อภิปรายผล

1. ผลการเปรียบเทียบทักษะการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ก่อนและหลังเรียน

จากการศึกษาทักษะการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ก่อนและหลังเรียน โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ S-STEM (Social Studies - STEM) ผลการทดสอบทักษะการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ก่อนเรียนและหลังเรียนมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 10.45 และ 18.31 ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบผลการทดสอบทักษะการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ พบว่า หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ทั้งนี้เกิดจากการจัดการเรียนรู้แบบ S-STEM (Social Studies - STEM) ได้เรียนรู้ผ่านกิจกรรม โดยนักเรียนได้นำความรู้มาออกแบบชิ้นงานหรือวิธีการ เพื่อตอบสนองความต้องการหรือแก้ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน (สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 2557) ซึ่งนักเรียนได้ปฏิบัติจริง เกิดการพัฒนาการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ สอดคล้องกับแนวคิดและกระบวนการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ของ Osborn and Parnes (1966) โดยกิจกรรมการเรียนรู้ 5 ขั้นตอน ดังนี้ ขั้นที่หนึ่ง การระบุปัญหา (Problem Identification) เป็นขั้นตอนของการนำเสนอสิ่งที่สอดคล้องกับเนื้อหาในหน่วยการเรียนรู้ในรูปแบบที่หลากหลายเพื่อกระตุ้นให้นักเรียนสามารถระบุปัญหาได้จากสื่อที่นำเสนอ ขั้นที่สอง การรวบรวมข้อมูลและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับปัญหา (Related Information Search) โดยแบ่งกลุ่มนักเรียนแต่ละตามความสามารถ แต่ละกลุ่มแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ กำหนดเป้าหมายการทำงานอย่างชัดเจน ขั้นนี้เป็นการรวบรวมข้อมูลปัญหาที่เกิดขึ้น การศึกษาหาข้อมูลที่สะท้อนด้วยเรื่องของใคร อะไร เมื่อไร ที่ไหน ทำไม อย่างไร รวบรวมแนวคิดพิจารณาถึงความเป็นไปได้ ความเหมาะสมกับเงื่อนไข แล้วจึงเลือกวิธีการเหมาะสมที่สุด และนำไปสู่การแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ใน ขั้นที่สาม การวางแผนและการพัฒนา (Planning and Development) เป็นขั้นที่แต่ละกลุ่มช่วยกันเลือกวิธีการที่ดี เหมาะสมที่สุดในการแก้ปัญหา โดยใช้องค์ความรู้และทักษะทางสังคมศึกษา ทักษะทางวิทยาศาสตร์ ทักษะทางคณิตศาสตร์ ทักษะทางวิศวกรรมศาสตร์ และทักษะทางเทคโนโลยี ในการออกแบบผลงานที่สร้างสรรค์ วางแผนวิธีการผลิต การเลือกใช้วัสดุอุปกรณ์ ให้เหมาะสมกับสถานการณ์และบริบท ขั้นที่สี่ การตรวจสอบและประเมินผล (Test and Evaluation) แต่ละกลุ่มสร้างชิ้นงานตามแบบที่สร้างเอาไว้เสร็จแล้ว นำมาทดสอบผลประเมินผล เพื่อปรับปรุงแก้ไข สรุปผลการทดสอบ และนำไปเสนอผล ขั้นที่ห้า การนำเสนอผลลัพธ์ (Present the solution) ในขั้นนี้ทุกกลุ่มนำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน ตามขั้นตอน S-STEM (Social Studies - STEM) ด้วยวิธีการนำเสนอที่สร้างสรรค์ แล้วช่วยกันประเมินผลตามเกณฑ์ที่ร่วมกันกำหนด พร้อมการอภิปรายผลงานร่วมกัน

จากการจัดการเรียนรู้แบบ S-STEM (Social Studies - STEM) 5 ขั้นตอนนี้จึงสามารถพัฒนาทักษะการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ สอดคล้องงานวิจัยของ ชญานนท์ คันทมาตย์ (2560) ได้ศึกษาการพัฒนาทักษะการแก้ปัญหาและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชา ส 22106 สังคมศึกษา 4

โดยการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบใช้ปัญหาเป็นฐานร่วมกับแหล่งเรียนรู้ในชุมชนภายใต้แนวคิดสะเต็มศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 พบว่าสามารถทำให้ ทักษะการแก้ปัญหาและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียน สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ และสอดคล้องงานวิจัยของวัชร พิกุลทอง (2562) เรื่องการพัฒนาทักษะการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนด้วยการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดสะเต็มศึกษา (STEM Education) รายวิชา ส 22102 สังคมศึกษา นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 พบว่าสามารถทำให้ทักษะการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนผ่านเกณฑ์ สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้

2. ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนและหลังเรียน

จากการศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนและหลังเรียน โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ S-STEM (Social Studies - STEM) ในรายวิชา ส 22107 สังคมศึกษา กลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม สาระเศรษฐศาสตร์ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนและหลังเรียนมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 16.10 และ 28.10 ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน พบว่าหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ทั้งนี้เกิดจากการจัดการเรียนรู้แบบ S-STEM (Social Studies - STEM) เป็นการนำเนื้อหาในรายวิชา ส 22107 สังคมศึกษา กลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม สาระเศรษฐศาสตร์ ซึ่งเป็นเรื่องที่นักเรียนมีความเข้าใจในเนื้อหาได้ยาก มาจัดกิจกรรมการเรียนรู้ให้นักเรียนได้ปฏิบัติจริง ทำให้สามารถสร้างองค์ความรู้ ผ่านประสบการณ์ตรง ในกิจกรรมการเรียนรู้ 5 ขั้นตอน โดยเฉพาะ ขั้นที่สอง การรวบรวมข้อมูลและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับปัญหา (Related Information Search) เป็นขั้นที่นักเรียนแบ่งหน้าที่กันสืบค้น รวบรวมข้อมูล ศึกษาหาข้อมูล ทั้งในบทเรียนตามหนังสือเรียน นอกบทเรียน หรือแหล่งข้อมูลอื่น ๆ แล้วนำมารวบรวมแนวคิด นั้นหมายถึงว่านักเรียนได้อ่านบททวนและทำความเข้าใจในข้อมูลที่ศึกษาค้นคว้ามา สามารถสรุปและรวบรวมเป็นแนวคิด ส่งผลให้เกิดการสร้างองค์ความรู้ได้ด้วยตนเอง ต่อมาพัฒนาการเรียนรู้ตามแนวคิดของ Anderson and Krathwohl (2001) ที่มีการปรับปรุงใหม่ตามทฤษฎีการเรียนรู้ของบลูม ในขั้นที่สาม การวางแผนและการพัฒนา (Planning and Development) ในการที่นักเรียนจะช่วยกันเลือกวิธีการที่ดี เหมาะสมที่สุดในการแก้ปัญหา แสดงว่านักเรียนมีการเรียนรู้ในระดับการประยุกต์ใช้ (Applying) และการที่นักเรียนสามารถระบุได้ในการออกแบบวิธี การเลือกใช้วัสดุอุปกรณ์ให้เหมาะสมกับการสร้างผลงาน จากองค์ความรู้และทักษะทางสังคมศึกษา ทักษะทางวิทยาศาสตร์ ทักษะทางคณิตศาสตร์ ทักษะทางวิศวกรรมศาสตร์ และทักษะทางเทคโนโลยี นั้นแสดงว่านักเรียนได้พัฒนาระดับการเรียนรู้เป็นระดับการวิเคราะห์ (Analyzing) ขั้นที่สี่ การตรวจสอบและประเมินผล (Test and Evaluation) ในการสร้างชิ้นงานและการทดสอบผล ประเมินผล เพื่อปรับปรุง แก้ไข และสรุปผลการทดสอบ เป็นการเรียนรู้ในระดับการประเมินผล (Evaluating) และการสร้างสรรค์ (Creating) และขั้นที่ห้า การนำเสนอผลลัพธ์ (Present the solution) การนำเสนอผลงาน

หน้าชั้นเรียน แล้วช่วยกันประเมินผล พร้อมการอภิปรายผลงานร่วมกันนั้นเป็นการทบทวนและสรุปองค์ความรู้ให้ชัดเจนและถูกต้อง

จากที่กล่าวมาการจัดการเรียนรู้แบบ S-STEM (Social Studies - STEM) จึงสามารถทำให้นักเรียนมีความรู้ความจำที่คงทนและทำให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องงานวิจัยของ ณิษชานน แผลมคม (2561) เรื่องการพัฒนาทักษะด้านการเรียนรู้และนวัตกรรมด้วยวิธีการจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษารายวิชา ส 31102 สังคมศึกษา ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนเวียงวังวิทยาคม จังหวัดขอนแก่น พบว่า สามารถทำให้การพัฒนาทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม ของนักเรียนผ่านเกณฑ์สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ และงานวิจัยของไพบรียาลภัส สหพัฒนสมบัติ (2562) เรื่องผลการจัดการเรียนรู้ตามแนวสะเต็มศึกษา เพื่อส่งเสริมความสามารถในการแก้ปัญหาเรื่อง เศรษฐกิจพอเพียงกับการพัฒนาประเทศกลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 พบว่า ผลการศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษามีคะแนนเฉลี่ย 23.79 คะแนน จากคะแนนเต็ม 30 คะแนน และผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน นักเรียนที่ได้รับการจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษามีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงกว่านักเรียนที่รับการจัดการเรียนรู้แบบปกติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เช่นกัน

3. ผลการศึกษาคความพึงพอใจ

จากการศึกษาความพึงพอใจ พบว่าความพึงพอใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนบ้านสาวิทยาสรรพ์ อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้แบบ S-STEM (Social Studies - STEM) ในรายวิชา ส 22107 สังคมศึกษา กลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม สาระเศรษฐศาสตร์ จำนวน 29 คน มีค่าความพึงพอใจโดยรวม ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยคือ 4.07 ด้านกิจกรรมการเรียนรู้ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยคือ 4.21 ด้านสื่อการสอนและอุปกรณ์การสอนในระดับมาก ค่าเฉลี่ยคือ 3.97 และด้านการวัดและประเมินผลในระดับมาก ค่าเฉลี่ยคือ 4.04 ซึ่งแสดงว่านักเรียนมีความพึงพอใจที่ดีต่อการจัดการเรียนรู้แบบ S-STEM (Social Studies - STEM)

ทั้งนี้เกิดได้จากการจัดการเรียนรู้แบบ S-STEM (Social Studies - STEM) ใน ขั้นที่สาม การวางแผนและการพัฒนา (Planning and Development) และขั้นที่สี่ การตรวจสอบและประเมินผล (Test and Evaluation) และนักเรียนเกิดความภาคภูมิใจและตระหนักเห็นคุณค่าในผลงานที่เป็นชิ้นงานจากความรู้และความสามารถของตนเองและผู้อื่น ในขั้นที่ห้า การนำเสนอผลลัพธ์ (Present the solution) การนำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน สอดคล้องกับงานวิจัยของ นัสนรินทร์ ปือชา (2558) ได้ศึกษาผลการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดสะเต็มศึกษา (STEM Education) ที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนชีววิทยา ความสามารถในการแก้ปัญหาและ ความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้ของนักเรียน

ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนที่ได้รับการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดสะเต็มศึกษามีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดสะเต็มศึกษา (STEM Education) อยู่ในระดับมาก และงานวิจัยของ อับดุลยามีน หะยีชาเดร์ (2559) ได้ศึกษาผลของการจัดการเรียนรู้ตามแนวทางสะเต็มศึกษาที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนชีววิทยาความคิดสร้างสรรค์ทางวิทยาศาสตร์ และ ความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนที่ได้รับการจัดการเรียนรู้ตามแนวทางสะเต็มศึกษา มีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้ในระดับมากเช่นกัน

ผลจากการศึกษาทักษะการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบ S-STEM (Social Studies - STEM) ในรายวิชา ส 22107 สังคมศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนบ้านสาวิทยาสรรพ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ สามารถพัฒนานักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ให้มีผลการทดสอบทักษะการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พร้อมสามารถทำให้นักเรียนมีความพึงพอใจ ต่อการจัดการเรียนรู้แบบ S-STEM (Social Studies - STEM) ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 การนำเสนอประเด็นปัญหา ควรนำเสนอเรื่องใกล้ตัว เหมาะสมกับวัย และเป็นปัจจุบัน เพื่อให้เข้าถึงปัญหาได้ง่าย กระตุ้นนักเรียนให้แสดงความคิดเห็นได้ดี

1.2 การจัดเตรียมแหล่งเรียนรู้ทั้งภายในโรงเรียน และแหล่งเรียนรู้ภายในชุมชน เพื่อนักเรียนได้สืบค้นข้อมูลในการแก้ปัญหาได้อย่างหลากหลาย

1.3 การกำหนดเวลาให้เหมาะสมกับกิจกรรม เพื่อให้ได้ชิ้นงานที่มีสร้างสรรค์ นำไปใช้ได้จริง

1.4 การจัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ ในการผลิตชิ้นงานที่มีความลำบากในการจัดหาให้เหมาะสมเพียงพอ เช่น กล้อง ปืนกาว จานกระดาษ ลวด เพื่อสนับสนุนการผลิตชิ้นงานของให้มีความสมบูรณ์แบบมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาการจัดการเรียนรู้แบบ S-STEM (Social Studies - STEM) ในกลุ่มสาระการเรียนรู้อื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น สุขศึกษาและพลศึกษา การงานอาชีพ ภาษาไทย โดยเลือกใช้เนื้อหาที่เหมาะสมในด้านของสามารถผลิตชิ้นงานได้

2.2 ควรมีการบูรณาการการจัดการเรียนรู้ แบบ S-STEM (Social Studies - STEM) กับรูปแบบการสอนอื่นๆ เช่น รูปแบบการสอนโครงงานเป็นฐาน (Project-based Learning) เพื่อให้

เห็นชิ้นงานในเชิงประจักษ์ ส่งเสริมพัฒนาให้นักเรียนเกิดทักษะการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ อันจะส่งผลให้นักเรียนเป็นผู้มีทักษะที่จำเป็นในการดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21 ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กนก จันทร์ทอง. (2560). การสอนสังคมศึกษาในศตวรรษที่ 21 Teaching of Social Studies in the 21st Century. วารสารวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (2560), 28(2), 227-241. สืบค้นเมื่อ 5 มกราคม 2562, จาก <https://doi.nrct.go.th//ListDoi/listDetail? ResolveDOI=10.14456/asj-psu.2017.40>.
- กรรณิการ์ เกศคำขวา. 2562. การพัฒนาทักษะการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ด้วยการจัดการเรียนรู้แบบ S-STEM (Social Studies - STEM) ในรายวิชาสังคมศึกษา ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนบ้านสาวิทยาสรรพ์ จังหวัดกาฬสินธุ์. วิจัยในชั้นเรียน. กาฬสินธุ์: งานบริหารวิชาการโรงเรียนสาวิทยาสรรพ์.
- กระทรวงศึกษาธิการ. (2553). พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2553. กรุงเทพฯ: พริกหวานกราฟฟิค.
- กระทรวงศึกษาธิการ. (2560). มาตรฐานการเรียนรู้และตัวชี้วัดกลุ่มสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์และสาระภูมิศาสตร์ ในกลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม (ฉบับปรับปรุง พ.ศ.2560) ตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551. กรุงเทพฯ: สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา, สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน.
- ชญานนท์ คันทมาตย์. (2560). การพัฒนาทักษะการแก้ปัญหาและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชา ส 22106 สังคมศึกษา 4 โดยการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบใช้ปัญหาเป็นฐานร่วมกับแหล่งเรียนรู้ในชุมชนภายใต้แนวคิดสะเต็มศึกษา ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยร้อยเอ็ด. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น).
- ณิชาชนน แหลมคม. (2561). การพัฒนาทักษะด้านการเรียนรู้และนวัตกรรมด้วยวิธีการจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา รายวิชา ส 31102 สังคมศึกษา ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนเวียงวงกตวิทยาคม จังหวัดขอนแก่น. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยขอนแก่น).
- นัสนรินทร์ ปือชา. (2558). ผลการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดสะเต็มศึกษา (STEME ducation) ที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ชีววิทยา ความสามารถในการแก้ปัญหาและความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาการสอนวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์).

- ไพบูลย์ สหพัฒน์สมบัติ. (2562). ผลการจัดการเรียนรู้ตามแนวสะเต็มศึกษาเพื่อส่งเสริมความสามารถในการแก้ปัญหาเรื่องเศรษฐกิจพอเพียงกับการพัฒนาประเทศ กลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3. (วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน, มหาวิทยาลัยบูรพา).
- โรงเรียนบ้านสาวิทยาสรณ์. (2562). รายงานการประเมินตนเองของสถานศึกษา (Self – Assessment Report: SAR) โรงเรียนบ้านสาวิทยาสรณ์ ปีการศึกษา 2562. กฟสนธุ์: งานบริหารวิชาการโรงเรียนสาวิทยาสรณ์.
- ลัดดา ศิลาน้อย. (2534). การสอนสังคมศึกษาระดับประถมศึกษา. ขอนแก่น: คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- วัชร พิภพทอง. (2562). การพัฒนาทักษะการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนด้วยการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดสะเต็มศึกษา (STEM Education) รายวิชา ส 22102 สังคมศึกษา นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยขอนแก่น).
- วิศวกรรมสถานแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์. (2556). จรรยาบรรณ. สืบค้นเมื่อ 2 มกราคม 2562, จาก <https://eit.or.th>.
- สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (2554). คู่มือการจัดการเรียนรู้กลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.
- สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (2557). หลักสูตรอบรมศึกษานิเทศก์. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงศึกษาธิการ
- สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (2558). คู่มือจัดกิจกรรมสะเต็มศึกษาระดับชั้น มัธยมศึกษาปีที่ 1-3. กรุงเทพฯ: องค์การค้ำของ สกสค.
- สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. (2561). ทักษะด้านดิจิทัลของข้าราชการและบุคลากรภาครัฐเพื่อการปรับเปลี่ยนเป็นรัฐบาลดิจิทัล. สืบค้นเมื่อ 2 มกราคม 2562, จาก https://www.ocsc.go.th/digital_skills2.
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2562). สภาวะการศึกษาไทย 2561/2562 การปฏิรูปการศึกษาในยุคดิจิทัล. กรุงเทพฯ: สำนักประเมินผลการจัดการศึกษา สำนักงานเลขาธิการสภา.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12. สำนักนายกรัฐมนตรี. สืบค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2562, จาก <https://www.nesdb.go.th/main.php?filename=index>.

แสงสุรีย์ ดวงคำน้อย. (2561). การเรียนรู้เชิงรุก : กิจกรรมท้าทายสำหรับผู้เรียนในยุคการศึกษา

4.0. วารสารวิชาการและวิจัยมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 8(3), 61-71.

อับดุลยามิน หะยีชาเดร์. (2559). ผลของการจัดการเรียนรู้ตามแนวทางสะเต็มศึกษาที่มีต่อ

ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนชีววิทยา ความคิดสร้างสรรค์ทางวิทยาศาสตร์และความพึงพอใจต่อ

การจัดการเรียนรู้ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตร

มหาบัณฑิต สาขาวิชาการสอนวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์).

Anderson, L. W., & Krathwohl, D. R. (2001). *A Taxonomy for Learning, Teaching And*

Assessing: A Revision of Bloom's Taxonomy of Educational Objectives:

Complete Edition. New York: Longman.

Osborn, A. F. and Parnes, S. J. (1966). *The Osborn-Parnes Creative Problem Solving*

Procedure. Munich: GRIN Verlag.

คำแนะนำในการเตรียมบทความเพื่อลงตีพิมพ์ใน วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

นโยบายการพิจารณาถ้อยแถลงบทความ (Editorial Policy)

วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ออกปีละ 4 ฉบับ เริ่ม ฉบับที่ 1 ปีที่ 12 พ.ศ. 2565 เป็นต้นไป(ฉบับที่ 1 ประจำเดือน มกราคม – มีนาคม ฉบับที่ 2 ประจำเดือน เมษายน - มิถุนายน ฉบับที่ 3 ประจำเดือน กรกฎาคม - กันยายน และฉบับที่ 4 ประจำเดือน ตุลาคม - ธันวาคม) รับพิจารณาบทความครอบคลุมในด้านบริหารธุรกิจ การท่องเที่ยว เศรษฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ ภาษาศาสตร์ นิเทศศาสตร์ และนิติศาสตร์

บทความที่จะได้รับการพิจารณาตีพิมพ์จะต้องผ่านการพิจารณาจากกองบรรณาธิการ และผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องเพื่อประเมินคุณภาพของบทความว่าอยู่ในระดับที่เหมาะสมที่จะลงตีพิมพ์หรือไม่ บทความแต่ละเรื่องจะได้รับการประเมินคุณภาพทางวิชาการโดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องอย่างน้อย 3 ท่าน โดยกระบวนการพิจารณาถ้อยแถลงนี้ ผู้ทรงคุณวุฒิจะไม่สามารถทราบข้อมูลของผู้ส่งบทความ (Double-Blind Process) และบทความที่จะลงตีพิมพ์ในวารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จะต้องเป็นบทความที่ไม่เคยได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่น ๆ การละเมิดลิขสิทธิ์เป็นความรับผิดชอบของผู้ส่งบทความโดยตรง

ข้อตกลงของวารสาร

ผู้เขียนจะต้องชำระเงินค่าดำเนินการพิจารณาบทความเพื่อลงตีพิมพ์วารสาร บทความภาษาไทย และบทความภาษาอังกฤษ จำนวน 4,000 บาท

ประเภทของผลงานวิชาการที่รับลงตีพิมพ์ในวารสาร

ผู้ส่งบทความควรตรวจสอบความถูกต้องของการพิมพ์ต้นฉบับ เช่น ตัวสะกด วรรคตอน และความเหมาะสม ความสละสลวยในการใช้ภาษา รวมทั้งควรกำหนดประเภทของบทความให้ชัดเจนว่าเป็นบทความวิชาการหรือบทความวิจัย องค์ประกอบของบทความทั้ง 2 ประเภท ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. บทความวิจัย (Research article) ประกอบด้วย บทนำ วัตถุประสงค์ของการวิจัย สมมติฐานของการวิจัย (ถ้ามี) แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง วิธีการดำเนินการวิจัย ผลการวิจัย อภิปรายผล และสรุปผลการวิจัย ข้อเสนอแนะ และเอกสารอ้างอิง มีเนื้อหาคความยาว 8-15 หน้ากระดาษ A4 รวมบทคัดย่อ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และเอกสารอ้างอิง ประกอบด้วย

1) ชื่อเรื่อง (Title) ไม่ควรใช้ชื่อเรื่องที่ยาวเกินไป ควรมีความกระชับ ชัดเจน และครอบคลุมเนื้อหาสำคัญ (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)

2) **ชื่อผู้เขียน (Author (s))** ระบุชื่อ และนามสกุลของผู้เขียนทุกคน (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) (ไม่ต้องใส่ชื่อตำแหน่งหน้าชื่อ) พร้อมระบุหน่วยงานที่สังกัด รวมทั้งอีเมลและหมายเลขโทรศัพท์ของผู้เขียนที่สามารถติดต่อได้

3) **บทคัดย่อ (Abstract)** บทคัดย่อต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดย บทคัดย่อควรจะระบุจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์โดยย่อของงานวิจัย ขอบเขตของงานวิจัยและผลวิจัยหลักและมีจำนวนคำไม่เกิน 300-350 คำ และไม่ควรมีการอ้างอิงถึงเอกสารการอ้างอิง

4) **คำสำคัญ (Keywords)** ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ มีความยาวไม่เกิน 3-5 คำ

5) **เนื้อหา (Contents)** ประกอบด้วยหัวข้อต่อไปนี้

5.1 บทนำ เป็นส่วนที่นำเสนอความสำคัญของปัญหาที่ทำวิจัย เขียนให้กระชับและเข้าใจง่าย

5.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย เขียนเป็นความเรียงต่อเนื่องในย่อหน้าเดียว โดยแยกประเด็นการศึกษาให้ชัดเจนด้วยภาษาที่สั้นและกระชับ

5.3 สมมติฐานของการวิจัย (ถ้ามี)

5.4 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เนื้อหาสำคัญ กระชับเข้าใจง่าย

5.5 วิธีดำเนินการวิจัย ประกอบด้วย รูปแบบการวิจัย ประชากรและตัวอย่าง (ระบุสูตรคำนวณขนาดตัวอย่าง) วิธีการสุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้และวิธีการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล

5.6 ผลการวิจัย นำเสนอผลเป็นลำดับจากข้อมูลทั่วไปจนถึงข้อมูลเฉพาะเรื่อง โดยมุ่งเน้นการตอบคำถามตามวัตถุประสงค์การวิจัยเป็นหลัก อธิบายให้กระชับอาจควบคู่กับการใช้ตาราง กราฟ หรือภาพประกอบ

5.7 อภิปรายผล และสรุปผลการวิจัย อภิปรายเพื่อให้คล้อยตามถึงความสัมพันธ์ หรือหลักการที่มาจากผล สนับสนุนหรือคัดค้านทฤษฎีที่มีผู้เคยนำเสนอ เปรียบเทียบผลการวิจัยและตีความหมายของผู้อื่น เน้นถึงปัญหาหรือข้อโต้แย้งในสาระสำคัญของเรื่อง ให้เขียนแยกย่อหน้าตามประเด็นที่อภิปราย

5.8 ข้อเสนอแนะ เป็นการเสนอผลที่สามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ได้จริงในภาพรวมหรือเฉพาะกลุ่ม หรือเป็นข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยในอนาคต

5.9 เอกสารอ้างอิง

2. **บทความวิชาการ (Article)** เป็นการนำเสนอเรื่องทางวิชาการที่อยู่ในความสนใจของบุคคลทั่วไป ในปัจจุบัน หัวข้อและเนื้อหาควรชี้ประเด็นที่ต้องการนำเสนออย่างสมบูรณ์ และมีลำดับเนื้อหาที่เหมาะสม เพื่อให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจได้ชัดเจน รวมถึงมีการใช้ทฤษฎีวิเคราะห์ประเด็นต่าง ๆ ตามหลักวิชาการ โดยมีการสรุปประเด็นอาจเป็นการนำความรู้ กรอบแนวคิดและทฤษฎีจากแหล่งต่าง ๆ มาสังเคราะห์ โดยที่ผู้เขียนสามารถให้ทัศนะทางวิชาการผ่านมุมมองของตนเองได้อย่างเด่นชัด และเกิดประโยชน์แก่ผู้อ่าน มีเนื้อหาความยาวไม่เกิน 8-15 หน้ากระดาษ A4 ประกอบด้วย ชื่อเรื่อง ชื่อผู้แต่ง บทคัดย่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษ บทนำ เนื้อความ บทสรุป และเอกสารอ้างอิง

รายละเอียดการเตรียมบทความเพื่อส่งตีพิมพ์

1. การพิมพ์ จัดพิมพ์ด้วยโปรแกรม Microsoft Word กระดาษขนาด A4 พิมพ์แบบแนวตั้ง (Portrait) คอลัมน์เดียว ใส่หมายเลขหน้าทุกหน้าที่ด้านขวาล่างของกระดาษ

2. ค่าโครงหน้ากระดาษ กำหนดขอบกระดาษทั้ง 4 ด้าน เท่ากับ 2.54 เซนติเมตร หัวกระดาษและท้ายกระดาษขนาด 1.25 เซนติเมตร

3. ตัวอักษร (Font) ให้ใช้ตัวอักษร Th Sarabun New ประกอบด้วย

- ชื่อเรื่อง (Title)

- ขนาด 18 point แบบหนาและกึ่งกลางหน้ากระดาษ ภาษาอังกฤษใช้ตัวอักษรพิมพ์ใหญ่ ตัวแรกของทุกคำ ยกเว้นคำบุพบทใช้ตัวอักษรพิมพ์เล็ก

- ชื่อผู้เขียน (ทุกคน)

- ชื่อผู้เขียน ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ขนาด 14 point, กำหนดตรงกลาง, ตัวธรรมดา

- ชื่อหน่วยงานของผู้เขียน ภาษาไทย ขนาด 14 point, กำหนดตรงกลาง, ตัวธรรมดา

- อีเมล ขนาด 14 point, กำหนดตรงกลาง, ตัวธรรมดา

- บทคัดย่อ

- ชื่อ บทคัดย่อ และ ABSTRACT ขนาด 16 point, กำหนดชิดซ้าย, ตัวหนา

- ข้อความบทคัดย่อภาษาไทย ขนาด 16 point, กำหนดชิดขอบซ้ายและขวา (Thai Distributed), ตัวธรรมดา ไม่พิมพ์แยกคำ การเว้นวรรคให้เว้นระยะ 1 ตัวอักษร

- ข้อความบทคัดย่อภาษาอังกฤษ ขนาด 16 point, กำหนดชิดขอบซ้ายและขวา (Thai Distributed), ตัวธรรมดา ไม่พิมพ์แยกคำ การเว้นวรรคให้เว้นระยะ 1 ตัวอักษร

- ข้อความบทคัดย่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ไม่เกิน 300-350 คำ

- ย่อหน้าแรกให้เว้นระยะ 1.5 เซนติเมตร

- คำสำคัญ

- ให้พิมพ์ “คำสำคัญ” ต่อจากส่วนของบทคัดย่อ ขนาด 16 point, กำหนดชิดซ้าย, ตัวหนา ส่วนข้อความของคำสำคัญ ขนาด 16 point, ตัวธรรมดา ระหว่างคำให้คั่นด้วยเครื่องหมายจุลภาค “,”

- Keywords

- ให้พิมพ์ “Keywords” ต่อจากส่วนของบทคัดย่อ และ ABSTRACT ขนาด 16 point, กำหนดชิดซ้าย, ตัวหนา ส่วนข้อความของคำสำคัญ ขนาด 16 point, ตัวธรรมดา อักษรตัวแรกเป็นตัวพิมพ์ใหญ่ ระหว่างคำให้คั่นด้วยเครื่องหมายจุลภาค “,”

- รายละเอียดบทความ

- หัวข้อใหญ่ (ไม่มีลำดับเลข) ขนาด 16 point, กำหนดชิดซ้าย, ตัวหนา

- หัวข้อรอง ขนาด 16 point, กำหนดชิดซ้าย, ตัวหนา

- เนื้อเรื่อง ขนาด 16 point, กำหนดชิดขอบซ้ายและขวา (Thai Distributed), ตัวธรรมดา ไม่พิมพ์แยกคำ การเว้นวรรคให้เว้นระยะ 1 ตัวอักษร

- ย่อหน้าแรกให้เว้นระยะ 1.5 เซนติเมตร หากมีย่อหน้าที่ย่อลงไปอีกให้เว้นระยะเพิ่มออกไปอีก 0.5 เซนติเมตรไปเรื่อยๆ และเพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการพิมพ์ให้ดำเนินการจัดระบบการพิมพ์

4. การเขียนตาราง ให้วางตารางใกล้ตำแหน่งที่อ้างถึงในเนื้อหา โดยลำดับเลขของตาราง (ตัวหนา) และชื่อตาราง (ตัวธรรมดา) ไว้เหนือตารางและชิดซ้าย เช่น **ตารางที่ 1** และระบุแหล่งที่มา: ไว้ใต้ตาราง

5. ภาพประกอบ ให้วางภาพประกอบใกล้ตำแหน่งที่อ้างถึงในเนื้อหา โดยลำดับเลขของภาพ (ตัวหนา) และพิมพ์ชื่อภาพ (ตัวธรรมดา) เช่น **ภาพที่ 1** ... ไว้ใต้ภาพและชิดซ้าย และระบุแหล่งที่มา **ที่มา:** ...

รูปแบบเอกสารอ้างอิง (References)

มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความพยายามที่จะพัฒนาคุณภาพวารสารสู่มาตรฐานสากล โดยมีเป้าหมายให้วารสารคงอยู่ในฐานข้อมูล TCI เพื่อให้วารสารได้มีโอกาสเข้าถึงผู้อ่าน และยกระดับความเป็นสากลของวารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ดังนั้นกองบรรณาธิการวารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จึงกำหนดรูปแบบการเขียนเอกสารอ้างอิง ดังนี้ การเรียงลำดับเอกสารอ้างอิง **กรณี** เอกสารอ้างอิงที่แปลเป็นภาษาไทยให้ยึดตัวอักษรในการเรียงลำดับและตามด้วยเอกสารอ้างอิงเป็นภาษาอังกฤษ

1. ข้อกำหนดในการเขียนเอกสารอ้างอิง มีดังนี้

- 1.1 รูปแบบการอ้างอิงประยุกต์จากรูปแบบ APA Style, 6th ed.
- 1.2 จำนวนบทความที่นำมาอ้างอิงต้องไม่เกิน 20 บทความ แต่ละบทความไม่ควรมีอายุเกิน 7 ปี (แต่หากเป็นบทความที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีซึ่งมีอายุมากกว่า 10 ปี อนุโลมให้นำมาใช้อ้างอิงได้)
- 1.3 อ้างอิงบทความที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อย่างน้อย 1 เรื่อง

2. วิธีการอ้างอิงในเนื้อหา (Cite in Text) ให้ใช้นาม-ปี โดยกำหนดดังนี้

- 2.1 กรณีผู้แต่ง 1-3 คน ให้กำหนด (ชื่อคนที่1, ชื่อคนที่2, & ชื่อคนที่ 3, ปีที่พิมพ์)
เช่น (Robbins & Coulter, 2009) หรือ Lambert, Stock, and Ellram (1998)
- 2.2 กรณีผู้แต่งมากกว่า 3 คน ให้กำหนดดังนี้ (ชื่อคนที่ 1 et al., ปีพิมพ์) เช่น
(Hill et al., 2005) หรือ Jones et al. (2004)

รูปแบบการอ้างอิงส่วนท้าย

1. หนังสือ

รูปแบบ	ชื่อผู้แต่ง./ (ปีที่พิมพ์)/ ชื่อหนังสือ/ (ครั้งที่พิมพ์)/ สถานที่พิมพ์:/ ///////// สำนักพิมพ์.
ผู้แต่ง 1 คน	จินตนา บุญบงการ. (2554). <i>จริยธรรมทางธุรกิจ</i> (พิมพ์ครั้งที่ 14). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
ผู้แต่ง 2 คน	นราศรี ไวนิชกุล และ ชุติศักดิ์ อุดมศรี. (2537). <i>ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ</i> (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
ผู้แต่ง 3-7 คน	สุภมาส อังสุโชติ, สมถวิล วิจิตรวรรณ และ รัชนิกุล ภิญโญภาณุวัฒน์. (2557). <i>สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัยเชิงสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์: เทคนิคการใช้โปรแกรม LISREL</i> (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: เจริญดีมั่นคงการพิมพ์.
ผู้แต่ง 8 คนขึ้นไป	ศิริรัตน์ พิกุล, ศุภกิจ ทองเอก, พร้อมพันธุ์ กันยา, สถิตชัย ธารทอง, วัลลภ สกุลไทย, อมรศักดิ์ ศิริจันทร์, ... ขจรศักดิ์ ถนอมศักดิ์. (2552). <i>ระบบสารสนเทศทางการจัดการ</i> . ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.
ผู้แต่งเป็นสถาบัน	สำนักนายกรัฐมนตรี สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2553). <i>แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบ พ.ศ. 2550-2554</i> . กรุงเทพมหานคร: วิ.เจ. พรินต์.
หนังสือแปล	กรอฟ, ทอด และ โจนส์, โทมัส. (2554). <i>การจัดการความรู้เบื้องต้น</i> . แปลจาก <i>Introduction to Knowledge Management: KM in Business</i> . แปลโดย อุไรวรรณ แยมแสงสังข์. กรุงเทพฯ: โอกรูปเพรส.

2. บทความในหนังสือ

รูปแบบ	ชื่อผู้เขียนบทความ./ (ปีที่พิมพ์)/ ชื่อบทความ./ ใน/ ชื่อผู้แต่ง (บรรณาธิการ), ชื่อหนังสือ ///////// (ครั้งที่พิมพ์), เลขหน้าที่ปรากฏบทความจากหน้าใดถึงหน้าใด. สถานที่พิมพ์ /////////: สำนักพิมพ์.
	สุวรรณ จินตนาการ. (2554). ภาวะผู้นำยุค 4.0. ใน สุภสินธุ์ จันทร์ทร (บรรณาธิการ), <i>หลักการจัดการ</i> . (น. 104-105). กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

3. วารสาร

รูปแบบ	ชื่อผู้เขียนบทความ./ (ปีพิมพ์)./ ชื่อบทความ./ ชื่อวารสาร./ ปีที่ (ฉบับที่), /////////เลขหน้าที่ปรากฏ.
	วิมล อารยะรัตน์. (2546). ธุรกิจแฟรนไชส์. วารสารเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 7(2), 43-51.

4. นิตยสาร

รูปแบบ	ชื่อผู้เขียนบทความ./ (ปี, เดือนที่พิมพ์)./ ชื่อบทความ./ ชื่อ นิตยสาร./ ปีที่ (ฉบับที่), /////////เลขหน้าที่ปรากฏ.
	มาลีรัตน์ ทิพย์อารักษ์วงศ์. (มีนาคม 2542). กลยุทธ์การทำธุรกิจแฟรนไชส์ให้ ประสบความสำเร็จ. ผู้ส่งออก, 12(276), 24-31.

5. หนังสือพิมพ์

รูปแบบ	ชื่อผู้เขียนบทความ./ (ปี, เดือนที่พิมพ์)./ ชื่อบทความ./ ชื่อหนังสือพิมพ์./ ปีที่ ///////// (ฉบับที่), เลขหน้าที่ปรากฏ.
	ทิพย์เกสร วงศ์วาน. (2552, 15 ตุลาคม). กลยุทธ์การส่งออกจีน. เดลินิวส์, น.14.

6. วิทยานิพนธ์

รูปแบบ	ชื่อผู้เขียนวิทยานิพนธ์./ (ปีพิมพ์)./ ชื่อวิทยานิพนธ์./ (วิทยานิพนธ์ปริญญา /////////มหาบัณฑิตหรือวิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต, /ชื่อมหาวิทยาลัย).
	นวลจันทร์ วันเพ็ญ. (2559). กลยุทธ์การตลาดในธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ในเขตภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ).

7. สื่อโสตทัศน์และสื่ออื่น ๆ

รูปแบบ	ชื่อผู้จัดทำ (หน้าที่)./ (ปีที่ผลิต)./ ชื่อเรื่อง./ [ลักษณะของสื่อ]. /สถานที่ผลิต: /////////หน่วยงานที่เผยแพร่.
	เกษมสันต์ ณ อยู่ธยา. (2558). AEC กับ เกษมสันต์. [วีดิทัศน์]. กรุงเทพฯ: ทีเอ็นเอ็น.

8. บทความที่ตีพิมพ์ในวารสารที่เผยแพร่ทั้งฉบับพิมพ์และรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์

รูปแบบ	ชื่อผู้เขียนบทความ./ (ปีพิมพ์)/ ชื่อบทความ [ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์]/ ชื่อวารสาร, //ปี (ฉบับที่)/ เลขหน้าที่ปรากฏ. (ใช้คำว่า [ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์] สำหรับ เอกสารภาษาไทย และคำว่า [Electronic version] สำหรับเอกสาร ภาษาต่างประเทศ)
	Christou, E. (2010). Relationship Marketing Practices for Retention of Corporate Customers in Hospitality Contract Catering [Electronic version]. <i>Tourism and Hospitality Management</i> . 16(1), 1-10.

9. บทความในวารสารอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งไม่มีการจัดพิมพ์เป็นรูปเล่ม

รูปแบบ	ชื่อผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์)/ ชื่อบทความ./ ชื่อวารสาร./ ปี (ฉบับที่)/ เลขหน้า-เลขหน้า. //doi:xxx.
	Garland, R. (1991). The Mid-Point on Rating Scale: Is it Desirable?. <i>Marketing Bulletin</i> . 3(2), 66-70. doi:10.1331/JAPHA.1991.14048.

10. บทความที่สืบค้นได้จากวารสารอิเล็กทรอนิกส์

รูปแบบ	ชื่อผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์)/ ชื่อบทความ./ ชื่อวารสาร./ ปี (ฉบับที่)/ เลขหน้า-เลขหน้า. //URLของวารสาร.
	Herman, M.L. (2014, January). The History and Evolution of Franchising. <i>Journal of Management</i> . 12(1), 78. Retrieved from http://journals.management.com/mainpage/astthmar/Documents/HistoryofFranchising.pdf .

11. สารสนเทศประเภทสารานุกรม พจนานุกรม หนังสือคู่มือ

รูปแบบ	ชื่อผู้เขียนบทความ./ (ปีพิมพ์)/ ชื่อบทความ./ ใน/ ชื่อผู้แต่ง (บรรณาธิการ), //ชื่อหนังสือ (ครั้งที่พิมพ์), เลขหน้าที่ปรากฏบทความจากหน้าใด //ถึงหน้าใด./ สถานที่พิมพ์./ สำนักพิมพ์.
	Hanegraaff, W. (2005). New Age movement. In L. Jones (Ed.), <i>Encyclopedia of religion</i> . Retrieved from http://find.galegroup.com/gvrl/

12. เอกสารสืบเนื่องจากงานประชุมวิชาการ

รูปแบบ	ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเรื่อง. ชื่อเอกสารรวมเรื่องรายงานการประชุม, // // // // // วัน เดือน ปี. สถานที่จัด. เมืองที่พิมพ์ : สำนักพิมพ์
	Dakaheng, R., Kongnakon, W. & Laodee, P. (2012). The Usage of Protozoa for Water Quality Monitoring in Lumpaya Sub district, Muang District, Yala Province. <i>The 12nd KU-KPS Conference</i> , December 6-7, 2012. Bangkok : Kasetsart University.

หมายเหตุ

1. ผู้แต่งชาวไทยให้ใส่ชื่อและนามสกุลโดยไม่ต้องใส่คำนำหน้าชื่อ ยกเว้นราชทินนาม ฐานันดรศักดิ์ ให้นำไปใส่ท้ายชื่อโดยใช้เครื่องหมายจุลภาคคั่นระหว่างชื่อกับราชทินนามและฐานันดรศักดิ์ ส่วนสมณศักดิ์ให้คงรูปตามเดิม
2. กรณีผู้แต่ง 2 คน ให้ใส่ชื่อทั้งสองคนตามลำดับที่ปรากฏ เชื่อมด้วยคำว่า “และ” สำหรับเอกสารภาษาไทย และใช้เครื่องหมาย “&” สำหรับเอกสารภาษาต่างประเทศ ระหว่างคนที่ 1 และคนที่ 2 โดยเว้น 1 ระยะก่อนและหลัง
3. ผู้แต่งชาวต่างประเทศให้ขึ้นต้นด้วยชื่อสกุล ตามด้วยตัวอักษรย่อชื่อต้นโดยเว้น 1 ระยะ และอักษรย่อชื่อกลาง (ถ้ามี) ทั้งนี้การกลับชื่อสกุลให้ใช้ตามความนิยมของคนในชาตินั้น โดยใช้เครื่องหมายจุลภาคคั่นระหว่างชื่อสกุลและอักษรย่อชื่อต้น อักษรย่อชื่อกลาง หากกรณีที่ผู้แต่งมีคำต่อท้าย เช่น Jr. หรือคำอื่น ๆ ให้ใส่คำดังกล่าวต่อท้ายอักษรย่อชื่อต้นหรืออักษรย่อชื่อกลาง (ถ้ามี) โดยคั่นด้วยเครื่องหมายจุลภาค
4. ผู้แต่งที่เป็นสถาบัน ให้ลงรายการโดยเรียงลำดับจากหน่วยงานใหญ่ไปหาหน่วยงานย่อย และเว้นวรรคจากชื่อหน่วยใหญ่ไปหาชื่อหน่วยงานย่อย

Download รายละเอียดการเตรียมบทความเพื่อส่งตีพิมพ์ ได้ที่นี่

https://so04.tci-thaijo.org/index.php/neuarj/preparing_articles

การส่งบทความต้นฉบับ

1. กำหนดส่งเอกสารเพื่อประกอบการพิจารณาตีพิมพ์ ดังนี้
 - บทความที่พิมพ์ด้วย Microsoft Word จำนวน 1 ชุด
 - หลักฐานการชำระเงินค่าพิจารณาบทความเพื่อลงตีพิมพ์วารสาร
 - บทความภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จำนวน 4,000 บาท
2. ส่งบทความผ่านทางเว็บไซต์วารสาร : <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/neuarj/index> เท่านั้น



มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ NORTHEASTERN UNIVERSITY



• E-mail: neuarj@neu.ac.th •

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

199/19 ถ.มิตรภาพ ต.ในเมือง อ.เมือง จ.ขอนแก่น 40000

โทรศัพท์ (043)222959-61

โทรสาร (043)226823